8

MENGEMBANGKAN BAHAN AJAR./BAHAN KULIAH

a. BUKU AJAR

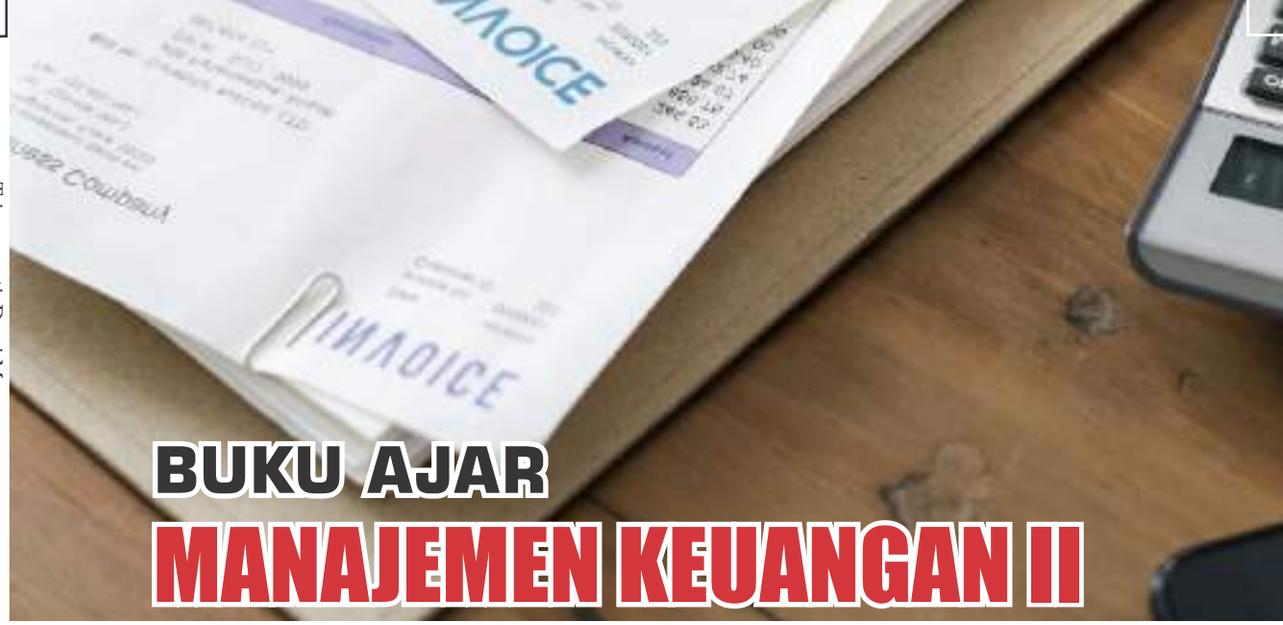
BUKU AJAR
MANAJEMEN KEUANGAN II

Buku ini disusun berdasarkan Rencana Pembelajaran Semester (RPS) dan dilengkapi dengan latihan soal untuk mempermudah pemahaman mahasiswa terkait dengan materi Manajemen Keuangan II.

Materi yang dibahas dalam buku ini adalah :

Bab 1 Penganggaran Modal
Bab 2 Sumber Dana Jangka Menengah
Bab 3 Sumber Dana Jangka Panjang
Bab 4 Cost of Capital
Bab 5 Struktur Modal
Bab 6 Kebijakan Dividen
Bab 7 Merger dan Akuisisi
Bab 8 Topik Khusus

Triyonowati, Dewi Maryam



Buku Ajar Manajemen Keuangan II

Indomedia Pustaka

MANAJEMEN
ISBN 978-623-414-027-9
9 786234 140279

Indomedia Pustaka

Dr. Triyonowati, M.Si
Dewi Maryam, S.E.,M.M

BUKU AJAR
MANAJEMEN KEUANGAN II

Dr. Triyonowati, M.Si
Dewi Maryam, S.E.,M.M

Indomedia Pustaka

BUKU AJAR MANAJEMEN KEUANGAN II

Dr. Triyonowati, M.Si
Dewi Maryam, S.E.,M.M

Edisi Asli
Hak Cipta © 2022 pada penulis
Griya Kebonagung 2, Blok I2, No.14
Kebonagung, Sukodono, Sidoarjo
Telp.: 0812-3250-3457
Website: www.indomediapustaka.com
E-mail: indomediapustaka.sby@gmail.com

Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apa pun, baik secara elektronik maupun mekanik, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan menggunakan sistem penyimpanan lainnya, tanpa izin tertulis dari Penerbit.

UNDANG-UNDANG NOMOR 19 TAHUN 2002 TENTANG HAK CIPTA
1. Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak mengumumkan atau memperbanyak suatu ciptaan atau memberi izin untuk itu, dipidana dengan pidana penjara paling lama **7 (tujuh) tahun** dan/atau denda paling banyak **Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).**
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dipidana dengan pidana penjara paling lama **5 (lima) tahun** dan/atau denda paling banyak **Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).**

Triyonowati
Maryam, Dewi

Buku Ajar Manajemen Keuangan II/Triyonowati, Dewi Maryam
Edisi Pertama
—Sidoarjo: Indomedia Pustaka, 2022
Anggota IKAPI No. 195/JTI/2018
1 jil., 17 × 24 cm, 98 hal.

ISBN: 978-623-414-027-9

1. Kebidanan
I. Judul
2. Buku Ajar Manajemen Keuangan II
II. Triyonowati, Dewi Maryam

Prakata

Puji Syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas rahmat dan hidayahNya, kami dapat menyelesaikan buku ajar mata kuliah Manajemen Keuangan II.

Buku ini disusun berdasarkan Rencana Pembelajaran Semester (RPS) dan dilengkapi dengan latihan soal untuk mempermudah pemahaman mahasiswa terkait dengan materi Manajemen Keuangan II. Kami menyadari bahwa buku ajar Manajemen Keuangan II yang kami susun ini masih jauh dari sempurna, sehingga kritik dan saran senantiasa kami harapkan untuk perbaikan di kemudian hari.

Penulis menyadari apabila dalam penyusunan buku ini terdapat kekurangan, tetapi penulis meyakini sepenuhnya bahwa sekecil apapun buku ini tetap memberikan manfaat.

Akhir kata kami sampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberi kesempatan, membantu, memotivasi serta menginspirasi kami, dalam penyusunan buku ajar Manajemen Keuangan II ini.

Surabaya, Maret 2022

Penulis

Daftar Isi

KATA PENGANTAR ..... **ii**
DAFTAR ISI ..... **iii**

BAB 1. Penganggaran Modal **1**
1.1. Pengertian Penganggaran Modal 2
1.2. Pentingnya Penganggaran Modal 2
1.3. Menaksir Arus Kas 4
1.4. Initial, Operating dan Terminal cash flows 6
1.5. Investasi Penggantian 14
1.6. Pemilihan Investasi dengan Umur Berbeda 15
1.7. Masalah Keterbatasan Dana (Capital Rationing) 17
1.8. Faktor Risiko dalam Investasi 20
1.9. Soal dan Penyelesaian 25
1.10. Latihan Soal. 28

BAB 2. Sumber Dana Jangka Menengah **29**
2.1. TERM LOAN 30
2.2. Equipment Financing 31
2.3. Lease Financing 32
2.4. Soal Dan Penyelesaiannya 34
2.5. Latihan Soal 36

BAB 3. Sumber Dana Jangka Panjang 37
3.1. Kredit Investasi 38
3.2. Hipotek 38
3.3. Obligasi dan Obligasi Preferen 38
3.4. Soal dan Penyelesaian 42
3.5. Latihan Soal 42

BAB 4. Cost of Capital 43
4.1. Biaya Hutang Jangka Panjang 44
4.2. Biaya Saham Preferen 44
4.3. Biaya Saham Biasa 45
4.4. Biaya Laba Ditahan 46
4.5. Biaya Modal Rata-rata Tertimbang 47
4.6. Soal dan Penyelesaian 49
4.7. Latihan Soal 50

BAB 5. Struktur Modal 51
5.1. Pendekatan NI & NOI 52
5.2. Pendekatan Tradisional 53
5.3. Pendekatan Modigliani & Miller 54
5.4. Struktur Modal, Pajak & Biaya Kebangkrutan 55
5.5. Degree Of Op. Leverage & Degree Of Fin.Leverage 55
5.6. Struktur Modal Dalam Praktek 60
5.7. Soal dan Penyelesaian 61
5.8. Latihan Soal 63

BAB 6. Kebijakan Dividen 65
6.1. Teori Kebijakan Dividen 66
6.2. Divident Payout Ratio 68
6.3. Faktor yang Mempengaruhi Dividen 70
6.4. Soal dan Penyelesaian 71
6.5. Latihan Soal 72

BAB 7. Merger dan Akuisisi 73
7.1. Manfaat Merger dan Akuisisi 74
7.2. Menaksir Akuisisi dengan Pertukaran Saham 76
7.3. Frendly Merger/ Hostile Takeover 77
7.4. Soal dan Penyelesaian 77
7.5. Latihan Soal 78

BAB 8. Topik Khusus 79
8.1. Restrukturisasi 80
8.2. Reorganisasi 81
8.3. Likuidasi 82
8.4. Soal dan Penyelesaian 86
8.5. Latihan Soal 87

DAFTAR PUSTAKA 89

BAB 1

Penganggaran Modal

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (Sub CPMK)

1. Mahasiswa mampu menjelaskan faktor-faktor pengaturan investasi modal yang effektif dan menaksir arus kas
2. Mahasiswa mampu menjelaskan proses pengambilan keputusan investasi dan memilih usulan-usulan investasi yang dianggap layak dengan berbagai metode..

Indikator :

1. Menjelaskan faktor yang perlu diperhatikan dalam pengaturan investasi modal yang effektif.
2. Menjelaskan hal-hal yang harus diperhatikan dalam menaksir arus kas
3. Menjelaskan aliran kas masuk bersih.
4. Menjelaskan metode–metode penilaian investasi
5. Menjelaskan bagaimana menentukan investasi yang dianggap layak untuk dilaksanakan **.**

Materi Pokok :

1. Pengertian Penganggaran Modal
2. Pentingnya Penganggaran Modal
3. Menakslr Arus Kas

4. Metode Penilaian Investasi
    a. Payback period
    b. Average rate of return
    c. Internal rate of return
    d. Profitability Index
    e. Net Present Value
5. Investasi Penggantian
6. Pemilihan Investasi dengan Umur Berbeda
7. Masalah Keterbatasan Dana (Capital Rationing)
8. Faktor Risiko dalam Investasi

Bab ini melanjutkan pembahasan sebelumnya di Manajemen Keuangan 1, yaitu tentang investasi jangka pendek, maka dengan membahas tentang investasi, yang dipandang dari dimensi waktu, disebut sebagai investasi jangka panjang. Istilah lain yang sering dipergunakan adalah *capital investment* (investasi modal), dan untuk singkatnya kita sebut sebagai "investasi" saja. Meskipun disebut sebagai investasi jangka panjang, kita akan melihat nanti bahwa investasi modal juga akan melibatkan modal kerja (yang disebut sebagai investasi jangka pendek). Analisis terhadap layak tidaknya suatu investasi modal pada aktiva tetap, melibatkan pengambilan keputusan melalui proses penganggaran modal.

1.1. Pengertian Penganggaran Modal

Penganggaran modal adalah suatu proses, pengambilan keputusan yng berkaitan dengan investasi dalam aktiva tetap. Hal ini melibatkan perbandingan penerimaan kas yang mungkin terjadi dalam beberapa tahun mendatang dengan arus kas keluar yang secara umum terjadi pada saat investasi.

Proses Penganggaran modal mendasarkan pada Prinsip/aksioma 2 dan 5. Adapun prinsip ke 2 menyatakan bahwa Nilai waktu uang,dimana uang yang diterima hari ini lebh berharga dari uang yang diterima di masa depan, sedangkan prisip ke 5 menyatakan bahwa Kondisi persaingan pasar, sehingga menjadi alasan mengapa perusahaan sulit mendapatkan proyek dengan laba yang luar biasa.

1.2. Pentingnya Penganggaran Modal

Penganggaran modal penting ditelaah karena berbagai alasan sebagai berikut :

1. Investasi yang terlalu besar atau kecil berdampak jangka panjang bagi masa depan perusahaan
2. Penganggaran modal memerlukan biaya yang besar

3. Pengambilan keputusan Penganggaran Modal melibatkan banyak pihak

Berdasarkan pentingnya Penganggaran Modal, maka diperlukan pengaturan investasi modal yang efektif dengan memperhatikan faktor-faktor berikut ini:

1. Adanya usul-usul investasi
2. Estimasi arus kas dari usul-usul investasi tersebut
3. Evaluasi arus kas tersebut
4. Memilih proyek-proyek yang sesuai dengan kriteria tertentu, dan
5. Monitoring dan penilaian terus menerus terhadap proyek investasi setelah investasi dilaksanakan.

Usul-usul investasi tidak mesti berasal dari bagian keuangan. Mungkin saja usul investasi tersebut berasal dari bagian pemasaran (misal, membuka jaringan distribusi baru), bagian produksi (mengganti mesin lama dengan mesin baru), dan melibatkan berbagai bagian (meluncurkan produk baru, mendirikan pabrik baru). Demikian juga estimasi arus kas akan memerlukan kerja sama antara bagian yang mengusulkan dengan bagian keuangan. Evaluasi arus kas mungkin lebih banyak dilakukan oleh bagian keuangan, demikian juga pemilihan proyek. Akhirnya monitoring memerlukan kerja sama dengan seluruh bagian yang terlibat.

Untuk maksud-maksud analisis terhadap suatu proyek (rencana investasi), ada beberapa macam Keputusan Penganggaran Modal.

1. Ditinjau dari aspek penghematan biaya atau peningkatan pendapatan
   a. Proyek penggantian (*replacement)*
   b. Proyek perluasan dan eksplorasi (*expansion& exploration*)
   c. Pertumbuhan (*growth*)
   d. Proyek lingkungan (*environmental*)
2. Ditinjau dari tingkat ketergantungan
   a. *Independent project*
   b. *Mutually exclusive project*

Independent project merupakan proyek yang tidak memiliki hubungan ketergantungan (tidak ada hubungan input-output) dengan proyek lain yang diusulkan, baik dalam bentuk hubungan komplementer (saling melengkapi) ataupun hubungan substitusi (proyek dengan keluaran yang sama fungsinya).

Mutually exclusive project adalah memilih salah satu alternatif dari beberapa alternative yang lebih baik, karena tidak mungkin melakukan beberapa proyek dalam waktu yang bersamaan, baik yang disebabkan oleh terbatasnya waktu, dana, maupun tenaga yang diperlukan.

1.3. Menakslr Arus Kas

Dampak dari melakukan investasi pada suatu proyek adalah untuk mengubah keseluruhan arus kas perusahaan baik di masa sekarang maupun di masa yang akan datang. Perusahaan harus mempertimbangkan perubahan arus kas pada sat mengevalusi suatu usulan investasi, kemudian memutuskan apakah hal tersebut akan menambh nili perusahaan

Masalah dalam penaksiran arus kas bukan hanya menyangkut akurasi kendaraanran, tetapi juga perlu memahami arus kas yang relevan. Per definisi, karena kendaraanran menyangkut masa yang akan datang, maka selalu terbuka peluang untuk melakukan kesalahan. Kesalahan mungkin tidak sengaja dilakukan, tetapi mungkin juga sengaja dilakukan. Pihak yang sangat ingin proyek tersebut dilaksanakan, akan cenderung memberikan kendaraanran yang terlalu optimis. Karena itulah diperlukan evaluasi oleh bagian keuangan. Tidak kalah pentingnya adalah penaksiran arus kas yang dinilai relevan. Bagian keuangan sering bertanggung jawab dalam masalah ini.

Arus kas relevan untuk sebuah proyek adalah perubahan pada keseluruhan arus kas suatu perusahaan yang merupakan akibat langsung dari keputusan pelaksanaan proyek tersebut. Arus kas relevan didefinisikan sebagai perubahan atau tambahan pada arus kas yang sekarang ada di perusahaan, oleh karena itu arus kas juga relevan disebut sebagai arus kas tambahan (*incremental cash flows*) yang berhubungan dengan proyek tersebut. Adapun untuk menaksir arus kas yang relevan perlu diperhatikan hal-hal berikut ini:

1. Kendaraanlah arus kas atas dasar setelah pajak. Perhatikan bahwa yang dinikmati oleh pemilik perusahaan adalah kas masuk bersih setelah pajak.
2. Kendaraanlah arus kas atas dasar *incremental* atau selisih. Rencana peluncuran produk baru mungkin akan mengakibatkan pengurangan penjualan produk lama (kanibalisme), lebih-Iebih kalau produk-produk tersebut ternyata mempunyai pasar yang sama. Dengan demikian perlu diperhatikan pengurangan kas masuk dari produk lama akibat peluncuran produk baru.
3. Kendaraanlah arus kas yang timbul karena keputusan investasi. Arus kas karena keputusan pendanaan, seperti membayar bunga pinjaman, mengangsur pokok pinjaman, dan pembayaran dividen, tidak perlu diperhatikan. Perhatikan yang kita analisis adalah profitabilitas investasi.
4. Jangan memasukkan *sunk costs* (biaya yang telah terjadi sehingga tidak akan berubah karena keputusan yang akan kita ambil). Apa yang telah terjadi tidak mungkin berubah karena keputusan yang kita ambil. Hanya biaya yang berubah karena keputusan kitalah yang relevan dalam analisis.

Seringkali untuk menaksir arus kas dipergunakan kendaraanran rugi laba sesuai dengan prinsip akuntansi, dan kemudian merubahnya menjadi kendaraanran atas dasar arus kas. Tabel berikut menunjukkan ilustrasi tersebut.

Tabel. Kendaraanran arus kas dengan memodifikasi laporan akuntansi

	Menurut akuntansi	Penjelasan	Arus kas
Penjualan	Rp2.000 juta	Kas masuk	Rp2.000 juta
Biaya-biaya			
Yang sifatnya tunai	Rp1.000 juta	Kas keluar	Rp1.000 juta
Penyusutan	Rp 500 juta		
Laba operasi	Rp 500 juta		
Pajak (tarif 30%)	Rp 150 juta	Kas keluar	Rp 150 juta
Laba setelah pajak	Rp 350 juta	Kas masuk bersih	Rp 850 juta

Sesuai dengan prinsip akuntansi, laba bersih dilaporkan sebesar Rp350 juta. Sedangkan menurut arus kas, pada periode tersebut proyek tersebut menghasilkan kas masuk bersih sebesar Rp850 juta. Perhatikan bahwa :

kas masuk bersih = laba setelah pajak ditambah penyusutan.

Perhatikan pula bahwa dalam kendaraanran rugi laba sama sekali tidak dimunculkan transaksi yang menyangkut keputusan pendanaan, yaitu pembayaran bunga (kalau ada). Ini merupakan cara yang benar.

Misalkan kendaraanran arus kas pada Tabel tersebut merupakan kendaraanran arus kas dari proyek peluncuran produk baru. Sayangnya ternyata peluncuran produk baru tersebut mengakibatkan **penurunan** kas masuk bersih dari produk lama sebesar Rp150 juta. Dengan demikian arus kas yang reievan untuk proyek peluncuran produk baru tersebut adalah Rp850 juta **dikurangi** Rp150 juta, yaitu sebesar Rp700 juta.

Misalkan untuk pengembangan produk baru tersebut **telah** dikeluarkan biaya riset dan pengembagan senilai Rp10 miliar. Seandainya perusahaan akan memproduksikan produk baru tersebut, apakah biaya riset dan pengembangan ini harus dimasukkan sebagai komponen investasi? Arus kas yang relevan dalam penilaian investasi adalah arus kas yang terjadi apabila' investasi tersebut dilaksanakan dan tidak terjadi apabila tidak dilaksanakan. Sebagai misal, untuk pembuatan produk tersebut diperlukan mesin tertentu senilai Rp30 miliar.

Arus kas untuk membeli mesin ini relevan dalam perhitungan karena arus kas tersebut akan terjadi kalau memutuskan untuk membuat produk baru tersebut, dan tidak terjadi kalau tidak membuat produk baru. Sebaliknya pengeluaran biaya untuk riset telah dilakukan, dan apapun keputusan kita (artinya melaksanakan atau tidak proyek tersebut) tidak akan merubah arus kas itu. Karena itu arus kas ini tidak relevan dalam penilaian

investasi. Biaya yang telah dikeluarkan disebut sebagai *sunk costs,* yang menunjukkan bahwa kita tidak bisa merubahnya apapun keputusan kita. Karena itu tidak relevan.

1.4. Metode Penilaian Investasi

Sebelum proyek yang menguntungkan dapat dijalankan, proyek tersebut harus diidentifikasi atau ditemukan dahulu, walaupun mendapatkan ide untuk membuat produk baru agar lebih menguntungkan sangat sulit dilakukan.. Proses penganggaran modal (Capital Budgeting) melibatkan pengambilan keputusan yang berkenaan dengan investasi aktiva tetap. Ada beberapa metode untyuk menentukan penerimaan atau penolakan terhadapo usulan penganggaran modal.

Berikut ini berbagai metode yang sering dipergunakan untuk menilai profitabilitas usulan investasi.

1. *Payback period*
2. *Average rate of return*
3. *Internal rate of return*
4. *Profitability Index*
5. *Net Present Value*

1. *Payback period*

   Metode ini menghitung berapa cepat investasi yang dilakukan bisa kembali. Karena itu hasil perhitungannya dinyatakan dalam satuan waktu (yaitu tahun atau bulan). Kalau kita gunakan contoh usaha divisi jasa angkutan :

Tahun ke	Kas keluar	Kas masuk
Tahun ke-0	-Rp1.500 juta	
Tahun ke-1	-	+ Rp503,75 juta
Tahun ke-2		+ Rp503,75 juta
Tahun ke-3		+ Rp503,75 juta
Tahun ke-4		+ Rp503,75 juta
		+ Rp200,00 juta

   Diperkirakan bahwa investasi yang dikeluarkan sebesar Rp1 .500 juta pada tahun 0, diharapkan akan memberikan kas masuk bersih sebesar Rp503,75 pada tahun 1 sampai dengan 4, ditambah Rp200 juta pada tahun ke-4. Dengan demikian sebelum tahun ke-3, investasi sebesar Rp1 .500 juta diharapkan sudah bisa kembali.

   Perhitungan secara rincinya adalah sebagai berikut:

   Selama dua tahun dana diharapkan sudah kembali sebesar,

   2 x Rp503,75 juta = Rp1 .007,5 juta.

   Dengan demikian sisanya tinggal,

   Rp1 .500-Rp1 .007,5 = Rp492,5 juta

Karena pada tahun ke-3 diharapkan investasi tersebut menghasilkan Rp503,75 juta,, maka kekurangan sebesar Rp492,5 juta diharapkan akan kembali dalam waktu, (492,5/503,75) x 12 bulan = 11,73 bulan

Dengan demikian periode *payback-nya* = 2 tahun 11, 73 bulan.

Semakin pendek periode *payback,* semakin menarik investasi tersebut. Masalahnya, sekali lagi, berapa periode *payback* minimal? Secara konsepsional, sayangnya, masih belum bisa dirumuskan.

Kelemahan lain dari metode *payback* adalah

a. tidak memperhatikan nilai waktu uang,
b. mengabaikan arus kas setelah periode *payback.*

Untuk mengatasi kelemahan karena mengabaikan nilai waktu uang, metode penghitungan *payback period* dicoba diperbaiki dengan *mem-present-value-kan* arus kas, dan dihitung periode *payback-nya.* Cara ini disebut sebagai *discounted payback period.* Dengan menggunakan contoh yang sama, maka perhitungan *discounted payback period* (dengan r = 16%) akan nampak sebagaimana disajikan pada Tabel berikut.

Tahun ke	Kas keluar	Kas masuk	PV kas masuk
Tahun ke-0	-Rp1.500 juta		
Tahun ke-1	-	+ Rp503,75 juta	+ Rp434,26
Tahun ke-2		+ Rp503,75 juta	+ Rp374,37
Tahun ke-3		+ Rp503,75 juta	+ Rp322,73
Tahun ke-4		+ Rp503,75 juta	+ Rp278,22
		+ Rp200,00 juta	+ Rp110,45

Dengan cara yang sama seperti sewaktu kita menghitung *payback period,* maka *discounted payback-nya* didapatkan 3 tahun 11.4 bulan.

2. *Average rate of return*

Metode ini menggunakan angka keuntungan menurut akuntansi, dan dibandingkan dengan rata-rata nilai investasi. Dengan menggunakan contoh yang sama (yaitu usaha divisi jasa angkutan), perhitungannya adalah sebagai berikut:t

Tahun	Investasi awal	Investasi akhir	Rata-rata investasi	Laba setelah pajak	*Rate of return*
1	Rp1.500	Rp1.175	Rp1.337,5	Rp178,75	13,36%
2	Rp1.175	Rp 850	Rp1.012,5	Rp178,75	17,65%
3	Rp 850	Rp 525	Rp 687,5	Rp178,75	26,00%
4	Rp 525	Rp 200	Rp 362,5	Rp178,75	49,00%
Jumlah			Rp3.400,0	Rp715,00	105,01%
Rata-rata			Rp 850,0	Rp178,75	21,03%

Nilai investasi akhir pada setiap tahunnya berkurang sebesar penyusutan. Sedangkan nilai rata-rata investasi merupakan penjumlahan investasi awal *plus* akhir dibagi dua.

a. Perhitungan rata-rata *rate of return* memerlukan sedikit penjelasan. Perhatikan bahwa angka tersebut tidak sama dengan (299,64%)/4 = 74,91%.

b. Perhitungan rata-rata *rate of return* ditempuh dengan cara membagi rata-rata laba setelah pajak dengan rata-rata investasi. Dengan kata lain,

$$\text{Average rate of return} = \frac{\text{Rata-rata laba setelah pajak}}{\text{Rata-rata investasi}} \times 100\%$$

$$\text{Average rate of return} = (503,75/850) \times 100\%$$
$$= 59,26\%$$

Mengapa angka yang dihasilkan berbeda? Hal tersebut disebabkan karena pengaruh *magnitude* dari pembagi yang berbeda. Di samping kelemahan dalam bentuk hasil perhitungan yang bisa berbeda kalau digunakan angka rata-rata dan dihitung setiap tahun, kelemahan mendasar dari teknik ini adalah :

a. Bagaimana menentukan tingkat keuntungan *(rate of return)* yang dianggap layak,
b. konsep ini menggunakan konsep laba akuntansi, dan bukan arus kas
c. mengabaikan nilai waktu uang.

Metode ini mengatakan bahwa semakin tinggi *average rate of return,* semakin menarik usulan investasi tersebut. Tetapi berapa batas untuk dikatakan menarik? Secara konsepsional belum ada cara untuk menentukannya. Berlainan dengan penentuan tingkat bunga yang layak dalam perhitungan NPV, terdapat model yang secara konsepsional dapat dipergunakan untuk menentukan batas *(cut off)* nilai tersebut.

Kelemahan metode *average rate of return* juga nampak dalam masalah pemilihan usulan investasi. Misalkan terdapat usulan investasi lain (kita sebut saja usulan investasi B) yang mempunyai karakteristik sebagai berikut :

Tahun	Investasi awal	Investasi akhir	Rata-rata investasi	Laba setelah pajak	*Rate of return*
1	Rp1.500	Rp1.175	Rp1.337,5	Rp 78,75	
2	Rp1.175	Rp 850	Rp1.012,5	Rp178,75	
3	Rp 850	Rp 525	Rp 687,5	Rp178,75	
4	Rp 525	Rp 200	Rp 362,5	Rp278,75	
Jumlah			Rp3.400,0	Rp715,00	
Rata-rata			Rp 850,0	Rp178,7 5	1,03*

Baik investasi divisi jasa angkutan maupun investasi B, diharapkan memberikan *average rate of return* yang sama, yaitu 59,26%. Meskipun demikian kita melihat bahwa investasi usaha ini diharapkan memberikan keuntungan yang lebih besar pada tahun 1 (yaitu Rp503, 75 dibandingkan dengan hanya Rp303,75), dan lebih kecil pada tahun ke-4, meskipun jumlahnya sama. Kalau kita memperhatikan nilai waktu uang, maka usulan investasi divisi jasa angkutan akan lebih menarik dari usulan investasi B.

3. *Internal rate of return*

Pengertian *internal rate of return* (selanjutnya disingkat IRR) dapat dijelaskan bahwa. IRR menunjukkan tingkat bunga yang menyamakan PV pengeluaran dengan PV penerimaan. Diterapkan pada contoh investasi pada divisi jasa angkutan, IRR (yang diberi notasi sebagai i), dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$1.500 = \left[\sum_{t=1}^{4} \frac{503,75}{(1+i)^t}\right] + \frac{200}{(1+i)^4}$$

Dengan *trial and error* dan interpolasi, maka akan diperoleh nilai :

	i	PV kas masuk
	16%	1.520,03
	17%	1.487,63
Selisih	1%	32,40

Yang kita inginkan adalah agar sisi kanan persamaan = Rp1 .500. Kalau kita selisihkan dengan *i* = 16% dengan PV = Rp1 .520,03, maka perbedaan Rp20,03 adalah ekuivalen dengan :

(20,03/34,40) x 1% = 0,62%

Karena itu *i* = 16% + 0,62%
= 16,62%

Decision rule metode ini adalah "terima investasi yang diharapkan memberikan IRR tingkat bunga yang dipandang layak". Kalau kita gunakan tingkat bunga yang dipandang layak (=r) = 16%, maka rencana investasi tersebut dinilai menguntungkan (karena *i* > *r).*

4. *Profitability Index*

Profitability Index menunjukkan perbandingan antara PV kas masuk dengan PV kas keluar. Dinyatakan dalam rumus,

$$\textit{Profitability Index} = \frac{\textit{PV kas masuk}}{\textit{PV kas keluar}}$$

Untuk contoh investasi yang sama, *Profitability Index* (selanjutnya disingkat Pl) bisa dihitung sebagai berikut:

Pl = 1.520,03/1.500 = 1,013

Perhatikan dalam perhitungan Pl kita harus menentukan terlebih dulu tingkat bunga yang dipandang layak (= r). Disini kita pergunakan *r* = 16%. *Decision rule* kita adalah terima investasi yang diharapkan memberikan Pl ≥ 1,0

5. *Net Present Value*

Diilustrasikan kita saat ini membeli sebidang tanah dengan harga Rp50 juta. Selesai kita bayar, suatu perusahaan menghubungi kita dan mengatakan bahwa perusahaan tersebut bersedia membeli tanah tersebut **tahun depan** dengan harga Rp60 juta.

Apakah dengan demikian kita bisa mengatakan bahwa kita memperoleh "laba" sebesar Rp10 juta?

Jawabnya adalah "tidak", karena kita perlu memperhatikan **nilai waktu uang** (yang sudah kita bahas pada Manajemen Keuangan 1).

Kalau kita akan menerima Rp60 juta satu tahun yang akan datang, berapa nilai sekarang *(present value)* penerimaan tersebut?

Kalau kita pertimbangkan bahwa tingkat bunga yang relevan adalah 15%, maka *present value* (selanjutnya disingkat PV) adalah,

PV = 60/(1 + 0, 15)
= Rp52, 17 juta

Dengan demikian selisih antara PV penerimaan dengan PV pengeluaran (disebut sebagai *Net Present Value,* dan disingkat NPV), adalah

NPV = Rp52, 17 - Rp50,00
= Rp2,17 juta

NPV yang positif menunjukkan bahwa PV penerimaan > PV pengeluaran.

Karena itu NPV yang positif berarti investasi yang diharapkan akan meningkatkan kekayaan pemodal. Karenanya investasi tersebut dinilai menguntungkan. Dengan demikian maka *decision rule* kita adalah, *"terima suatu usulan investasi yang diharapkan memberikan NPV yang positif, dan tolak kalau memberikan NPV yang negatif* ".

Bagaimana kalau NPV = O ? Dalam praktiknya akan sangat sulit untuk memperoleh hasil seperti itu, tetapi secara teoritis dimungkinkan. Dalam keadaan tersebut kita harus mengingat apakah penentuan tingkat bunga yang kita anggap relevan dalam penghitungan NPV telah mempertimbangkan unsur risiko. Kalau sudah, maka investasi tersebut juga seharusnya kita terima.

Dengan demikian penghitungan NPV memerlukan dua kegiatan penting, yaitu

a. Menaksir arus kas,
b. Menentukan tingkat bunga yang dipandang relevan.

Berikut ini diberikan contoh numerikal untuk investasi yang mempunyai usia ekonomis lebih dari satu tahun. Misalkan suatu perusahaan jasa akan membuka divisi baru, yaitu divisi jasa transportasi

Divisi tersebut akan dimulai dengan 50 buah kendaraan, dan karena akan dipergunakan untuk tsb, mobil-mobil tersebut bisa dibeli dengan harga Rp30 juta per unit dengan usia ekonomis selama 4 tahun, dengan nilai sisa sebesar Rp4 juta. Untuk mempermudah analisis, akan dipergunakan metode penyusutan garis lurus. Kendaraan tersebut akan dioperasikan selama 300 hari dalam satu tahun, setiap hari pengemudi dikenakan setoran Rp50.000. Berbagai biaya yang bersifat tunai (seperti penggantian ban, kopling, rem, penggantian oli, biaya perpanjangan STNK, dan sebagainya) sebesar Rp3.000.000. Berapa NPV usaha kendaraan tersebut, kalau perusahaan sudah terkena tarif pajak penghasilan sebesar 35%?

Penghasilan	300 x 50 x Rp50.000		Rp750,00 juta
Biaya-biaya			
Yang bersifat tunai	= 50 x Rp3 juta	Rp150,00 juta	
Penyusutan	= 50 x Rp6,5 juta	Rp325,00 juta	
Total			Rp475,00 juta
Laba operasi			Rp275,00 juta
Pajak (35%)			Rp 96,25 juta
Laba setelah pajak			Rp178,75 juta

Penyusutan per tahun dihitung dengan cara sebagai berikut:

$$\textit{Penyusutan per tahun} = \frac{\textit{Harga perolehan - nilai sisa}}{\textit{Usia ekonomis}}$$

Penyusutan/tahun = (Rp1.500 juta - Rp200 juta)/4
= Rp325 juta

Sedangkan taksiran kas masuk bersih operasi *(operational net cash inflow,* atau secara umum disebut sebagai *operating cash flow*) per tahun adalah

Rp178,75 + Rp325 juta = Rp503,75 juta.

Di samping itu pada tahun ke- 4 diperkirakan akan terjadi kas masuk karena nilai sisa sebesar 50 x Rp4 juta = Rp200 juta. Karena itu arus kas investasi tersebut diharapkan akan sebagai berikut:

Tahun ke	Kas keluar	Kas masuk
Tahun ke-0	-Rp1.500 juta	
Tahun ke-1	-	+ Rp503,75 juta
Tahun ke-2	-	+ Rp503,75 juta
Tahun ke-3	-	+ Rp503,75 juta
Tahun ke-4	-	+ Rp503,75 juta
		+ Rp200,00 juta

$$NPV = -1.500 + \left[\sum_{i=1}^{4} \frac{503,75}{(1+0,16)^{1}}\right] + \frac{200}{(1+0,16)^{4}}$$

NPV = -1.500 + 1.409,58 + 110,45
= -1.500 + 1.520,03
= +Rp20,03 juta

Karena investasi tersebut diharapkan memberikan NPV yang positif, maka investasi tersebut diterima

Metode Mana yang Lebih Baik?

Dua metode yang pertama, yaitu *average rate of return* dan *payback period,* mempunyai kelemahan yang sama, yaitu mengabaikan nilai waktu uang. Padahal, kita mengetahui bahwa uang mempunyai nilai waktu. Dua metode yang terakhir, yaitu IRR dan PI, mempunyai persamaan yaitu memperhatikan nilai waktu uang dan menggunakan dasar arus kas. Meskipun demikian kita akan melihat adanya beberapa kelemahan metodemetode tersebut.

Kelemahan metode IRR

Kelemahan pertama adalah bahwa *i* yang dihitung akan merupakan angka yang sama untuk setiap tahun usia ekonomis. Perhatikan bahwa i = 16,62% berarti bahwa IRR1 = IRR2 = IRR3 = IRR4 = 16,62%. Metode IRR tidak memungkinkan menghitung IRR yang (mungkin) berbeda setiap tahunnya. Padahal secara teoritis dimungkinkan terjadi tingkat bunga yang berbeda setiap tahun.

Sebagai misal, bisa saja ditaksir bahwa r1=16%, *r2=15%, r3* =17%, dan *r4* = 13%. Dengan menggunakan *r* yang berbeda setiap tahunnya, NPV tetap bisa dihitung, tetapi IRR tidak mungkin dihitung.

Kelemahan yang kedua adalah bisa diperoleh *i* yang lebih dari satu angka *(multiple /RR).* Perhatikan contoh berikut ini:

Tahun	0	1	2
Arus kas	-Rp16 juta	+ Rp10,0 juta	- Rp10,00 juta

Perhatikan bahwa terjadi dua kali pergantian tanda arus kasnya. Persoalan tersebut bisa dirumuskan sebagai berikut:

$$1{,}6 = \frac{10}{(1+i)} - \frac{10}{(1+i)^2}$$

Kalau kita hitung, kita akan memperoleh dua nilai *i* yang membuat sisi kiri persamaan sama dengan nilai sisi kanan persamaan. Nilai-nilai *i* adalah:

i_1 = 4,00 (artinya 400%),
i_2 = 0,25 (artinya 25%).

Dengan demikian timbul masalah, yaitu *i* mana yang akan kita pergunakan. Kalau kita pilih i_1, maka investasi akan dikatakan menguntungkan apabila $r < 400\%$ (misal 30%).

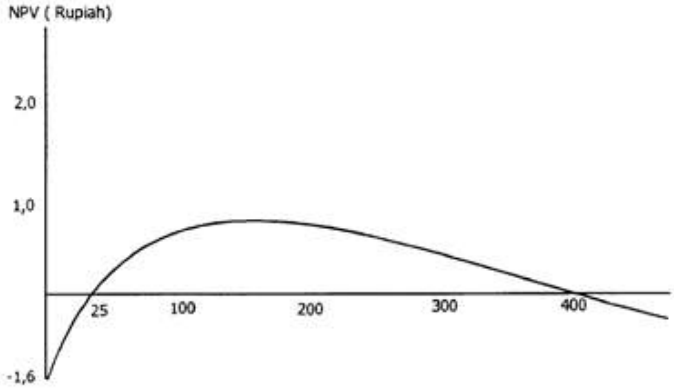
Sebaliknya kalau dipergunakan i_2, maka investasi dikatakan tidak menguntungkan kalau $r = 30\%$. Bahkan keputusan akan salah kalau misalnya $r = 20\%$, sehingga kita menyimpulkan investasi tersebut menguntungkan baik dipergunakan i_1 maupun i_2

Hal tersebut terjadi karena NPV investasi tersebut kalau digambarkan akan nampak sebagaimana pada Gambar 12.1. Gambar tersebut menunjukkan justru kalau $r < 25\%$, maka NPV investasi tersebut negatif (artinya investasi harus ditolak).

Kelemahan yang ketiga adalah pada saat perusahaan harus memilih proyek yang bersifat *mutually exclusive* (artinya pilihan yang satu meniadakan pilihan lainnya). Untuk itu perhatikan contoh berikut ini (arus kas dalam rupiah).

Proyek	Tahun 0	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	NPV (r = 18%)	IRR
A	-1.000	+ 1.300	+ 100	+ 100	234,37	42%
B	-1.000	+ 300	+ 300	+ 1.300	260,91	30%

Kalau kita perhatikan NPV-nya, maka proyek A seharusnya dipilih karena memberikan NPV terbesar. Sedangkan kalau kita menggunakan IRR, kita akan memilih B karena proyek tersebut memberikan IRR yang lebih tinggi.



Gambar IRR ganda

Pertanyaannya tentu saja adalah, apakah kita seharusnya memilih A (sesuai dengan kriteria NPV) ataukah memilih B (sesuai dengan kriteria IRR). Untuk itu persoalan tersebut bisa dimodifikasikan sebagai berikut:

Proyek	Tahun 0	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	NPV (r = 18%)	IRR
A	-1.000	+ 1,300	+ 100	+ 100	234,37	42%
B	-1.000	+ 300	+ 300	+ 1.300	260,91	30%
B minus A	0	- 1.000	+ 200	+ 1.200	26,53	20%

B minus A artinya adalah bahwa kita menerima B dan menolak A. Kalau kita melakukan hal tersebut. maka pada tahun 1 kita akan menerima Rp1 .000 lebih kecil, tetapi pada tahun ke-2 dan ke-3, berturut-turut kita akan menerima Rp200 dan Rp1 .200 lebih besar. Tingkat bunga yang menyamakan pola arus kas *incremental* (atau selisih) ini adalah 20% (disebut juga *incremental IRR-nya* 20%). Kalau tingkat bunga yang layak adalah 18%, bukankah pantas kalau kita menerima B dan menolak A? Kita lihat juga bahwa NPV dari arus kas *incremental* tersebut adalah + Rp26,53. Berarti dalam situasi *mutually exclusive* kita mungkin salah memilih proyek kalau kita menggunakan kriteria IRR. Penggunaan IRR akan tepat kalau dipergunakan *incremental /RR.*

Kelemahan metode Pl

Metode Pl akan selalu memberikan keputusan yang sama dengan NPV kalau dipergunakan untuk menilai usulan investasi yang sama. Tetapi kalau dipergunakan untuk memilih proyek yang *mutually exclusive,* metode Pl bisa kontradiktif dengan NPV. Untuk itu perhatikan contoh berikut ini:

Proyek	PV kas keluar (investasi)	PV kas masuk	NPV	PI
C	-Rp1.000	+ Rp1.100	+ Rp100	1,10
D	-Rp 500	+ Rp 560	+ Rp 60	1,12

Tabel di atas menunjukkan bahwa kalau dipergunakan kriteria NPV, maka proyek C dipilih, tetapi dengan kriteria Pl, proyek D yang dipilih. Masalah ini memang sering membingungkan para mahasiswa karena bukankah proyek D memberikan "keuntungan" Rp60 dari investasi Rp500, sedangkan C memang memberikan "keuntungan" Rp100 tetapi dari investasi Rp1 .000? Mengapa harus memilih C?

Sebenarnya "kebingungan" tersebut berasal dari asumsi yang mendasarinya. Kalau perusahaan bisa memilih antara C atau D, maka tentunya perusahaan memiliki dana minimal Rp1.000. Kalau kurang dari Rp1.000, perusahaan tidak akan bisa mengambil proyek C. Dengan demikian, persoalan bisa dirumuskan sebagai berikut. Seandainya perusahaan memiliki dana sebesar Rp1 .000, dan tidak ada proyek-proyek lain selain C dan D, proyek mana yang akan dipilih? C atau D? Jawabnya jelas C.

Secara umum sebenarnya kriteria NPV mengisyaratkan bahwa perusahaan seharusnya memilih proyek-proyek yang akan memaksimumkan NPV.

Secara teoritis penggunaan NPV akan memberikan hasil yang terbaik dalam penilaian profitabilitas investasi. Di samping itu, NPV menunjukkan tambahan kemakmuran riil yang diperoleh oleh pemodal dengan mengambil suatu proyek. Apabila kita kaitkan dengan tujuan normatif manajemen keuangan, yaitu untuk meningkatkan kemakmuran pemilik perusahaan, maka NPV konsisten dengan tujuan normatif tersebut.

1.5. Investasi Penggantian

Misalkan suatu perusahaan sedang mempertimbangkan untuk mengganti mesin lama dengan mesin baru yang lebih efisien (ditunjukkan dari biaya operasi yang lebih rendah). Nilai buku mesin lama sebesar Rp80 juta, dan masih bisa dipergunakan empat tahun lagi, tanpa nilai sisa. Untuk keperluan analisis dan pajak, metode penyusutan garis lurus dipergunakan. Kalau mesin baru dipergunakan, perusahaan bisa menghemat biaya operasi sebesar Rp25 juta per tahun. Mesin lama kalau dijual saat ini diperkirakan juga

akan laku terjual dengan harga Rp80 juta. Anggaplah bahwa usia ekonomis mesin baru juga empat tahun.

Kalau kita ingin menggunakan penaksiran kas secara *incremental* (selisih atau perbedaan), maka kita bisa melakukan sebagai berikut. Kalau mesin lama diganti dengan mesin baru, maka akan terdapat *tambahan* pengeluaran sebesar Rp120- Rp80 juta = Rp40 juta. Taksiran arus kas operasional per tahun adalah sebagai berikut:

Tambahan keuntungan karena penghematan biaya operasional			Rp25,0 juta
Tambahan penyusutan:	Mesin baru	Rp30 juta	
	Mesin lama	Rp20 juta	Rp10,0 juta
Tambahan laba sebelum pajak			Rp15,0 juta
Tambahan pajak (misal 30%)			Rp 4,5 juta
Tambahan laba setelah pajak			Rp10,5 juta
Tambahan kas masuk operasional = Rp10,5 + Rp10			Rp20,5 juta

Apabila tingkat bunga yang relevan (r) = 20%, maka perhitungan NPV adalah sebagai berikut:

$$NPV = -40 + \sum_{t=1}^{4} \frac{20,5}{(1+0,20)^t}$$

$$= \quad -40 \; + \; 53,07$$

$$= \quad +Rp13,07 \; juta$$

Karena NPV positif, maka penggantian mesin dinilai menguntungkan.

1.6. Pemilihan Investasi dengan Umur Berbeda

Apabila usia ekonomis tidak sama analisis *incremental* dengan cara contoh di atas tidak bisa dilakukan. Hal tersebut dikarenakan ada perbedaan *incremental cash flow* pada tahuntahun pada saat (umumnya) usia ekonomis mesin lama sudah berakhir, sedangkan mesin baru masih beroperasi. Untuk itu perhatikan contoh berikut ini:

- Suatu perusahaan transportasi sedang mempertimbangkan untuk mengganti bis lama dengan bis baru. Perusahaan saat ini terkena tarif pajak penghasilan sebesar 35%, dan untuk memudahkan analisis, penyusutan dilakukan dengan metode garis lurus. Perbandingan antara bis lama dengan bis baru adalah sebagai berikut:

	Bis lama	Bis baru
Harga bis	Rp50 juta	Rp80 juta
Usia ekonomis	5 tahun	5 tahun
Nilai residu	Rp 5 juta	Rp10 juta
Biaya-biaya tunai per tahun	Rp50 juta	Rp45 juta
Penghasilan per tahun	Rp80 juta	Rp80 juta

Tingkat keuntungan yang dipandang layak adalah 18%. Apakah perusahaan sebaiknya mengganti bis lama dengan bis baru? Analisis baik dengan menggunakan NPV masing-masing bis maupun *incremental-nya* akan nampak sebagai berikut:

Taksiran operational *cash flow* setiap tahun.

	Bis lama	Bis baru
Penghasilan	Rp80,00 juta	Rp90,00 juta
Biaya-biaya		
Penyusutan	Rp 9,00 juta	Rp10,00 juta
Yang bersifat tunai	Rp50,00 juta	Rp45,00 juta
Total	Rp59,00 juta	Rp55,00 juta
Laba sebelum pajak	Rp21,00 juta	Rp35,00 juta
Pajak penghasilan	Rp 7,35 juta	Rp12,25 juta
Laba setelah pajak	Rp13,65 juta	Rp22,75 juta
Arus kas masuk bersih	Rp22,65 juta	Rp32,75 juta

Dengan demikian maka,

$$NPV_{Bis\,lama} = -50 + \sum_{t=1}^{5} \frac{22{,}65}{(1+0{,}18)^t} + \frac{5}{(1+0{,}18)^7} = 23{,}0$$

$$NPV_{Bis\,baru} = -80 + \sum_{t=1}^{7} \frac{32{,}75}{(1+0{,}18)^t} + \frac{5}{(1+0{,}18)^7} = 47{,}9$$

Karena NPV bis baru lebih besar, maka penggantian bis lama dapat dibenarkan *NPV incremental-nya* dapat dihitung sebagai berikut. Kalau perusahaan mengganti bis lama dengan bis baru, perusahaan harus mengeluarkan tambahan investasi senilai Rp30 juta. Di samping itu taksiran tambahan kas masuk bersih setiap tahun dari tahun 1 s/d 5 adalah sebagai berikut:

	Incremental pertahun
Tambahan penghasilan	Rp10,0 juta
Penghematan biaya tunai	Rp 5,0 juta
Tambahan penyusutan	Rp 1,0 juta
Penghematan biaya	Rp 4,0 juta
Tambahan laba sebelum pajak	Rp14,0 juta
Tambahan pajak penghasilan	Rp 4,9 juta
Tambahan laba setelah pajak	Rp 9,1 juta
Tambahan kas masuk bersih	Rp10,1 juta

Tambahan kas masuk bersih per tahun, dari tahun 1 s/d 5, adalah Rp10,1 juta. Disamping itu, pada tahun ke-5, apabila bis lama diganti dengan bis baru, akan menimbulkan arus kas -Rp5,0 juta dari kehilangan penjualan nilai residu bis lama. Sedangkan pada tahun ke-6 diharapkan akan memperoleh Rp32,75 juta, dan pada tahun ke-7 juga sebesar Rp32,75 juta plus Rp10 juta nilai residu bis baru. Dengan demikian perhitungan NPV *incremental-nya* adalah sebagai berikut:

$$NVP_{inc} = -30 + \sum_{t=1}^{5} \frac{10,1}{(1+0,18)} - \frac{5}{(1+0,18)^5} + \frac{32,75}{(1+0,18)^6} + \frac{32,75}{(1+0,18)^7} + \frac{10}{(1+0,18)^7}$$

$$NPV_{incremental} = -30 + 54,9$$
$$= + 24,9$$

Dengan demikian penggantian bis lama dengan bis baru akan memberikan NPV yang positif. Perhatikan bahwa NPV *incremental* sama dengan selisih NPV bis baru dengan bisa lama.

1.7. Masalah Keterbatasan Dana (*Capital Rationing)*

Untuk membuat anggaran modal yang optimal, perusahaan harus memilih proyek-proyek yang memiliki NPV positif (atau IRR > biaya modal, kalau proyek bersifat independen). Tapi beberapa perusahaan mengalami keterbatasan dana (*Capital Rationing*), sehinggga tidak dapat membiayai seluruh proyek yang ada dalam anggaran modal yang optimal. Pada kondisi Cpital Rationing, tujuan manajemen perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan dengan kendala biaya atau memilih proyek-proyek yang menguntungkan dengan batasan dana yang tersedia. Dengan kata lain, manajemen tidak sejkedar memilih sejumlah proyek (yang masih dapat dibiayai dengan dana yang ada) yang menghasilkan NPV terbesar.

Contoh 1 :

1. Perusahaan dihadapkan pada terbatasnya modal yang tersedia Rp. 20.000.000. dengabn tujuh usulan investasi yang independen. Usulan-usulan investasi mana yang harus dipilih ?

   Usulan Kesempatan investasi adalah sebagai berikut :

Usulan Investasi	Indeks Profitabilitas	Pengeluaran Modal yang Dibutuhkan
1	0,97	Rp. 3.000.000
2	1,16	3.500.000
3	1,14	2.500.000
4	1,25	8.000.000
5	1,08	2.000.000
6	1,09	3.500.000
7	1,19	2.000.000

   Menyusun urutan Indeks Profitabilitas dan pengeluaran modal kumulatifnya :

Usulan Investasi	Indeks Profitabilitas	Pengeluaran Modal yang dibutuhkan	Pengeluaran Modal Kumulatif
4	1,25	Rp. 8.000.000	Rp. 8.000.000
7	1,19	2.000.000	10.000.000
2	1,16	3.500.000	13.500.000
3	1,14	2.500.000	16.000.000
6	1,09	3.500.000	19.500.000
5	1,08	2.000.000	21.500.000
1	0,97	3.000.000	24.500.000

   Dengan Capital Rationing kita akan memilih 5 usulan urutan pertama dengan pengeluaran modal kumulstif Rp. 19.5000.000,- dan tidak perlu menerima seluruh urutan investasi walaupun IP > 1.

   Aspek kritis pengeluaran modal dibatasui oleh plafon anggaran, tanpa memperdulikan sejumlah kesempatan investasi yang menarik.

Contoh 2

2. Anggaran modal terbatas sebesar Rp. 4.500.000.

Usulan Investasi	Indeks Profitabilitas	Pengeluaran Modal yang Dibutuhkan
4	1,16	Rp. 3.000.000
1	1,13	1.875.000
2	1,11	2.625.000
3	1,10	2.250.000
5	1,09	1.700.000

NPV dari ususlan 1 dan 2 adalah :

Usulan 1 : Rp. 1.875.000,- (1,13-1) = Rp. 243.750,-

Usulan 2 : Rp. 2.625.000,- (1,11-1) = Rp. 288.750,- +

NPV = Rp. 532.500,-

NPV usulan 4 adalah :

Usulan 4 : Rp. 3.000.000,- (1,16-1) = Rp. 480.000,-

Perusahaan akan menerima usulan 1 dan 2 daripada uisuslan 4 , karena :

NPV ususlan 1 dan 2 ternyata lebih besar daripada NPV ususlan 4, dan kita dapat menggunakan lebih banyak modal dari anggaran yang tersedia.

Contoh 3 :

1. Misalkan perusahaan menghadapi beberapa proyek yang disusun peringkatnya sesuai dengan *Profitability Index* (Pl) proyek-proyek tersebut.

Proyek	3	1	2	4
PI	1,15	1,13	1,11	1,08
Investasi awal	Rp200	Rp125	Rp175	Rp150

Apabila dana terbatas hanya sebesar Rp300, maka proyek yang sebaiknya diambil adalah proyek 1 dan 2, bukan proyek 3. Mengapa? Hal ini disebabkan karena meskipun Pl proyek 3 yang tertinggi, tetapi dengan mengambil proyek 1 dan 2, perusahaan diharapkan akan memperoleh NPV yang lebih besar (yaitu Rp16,25 + Rp19,25 = Rp35,5), dibandingkan dengan kalau mengambil proyek 1 (NPV-nya hanya sebesar Rp30).

Batasan dana yang tetap untuk suatu periode biasanya jarang terjadi. Hal ini disebabkan karena dengan berjalannya waktu, proyek yang sedang dilaksanakan mungkin telah menghasilkan kas masuk bersih, dan arus kas tersebut bisa dipergunakan untuk menambah anggaran yang ditetapkan.

Masalah yang timbul dalam keadaan keterbatasan dana adalah penentuan *opportunity cost. Opportunity cost* menunjukkan biaya yang ditanggung perusahaan karena memilih suatu alternatif. Contoh di atas menunjukkan bahwa perusahaan tidak bisa mengambil proyek 1 dan 4, dan memilih alternatif proyek 2 dan 3.

Misalkan semua proyek tersebut dihitung dengan menggunakan r-18%. Apakah *opportunity cost* proyek-proyek tersebut sebesar 18%? Jawabnya jelas tidak. Berapa "kerugian" yang ditanggung perusahaan karena tidak bisa mengambil proyek 1 dan 4 hanya karena tidak mempunyai dana yang cukup? Jelas lebih dari 18%. lnilah sebenarnya *opportunity cost* karena perusahaan tidak memiliki dana yang cukup.

1.8. Faktor Risiko dalam Investasi

Meskipun telah dijelaskan bahwa pemodal seharusnya menerima suatu proyek yang diharapkan memberikan NPV yang positif, tidak berarti bahwa pemodal tersebut pasti akan menjadi lebih kaya. Masalahnya adalah karena rencana investasi yang dianalisis merupakan rencana di masa yang akan datang. Tidak ada jaminan bahwa arus kas yang kita harapkan benar-benar akan terealisir sesuai dengan harapan tersebut. Selalu ada unsur ketidak-pastian, selalu ada risiko yang menyertai suatu investasi.

Bahkan dalam teori keuangan disebutkan bahwa seseorang bisa menjadi lebih kaya dibandingkan dengan yang lain adalah karena ia bersedia menanggung risiko yang lebih besar. Mereka yang bersedia menanggung risiko yang lebih besar mempunyai peluang yang lebih besar untuk menjadi lebih kaya (dan juga untuk menjadi lebih miskin). Masalahnya adalah bagaimana kita merumuskan risiko dalam investasi modal.

Pada garis besarnya ada dua pendekatan untuk memasukkan faktor risiko dalam investasi. Yang pertama adalah mengukur risiko dalam bentuk ketidak-pastian arus kas, dan yang kedua menggunakan konsep hubungan yang positif antara risiko dengan tingkat keuntungan yang dipandang layak. Pendekatan yang kedua ini merupakan penerapan *Capital Asset Pricing Model* (CAPM).
Bagian ini hanya membicarakan risiko dalam pengertian ketidak-pastian arus kas.

Risiko dalam Artian Ketidak-pas dan Arus Kas

Pendekatan ini menggunakan dasar pemikiran bahwa semakin tidak pasti arus kas suatu investasi, semakin berisiko investasi tersebut. Dengan demikian analisis akan dipusatkan pada arus kas. Dengan memperkirakan distribusi arus kas tersebut, bagaimana probabilitas proyek tersebut akan menghasilkan NPV negatif? Bagaimana kita bisa memperkirakan ketidak-pastian arus kas? Pertanyaan-pertanyaan tersebut merupakan pertanyaan-pertanyaan yang dicoba dijawab oleh metode ini.

Ketidak-pastian Arus Kas.

Apa bila kita pasti akan menerima sejumlah uang tertentu di masa yang akan datang,kita akan mengatakan bahwa penerimaan tersebut mempunyai sifat pasti *(certainty).* Karena itu investasi yang mempunyai karakteristik seperti itu dikatakan bersifat bebas risiko. Sayangnya sebagian besar (kalau tidak seluruhnya) investasi pada aktiva riil (membangun pabrik, meluncurkan produk baru, membuka usaha dagang baru, dan sebagainya) merupakan investasi yang mempunyai unsur ketidak-pastian atau mempunya unsur risiko.

Kalau kita berbicara tentang masa yang akan datang, dan ada unsur ketidak-pastian, maka kita hanya bisa mengatakan tentang nilai yang diharapkan *(expected value).*

Sedangkan kemungkinan menyimpang dari nilai yang diharapkan diukur dengan deviasi standar. Secara formal kedua parameter tersebut bisa dinyatakan sebagai berikut:

$$E(V) = \sum_{t=1}^{n} V_i P_i$$

Dalam hal ini E(V) adalah nilai yang diharapkan, Vi adalah nilai pada distribusi ke-i (i = 1 ... n), dan P1 adalah probabilitas ke-i.

$$\sigma = \sqrt{\sum_{t=1}^{n} (V_i - E(V))^2 P_i}$$

Dalam hal ini α adalah deviasi standar distribusi nilai tersebut.

Misalkan ada dua proyek, A dan B, yang (untuk mudahnya) mempunyai usia ekonomis hanya satu tahun. Karakteristik arus kas untuk kedua proyek tersebut adalah sebagai berikut:

Usulan investasi A		Usulan investasi B	
Probabilitas	Arus kas	Probabilitas	Arus kas
0,10	Rp3.000	0,05	Rp3.000
0,20	Rp4.000	0,20	Rp4.000
0,40	Rp5.000	0,50	Rp5.000
0,20	Rp6.000	0,20	Rp6.000
0,10	Rp7.000	0,05	Rp7.000

Dengan menggunakan kedua rumus di atasbisa dihitung bahwa,

$E(V_A) = Rp5.000$
$E(V_B) = Rp5.000$

Sedangkan,

$\sigma_A = 1.095$
$\sigma_B = 894$

Dengan demikian investasi A dinilai lebih berisiko dibandingkan investasi B.

Apabila E(V) dari kedua investasi tersebut tidak sama, maka penggunaan cr sebagai indikator risiko menjadi sulit dilakukan. Untuk itu kemudian dipergunakan *coefficient of variation,* yang merupakan perbandingan antara cr/E(V). Misalkan kita mempunyai informasi sebagai berikut:

	C	D
E(V)	1.000	1.500
σ	400	500
Coeff. of var.	0,40	0,33

Mereka yang menggunakan *coefficient of variation* mengatakan bahwa proyek C lebih berisiko dibandingkan dengan D, karena *coefficient of variation-nya* lebih besar.

Operating risk dan ketidak-pastian arus kas

Apa yang menyebabkan suatu perusahaan mempunyai ketidak-pastian arus kas yang lebih besar dari perusahaan lain? Apabila faktor pendanaan kita pegang konstan (artinya perusahaan menggunakan struktur pendanaan yang sama, atau menggunakan modal sendiri seluruhnya), perusahaan yang mempunyai *operating risk* (risiko operasi) yang tinggi berarti bahwa laba operasi (yang menjadi sumber kas masuk) sangat peka terhadap perubahan penjualan. Dengan kata lain, perubahan penjualan yang kecil akan mempengaruhi laba operasi cukup besar. Mengapa bisa demikian?

Penyebabnya adalah faktor *operating leverage. Operating leverage* menunjukkan penggunaan aktiva yang menimbulkan biaya tetap *(fixed cost).* Biaya tetap adalah biaya yang tidak berubah meskipun aktivitas perusahaan berubah. Lawan dari biaya tetap adalah biaya variabel *(variable cost).* Biaya ini ikut berubah kalau aktivitas perusahaan berubah. Untuk memudahkan analisis, seringkali perubahan biaya variabel ini dianggap proporsional.

Contoh biaya tetap misalnya gaji para pimpinan, beban penyusutan, dan lain-lain. Sedangkan contoh biaya variabel misalnya biaya bahan baku, biaya bahan penolong, komisi penjualan, dan lain-lain. Pemikiran yang digunakan adalah bahwa biaya-biaya yang ditanggung oleh perusahaan bisa dibagi menjadi biaya tetap dan biaya Variabel.

Dengan menggunakan asumsi bahwa (1) biaya variabel per unit konstan, (2) harga jual per unit konstan, dan (3) biaya tetap total konstan sepanjang kapasitas produksi, maka keadaan tersebut bisa digambarkan di halaman berikutnya.

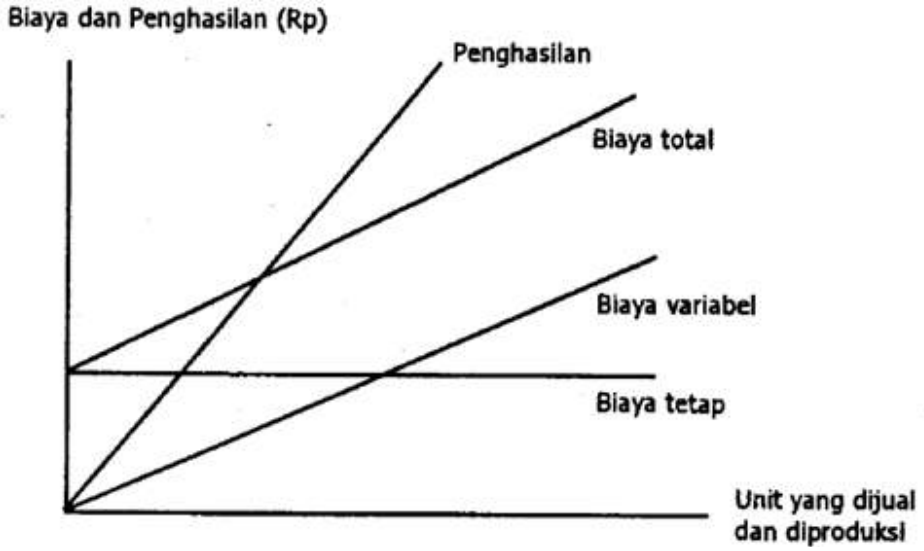
Kita lihat bahwa pada suatu titik tertentu akan terdapat situasi dimana penghasilan sama dengan total biaya (disini biaya-biaya adalah biaya operasi, tidak termasuk biaya karena menggunakan hutang). Pada jumlah produksi dan penjualan itulah dikatakan bahwa perusahaan berada dalam keadaan impas *(break-even).* Bagaimana memperoleh titik impas *(break even point)* tersebut?

Apabila

V = Biaya variabel per unit
FC = Biaya tetap total (artinya bukan per unit)
P = Harga jual per unit
Q = Unit yang dihasilkan dan dijual
R = Penghasilan yang diterima dari penjualan
TC = Biaya total, yaitu biaya tetap total *plus* biaya variabel total,

Maka titik impas tercapai pada saat R = TC. lni berarti bahwa,

PQ = FC + VQ
FC = PQ - VQ
FC = Q(P-V)
Q = FC/(P-V)



Untuk menjelaskan konsep tersebut, perhatikan contoh berikut ini. Misalkan PT. ANNA mempunyai karakteristik biaya dan penghasilan sebagai berikut. Penjualan diperkirakan bisa mencapai 1.000 unit dalam satu tahun. Harga jual Rp1 .000 per unit. Biaya tetap selama satu tahun sebesar Rp300.000. Biaya variabel Rp500 per unit. Berapa laba operasi yang diharapkan pada penjualan sebesar 1.000 unit?

Laba operasi = Penghasilan - Total Biaya
= (1.000 x Rp1 .000) - [Rp300.000+(1.000 x Rp500)]
= Rp1 .000.000 - Rp800.000
= Rp200.000

Perusahaan yang lain, PT. PARAMITA, juga mengharapkan akan mampu menjual 1.000 unit dalam satu tahun, dengan harga jual jug a Rp1 .000. Bedanya adalah bahwa biaya tetap perusahaan tersebut mencapai Rp500.000 per tahun, sedangkan biaya variabel Rp300 per unit. Kalau kita hitung laba operasi pada penjualan sebesar 1.000 unit, maka kita akan memperoleh angka yang sama dengan PT. ANNA, yaitu Rp200.000. Meskipun demikian, kalau kita hitung titik impas kedua perusahaan tersebut kita akan memperoleh hasil yang berbeda.

Untuk PT. ANNA,

Q = 300.000/(1.000 - 500)
= 600 unit

Untuk PT. PARAMITA,

Q = 500.000/(1.000 - 300)
= 714 unit

Kita lihat bahwa titik impas PT. PARAMITA lebih besar apabila dibandingkan dengan PT. ANNA. Hal tersebut menunjukkan bahwa risiko PT. PARAMITA lebih besar daripada PT. ANNA. Untuk melihat ketidak-pastian arus kas, kita bisa melakukan analisis terhadap laba operasi perusahaan2. Misalkan penjualan menurun sebesar 10%. Apa yang terjadi terhadap laba operasi kedua perusahaan tersebut ?

	PT. ANNA	PT. PARAMITA
Penurunan penjualan	10%	10%
Penjualan yang baru	Rp900.000	Rp900.000
Biaya-biaya:		
Tetap	Rp300.000	Rp500.000
Variabel	Rp450.000	Rp270.000
Total	Rp750.000	Rp770.000
Laba operasi	Rp150.000	Rp130.000
Penurunan laba operasi	25%	35%
Perbandingan antara penurunan laba operasi dengan penurunan penjualan (disebut *degree of operating leverage)*	2,50	3,50

Kita lihat bahwa penurunan laba operasi untuk PT. PARAMITA lebih besar dari PT.ANNA. Rasio antara penurunan laba operasi dengan penurunan penjualan disebut sebagai *degree of operating leverage* (selanjutnya disingkat DOL). Dalam contoh kita, $DOL_{PARAMITA} > DOL_{ANNA}$.

lni menunjukkan bahwa arus kas PT. PARAMITA lebih tidak pasti.

Secara mudah akan dikatakan bahwa perusahaan yang mempunyai *operating leverage* yang tinggi akan mempunyai risiko yang tinggi pula. PT. PARAMITA mempunyai *operating leverage* yang tinggi karena proporsi biaya tetapnya lebih besar apabila dibandingkan dengan PT. ANNA.

Untuk menghitung DOL pada tingkat penjualan tertentu, rumus berikut ini bisa dipergunakan.

$$DOL \text{ pada } X \text{ unit} = \frac{X(P-V)}{X(P-V) - FC}$$

Satu hal yang perlu disadari adalah bahwa risiko tersebut mempunyai dua sisi. Artinya, kalau terjadi kenaikan penjualan maka penambahan laba operasi PT. PARAMITA juga lebih besar. Kita tidak mengatakan bahwa perusahaan yang berisiko lebih besar adalah perusahaan yang lebih jelek. Perusahaan yang berisiko lebih besar berarti bahwa arus kasnya lebih tidak pasti. Kemungkinan menyimpang dari yang diharapkan adalah lebih besar. Meskipun demikian perlu diingat bahwa penyimpangan tersebut bisa menjadi lebih kecil ataupun lebih besar.

1.9. Soal dan Penyelesaian

Soal :

- PT Duta merencanakan sebuah proyek investasi yang diperkirakan akanmenghabiskan dana sebesar Rp750.000.000. Dana tersebut Rp100.000.000merupakan modal kerja dan sisanya merupakan modal tetap mempunyai umur ekonomis 5 tahun. Proyeksi penjualan selama usia ekonomis diperkirakan sebagai berikut :

Tahun	Pendapatan
1	400.000.000
2	450.000.000
3	500.000.000
4	5500.000.000
5	600.000.000

  Struktur biaya pada proyek ini adalah biaya variabel !0& dan biaya tetap tunai selain penyususstan sebesar 20.000.000 per tahun. Pajak yang diperhitungkan 40% dantingkat yang diharapkan 18%. Dari data tersebut apakah proyek investasi tersebut layak dijalankan? Gunakan 5 metode penilaian

Penyelesaian :

Perhitungan laba setelah pajak dan cashflow (dalam ribuan)

KETERANGAN	Tahun1	Tahun2	Tahun3	Tahun4	Tahun5
Penjualan	400.000	450.000	500.000	550.000	600.000
Biaya Variabel	160.000	180.000	200.000	220.000	240.000
Bia Tetap Tunai	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000
Penyusutan	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000
Total Biaya	280.000	300.000	320.000	340.000	360.000
Laba Sbl Pajak	120.000	150.000	180.000	210.000	240.000
Pajak 30%	36.000	45.000	54.000	63.000	72.000
Laba Setelah Pajak	84.000	105.000	126.000	147.000	168.000
Penyusutan	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000
Nilai Residu	-	-	-	-	150.000
Modal Kerja	-	-	-	-	100.000
Cashflow	184.000	205.000	226.000	247.000	518.000

Analisa Kelayakan :

1. Accounting Rate of Return :

$$ARR \quad ¿\frac{(84.000+105.000+126.000+147.000+168.000)/5}{(750.000+150.000)/2} \times 100\% = 28\%$$

Karena tingkat keuntungan yang diharapkan sebesar 18% ;maka menurut metodeini investasi layak untuk dijalankan

2. Payback Periode

Investasi	750.000
Cashflow th1	184.000
	566.000
Cashflow th2	205.000
	361.000
Cashflow th3	226.000
	135.000
Cashflow th 4	247.000

Payback Periode = 3 tahun + 135.000/247.000 x 1 tahun
= 3,55 (3 tahun 5 bulan 5 hari)

3. Net Present Value

Tabel Perhitungan net present value dengan r= 18%

Tahun	Cashflow	Discount Factor R =18%	Present Value Of Cashflow
1	184.000.000	0,847	155.848.000
2	205.000.000	0,718	147.190.000
3	226.000.000	0,609	137.634.000
4	247.000.000	0,516	127.452.000
5	518.000.000	0,437	226.366.000
Total Present Value of Cashflow			794.490.000
Present Value of Investment			750.000.000
NPV			44.490.000

Dengan menggunakan tingkat keuntungan yang diharapkan sebesar 18%; ternyata diperoleh NPV sebesar Rp44.490.000. Artinya dengan NPV positif maka proyek investasi ini layak untuk dilaksanakan

4. Internal Rate of Return

Tabel Perhitungan Internal Rate of Return dengan r= 18%

Tahun	Cashflow	Discount Factor R =24%	Present Value Of Cashflow
1	184.000.000	0,806	148.304.000
2	205.000.000	0,650	133.250.000
3	226.000.000	0,524	118.424.000
4	247.000.000	0,423	104.481.000
5	518.000.000	0,341	176.638.000
Total Present Value of Cashflow			681.097.000
Present Value of Investment			750.000.000
			-68.903.000

Dengan demikian :

rr = 18 % NPVrr = 44.490.000

rt = 24%

TPVrr = 794.490.000,-

TPVrt = 681.097.000,-

$$IRR = rr + \frac{NPVrr}{TPVrr - TPVrt} \times (rt - rr)$$

$$IRR = 18 + \frac{44.490.000}{794.490.000 - 681.097.000} \times (24 - 18)$$

IRR = 20,35%

Karena IRR yang diperoleh lebih besar dari tingkat keuntungan yang disyaratkan maka proyek tersebut layak untuk dijalankan

5. Profitability Index

$$\text{Profitability Index (PI)} = \frac{\text{PV of Cashflow}}{\text{Investasi}}$$

$$\text{Profitability Index (PI)} = \frac{794.490.000}{750.000.000}$$

$$= 1{,}06$$

Karena PI lebih besar dari 1 maka proyek dikatakan layak.

1.10. Latihan Soal.

Soal 1

1. Sebuah perusahaan ingin mengganti mesin lama dengan mesin yang baru. Mesin lama diperolehlima tahun yang lalu dengan harga Rp.100.000.000,- , diperkirakan berumur 10 tahun, disusutdengan metode garis lurus tanpa nilai sisa. Mesin baru seharga Rp.90.000.000,- untukmengoperasikan diperlukan biaya pemasangan instalasi yang memerlukan biaya Rp.25.000.000,.Mesin baru ini memiliki masa manfaat delapan tahun dan diperkirakan memiliki nilai residuRp.5.000.000. Jika penggantian dilakukan maka mesin lama akan dijual dan diperkirakan lakuseharga Rp.56.000.000,- Dengan digunakan mesin baru, perusahaan memerlukan tambahanmodal kerja sebesar Rp.10.000.000,-. Jika tingkat pajak perusahaan 30%, berapa nilai investasiawal dari usulan penggantian mesin tersebut ?

Soal 2

2. Misalnya dari contoh penggantian mesin tersebut di atas ; diharapkan dengan menggunakanmesin baru, penjualan dapat meningkat sebesar Rp.25.000.000,- per tahun dan biaya operasionalmeningkat sebesar Rp.5.000.000,- pertahun. Mesin baru diperkirakan berumur delapan tahundisusutkan dengan metode garis lurus dengan nilai sisa Rp.5.000.000,- Karena metode penyusutan adalah garis lurus, sehingga beban depresiasi setiap tahunnya sama besar, makaaliran kas operasional setiap tahun selama umur proyek dapat dihitung sebagai berikut :

BAB 2

Sumber Dana Jangka Menengah

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (Sub CPMK) :

Mahasiswa mampu menjelaskan dan menentukan sumber-sumber dana jangka menengah dan jangka panjang, baik yang berasal dari pinjaman maupun modal sendiri.

Indikator :

1. Menjelaskan Sumber dana Jangka Menengah
2. Menjelaskan Sumber Dana jangka panjang

Materi Pokok :

1. Term Loan
2. Equipment Financing
3. Lease Financing

Dana yang digunakan oleh perusahaan dapat berasal dari sumber dana jangka pendek, dana jangka menengah dan dana jangka panjang, jika dilihat dari jangka waktu penggunaannya. Sumber dana jangka menengah pada umumnya adalah sumber dana atau pendanaan yang mempunyai jangka waktu lebih dari satu tahun dan kurang dari sepuluh tahun. Kebutuhan sumber dana jangka menengah ini dirasakan perusahaan karena adanya kebutuhan yang tidak dapat dipenuhi dengan sumber dana jangka pendek di satu pihak dan juga sulit dipenuhi dengan sumber dana jangka panjang di lain pihak.

Jenis sumber dana jangka menengah pada umumnya ada tiga macam yaitu term loan, equipment loan dan leasing.

2.1. TERM LOAN

Term loan adalah kredit usaha dengan umur lebih dari satu tahun dan kurang dari sepuluh tahun. Term loan pada umumnya dibayar kembali dengan angsuran tetap selama periode tertentu, misalnya setiap bulan, kuartal atau setiap tahun. Term loan ini biasanya disediakan oleh bank komersial atau bank dagang, perusahaan asuransi, dana pensiun, lembaga pembiayaan pemerintah, dan suplier perlengkapan. Di pandang dari biaya, term loan ini memiliki biaya yang lebih rendah dari pada modal saham atau obligasi, karena tidak adanya biaya yang berkaitan dengan penerbitan saham atau obligasi. Jika dibandingkan dengan hutang jangka pendek, term loan lebih baik karena tidak segera jatuh tempo dan peminjam memberikan jaminan pembayaran secara periodik yang mencakup bunga dan pokok pinjaman. Bagi kreditur, jaminan atas pembayaran secara periodik ini dapat diperjual belikan kepada pihak lain biasanya lembaga pengumpul piutang. Untuk mengetahui cara menetapkan besarnya angsuran pada term loan digunakan rumus sebagai berikut:

$$P_O = \sum_{t=1}^{n} \frac{X_t}{(1+r)^t}$$

dimana:
PO = Besarnya pokok pinjaman
n = Jangka waktu pinjaman
Xt = Besarnya uang tiap angsuran
r = Besarnya bunga pinjaman per tahun

Contoh .1.
Suatu perusahaan meminjam uang untuk usaha sebesar Rp. 113.730.000.- selama 5 tahun dengan bunga 10% per tahun. Pembayaran angsuran dilakukan setiap akhir tahun. Untuk menentukan besarnya angsuran per tahun adalah:

$$PO = \sum_{t=1}^{n} \frac{X_t}{(1+r)^t}$$

$$113.730.000 = \sum_{t=1}^{5} \frac{X_t}{(1+0{,}10)^t}$$

113.730.000 = Xt (PV 10%,5) (lihat label nilai sekarang anuitas Rp 1,-)

113.730.000 = Xt (3,7908) (dibulatkan menjadi 3,791)
Xt = (113.730.000 / 3,791)
Xt = Rp. 30.000.000,-

Jadi angsuran setiap tahunnya adalah sebesar Rp. 30.000.000,- Pembayaran angsurannya dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 1. Skedul Pembayaran Kredit Usaha (dalam rupiah)

Tahun ke-n	Angsuran pinjaman + bunga (1)	Bunga 10% (2)	Angsuran pokok pinjaman (3) = (I)-(2)	Sisa pinjaman - (3) (4)
0	-	-	-	113.730.000
1	30.000.000	11.373.000[1)]	18.627.000	95.103.000
2	30.000.000	9.51 0.300[2)]	20.498.700	74.613.300
3	30.000.000	7.461.330	22.538.670	52.074.630
4	30.000.000	5.207.463	24.792.537	27.282.093
5	30.000.000	2.728.209,3	27.271.790,7	**10.302,30**[3)]
Jumlah	150.000.000	36.280.302,3	**113.719.697,7**[3)]	-

Nb : 1) Bunga tahun ke-1 = 10% x Rp. 113.730.000,- = Rp. 11.373.000,-
2) Bunga tahun ke-2 = 10% x Rp. 95.103.000,- = Rp. 9.510.300,-, dst.
3) Sisa pinjaman sebesar Rp. 10.302,30 seharusnya bernilai 0 (nol) dan jumlah angsuran pokok pinjaman seharusnya sama dengan jumlah pinjaman awal yaitu Rp. 113.730.000. Adanya selisih sebesar Rp 10.302,3 terjadi sebagai akibat pembulatan.

2.2. Equipment Financing

Equipment loan adalah pendanaan atau pembiayaan yang dipergunakan untuk pengadaan perlengkapan baru. Perlengkapan yang biasa dibiayai dengan equipment loan adalah perlengkapan yang mudah diperjualbelikan. Peminjam biasanya menanggung beban lebih tinggi dari harga perlengkapan tersebut dan selisihnya antara harga perlengkapan dengan beban total merupakan margin of safety bagi kreditur. Equipment loan ini biasanya diberikan oleh bank komersial, penjual perlengkapan, perusahaan asuransi, dana pensiun, dan lembaga pembiayaan lainnya. Ada dua instrumen yang dapat dipergunakan untuk membiayai equipment ini, yaitu melalui kontrak penjualan kondisional (conditional sales contract) dan hipotik barang bergerak (chattel mortgage). Apabila perusahaan menggunakan kontrak penjualan kondisional untuk membiayai pembelian perlengkapan, maka penjual akan menahan sebagian perlengkapan sampai pembeli melunasi keseluruhan pembayaran sesuai kontrak. Jadi pada saat barang dikirim biasanya penjual menerima down payment (DP) dan pembeli bersedia untuk melunasi secara periodik. Pada saat pelunasan berakhir maka penjual akan menyerahkan

perlengkapan yang ditahan atau mungkin surat-surat perlengkapan tersebut. Sedangkan jika digunakan hipotik barang bergerak, cara ini lebih umum dipergunakan oleh bank komersial. Hipotik ini sama halnya dengan pemberian gadai, di mana pemberi pinjaman memiliki atau menguasai hak atas suatu perlengkapan dan peminjam akan melunasinya untuk jangka waktu tertentu. Jika di kemudian hari peminjam gagal untuk membayar kembali pinjaman-nya, maka pihak pemberi pinjaman akan menjual perlengkapan yang ditahan tersebut.

2.3. Lease Financing

Leasing atau sewa guna usaha adalah persetujuan atas dasar kontrak di mana pemilik dari aktiva atau pihak yang menyewakan aktiva (lessor) menginginkan pihak lain atau penyewa (lessee) untuk menggunakan jasa dari aktiva tersebut selama periode tertentu. Manfaat dari leasing antara lain, bahwa lessee dapat memanfaatkan aktiva tersebut tanpa harus memiliki aktiva tersebut. Hak milik atas aktiva tersebut tetap pada lessor, namun kadang-kadang lessee juga diberi kesempatan untuk membeli aktiva tersebut. Sebagai kompensasi manfaat yang dinikmati, maka lessee mempunyai kewajiban membayar secara periodik sebagai sewa aktiva yang digunakan. Sedangkan manfaat lainnya adalah bahwa lessee tidak perlu menanggung biaya perawatan, pajak, dan asuransi.

Ada tiga bentuk leasing, yaitu: sale and leaseback, operating lease, dan financial lease.

1. Sale and leaseback

   Pada sale and leaseback, perusahaan yang memiliki aktiva menjual aktiva tersebut kepada perusahaan lain dan sekaligus dibuat perjanjian untuk menyewa kembali aktiva tersebut untuk periode tertentu. Aktiva yang biasa disewagunakan antara lain: tanah, bangunan, dan peralatan pabrik. Sedangkan perusahaan yang biasanya sebagai pembeli adalah bank, perusahaan asuransi, perusahaan leasing, pegadaian, atau investor individu. Manfaat dari sale and leaseback ini adalah bahwa penyewa atau lessee menerima pembayaran segera sebagai tambahan dana yang dapat diinvestasikan ke-investasi lain, dan bersamaan dengan itu lessee masih dapat menggunakan aktiva yang dijualnya selama jangka waktu perjanjian leasing. Lessee mempunyai kewajiban membayar secara periodik sebesar harga jual ditambah dengan tingkat keuntungan yang disyaratkan lessor.

2. Operating Lease

   Operating lease atau service lease memberikan service atau pelayanan baik mengenai bidang finansial maupun mengenai pemeliharaannya. Jadi pihak lessor menyediakan pendanaan sekaligus biaya perawatan yang keseluruhannya tercakup dalam pembayaran leasing. Aktiva yang sering digunakan adalah komputer, mobil, dan truk. Dalam leasing jenis ini biasanya terdapat klausul yang memberikan hak kepada lessee untuk membatalkan perjanjian leasing dan mengembalikan peralatan

itu kepada lessor sebelum habis waktu berlakunya. Hal ini merupakan syarat yang penting bagi lessee, karena ini berarti bahwa lessee dapat mengembalikan perlengkapan (equipment) tersebut apabila ada perkembangan teknologi baru yang menyebabkan perlengkapan itu menjadi usang (absolete).

3. Financial Lease

   Financial lease atau capital lease berbeda dengan operating lease, yaitu lessor tidak menanggung biaya perawatan, perjanjian kontrak leasing tidak dapat dibatalkan (not cancelable), dan leasing diangsur secara penuh. Dengan demikian lessor menerima pembayaran sebesar harga perolehan aktiva plus tingkat keuntungan yang disyaratkan. Pada umumnya lessee juga harus membayar pajak dan asuransi aktiva obyek leasing tersebut. Perbedaan utama antara financial leases dengan operating leases adalah bahwa perusahaan memperoleh aktiva baru bukan yang selama ini telah dipergunakan. Lessor pada umumnya adalah dari pihak perusahaan asuransi atau bank komersial.

Seperti halnya dalam penentuan jumlah pembayaran tahunan dalam term loan, besarnya pembayaran sewa setiap tahunnya juga dapat ditentukan dengan menggunakan tabel anuitas dan tabel PV (present value).

Contoh 2.

PT. "A" sebagai lessor, mengadakan perjanjian kontrak leasing dengan PT. "B". Dalam kontrak tersebut PT. "A" sepakat membeli sebuah mesin seharga Rp. 100.000.000,- dan menyewakan kembali kepada PT. "B" untuk waktu 5 tahun. Nilai sisa (salvage value) mesin pada akhir tahun kontrak adalah sebesar Rp. 10.000.000,-. Jika PT. "A" (lessor) menginginkan pendapatan sebesar 10% dari leasing tersebut, berapa lessee (PT. B) harus mengangsur pembayaran aktiva tersebut kepada lessor?

Dari soal di atas, misalnya sewa tahunan = X, maka:

Harga beli = PV dari sewa 4 - PV dari nilai sisa

Harga beli = (I.F) X + PV dari nilai sisa

I.F adalah interest factor dari investasi yang bersangkutan. Istilah interest factor sama dengan istilah discount rate. Nilai interest factor ini terdapat dalam tabel PV dari anuitas. Dari contoh PT "A" di atas maka I.F untuk bunga 10% sampai tahun ke-5 adalah 3,7908 (dibulatkan menjadi 3,791). Sedangkan untuk PV dari nilai sisa digunakan tabel PV untuk bunga 10% pada tahun ke-5 = 0,621, sehingga pembayaran tahunan (X), yaitu:

Harga beli = (I.F) X + PV dari nilai sisa

100.000.000 = 3,79 IX + (0,621) (10.000.000)

3,791 X = Rp. 100.000.000 - Rp 6.210.000

X = Rp. 93.790.000 / 3,791

X = Rp. 24.740.174,09 (dibulatkan menjadi Rp. 24.740.174,-)

Jadi angsuran per tahun yang dilakukan lessee kepada lessor sebesar Rp. 24.740.174,-

2.4. Soal Dan Penyelesaiannya

Soal :

- PT "A" merupakan perusahaan suplier komponen alat-alat rumah tangga pada beberapa perusahaan perdagangan. Di samping mensuplai barang pada perusahaan langganan, PT "A" juga mempunyai jalur produk konsumen sendiri yang ditangani oleh Divisi Pemasaran. Pada saat ini perusahaan sedang mempertimbangkan proposal dari Departemen Gudang untuk mengatur keluar-masuknya barang dengan komputer. Peralatan komputer untuk proyek tersebut akan disuplai oleh "CONTINENTAL COMPUTERS" dan dibeli dengan pinjaman. Harga perangkat lunak atau software dari sistem tersebut adalah Rp. 25.000.000,-, dan perangkat kerasnya (hardware) seharga Rp. 100.000.000,-. Alternatif lain untuk memperoleh aktiva tersebut adalah melakukan kontrak leasing dengan biaya sewa per tahun sebesar Rp. 25.000.000,- selama 5 (lima) tahun. Perusahaan sewa guna menentukan tingkat keuntungan 10% per tahun dan pembayaran sewa di awal tahun. Biaya bunga pinjaman sebesar 12%. Pembayaran angsuran pinjaman dilakukan pada akhir tahun. Dari data tersebut, coba buatlah aliran kas dari kedua alternatif tersebut di atas (membeli peralatan komputer tersebut atau leasing saja) jika pajak 50%.

Penyelesaiannya:

Membuat perhitungan antara keputusan membeli dan leasing.

1. Menilai keputusan jika membeli aktiva dengan dana pinjaman dari bank:
   Skedul Pembayaran Hutang:
   Angsuran per tahun (Is/d 5): 125.000.000 =
   X = Rp. 125.000.000 / 3,6048 = Rp. 34.675.990 (jika dibulatkan = Rp 34.676.000)

Tabel Skedul Pembayaran Angsuran

Tahun	Angsuran Pinjaman + bunga (1)	Pembayaran bunga (2)	Angsuran Pokok Pinjaman (3) = (I)-(2)	Sisa Pokok Pinjaman (4)
0	-	-	-	Rp. 125.000.000
1	Rp. 34.675.990	Rp. 15.000.000[1)]	Rp. 19.675.990	Rp. 105.324.010
2	Rp. 34.675.990	Rp. 12.638.881[2)]	Rp. 22.037.109	Rp. 83.286.901
3	Rp. 34.675.990	Rp. 9.994.428	Rp. 24.681.562	Rp. 58.605.339
4	Rp. 34.675.990	Rp. 7.032.640	Rp. 27.643.350	Rp. 30.961.989
5	Rp. 34.675.990	Rp. 3.715.439	Rp. 30.960.551	Rp. 1.438[3)]
Jumlah	Rp. 173.379.950	Rp. 48.381.388	Rp. 1 24.998.562 3)	

Ket:

1) Bunga tahun ke-1 = 12% x Rp. 125.000.000,- = Rp. 15.000.000,-

2) Bunga tahun ke-2 = 12% x Rp. 105.324.010,- = Rp. 12.638.881-, dst.

3) Sisa pinjaman sebesar Rp. 1.438 seharusnya bernilai 0 (nol) dan jumlah angsuran pokok pinjaman seharusnya sama dengan jumlah pinjaman awal yaitu Rp. 125.000.000. Adanya selisih sebesar Rp. 1.438 terjadi sebagai akibat pembulatan.

Tabel Skedul Aliran Kas Keluar Alternatif Membeli (dalam ribuan rupiah)

Thn	Angsuran Pinjaman (1)	Bunga (2)	Depresi-asi (3)	Tax saving (4) = 0,5 x (2+3)	Aliran Kas Keluar Setelah Pajak (5) = (I)-(4)	PVIF (r = 6%)*) (6)	PV Aliran Kas (7) = (5)x(6)
1	34.676	15.000	25.000	20.000	14.676	0,943	13.839
2	34.676	12.639	25.000	18.820	15.856	0,890	14.112
3	34.676	9.994	25.000	17.497	17.179	0,840	14.430
4	34.676	7.033	25.000	16.017	18.659	0,792	14.778
5	34.676	3.715	25.000	14.358	20.318	0,747	15.178
Jumlah kas keluar apabila membeli dengan uang pinjaman							**Rp. 72.337**

***)** Tingkat bunga yang digunakan untuk menghitung present value perlu disesuaikan dengan pajak, sehingga tingkat bunga (r) = 12% (1 - 0,5) = 6%

2. Menilai keputusan jika perusahaan melakukan Leasing:
Skedul Pembayaran Sewa per tahun adalah:

$$125.000.000 = \frac{X}{(1+0{,}10)^0} + \frac{X}{(1+0{,}10)^1} + \frac{X}{(1+0{,}10)^2} + \frac{X}{(1+0{,}10)^3} + \frac{X}{(1+0{,}10)^4}$$

$$125.000.000 = 4{,}212X$$

X = Rp. 29.976.019,- atau pembayaran sewa = **Rp. 29.976.000** (dibulatkan)

Tabel Skedul Pembayaran Sewa (dalam rupiah)

Akhir Tahun	Pembayaran Sewa per Tahun (1)	Penghematan Pajak (2) = 50% x (I)	Aliran Kas Keluar Setelah Pajak (3) = (I) - (2)	Present Value Kas Keluar (4) = (3) x $IF_{6\%}$
0	29.976.000	-	29.976.000	29.976.000
1 - 4	29.976.000	14.988.000	14.988.000	51.933.420
5	-	14.988.000	(14.988.000)	(11.196.036)
Jumlah kas keluar apabila *leasing*				**70.713.384**

Kesimpulan:

Jika biaya pinjaman sebesar **12%** per tahun, maka investasi tersebut sebaiknya dilakukan dengan cara ***leasing*** karena present value dari aliran kas keluar (biaya) yang harus dikeluarkan lebih kecil dengan *leasing* yaitu = **Rp. 70.713.384,-** dibanding apabila membeli aktiva tersebut dengan dana pinjaman yang jumlahnya sebesar **Rp. 72.337.000,-.**

2.5. Latihan Soal

PT. Sentosa sebagai lessor, mengadakan perjanjian kontrak leasing dengan PT. Semesta. Dalam kontrak tersebut PT. Sentosa sepakat membeli sebuah mesin seharga Rp. 150.000.000,- dan menyewakan kembali kepada PT. Semesta untuk waktu 5 tahun. Nilai sisa (salvage value) mesin pada akhir tahun kontrak adalah sebesar Rp. 12.500.000,-. Jika PT. Setosa (lessor) menginginkan pendapatan sebesar 10% dari leasing tersebut, berapa lessee (PT. Semesta) harus mengangsur pembayaran aktiva tersebut kepada lessor?

BAB 3

Sumber Dana Jangka Panjang

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (Sub CPMK) :

Mahasiswa mampu menjelaskan dan menentukan sumber-sumber dana jangka menengah dan jangka panjang , baik yang berasal dari pinjaman maupun modal sendiri.

Indikator :

1. Menjelaskan Sumber dana Jangka Menengah
2. Menjelaskan Sumber Dana jangka panjang

Materi Pokok :

1. Kredit Investasi
2. Hipotik
3. Obligasi

3.1. Kredit Investasi

Sumber dana jangka panjang merupakan sumber dana yang memiliki jangka waktu panjang yaitu lebih dari 10 tahun. Jika meminjam dana di bank dengan jangka waktu 15 tahun maka kredit tersebut dapat dikategorikan sebagai kredit jangka panjang. Sumber dana jangka panjang ini ada yang memiliki jangka waktu tertentu atau jangka waktu jatuh tempo seperti hutang obligasi dan hutang jangka panjang di bank. Di samping itu ada sumber dana jangka panjang yang tidak memiliki jangka waktu seperti modal sendiri berupa saham biasa. Pada pembahasan ini dijelaskan sumber dana jangka panjang yang meliputi obligasi, saham preferen dan saham biasa.

Dana jangka panjang dalam suatu perusahaan merupakan modal yang tertanam dalam perusahaan dengan jangka waktu lebih dari 10 tahun. Sumber pembelanjaan dana jangka panjang terdiri dari 2 yaitu;

1. Modal Asing (MA)
   Modal Asing (MA) yang berasal dari para kreditur dan merupakan hutang jangka panjang bagi perusahaan,
2. Modal Sendiri (MS)
   Modal Sendiri (MS) yang berasal dari pemilik perusahaan dalam jangka waktu tidak tertentu.

Perusahaan yang membelanjai usahanya dengan kredit jenis ini, tidak dapat memenuhi kebutuhan dananya dengan kredit jangka pendek maupun dengan kredit jangka menengah. Jenis pembelanjaan jangka panjang ada 2 yaitu; (Long Term Debt (hutang jangka panjang) dan Equity (modal sendiri).

3.2. Hipotik

Hipoteek adalah juga merupakan surat pengakuan hutang yang memiliki nilai nominal tertentu yang jangka waktu pelunasannya di atas 10 tahun. Pihak yang meminjamkan uang (kreditur) diberi hak hipoteek terhadap suatu aktiva tetap yang jika perusahaan peminjam (debitur) tidak dapat memenuhi kewajibannya (hipoteek) saat jatuh tempo, maka aktiva tetap tersebut dapat dijual oleh pihak kreditur dan digunakan untuk menutupi jumlah kewajiban (nilai hipoteek).

3.3. Obligasi

Obligasi adalah surat pengakuan hutang perusahaan kepada pihak lain yang memiliki nilai nominal tertentu dan jangka waktu tertentu (waktu jatuh tempo) serta perusahaan yang mengeluarkannya diwajibkan membayar bunga tertentu yang tertera pada surat tersebut. Obligasi merupakan instrumen hutang jangka panjang dengan jatuh tempo

(maturity) akhir lebih dari atau sama dengan 10 tahun. Jika surat berharga memiliki maturitas lebih pendek dari 10 tahun, maka surat berharga tersebut dinamakan wesel *(notes)*. Obligasi merupakan jenis pendanaan berjangka panjang dengan beban tetap *(fixed income securities)*. Surat berharga ini memberikan pendapatan dengan jumlah tetap kepada pemiliknya berupa bunga obligasi. Sebagai contoh, obligasi Jasa Marga yang memiliki bunga 10% dengan nominal Rp. 1.000.000,-, berarti pemegang obligasi akan mendapatkan bunga 10% per tahun sebesar - 10% x Rp. 1.000.000 = Rp. 100.000,-. Bunga ini akan tetap dibayar oleh Jasa Marga terlepas apakah perusahaan memperoleh laba atau tidak pada tahun tersebut.

Obligasi dapat diterbitkan menurut dasar jaminan atau tanpa jaminan. Obligasi tanpa meliputi debentur. Debentur bernilai rendah dan obligasi penghasilan, sedangkan obligasi hipotik merupakan instrumen hutang jangka panjang dengan jaminan. Untuk memahami secara menyeluruh tentang obligasi, perlu kita kenali kembali istilah-istilah dasar dan hal-hal yang berkaitan dengan obligasi.

Istilah-istilah dalam Obligasi

1. Nilai Nominal
   Nilai nominal *(par value)* untuk obligasi mengacu kepada jumlah yang dibayarkan pada pemberi pinjaman pada saat obligasi mencapai maturitas (jatuh tempo). Nilai nominal ini disebut juga sebagai pokok pinjaman atau nilai pari. Kebanyakan obligasi memiliki bunga yang dihitung berdasarkan nilai nominal obligasi, kecuali obligasi dengan suku bunga nol *(zero coupon bond)*
2. Tingkat Bunga
   Tingkat bunga *(coupon rate)* obligasi yang dinyatakan disebut suku bunga kupon. Misalnya suku bunga kupon 13 %, berarti penerbit obligasi akan membayar pemegang obligasi sebesar Rp. 130.000,- setiap tahunnya sebagai bunga untuk setiap obligasi dengan nilai nominal Rp. 1.000.000,-.
3. Jatuh Tempo
   Obligasi memiliki jatuh tempo *(maturity)* yang dinyatakan dalam obligasi tersebut. Jatuh tempo merupakan waktu pada saat perusahaan penerbit obligasi diwajibkan membayar pemegang obligasi sebesar nilai nominal obligasi tersebut.

Jenis-jenis Obligasi

Ada beberapa jenis hutang jangka panjang (obligasi) yang kita kenal, yaitu:

1. Debenture

Debenture adalah hutang jangka panjang (obligasi) tanpa jaminan. Karena *debenture* tidak dijamin dengan kekayaan perusahaan, pemegang *debenture* menjadi kreditur

umum perusahaan pada saat perusahaan dilikuidasi. Oleh karena itu, investor akan melihat kemampuan menghasilkan laba perusahaan sebagai penjamin. Walaupun obligasi ini tidak memiliki jaminan, pemegang *debenture* mendapat perlindungan dalam bentuk persyaratan atau batasan-batasan dalam perjanjian, terutama jaminan negatif, artinya perusahaan penerbit obligasi dilarang menjaminkan aktiva perusahaan yang belum dijaminkan kepada kreditur lain. Karena pemegang debenture harus melihat kemampuan peminjam untuk melakukan pembayaran pokok pinjaman dan bunga pinjaman, maka pada umumnya hanya perusahaan besar dan dengan reputasi yang baik saja yang menerbitkan obligasi jenis ini.

2. Debenture* Bernilai Rendah *(Subordinated debenture)

Debenture bernilai rendah merupakan hutang tanpa jaminan dengan tuntutan terhadap aktiva di bawah *debenture*. Jika terjadi likuidasi, pemegang *debenture* bernilai rendah ini menerima pembayaran hanya jika seluruh kreditur dengan nilai lebih tinggi dibayar. D*ebenture* bernilai rendah ini memiliki hak untuk menuntut pembayaran pada saat likuidasi lebih dulu daripada pemegang saham preferen dan saham biasa. Misalnya perusahaan dilikuidasi dengan nilai sebesar Rp. 48 milyar. Perusahaan memiliki debenture beredar Rp. 36 milyar, *subordinated debenture* sebesar Rp. 32 milyar dan kewajiban kepada kreditur umum sebesar 32 milyar. Maka urutan pembayaran kewajiban perusahaan adalah:

a. Untuk pemegang debenture sebesar (36 / 48) x 48 M = Rp. 36 milyar.
b. Kreditur umum memperoleh sisanya = Rp. 48 milyar – Rp.36 milyar = Rp. 12 milyar.

Dalam contoh tersebut, nampak bahwa pemegang *subordinated debenture* tidak mendapat bagian pembayaran dari perusahaan karena kekayaan perusahaan sudah habis untuk membayar *debenture* dan kreditur umum. Oleh karena itu, untuk menarik para investor maka *subordinated debenture* memberikan tingkat bunga yang lebih tinggi daripada tingkat bunga lainnya dan dapat ditukar menjadi saham biasa.

3. Obligasi Penghasilan *(Income Bond)*

Suatu perusahaan wajib membayar bunga atas obligasi penghasilan hanya pada saat perusahaan mendapatkan keuntungan. Pembayaran bunga ini bersifat kumulatif, yaitu bila perusahaan tidak membayar bunga di tahun tertentu maka dapat diakumulasikan untuk periode berikutnya, dengan syarat laba perusahaan mencukupi. Obligasi penghasilan ini memiliki peringkat pembayaran yang lebih tinggi dari saham preferen, saham biasa dan hutang bernilai rendah jika perusahaan dilikuidasi.

4. Obligasi Sampah *(Junk Bond)*

Obligasi sampah disebut juga obligasi yang memberikan hasil tinggi, karena memiliki risiko yang tinggi dan tanpa menggunakan jaminan. Obligasi ini diterbitkan sehubungan dengan perusahaan membutuhkan leverage yang tinggi

(leverage buyout) di mana perusahaan menghadapi kesulitan dan risiko kegagalan, sehingga hanya sedikit investor yang mau menanamkan modalnya pada obligasi sampah ini.

5. Obligasi Hipotik *(Mortgage Bond)*

Obligasi hipotik adalah obligasi yang diterbitkan dengan jaminan hipotik kekayaan perusahaan penerbit obligasi. Hipotik merupakan dokumen resmi yang memberikan pemegang obligasi hak gadai atas aktiva yang dijaminkan. Apabila perusahaan tidak mampu melunasi hutangnya pada jatuh tempo, maka jaminan tersebut dapat dijual untuk melunasi hutangnya. Namun jika dalam penjualannya dibawah nilai obligasi, maka untuk sisanya (kekurangan pembayaran) pemegang obligasi diperlakukan menjadi kreditur umum. Perusahaan dimungkinkan memiliki lebih dari satu obligasi yang dijamin dengan menggunakan aktiva yang sama. Sehingga bila terjadi penyitaan, maka pemegang obligasi pertama harus menerima pembayaran penuh sebelum dilakukan pembayaran terhadap pemegang hipotik kedua.

6. Obligasi Berseri

Obligasi berseri adalah obligasi yang diterbitkan pada waktu yang sama dengan tanggal jatuh tempo serta bunga yang berbeda. Semua obligasi memiliki tanggal jatuh tempo yang sama walupun ada obligasi khusus yang ditarik kembali sebelum tanggal tersebut. Akan tetapi, obligasi berseri memiliki jatuh tempo berbeda yaitu secara periodik hingga maturitas akhir. Misalkan obligasi berseri senilai Rp. 16.000.000,- di mana setiap tahunnya terdapat obligasi senilai Rp. 1.600.000,- yang mengalami maturitas dalam waktu 10 tahun. Dengan obligasi berseri ini, investor dapat memilih maturitas yang sesuai dengan kebutuhan. Hal ini menyebabkan jenis obligasi ini lebih menarik dibandingkan obligasi dengan jatuh tempo yang sama.

7. Sertifikat Perwalian Peralatan (*Equipment Trust Certificate*, ETC)

Sertifikat perwalian peralatan merupakan investasi jangka menengah hingga panjang. Model pendanaan ini digunakan misalnya oleh Perusahaan Umum kereta api untuk mendanai perolehan mesin lokomotif. Dalam model pendanaan ini, perusahaan kereta api menandatangani perjanjian dengan perusahaan manufaktur untuk pembuatan peralatan khusus. Pada saat peralatan diterima, sertifikat perwalian peralatan dijual kepada investor. Hasil penjualan ini ditambah uang muka dari perusahaan kereta api digunakan untuk membayar perusahaan manufaktur. Hak atas peralatan dipegang oleh trustee yang kemudian menyewakan peralatan tersebut kepada perusahaan kereta api. Usia sewa berbeda-beda tergantung jenis peralatan, tetapi biasanya 15 tahun (berjangka panjang).

3.4. Soal dan Penyelesaian

Soal :

Perusahaan "A" dapat menjual saham preferen dengan dividen 12%. Jika menjual obligasi di pasar saat ini, biaya bunganya adalah 14%. Bila tarif pajak perusahaaan 40%.

a. Berapa biaya setelah pajak dari masing-masing metode pendanaan ini
b. Misalnya perusahaan "T" memiliki sejumlah saham preferen perusahaan "A". Perusahaan "T" dikenakan tarif pajak 40%. Berapa keuntungan setelah pajak yang diterima jika 70% dari penghasilan dividen bebas pajak? Bagaimana jika investasi dilakukan dengan obligasi?

Penyelesaiannya:

a. Biaya setelah pajak :
   Untuk saham preferen = 12%
   Untuk obligasi - 14% (1-0,40) = 8,4%
b. Dengan tarif pajak perusahaan sebesar 40% dan 70% dari penghasilan dividen bebas pajak, maka : Keuntungan setelah pajak = 12% [1-{(1-70%) 40%)}]
   = 12% [1-{(0,30)0,40)}] = 10,56%
   Jika dengan obligasi, keuntungan setelah pajak = 14% (1 - 0,4) = 8,40%

3.5. Latihan Soal

PT. "M" memiliki 1.750.000 lembar saham biasa otorisasi bernilai nominal sebesar Rp. 1.440,- per lembar. Selama beberapa tahun perusahaan telah menerbitkan 1.532.000 lembar saham tambahan, namun saat ini 63.000 lembar disimpan sebagai saham treasury. Tambahan modal disetor perusahaan saat ini adalah Rp. 42, 512 milyar.

a. Berapa lembar saham yang beredar saat ini?
b. Jika perusahaan dapat menjual saham senilai Rp 1.520 per lembar, berapa jumlah maksimum yang dapat diperoleh perusahaan dari saham otorisasi dan treasury ?
c. Berapa nilai perkiraan saham biasa dan tambahan modal disetor perusahaan setelah pendanaan

BAB 4

Cost of Capital

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (Sub CPMK) :

Mahasiswa mampu menjelaskan dan menerapkan konsep biaya modal sebagai dasar menentukan keuntungan yang disyaratkan.

Indikator :

1. Menjelaskan Biaya modal (Cost of Capital)
2. Mengidentifikasi dan menghitung biaya modal yang berasal dari pinjaman, saham biasa, saham preferen, laba ditahan, saham biasa baru, dan biaya modal rata-rata tertimbang.

Materi Pokok :

1. Biaya Hutang Jangka Panjang
2. Biaya Saham Preferen
3. Biaya Saham Biasa
4. Biaya Laba Ditahan
5. Biaya Modal Rata-rata Tertimbang

4.1. Biaya Hutang Jangka Panjang

Secara umum pengertian biaya hutang jangka panjang *(cost of debt)* ditetapkan dengan variabel antara lain tingkatan biaya bunga saat ini. Risiko bangkrutnya suatu perusahaan *(the default risk of the company)*. Dan keuntungan pajak bagi perusahaan dengan adanya hutang (the tax advantage associated with debt).

Utang dapat diperoleh dari lembaga pembiayaan atau dengan menerbitkan surat pengakuan hutang (obligasi). Biaya utang yang berasal dari pinjaman adalah merupakan bunga yang harus dibayar perusahaan. Sedangkan pengertian cost of debt atau biaya hutang dengan menerbitkan obligasi adalah tingkat pengembalian hasil yang diinginkan (required of return). Yang diharapkan investor yang digunakan sebagai diskonto dalam mencari nilai obligasi. Perusahaan memanfaatkan sumber pembelanjaan utang, dengan tujuan untuk memperbesar tingkat pengembalian modal sendiri (ekuitas). *Cost of Debt* dibagi menjadi dua macam yaitu:

1. Biaya utang sebelum pajak (before tax cost debt)
   Biaya hutang sebelum pajak artinya besarnya biaya hutang sebelum pajak dapat ditentukan dengan menghitung besarnya tingkat hasil internal (yield to maturity) atas arus kas obligasi yang dinotasikan dengan Kd.
   Kd = Beban Hutang / Hutang Jangka Panjang
2. Biaya utang setelah pajak (after tax cost of debt)
   Untuk biaya hutang setelah pajak, perusahaan yang menggunakan sebagian sumber dananya dari hutang akan terkena kewajiban membayar bunga. Bunga merupakan salah satu bentuk beban bagi perusahaan (interest expense).
   Dengan adanya beban bunga ini akan menyebabkan besarnya pembayaran pajak penghasilan menjadi berkurang. Oleh karena itu, biaya modal yang dihitung juga harus setelah pajak maka biaya hutang ini perlu disesuaikan dengan pajak.

Rumus :

$$Ki = Kd (1-T)$$

dimana:

Ki = Biaya utang setelah pajak
Kd = Biaya hutang sebelum pajak
T = Tarif pajak

4.2. Biaya Saham Preferen

Biaya modal saham preferen (cost of preferred stock atau kp) adalah biaya riil yang harus dibayar apabila perusahaan menggunakan dana dengan menjual saham preferen. Biaya

modal saham preferen diperhitungkan sebesar tingkat keuntungan yang disyaratkan (required rate of return) oleh investor pemegang saham preferen. Artinya tingkat keuntungan yang diharapkan oleh investor merupakan biaya yang harus ditanggung emiten.

Biaya modal saham preferen berupa dividen yang besarnya tetap. Oleh karena itu, saham preferen mempunyai sifat campuran antara hutang dan saham biasa. Mempnyai sifat hutang. Karena saham preferen mengandung kewajiban yang tetap untuk memberikan pembayaran dividen secara periodik. Memiliki sifat seperti saham biasa karena saham preferen merupakan bukti kepemilikan perusahaan yang mengeluarkan saham preferen tersebut. Demikian pula ketika perusahaan terpaksa dilikuidasi, maka perusahaan pemegang saham preferen mempunyai hak didahulukan sebelum pemegang saham biasa.

Pembayaran dividen saham preferen dilakukan setelah pendapatan dikurangi pajak, sehingga biaya modal saham preferen tidak perlu lagi disesuaikan dengan pajak. Biaya modal penggunaan saham prefern (kp) dihitung dengan membagi dividen per lembar saham preferen (Dp) dengan harga saham preferen saat ini (Vp) sehingga dapat dicerminkan dengan rumus sebagai berikut.

Rumus :

$kp = Dp / Po$

dimana :

kp = Biaya saham preferen
Dp = Dividen saham preferen
Po = Harga saham preferen saat penjualan (harga proses)

Jika ada biaya penerbitan (floatation cost) maka biaya modal saham preferen dihitung atas dasar penerimaan kas bersih yang diterima (Pnet) :

$kp = Dp / Pnet$

4.3. Biaya Saham Biasa

Biaya modal saham biasa merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan yang memperoleh dana dengan menjual saham biasa untuk investasi. Biaya modal saham biasa dapat mengalami peningkatan secara internal dengan menahan laba atau secara eksternal dengan menjual atau mengeluarkan saham biasa baru. Biaya modal saham lebih sulit dihitung karena melibatkan biaya kesempatan (opportunity cost) yang tidak bisa diamati secara langsung.

Pada waktu kita membicarakan penilaian saham dengan pertumbuhan konstan, harga saham bisa dituliskan sebagai berikut ini (modul mengenai Nilai Waktu Uang).

$$PV = \frac{D1}{r - g}$$

Dengan mengubah r menjadi ks (baiya modal saham), PV menjadi P (harga saham), persamaan diatas bisa diubah menjadi berikut ini.

$$ks = \frac{D1}{P}$$

dimana:

ks = biaya modal saham
D1 = dividen pada tahun pertama
P = harga saham saat ini
g = tingkat pertumbuhan

Biaya modal saham sama dengan dividend yield ditambah tingkat pertumbuhan. Untuk menggunakan rumus di atas, beberapa parameter harus diestimasi, yaitu harga saham, dividen yang dibayarkan, dan tingkat pertumbuhan. Harga bisa diperoleh dengan mudah, terutama untuk perusahaan yang sudah go-public dan listing di Bursa Keuangan. Data dividen juga dapat diperoleh dengan mudah. Yang lebih sulit diperkirakan adalah menghitung tingkat pertumbuhan.

Tingkat pertumbuhan dapat dihitung melalui beberapa cara. Pertama, kita bisa menggunakan formula berikut ini.

g = (1 – DPR) (ROE)

dimana:

DPR = dividen payout ratio
ROE = return on equity

Persamaan di atas mengatakan bahwa tingkat pertumbuhan merupakan fungsi dari pembayaran dividend dan return on equity. Jika perusahaan membayarkan dividen yang kecil (yang berarti menanamkan sebagian besar labanya kembali ke perusahaan), tingkat pertumbuhan diharapkan menjadi lebih tinggi. Tingkat pertumbuhan akan semakin kecil jika dividen yang dibayarkan semakin besar.

4.4. Biaya Laba Ditahan

Biaya laba ditahan adalah biaya dari penggunaan sumber saham biasa. Besarnya biaya laba ditahan merupakan tingkat pendapatan investasi (rate of return) dari saham yang akan diterima oleh investor jika investor menginvestasikan sendiri dalam kesempatan investasi lain dengan jenis perusahaan dan risiko yang sama.

Biaya laba ditahan sama dengan biaya saham biasa. Tetapi apabila keuntungan (earning) yang dibagikan kepada pemegang saham dan mereka ingin menginvestasikan kembali dalam saham perusahaan, maka harus membayar pajak atas dividend an brokerage fee (biaya makelar), untuk memperoleh tambahan lembar saham.
Rumus :

Kr = kc (1-T) (1-b)

Dimana :

T = Tingkat rata-rata pajak atas dividen. Income dari semua pemegang saham (average tax rate of stock holders)

b = biaya rata-rata makelar (average brokerage cost)

4.5. Biaya Modal Rata-rata Tertimbang

Jika biaya modal salah satu komponen berubah, maka akan ada lompatan dalam biaya modal rata-rata tertimbang. Misalkan saja struktur modal yang dilakukan oleh perusahaan adalah modal saham, hutang, dan saham preferen sebesar 60%, 30%, dan 10%, berturut-turut. Biaya modal hutang (sesudah pajak), saham preferen, dan saham biasa adalah 12,6% (sesudah pajak), 20%, dan 25%, berturut-turut. WACC untuk komposisi tersebut adalah:

WACC = (0,3 × 12,6) + (0,1 × 20) + (0,6 × 25) = 20,78%

Misalkan perusahaan mempunyai kesempatan investasi sebesar Rp 200 juta. Untuk mendanai 200 juta tersebut, berikut ini komposisi sumber dana yang harus dikeluarkah perusahaan.

Komposisi Pendanaan

Komponen	Proporsi	Jumlah
Utang	30%	0,3 x 200 = 60 juta
Saham Preferen	10%	0,1 x 200 = 20 juta
Saham Biasa	60%	0,6 x 200 = 120 juta
		Total = 200 juta

Lompatan WACC bisa terjadi karena meningkatnya biaya modal individual. Contoh, perusahaan bisa menggunakan utang dengan tingkat bunga 12,6% (net pajak) sampai dengan 40 juta. Karena utang yang diperlukan 60 juta, melebihi batas 40 juta, perusahaan terpaksa memperoleh tingkat bunga baru yang lebih mahal, yaitu 15%(nrt pajak). Peningkatan ini terjadi karena utang meningkat, berarti tingkat risiko semakin tinggi. Lompatan karena penggunaan hutang yang baru bisa dihitung sebagai berikut.

$$\text{Batas Dana} = \frac{\text{Utang saat ini}}{\text{Persentase utang}}$$

= 40 juta / 0,3 = 133 juta

Alokasi dana sebesar Rp 133 juta tersebut sebagai berikut.

Utang	= 30% x Rp 133 juta	= Rp 40 juta
Saham preferen	= 10% x Rp 133 juta	= Rp 13 juta
Laba ditahan	= 60% x Rp 133 juta	= Rp 80 juta+
	Total	= Rp 133 juta

WACC yang baru kemudian bisa didhitung sebagai berikut.

WACC = (0,3 x 15) + (0,1 x 20) + (0,6 x 25) = 21,5%

WACC meningkat dari 20,78% menjadi 21,5%. Lompatan WACC bisa terjadi lagi jika komponen biaya modal yang lain mengalami perubahan. Misalkan laba yang ditahan tahun ini sebesar Rp100 juta. Jika perusahaan mempertahankan struktur modal seperti itu, maka jumlah dana maksimum yang bisa digunakan oleh perusahaan adalah.

$$\text{Batas Dana} = \frac{\text{Laba yang ditahan}}{\text{Persentase laba yang ditahan}}$$

= 100 juta / 0,6 = Rp 167 juta

Komposisi dana Rp 167 juta adalah sebagai berikut.

Utang	= 30% x Rp 167 juta	= Rp 50 juta
Saham preferen	= 10% x Rp 167 juta	= Rp 17 juta
Laba ditahan	= 60% x Rp 167 juta	= Rp 100 juta+
	Total	= Rp 167 juta

Kesempatan investasi yang menarik cukup banyak, yaitu Rp 200 juta, melebihi Rp 167 juta. Misal perusahaan memutuskan untuk menambah modal dengan mengeluarkan saham baru untuk menutup kekurangan tersebut. Biaya modal saham baru (eksternal) adalah 27%, lebih tinggi dibanding biaya modal saham internal. Biaya modal rata-rata tertimbang baru adalah:

WACC = (0,3 x 15) + (0,1 x 20) + (0,6 x 27) = 22,7%

4.6. Soal dan Penyelesaian

PT- Marcel membutuhkan modal yang akan digunakan dalam pendanaan investasinya sebesar 2M yang terdiri dari beberapa sumber dana berikut ini jumlah dari masing-masing sumber :

1. Hutang obligasi jumlah pendanaan sebesar 500 juta dengan nilai nominal 500. Bunga yang ditawarkan sebesar 20% dan jangka waktu obligasi 5 tahun, harga jual obligasi 462.500/lembar, dan tingkat pajak 30%
2. Saham preferen besarnya dana saham preferen adalah 400 juta, harga jual saham preferen sebesar 31.250/lembar dengan deviden 4.500/lembar
3. Saham biasa, jumlah pendanaan modal saham biasa 1.100.000.000, harga jual saham 22.500 dengan dividen 3.125/lembar dengan pertumbuhan 5% dari pendanaan diatas.

Hitunglah :

1. Biaya Modal Secara Individual
2. Biaya Modal Secara Keseluruhan

Penyelesaian :

1. Biaya Modal Secara Individual

   Biaya modal hutang obligasi

   I = 500.000 x 20% = 100.000

   Sehingga Kd = $\frac{I=(N-Nb)/n}{(Nb+N)/2}$

   Kd = $\frac{100.00+(500-462.500)/5}{(462.500+500.000)/2}$ = $\frac{107.500}{481.250}=22,34$

   Biaya Modal Saham Preferen

   Kp = Do/Po

   Kp = 4500/31.250 = 14,40%

   Biaya Modal Saham Biasa

   Ke = (D1/Po) + g

   Ke = (3.125/22.500) + 0,05

   = 0,1384 + 0,05

   = 0,1889 = 18,89%

2. Biaya Modal Secara Keseluruhan (WACC)

Sumber dana (1)	Jumlah dana (2)	Proporsi (3)	Biaya modal (4)	Biaya tertimbang (5)= (3x4)
Obligasi	500.000.000	25%	15,64%	3,91%
Saham preferen	400.000.000	20%	14,40%	2,88%
Saham biasa	1.100.000.000	15%	18,89%	10,39%
jumlah	2.000.000.000			17,18%

4.7. Latihan Soal

Perusahaan Subur Makmur dapat menjual obligasi di pasar saat ini dengan nominal per lembar Rp. 27.000 dan umur 10 tahun. Hasil penjualan netto yang diterima perusahaan sebesar Rp. 25.550 biaya bunganya adalah 7%. Bila tarif pajak perusahaaan 30%.

1. Berapa biaya setelah pajak dari metode pendanaan ini ?
2. Berapakah saham preferen yang dimiliki oleh Perusahaan Subur Makmur jika dari perusahaan Sumber Rezeky menjual saham preferen dengan nominal Rp. 25.000, sedangkan harga jual saham preferen Subur Makmur sebesar Rp. 27.850,-. Deviden tiap tahun Rp. 1.650,- biaya penerbitan saham setiap lembar sebesar Rp. 200.

BAB 5

Struktur Modal

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (Sub CPMK) :

Mahasiswa mampu menjelaskan pengertian dan arti pentingnya kebijakan struktur modal, menghitung dan menilai berbagai struktur modal

Indikator :

1. Menjelaskan pengertian struktur modal
2. Menjelaskan Kebijakan Struktur Modal
3. Menghitung dan membandingkan berbagai EPS dari beberapa pilihan struktur modal
4. Menjelaskan pengertian dan macam leverage.
5. Menjelaskan dampak leverage terhadap profitabilitas.

Materi Pokok :

1. Pendekatan NI & NOI
2. Pendekatan Tradisional
3. Pendekatan Modigliani & Miller
4. Struktur Modal, Pajak & Biaya Kebangkrutan
5. Degree Of Op. Leverage & Degree Of Fin.Leverage
6. Struktur Modal Dalam Praktek
7. Analisis RE & RMS
8. Analisis Sisi Likuiditas
9. Analisis Rentabilitas, Likuiditas & Biaya Modal

Kecenderungan perusahaan yang makin banyak menggunakan hutang, tanpa disadari secara berangsur-angsur, akan menimbulkan kewajiban yang makin berat pada perusahaan saat harus melunasi (membayar kembali hutang tersebut). Tidak jarang perusahaan-perusahaan yang akhirnya tidak mampu memenuhi kewajiban tersebut dan bahkan dinyatakan pailit. Hingga kini belum ada rumus matematik yang tepat untuk menemukan jumlah optimal dari hutang dan ekuitas dalam struktur modal (Seitz, 1984 : 301). Pedoman umum hanyalah: mencari hutang sebanyak mungkin tanpa meningkatkan resiko atau menurunkan fleksibilitas perusahaan.

Berikut beberapa pengertian struktur modal menurut para ahli dalam Buku Manajemen Keuangan Perusahaan dan Pasar Modal (Fahmi, 2014) :

1. Menurut Weston dan Copeland bahwa :
   "*Capital structure on the capitalization of the firm is the permanent financing respresented by long-tem dept, preferred stock and shareholder's equity*"
2. Sedangkan Joel G Seigel dan Jae K. Shim mengatakan :
   "Capital structure (struktur modal) adalah komposisi saham biasa, saham preferen, dan berbagai kelas seperti itu, laba yang ditahan , dan utang jangka panjang yang dipertahankan oleh suatu kesatuan usaha dalam mendanai aktiva."
3. Dan dipertegas oleh Jones bahwa :
   "Struktur modal suatu perusahaan terdiri dari long-term debt dan shareholder's equity terdiri dari preffered stock dan common equity, dan common stock itu sendiri terdiri dari common stock dan retairned earnings."

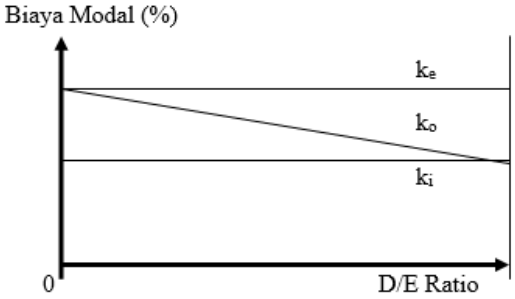
Sehingga dapat disimpulkan bahwa struktur modal merupakan gambaran dari bentuk proporsi finansial perusahaan yaitu antara modal yang dimiliki yang bersumber dari hutang jangka panjang (long-term liabilities) dan modal sendiri (shareholder's equity) yang menjadi sumber pembiayaan suatu perusahaan.

5.1. Pendekatan NI & NOI

Pendekatan-pendekatan yang digunakan dalam menganalisis Struktur Modal dapat dijelaskan sebagai berikut :

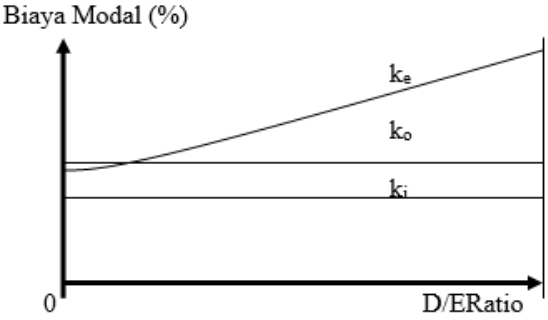
1. Pedekatan Net Income (NI)
   Pada pendekatan ini, sebagian laba atas pemegang saham dikapitalisasi dengan suatu tingkat kapitalisasi yang konstan yaitu ke (biaya modal sendiri)
   Asumsi yang mendasari pendekatan Net Income adalah:
   a. Biaya utang (kl) dan biaya modal sendiri (ke) adalah konstan waupun struktur modal berubah.
   b. Biaya utang sebelum pajak (kd) lebih rendah dari biaya modal sendiri (ke)

   Secara grafis ditunjukkan pada Gambar 8.1.



2. Pendekatan Net Operating Income (NOI)

   Pada Pendekatan Net Operating Income (NOI), tingkat biaya modal rata-rata tertimbang (ko) adalah konstan. Asumsi yang mendasari pendekatan ini adalah biaya utang (kl) dan biaya modal keseluruhan (ko) konstan. Pada pendekatan NOI, perubahan struktur modal, tidak mempengaruhi nilai total perusahaan sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 8.2.



5.2. Pendekatan Tradisional

Pendekatan Tradisional berpendapat akan adanya struktur modal yang optimal. ArtinyaStruktur Modal mempunyai pengaruh terhadap Nilai Perusahaan, dimana StrukturModal dapat berubah-ubah agar bisa diperoleh nilai perusahaan yang optimal. Mereka yang menganut pendekatan tradisional berpendapat bahwa dalam pasar modalyang sempurna dan tidak ada pajak,nilai perusahaan (biaya modal perusahaan) bisadirubah dengan merubah struktur modalnya (yaitu B/S).

Pendekatan tradisional merupakan salah satu teori struktur modal, dimana dalam teori ini menjelaskan bahwa ada struktur modal optimal yang dapat digunakan perusahaan. Posisi pendekatan tradisional menunjukkan bahwa biaya modal tidak independen terhadap struktur modal perusahaan. Sehingga pendekatan ini percaya bahwa perusahaan dapat mengoptimalkan struktur modal. Struktur modal yang optimal terjadi ketika margin cost of capital dari hutang riil secara eksplisit dan implisit sama dengan margin cost of capital sendiri pada posisi ekuilibrium.

Pendekatan tradisional juga menjelaskan bahwa perusahaan bisa meningkatkan nilai total perusahaan dengan menggunakan hutang (leverage keuangan) dalam jumlah tertentu, dimana penambahan penggunaan hutang pada titik tertentu akan bisa menghemat biaya modal/cost of capital (ko). Penambahan hutang juga dapat meningkatkan nilai perusahaan, karena peningkatan hutang memiliki cost of capital yang lebih murah (Solikhadi, 2016)

5.3. Pendekatan Modigliani & Miller

Terdapat beberapa teori yang mendasari keputusan struktur modal perusahaan, antara lain :

1. **Teori Modligani – Miller (MM) Tanpa Pajak**

   Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh 2 ahli manajemen keuangan yaitu Franco Modigliani dan Merton Miller pada tahun 1958 yang menyatakan bahwa tidak ada hubungannya antara nilai perusahaan dan biaya modal dengan struktur modalnya. Pernyataan tersebut didukung dengan adanya proses arbitrase. Melalui proses arbitrase akan membuat harga saham atau nilai perusahaan baik yang tidak menggunakan hutang atau yang menggunakan hutang, akhirnya sama.

   Proses arbitrase ini muncul karena investor bersifat rasional, artinya investor lebih menyukai investasi yang sama tetapi menghasilkan keuntungan yang lebih besar atau dengan investasi yang lebih kecil menghasilkan keuntungan yang sama (Sutrisno: 2013). Beberapa asumsi yang mendasari teori MM-Tanpa Pajak:

   a. Risiko bisnis perusahaan diukur dengan Ơ EBIT (devisiasi standar Earning Before Interest and Tax)
   b. Investor memiliki penghargaan yang sama tentang EBIT perusahaan di masa mendatang
   c. Saham dan obligasi diperjualbelikan di suaru pasar modal yang sempurna
   d. Utang adalah tanpa risiko sehingga suku bunga pada utang suku bunga bebas risiko
   e. Seluruh aliran kas adalah perpetuitas (sama jumlahnya setiap periode hingga waktu tak terhingga). Dengan kata lain, pertumbuhan perusahaan adalah nol atau EBIT selalu sama
   f. Tidak ada pajak perusahaan maupun pajak pribadi (Nidar, 2016).

2. **Teori Modligiani – Miller (MM) Dengan Pajak**

   Franco Modigliani dan Merton Miller menerbitkan teori lanjutan pada tahun 1958. Asumsi yang diubah adalah adanya pajak terhadap penghasilan perusahaan (corporate income taxes). Dengan adanya pajak ini, MM menyimpulkan bahwa penggunaan utang (leverage) akan meningkatkan nilai perusahaan karena biaya bunga utang adalah biaya yang mengurangi pembayaran pajak (a tax –deductible

expense) (Nidar, 2016). Apabila ada dua perusahaan yang menghasilkan laba operasi yang sama, yang satu perusahaan tidak menggunakan hutang dan perusahaan satunya lagi menggunakan hutang, maka pajak penghasilan yang dibayarkan tidak akan sama.

Perusahaan yang menggunakan hutang akan membayar lebih kecil dibanding dengan perusahaan yang bisa menghemat pajak, dan tentunya akan bisa meningkatkan kesejahteraan pemilik atau akan meningkatkan nilai perusahaan. Karena perusahaan yang menggunakan hutang mendapatkan manfaat laba berupa penghematan pajak, maka MM berpendapat bahwa nilai perusahaan yang menggunakan hutang lebih besar dibanding dengan nilai perusahaan yang tidak menggunakan hutang.

5.4. Struktur Modal, Pajak & Biaya Kebangkrutan

5.5. Degree Of Op. Leverage & Degree Of Fin.Leverage

Istilah leverage dipergunakan untuk menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menggunakan aktiva tetap atau dana yang mempunyai beban tetap (fixed assets or funds) untuk memperbesar tingkat penghasilan (return) bagi pemilik perusahaan. Leverage dalam pengertian bisnis mengacu pada penggunaan asset dan sumber dana (sources of funds) oleh perusahaan di mana dalam penggunaan asset atau dana tersebut harus mengeluarkan biaya tetap atau beban tetap. Penggunaan asset (aktiva) atau dana tersebut dimaksudkan untuk meningkatkan keuntungan potensial bagi pemegang saham. Semakin tinggi tingkat leverage akan semakin tinggi risiko yang dihadapi dan semakin besar tingkat return atau penghasilan yang diharapkan.

Dalam manajemen keuangan perusahaan dikenal tiga macam leverage, yaitu leverage operasi (operating leverage) dan leverage keuangan (financial leverage) serta total leverage. Penggunaan leverage tersebut dengan tujuan agar keuntungan yang diperoleh lebih besar dari pada biaya asset dan sumber dananya. Penggunaan leverage untuk meningkatkan keuntungan bagi pemegang saham, namun penggunaan leverage juga dapat meningkatkan risiko. Jika perusahaan mendapat keuntungan yang lebih rendah dari biaya tetapnya maka penggunaan leverage akan menurunkan keuntungan pemegang saham.

Leverage operasi timbul pada saat perusahaan menggunakan aktiva yang memiliki biaya-biaya operasi tetap. Biaya tetap tersebut misalnya biaya penyusutan gedung dan peralatan kantor, biaya asuransi dan biaya lain yang muncul dari penggunaan fasilitas dan biaya manajemen. Dalam jangka panjang, semua biaya bersifat variabel, artinya dapat berubah sesuai dengan jumlah produk yang dihasilkan. Oleh karena itu, dalam

analisis ini diasumsikan dalam jangka pendek. Biaya operasi tetap, dikeluarkan agar volume penjualan dapat menghasilkan penerimaan yang lebih besar daripada seluruh biaya operasi tetap dan variabel. Pengaruh yang timbul dengan adanya biaya operasi tetap yaitu adanya perubahan dalam volume penjualan yang menghasilkan perubahan keuntungan atau kerugian operasi yang lebih besar dari proporsi yang telah ditetapkan.

Leverage operasi juga memperlihatkan pengaruh penjualan terhadap laba operasi atau laba sebelum bunga dan pajak (earning before interest and tax atau EBIT) yang diperoleh. Pengaruh tersebut dapat dicari dengan menghitung besarnya tingkat leverage operasinya (degree of operating leverage). Untuk lebih jelasnya disajikan tabel 1 yang menggambarkan pengaruh leverage pada 3 perusahaan yang berbeda dengan berbagai jumlah leverage operasi.

Tabel 1. Laporan Laba-Rugi Perusahaan A, B dan C

Keterangan	Perusahaan A (Rp)	Perusahaan B (Rp)	Perusahaan C (Rp)
Penjualan	80.000.000	88.000.000	156.000.000
Biaya Operasi:			
Biaya Tetap	56.000.000	16.000.000	112.000.000
Biaya Variabel	16.000.000	56.000.000	24.000.000
Keuntungan Operasi (EBIT)	8.000.000	16.000.000	20.000.000
Rasio Biaya Operasi:			
Biaya Tetap/Biaya Total	0,78	0,22	0,82
Biaya Tetap/Penjualan	0,70	0,18	0,72
Biaya Variabel/Penjualan	0,20	0,64	0,15

Dari Tabel 1 di atas, perusahaan A mempunyai biaya operasi tetap yang lebih besar dibanding biaya variabelnya. Perusahaan B mempunyai biaya variabel yang lebih besar daripada biaya tetapnya. Perusahaan C mempunyai biaya operasi tetap dua kali lipat perusahaan A. Dari ketiga perusahaan tersebut, dapat dilihat bahwa perusahaan C mempunyai: (1) jumlah rupiah absolut biaya tetap terbesar dan (2) jumlah relatif biaya tetap terbesar, yaitu diukur dengan menggunakan rasio antara biaya tetap dibagi biaya totalnya dan rasio antara biaya tetap dibagi dengan penjualannya.

Apabila setiap perusahaan mengalami peningkatan penjualan tahun depan sebesar 50%, maka laba perusahaan (EBIT) akan terpengaruh. Hasil pengaruh tersebut ditunjukkan pada Tabel 2, di mana biaya variabel dan penjualan tiap perusahaan meningkat sebesar 50%. Tetapi biaya tetap ketiga perusahaan tersebut tidak berubah. Seluruh perusahaan menunjukkan pengaruh dari leverage operasi (yaitu perubahan penjualan yang menghasilkan perubahan laba operasi). Dari perubahan tersebut perusahaan A terbukti sebagai perusahaan yang paling sensitif dengan peningkatan penjualan 50% dan menyebabkan peningkatan laba operasi sebesar 400%. Hal ini

menunjukkan bahwa perusahaan dengan jumlah biaya tetap absolut atau relatif terbesar belum tentu memiliki pengaruh leverage operasi terbesar. Misalnya perusahaan mengalami peningkatan penjualan sebesar 50%, maka menjadi tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2. Perubahan Laporan Laba-Rugi Karena Perubahan Penjualan

Keterangan	Perusahaan A (Rp)	Perusahaan B (Rp)	Perusahaan C (Rp)
Penjualan	120.000.000	132.000.000	234.000.000
Biaya Operasi:			
Biaya Tetap	56.000.000	16.000.000	112.000.000
Biaya Variabel	24.000.000	84.000.000	36.000.000
Keuntungan Operasi (EBIT)	40.000.000	32.000.000	86.000.000
Persentase Perubahan EBIT = $\{(EBIT_t - EBIT_{t-1}) / EBIT_{t-1})\}$	400%	100%	330%

Setelah membahas cara menentukan leverage operasi yang secara sederhana Operating Leverage yaitu Sales – Operating expenses = EBIT namun perlu juga mempelajari analisis impas (break even analysis) yang dibahas pada bab Analisis Break Even Point, hal ini karena analisis BEP mempelajari perimbangan antara pendapatan dan biaya variabel serta biaya tetap, maka analisis BEP ini juga merupakan salah satu alat untuk mempelajari operating leverage.

Tingkat *Leverage* Operasi *(Degree Of Operating Leverage)*

Tingkat leverage operasi atau degree of operating leverage (DOL) adalah persentase perubahan dalam laba operasi (EBIT) yang disebabkan perubahan satu persen dalam output (penjualan). Dengan demikian maka :

$$\text{Tingkat Elastisitas Operasi pada Unit Output Penjualan} = \frac{\text{Presentase perubahan laba operasi (EBIT)}}{\text{Presentase perubahan output (Penjualan)}}$$

Atau :

$$DOL_{Q\ unit} = \frac{S - VC}{S - VC - FC} = \frac{Q\,(P - V)}{Q\,(P - V) - FC}$$

Atau :

$$DOL_{S\ rupiah} = \frac{S - VC}{S - VC - FC} = \frac{EBIT + FC}{EBIT}$$

Dimana :

DOL Q unit	= DOL dari penjualan dalam unit
DOL S rupiah	= DOL dari penjualan dalam rupiah
EBIT	= Laba operasi sebelum bunga dan pajak
P	= Harga per unit
V	= Biaya variabel per unit
(P-V)	= Marjin kontribusi per unit
Q	= Kuantitas (unit) barang yang diproduksi atau dijual
FC	= Biaya tetap
VC	= Biaya variabel total
S	= Penjualan
Laba operasi (EBIT)	= [P(Q)- V(Q)]- FC
EBIT	= Q (P - V) - FC

Contoh :

Menganalisis kondisi keuangan 3 perusahaan K, M, dan N dengan keadaan sebagai berikut:

Tabel 3. Laporan Laba-Rugi Perusahaan K, M dan N

Keterangan	Perusahaan K (Rp)	Perusahaan M (Rp)	Perusahaan N (Rp)
Penjualan	120.000.000	180.000.000	240.000.000
Biaya Variabel	24.000.000	120.000.000	40.000.000
Marjin Kontribusi	96.000.000	60.000.000	200.000.000
Biaya Tetap	56.000.000	30.000.000	120.000.000
Keuntungan Operasi (EBIT)	40.000.000	30.000.000	80.000.000
Harga per Unit	10.000	10.000	10.000
Biaya Variabel per Unit	2.000	6.667	1.667
Volume Penjualan	12.000 unit	18.000 unit	24.000 unit

Dari tabel laporan laba-rugi perusahaan K, M dan N di atas, dapat dihitung besarnya *degree of operating leverage* (DOL)-nya sebagai berikut:

$$DOL_K = \frac{120.000.000 - 24.000.000}{120.000.000 - 24.000.000 - 56.000.000} = \frac{96.000.000}{40.000.000} = 2,4$$

DOL_K sebesar 2,4 artinya tingkat elastisitas operasi pada output penjualan terhadap EBIT sebesar 240%. Ini berarti bahwa apabila penjualan perusahaan K naik sebesar 10%, maka laba operasi akan naik sebesar 2,4 x 10% = 24%. Sebaliknya, apabila penjualan perusahaan K turun sebesar 10%, maka penurunan tersebut berakibat EBIT-nya juga turun sebesar 2,4 x 10% = 24%.

$$DOL_M = \frac{180.000.000 - 120.000.000}{180.000.000 - 120.000.000 - 30.000.000} = \frac{60.000.000}{30.000.000} = 2,0$$

DOL_M sebesar 2,0 artinya tingkat elastisitas operasi pada output penjualan terhadap EBIT sebesar 200%. Ini berarti bahwa apabila penjualan perusahaan M naik sebesar 10%, maka laba operasi akan naik sebesar 2,0 x 10% = 20%. Sebaliknya, apabila penjualan perusahaan M turun sebesar 10%, maka penurunan tersebut berakibat EBIT-nya juga turun sebesar 2,0 x 10% = 20%.

$$DOL_N = \frac{240.000.000 - 40.000.000}{240.000.000 - 40.000.000 - 120.000.000} = \frac{200.000.000}{80.000.000} = 2,5$$

Seperti halnya DOL_K dan DOL_M, maka DOL_N sebesar 2,5 artinya tingkat elastisitas operasi pada output penjualan terhadap EBIT sebesar 250%. Ini berarti bahwa apabila penjualan perusahaan N naik sebesar 10%, maka laba operasi atau EBIT akan naik sebesar 2,5 x 10% = 25%. Sebaliknya, apabila penjualan perusahaan N turun sebesar 10%, maka penurunan tersebut berakibat EBIT perusahaan N juga akan turun sebesar 2,5 x 10% = 25%.

Untuk membuktikan efek perubahan penjualan terhadap EBIT yang diperlihatkan oleh besarnya DOL masing-masing perusahaan, maka dapat dilihat pada tabel berikut apabila penjualan ketiga perusahaan naik 10% dan biaya variabel juga naik 10%.

Tabel 4. Perubahan laporan laba-rugi perusahaan K, M dan N

Keterangan	Perusahaan K (Rp)	Perusahaan M (Rp)	Perusahaan N (Rp)
Penjualan (naik 10%)	132.000.000	198.000.000	264.000.000
Biaya Variabel (naik 10%)	26.000.000	132.000.000	44.000.000
Marjin Kontribusi	105.000.000	66.000.000	220.000.000
Biaya Tetap	56.000.000	30.000.000	120.000.000
Laba Operasi (EBIT)	49.000.000	36.000.000	100.000.000

Persentase perubahan laba operasi akibat adanya perubahan penjualan masing-masing perusahaan adalah sebagai berikut:

Perusahaan K = = x 100% = 24%

Perusahaan M = = x 100% = 20%

Perusahaan N = = x 100% = 25%

Dilihat dari besarnya masing-masing tingkat operating leverage yaitu DOLK sebesar 2,4, DOLM sebesar 2,0 dan DOLN sebesar 2,5 dapat disimpulkan bahwa beban biaya tetap dibanding kontribusi marjin perusahaan N paling besar. Hal ini berarti risiko perusahaan N lebih besar dibanding perusahaan K dan M karena kontribusi laba

yang diperoleh digunakan untuk menutup biaya tetap yang lebih besar. Perlu diketahui bahwa DOL merupakan salah satu komponen yang dapat menunjukkan risiko bisnis perusahaan. DOL perusahaan memperbesar dampak dari faktor lain pada variabilitas laba operasi. Meskipun DOL itu sendiri bukan sumber variabilitas. DOL yang tinggi tidak akan berpengaruh, bila perusahaan dapat memelihara penjualan dan struktur biaya yang konstan (tetap). Jadi DOL dapat dipandang sebagai suatu ukuran dari risiko potensial yang menjadi aktif hanya jika penjualan dan biaya produksi berubah-ubah.

Besarnya tingkat perubahan laba operasi sebagai akibat perubahan penjualan (DOL) sangat erat hubungannya dengan titik impas atau titik pulang pokok. Titik impas menunjukkan besarnya pendapatan sama dengan jumlah biaya yang harus dikeluarkan perusahaan. Hubungan antara laba operasi dan DOL juga sangat erat. Semakin besar penjualan berarti semakin besar laba operasi secara absolut berarti semakin jauh dari titik impas, sebaliknya DOL nya semakin kecil. Pada umumnya, perusahaan tidak senang beroperasi dengan DOL yang tinggi, karena penurunan sedikit dalam penjualan dapat mengakibatkan kerugian (penurunan laba yang besar sehingga menjadi rugi).

5.6. Struktur Modal Dalam Praktek

Untuk menemukan struktur modal yang optimal, secara umum manajer menggunakan formulasi biaya modal rata-rata tertimbang.

Biaya Modal Rata-Rata Tertimbang atau Weighted Average Cost of Capital (WACC) adalah formulasi yang umum dikenal dalam manajemen keuangan. Jika dijelaskan secara singkat, WACC dihasilkan dari proporsi penyesuaian tingkat utang dan modal dengan pertimbangan risiko keuangan seminimal mungkin.

Namun dalam praktek riilnya, WACC bukan satu-satunya formulasi yang digunakan oleh manajemen dalam menentukan keputusan struktur modal optimal. Manajemen terkadang menggunakan strategi atau teori lain yang didasarkan pada insting mereka dalam menentukan struktur modal optimalnya. Dalam menentukan struktur modal, secara umum manajer menggunakan dua istilah berikut:

1. *Low Leverage*: proporsi utang lebih rendah daripada proporsi ekuitas dalam Struktur Modal. Sebagai contoh jika perusahaan memiliki total aset Rp1.000.000, maka manajer akan mengatur jumlah utang sejumlah Rp300.000 dan ekuitas sejumlah Rp700.000 .
2. *High Leverage*: sebaliknya, proporsi utang lebih tinggi daripada proporsi ekuitas dalam Struktur Modal. Dengan contoh yang sama, mungkin manajer akan mengatur jumlah utang sebesar Rp800.000 dan ekuitas sejumlah Rp200.000 .

5.7. Soal dan Penyelesaian

1. PT X mempunyai hutang Rp. 1.000.000 dgn tk bunga per th 15%, laba operasi bersih per th Rp. 1.000.000, dengan biaya modal perusahaan tetap pada berbagai tingkat hutang yaitu 20%. Berapakah nilai perusahaan (v) dan biaya modal sendiri (Ke) ?

   Diketahui :
   B = 1.000.000
   F = 15% x 1.000.000 = 150.000
   O = 1.000.000
   Ko = 20% = 0,20

   Jawab:

Laba operasi (O)	Rp. 1.000.000	
Biaya Modal Perusahaan(ko)	0,20	:
Nilai Perusahaan (V)	Rp. 5.000.000	
Nilai hutang (B)	Rp. 1.000.000	-
Nilai Modal Sendiri (S)	Rp. 4.000.000	

   Jadi, Ke = E/S
   = (1.000.000 – (1.000.000 x 0,15) /4.000.000
   = 850.000/4.000.000
   = 0,2125 = 21,25%

2. PT A dan PT B memiliki laba operasi yang sama yaitu sebesar 10.000.000. Perbedaannya PT A tidak memiliki hutang dan mempunyai modal sendiri sebesar 15% dan PT B memiliki hutang sebesar Rp 30.000.000 dengan tingkat bunga 12% setahun dan mempunyai modal sendiri sebesar 16%. Apakah investor PT B menjual sahamnya dan membeli saham PT A ?

   Diketahui :
   O = 10.000.000
   F perusahaan B = 12% x 30.000.000 = 3.600.000
   Ke perusahaan A = 15%
   Ke perusahaan B = 16%

Jawab:

	A	B
Laba Operasi (O)	10.000.000	10.000.000
Bunga (F)	-	3.600.000
Laba unt PSB (E)	10.000.000	6.400.000
Biaya Modal Sendiri (Ke)	0,15	0,16
Nilai Modal Sendiri (S)	66.666.666,67	40.000.000
Nilai hutang (B)	- +	30.000.000 +
Nilai total Perusahaan (V)	66.666.666,67	70.000.000

Jadi, Biaya Modal Perusahaan (Ko)
A = 10.000.000/66.666.666,67 = 0.149
B = 10.000.000/70.000.000 = 0.143

Dari data diatas diperoleh nilai total perusahaan yang hampir sama dari PT A dan PT B. Maka dari itu perlu dilakukan proses arbitrage yang artinya harus dibuktikan kembali jika investor PT B menjual sahamnya dan membeli saham PT A apakah pendapatan saham PT A dan PT B sama atau proses arbitrage terbukti.

Penjualan saham PT B = 40.000.000 : 100%
= 400.000/persennya
Pembelian saham PT A = 66.666.666,67 : 100%
= 666.666,67/persennya

Dikarenakan saham PT B telah dijual maka otomatis ia tidak bisa membayar hutangnya. Maka dari itu hutang juga akan dipindah tangankan ke PT. A dengan demikian bunga per persennya dapat dihitung :

Bunga hutang PT A = 30jt : 100%
= 300rb/persennya

Dan dapat dihitung pendapatan saham masing-masing perusahaan :

PT A Pendapatan saham = 15% x 666,67rb
= 100rb
Bunga Pinjaman = 12% x 300rb
= 36rb
Pendapatan bersih saham PT A = 100rb – 36rb = 64rb
PT B Pendapatan saham = 16% x 400rb = 64rb

Pada pendekatan ini mengasumsikan bahwa pada perusahaan yang memiliki hutang maka nilai perusahaannya akan lebih tingi daripada perusahaan yang tidak memiliki hutang karena pada perusahaan yang tidak memiliki hutang ada penghematan pajak didalamnya.

5.8. Latihan Soal

1. PT Dalmonte mempunyai hutang dan laba bersih yang sama yaitu Rp 120.000.00 dengan tingkat bunga per tahun 12%. Jika diketahui biaya modal sendiri 18%, Maka hitunglah biaya modal perusahaannya ?
2. PT Dana dan PT Kesempatan memiliki laba operasi yang sama yaitu sebesar Rp 25.000.000. Perbedaannya PT Dana tidak memiliki hutang dan mempunyai modal sendiri sebesar 15% dan PT Kesempatan memiliki hutang sebesar Rp 45.000.000 dengan tingkat bunga 12% setahun dan mempunyai modal sendiri sebesar 17%. (Dengan pendekatan MM menggunakan proses arbitrage)

BAB 6

Kebijakan Dividen

Materi Pokok :

1. Teori Kebijakan Dividen
2. Divident Payout Ratio
3. Faktor Yang Mempengaruhi Dividen

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (Sub CPMK) :

Mahasiswa mampu menjelaskan kontroversi dividen, factor-faktor yang mempengaruhi kebijakan dividen

Indikator :

1. Mengemukakan kebijakan dividen yang dilakukan perusahan.
2. Menjelaskan dampak dividen pada nilai perusahaan

6.1. Teori Kebijakan Dividen

Kebijakan dividen (dividend policy) merupakan keputusan apakah laba yang diperolehperusahaan pada akhir tahun akan dibagi kepada pemegang saham dalam bentuk dividen atauakan ditahan untuk menambah modal guna pembiayaan investasi di masa yang akan datang.Kebijakan dividen merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dengan keputusanpendanaan perusahaan. Salah satu kebijakan yang harus diambil oleh manajemen yaitumemutuskan apakah laba bersih yang diperoleh selama satu periode dibagi semua atau dibagisebagian untuk dividen dan sebagian lagi tidak dibagi (menjadi laba ditahan). Rasio pembayaran dividen (dividend payout ratio) menentukan jumlah laba dibagi dalam bentuk dividen kas danlaba yang ditahan sebagai sumber pendanaan. Apabila perusahaan memutuskan untukmembagi semua laba bersih yang diperoleh sebagai dividen, maka berarti tidak ada laba yangditahan dan akhirnya memperkecil sumber dana intern yang dapat digunakan mengembangkanusaha. Jika perusahaan memutuskan tidak membagikan laba yang diperoleh sebagai dividenakan dapat memperbesar sumber dana intern yang dapat digunakan mengembangkan usahaatau re-investasi. Jika laba yang ditahan dalam jumlah besar, berarti laba yang akan dibayarkansebagai dividen menjadi lebih kecil. !engan demikian aspek penting dari kebijakan dividenadalah menentukan alokasi laba yang sesuai di antara pembayaran laba sebagai dividendengan laba yang ditahan di perusahaan. Rasio pembayaran dividen menunjukkan persentaselaba perusahaan yang dibayarkan kepada pemegang saham biasa berupa dividen kas.

Cash dividen atau dividen kas merupakan bagian laba yang dibagikan kepada parapemegang saham. Ada dua jenis dividen yaitu : 1. Dividen saham preferen yang dibayarkansecara tetap dalam tertentu. 2. Dividen saham biasa yang dibayarkan kepada para pemegangsaham apabila perusahaan mendapat laba.

Beberapa Pendapat tentang Kebijakan Dividen

Ada dua pendapat mengenai relevansi kebijakan dividen, yaitu (1) pendapat yang menyatakan bah&a dividen tidak relevan, dan (2) pendapat yang menyatakan bahwa dividen adalah relevan dalam kaitannya dengan kemakmuran pemegang saham.

1. Pendapat Tentang Ketidakrelevanan Dividen (Irrelevant Theory)
   Pendapat ini dikemukakan oleh Modigliani dan Miller. Modigliani dan Miller (MM) memberikan argumentasi bahwa pembagian laba dalam bentuk dividen tidak relevan. MM menyatakan bahwa, dividend payout ratio (DPR) hanya merupakan bagian kecil dari keputusan pendanaan perusahaan. DPR tidak mempengaruhi kekayaan pemegang saham. MM beragumentasi bahwa nilai perusahaan ditentukan tersendiri oleh kemampuan aktiva perusahaan untuk menghasilkan laba atau kebijakan investasi. Jadi dalam rangka membagilaba perusahaan menjadi dividen

dan laba yang ditahan tidak mempengaruhi nilai perusahaan dalam hal ini MM berasumsi bahwa adanya pasar modal sempurna di mana tidak ada biaya transaksi, biaya pengambangan (floatation cost) dan tidak ada pajak.

2. Pendapat Tentang Relevansi Dividen (Relevant Theory)
   Pendapat ini mencoba membantah pendapat ketidakrelevanan pembayaran dividen. Sejumlah argumentasi diajukan untuk mendukung posisi yang kontradiksi yaitu bah&a dividenadalah relevan untuk kondisi yang tidak pasti. !engan kata lain, para investor dapat dipengaruhi oleh kebijakan dividen. pendapat ini terutama ditujukan untuk keadaan yang penuhketidakpastian. Argumen-argumen tersebut antara lain:
   a. Preferensi atas Dividen
      Para investor tertentu mungkin mempunyai pilihan dividen daripada keuntungan sebagaiakibat perubahan harga saham (capital gain). Pembayaran dividen merupakan alternatif pemecahan dalam kondisi ketidakpastian para investor tentang kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan (profitabilitas) perusahaan. Dividen akan diterima saat ini dan terusmenerus tiap tahun, sedangkan capital gain akan diterima untuk waktu yang akan datang jika harga saham naik. Dengan demikian perusahaan yang membayar dividen akan memecahkan ketidakpastian investor lebih a&al dari perusahaan yang tidak membayar dividen.
   b. Pajak atas investor
      Pajak memiliki banyak pengaruh yang beda-beda. karena pajak capital gain lebih kecildaripada pajak penghasilan dividen, maka perusahaan mungkin lebih menguntungkan untuk menahan laba tersebut. Sebaliknya apabila pajak penghasilan dividen lebih kecil daripada pajakcapital gain, maka lebih menguntungkan bila perusahaan membayar dividen. Sedangkan mengenai perpajakan ini tergantung pada peraturan pajak di masing-masing negara.
   c. Biaya pengambangan
      Biaya pengambangan (floatation cost) adalah biaya yang berhubungan denganpenerbitan surat berharga, seperti biaya pertanggungan emisi, biaya konsultasi hukum,pendaftaran saham dan percetakan. Ketidakrelevanan pembayaran dividen didasarkan padapemikiran bahwa pada saat terdapat peluang investasi yang menguntungkan namun dividen tetap dibayarkan, maka dana yang dikeluarkan oleh perusahaan harus diganti dengan danayang diperoleh dari pendanaan eksternal. Padahal dana eksternal tersebut menimbulkan biaya pengambangan, sehingga adanya biaya pengambangan menyebabkan keputusan menahan laba lebih baik daripada membayar dividen.
   d. Biaya transakasi dan pembagian sekuritas
      Biaya transaksi yang terjadi di dalam penjualan sekuritas (surat berharga) cenderunguntuk menghambat proses arbitrase. Para pemegang saham yang

berkeinginan mendapat laba sekarang, harus membayar biaya transaksi bila menjual sahamnya untuk memenuhi distribusi kas yang mereka inginkan karena pembayaran dividennya kurang. Pasar yang sempurna juga mengasumsikan bahwa sekuritas dapat dibagi (divisible) secara tak terbatas. Namun kenyataaannya bahwa unit sekuritas terkecil adalah satu lembar saham. Hal ini akan menjadi alat untuk menghindari penjualan saham sebagai pengganti dividen yang kurang. Sebaliknya para pemegang saham tidak menginginkan pembayaran dividen untuk tujuan konsumsi. Hal ini menunjukkan bahwa biaya transaksi dan masalah pembagian sekuritas tidak menguntungkanpara pemegang saham.

e. Perbatasan institusional

Hukum sering membatasi jenis-jenis saham biasa yang boleh dibeli para investor institusional (lembaga) tertentu. Sering pemerintah melarang lembaganya untuk investasisaham pada perusahaan yang tidak memberikan dividen. Misalnya perusahaan asuransi ji&ahanya boleh investasi saham yang selalu membayar dividen secara kontinyu. Untuk itu perusahaan yang selalu membagi labanya sebagai dividen, lebih disukai daripada perusahaanyang menahan labanya

6.2. Divident Payout Ratio

Dividend payout ratio adalah rasio jumlah total dividen yang dibayarkan kepada pemegang saham terhadap laba bersih perusahaan. Biasanya dinyatakan dalam persentase. Beberapa perusahaan membayarkan dividen dari seluruh laba bersih mereka kepada pemegang saham. Namun ada juga yang hanya membayarkan sebagian dari laba perusahaan. Jika suatu perusahaan membayar sebagian dari laba untuk dividen, maka sisanya disebut laba ditahan. Laba ditahan ini biasanya digunakan perusahaan untuk melunasi utang maupun diinvestasikan kembali, sehingga disebut rasio pembayaran saja. Ada tiga cara menghitung dividend payout ratio:

1. Membagi Dividen dengan Laba Bersih

   Cara menghitung dividend payout ratio yang pertama adalah menggunakan rumus nilai pembayaran dividen dibagi jumlah laba bersih perusahaan dalam satu tahun.

   Dividend Payout Ratio = Pembayaran Dividen : Laba Bersih

   Contoh:

   Contoh cara menghitung dividend payout ratio dari laporan keuangan idx pada perusahaan PT Bank Central Asia Tbk (BBCA). Pembayaran dividen kas 2021 sebesar Rp 13,73 triliun, sementara laba bersih sebesar Rp 31,41 triliun.

   Dividend payout ratio = Rp 13,73 triliun : Rp 31,41 triliun = 43,7%.

2. Menggunakan Rasio Retensi

Dividend payout ratio juga bisa dihitung dengan menggunakan rumus rasio retensi. Rasio retensi atau retention ratio adalah rasio yang menunjukkan persentase saldo laba ditahan dibanding laba bersih perusahaan.

Saldo laba ditahan (retained earnings) dalam laporan keuangan idx dapat ditemukan pada bagian Laporan Perubahan Ekuitas. Ditunjukkan pada bagian saldo laba yang belum ditentukan penggunaannya.

Rasio Retensi = Saldo Laba (Laba Ditahan) : Laba Bersih

Dividend payout ratio = 1 – Rasio Retensi

Contoh:

PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk (SIDO) mencatatkan saldo laba (laba ditahan) per 31 Desember 2021 sebesar Rp 1 triliun (saldo laba ditahan yang belum ditentukan penggunaannya. Sementara laba bersih SIDO sebesar Rp 1,26 triliun.

Rasio Retensi = Rp 1 triliun : Rp 1,26 triliun = 0,79

Dividend payout ratio = 1 – 0,79 = 0,21 atau sama dengan 21%.

3. Menggunakan Dividend per Share dan Earning per Share

Cara lain menghitung dividend payout ratio adalah dengan menggunakan dividend per share (DPS) dan earning per share (EPS). DPS adalah dividen per lembar saham, sedangkan EPS adalah laba per saham.

DPS = Jumlah Dividen yang Dibayarkan : Jumlah Lembar Saham

EPS = Laba Bersih : Jumlah Lembar Saham Beredar

Dividend payout ratio = DPS : EPS

Contoh:

PT Bank Rakyat Indonesia Tbk (BBRI) dalam laporan keuangan tahun 2021

Pembagian laba untuk dividen = Rp 12,12 triliun

Jumlah saham yang beredar = 151.559.001.604 lembar

Laba bersih = Rp 30,75 triliun.

DPS = Rp 12,12 triliun : 151,56 miliar lembar = Rp 79,96

EPS = Rp 30,75 triliun : 151,56 miliar lembar = Rp 202,89

Dividend payout ratio = Rp 79,96 : Rp 202,89 = 0,39 atau 39%.

Manfaat Dividend Payout Ratio Bagi Investor

Dividend payout ratio dapat menunjukkan tingkat kematangan perusahaan. Sebuah perusahaan baru pasti berorientasi pada pertumbuhan. Tujuannya untuk memperluas,

mengembangkan produk baru, dan ekspansi ke pasar baru dengan menginvestasikan kembali sebagian besar atau seluruh laba bersihnya. Makanya, jika perusahaan tersebut memiliki dividend payout ratio yang rendah, bahkan nol sangat wajar. Persentase 0% untuk perusahaan yang tidak membayar dividen dan 100% bagi perusahaan yang membagikan seluruh laba bersih sebagai dividen.

Di sisi lain, perusahaan yang lebih tua dan mapan, tetapi membayarkan dividen sedikit kepada pemegang saham dianggap ujian bagi investor. Dividend payout ratio juga berguna untuk menilai keberlanjutan dividen. Perusahaan enggan memangkas dividen karena dapat menurunkan harga saham dan mencerminkan kemampuan manajemen yang buruk. Jika dividend payout ratio perusahaan lebih dari 100%, artinya membayarkan lebih banyak dividen kepada pemegang saham daripada laba bersihnya. Perusahaan akan dipaksa menurunkan jumlah pembayaran dividen atau menghentikan pembayaran. Selain itu, rasio yang terus meningkat dapat menunjukkan bisnis yang sehat dan matang. Namun bila rasio yang melonjak pertanda dividen menuju ke arah tidak berkelanjutan.

6.3. Faktor Yang Mempengaruhi Dividen

Menurut Van Horne dan Wachowicz (2009), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kebijakan dividen, yaitu sebagai berikut:

1. Likuiditas perusahaan
   Likuiditas dari suatu perusahaan merupakan faktor yang penting yang harus dipertimbangkan sebelum mengambil keputusan untuk menetapkan besarnya dividen yang akan dibayarkan kepada para pemegang saham. Oleh karena itu, semakin kuatnya posisi likuiditas perusahaan maka makin besar kemampuannya untuk membayar dividen. Hal ini berarti bahwa makin kuat posisi likuiditas suatu perusahaan terhadap prospek kebutuhan dana diwaktu-waktu mendatang, maka makin tinggi rasio pembayaran dividennya
2. Kebutuhan dana untuk membayar hutang
   Apabila perusahaan menetapkan bahwa pelunasan utangnya akan diambilkan dari laba ditahan, berarti perusahaan harus menahan sebagian besar dari pendapatannya untuk keperluan tersebut, hal ini berarti bahwa hanya sebagian kecil saja dari pendapatan atau earnings yang dapat dibayarkan sebagai dividen, dengan kata lain perusahaan harus menetapkan dividend payout ratio yang rendah.
3. Tingkat pertumbuhan perusahaan
   Semakin cepat tingkat pertumbuhan suatu perusahaan, maka makin besar kebutuhan akan dana untuk membiayai pertumbuhan perusahaan tersebut. Semakin besar kebutuhan dana waktu mendatang untuk membiayai pertumbuhannya, perusahaan tersebut biasanya lebih senang untuk menahan pendapatannya daripada dibayarkan

sebagai dividen kepada para pemegang saham dengan mengingat batasan-batasan biayanya. Hal ini berarti bahwa makin cepat tingkat pertumbuhan perusahaan maka semakin besar kesempatan untuk memperoleh keuntungan, makin besar bagian dari pendapatan yang ditahan dalam perusahaan, yang ini berarti semakin rendah dividend payout ratio nya.

4. Peluang ke pasar modal
   Suatu perusahaan yang besar dan telah berjalan dengan baik, mempunyai catatan profitabilitas dan stabilitas data, akan mempunyai peluang besar untuk masuk ke pasar modal dan bentuk pembiayaan-pembiayaan eksternal lainnya. Tetapi, perusahaan yang baru atau bersifat coba-coba akan lebih banyak risiko bagi penanam modal potensial. Kemampuan perusahaan untuk menaikkan modalnya atau dana pinjaman dari pasar modal akan teratas sehingga perusahaan seperti ini harus menahan lebih banyak laba untuk membiayai operasinya. Jadi, perusahaan yang sudah mapan cenderung untuk memberi tingkat pembayaran yang lebih tinggi daripada perusahaan kecil atau baru.
5. Pengawasan terhadap perusahaan dana yang berasal
   Ada perusahaan yang mempunyai kebijakan hanya membiayai ekspansinya dengan dana yang berasal dari sumber intern saja. Kebijakan tersebut dijalankan atas dasar pertimbangan bahwa kalau ekspansinya dibiayai dengan dana yang berasal dari hasil penjualan saham baru akan melemahkan kontrol dari kelompok dominan di dalam perusahaan. Demikian pula kalau membiayai ekspansi dengan hutang akan memperbesar risiko finansialnya. Mempercatakan pada pembelanjaan intern dalam rangka usaha mempertahankan kontrol terhadap perusahaan, berarti mengurangi dividend payout ratio

6.4. Soal dan Penyelesaian

Soal 1:

1. Misalkan tahun 2019 PT. C menghasilkan laba bersih sebesar Rp. 1 milyar dan memutuskan untuk menahan laba bersih Rp. 200 juta. Hitung nilai DPR PT. C !
   Penyelesaian :
   Retention Ratio = Rp. 200.000.000 / Rp. 1.000.000.000 = 0.2
   Dividend Payout Ratio = 1 – 0.2 = 0.8 atau sama dengan 80%

Soal 2:

2. PT. BABA memiliki lembar saham sebanyak 12.345.600 lembar. Dividen yang dibagikan pada tahun 2019 adalah Rp. 100 juta dan laba bersihnya Rp. 200 juta. Berapa nilai DPR PT. BABA?

Penyelesaian :
Cari nilai DPS dengan cara = Rp. 100.000.000 / 12.345.600 = 8.10
Cari nilai EPS dengan cara = Rp. 200.000.000 / 12.345.600 = 16.20
Nilai Dividend Payout Ratio = 8.10 / 16.20 = 0.5 atau 50%.

6.5. Latihan Soal

1. Latihan Soal 1. PT Fajar Memperoleh Laba Bersih Tahun Buku 2017 Sebesar Rp28,56 Triliun. Pada Desember PT Fajar membagikan dividen Rp2,46 Triliun (Dividen Interim) dan Pada April Membagikan Dividen Rp11,22 Triliun (Dividen Full). Maka Berapa DPR nya?
2. PT ABC memiliki lembaran saham sebanyak 24.345.600 lembar. Lantas, dividen yang dibagikan pada tahun 2020 adalah Rp 300 juta dan net profit ataupun laba bersih yang diperoleh PT ABC adalah Rp 600 juta. Lalu, berapakan nilai dividend payout ratio dari PT ABC?

BAB 7

Merger dan Akuisisi

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (Sub CPMK) :

Mahasiswa mampu menjelaskan kebijakan ekspansi, melalui konsolidasi, merger dan akuisisi.

Indikator :

1. Mengemukakan kebijakan ekspansi.
2. Mengidentifikasi dan melakukan penilaian konsolidasi, merger dan akuisisi

Materi Pokok :

1. Manfaat Merger dan Akuisisi
2. Menaksir Akuisisi dengan Pertukaran Saham
3. Frendly Merger/ Hostile Takeover

Merger adalah penggabungan dua perusahaan menjadi satu, dimana perusahaan yang me-merger mengambil/membeli semua assets dan liabilities perusahaan yang di- merger dengan begitu perusahaan yang me-merger memiliki paling tidak 50% saham dan perusahaan yang di-merger berhenti beroperasi dan pemegang sahamnya menerima sejumlah uang tunai atau saham di perusahaan yang baru (Brealey, Myers, & Marcus, 1999, p.598). Definisi merger yang lain yaitu sebagai penyerapan dari suatu perusahaan oleh perusahaan yang lain. Dalam hal ini perusahaan yang membeli akan melanjutkan nama dan identitasnya. Perusahaan pembeli juga akan mengambil baik aset maupun kewajiban perusahaan yang dibeli. Setelah merger, perusahaan yang dibeli akan kehilangan/berhenti beroperasi (Harianto dan Sudomo, 2001, p.640).

Akuisisi adalah pengambil-alihan (takeover) sebuah perusahaan dengan membeli saham atau aset perusahaan tersebut, perusahaan yang dibeli tetap ada. (Brealey, Myers, & Marcus, 1999, p.598).

7.1. Manfaat Merger dan Akuisisi

Merger dan akuisisi menjadi salah satu alternatif termudah bagi pebisnis yang ingin melakukan ekspansi ke ranah yang lebih luas. Persoalan utama dalam bisnis sebenarnya bukanlah pada bagaimana memulainya, melainkan bagaimana mengembangkan dan mempertahankannya. Salah satu solusi termudah yang dapat dilakukan oleh pebisnis adalah dengan melakukan merger dan/atau akuisisi.

Selain itu, proses semacam ini telah mendapatkan legitimasi melalui aturan yang dibuat oleh pemerintah, sehingga cara ini dianggap sudah sangat aman secara prosedural. Untuk lebih jelasnya, mengenai manfaat dari dua model ekspansi bisnis ini simak ulasan berikut:

1. Merger dan akuisisi dapat menghasilkan berbagai keuntungan pajak
   Banyak pemerintah menawarkan pemotongan atau pengurangan pajak saat merger atau akuisisi selesai. Di antaranya, Singapura adalah salah satu negara Asia terbaik di mana merger atau akuisisi dapat dilakukan. Membuka bisnis di Singapura dengan menggabungkan atau mengakuisisi perusahaan yang lebih kecil dapat menarik keuntungan pajak yang besar di negara ini.
2. Kemungkinan baru yang ditawarkan oleh pasar baru
   Salah satu perjuangan tersulit yang dihadapi pemilik bisnis adalah ketika mereka harus memasuki pasar baru. Beberapa pebisnis mungkin memilih mendirikan cabang dalam rangka memasuki pasar baru di suatu wilayah, hanya saja cara ini tentu tidak lebih efisien bila dibandingkan dengan merger atau akuisisi. Merger & Akuisisi akan menghemat waktu dan uang bila dibandingkan dengan memulai bisnis dari awal.

Sebagai contoh, ketika pebisnis ingin memasuki pasar Belanda: mereka akan menemui banyak perusahaan kecil yang beroperasi di Belanda dan banyak dari mereka dapat dibeli dan diperluas di pasar di mana mereka sudah memiliki bagian pelanggan setia mereka sendiri. Sebagai bonus, pemilik bisnis asing juga berhak mendapatkan izin tinggal Belanda dan yang mengizinkan pindah ke salah satu negara terbesar di Eropa. Dengan cara ini proses administrasi dan biaya pemasaran dapat Anda tekan.

3. Memperoleh akses yang lebih mudah dalam memperoleh tenaga kerja terampil
   Salah satu syarat untuk merger atau mengakuisisi perusahaan lain adalah mempertahankan staf dan mengintegrasikannya ke dalam perusahaan baru. Ini adalah persyaratan hukum yang diberlakukan oleh peraturan nasional dan internasional. Indonesia merupakan salah satu negara yang memberlakukan regulasi ketat terkait merger dan akuisisi. Kabar baiknya adalah jika Anda berencana memulai perusahaan di Dubai dengan mengambil alih bisnis lain, Anda akan mendapatkan keuntungan dari karyawan yang terampil dan berbahasa Inggris karena sebagian besar bekerja di sana berbicara bahasa Inggris.
4. Anda dapat mendiversifikasi portofolio Anda
   Salah satu manfaat merger dan akuisisi adalah berkaitan dengan layanan atau produk yang lebih luas yang dapat dieksplorasi. Dengan melakukan merger, portofolio bisnis baru dapat semakin meningkat dan mendapatkan akses ke pangsa pasar yang lebih besar.
   Hal ini biasanya terjadi pada perusahaan IT di mana inovasi memainkan peran kunci. Mengambil alih perusahaan Hong Kong bisa menjadi ide yang sangat bagus ketika berbicara tentang inovasi dan pusat IT internasional.
5. Membeli atau merger dengan perusahaan lain biasanya lebih murah
   Membangun sentra produksi, gudang, dan fasilitas distribusi semuanya cukup mahal, tetapi membeli atau merger dengan perusahaan, bahkan jika dari negara lain yang sudah memiliki fasilitas seperti itu, ternyata jauh lebih murah daripada membangun yang baru.
   Salah satu tujuan negara Asia termurah dari sudut pandang ini adalah Malaysia. Mendirikan bisnis di Malaysia dengan membeli perusahaan yang sudah ada yang memiliki fasilitas seperti itu dapat berarti ekonomi yang signifikan terkait dengan biaya ekspansi.
6. Akses yang lebih baik ke pasar yang lebih besar
   Kembali ke pangsa pasar, negara-negara kecil menjadi pasar pengembangan yang bagus bagi perusahaan. Faktanya, semakin kecil negaranya semakin besar akses ke pasarnya dengan mengambil alih perusahaan di sana. Irlandia adalah salah

satu negara terbaik untuk melakukan itu. Mendirikan bisnis di Irlandia dengan mengambil alih perusahaan kecil tapi terkenal cukup sering ditemui.

7. Merger dan akuisisi dapat berarti kekuatan finansial yang lebih besar dan pengaruh yang lebih besar.

   Selanjutnya, merger dan akuisisi mewakili pertumbuhan kedua perusahaan yang terlibat dalam transaksi. Selain itu, ini berarti lebih banyak kekuatan finansial sebagai pendapatan yang dihasilkan dengan mengumpulkan pendapatan dari kedua bisnis.

   Sebagai reaksi berantai, memiliki kekuatan finansial yang lebih besar juga berarti menempati pangsa pasar yang lebih besar dan memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap pelanggan dengan mengurangi persaingan.

7.2. Menaksir Akuisisi dengan Pertukaran Saham

PT A merencanakan mengakuisisi PT B, data sebagai berikut :

	PT A	**PT B**
EPS	Rp 2.000	Rp 2.000
Harga/lbr saham	Rp 20.000	Rp 8.000
PER	10 x	4 x
Jumlah lbr saham	10 juta	10 juta
EAT	Rp 20 M	Rp 20 M
Nilai Pasar Equity	Rp 200 M	Rp 80 M

Perusahaan A dapat membeli PT B dengan harga seperti saat ini dengan menukar saham dan diharapkan tidak terjadi synergy. Hitung EPS, P, PER, Jumlah Lembar Saham, EAT, dan nilai Equity setelah akuisisi ! Kesimpulan ?

Penyelesaian :

	PT A	**PT B**	**PT A (setelah Akuisisi)**
EPS	Rp 2000	Rp 2.000	Rp 2.857
Harga/lbr saham	Rp 20.000	Rp 8.000	Rp 20.000
PER	10x	4x	7x
Jmlh lbr saham	10 juta lbr	10 Juta lbr	14 Juta Lbr
EAT	Rp 20 M	Rp 20 M	Rp 40 M
Nilai Pasar Equity	Rp 200 M	Rp 80 M	Rp 280 M

7.3. Frendly Merger/ Hostile Takeover

Menurut Husnan (1998) tipe merger bila ditinjau dari prosesnya dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:

1. Friendly merger
   Proses ini disepakati oleh dua belah pihak berunding dengan cara sebagai berikut: Pertama, mengidentifikasikan perusahaan yang akan menjadi target merger dan akuisisi. Kedua, menetukan harga beli yang bersedia dibayarkan pada perusahaan target. Ketiga, manajer perusahaan yang akan membeli perusahaan target untuk melakukan negosiasi. Jika pemegang saham perusahaan target menyetujui, maka penggabungan tersebut dapat dilaksanakan dengan baik melalui pembayaran tunai atau pembayaran dengan saham perusahaan.
2. Hostile takeover
   Proses ini terjadi jika perusahaan target yang akan dimerger tersebut berkeberatan dengan alasan harga yang ditetapkan terlalu rendah (undervalue), sehingga terkadang pihak manajer melakukan berbagai cara untuk menggagalkan kegiatan merger ini.

7.4. Soal dan Penyelesaian

Soal :

Sekarang misalkan PT. A (dari soal nomor 5) akan mengakuisisi PT. D yang mempunyai unrelated business, tetapi mempunyai korelasi arus kas yang sangat rendah. Sebagai akibatnya untuk PT. A diperkirakan akan mampu menggunakan hutang lebih banyak tanpa terkena penalty biaya kebangkrutan yang berarti. Diperkirakan setelah mengakuisisi PT. D, PT. A dapat menggunakan hutang senilai Rp. 80 milyar tanpa mengalami perubahan *cost of debt.*

Pertanyaan :

1. Berapa tambahan PV penghematan pajak (manfaat) dari rencana akuisisi tersebut?
2. Misalkan harga saham PT. D adalah Rp. 3.000 per lembar, dengan jumlah lembar saham sebesar 7 juta lembar. Berapa harga maksimum yang dapat ditawarkan untuk saham PT. D apabila diinginkan 50% manfaat dinikmati oleh pemegang saham PT. A ?

Penyelesaian :

1. PV Penghematan pajak = 0,35 (Rp. 80M) = Rp. 28 M
   Tambahan penghematan pajak = Rp. 28M – Rp. 21M = Rp. 7M
2. Manfaat yang dinikmati oleh pemegang saham D adalah,
   50% x Rp. 7M = Rp. 3,5M

Jumlah ini sama dengan kenaikan per lembar saham sebesar,
Rp. 3,5M/7 juta = Rp. 500
Karena itu harga maksimum yang akan ditawarkan adalah
Rp. 3.000 + Rp. 500 = Rp. 3.500

7.5. Latihan Soal

1. Apa yang dimaksud dengan merger dan akuisi, dan berikan contoh masing-masing ?
2. Apa yang harus dilakukan perusahaan untuk perluasan usaha ?
3. PT. A yang bergerak dalam bidang makanan dan minuman merencanakan akan mengakuisisi PT. C yang juga bergerak dalam bidang makanan dan minuman. Dari akuisisi tersebut diharapkan akan dapat dihemat biaya promosi dan distribusi sebesar Rp. 1,50 milyar pada tahun depan, dan diperkirakan akan meningkat sebesar 10% per tahun selamanya. Perusahaan saat ini telah membayar pajak penghasilan dengan tarif 35%. Harga saham PT. C sebelum rencana akuisisi ini dibicarakan adalah Rp. 5.000 per lembar, dengan jumlah yang beredar sebanyak 6 juta lembar. Perusahaan menggunakan tingkat bunga sebesar 18% untuk mengevaluasi rencana investasi. Apabila para pemegang saham PT. A menyatakan bahwa mereka haruslah dapat menikmati manfaat akuisisi tersebut minimal sebesar 50%, berapakah harga maksimum yang akan ditawarkan pada PT. C?

BAB 8

Topik Khusus

Sub Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (Sub CPMK) :

Mahasiswa mampu menjelaskan restrukturisasi, Reorganisasi, dan Likuidasi.

Indikator :

Mengemukakan perbedaan Restrukturisasi , Reorganisasi, serta Likuidasi.

Materi Pokok :

1. Restrukturisasi
2. Reorganisasi
3. Likuidasi

8.1. Restrukturisasi

Restrukturisasi dapat didefi niskan sebagai proses perubahan modifi kasi atas struktur hutang, modal termasuk operasional organisasi yang secara signifi kan, diharapkan proses perubahan ini nantinya akan membawa dampak siginifi kan terhadap kinerja organisasi. Proses restrukturisasi biasanya dilakukan dengan tujuan untuk mencapai kondisi seperti sebelum merger akuisisi terjadi. Oleh karena itu restrukturisasi biasanya dilakukan dengan cara menjual seluruh organisasi bisnis (divestiture), menjual sebagian kepemilikan (equity carveouts), pemisahan diri anak perusahaan dari induk (spin-off) atau menjadikan banyak anak perusahaan dimana holdings company hanya berfungsi sebagai administrasi manajemen (split-up). Hal tersebut yang mendasari mengapa restrukturisasi biasanya dilakukan bagi organisasi yang merasa proses merger dan akuisisi tidak membawa dampak seperti yang dihasilkan. Namun perlu dicatat dengan seksama bahwa sebuah organisasi tentu saja dapat melakukan restrukturisasi walaupun sebelumnya belum pernah melakukan merger atau akuisisi.

Corporate restructuring diperlukan ketika perusahaan perlu untuk meningkatkan efi siensi dan profi tabilitas. Strategi bisnis saat ini diintegrasikan terhadap restructuring program untuk memperoleh kinerja keuangan yang lebih baik dalam jangka pendek dan jangka panjang. Corporate restructuring dimaksudkan sebagai reaksi terhadap krisis atau sebagai bagian dari rencana pre-emptive perusahaan untuk dapat bertahan dalam industri. Proses restrukturasi adalah proses yang panjang dan memerlukan kesabaran. Prosesnya melibatkan banyak tugas yang menantang dan memerlukan analisa manfaat dan biaya sosial, oleh karena itu membutuhkan ahli manajemen perusahaan.

Bentuk Restrukturisasi

Seperti yang sudah dibahas diatas, terdapat beberapa bentuk dari restrukturasi, yaitu divestitures, equity carveout, spinoff, splitup, dan exchange offer. Divestiture adalah restrukturasi dengan cara menjual bagian dari perusahaan ke pihak luar. Selama tahun 1980 hingga 1990an, banyak perusahaan melakukan divestiture. Selama tahun 1980an, divestiture dilakukan secara dominan berbentuk voluntary divestiture. Bowman dan Singh mengindikasikan bahwa satu dari tiga perusahaan Fortune 1000 terlibat dalam voluntary restructuringpada tahun 1980an. Beberapa ahli berspekulasi bahwa pajak (Hoskisson & Hitt,1990; Turk & Baysinger, 1989) dan antitrust policy (Shleifer & Vishny, 1991) adalah faktor penyebab maraknya voluntary restructuring pada awal 1980an. Ahli lainnya berspekulasi mengenai perubahan yang signifi kan dalam kepemilikan dalam perusahaan dan tata kelola pada tahun 1980an serta junk bond fi nancing dan strategi untuk mengakhiri takeover adalah faktor penyebab transisi perusahaan. Downscoping terus berlanjut, meskipun mulai berkurang, pada akhir 1980an dan awal 1990an, periode

dimana perubahan besar pada antitrust policy, inovasi keuangan dan environmental shock lainnya tidak terjadi.

Dampak Restrukrisasi Pada Perusahaan

Pada 1981, Oppenheimer and Company mengadakan sebuah studi terhadap 19 kasus spinoff besar pada tahun 1970. Dilaporkan bahwa dari mayoritas kasus yang terjadi ditemukan nilai dari gabungan antara perusahaan induk dan entitas spin-off lebih besar daripada market value dari perusahaan induk sebelum spin-off. Penelitian lain yang dilakukan Kudla dan Mclnish terhadap 6 spin-off besar pada tahun 1970an menunjukkan reaksi pasar yang positif terhadap spin-off. Menarik untuk diketahui, bahwa Kudla dan Mclnish menunjukkan bahwa reaksi positif disebutkan terjasi antara 15-40 minggu sebelum spin-off. Penelitian lainnya oleh Miles dan Rosenfeld terhadap 59 kasis spin-off antara tahun 1963 hingga 1980 fokus pada pengaruh spin-off pada perbedaan antara return yang diprediksi dengan return aktual. Mereka menemukan bahwa spin-off berpengaruh positif dan terinternalisasi pada harga saham sebelum tanggal spin-off. Penelitian pada sell-off juga menunjukan hasil yang serupa. Penelitian oleh Loh, Bezjak , dan Toms menemukan pengaruh positif shareholder wealthpada sell-off yang dilakukan secara sukarela. Namun, mereka menemukan bahwa respon positif ini tidak terjadi ketika perusahaan menggunakan sell off sebagai anti takeover defense.Secara defi nisi, Equity carve-out memiliki kemiripan dengan spin-off. Namun equity carve-out dan spin-off memiliki beberapa perbedaan, yaitu equity carve-out menghasilkan pemegang saham yang baru, sedangkan spin-off dimiliki oleh pemegang saham yang sama. Equity carve-out juga memberikan pengaruh arus kas positif sedangkan spin-off tidak berdampak terhadap arus kas perusahaan induk. Dari segi biaya, equity carve out lebih mahal untuk diimplementasikan, sedangkan spin-off tidak terlalu mahal dalam implementasi

8.2. Reorganisasi

Reorganisasi berkaitan dengan aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk mampu bertahan diri dan atau memperkecil#mengurangi skala usahanya agar perusahaan tidak mengalami kesulitan di bidang keuangan dalam situasi ekonomi yang kurang menguntungkan.asumsi dasar mengapa perusahaan melakukan reorganisasi adalah bahwa perusahaan masihmempunyai kemampuan operasional yang cukup baik dalam situasi ekonomi yang kurangmenguntungkan. !al ini umumnya ditekankan pada adanya efisiensi biaya (khususnya biaya tetap) yang ada pada struktur biaya perusahaan. %danya penekanan pada efisiensi biaya yangsifatnya tetap ini dalam istilah reorganisasi disebut sebagai reorganisasi finansial apabila penekanan pada efisiensi biaya sudah

tidak memungkinkan lagi untuk dilakukan, maka perusahaan sudah saatnya untuk melakukan reorganisasi operasional. Reorganisasi operasional ini dilakukan dalam rangka untuk mengganti mesin''mesin maupun peralatan'' peralatan yang penggunaan jauh lebih efisien, mengurangi tenaga kerja dan melakukan pemangkasan biaya''biaya yang semestinya tidak perlu terjadi.

Tentunya pengambilan keputusan untuk melakukan reorganisasi operasional ini akan membawa dampak yang cukup besar bagi perusahaan, yakni timbulnya konsekuensi akan kebutuhan dana yang cukup besar pada saat-saat awal dilakukannya reorganisasi. Dalam reorganisasi finansial sering dibarengi dengan upaya konsolidasi, yaitu membuat perusahaan jadi lebih "ramping" secara operasional. Reorganisasi dan Konsolidasi dilakukan dengan cara :

1. Melakukan penghematan biaya, artinya pengeluaran-pengeluaran yang tidak penting,ditunda atau dibatalkan.
2. Menjual aktiva-aktiva yang tidak diperlukan.
3. Divisi (unit bisnis) yang tidak menguntungkan dihilangkan atau digabung.
4. Menunda rencana ekspansi sampai dengan situasi dinilai lebih menguntungkan.
5. Memanfaatkan kas yang ada, tidak menambah hutang (kalau dapat dikurangi dari hasil penjualan aktiva yang tidak diperlukan), dan menjaga likuiditas. Dalam jangka pendek mungkin sekali profitabilitas dikorbankan (profitabilitas terpaksa negative).

8.3. Likuidasi

Menurut Wikipedia, Likuidasi adalah pembubaran perusahaan oleh likuidator dan sekaligus pemberesan dengan cara melakukan penjualan harta perusahaan, penagihan piutang, pelunasan utang, dan penyelesaian sisa harta atau utang di antara para pemilik. Dalam hal syarat pembubaran perusahaan telah terpenuhi, maka proses likuidasi diawali dengan ditunjuknya seorang atau lebih likuidator. Jika tidak ditentukan likuidator dalam proses likuidasi tersebut maka direksi bertindak sebagai likuidator. Dalam praktiknya likuidator yang ditunjuk bisa orang profesional yang ahli di bidangnya (dalam arti seseorang di luar struktur manajemen perusahaan), namun banyak juga likuidator yang ditunjuk adalah direksi dari perusahaan tersebut. Dalam melakukan tugasnya likuidator diberikan kewenangan luas termasuk membentuk tim likuidator dan menunjuk konsultan-konsultan lainnya guna membantu proses likuidasi.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa likuidasi dilakukan dalam rangka pembubaran badan hukum.Sedangkan kepailitan, tidak dilakukan dalam rangka pembubaran badan hukum, dan tidak berakibat pada bubarnya badan hukum yang dipailitkan tersebut.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah "pembubaran perusahaan sebagai badan hukum yang meliputi pembayaran kewajiban kepada para kreditor dan

pembagaian harta yang tersisa kepada para pemegang saham (Persero)". Definisi tersebut di atas menyatakan bahwa yang dimaksud dengan likuidasi adalah :

1. Tindakan menentukan dengan kesepakatan atau melalui litigasi jumlah secara pasti (sebagai hutang atau biaya) yang sebelumnya tidak pasti;
2. Tindakan menyelesaikan hutang piutang dengan cara pembayaran ataupun cara lain;
3. Tindakan atau proses penggantian aset menjadi kas/uang tunai untuk menyelesaikan hutang piutang.

Alasan / syarat

Likuidasi terjadi ketika sebuah perusahaan atau organisasi menutup bawah, asetnya dijual, dan hasil dari penjualan yang didistribusikan kepada kreditor dan individu lain atau badan dengan klaim terhadap perusahaan. Beberapa likuidasi wajib, dalam hal proses terjadi sebagai hasil dari perintah pengadilan. Likuidasi lainnya adalah sukarela, dalam hal orang-orang yang menjalankan organisasi memutuskan untuk menghentikan operasi. Di antara alasan yang paling umum untuk likuidasi kebangkrutan, masalah hukum, atau kurangnya keinginan di antara orang-orang yang menjalankan entitas untuk tetap beroperasi.

Aturan tentang likuidasi pengadilan memerintahkan berbeda di seluruh dunia, tetapi proses biasanya dapat dimulai oleh perusahaan itu sendiri, para pemegang saham, atau kreditur. Pihak yang ingin memulai proses harus membuat pengajuan pengadilan menjelaskan alasan untuk likuidasi dan jika hakim menyetujui permintaan tersebut, perusahaan harus berhenti operasi dan administrator biasanya ditunjuk oleh pengadilan untuk mengawasi penjualan asetnya. Pengadilan memerintahkan likuidasi sering terjadi ketika orang mengendalikan perusahaan gagal untuk mengeluarkan sertifikat saham kepada pemegang saham atau sebagai akibat dari sebuah perusahaan gagal untuk membayar kreditor. Ulasan administrator yang ditunjuk pengadilan klaim yang dibuat atas aset entitas dan menempel klaim berdasarkan senioritas klaim, yang biasanya berarti kreditur dibayar di depan pemegang saham.

Kebangkrutan perusahaan biasanya mengakibatkan likuidasi, tetapi undang-undang di banyak tempat juga mengharuskan perusahaan-perusahaan yang bangkrut tetapi belum bangkrut untuk melikuidasi. Perusahaan secara teknis bangkrut ketika mereka kekurangan pendapatan yang cukup untuk menutup kewajiban utang. Perusahaan asuransi dan perusahaan keuangan lainnya sering dikenakan likuidasi wajib ketika bangkrut.

Beberapa perusahaan yang didirikan lama dilikuidasi ketika perubahan dalam hukum berarti bahwa bisnis tidak dapat lagi terus beroperasi. Perusahaan terlibat dalam kegiatan yang dilarang harus berhenti operasi dan likuidasi untuk menghindari penuntutan untuk terlibat dalam kegiatan melanggar hukum. Perusahaan lain

menghentikan operasi dan melikuidasi sebagai akibat dari perubahan dalam hukum yang membuat model bisnis tertentu usang. Hal ini sering terjadi ketika undang-undang yang berkaitan dengan impor, ekspor, dan mengubah berbagi informasi, dan perusahaan yang berada di bisnis penyediaan teknologi untuk menegakkan sebelumnya di-berlaku hukum tidak lagi memiliki alasan untuk ada.

Prosedur

Pembubaran suatu Perseroan itu sendiri dapat terjadi karena (Pasal 142 ayat (1) Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas – "UU 40/2007"):

1. Berdasarkan keputusan Rapat Umum Pemegang Saham ("RUPS");
2. Karena jangka waktu berdirinya yang ditetapkan dalam anggaran dasar telah berakhir;
3. Berdasarkan penetapan pengadilan;
4. Dengan dicabutnya kepailitan berdasarkan putusan pengadilan niaga yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap, harta pailit Perseroan tidak cukup untuk membayar biaya kepailitan;
5. Karena harta pailit Perseroan yang telah dinyatakan pailit berada dalam keadaan insolvensi sebagaimana diatur dalam Undang-Undang tentang Kepailitan dan Penundaan Kewajiban Pembayaran Utang; atau
6. Dikarenakan dicabutnya izin usaha Perseroan sehingga mewajibkan Perseroan melakukan likuidasi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Berdasarkan alasan-alasan pembubaran di atas, kami berasumsi bahwa pembubaran perusahaan dalam permasalahan Anda dilakukan berdasarkan keputusan RUPS. Perlu Anda ketahui bahwa berdasarkan Pasal 142 ayat (2) UU 40/2007, pembubaran wajib diikuti dengan likuidasi.

Likuidasi adalah proses pengurusan dan pemberesan aktiva dan pasiva dari suatu perusahaan yang penanganannya dilakukan oleh kurator (jika dalam proses Hukum Kepailitan) atau likuidator (di luar lingkup Hukum Kepailitan) yang akhir dari pemberesan tersebut digunakan untuk pembayaran utang dari debitor kepada para kreditor-kreditonya.

Khusus untuk likuidasi Badan Usaha Milik Negara ("BUMN") syarat untuk melikuidasi wajib melihat ketentuan yang diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 45 Tahun 2005 tentang Pendirian, Pengurusan, Pengawasan dan Pembubaran Badan Usaha Milik Negara ("PP 45/05").

BUMN yang berbentuk perseroan, proses likuidasinya merujuk pada ketentuan yang diatur dalam UU 40/07 sedangkan untuk BUMN berbentuk Perusahaan Umum ("Perum") proses likuidasi merujuk pada PP 45/05 (Pasal 2 dan Pasal 80 PP 45/05).

Kami kurang mendapat informasi mengenai jenis anak perusahaan BUMN tersebut, apakah perseroan terbatas atau perum. Oleh karena itu kami berasumsi anak perusahaan BUMN adalah perseroan terbatas yang tunduk pada UU 40/2007.

Dalam hal syarat pembubaran perusahaan telah terpenuhi, maka proses likuidasi diawali dengan ditunjuknya seorang atau lebih likuidator. Jika tidak ditentukan likuidator dalam proses likuidasi tersebut maka direksi bertindak sebagai likuidator (Pasal 142 ayat (3) UU 40/2007). Dalam praktiknya likuidator yang ditunjuk bisa orang profesional yang ahli di bidangnya (dalam arti seseorang di luar struktur manajemen perusahaan), namun banyak juga likuidator yang ditunjuk adalah direksi dari perusahaan tersebut. Dalam melakukan tugasnya likuidator diberikan kewenangan luas termasuk membentuk tim likuidator dan menunjuk konsultan-konsultan lainnya guna membantu proses likuidasi. Prosedur likuidasi dalam UU 40/2007 diatur dalam Pasal 142 – 152 UU 40/07 khususnya Pasal 147 s/d 152 UU 40/07, dimana saya membagi tahapan proses likuidasi tersebut menjadi tiga tahapan:

1. Tahap Pertama:

   Melakukan pengumuman surat kabar dan Berita Negara Indonesia ("BNRI") dilanjutkan dengan pemberitahuan kepada Menteri untuk dicatat dalam daftar perseroan bahwa perseroan dalam likuidasi (pemberitahuan kepada Menteri ini dilakukan Notaris melalui sisminbakum). Dalam pengumuman tersebut diterangkan mengenai dasar hukum pembubaran, tata cara pengajuan tagihan, jangka waktu pengajuan tagihan dan juga nama dan alamat likuidator. Sejalan dengan itu, likuidator juga melakukan pencatatan terhadap harta-harta dari perusahan (aktiva dan pasiva) termasuk di dalamnya pencatatan nama-nama dari kreditor berserta tingkatannya dan hal lainnya terkait tindakan pengurusan dalam proses likuidasi (Pasal 147 UU 40/2007).

   Perlu diingat dalam korespondensi keluar atas nama Perseroan ini harus menambahkan frasa "dalam likuidasi" di belakang nama Perseroan yang dilikuidasi (ex: PT A dalam likuidasi) (Pasal 143 ayat (2) UU 40/2007)

2. Tahap Kedua:

   Melakukan pengumuman surat kabar dan BNRI, dalam pengumuman kedua ini likuidator juga wajib memberitahukan kepada Menteri tentang rencana pembagian kekayaan hasil likuidasi (laporan ini dilakukan oleh likuidator dengan cara memberitahukan dengan surat tercatat kepada Menteri terkait) (Pasal 149 ayat (1) UU 40/2007).

   Setelah lewat waktu 90 hari pengumuman kedua ini maka likuidator dapat melakukan pemberesan dengan menjual aset yang sebelumnya sudah dinilai dengan jasa penilai independen dilanjutkan dengan melakukan pembagian atas aset tersebut kepada para kreditornya dengan dengan asas pari passu pro rata parte (vide 1131 jo. 1132 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata). Dan dalam hal masih adanya

sisa kekayaan dari hasil likuidasi maka sisa tersebut harus dikembalikan kepada para pemegang saham.

3. Tahap Ketiga dan Terakhir:
   Melakukan RUPS tentang pertanggungjawaban proses likuidasi yang sudah dilakukan (Pasal 152 ayat (1) UU 40/2007). Dalam hal RUPS menerima pertanggungjawaban proses likuidasi yang sudah dilakukan maka dilanjutkan dengan pengumuman kepada surat kabar yang kemudian disusul dengan pemberitahuan kepada Menteri bahwa proses likudasi sudah berakhir (pemberitahuan kepada Menteri ini dilakukan Notaris melalui sisminbakum) (Pasal 152 ayat (3) UU 40/2007).
   Dalam hal sudah dilakukan pengumuman tersebut maka Menteri akan mencatat berakhirnya status badan hukum perseroan dan menghapus nama perseroan dari daftar perseroan yang diikuti dengan pengumuman dalam Berita Negara Republik Indonesia (Pasal 152 ayat (5) jo. Pasal 152 ayat (8) UU 40/2007).
   Jadi pada dasarnya, dalam hal pembubaran perseroan berdasarkan keputusan RUPS, likuidator ditentukan oleh RUPS. Dalam hal likuidator tidak ditentukan oleh RUPS, Direksi yang akan bertindak selaku likuidator.

8.4. Soal dan Penyelesaian

Soal :

PT. ABC akan mengakuis5isi PT. XYZ dengan cara pertukaran saham. Saat ini harga saham PT. ABC adalah Rp. 18.000 per lembar dengan jumlah lembar saham 20 juta. PT. XYZ mempunyai saham yang beredar sebanyak 10 juta, dengan harga per lembar Rp. 6.000. Para pemegang saham PT. ABC akan menawarkan persyaratan yang cukup menarik, yaitu setiap sepuluh lembar saham PT. XYZ akan ditukar dengan empat lembar saham PT. ABC. Diharapkan akuisisi tersebut akan menimbulkan dampak synergy dengan nilai Rp. 30 milyar. Berapakah harga saham PT. ABC setelah akuisisi tersebut?

Penyelesaian :

PVABC, XYZ = (Rp. 18.000 x 20 juta) + (Rp. 6.000x 10 juta) + 30 miliar
= Rp. 450 milyar

Jumlah lembar saham setelah akuisisi
= 20 juta + [(10 juta /10) x 4]
= 24 juta

Harga saham setalah akusisi
= Rp. 450 miliar/Rp. 24 juta
= Rp. 18.750 per lembar

8.5. Latihan Soal

Soal Teori :

1. Jelaskan mengenai restrukturisasi, kaitannya dengan M&A?
2. Bagaimanakah bentuk dari restrukturisasi, jelaskan?
3. Bagaimanakah dampak dari restrukturisasi terhadap kinerja organisasi, jelaskan?
4. Jelaskan mengenai restrukturisasi di Garuda Indonesia dan dampaknya terhadap terhadap kinerja organisasi

Soal Praktek :

Sebagai calon investor yang memiliki dana sebesar 1.150.000.000 imgim membentuk portofolio yang terdiri dari saham dua perusahaan, seperti berikut :

	PT Semesta	PT Sentosa
Portofolio 1	Rp 550 Juta	Rp 600 Juta
Portofolio 2	Rp 750 Juta	Rp 900 Juta

Bila koefisien korelasi antara tingkat keuntungan saham PT Semesta dan PT Sentosa adalah 0,2, maka sebagai calon investor ingin menghitung berapa tingkat keuntungan yang diharapkan dari portofolio 1 dan 2 kemudian menghitung tingkat risio dari portoflio 1 dan 2 untuk dapat disimpulkan perusahaan mana yang lebih menguntungkan.

Daftar Pustaka

Gitman, L J. Principles of Managerial Finance. United States:Pearson Prentice Hall. 2009

Horn,J.C and Machowicz,J.M., Fundamentals of Financial Management , thirteenth edition, Prentice Hall, 2008

Keown,.J.Arthur .At all ,, Financial Management, Principles and Applications , Ninth Edition, Prantice Hall Inc., 2011

Keown. A.J, John D. Martin and Sheridan T,. Financial Management : Principles and Applications, thirteenth edition Pearson 2018

Ross, W. and J. Jordan, , Modern Financial Management, Eighth Edition, Mc Grow. Hill 2008

Suad Husnan dan Enny Pudjiastuti, Dasar-dasar Manajemen Keuangan, UPP AMP YKPN, Edisi Keempat 2015

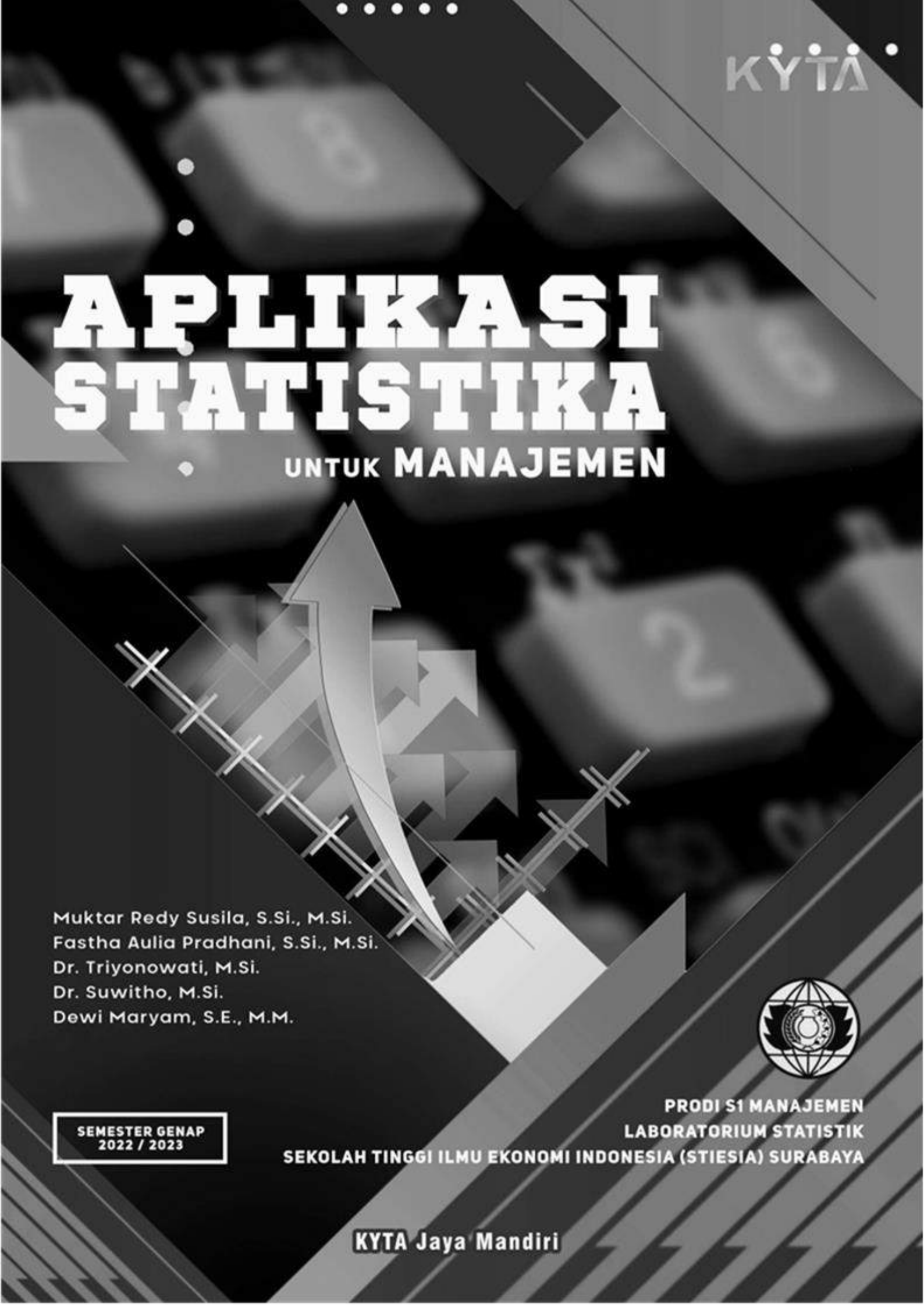
Sutrisno, Manajemen Keuangan, Teori Konsep & Aplikasi, Penerbit Ekonesia FE UII Yogyakarta

Western , J.Fred and Eugene F. Brigham. ,Essentials of Managerial Finance, Ninth Edition, The Dryden Press, London, 1990

KYTA

APLIKASI STATISTIKA

UNTUK MANAJEMEN



Muktar Redy Susila, S.Si., M.Si.
Fastha Aulia Pradhani, S.Si., M.Si.
Dr. Triyonowati, M.Si.
Dr. Suwitho, M.Si.
Dewi Maryam, S.E., M.M.

SEMESTER GENAP
2022 / 2023

PRODI S1 MANAJEMEN
LABORATORIUM STATISTIK
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA) SURABAYA

KYTA Jaya Mandiri

APLIKASI STATISTIKA UNTUK MANAJEMEN

Oleh : Muktar Redy Susila, S.Si., M.Si.; Fastha Aulia Pradhani, S.Si., M.Si.;
Dr. Triyonowati, M.Si.; Dr. Suwitho, M.Si. & Dewi Maryam, S.E., M.M.

Hak Cipta ©2022 pada penulis

Editor Tim Penerbitan
Desain Cover : Nanda R F
Setting : Pangky

Hak Cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun, baik secara elektronis maupun mekanis, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan sistem penyimpanan lainnya tanpa izin dari penulis.

Penerbit KYTA (Anggota IKAPI), Perum Nogotirto Aden No 10 RT 21/RW 17 Nogotirto, Gamping, Sleman – Yogyakarta

Perpustakaan Nasional : Katalog Dalam Terbitan

Susila, Muktar Redy
- Ed. I – Yogyakarta, KYTA
31 – 30 – 29 – 28 – 27 – 26 – 25 – 24 – 23 – 22
Hlm iv + 110 ; 21 X 29,7 Cm
10 – 9 – 8 – 7 – 6 – 5 – 4 – 3 – 2 – 1
ISBN : 978-623-396-092-2

1. Judul
1. Manajemn
2. Pradhani, Fastha Aulia
3. Triyonowati
4. Dkk

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan berkahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan buku Praktikum Statistika bagi mahasiswa S1 prodi manajemen STIESIA Surabaya. Buku Praktikum Statistika ini dimaksudkan untuk memberikan keterampilan dan mempermudah mahasiswa dalam pengolahan data, seperti data sekunder dan data *survey* dari kasus-kasus manajemen dengan menggunakan software SPSS, Minitab, dan Smart PLS.

Buku Praktikum Statistika terdiri dari tiga belas bab yang membahas tentang, perkenalan software statistika, analisis statistika deskriptif, *time series analysis*, uji beda parametrik data berpasangan, uji beda parametrik data tidak berpasangan, uji beda non parametrik data berpasangan, uji beda non parametrik data tidak berpasangan, *one way anova* dan *two way anova*, analisis regresi linier berganda untuk data *survey*, analisis regresi berganda dengan data sekunder, analisis regresi logistik biner, analisis regresi dengan variabel pemoderasi, dan analisis regresi dengan variable intervening.

Penulis sampaikan bahwa buku ini masih perlu penyempurnaan, oleh karena itu sumbang saran dari pembaca buku ini sangat diharapkan. Semoga buku ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Surabaya, 02 November 2022

Penyusun

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR……..... i

DAFTAR ISI …….... ii

BAB 1 : PERKENALAN SOFWARE STATISTIKA..... 1

BAB 2 : ANALISIS STATISTIKA DESKRIPTIF……..... 7

BAB 3 : TIME SERIES ANALYSIS..... 15

BAB 4 : UJI BEDA PARAMETRIK DATA BERPASANGAN……..... 25

BAB 5 : UJI BEDA PARAMETRIK DATA TIDAK BERPASANGAN……..... 29

BAB 6 : UJI BEDA NON PARAMETRIK DATA BERPASANGAN……..... 35

BAB 7 : UJI BEDA NON PARAMETRIK DATA TIDAK BERPASANGAN …… 41

BAB 8 : ONE WAY ANOVA DAN TWO WAY ANOVA..... 47

BAB 9 : ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA DATA SURVEY..... 59

BAB 10 : ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA DATA SEKUNDER……..... 69

BAB 11 : ANALISIS REGRESI LOGISTIK BINER……..... 77

BAB 12 : ANALISIS REGRESI DENGAN VARIABEL PEMODERASI..... 83

BAB 13 : ANALISIS REGRESI DENGAN VARIABEL INTERVENING..... 91

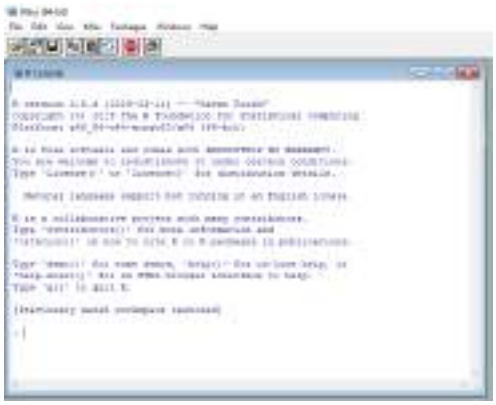
DAFTAR PUSTAKA 107

SINOPSIS PENULIS 109

BAB 1
PERKENALAN *SOFTWARE* STATISTIKA

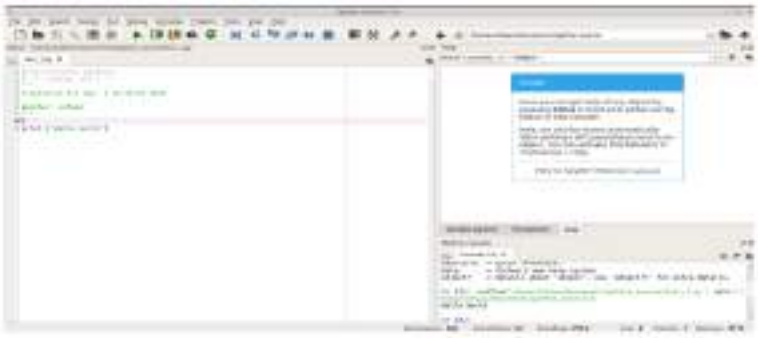
1.1. SOFTWARE STATISTIKA

Perkembangan teknologi pada saat ini semakin maju. Kemajuan teknologi tersebut memudahkan pekerjaan manusia dalam menjalankan aktifitasnya. Seperti halnya dalam perhitungan yang menggunakan metode statistika, saat ini banyak *software* statistika yang dikembangan oleh para developer. Terdapat dua tipe *software* yang dikembangan oleh para developer yaitu *software open source* dan tidak *open source*. *Software open source* merupakan *software* yang tidak bebayar. Pengguna *software* tipe *open source* tidak perlu membeli lisensi untuk menggunakan *software* tersebut. Terdapat kelemahan dari *software open source* yaitu tampilan dari *software* tidak *user friendly*. Pada umumnya *software open source* penuh dengan koding untuk menjalankan *software* tersebut. Contoh *software* statistika yang *open source* yaitu R dan Phyton.



Gambar 1.1 Tampilan *Software* R

Untuk *software* R bisa didownload di https://cran.r-project.org/. Cara penggunaan metode statistika pada *software* R bisa menginstall *packages* yang diperlukan. Banyak metode statistika yang didevelop para peneliti dan developer pada software R. Seperti halnya *software* R, *software* Phyton merupakan *software* yang tidak berbayar. Untuk menggunakannya bisa download di https://repo.anaconda.com/. Untuk menjalankan perintah olah data ataupun *modelling* pada *software* Phyton bisa menggunakan packages yang diperlukan.



Gambar 1.2 Tampilan *Software* Phyton

Tipe *software* statistik yang tidak *open source* merupakan *tipe software* yang lebih *user friendy* dalam segi tampilan. Pada umumnya cara penggunaan *software* tipe ini sedikit memerlukan koding. *Software open source* memudahkan penggunanya untuk menjalankan perintah dalam analisis data

ataupun *modelling* data. Saat ini banyak perusahaan yang mengembangkan *software* statistika yang berbayar. Adapun contoh dari *software* statistika yang berbayar yaitu SPSS, AMOS, Minitab, Smart PLS, dan masih banyak *software* statistika lainnya. Pada buku ini mengkaji mendalam mengolah dan menganalisis metode statistika menggunakan *software* yang berbayar.

1.2. MENU-MENU PADA *SOFTWARE* STATISTIKA YANG BERBAYAR

Pada buku ini membahas mendalam cara penggunaan *software* SPSS untuk mengolah dan menganalisis data. Terdapat beberapa bab menggunakan *software* selain SPSS, seperti software minitab dan Smart PLS. Pada buku ini juga dikenalkan juga tampilan dari *software* AMOS.

1.2.1 MENU-MENU PADA *SOFTWARE* SPSS

Statistical Product and Service Solutions (SPSS) merupakan salah satu *software* statistika yang didevelop oleh IBM. Software ini banyak digunakan oleh peneliti yang memiliki *background* statistika maupun yang bukan statistika. Keunggulan dari *software* ini yaitu penggunaannya cukup mudah dengan mengeklik menu-menu yang digunakan untuk mengolah dan menganalisis data. Terdapat dua *view* pada windows apabila kita membuka *software* SPSS yaitu data *view* dan variabel *view*. Pada data *view* pengguna bisa menginput data secara manual.

Gambar 1.3 Tampilan Data *View* pada SPSS

Pada *variable view*, pengguna bisa memberikan nama variabel yang menjadi amatan. Terdapat beberapa tipe data yang bisa digunakan pada SPSS. *Numeric* merupakan tipe data yang sering digunakan. Pengguna bisa menyesuaikan panjang dan koma dari data *numeric* tersebut. Menu label dapat digunakan apabila pengguna menginginkan nama lain dari variabel yang telah diinput. Penamaan label adalah opsional tergantung kepada pengguna. Menu label bisa digunakan apabila pengguna menginginkan palabelan pada datanya. Menu *missing* berguna untuk menghilangkan sebuah nilai agar tidak dimasukkan kedalam analisis. *Missing Value* biasa digunakan untuk mengeluarkan nilai-nilai *outlier*. *Columns* beguna untuk menentukan lebar kolom pada Data *View*. Untuk lebar kolom bisa disesuaikan dengan data yang digunakan. Menu *Align* digunakan untuk menentukan format data. Data bisa di*setting* rata kanan, rata kiri, maupun *center*. *Measure* berisikan skala pengukuran dari data pengamatan. Pengguna bisa menyesuaikan dan memilih skala pengukuran sesuai dengan datanya.

Gambar 1.4 Tampilan Variabel *View* pada SPSS

Pada data *view* dan variabel *view* terdapat beberapa menu seperti *file*, *edit, view*, data, *transform, analyze, graphs, utilities, extensions, window, help,* dan *icon* gambar yang memiliki fungsi yang berbeda-beda. Adapun kegunaan pada menu-menu file adalah sebagai berikut:

1. *File*
   Pada menu pengguna bisa menyimpan, membuka, maupun mengimport data yang diolah.
2. Edit
   Pada menu ini pengguna bisa mengedit data seperti *copy, paste, undo, redo, insert* variabel.
3. *View*
   Menu ini digunakan untuk menyesuaikan tampilan windows SPPS yang diinginkan.
4. Data
   Pada menu ini pengguna bisa melakukan pengelolaan atau pemrosesan data.
5. *Transform*
   Menu ini digunakan untuk mentrasformasi data.
6. *Analyze*
   Menu *analyze* digunakan untuk mengolah dan menganalisis data.
7. *Graphs*
   Menu ini digunakan untuk memvisualisasikan data.
8. *Utilities*
   Menu *utilities* digunakan untuk mengetahui informasi variabel, informasi file, dan lain-lain.
9. *Extensions*
   Menu ini digunakan untuk memberikan perintah kepada SPSS jika ingin menggunakan aplikasi tambahan.
10. *Windows*
    Menu *windows* digunakan untuk melakukan perpindahan dari satu file ke file lainnya
11. *Help*
    Help merupakan menu bantuan yang bisa digunakan oleh pengguna untuk cara penggunaan SPSS.

Gambar 1.5 Tampilan *Software* AMOS

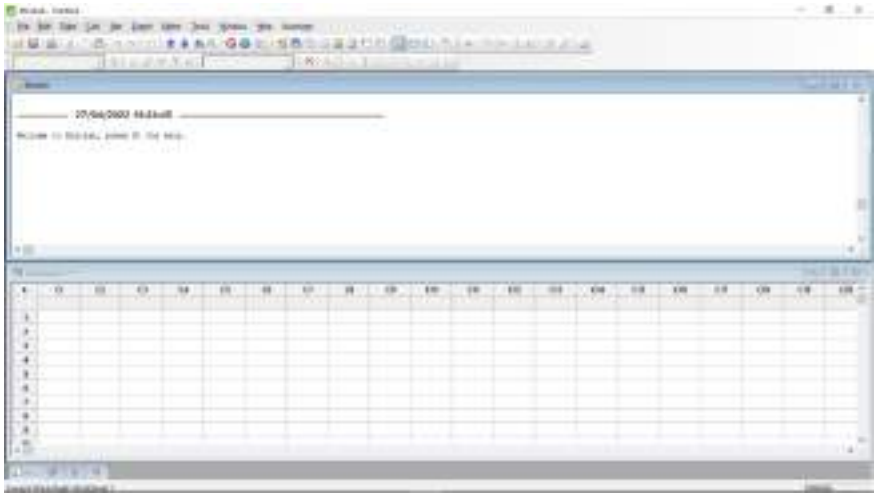
1.2.2 MENU-MENU PADA *SOFTWARE* AMOS

Software AMOS merupakan salah *software* yang didevelop oleh IBM. *Software* ini *powerfull* untuk digunakan analisis data yang menggunakan metode *Struktural Equation Modelling* (SEM). Berbeda dengan SPSS, untuk mengolah data pada *software* ini, pengguna bisa menggambarkan

structural model menggunakan menu yang ada di AMOS. Seperti pada umumnya menu-menu yang ada di *software* AMOS yaitu *file, edit, view, diagram, analyze, tools, pugins,* dan *help*. Untuk memudahkan dalam menggambarkan struktural, pengguna bisa menggunakan menu *icon-icon* gambar pada sebelah kiri pada tampilan AMOS. Kegunaan menu-menu pada AMOS hampir sama dengan menu-menu yang ada di *software* SPSS.

1.2.3 MENU-MENU PADA *SOFTWARE* MINITAB

Software minitab merupakan *software* statistika yang bisa digunakan berbagai bidang, salah satu keunggulan *software* minitab dibandingkan *software* SPPS yaitu terdapat menu yang berguna untuk menganalisa data yang menggunakan metode untuk kasus dunia industri, seperti *control chart* dan *quality control*. Seperti *software* SPSS, *software* ini memiliki tampilan yang *user friendly*. Menu yang ada pada *software* ini hampir sama dengan menu-menu *software* yang telah dijelaskan pada *software-software* statistika yang telah dijelaskan pada sub bab sebelumnya. Penggunaan *software* ini bisa mengeklik menu-menu yang tersedia mupun juga bisa menggunakan koding. Pengguna yang *expert* biasanya menggunakan koding dalam pegolahan datanya, karena lebih cepat penggunaannya.



Gambar 1.6 Tampilan *Software* Minitab

1.2.4 MENU-MENU PADA *SOFTWARE* SMART PLS

Software SmartPLS merupakan salah satu dari beberapa *software* yang *powerfull* untuk mengolah dan menganalisa data menggunakan metode *Struktural Equation Modelling* (SEM). *Software* ini memiliki keunggulan dibandingkan AMOS. Dikarenakan estimasi parameter yang digunakan yaitu *Partial Least Square* (PLS), maka asumsi yang disyaratkan tidak sebanyak pada AMOS. Untuk data yang dianalisis tidak harus berdistribusi *multivariate* normal dan data dengan jumlah sampel yang sedikit bisa digunakan.

Menu-menu yang ada pada PLS bisa menggunakan bahasa Indonesia. Kegunaan menu-menu tersebut sama seperti pada *software-software* statistika pada umumnya. Keunggulan *software* ini pengguna lebih mudah untuk menggambarkan struktural modelnya dengan mengeklik simbol *variabel laten*, lalu menghubungkan menggunakan simbol panah sesuai dengan model penelitiannya.

Gambar 1.7 Tampilan *Software* SmartPLS

1.3. STRUKTUR DATA PENELITIAN

Sebelum menggunakan *software* statistika untuk mengolah dan menganalsis data, kita harus paham struktur data yang digunakan. Berikut contoh beberapa struktur data yang digunakan pada penelitian.

1. Struktur Data Sekunder

Tabel 1.1 Struktural Data Sekunder

No	Kode	Tahun	ROA	KI	SIZE
1	AMIN	2019	0,128	0,739	11,402
2	AMIN	2020	0,108	0,755	11,557
3	ASII	2019	0,076	0,501	14,546
4	ASII	2020	0,055	0,501	14,529
5	INDS	2019	0,036	0,881	12,452
6	INDS	2020	0,021	0,881	12,451

Struktural data sekunder harus memperhatikan baris data perusahaan dan tahunnya. Untuk data masing-masing variabel harus sesuai dengan perusahaan dan tahun, tidak boleh timpang tindih. Struktur data seperti ini bisa digunakan untuk analisis regresi linier berganda, analisis regresi dengan variabel pemoderasi, analisis regresi dengan variabel intervening (*path analysis*), dan regresi logistik (apabila nantinya variabel dependen yang digunakan data kategorial).

2. Struktur Data *Survey*

Tabel 1.2 Struktural Data *Survey*

No	Pengawasan1	Pengawasan2	Pengawasan3	Kepatuhan1	Kepatuhan2
Responden 1	5	5	5	5	5
Responden 2	5	5	5	5	5
Responden 3	5	5	5	5	5
Responden 4	5	5	5	5	5
Responden 5	4	4	5	5	5

Strutural data *survey* harus memperhatikan jawaban berupa skor dari masing-masing responden. Pada tabel 1.2 diberikan contoh struktural data untuk variabel pengawasan dengan 3 indikator (item pernyataan) dan variabel kepatuhan dengan 2 indikator (item pernyataan).

3. Struktur Data *Time Series*

Tabel 1.3 Struktural Data *Time Series*

No	Tahun	GDP per kapita (USD)
1	2011	3643
2	2012	3694
3	2013	3624
4	2014	3492
5	2015	3332
6	2016	3563
7	2017	3838

Strutural data *time series* harus memperhatikan waktu. Periode waktu yang digunakan harus konsisten seperti jam, hari, minggu, bulan, ataupun tahun. Untuk analisis pada data *time series* tidak boleh ada salah satu periode yang kosong (*missing value*).

4. Struktur Data Uji Beda Data Berpasangan

Tabel 1.4 Struktural Data Uji Beda Data Berpasangan

Karyawan	Sebelum ikut pelatihan	Setelah ikut pelatihan
1	5	7
2	10	4
3	10	10
4	8	2
5	10	8

Struktur data uji beda data berpasangan dicontohkan dengan pemberian pelatihan pada5 karyawan. Diambil nilai dari 5 karyawan tersebut sebelum ikut pelatihan dan setelah pelatihan. Jumlah observasi setelah dan sesudah harus sama (*balance*) karena observasi yang digunakan harus sampel yang sama.

5. Struktur Data Uji Beda Data Tidak Berpasangan

Tabel 1.5 Struktural Data Uji Beda Data Tidak Berpasangan

Profit perusahaan A (Dalam Triliun)	Profit perusahaan B (Dalam Triliun)
5	3
3	5
5	6
7	4
3	8
4	1

Struktural data uji beda data tidak berpasangan dicontohkan dengan membandingkan data profit perusahaan A dan B. Untuk jumlah amatan masing-masing kelas tidak harus sama (*unbalance*).

BAB 2
ANALISIS STATISTIKA DESKRIPTIF

2.1. PENGERTIAN STATISTIKA DESKRIPTIF

Statistika adalah ilmu yang mempelajari cara pengumpulan, mengolah, menganalisis, dan menyajikan data yang berguna untuk pengambilan suatu keputusan. Menurut metodenya, statistika terdiri dari dua yaitu statistika deskriptif dan statistika inferensia (Sudjana, 2006). Statistika deskriptif mempelajari profil dari data. Ukuran data terdiri dari ukuran pemusatan data dan ukuran penyebaran data. Contoh dari ukuran pemusatan data yaitu rata-rata, median, modus, dan lain-lain. Contoh dari ukuran penyebaran data yaitu varians, standard deviasi, dan lain-lain. Pada umumnya untuk melihat gambaran data, peneliti juga menggunakan diagram yang dijadikan sebagai infografis. Pemilihan ukuran data maupun diagram disesuaikan dengan data yang tersedia dan tujuan dari penelitian. Peneliti harus memahami statistika deskriptif yang digunakan, setiap skala pengukuran data memiliki ciri-ciri tersendiri. Skala pengukuran data terdapat empat yaitu nominal, ordinal, interval, dan rasio. Seperti contohnya untuk data dengan skala pengukuran nominal dan ordinal kita bisa menggunakan modus untuk mengetahui ukuran pemusatan. Tidak tepat apabila kita menggunakan rata-rata. Pada buku ini diberikan contoh cara pengolahan dan penyajian statistik deskriptif untuk beberapa macam data.

2.2. ANALISA STATISTIKA DESKRIPTIF

Menurut sumbernya, data dibagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari lapangan. Sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui perantara. Contoh data primer yaitu data hasil wawancara, data hasil percobaan, dan lain-lain. Contoh data sekunder yaitu data yang diperoleh dari penelitian orang lain, data dari web, dan lain-lain.

2.2.1. ANALISA STATISTIKA DESKRIPTIF DATA PRIMER

Diberikan data hasil *survey* pada Tabel 2.1. Data tersebut merupakan data yang diambil dari 20 karyawan sebuah perusahaan. Terdapat dua variabel yang di*survey* yaitu disiplin kerja dari karyawan dan kinerja dari karyawan. Untuk variabel disiplin kerja terdiri dari tiga indikator yaitu disiplin kerja 1, disiplin kerja 2, dan disiplin kerja 3. Untuk variabel kinerja terdiri dari dua yaitu kinerja 1 dan kinerja 2. Dari data jawaban responden tersebut akan dianalisis nilai statistik deskriptifnya.

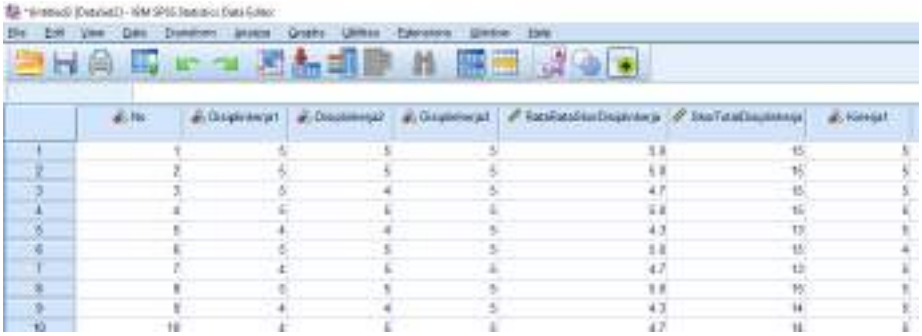
Tabel 2.1 Data Hasil *Survey*

No	Disiplin kerja 1	Disiplin kerja 2	Disiplin kerja 3	Rata-Rata Skor Disiplin kerja	Skor Total Disiplin kerja	Kinerja 1	Kinerja 2	Rata-Rata Skor Kinerja	Skor Total Kinerja
1	5	5	5	5,00	15	5	5	5,00	10
2	5	5	5	5,00	15	5	5	5,00	10
.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
20	5	4	5	4,67	14	5	5	5,00	10

Pada Tabel 2.1 merupakan jenis data dengan skala likert. Skala likert adalah skala penelitian yang dipakai untuk mengukur sikap dan pendapat. Skala ini digunakan untuk melengkapi kuesioner yang mengharuskan responden menunjukkan tingkat persetujuan terhadap serangkaian pernyataan. Pada Tabel 2.1 skala likert yang digunakan menggunakan skor 1 hingga 5. Adapun keterangan dari skala likert yang digunakan yaitu:

- 1 adalah sangat tidak setuju
- 2 adalah tidak setuju
- 3 adalah netral
- 4 adalah setuju
- 5 adalah sangat setuju.

Langkah awal untuk menganalisis data tersebut yaitu buka SPSS pada komputer dan input data tersebut. Untuk menginput data bisa menggunakan cara manual dengan mengetik atau juga bisa menggunakan menu *open* data apabila data sudah tersimpan dengan format excel. Untuk menggunakan *open* data yaitu pilih *file* > *open* > data > pilih lokasi *file* yang ingin di buka > sesuaikan jenis *file* yang ingin dibuka > open.



Gambar 2.1 Data Survey yang Telah Dibuka pada SPSS

Skala likert memiliki keunikan, data tersebut mirip dengan data skala ordinal. Akan tetapi skala likert berbeda dengan skala ordinal. Untuk skala likert bisa digunakan dianalisis ukuran pemusatan maupun sebaran datanya seperti data rasio. Untuk mendapatkan statistik jawaban masing-masing indikator pilih analyze > descriptive statistics > Descriptives. Masukan semua indikator pada kolom variable(s).

Gambar 2.2 Indikator yang Telah Dimasukan Pada Kolom *Variable(s)*

Pada *options*, centang *mean*, std deviasi, minimum, *maximum*, pilih *continue*, dan klik OK.

Pada Tabel 2.2 diperoleh angka-angka statistik untuk semua indikator. Minimum menunjukan nilai terendah dari jawaban responden dari masing-masing indikator, *maximum* menunjukan angka tertinggi jawaban responden dari masing-masing indikator. *Mean* menunjukan angka rata-rata dan standard deviasi menunjukan sebaran data, semakin tinggi nilainya semakin bervariasi skor jawaban responden. Sebagai contoh: pada indikator disiplin kerja 1 nilai minimum dari jawaban responden yaitu 4 dan nilai maksimum dari jawaban responden yaitu 5. Nilai rata-rata jawaban responden terhadap indikator disiplin kerja 1 yaitu 4,50. Nilai std deviasi jawaban responden terhadap disiplin

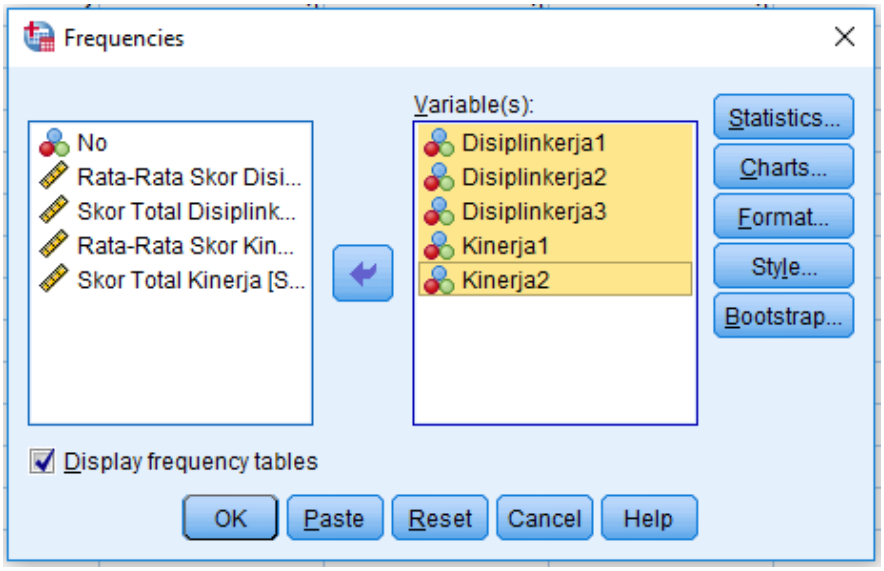
kerja 1 yaitu 0,513. Nilai tersebut bisa dibilang kecil dapat dilihat pada data skor untuk indikator disiplin kerja 1 yaitu 4 dan 5, tidak terlalu variatif.

Tabel 2.2 *Output* Statistik Deskriptif Data Survey

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Disiplinkerja1	20	4	5	4.50	.513
Disiplinkerja2	20	4	5	4.55	.510
Disiplinkerja3	20	4	5	4.90	.308
Kinerja1	20	4	5	4.80	.410
Kinerja2	20	4	5	4.65	.489
Valid N (listwise)	20				

Untuk selanjutnya jawaban responden bisa dihitung untuk masing-masing angka frekuensinya. Pilih *analyze* > *descriptive statistics* > *Frequencies*, lalu pilih OK.



Gambar 2.3 Indikator yang Telah Dimasukan Pada Kolom *Variable(s)*

Maka akan muncul *Output* frekuensi untuk masing-masing indikator. Untuk sebagai contoh disajikan *Output* frekuensi pada Tabel 2.3 sebagai berikut:

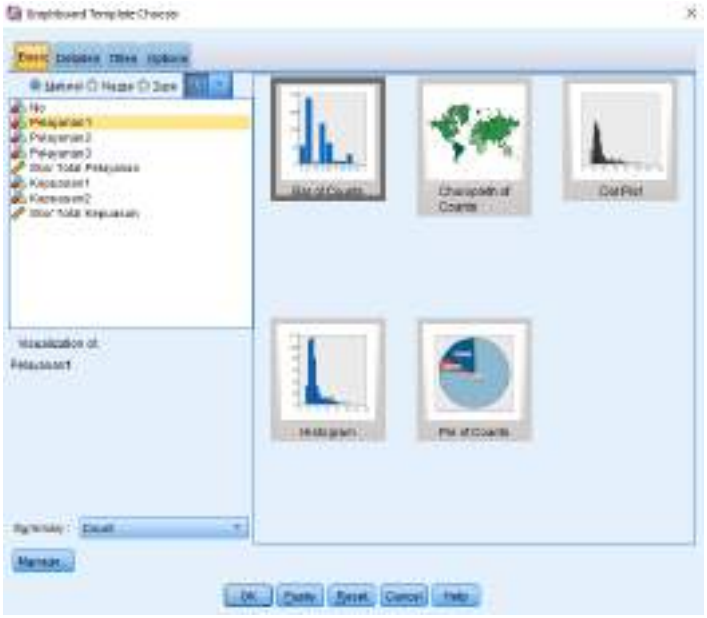
Tabel 2.3 *Output* Frekuensi Indikator Disiplin Kerja 1

Pelayanan1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	10	50.0	50.0	50.0
	5	10	50.0	50.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0	

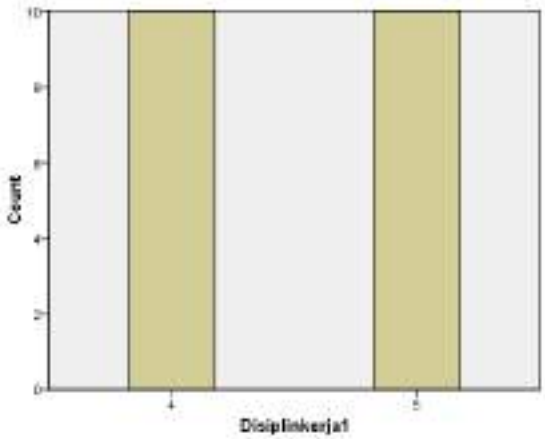
Sebagai contoh, dapat dijelaskan bahwa pada indikator disiplin kerja 1, responden yang menjawab skor 4 terdapat 10 orang dan responden yang menjawab skor 5 ada 10 orang. Pada indikator disiplin kerja 1 tidak ada reponden yang menjawab dengan skor 1, 2, maupun 3. Sebanyak 50% responden setuju dengan pernyataan indikator disiplin kerja 1 dan 50% responden sangat setuju dengan pernyataan indikator disiplin kerja 1.

Untuk penyajian statistika deskriptif disesuaikan dengan selera dan kebutuhan dari peneliti. Ada peneliti yang lebih suka menyajikan dalam bentuk diagram. Berikut diberikan contoh penyajian diagram untuk masing-masing indikator.



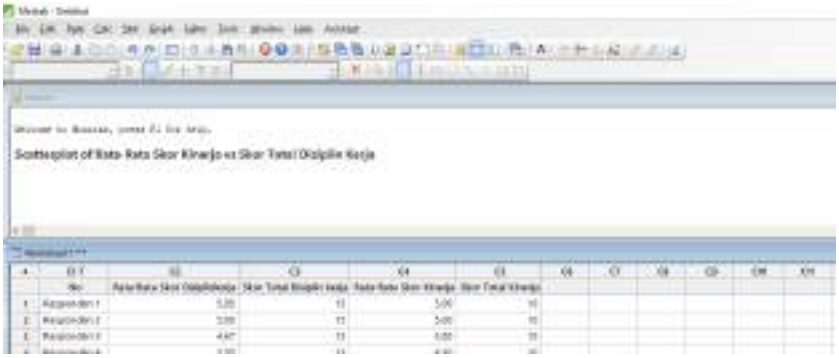
Gambar 2.4 Tampilan *Graphboard Template Chooser*

Pilih *Graphs* > *Graphboard Template Chooser*, akan muncul tampilan seperti Gambar 2.4. Untuk data kuesioner bisa menggunakan Bar ataupun Pie chart. Sebagai contoh dibuat diagram Bar untuk disiplin kerja 1. Select disiplin kerja 1 dan *Bar of Counts* > OK.



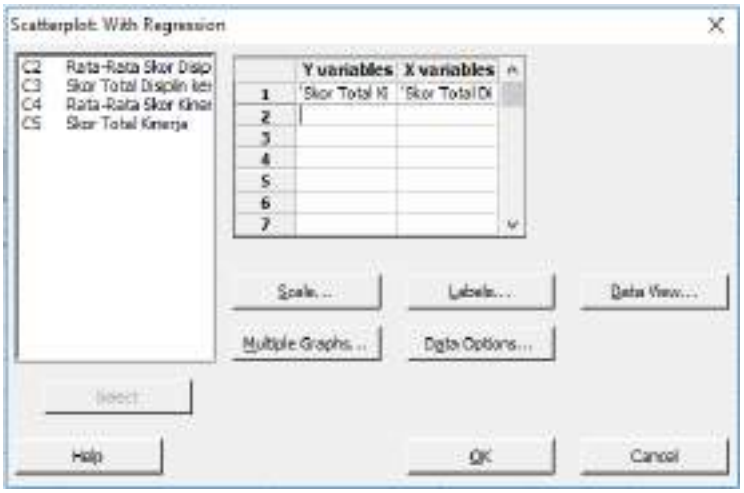
Gambar 2.5 Tampilan Diagram Bar untuk Disiplin Kerja 1

Selanjutnya diberikan contoh cara membuat *scatter plot*. Untuk scatter plot digunakan *software* minitab karena pada *software* minitab memiliki kelebihan yaitu adanya garis regresi yang memudahkan bagi peneliti untuk mendapatkan kesimpulan hubungan dari dua variabel. Pada data yang diberikan terdapat skor total untuk disiplin kerja dan kinerja. Salin kedua data pada Minitab.



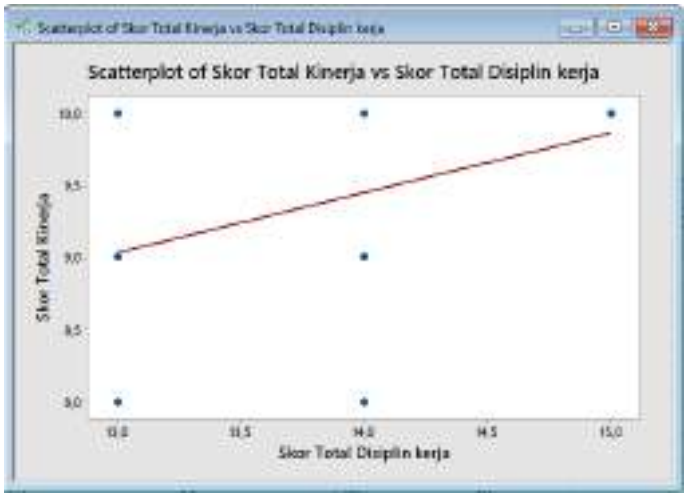
Gambar 2.6 Tampilan Data yang Sudah Disalin ke Minitab

Pilih menu *Graph* > *Scatterplot* > *with regression* > OK.



Gambar 2.7 Tampilan Menu *Scatterplot*

Masukan skor total kinerja ke Y variables dan skor total disiplin kerja ke X variabels, lalu pilih OK.



Gambar 2.8 Tampilan *Output Scatterplot*

Diperoleh *Output scatterplot* pada Gambar 2.8, pada gambar terebut terdapat titik-titk dan garis merah yang semakin naik garisnya. Gambar garis yang semakin naik menunjukan kedua variabel memiliki hubungan positif, apabila skor disiplin kerja naik maka akan diikuti kenaikan skor kinerja. Apabila gambar garis dari kiri ke kanan semakin menurun, maka terdapat hubungan negatif dari kedua variabel.

2.2.2. ANALISA STATISTIKA DESKRIPTIF DATA SEKUNDER

Diberikan data laporan keuangan dari perusahaan yang memiliki kode AMIN, ASII, INDS, dan LPIN. Keterangan kode tersebut bisa dilihat pada web Bursa Efek Indonesia. Periode data yang digunakan yaitu tahun 2017 hingga tahun 2020. Untuk mengolah data sekunder seperti pada Tabel 2.4 gunakan statistik untuk data yang bukan nominal maupun ordinal. Apabila terdapat data nominal maupun ordinal gunakan frekuesi atau modus saja.

Tabel 2.4 Data Laporan Keuangan

No	Kode	Tahun	ROA	KI	SIZE
1	AMIN	2017	0,128	0,739	11,402
2	AMIN	2018	0,108	0,755	11,557
3	AMIN	2019	0,080	0,755	11,607
.	.	.	.	.	.
16	LPIN	2020	0,020	0,817	11,529

Berikut tahapan olah data statistika deskriptif untuk data tersebut yaitu:

1. Input atau buka data laporan keuangan
2. Pilih *descriptive statistics* > *Descriptives*
3. Masukan semua variabel penelitian ke kolom variable(s)
4. Pada options, centang mean, std deviasi, minimum, *maximum*, pilih *continue*
5. Pilih OK

Gambar 2.9 menunjukan tahapan proses pemilihan data yang akan diolah dan dianalisis.

Gambar 2.9 Variabel yang Telah Dimasukan Pada Kolom *Variable(s)*

Adapun *Output* hasil dari data Tabel 2.4 disajikan pada Tabel 2.5 sebagai berikut:

Tabel 2.5 Ouput Statistik Deskriptif Data Laporan Keuangan

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA	16	.020	.716	.10713	.165713
KI	16	.501	.881	.73750	.148840
SIZE	16	11.402	14.546	12.49406	1.268480
Valid N (listwise)	16				

Untuk penjelasan *Output* statistik deskriptif Tabel 2.5 hampir sama dengan *Output* statistik deskriptif pada Tabel 2.2. N menunjukan banyaknya observasi. Sebagai contoh untuk intepretasi *Output* dijelaskan *Output* untuk variabel ROA. Pada variabel ROA diperoleh nilai minimum yaitu sebesar 0,020, artinya dari data empat perusahaan selama tahun 2017 hingga 2020 nilai minimum ROA nya 0,020 yaitu LPIN tahun 2020. Nilai *maximum* yaitu sebesar 0,716, artinya dari data empat perusahaan selama tahun 2017 hingga 2020 nilai maksimum ROA nya 0,716 yaitu LPIN tahun 2017. Rata-rata ROA untuk keempat perusahaan selama tahun 2017 hingga 2020 yaitu 0,107. Nilai std. deviasi sebesar 0,166, nilai tesebut menujukan simpangan data terhadap rata-ratanya.

2.3. LATIHAN

Olah statistik deskriptif dari data-data berikut ini:

Data hasil survey:

No	Jenis Kelamin	Usia Saat Ini	Pekerjaan saat ini	Kepemimpinan 1	Kepemimpinan 2
1	Perempuan	20-50 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	5	5
2	Perempuan	20-50 Tahun	Pegawai Swasta	5	5
3	Laki-Laki	20-50 Tahun	Pegawai Swasta	5	5
4	Laki-Laki	20-50 Tahun	Pegawai Swasta	5	5
.	.	.	.	.	.
50	Perempuan	51-40 Tahun	Wiraswasta	5	4

No	Kepemimpinan 3	Disiplin kerja 1	Disiplin kerja 2	Disiplin kerja 3	Kinerja 1	Kinerja 2	Kinerja 3
1	5	5	5	5	5	5	5
2	5	5	5	5	5	5	5
3	5	5	5	5	5	5	5
.	.	.	.	.	.	.	.
50	5	5	5	4	5	5	4

Data laporan keuangan:

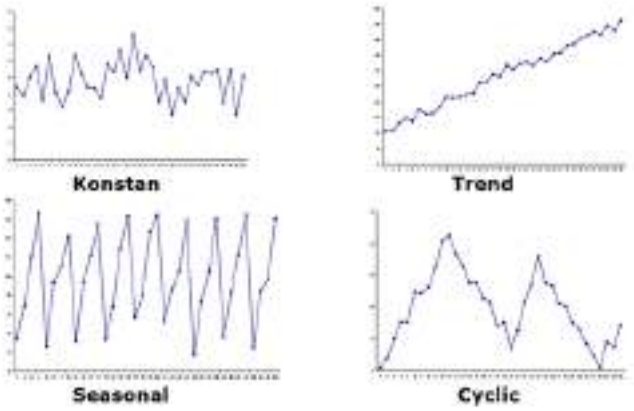
No	Perusahaan	Tahun	CR	ROA	PBV
1	KAEF	2016	1,714	0,120	10,342
2	KAEF	2017	1,546	0,129	8,772
3	KAEF	2018	1,344	0,129	7,969
.	.	.	.	.	.
35	SIDO	2020	3,664	0,290	29,177

BAB 3
TIME SERIES ANALYSIS

3.1. PENGERTIAN *TIME SERIES*

Time series merupakan runtutan data dengan periode waktu yang konsisten. Analisis time series berguna untuk meramalkan kejadian yang akan datang (Wei, 2006). Contoh kegunaan dari analisis *time series* yaitu untuk meramalkan penjualan suatu produk dimasa yang akan datang. Angka ramalan tersebut digunakan sebagai target yang ingin dicapai oleh pihak perusahaan. Kegunaan lainnya yaitu untuk membuat perancanaan bisnis. Pada perancangan penentuan target diperlukan hal yang realistis dan berdasarkan historis data yang ada. Dari data historis yang terekam, dapat dianalisis angka-angka yang akan terjadi pada masa yang akan datang.

Menurut polanya, *time series* dibagi menjadi beberapa macam yaitu *trend* naik/turun, stasioner/konstan, musiman, *cyclic*, dan ada juga pola variasi kalender. Pola variasi kalender ini terjadi karena adanya fenomena perbedaan kalender hijriyah dan kalender masehi. Indentifikasi pola time series merupakan hal yang krusial untuk menentukan metode yang akan digunakan. Setiap metode time series mempunyai keunggulan masing-masing untuk menangkap pola tersebut.



Gambar 3.1 Pola Data Time Series

3.2. *TIME SERIES PLOT*

Indikasi awal untuk melakukan peramalan yaitu memahami pola *time series* yang terbentuk. Diberikan contoh data GDP per kapita (USD) Indonesia periode 1998 hingga 2021. Untuk membuat *time series plot* dari data tersebut, buka *software* Minitab dan salin data ke lembar kerja Minitab.

Tabel 3.1 Data GDP per Kapita

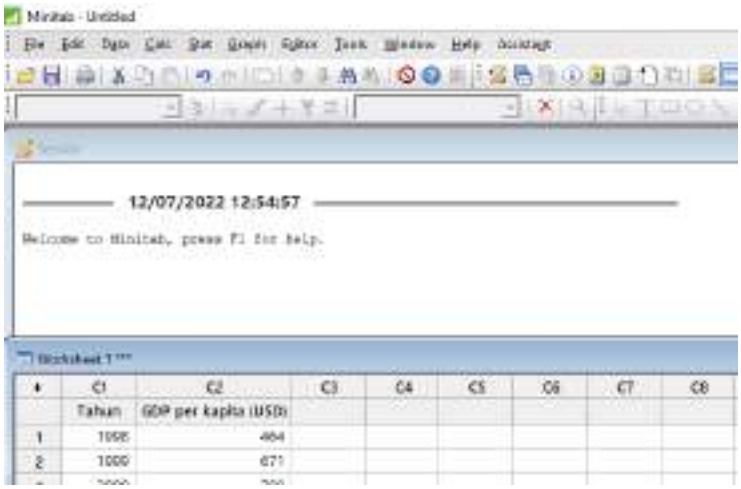
Tahun	GDP per kapita (USD)	Tahun	GDP per kapita (USD)
1998	464	2010	3122
1999	671	2011	3643
.	.	.	.
2009	2261	2021	4292

Data pada Tabel 3.1 *copy* pada Minitab dengan urutan baris paling atas merupakan data historis paling lama dan baris paling bawah merupakan data series paling baru seperti pada Gambar 3.2.

Adapun tahapan untuk membuat time series plot yaitu:

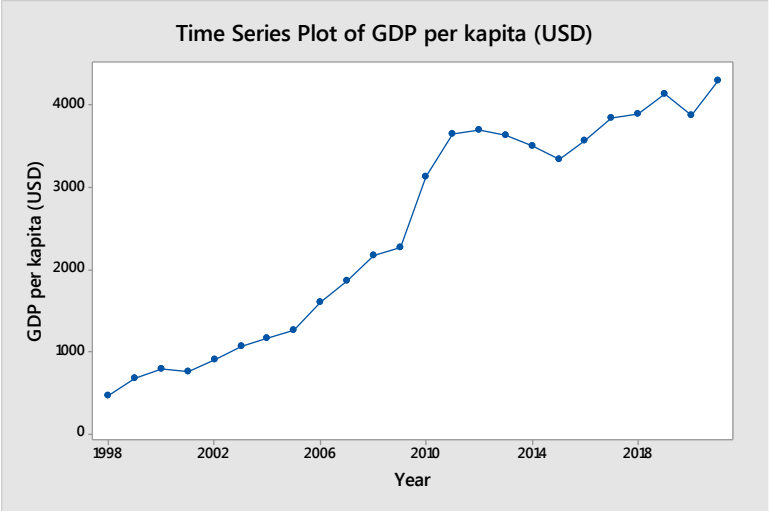
1. Pilih *Stat*
2. Pilih *Time Series* > *Time Series Plot*

3. Pilih *Simple*
4. Masukan data inflasi ke kolom *series*
5. Pilih Time Scale, pilih *calendar* dan pilih *year*. Isi *year* "1998"
6. Pilih OK.



Gambar 3.2 Data yang Sudah Diinput Pada Minitab

Maka akan didapatkan gambar seperti berikut ini:



Gambar 3.3 *Time Series Plot* dari Data GDP per Kapita

Gambar tersebut merupakan time series plot dari data GDP per kapita periode 1998 hingga 2021. Data tersebut cenderung membentuk pola *trend* menaik. Untuk analisa lebih lanjut *time series* tersebut bisa ditambahkan statistik deskriptif dari data. Penambahan statistik deskriptif dapat menggali informasi lebih mandalam dari data *time series* tersebut.

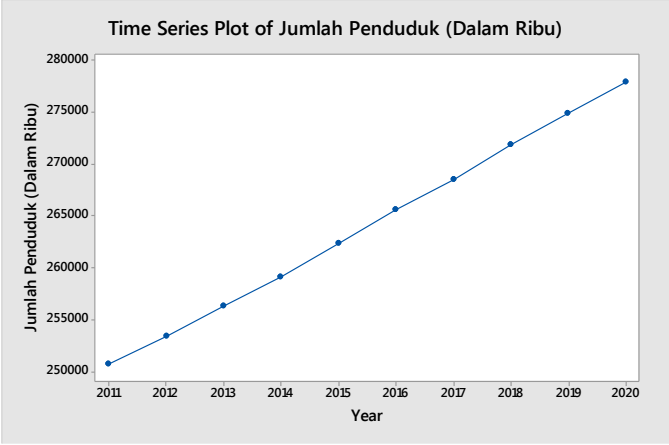
3.3. *TREND ANALYSIS*

Salah satu metode *time series* yang digunakan untuk meramalkan data yang memiliki pola *trend* menurun maupun tren menaik yaitu *trend analysis*. Model dari *trend analysis* terdiri dari beberpa macam yaitu linier, quadratic, eksponesial, dan s-curve. Pemilihan model disesuaikan dengan pola dari data yang terbentuk. Diberikan contoh data jumlah penduduk Indonesia tahun 2011 hingga tahun 2020 pada Tabel 3.2. Hitunglah jumlah penduduk tahun 2021 hingga 2025 kedepannya.

Tabel 3.2 Data Jumlah Penduduk Indonesia

Tahun	Jumlah Penduduk Indonesia (Dalam Ribu)
2011	250636
2012	253420
2013	256240
2014	259088
2015	262352
2016	265540
2017	268460
2018	271784
2019	274804
2020	277824

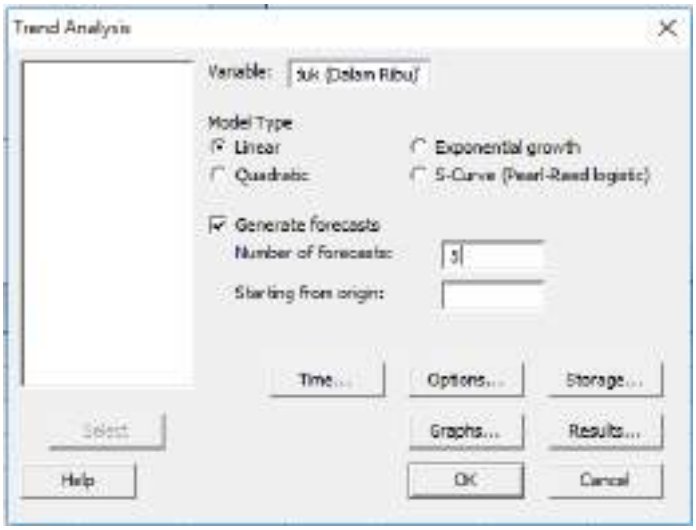
Input data tersebut pada Minitab dan gambarkan time series plotnya. Berdasarkan data pada Tabel 3.2, diperoleh time series plot sebagai berikut:



Gambar 3.4 *Time Series Plot* dari Data Jumlah Penduduk Indonesia

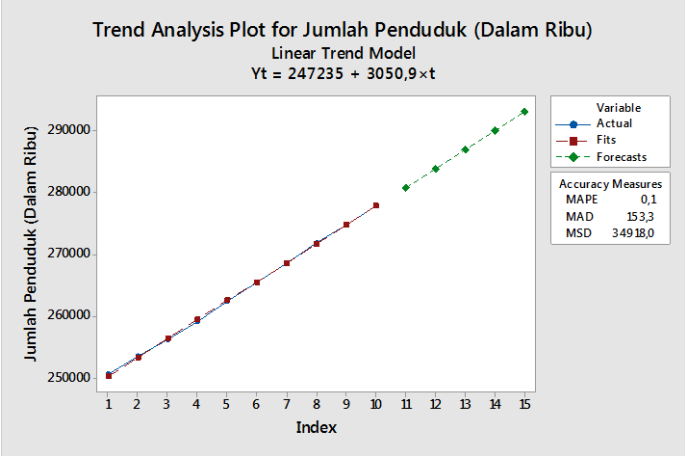
Gambar 3.4 menunjukan bahwa pola yang terbentuk yaitu *trend* naik dan berupa garis linier, sehingga model yang digunakan yaitu adalah model linier. Tahapan analisis *trend* tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Pilih *Stat*
2. Pilih *Time Series*
3. Pilih *Trend Analysis*
4. Masukan data Jumlah Penduduk ke kolom variable
5. Pilih Model Type "*Linier*"
6. Centang *generate forecast*, isi *number of forecast* "5"
7. Pilih *time* > *calendar* > *year* > *start value* "2011"
8. OK.



Gambar 3.5 Tahapan *Trend Analysis* Pada Minitab

Setelah di klik "OK" maka akan muncul *Output* pada *worksheet* minitab dan gambar seperti pada Gambar 3.6. *Output* pada *worksheet* minitab berupa angka yaitu FITS1 merupakan angka hasil fitting model dan FORE1 merupakan angka hasil peramalan tahun 2021 hingga tahun 2025. Secara berturut-turut hasil ramalan tahun 2021 hingga 2025 yaitu 280795; 283846; 286897; 289948; 292999. Untuk model *trend analysis* ditunjukan pada Gambar 3.6. MAPE, MAD, MSD merupakan kriteria kebaikan model yang digunakan, semakin kecil angka tersebut maka model memiliki error yang kecil.



Gambar 3.6 *Output Trend Analysis* Pada Minitab

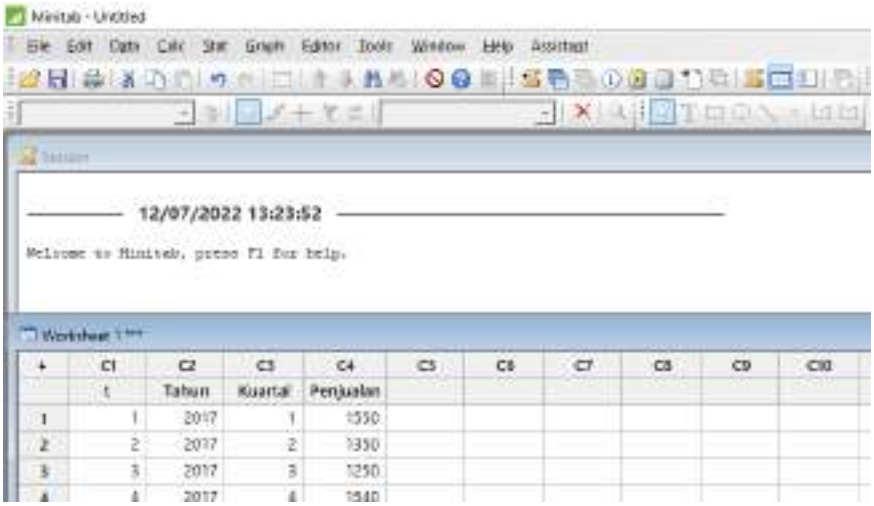
3.4. MOVING AVERAGE

Moving average merupakan salah satu metode *time series* yang menggunakan rata-rata dari sekumpulan nilai tertentu dan rata-rata tersebut digunakan untuk meramalkan periode berikutnya. Pada umumnya metode ini digunakan untuk meramalkan data yang memiliki pola stasioner. Diberikan data penjualan motor di Kota Surabaya periode kuartal sebagai berikut:

Tabel 3.3 Data Jumlah Penjualan Motor

t	Tahun	Kuartal	Penjualan
1	2017	1	1550
2	2017	2	1350
.	.	.	.
16	2020	4	1700

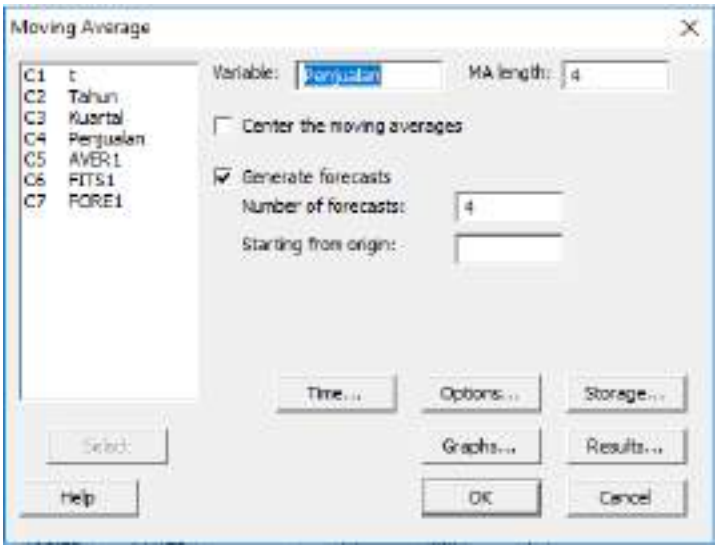
Dengan data pada Tabel 3.3 ingin diramalkan perjualan motor kuartal 1 hingga 4 pada tahun 2021 menggunakan metode *moving average*. Input data penjualan tersebut ke Minitab.



Gambar 3.7 Data yang Sudah Diinput pada Minitab

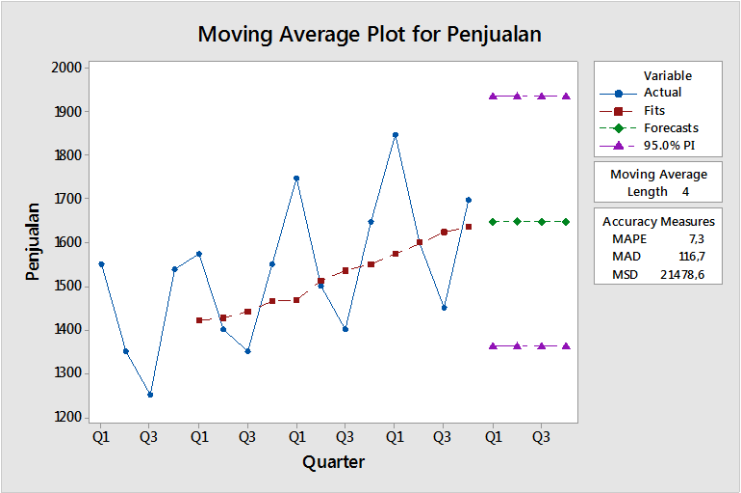
Adapun langkah-langkah untuk meramalkan data tersebut menggunakan metode moving average yaitu sebagai berikut:

1. Pilih *Stat*
2. Pilih *time series* > *Moving Average*
3. Masukan penjualan ke kolom *variable*
4. Isi MA *length* "4"
5. Centang *Generate Forecasts* da isi "4" pada kolom *generate forecasts*
6. Pilih Storage > centang *moving average, fits, forecasts*
7. Pilih time > Ubah *Calender* menjadi *Quarter* dan dimulai dengan 1.
8. OK.



Gambar 3.8 Tampilan Menu Moving Average

Setelah di klik "OK" maka akan muncul angka moving average, nilai *fitting*, dan nilai ramalan penjualan untuk 4 periode kedepan pada *worksheet* minitab. Adapun *Output* dan kebaikan hasil ramalan ditampilkan pada Gambar 3.9.

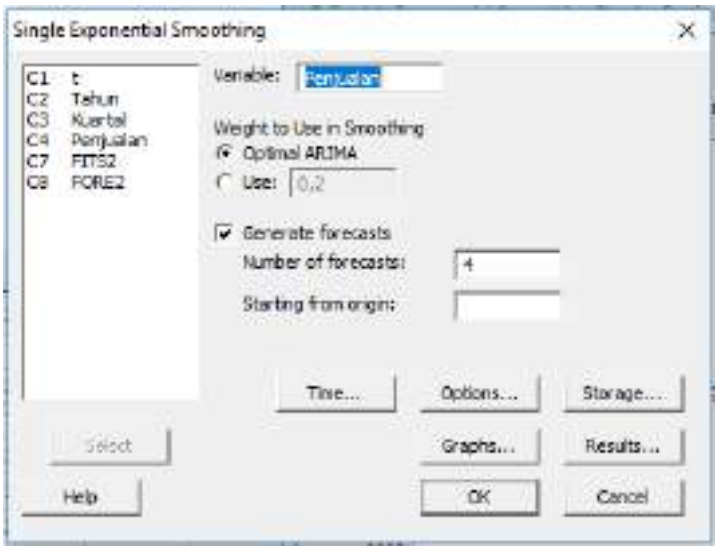


Gambar 3.9 Tampilan *Output Moving Average*

3.5. *SINGLE EXPONENTIAL SMOOTHING*

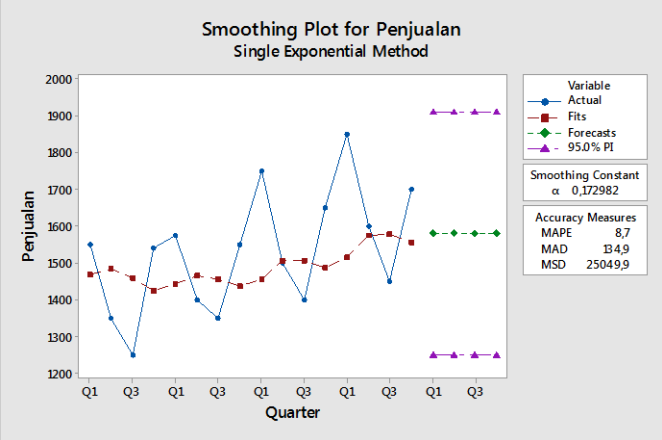
Metode ini paling sesuai digunakan untuk data yang memiliki pola stasioner. Pada Tabel 3.3 diberikan data jumlah penjualan kuartalan motor di Kota Surabaya. Data tersebut akan diramalkan dengan menggunakan metode *Single Exponential Smooting*. Adapun langkah-langkah untuk meramalkan data tersebut menggunakan metode Single Exponential Smooting yaitu sebagai berikut:

1. Pilih *Stat*
2. Pilih *time series* > *Single Exponential Smoothing*
3. Masukan penjualan ke kolom *variable*
4. Pilih optimal ARIMA
5. Centang Generate Forecasts da isi "4" pada kolom *generate forecasts*
6. Pilih Storage > centang *fits* dan *forecasts*
7. Pilih time > Ubah *Calender* menjadi *Quarter* dan dimulai dengan 1.



Gambar 3.10 Tampilan Menu Single Exponential Smooting

Setelah di klik "OK" maka akan muncul nilai *fitting*, dan nilai ramalan penjualan untuk 4 periode kedepan pada *worksheet* minitab. Adapun *Output* dan kebaikan hasil ramalan ditampilkan pada Gambar 3.11.



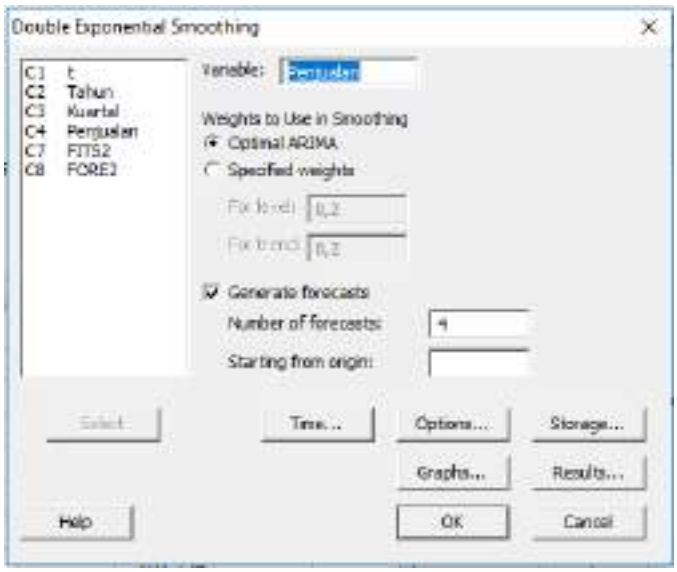
Gambar 3.11 Tampilan *Output* Single Exponential Smooting

3.6. *DOUBLE EXPONENTIAL SMOOTHING*

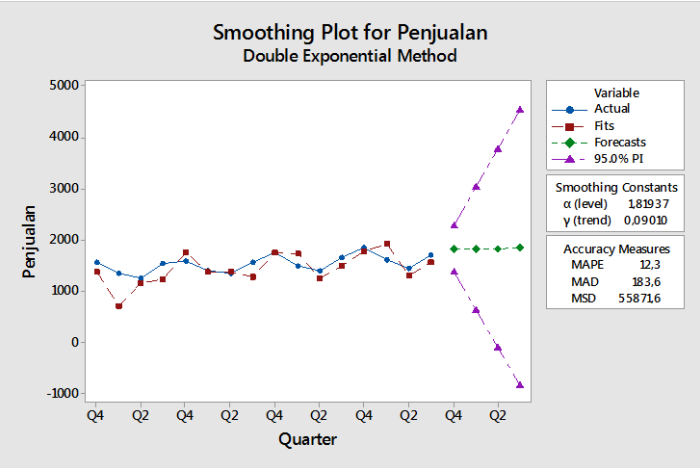
Metode ini paling sesuai digunakan untuk data yang memiliki pola *trend*. Pada Tabel 3.3 diberikan data jumlah penjualan kuartalan motor di Kota Surabaya. Data tersebut akan diramalkan dengan menggunakan metode *Double Exponential Smooting*. Adapun langkah-langkah untuk meramalkan data tersebut menggunakan metode Double Exponential Smooting yaitu sebagai berikut:

1. Pilih *Stat*
2. Pilih *time series* > *Double Exponential Smoothing*
3. Masukan penjualan ke kolom *variable*
4. Pilih optimal ARIMA
5. Centang *Generate Forecasts* da isi "4" pada kolom *generate forecasts*
6. Pilih Storage > centang *fits* dan *forecasts*
7. Pilih time > Ubah *Calender* menjadi *Quarter* dan dimulai dengan 1.

Setelah di klik "OK" maka akan muncul nilai *fitting* dan nilai ramalan penjualan untuk 4 periode kedepan pada worksheet minitab. Adapun *Output* dan kebaikan hasil ramalan ditampilkan pada Gambar 3.13



Gambar 3.12 Tampilan Menu Double Exponential Smooting

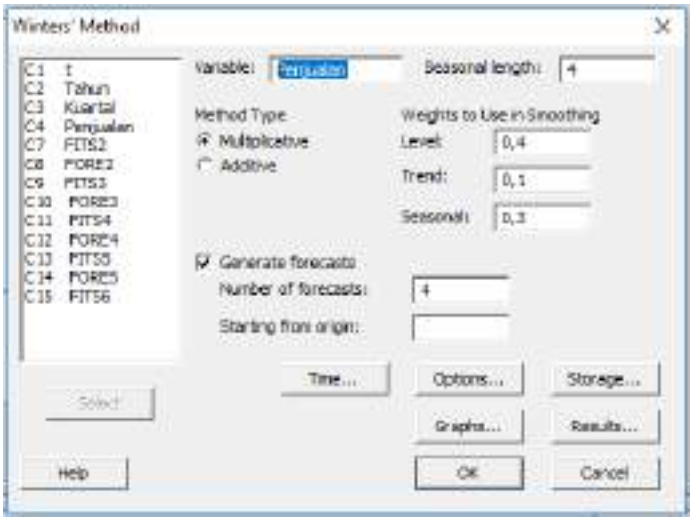


Gambar 3.13 Tampilan *Output* Double Exponential Smooting

3.7. *WINTERS*

Metode ini paling sesuai digunakan untuk data yang memiliki pola *trend* dan *seasonal*. Pada Tabel 3.3 diberikan data jumlah penjualan kuartalan motor di Kota Surabaya. Data tersebut akan diramalkan dengan menggunakan metode *winter*. Adapun langkah-langkah untuk meramalkan data tersebut menggunakan metode winter yaitu sebagai berikut:

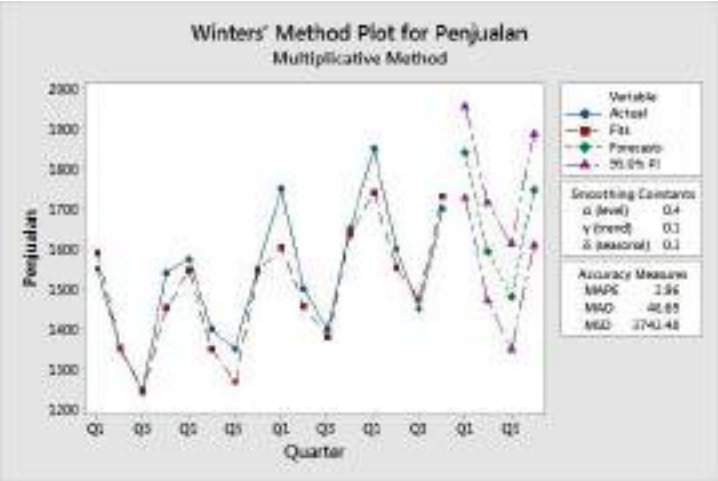
1. Pilih *Stat*
2. Pilih *time series* > *Winter's Method*
3. Masukan penjualan ke kolom *variable*
4. Pada *seasonal length* isi "4"
5. Pada *type method* pilih *Multiplicative*
6. Untuk pembobot *level* "0,4", *trend* "0,1", dan *seasonal* "0,3".
7. Centang *Generate Forecasts* da isi "4" pada kolom *generate forecasts*
8. Pilih Storage > centang *fits* dan *forecasts*
9. Pilih time > Ubah *Calender* menjadi *Quarter* dan dimulai dengan 1
10. OK.



Gambar 3.14 Tampilan Menu Winter's Method

Method multiplicative dipilih dikarenakan pola yang terbentuk dari *seasonal*nya semakin melebar. Untuk pembobot bisa diisikan dengan angka hingga diperoleh akurasi yang optimum. Setelah di klik

"OK" maka akan muncul nilai *fitting* dan nilai ramalan penjualan untuk 4 periode kedepan pada worksheet minitab. Adapun *Output* dan kebaikan hasil ramalan ditampilkan pada Gambar 3.15.



Gambar 3.15 Tampilan Winter

Tampak nilai *fit* mengikuti pola data aslinya. Apabila dibandingkan nilai MAPE, MAD, MSD dari metode *moving average, single exponential smoothing, double exponential smoothing*, dan *Winters*, metode winter merupakan metode yang paling sesuai untuk meramalkan penjualan motor di Kota Surabaya.

3.8. LATIHAN

Diberikan data penjualan produk makanan dari PT. Jajan Enak. Ramalkan penjualan produk makanan tersebut pada kuartal 1 hingga 4 tahun 2021 dan 2022!

t	Tahun	Kuartal	Penjualan
1	2016	1	11550
2	2016	2	11350
3	2016	3	11250
4	2016	4	11540
5	2017	1	11575
6	2017	2	11400
7	2017	3	11350
8	2017	4	11550
9	2018	1	11750
10	2018	2	11500

t	Tahun	Kuartal	Penjualan
11	2018	3	11400
12	2018	4	11650
13	2019	1	11850
14	2019	2	11600
15	2019	3	11450
16	2019	4	11700
17	2020	1	11550
18	2020	2	11350
19	2020	3	11250
20	2020	4	11540

BAB 4
UJI BEDA PARAMETRIK DATA BERPASANGAN

4.1. PENGERTIAN UJI BEDA PARAMETRIK DATA BERPASANGAN

Berdasarkan jumlah sampelnya, uji beda dalam statistika terdiri dari uji beda 1 sampel, 2 sampel dan *k* sampel (Walpole, 1995). Uji beda 1 sampel adalah uji beda yang dipakai untuk mengetahui apakah sampel memiliki kesamaan rata-rata, lebih kecil atau lebih besar dibandingkan nilai rata-rata tertentu, sesuai dengan hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya. Sebagai contoh uji beda untuk mengetahui apakah suatu unit kerja dalam perusahaan memiliki nilai rata-rata kinerja sama dengan, lebih kecil atau lebih besar dari 4. Uji beda 2 sampel merupakan uji beda yang dipakai untuk membandingkan rata-rata antara kedua sampel, apakah memiliki kesaamaan, lebih besar atau lebih kecil, sedangkan uji beda *k* sampel adalah uji beda yang dipakai membandingkan rata-rata dari *k* sampel (lebih dari 2 sampel).

Uji beda 2 sampel berdasarkan hubungan antar sampel dibedakan menjadi 2 jenis, yaitu uji beda untuk data berpasangan serta untuk data tidak berpasangan. Uji beda untuk data berpasangan ialah pengujian yang dilakukan pada kedua sampel yang tidak saling bebas, artinya pengujian sebenarnya dilakukan pada satu sampel yang sama namun dilakukan perbandingan rata-rata antara sebelum maupun sesudah diberikan perlakuan atau ada event tertentu. Contoh: Uji untuk mengetahui keefektifan pelatihan yang dilaksanakan, pengujian dilakukan pada peserta pelatihan yang sama, namun untuk kemampuan peserta sebelum dan sesudah dilakukan pelatihan. Uji beda pada data independen merupakan pengujian yang dilakukan pada kedua kelompok bebas artinya pengujian benar-benar dilakukan pada 2 sampel yang berbeda. Misalnya adalah pengujian untuk mengetahui perbedaan rata-rata nilai kinerja dari unit kerja A dan unit kerja B apakah memiliki kesamaan atau karyawan di unit kerja B memiliki rata-rata penilaian kinerja yang lebih tinggi dari pada unit kerja A atau sebaliknya. Jika ditinjau berdasarkan metode ujinya, uji beda terdiri dari 2 jenis yaitu uji beda parametrik, yaitu uji beda yang mengharuskan data berdistribusi normal serta uji beda non parametrik yaitu uji beda yang mengabaikan asumsi normalitas data, artinya data tidak harus berdistribusi normal. Pada Bab ini, pembahasan dilakukan untuk uji beda parametrik data berpasangan.

4.2. ANALISA UJI BEDA PARAMETRIK DATA BERPASANGAN

Pada uji beda parametrik, salah satu asumsi yang harus terpenuhi adalah data yang akan dilakukan pengujian harus mengikuti pola distribusi normal, sehingga ketika data tidak memenuhi asumsi normalitas data, maka metode pengujian beda akan dialihkan dengan menggunakan metode non parametrik. Pada statistika, pengujian beda untuk data berpasangan dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pangaruh sebelum maupun sesudah intervensi yang diberikan. Pengujian dilakukan dengan menggunakan uji t berpasangan (*paired t test*). Sebagai contoh yaitu disajikan data rata-rata kepuasan dari 9 pelanggan café, baik sebelum maupun sesudah cafe dilakukan renovasi. Kepuasaan dinilai dengan menggunakan 3 indikator yaitu indikator kenyamanan, kebersihan, dan keindahan. Ujilah, apakah terdapat perbedaan nilai rata-rata kepuasaan cafe sebelum dan sesudah dilakukan renovasi!

Tabel 4.1 Data Rata-Rata Kepuasan Sebelum dan Sesudah Renovasi Cafe

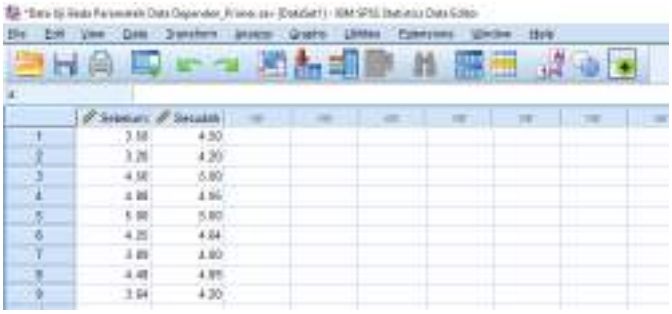
Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah
3,50	4,50	4,88	4,95	3,89	4,00
3,20	4,20	5,00	5,00	4,48	4,89
4,50	5,00	4,25	4,64	3,64	4,20

Adapun hipotesis pada study kasus yaitu:

H_0: tidak terdapat perbedaan rata-rata nilai kepuasan pelanggan sebelum ataupun sesudah renovasi cafe

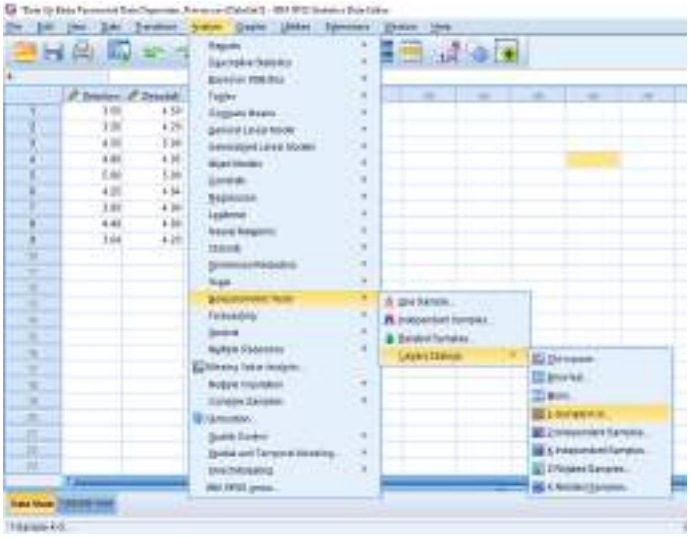
H_1: terdapat perbedaan rata-rata nilai kepuasan pelanggan sebelum ataupun sesudah renovasi café.

Langkah awal untuk melakukan uji beda parametrik pada data berpasangan adalah melakukan pengujian normalitas data. Uji normalitas data dilakukan pada tiap sampel baik sebelum maupun sesudah. Untuk melakukan pengujian kenormalan, lakukan input data terlebih dahulu pada SPSS seperti gambar di bawah ini.



Gambar 4.1 Input Data SPSS

Untuk melakukan pengujian kenormalan data, lakukan langkah berikut ini pada SPSS: *Analyze > Nonparametric Test > Legacy Dialogs >1 Sample KS*.



Gambar 4.2 Tampilan Awal Pengujian Kenormalan Data

Klik "Sebelum" dan "Sesudah" > pindahkan pada kolom *Test Variable List* dengan menekan tombol panah yang berada diantara 2 kotak tersebut > Klik OK.

Gambar 4.3 Kotak Dialog Menu *One-Sample Kolmogorov Smirnov Test*

Sehingga diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.2 Hasil Pengujian Normal SPSS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

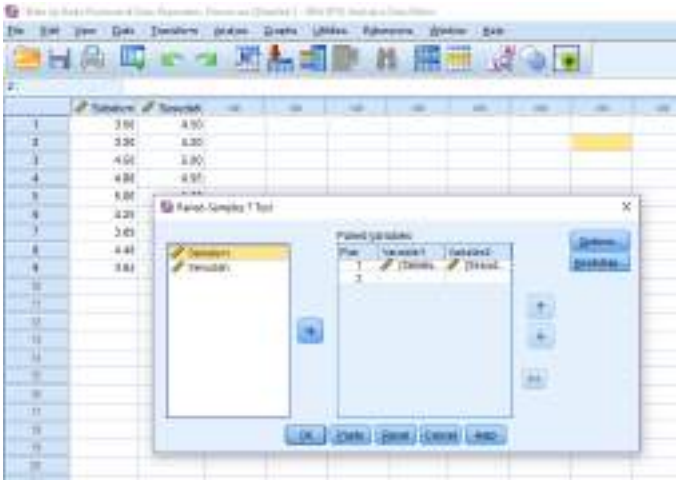
		Sebelum	Sesudah
N		9	9
Normal Parameters[a,b]	Mean	4.1489	4.5978
	Std. Deviation	.62744	.39022
Most Extreme Differences	Absolute	.146	.217
	Positive	.125	.179
	Negative	-.146	-.217
Test Statistic		.146	.217
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]	.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai dari Asymp Sig. pada kedua data bernilai lebih besar dari 0,05 (0,200 > 0,05), maka diindikasi bahwa sampel ("sebelum" & "sesudah") sudah memenuhi asumsi distribusi normal, sehingga dapat dilanjutkan dengan pengujian *paired t-Test*, dengan langkah sebagai berikut: *Analyze > Compare Means > Paired Samples t-Test.*

Gambar 4.4 Tampilan Awal Pengujian *Paired t-Test*

Pindahkan data sebelum pada kolom variable 1 dan data sesudah pada kolom variable 2 > OK.



Gambar 4.5 Kotak Dialog Menu *Paired Samples t-Test*

Untuk mengetahui hasil pengujian *paired t-test* cukup perhatikan Tabel SPSS di bawah ini

Tabel 4.3 Hasil Pengujian *Paired t-Test*

Paired Samples Test

		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference Lower	Upper			
Pair 1	Sebelum - Sesudah	-.44889	.38866	.12289	-.73227	-.16551	-3.653	8	.006

Pada *Output* di atas dapat ditunjukkan bahwa nilai statistik uji t sebesar -3,653, nilai *sig (2 tailed)* sebesar 0,006 (0,006 < 0,05), maka untuk taraf signifikansi 5% menghasilkan keputusan tolak H_0, artinya terdapat perbedaan rata-rata nilai kepuasan pelanggan sebelum ataupun sesudah renovasi cafe

4.3. LATIHAN

Berikut ini disajikan data penilaian motivasi kerja dari 9 karyawan baik sebelum maupun sesudah dilakukan pelatihan. Penilaian dilakukan berdasarkan 3 indikator yaitu tanggung jawab pribadi, prestasi kerja, serta peluang untuk maju. Tabel berikut ini menyajikan rata-rata dari ketiga indikator, baik sebelum maupun sesudah pelatihan.

Sebelum	Sesudah
3,20	4,10
2,85	4,45
4,74	5,00
3,88	4,36
2,50	3,50
4,50	4,64
2,35	3,50
3,88	4,89
3,64	4,70

Lakukan pengujian apakah terdapat perbedaan rata-rata nilai motivasi kerja sebelum dan sesudah karyawan diberikan pelatihan!

BAB 5
UJI BEDA PARAMETRIK DATA TIDAK BERPASANGAN

5.1. PENGERTIAN UJI BEDA PARAMETRIK DATA TIDAK BERPASANGAN

Uji beda parametrik untuk data tidak berpasangan termasuk jenis dari uji beda untuk 2 sampel, namun hubungan antar kedua sampelnya bersifat independen (saling bebas), artinya pengujian dilakukan benar-benar pada kedua sampel yang berbeda (Walpole, 1995). Misalnya adalah pengujian untuk mengetahui perbedaan rata-rata nilai ujian statistika dari kelas SM dan SAX apakah memiliki kesamaan atau memiliki rata-rata yang lebih tinggi untuk kelas SAX atau sebaliknya. Pada Bab ini, pembahasan mengenai uji beda masih dibatasi untuk uji beda parametrik, sehingga asumsi yang dibutuhkan tidak jauh berbeda untuk uji beda pada Bab sebelumnya, yaitu data yang akan diuji harus mengikuti pola distribusi normal. Selain itu sebelum melakukan uji beda untuk data tidak berpasangan juga harus dilakukan uji homogenitas. Uji beda untuk data yang memiliki keragaman (varians) sama dan berbeda akan menghasilkan nilai statistik uji t dan *sig* yang berbeda pula. Sehingga sebelum melakukan uji beda untuk data tidak berpasangan, terdapat 2 proses yang harus dilakukan terlebih dahulu yaitu:

a. Uji normalitas data
b. Uji homogenitas.

Di dalam menu SPSS uji beda untuk jenis ini terdapat di dalam sub-menu *Independent-Samples t-Test.*

5.2. ANALISA UJI BEDA PARAMETRIK DATA TIDAK BERPASANGAN

Tabel berikut ini disajikan data rata-rata penilaian kepuasan pelanggan minimarket A dan B. Kepuasaan dinilai berdasarkan indikator kestrategisan lokasi, kenyamanan tempat parkir, serta kelengkapan fasilitas di kedua minimarket tersebut. Penilaian kepuasaan dilakukan oleh 10 orang pembeli yang berkunjung pada kedua minimarket tersebut.

Tabel 5.1 Data Kepuasan Pelanggan Minimarket A dan B

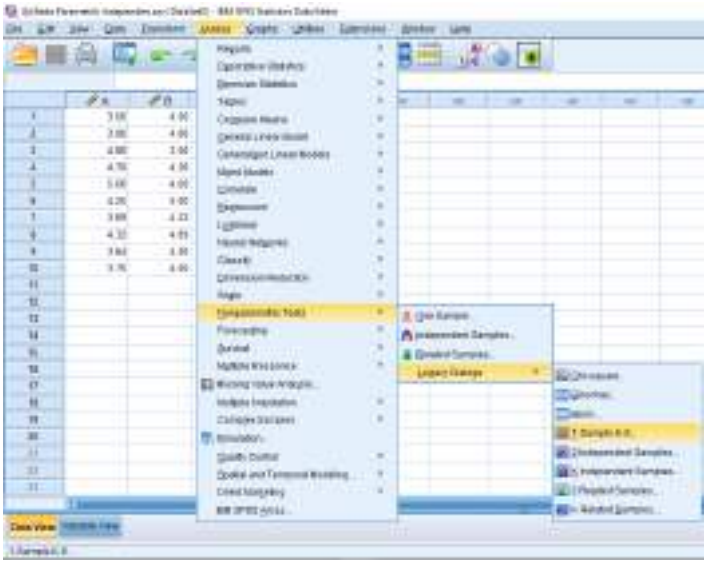
A		**B**	
3,5	4,25	4,5	5
3,9	3,89	4	4,32
4,8	4,32	3,5	4,89
4,7	3,64	4,3	4,2
5	3,75	4	4,5

Adapun hipotesis pada study kasus yaitu:

H_0: tidak terdapat perbedaan rata-rata kepuasaan pelanggan kedua minimarket

H_1: terdapat perbedaan rata-rata kepuasaan pelanggan kedua minimarket.

Langkah awal untuk melakukan uji beda parametrik pada data tidak berpasangan adalah melakukan uji normalitas data, dengan langkah sebagai berikut: *Analyze > Nonparametric Test > Legacy Dialogs >1 Sample KS.*



Gambar 5.1 Tampilan Awal Uji Normalitas Data

Klik "A" dan "B" > pindahkan kedua data pada kolom *test variable list* dengan menekan tombol panah yang berada diantara 2 kotak tersebut > Klik OK, sehingga muncul tampilan sebagai berikut.

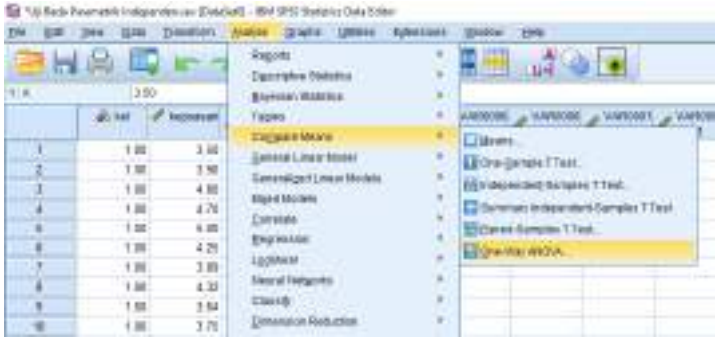
Tabel 5.2 Hasil Pengujian Kenormalan Data SPSS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		A	B
N		10	10
Normal Parameters[a,b]	Mean	4.1750	4.3210
	Std. Deviation	.52205	.44021
Most Extreme Differences	Absolute	.201	.142
	Positive	.201	.142
	Negative	-.143	-.133
Test Statistic		.201	.142
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]	.200[c,d]

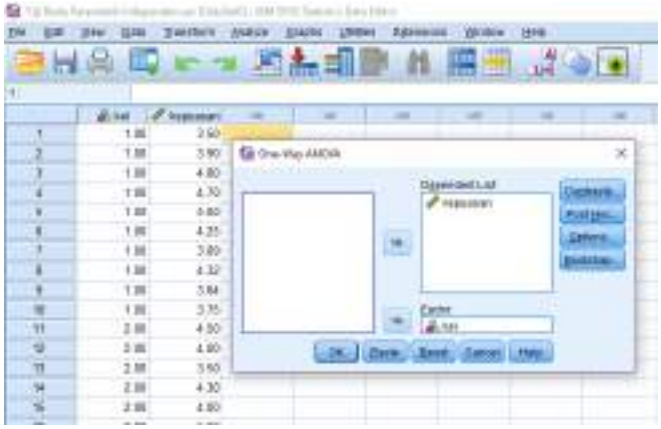
a. Test distribution is Normal.

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai dari Asymp Sig. bernilai lebih besar dari 0,05 (0,200 > 0,05), maka diindikasi bahwa data rata-rata kepuasaan 2 minimarket sudah memenuhi asumsi distribusi normal, sehingga dapat dilanjutkan dengan uji homogenitas**.** Uji homogenitas dalam SPSS dilakukan dengan beberapa tahapan sebagai berikut: *Analyze* > *Compare Means* > *One-Way ANOVA.*



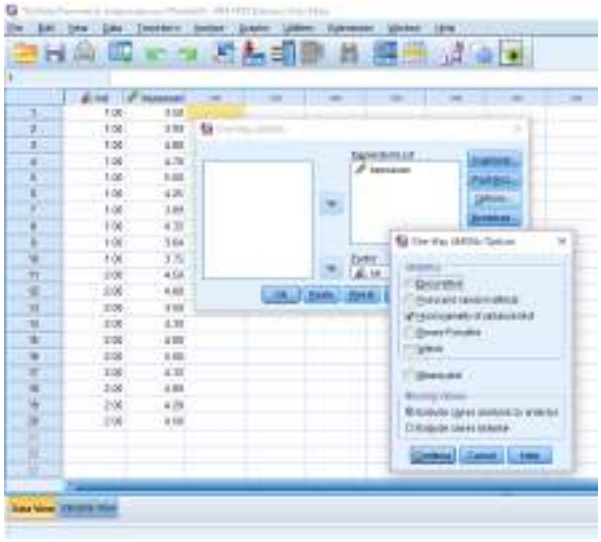
Gambar 5.2 Tampilan Awal Pengujian Kesamaan Varians

Selanjutnya akan terbuka tampilan seperti di bawah ini :



Gambar 5.3 Kotak Dialog *One Way Anova*

Lalu pindahkan variabel "kel" pada kolom factor, dan "kepuasan" pada kolom *dependent list*, > klik *options* > centang kolom *Homogenity of variance tes* > Continue > OK.



Gambar 5.4 Kotak Dialog *One Way Anova (Options)*

Sehingga muncul hasil seperti di bawah ini:

Tabel 5.3 Hasil Pengujian Kesamaan Varians SPSS

Test of Homogeneity of Variances

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
kepuasan	Based on Mean	1.009	1	18	.329
	Based on Median	.935	1	18	.346
	Based on Median and with adjusted df	.935	1	17.921	.346
	Based on trimmed mean	.989	1	18	.333

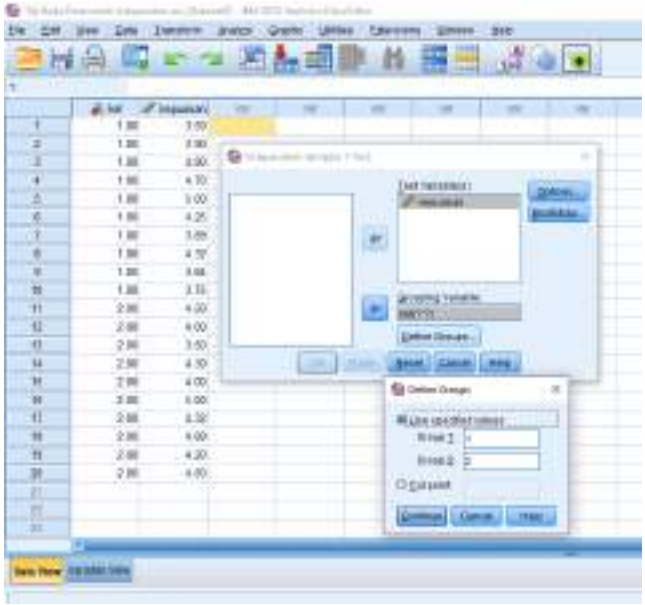
Untuk mengetahui apakah varians kedua sampel berbeda atau tidak, dapat diindikasi melalui tabel pertama (*Test of Homogenity of Variance*). Jika ditinjau berdasarkan nilai Sig. pada semua ROE bernilai lebih dari 0,05, maka dapat diindikasi bahwa varians untuk kedua sampel sama, tahapan berikutnya adalah melakukan uji *Independent Samples T Test*, dengan beberapa langkah seperti di bawah ini: *Analyze > Compare Means > Independent Samples T-Test.*

Gambar 5.5 Tampilan Awal *Independent Samples T Test*

Selanjutnya muncul tampilan seperti di bawah ini:

Gambar 5.6 Kotak Dialog *Independent Samples T Test*

Pindahkan variabel “kepuasan” pada kolom *Test Variable*, dan “Kel” pada kolom *grouping varieable,* > klik define group > ketik angka “1” pada kolom *Group 1*, dan “2” pada kolom *Group 2* > Continue > OK.



Gambar 5.7 Kotak Dialog Define Group *Independent Samples T-Test*

Selanjutnya muncul hasil SPSS seperti di bawah ini:

Tabel 5.4 Hasil Pengujian *Independent Samples T Test*

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
									95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
kepuasan	Equal variances assumed	1.009	.329	-.678	19	.509	-.14833	.21595	-.59969	.30769
	Equal variances not assumed			-.678	17.501	.508	-.14833	.21595	-.60361	.30861

Berdasarkan Tabel 5.4 nilai statistik uji t yang dihasilkan sebesar 1,009 untuk asumsi varians sama (karena pada sebelumnya hasilnya menunjukkan bahwa varians dari kedua sampel sama), nilai *sig (2-tailed)* sebesar 0,329 (0,329 > 0,05), maka keputusannya yaitu gagal tolak H_0, artinya tidak terdapat perbedaan rata-rata kepuasaan pelanggan dari kedua minimarket

5.3. LATIHAN

Berikut ini disajikan data rata-rata kinerja dosen berdasarkan 4 indikator yaitu indikator kualitas, kuantitas, ketepatan waktu, dan efektifitas. Sampel diambil dari 10 dosen pada 2 prodi yang berbeda. Lakukan pengujian apakah terdapat perbedaan rata-rata kinerja dosen dari kedua prodi!

Manajemen	**Akuntansi**
3,50	3,50
3,90	4,30
4,60	4,00
5,00	4,30
3,64	5,00
4,35	3,35
3,87	3,64
4,56	4,00
3,89	4,20
5,00	3,11

BAB 6
UJI BEDA NON PARAMETRIK DATA BERPASANGAN

6.1 PENGERTIAN UJI BEDA NON PARAMETRIK DATA BERPASANGAN

Pada bab sebelumnya telah dipelajari uji beda parametrik, dimana pada uji beda parametrik terdapat asumsi data yang harus dipenuhi. Tidak semua data penelitian memenuhi asumsi yang disyaratkan. Oleh sebab itu, diperlukan alat uji lainnya yang tidak mensyaratkan asumsi tersebut. Uji nonparametrik merupakan salah satu metode yang tidak mensyaratkan data harus memenuhi asumsi berdistribusi normal (Daniel, 1989). Keunggunalan lainnya dari uji nonparametrik yaitu dapat digunakan pada ukuran sampel yang kecil. Telah dijelaskan pada bab sebelumnya karakteristik dari data berpasangan. Data berpasangan menggunakan sampel yang sama dan dikenakan suatu *treatment* atau *event* tertentu.

6.2 UJI WILCOXON

Uji Wilcoxon digunakan untuk uji beda dua sampel berpasangan. Uji Wilcoxon dapat digunakan data yang memiliki skala pengukuran rasio maupun ordinal. Diberikan contoh aplikasi dari uji beda untuk data dua sampel berpasangan yaitu ingin diketahui apakah pembaruan part mesin yang dilakukan oleh manajemen dapat meningkatkan kinerja packing produk. Untuk melakukan uji tersebut, diuji 12 mesin yang dijadikan sampel. Diukur kecepatan mesin dalam melakukan proses packing barang sebelum mendapat pembaruan part mesin dan setelah mendapat pembaruan part mesin.

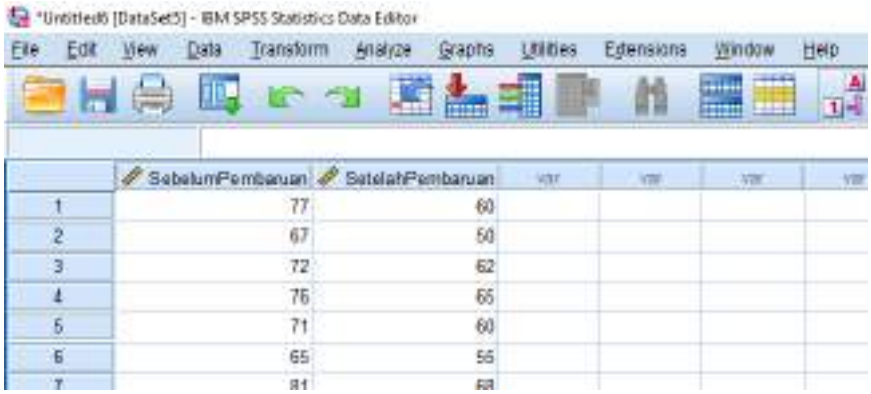
Tabel 6.1 Data 12 Sampel Mesin

Mesin	Waktu penyelesaian Packing (Detik)	
	Sebelum Pembaruan	Setelah Pembaruan
1	77	60
2	67	50
3	72	62
.	.	.
12	73	63

Adapun hipotesis pada study kasus yaitu:

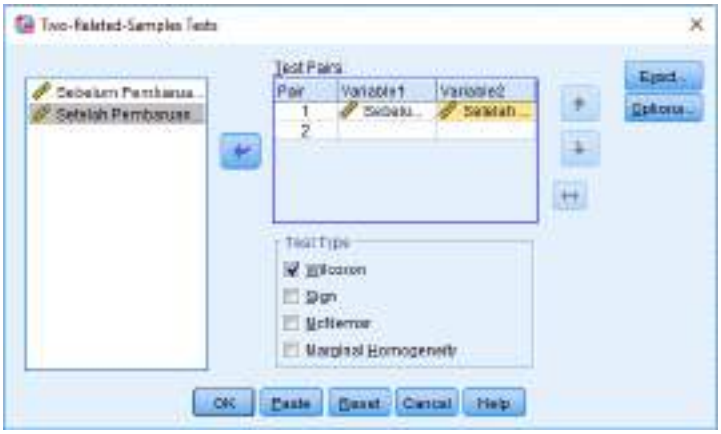
H_0: tidak terdapat perbedaan sebelum dan sesudah adanya pembaruan mesin
H_1: terdapat perbedaan sebelum dan sesudah adanya pembaruan mesin.

Input data tersebut pada SPSS, lalu beri nama variabel sesuai dengan Tabel 6.1.



Gambar 6.1 Data yang Sudah Diinput pada SPSS

Untuk menganalisa uji beda Wilcoxson data berpasangan yaitu pilih *Analyze* > *Nonparametric Test* > *Legacy Dialogs* > *2 Related samples Test*. Masukan data sebelum pembaruan ke *variables 1* dan data setelah pembaruan ke *variables 2*.



Gambar 6.2 Tahapan Uji Wilcoxon

Terdapat *test type*, untuk memilih bisa disesuaikan dengan skala pengukuran data. Dikarenakan data yang digunakan pada penelitian tersebut memiliki skala pengukuran rasio maka pilih Wilcoxon dan pilih OK.

Tabel 6.2 Perhitungan Ranks

Ranks

		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Setelah Pembaruan - Sebelum Pembaruan	Negative Ranks	12[a]	6.50	78.00
	Positive Ranks	0[b]	.00	.00
	Ties	0[c]		
	Total	12		

a. Setelah Pembaruan < Sebelum Pembaruan
b. Setelah Pembaruan > Sebelum Pembaruan
c. Setelah Pembaruan = Sebelum Pembaruan

Negative ranks atau selisih negative dari setelah pembaruan dengan sebelum pembaruan yaitu 12 dengan nilai mean rank sebesar 6,5 dan sum of ranks yaitu 78. Positive Ranks atau selisih positif dari setelah pembaruan dengan sebelum pembaruan yaitu 0 dengan nilai mean rank sebesar 0 dan sum of ranks yaitu 0. Ties menunjukan nilai yang sama antara setelah pembaruan dengan sebelum pembaruan. *Ties* menunjukan angka 0 berarti tidak ada nilai yang sama antara setelah dan sebelum pembaruan.

Tabel 6.3 Hasil Uji Wilcoxon

Test Statistics[a]

	Setelah Pembaruan - Sebelum Pembaruan
Z	-3.104[b]
Asymp. Sig. (2-tailed)	.002

a. Wilcoxon Signed Ranks Test
b. Based on positive ranks.

Berdasarkan hasil uji Wilcoxon diperoleh nilai Z score sebesar -3,104 dengan nilai sig sebesar 0,002. Nilai sig tersebut kurang dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan kinerja sebelum mendapatkan pembaruan dan setelah mendapatkan pembaruan yaitu berbeda. Pada Tabel 6.3 kinerja mesin yang

telah mendapatkan pembaruan, dapat menyelesaikan pekerjaan lebih singkat, sehingga dapat disimpulkan dengan adanya pembaruan dapat meningkatkan kinerja mesin

6.3 UJI FRIEDMAN

Uji Friedman digunakan untuk uji beda k sampel berpasangan. Uji Friedman dapat digunakan data yang memiliki skala pengukuran rasio maupun ordinal. Diberikan contoh aplikasi dari uji beda untuk data k sampel bepasangan yaitu ingin diketahui apakah pembaruan part mesin yang dilakukan oleh manajemen dapat meningkatkan kinerja packing. Pihak menejemen memberikan dua part pembaruan yaitu pembaruan part 1 yaitu pembaruan pada dinamo dan pembaruan part 2 yaitu pembaruan pada belt mesin. Pembaruan 2 diberikan oleh pihak manajemen setelah mesin mendapatkan pembaruan 1. Untuk melakukan uji tersebut, dipilih 12 mesin yang dijadikan sampel. Diukur kecepatan mesin dalam melakukan proses packing barang sebelum mendapat pembaruan dan setelah mendapat masing-masing pembaruan.

Tabel 6.4 Data 12 Sampel Mesin

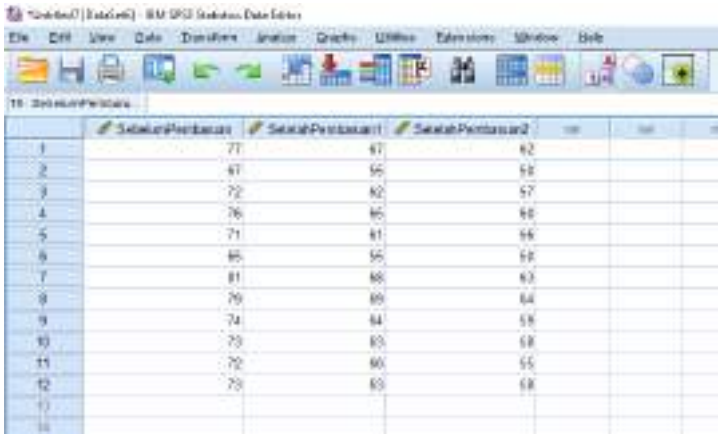
Mesin	Waktu penyelesaian Packing (Detik)		
	Sebelum Pembaruan	Setelah Pembaruan 1	Setelah Pembaruan 2
1	77	67	62
2	67	55	50
3	72	62	57
4	76	65	60
5	71	61	56
6	65	55	50
7	81	68	63
8	79	69	64
9	74	64	59
10	73	63	58
11	72	60	55
12	73	63	58

Adapun hipotesis pada study kasus yaitu:

H_0: tidak terdapat perbedaan waktu penyelesaian sebelum, setelah pembaruan 1, dan setelah pembaruan 2.

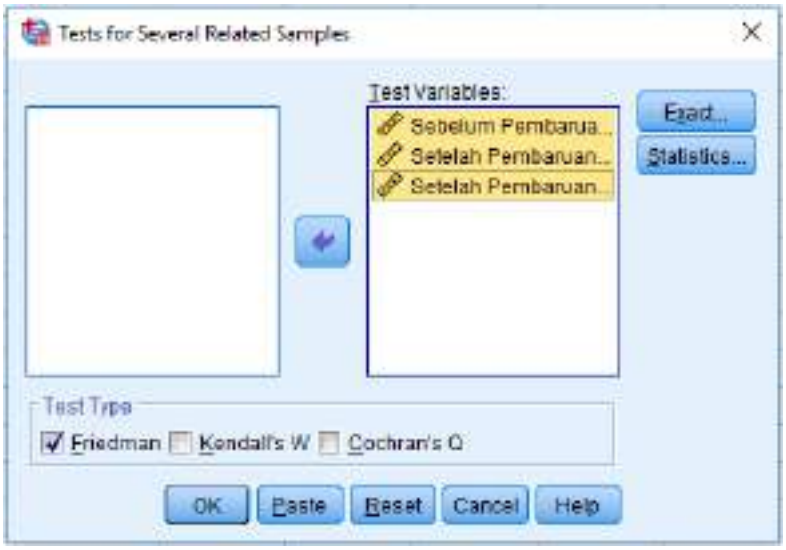
H_1: terdapat perbedaan waktu penyelesaian sebelum, setelah pembaruan 1, dan setelah pembaruan 2.

Input data tersebut pada SPSS, lalu beri nama variabel sesuai dengan Tabel 6.4.



Gambar 6.3 Data yang Sudah Diinput pada SPSS

Untuk menganalisa uji beda Friedman data berpasangan yaitu pilih *Analyze* > *Nonparametric Test* > *Legacy Dialogs* > *k Related samples Test*. Masukan data sebelum pembaruan, pembaruan 1, dan pembaruan 2 ke kolom *Test Variables* dan centang Friedman.



Gambar 6.4 Tahapan Uji Friedman

Setelah semua tahapan dilakukan seperti Gambar 6.4, pilih OK.

Tabel 6.5 Perhitungan Ranks

Ranks

	Mean Rank
Sebelum Pembaruan	3.00
Setelah Pembaruan 1	2.00
Setelah Pembaruan 2	1.00

Output ranks pada Tabel 6.5 menunjukan *mean rank* untuk masing-masing data sebelum pembaruan, pembaruan 1, dan pembaruan 2. Dapat dilihat bahwa nilai *mean rank* tertinggi yaitu pada sebelum pembaruan. Angka tersebut menunjukan bahwa waktu pengerjaan pekerjaan paling lama yaitu pada saat mesin belum medapatkan pembaruan dan yang tercepat yaitu pada saat pembaruan 2, dimana pada saat pembaruan 2 mesin sudah mendapatkan pembaruan 1.

Berdasarkan uji Friedman diperoleh nilai Chi-Square sebesar 24,000 dan nilai sig sebesar 0,000. Dapat disimpulkan bahwa dari ketiga data tersebut terdapat perbedaan yang signifikan. Sehingga dapat disimpulkan dengan adanya pembaruan part mesin dapat meningkatkan kinerja.

Tabel 6.6 Hasil Uji Friedman

Test Statistics[a]

N	12
Chi-Square	24.000
df	2
Asymp. Sig.	.000

a. Friedman Test

6.4 LATIHAN

Ujilah beda pada data berikut menggunakan metode non parametrik:

1. Diberikan data kinerja dari 15 karyawan sebelum mendapatkan pelatihan dan setelah mendapat pelatihan sebagai berikut:

Karyawan	Produk yang diselesaikan	
	Sebelum mendapat pelatihan	Setelah mendapat pelatihan
1	82	87
2	63	67
3	76	77
4	70	76
5	70	71
6	64	65
7	82	81
8	68	79
9	73	74
10	77	73
11	68	72
12	67	73
13	63	70
14	79	83
15	78	81

   Ujilah apakah ada perbedaan kinerja dari 15 karyawan tersebut sebelum dan setelah mendapatkan pelatihan.

2. Diberikan data kinerja dari 15 karyawan sebelum mendapatkan pelatihan, mendapatkan 1 kali pelatihan, dan mendapatkan 2 kali pelatihan sebagai berikut:

Karyawan	Produk yang diselesaikan		
	Sebelum mendapat pelatihan	Setelah mendapat pelatihan 1 kali pelatihan	Setelah mendapat pelatihan 2 kali pelatihan
1	67	85	87
2	55	64	67
3	62	76	77
.	.	.	.
15	69	78	81

   Ujilah apakah ada perbedaan kinerja dari 15 karyawan tersebut sebelum, setelah mendapat pelatihan 1 kali pelatihan, dan setelah mendapat pelatihan 2 kali pelatihan.

BAB 7
UJI BEDA NON PARAMETRIK DATA TIDAK BERPASANGAN

7.1. PENGERTIAN UJI BEDA NON PARAMETRIK DATA TIDAK BERPASANGAN

Pada bab sebelumnya telah dipelajari uji beda parametrik untuk data berpasangan. Pada uji tersebut tidak perlu dilakukan pengujian data harus berdistribusi normal. Demikian juga untuk uji beda non parametrik data tidak berpasangan, tidak perlu dilakukan pengujian normalitas data, akan tetapi data harus memenuhi kondisi homogen (Daniel, 1989). Perbedaan dari uji beda non parametrik data berpasangan dan tidak berpasangan terletak pada datanya. Seperti yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya, contoh data berpasangan yaitu sampel yang sama dan dikenakan suatu *treatment* atau *event* tertentu. Untuk data tidak berpasangan yaitu tidak menggunakan sampel yang sama.

7.2. UJI MANN WHITNEY

Uji Mann Whitney digunakan untuk uji beda dua sampel tidak berpasangan. Uji Mann Whitney dapat digunakan data yang memiliki skala pengukuran rasio maupun ordinal. Diberikan contoh aplikasi dari uji beda untuk data dua sampel tidak bepasangan yaitu ingin diketahui apakah ada perbedaan jumlah jam kerja selama satu minggu dari karyawan perusahaan tekstil berdasarkan jenis kelaminnya.

Tabel 7.1 Data Jam Kerja Karyawan

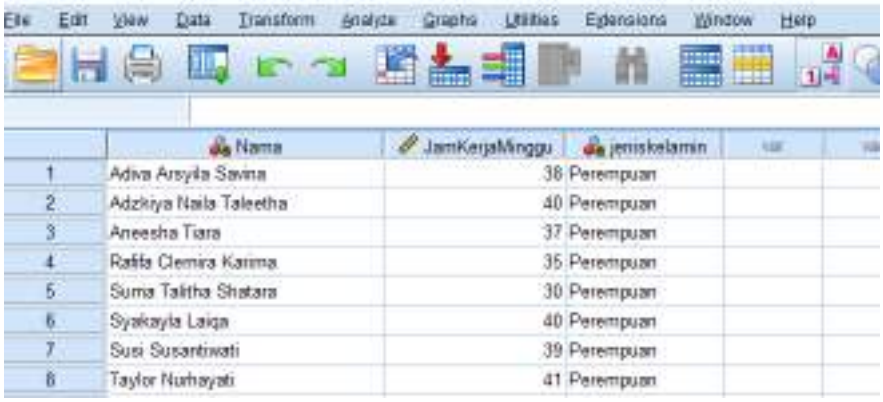
Nama	Jam Kerja (Minggu)	jenis kelamin
Adiva Arsyila Savina	38	Perempuan
Adzkiya Naila Taleetha	40	Perempuan
Aneesha Tiara	37	Perempuan
.	.	.
Kadek Agung	42	Laki-laki

Adapun hipotesis pada study kasus yaitu:

H_0: tidak terdapat perbedaan jam kerja perempuan dan laki-laki.

H_1: terdapat perbedaan jam kerja perempuan dan laki-laki.

Input data tersebut pada SPSS, lalu beri nama variabel sesuai dengan Tabel 7.1.



Gambar 7.1 Data yang Sudah Diinput pada SPSS

Apabila data sudah diiput pada SPSS, langkah selanjutnya yaitu memberikan kode jenis kelamin. Kode "0" merupakan kode perempuan dan kode "1" merupakan kode laki-laki. Untuk proses pemberian kode bisa dilakukan sacara manual atau pakai excel atau bisa menggunakan menu yang

ada pada SPSS. Pada menu SPSS terdapat menu untuk pemberian kode tersebut dengan langkah-langkah sebagai beikut:

1. Pilih menu *Transform*
2. Pilih *Recode into Different Variables*
3. Masukan "jenis kelamin" ke dalam kolom *String Variable -> Output Variable*
4. Isi *name* dan label pada Ouput Variabel "Jenis_Kelamin" dan klik *Change*
5. Pada menu *Old* and *New Values*, isi *old value* "Perempuan" dan *new value* "0" dan pilih add. Isi *old value* "Laki-laki" dan *new value* "1" dan pilih add
6. Pilih *Continue*

Gambar 7.2 Proses Pemberian Kode Menggunakan Menu SPSS

7. Pilih "OK".

Secara automatis jenis bank yang sebelumnya Perempuan menjadi "0" dan sebelumnya Laki-laki menjadi "1", data tersebut tersaji pada variabel baru dengan nama "Jenis_Kelamin". Untuk tahapan uji varians harus memenuhi kondisi homogen dapat dilihat pada sub bab sebelumnya. Adapun hasil uji homogenitasnya yaitu sebagai berikut:

Tabel 7.2 Hasil Uji Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances

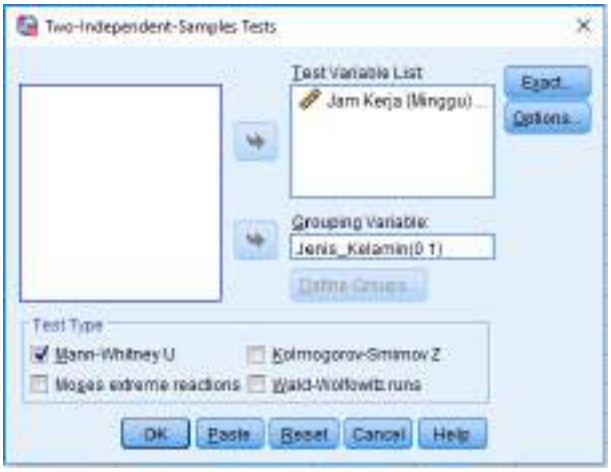
		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Jam Kerja (Minggu)	Based on Mean	.186	1	16	.672
	Based on Median	.064	1	16	.804
	Based on Median and with adjusted df	.064	1	10.618	.805
	Based on trimmed mean	.103	1	16	.753

Pada Tabel 7.2 ditunjukan bahwa data sudah homogen. Tahapan untuk uji Mann Whitney yaitu sebagai berikut:

1. Pilih *Analyze*
2. Pilih *non parametric test*
3. Pilih *legacy Dialogs*
4. Pilih *2 Independent Samples*
5. Masukan Jam Kerja (Minggu) ke kolom Test Variabel List dan Jenis_Kelamin ke *Grouping Variable*.
6. Pilih *Define Groups*, isi Group 1 "0" dan isi Group 2 "1"
7. Pilih *Continue*

8. Pilih Mann-Whitney U
9. Langkah terakhir yaitu pilih OK.

Tampilan langkah olah data pada SPSS untuk uji Mann Whitney disajikan pada Gambar 7.3. Kita harus memastikan untuk variabel kode jenis kelamin yang dibuat harus muncul pada menu pilihan. Apabila variabel kode jenis kelamin tidak muncul pada menu, maka terjadi kesalahan saat proses pemberian kode menggunakan menu SPSS.



Gambar 7.3 Langkah Olah Data Uji Beda Mann Whitney

Adapun hasil olah data pada kasus ini disajikan pada Tabel 7.3 dan 7.4 sebagai berikut ini:

Tabel 7.3 Hasil Perhitungan Rank Uji Mann Whitney

Ranks

	Jenis_Kelamin	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Jam Kerja (Minggu)	.00	9	5.89	53.00
	1.00	9	13.11	118.00
	Total	18		

Untuk masing-masing jenis kelamin terdapat 9 sampel. Nilai mean rank dari perempuan yaitu sebesar 5,89 dan untuk bank syariah yaitu sebesar 13,11. Untuk penjumlahan rank diperoleh perempuan sebesar 53 dan laki-laki sebesar 118. Angka-angka tersebut menunjukan bahwa jam kerja dalam seminggu laki-laki lebih tinggi dari pada perempuan. Untuk mengetahui apakah ada perbedaan yang signifikan jam kerja dari kedua jenis kelamin bisa dilihat pada *Output* berikut:

Tabel 7.4 Hasil Perhitungan Rank Uji Mann Whitney

Test Statistics[a]

	Jam Kerja (Minggu)
Mann-Whitney U	8.000
Wilcoxon W	53.000
Z	-2.892
Asymp. Sig. (2-tailed)	.004
Exact Sig. [2*(1-tailed Sig.)]	.003[b]

a. Grouping Variable: Jenis_Kelamin

b. Not corrected for ties.

Diperoleh statistik uji Mann-Whitney U sebesar 8 dan nilai sig sebesar 0,003. Angka tersebut menunjukan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan jam kerja dalam seminggu antara laki-laki dan perempuan dengan taraf signifiknasi 5%.

7.3. UJI KRUSKAL WALLIS

Uji Kruskal Wallis digunakan untuk uji beda k sampel tidak berpasangan. Uji Kruskal Wallis dapat digunakan data yang memiliki skala pengukuran rasio maupun ordinal. Diberikan contoh aplikasi dari uji beda untuk data k sampel tidak bepasangan yaitu ingin diketahui apakah jam kerja dalam satu minggu dari staff, supervisor, dan manager apakah ada perbedaan atau tidak. Berikut adalah data jam kerja dalam satu minggu untuk masing-masing jabatan:

Tabel 7.5 Data Lama Kerja dalam Seminggu

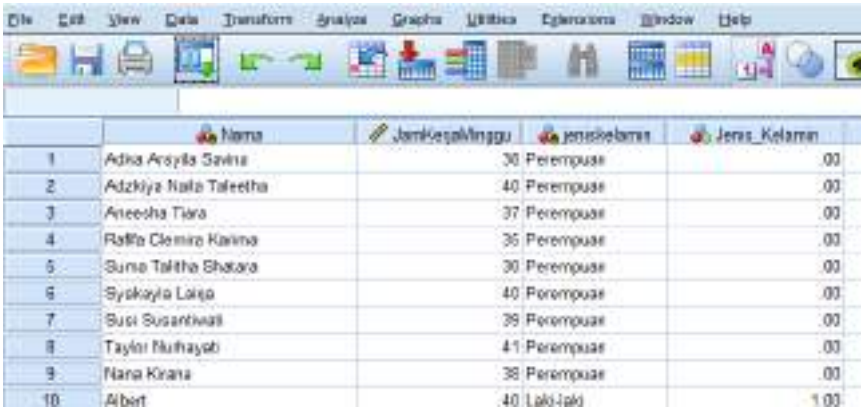
Nama	Jam Kerja (Minggu)	Jabatan
Adiva Arsyila Savina	38	Staff
Adzkiya Naila Taleetha	40	Supervisor
Aneesha Tiara	37	Staff
.	.	.
Son Lee	49	Manager

Adapun hipotesis pada study kasus yaitu:

H_0: tidak terdapat perbedaan jam kerja dari jabatan kerja

H_1: terdapat perbedaan jam kerja dari jabatan kerja.

Input data tersebut pada SPSS, untuk struktur data sama seperti pada uji Mann Whitney. Diperlukan pemberian kode untuk mewakili ketiga jabatan. Untuk staff diberi kode “0”, supervisor diberi kode “1”, dan manager diberi kode “2”. Untuk pemberian kode bisa manual atau menggunakan excel atau menggunakan menu pada SPSS seperti sub bab sebelumnya. Adapun data yang siap diinput dan siap diolah ditampilkan pada Gambar 7.4.



	Nama	JamKerjaMinggu	jeniskelamin	Jenis_Kelamin
1	Adiva Arsyila Savina	38	Perempuan	.00
2	Adzkiya Naila Taleetha	40	Perempuan	.00
3	Aneesha Tiara	37	Perempuan	.00
4	Rafifa Clemira Karina	36	Perempuan	.00
5	Sunia Talitha Shakira	30	Perempuan	.00
6	Syakayla Laiqa	40	Perempuan	.00
7	Susi Susantiwati	39	Perempuan	.00
8	Taylor Nurhayati	41	Perempuan	.00
9	Nana Kirana	38	Perempuan	.00
10	Albert	40	Laki-laki	1.00

Gambar 7.4 Data yang Sudah Diinput pada SPSS

Apabila data sudah dikode seperti Gambar 7.4 maka lakukan uji homogenitas dari data tersebut. Maka akan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 7.6 Hasil Uji Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Jam Kerja (Minggu)	Based on Mean	.822	2	18	.455
	Based on Median	.621	2	18	.549
	Based on Median and with adjusted df	.621	2	11.940	.554
	Based on trimmed mean	.653	2	18	.533

Pada Tabel 7.6 ditunjukan bahwa data sudah homogen, sehingga data sudah siap diolah untuk uji beda menggunakan metode Kruskal Wallis. Tahapan untuk uji Kruskal Wallis yaitu sebagai berikut:

1. Pilih *Analyze*
2. Pilih *non parametric test*
3. Pilih *legacy Dialogs*
4. Pilih k *Independent Samples*
5. Masukan Jam Kerja (Minggu) ke kolom *Test Variabel List* dan Kode jabatan ke *Grouping Variable*.
6. Pilih *Define Range*, isi minimum "0" dan isi *maximum* "2"
7. Pilih Kruskal Wallis H
8. Ok.

Tabel 7.7 Hasil Perhitungan Rank Uji Kruskal Wallis

Ranks

	Kode jabatan	N	Mean Rank
Jam Kerja (Minggu)	0	10	5.65
	1	5	12.80
	2	6	18.42
	Total	21	

Untuk jabatan staff terdapat 10 observasi pengamatan, supervisor terdapat 5 observasi pengamatan, dan manager terdapat 6 observasi pengamatan. Nilai *mean rank* dari jam kerja staff yaitu sebesar 5,65, untuk supervisor yaitu sebesar 12,80, dan untuk manager yaitu sebesar 18,42. Angka-angka tersebut menunjukan bahwa jam kerja manager dalam seminggu lebih tinggi dari pada jabatan lainnya lainnya. Untuk mengetahui apakah ada perbedaan yang signifikan jam kerja dalam seminggu dari ketiga jabatan bisa dilihat pada *Output* berikut:

Tabel 7.8 *Output* Uji Kruskal Wallis

Test Statistics[a,b]

	Jam Kerja (Minggu)
Kruskal-Wallis H	16.589
df	2
Asymp. Sig.	.000

a. Kruskal Wallis Test
b. Grouping Variable: Kode jabatan

Diperoleh statistik uji Kruskal Wallis H sebesar 16,589 dan nilai sig sebesar 0,000. Angka tersebut menunjukan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan jam kerja antara ketiga jabatan tersebut. Untuk uji Kruskal Wallis hanya diperoleh kesimpulan secara serentak. Untuk mendapatkan kesimpulan uji beda antara sampel satu dengan lainnya bisa dilanjutkan menggunakan uji Mann Whitney.

7.4. LATIHAN

Ujilah beda pada data berikut menggunakan metode non parametrik:

1. Diberikan jam kerja dalam satu minggu dari staff dan supervisor dari perusahaan X sebagai berikut:

Nama	Jam Kerja (Minggu)	Jabatan
Adiva Arsyila Savina	38	Staff
Adzkiya Naila Taleetha	40	Supervisor
.	.	.
Susanto	39	Staff
Kadek Agung	42	Supervisor

   Ujilah apakah ada perbedaan jam kerja dari kedua jabatan tersebut!

2. Diberikan data gaji karyawan sebagai berikut:

Nama	Gaji (Juta)	Jabatan
Adiva Arsyila Savina	4	Staff
Adzkiya Naila Taleetha	5	Supervisor
Aneesha Tiara	3,8	Staff
Rafifa Clemira Karima	4	Staff
Suma Talitha Shatara	5	Staff
Syakayla Laiqa	4,5	Staff
Susi Susantiwati	6	Staff
Taylor Nurhayati	4,5	Supervisor
Nana Kirana	5	Staff
Albert	3,9	Staff
Bimo	5	Manager
Juwono	6	Supervisor
Kelvin	4	Staff
Mahfud Hamdi	6	Supervisor
Susanto	5	Staff
Andika Ginting	7	Manager
Kadek Agung	5	Supervisor
Nur Arifin	6,5	Manager
Kristin	5,5	Manager
Lala	6	Manager
Son Lee	6	Manager

   Ujilah apakah ada perbedaan gaji dari ketiga jabatan tersebut!

BAB 8
ONE WAY ANOVA DAN *TWO WAY ANOVA*

8.1 PENGERTIAN *ONE WAY ANOVA*

Pada pembahasan di bab sebelumnya, pengujian beda rata-rata juga dapat dilakukan untuk *k* populasi (lebih dari 2 populasi). Pengujian tersebut yang akan dilakukan pembahasan secara mendetail pada bab ini. *One Way ANOVA* (ANOVA Satu Arah) adalah metode yang dipakai untuk menerangkan variansi total dari data menjadi beberapa komponen untuk mengukur suatu sumber keragaman (Montgomery, 1992). Metode ini dipakai untuk membandingkan ada atau tidaknya kesamaan rata-rata dari *k* populasi. Pada *One Way ANOVA*, pengujian hanya dilakuan secara simultan artinya hasil yang diperoleh hanya dapat memberikan informasi mengenai ada atau tidaknya kesamaan antar populasi, sehingga informasi mengenai populasi mana yang memberikan perbedaan secara signifikan tidak dapat diketahui. Misalkan untuk mengetahui apakah terdapat kesamaan rata-rata nilai ujian statistika untuk kelas A, B, C, dan D. Pengujian menggunakan *One Way ANOVA* hanya dapat memberikan informasi bahwa terdapat atau tidaknya perbedaan nilai rata-rata, namun informasi mengenai kelas mana yang memiliki perbedaan nilai rata-rata belum dapat diketahui. Untuk mengetahui hal tersebut, harus dilakukan pengujian lanjutan seperti *post-hoc test*. Terdapat beberapa asumsi yang harus dipenuhi sebelum melakukan pengujian *One Way ANOVA*, yaitu sebagai berikut.

a. Data yang akan diuji memiliki skala minimum interval
b. Data mengikuti pola distribusi normal
c. Hubungan antar setiap data bersifat homogen.

Di dalam SPSS, uji beda untuk *k* populasi terdapat di dalam sub-menu *One Way ANOVA.*

8.2. ANALISA UJI *ONE WAY ANOVA*

Tabel di bawah ini adalah data rata-rata keputusan pembelian dari ketiga toko yang berbeda yaitu toko AB, BC, dan CD. Penilaian keputusan pembelian diukur menggunakan 3 indikator yaitu kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk, memutuskan membeli karena merek yang paling disukai, serta membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Lakukan pengujian untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan rata-rata keputusan pembelian dari ketiga toko tersebut.

Tabel 8.1 Data Rata-Rata Keputusan Pembelian

Toko	Keputusan Pembelian	Toko	Keputusan Pembelian	Toko	Keputusan Pembelian
AB	3,5	BC	3,25	CD	3
	4,5		3,5		4
	3,85		3,85		3,45
	5		4,5		3,3
	4		4,25		3,4

Adapun hipotesis pada studi kasus yaitu:

H_0 :Rata -rata kep.pembelian $_{AB}$ = kep.pembelian $_{BC}$ = kep.pembelian $_{CD}$

H_1: min.terdapat satu rata-rata kep.pembelian $_{AB}$ = kep.pembelian $_{BC}$ = kep.pembelian $_{CD}$

Langkah awal untuk melakukan uji *One Way ANOVA* adalah melakukan pengujian kenormalan data. Sebelum melakukan pengujian kenormalan data, input data pada SPSS harus dilakukan koding untuk setiap provinsi.Pengisian dilakukan dengan melakukan editing di bagian *Variable View* (tombol yang

berada paling bawah), lalu ubah *Measure* untuk toko adalah "nominal", sedangkan untuk keputusan pembelian adalah "scale". Sehingga tampilannya berubah menjadi seperti Gambar di bawah ini.

Gambar 8.1 Tampilan *Variable View*

Selanjutnya klik tombol yang ada pada bagian *values* untuk variabel "Toko"

Gambar 8.2 Langkah Editing Koding Angka

Sehingga muncul tampilan di bawah ini:

Gambar 8.3 Kotak *Dialog Value Labels*

Selanjutnya isi koding toko sesuai dengan struktur data yang telah di input sebelumnya, misal: koding 1 untuk toko AB dilakukan input dengan cara isi "1" pada *value* dan tulis "AB" pada Label, setelah itu klik *Add.*

Gambar 8.4 Proses Input Koding pada *Value Labels*

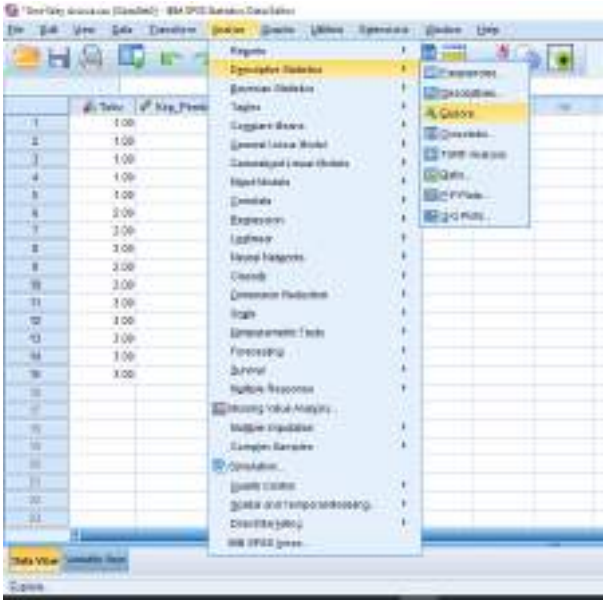
Lalu lakukan pengisian untuk seluruh toko, dengan tahapan yang sama, sehingga tampilan akan berubah seperti di bawah ini.

Gambar 8.5 Tahapan Akhir Proses Input Koding pada *Value Labels*

Klik Ok, sehingga tampilan untuk values yang telah diisi akan berubah sebagai berikut.

Gambar 8.6 Perubahan Tampilan *Value Labels* Setelah Dilakukan *Input* Koding

Berikutnya dilanjutkan dengan uji normalitas data, dengan tahapan sebagai berikut: *Analyze* > *Descriptive Statistics* > *Explore.*



Gambar 8.7 Tampilan Awal Pengujian Kenormalan Data

Klik "Keputusan Pembelian" > pindahkan pada kolom *Dependent list* > pindahkan "Toko" pada kolom *Factor List* > klik *Plots* > Centang *Normality Plots with Test* > *Continue* > OK. Selanjutnya diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 8.2 Hasil Pengujian Kenormalan Data SPSS

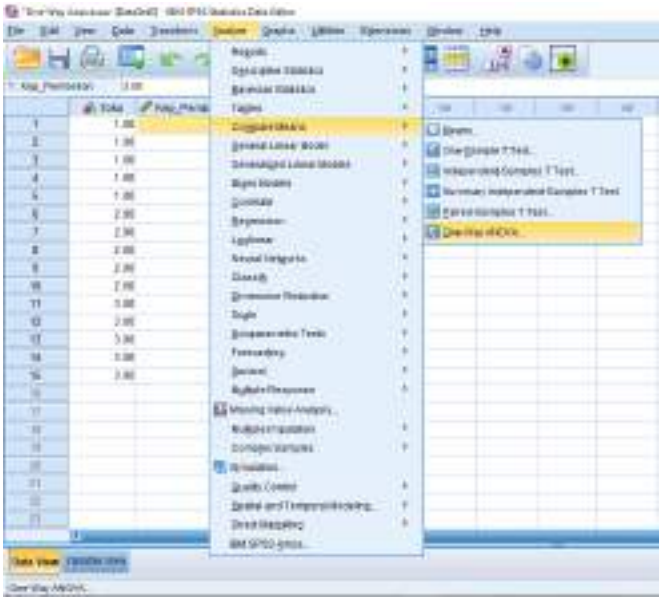
Tests of Normality

		Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Kel	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Kep_Pembelian	1.00	.214	5	.200*	.966	5	.850
	2.00	.169	5	.200*	.963	5	.829
	3.00	.278	5	.200*	.930	5	.598

*. This is a lower bound of the true significance.

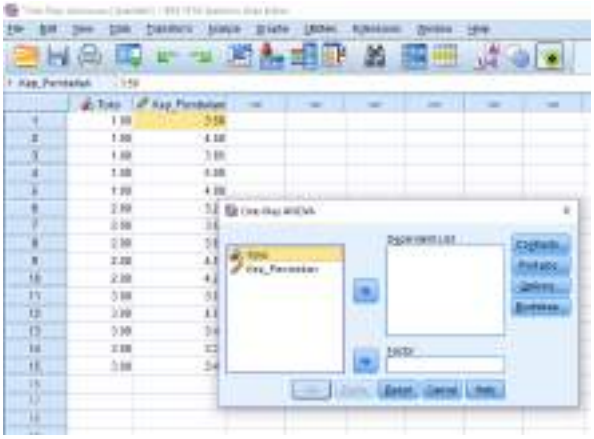
a. Lilliefors Significance Correction

Tabel 8.2 menunjukkan bahwa nilai dari Asymp Sig. bernilai lebih besar dari 0,05 (0,200 > 0,05) untuk ketiga toko, maka diindikasi bahwa data keputusan pembelian sudah memenuhi asumsi distribusi normal, sehingga dapat dilanjutkan dengan pengujian kesamaan varians/ homogenitas data. Pengujian kesamaan varians dalam SPSS terdapat pada fitur menu yang sama dengan pengujian *One-Way ANOVA*. Tahapannya adalah sebagai berikut: *Analyze* > *Compare Means* > *One-Way ANOVA.*



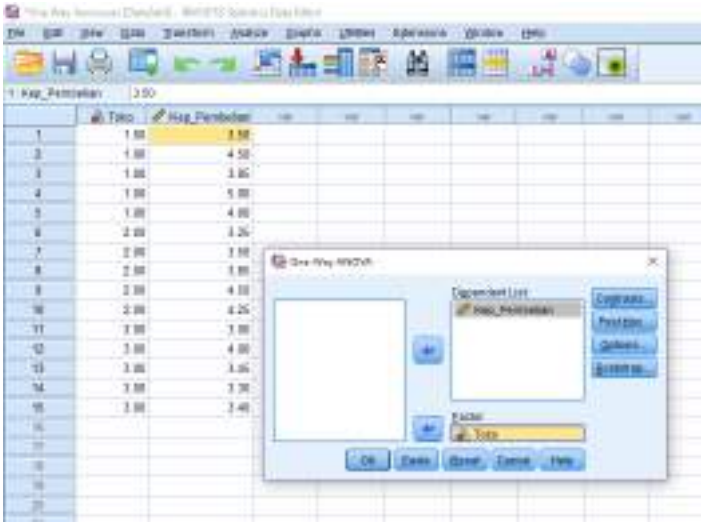
Gambar 8.8 Tampilan Awal Menu *One Way Anova*

Selanjutnya akan terbuka tampilan seperti di bawah ini:



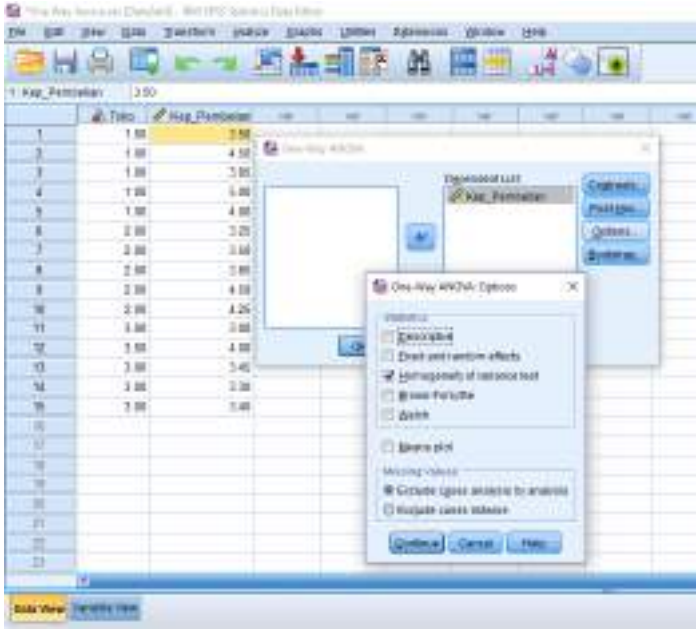
Gambar 8.9 Kotak Dialog *One Way Anova*

Lalu pindahkan variabel "toko" pada kolom *factor*, dan "keputusan pembelian" pada kolom *dependent list*



Gambar 8.10 Tampilan Setelah Dilakukan Input Variabel

klik *options* > centang kolom *Homogenity of variance tes* > *Continue* > *OK.*



Gambar 8.11 Kotak Dialog *One Way Anova* (Options)

Sehingga muncul *Output* seperti di bawah ini:

Tabel 8.3 Hasil Pengujian Kesamaan Varians SPSS

Test of Homogeneity of Variances

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Kep_Pembelian	Based on Mean	1.050	2	12	.380
	Based on Median	.617	2	12	.556
	Based on Median and with adjusted df	.617	2	10.240	.558
	Based on trimmed mean	1.036	2	12	.385

Berdasarkan Tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai *Sig.* pada semua metode bernilai lebih dari 0,05, maka dapat diindikasi bahwa varians untuk ketiga populasi sama atau ketiga populasi bersifat homogen.

Tabel 8.4 Hasil Pengujian *One Way Anova* SPSS

ANOVA

Kep_Pembelian

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1.385	2	.693	2.800	.100
Within Groups	2.969	12	.247		
Total	4.354	14			

Pada Tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai statistik uji F yang dihasilkan sebesar 2.800 dan *sig (2 tailed)* sebesar 0,1 (0,1 > 0,05), maka dengan taraf signifikansi 5% menghasilkan keputusan gagal tolak H_0, artinya tidak terdapat perbedaan keputusan pembelian dari ketiga toko tersebut.

8.3. PENGERTIAN *TWO WAY ANOVA*

Two Way ANOVA (ANOVA Dua Arah) ialah suatu metode statistik yang dipakai untuk membandingkan perbedaan rata-rata dari 2 sumber keragaman berbeda yang disebut dengan faktor. Jika pada *One Way ANOVA*, sumber keragaman hanya berdasarkan pada satu faktor, maka pada *Two Way ANOVA* sumber keragaman berasal dari 2 faktor (Montgomery, 1992). Setiap faktor tersebut merupakan variabel independen yang memiliki jenis data kategorik (skala nominal atau ordinal). Pada *Two Way ANOVA*, hasil pengamatan dari kedua sumber variasi tersebut merupakan sebuah variabel dependen dengan skala data interval /rasio. Tujuan dari pengujian *Two Way ANOVA* yaitu untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dari kedua faktor yang diuji. Jika pada contoh *One Way ANOVA* sebelumnya, pengujian hanya untuk mengetahui perbedaan nilai rata-rata ujian statistika pada ke-4 kelas yang berbeda (kelas sebagai faktor 1), maka pada *Two Way ANOVA* akan ditambah satu faktor, misalnya adalah metode pengajaran dengan kategori luring dan daring (metode pengajaran sebagai faktor ke-2). Sehingga pada pengujian ini dapat diketahui faktor mana yang menyebabkan perbedaan nilai rata-rata ujian statistika (kelas atau metode pengajararan atau keduanya). Struktur data pada contoh kasus di atas disajikan sebagai berikut.

Tabel 8.5 *Contoh* Struktur Data *Two Way ANOVA*

Faktor 1	Faktor 2	
	Luring	Daring
A	nilai 1	nilai2
B	nilai 3	nilai 4
C	nilai 5	nilai 6
D	nilai 7	nilai 8

Terdapat beberapa asumsi yang harus dipenuhi sebelum melakukan pengujian *Two Way ANOVA*, yaitu sebagai berikut.

a. Populasi berasal dari kelompok yang independen
b. Residul Data mengikuti pola distribusi normal
c. Hubungan antar setiap data bersifat homogen artinya tidak ada hubungan antar observasi di setiap kelompok maupun antar kelompok itu sendiri

Di dalam SPSS pengujian ini terdapat di dalam sub-menu *General Linear Model*

8.4. ANALISA UJI *TWO WAY ANOVA*

Tabel di bawah ini adalah data rata-rata keputusan pembelian berdasarkan setiap *gender* dari ketiga toko yang berbeda yaitu toko AB, BC, dan CD. Penilaian keputusan pembelian diukur menggunakan 3 indikator yaitu kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk, memutuskan membeli karena merek yang paling disukai, serta membeli karena sesuai dengan

keinginan dan kebutuhan. Lakukan pengujian untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan Angka Harapan Hidup jika ditinjau dari kedua faktor yaitu provinsi serta *gender*, serta faktor manakah yang memberikan perbedaan!

Tabel 8.6 Data Keputusan Pembelian beserta 2 Sumber Variasi

Toko	**Keputusan Pembelian**		**Toko**	**Keputusan Pembelian**		**Toko**	**Keputusan Pembelian**	
	L	**P**		**L**	**P**		**L**	**P**
AB	3,50	3,60	BC	2,25	2,25	CD	4,50	2,75
	4,50	3,75		4,25	3,75		5,00	3,50
	3,85	3,80		3,00	3,00		3,00	4,75
	4,50	4,85		4,00	2,00		3,75	4,50
	3,00	2.50		2,00	3,50		3,40	4,00

Adapun hipotesis pada study kasus yaitu:

Hipotesis untuk Faktor 1:

H_0 :Rata -rata kep.pembelian $_{AB}$ = kep.pembelian $_{BC}$ = kep.pembelian $_{CD}$

H_1: min.terdapat satu rata-rata kep.pembelian $_{AB}$ = kep.pembelian $_{BC}$ = kep.pembelian $_{CD}$

Hipotesis untuk Faktor 2:

H_0: Rata -rata kep.pembelian $_{laki\text{-}laki}$ = kep.pembelian $_{perempuan}$

H_1: Rata -rata kep.pembelian $_{laki\text{-}laki} \neq$ kep.pembelian $_{perempuan}$

Hipotesis untuk Faktor Interaksi:

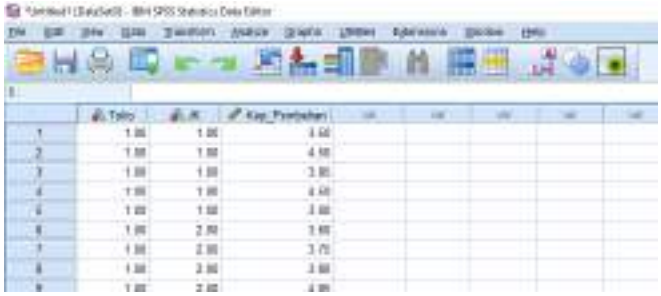
H_0: Rata -rata interaksi antara toko dan jenis kelamin sama

H_1: Minimal terdapat satu rata-rata interaksi antara toko dan jenis kelamin yang tidak sama

Untuk melakukan analsisis *Two Way Anova* pada SPSS maka kedua faktor tersebut harus dilakukan koding, seperti di bawah ini.

Contoh koding:

- Toko AB (koding 1) dengan jenis kelamin laki-laki (koding 1) maka data keputusan pembelian sebesar 3,5
- Toko AB (koding 1) dengan jenis kelamin perempuan (koding 2) maka data keputusan pembelian sebesar 3,6
- Toko CD (koding 3) dengan jenis kelamin laki-laki (koding 1) maka data keputusan pembelian sebesar 4,5
- Dst…,

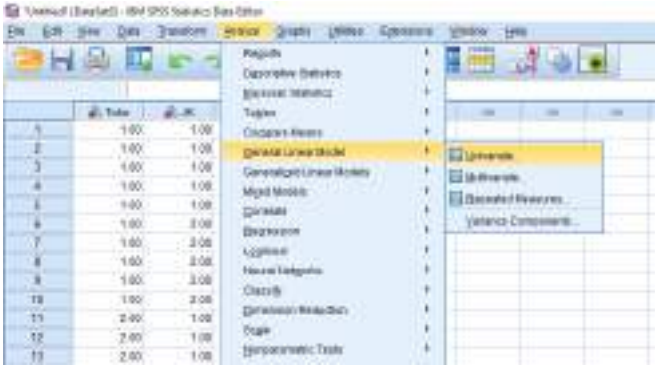


Gambar 8.12 Input Data *Two Way Anova* pada SPSS

Berikutnya untuk melakukan pengaturan skala data serta editing koding memiliki tahapan yang sama pada proses *One Way ANOVA* yang terdapat pada bagian *Variable View*. Berikut tampilannya setelah dilakukan pengaturan serta editing.

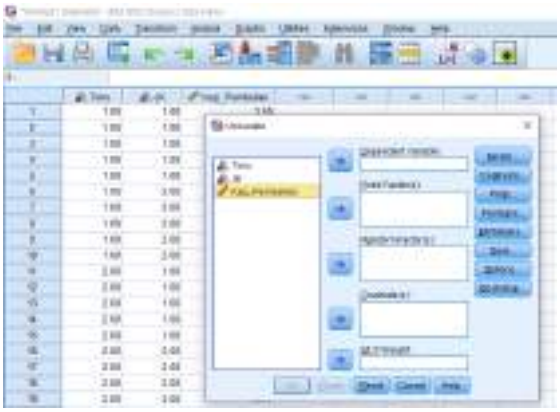
Gambar 8.13 Tampilan pada Variable View Setelah Proses Pengaturan

Tahapan berikutnya adalah proses *Two Way ANOVA* dengan langkah sebagai berikut: *Analyze* > *General Linear Model* > *Univariate.*



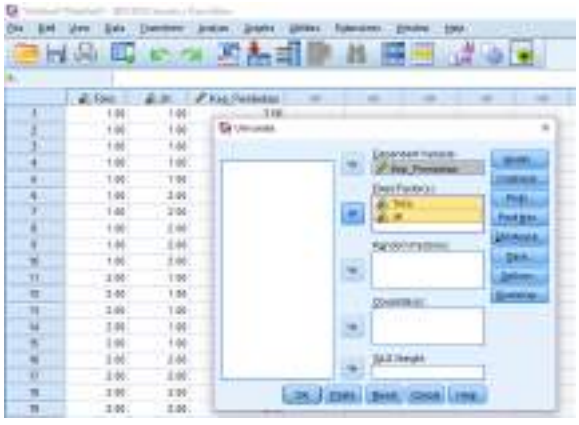
Gambar 8.14 Tampilan Awal *General Linear Model (Univariate)*

Sehingga muncul tampilan sebagai berikut:



Gambar 8.15 Kotak Dialog *General Linear Model (Univariate)*

Berikutnya masukkan variabel "Keputusan Pembelian" pada kolom *Dependent Variable* sedangkan "Toko" dan "JK" pada kolom *Fixed Factor(s)*, seperti yang tersaji pada Gambar di bawah ini.

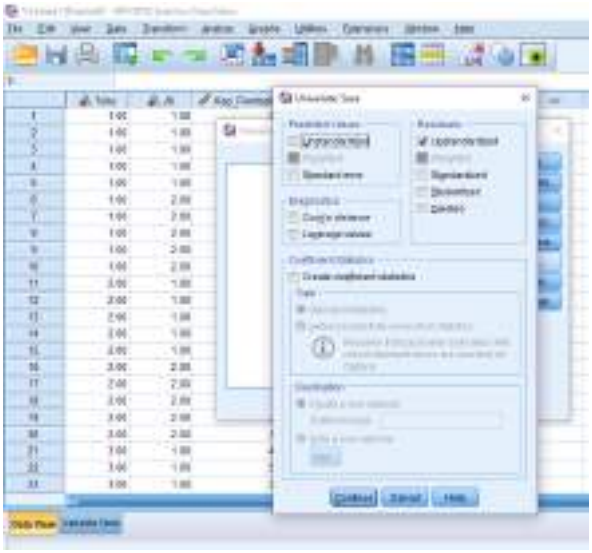


Gambar 8.16 Proses Input Variabel pada Menu General Linear Model (Univariate)

Berikutnya klik menu *Save*

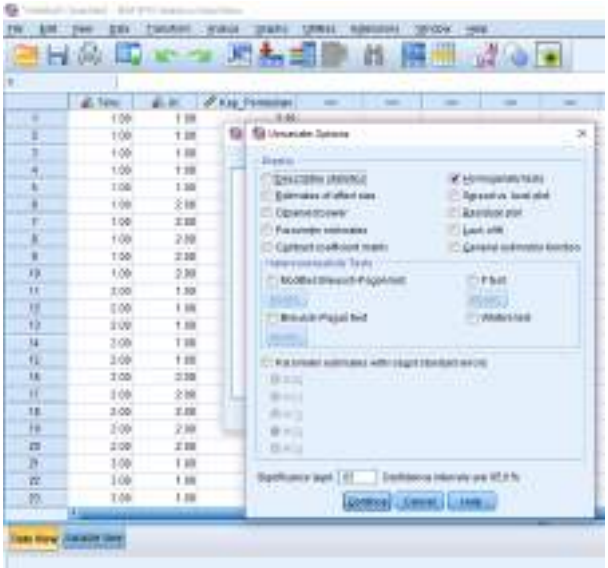
Gambar 8.17 Tampilan awal Menu General Linear Model (Save)

Sehingga muncul tampilan seperti di bawah ini. Selanjutnya centang *Unstandardized* yang terdapat pada Residuals > *Continue*.



Gambar 8.18 Kotak Dialog Univariate: Save

Klik menu *options* > centang *homogeneity test* yang berada di barisan menu display > *Continue*

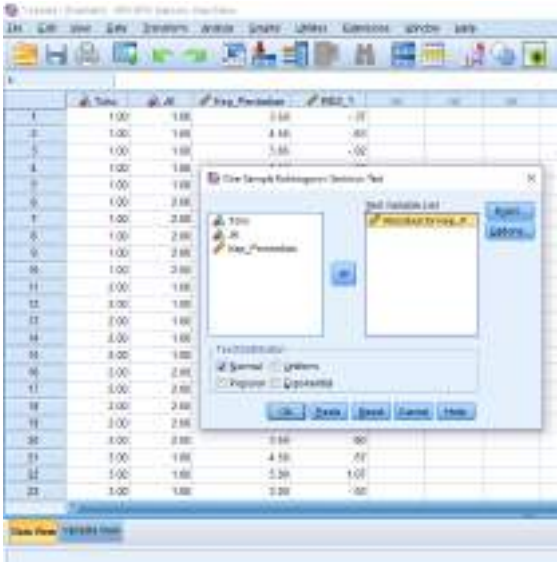


Gambar 8.19 Kotak Dialog *Univariate: Options*

Sebelum dilakukan intepretasi dari hasil SPSS *Two Way ANOVA*, pengujian kenormalan dari residual model harus dilakukan pengujian terlebih dahulu. Data residual dari model sudah tersedia di *data view*, seperti contoh di bawah ini.

Gambar 8.20 Tampilan Residual Model di *Data View*

Langkah pengujian kenormalan residual, dilakukan seperti pada bab-bab sebelumnya, seperti di bawah ini.



Gambar 8.21 Tahapan Pengujian Kenormalan Residual

Sehingga diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 8.7 Hasil Pengujian Kenormalan Residual Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Residual for Kep_Pembelian
N		30
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000
	Std. Deviation	.74501
Most Extreme Differences	Absolute	.145
	Positive	.106
	Negative	-.145
Test Statistic		.145
Asymp. Sig. (2-tailed)		.111[c]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Tabel 8.7 menunjukkan bahwa nilai dari *Asymp Sig.* bernilai lebih besar dari 0,05 (0,111 > 0,05), maka diindikasi bahwa residual data keputusan pembelian sudah memenuhi asumsi distribusi normal.

Karena semua asumsi sudah terpenuhi, berikutnya dilanjutkan dengan intepretasi dari hasil SPSS *Two Way ANOVA* sebagai berikut.

Tabel 8.8 Hasil SPSS Uji Homogenitas

Levene's Test of Equality of Error Variances[a,b]

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Kep_Pembelian	Based on Mean	.377	5	24	.859
	Based on Median	.272	5	24	.924
	Based on Median and with adjusted df	.272	5	20.843	.923
	Based on trimmed mean	.370	5	24	.864

Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups.

a. Dependent variable: Kep_Pembelian

b. Design: Intercept + Toko + JK + Toko * JK

Berdasarkan Tabel 8.8, dapat diketahui bahwa nilai *Sig.* pada semua metode bernilai lebih dari 0,05, maka dapat diindikasi bahwa varians untuk seluruh kelompok sama atau data bersifat homogen.

Tabel 8.9 Hasil SPSS *Two Way Anova*

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: Kep_Pembelian

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	5.076[a]	5	1.015	1.514	.223
Intercept	381.633	1	381.633	569.036	.000
Toko	4.901	2	2.451	3.654	.041
JK	.133	1	.133	.199	.660
Toko * JK	.041	2	.021	.031	.970
Error	16.096	24	.671		
Total	402.805	30			
Corrected Total	21.172	29			

a. R Squared = .240 (Adjusted R Squared = .081)

Pada Tabel 8.9 dapat diketahui :

- Untuk variabel toko : nilai statistik uji F yang dihasilkan sebesar 3.654 dan *sig* sebesar 0,041 (0,041 < 0,05), maka dengan taraf signifikansi 5% menghasilkan keputusan tolak H_0, artinya terdapat perbedaan keputusan pembelian dari pelanggan pada ke-3 toko tersebut.
- Untuk variabel jenis kelamin : nilai statistik uji F yang dihasilkan sebesar 0,199 dan *sig* sebesar 0,660 (0,660 > 0,05), maka dengan taraf signifikansi 5% menghasilkan keputusan gagal tolak H_0, artinya tidak terdapat perbedaan keputusan pembelian berdasarkan jenis kelamin dari pelanggan ke-3 toko tersebut.
- Untuk interaksi antara jenis kelamin dengan toko: nilai statistik uji F yang dihasilkan sebesar 0,031 dan *sig* sebesar sebesar 0,970 (0,970 > 0,05), maka dengan taraf signifikansi 5% menghasilkan keputusan gagal tolak H_0, artinya interaksi antara faktor perbedaan toko dan juga jenis kelamin tidak memberikan perbedaan terhadap keputusan pembeliaan pelanggan.

8.5. LATIHAN

1. Suatu perusahaan ingin melakukan riset mengenai ada atau tidaknya perbedaan loyalitas pelanggan terhadap salah satu produknya jika ditinjau berdasarkan tempat tinggal pelanggan. Sampel pelanggan diambil dari ketiga titik lokasi yang telah ditentukan yaitu “Timur”, “Barat”, dan “Selatan”. Riset dilakukan berdasarkan kebiasaan/frekuensi pelanggan dalam menggunakan produk tersebut dalam kurun waktu satu tahun. Lakukan pengujian untuk mengetahui apakah perbedaan lokasi berpengaruh terhadap kebiasaan pelanggan dalam menggunakan produk tersebut!

Lokasi	Kebiasaan konsumsi	Lokasi	Kebiasaan konsumsi	Lokasi	Kebiasaan konsumsi
Timur	10	Barat	19	Selatan	20
	15		4		16
	23		24		32
	14		35		4
	17		13		8

2. Selain perbedaan lokasi tempat tinggal pelanggan, perusahaan ingin mengetahui pengaruh dari perbedaan *gender* terhadap kebiasaan pelanggan menggunakan suatu produk, sehingga peneliti juga menghimpun data kebiasaan pelanggan berdasarkan *gender* seperti yang tersaji pada Tabel di bawah ini. Lakukan pengujian untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan kebiasaan pelanggan jika ditinjau dari kedua faktor yaitu lokasi tempat tinggal dan *gender*, serta faktor manakah yang memberikan perbedaan!

Kebiasaan konsumsi								
Lokasi	L	P	Lokasi	L	P	Lokasi	L	P
Timur	10	9	Barat	20	19	Selatan	20	10
	15	6		14	4		16	8
	23	8		6	24		32	11
	14	12		9	35		4	16
	17	3		10	13		8	12

BAB 9
ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA UNTUK DATA SURVEY

9.1 PENGERTIAN ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Analisis regresi merupakan salah satu alat untuk mengetahui pengaruh dari suatu variabel terhadap variabel lainnya. Pada analisis regresi terdapat dua jenis variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lainnya dan variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lainnya. Untuk simbol matematis variabel independen biasanya dilambangkan dengan *X* dan variabel dependen dilambangkan dengan *Y*. Model regresi linier dengan satu variabel independen disebut dengan regresi linier sederhana dan untuk model regresi linier dengan lebih dari satu variabel independen disebut dengan regresi linier berganda (Drapper & Smith, 1998). Jenis data untuk variabel dependen yaitu harus memiliki skala pengukuran rasio maupun interval sedangkan data untuk variabel independen bisa menggunakan semua jenis skala pengukuran. Menurut sumber data, data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer bisa diperoleh dari survey atau wawancara langsung ke observasi penelitian. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari web, laporan keuangan, data penelitian orang lain, dan lain-lainnya. Secara matematis berikut merupakan model dari regresi linier berganda:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \cdots + \beta_p X_{pi} + \varepsilon_i$$

dengan

β_0 = konstanta
$\beta_1, \beta_2, \ldots, \beta_p$ = parameter dari variabel independen *1, 2, ...,* dan ***p***
ε = residual.

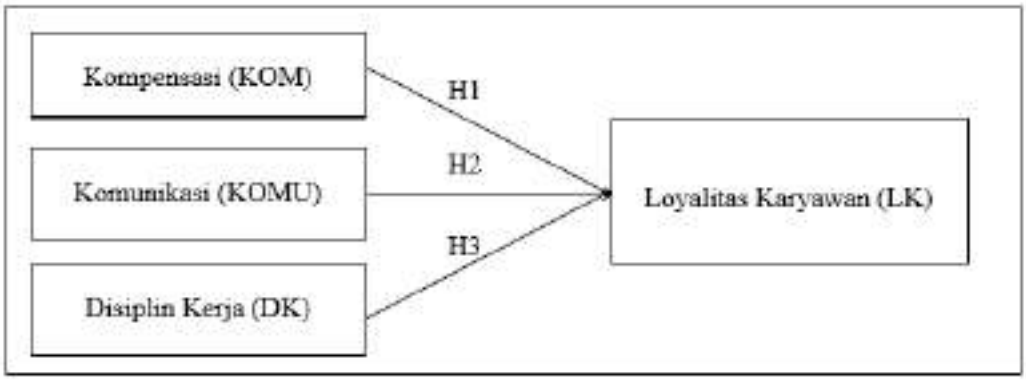
9.2 ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA UNTUK DATA SURVEY

Salah satu sumber data yang digunakan untuk penelitian yaitu adalah data survey. Diberikan contoh judul penelitian yaitu "Pengaruh Kompensasi, Komunikasi dan Disiplin Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan". Pada penelitian tersebut menggunakan data sebanyak 30 sampel. Setiap variabel yang digunakan pada penelitian terdiri dari beberapa indikator atau item pernyataan. Setiap indikator atau item pernyataan diukur skor dengan angka minimal 1 dan maksimal 5.

Tabel 9.1 Keterangan Skala Likert

Skor	Kategori
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju

Tabel 9.1 merupakan keterangan dari skala likert yang digunakan. Adapun kerangka pemikiran dari penelitian yaitu sebagai berikut:



Gambar 9.1 Kerangka Pemikiran Penelitian

Adapun hipotesa dari penelitian yaitu sabagai berikut:

- H_1: Kompensasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas karyawan
- H_2: Komunikasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas karyawan
- H_3: Disiplin kerja berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas karyawan.

Tujuan dari penelitian yaitu menjawab ketiga hipotesa tersebut. Pada umumnya tahapan analisis yang dilakukan untuk menjawab tujuan dari penelitian yang menggunakan data survey yaitu:

1. Melakukan uji validitas dan reliabilitas
2. Analisis statistika deskriptif
3. Analisis inferensia.

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrument dalam pengukuran. Sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Data layak dianalisa dan diuji lebih lanjut, apabila sudah memenuhi kondisi valid dan reliabel. Adapun data dari penelitian yaitu sebagai berikut:

Tabel 9.2 Data Penelitian

NO	KOM1	KOM2	KOM3	KOM4	KOM5	KOM	KOMU1	KOMU2	KOMU3	KOMU4	KOMU5	KOMU
1	5	3	4	5	5	22	4	3	3	4	2	16
2	4	2	4	5	4	19	5	5	5	5	4	24
3	4	2	4	5	4	19	5	4	4	5	3	21
.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
30	4	2	4	5	4	19	4	4	4	4	2	18

Tabel 9.2 Data Penelitian (Lanjutan)

NO	DK1	DK2	DK3	DK4	DK5	DK	LK1	LK2	LK3	LK4	LK5	LK
1	4	4	5	4	4	21	4	3	4	3	4	18
2	5	5	5	4	5	24	4	4	4	4	4	20
3	4	5	5	5	5	24	3	4	4	4	4	19
.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
30	5	5	5	5	4	24	4	4	3	4	4	19

Untuk menguji validitas dan reliabilitas data digunakan SPSS. Buka SPSS dan input data peneltian pada SPSS. Perlu menjadi perhatian, pada masing-masing variabel sudah ada skor total yang merupakan penjumlahan dari indikator setiap variabel. Langkah-langkah untuk uji validitas yaitu pilih

analyze > *correlate* > *bivariate correlations*. Untuk pertama kita menguji validitas dari variabel KOM. Masukan indikator KOM1 hingga KOM5 dan skor total indikator KOM ke kolom variables dan pilih "OK". Ilustrasi tersaji pada Gambar 9.2.

Setelah di klik "OK" akan muncul *Output* seperti Tabel 9.3. Berdasarkan Tabel 9.3 dapat dijelaskan bahwa nilai r hitung untuk indikator KOM1 terhadap skor total KOM yaitu sebesar 0,707. Nilai tersebut lebih besar dari nilai r tabel dengan df = 30-2 = 28 dan taraf signifikansi 0,05 yaitu 0,361. Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator KOM1 valid. Untuk pengujian validitas juga bisa melihat nilai sig pada *Output*. Diperoleh nilai sig pada indikator KOM1 yaitu sebesar 0,00, artinya indikator KOM1 valid. Untuk semua indikator KOM sudah memenuhi kondisi valid. Pengujian validitas tesebut dilanjutkan untuk semua variabel KOMU, DK, dan LK. Hasil yang diperoleh dari uji validitas diperoleh bahwa semua indikator pada masing-masing variabel sudah memenuhi kondisi valid.

Gambar 9.2 Tahapan Uji Validitas

Setelah memenuhi kondisi valid, langkah selanjutnya yaitu melakukan uji reliabilitas. Adapun langkah-langkah untuk uji reliabiltas yaitu pilih analyze > scale > reliability analysis. Masukan indikator KOM1 hingga KOM5 pada kolom items dan pilih "OK".

Tabel 9.3 *Output* Uji Validitas

Correlations

		KOM1	KOM2	KOM3	KOM4	KOM5	KOM
KOM1	Pearson Correlation	1	.625**	.292	.347	.526**	.707**
	Sig. (2-tailed)		.000	.118	.060	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30
KOM2	Pearson Correlation	.625**	1	.451*	.626**	.653**	.871**
	Sig. (2-tailed)	.000		.012	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
KOM3	Pearson Correlation	.292	.451*	1	.340	.338	.674**
	Sig. (2-tailed)	.118	.012		.066	.068	.000
	N	30	30	30	30	30	30
KOM4	Pearson Correlation	.347	.626**	.340	1	.715**	.756**
	Sig. (2-tailed)	.060	.000	.066		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
KOM5	Pearson Correlation	.526**	.653**	.338	.715**	1	.830**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.068	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
KOM	Pearson Correlation	.707**	.871**	.674**	.756**	.830**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

Tabel 9.4 merupakan *Output* dari uji reliabilitas. Berdasarkan *Output* tersebut dilakukan pengujian sebanyak 5 indikator. Diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,813. Nilai tersebut lebih dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel KOM sudah memenuhi kondisi reliable. Pengujian reliabiltas dilakukan untuk keseluruhan variabel. Hasil yang diperoleh yaitu semua variabel yang digunakan pada penelitian sudah memenuhi kondisi reliabel. Sehingga data pengamatan sudah memenuhi kondisi valid dan reliabel.

Tabel 9.4 *Output* Uji Reliabilitas

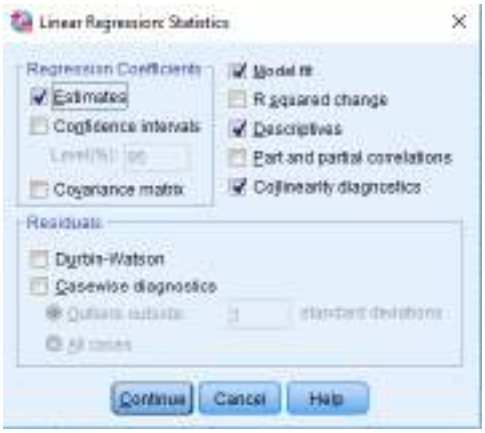
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.813	5

Untuk langkah selanjutnya yaitu analisis regresi linier berganda. Adapun langkah-langkah analisis regresi linier berganda pada SPSS yaitu sebagai berikut:

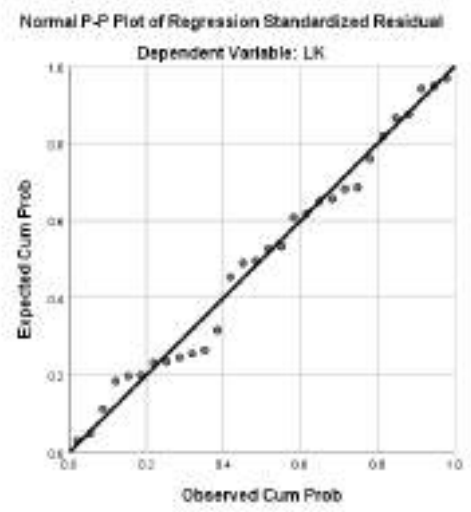
1. *Analyze*
2. *Regression*
3. Pilih *linear*
4. Masukan LK ke kolom *dependent* dan masukan KOM, KOMU, DK ke kolom *independent(s)*
5. Pada menu *Statistics* centang *estimates, model fit, descriptives, collinearity diagnostics* dan klik *continue*
6. Pada menu *Plot*, masukan *SRESID* ke kolom Y dan *ZRESID* ke kolom X, Centang histogram dan *normal probability plot*, lalu klik "*continue*"
7. Pilih menu *save*, centang *unstandardized*, lalu klik "*continue*"
8. OK.

Setelah di klik OK maka akan banyak *Output* yang tersaji. Untuk regresi linier berganda bisa dipilih seseuai dengan kebutuhan saja.



Gambar 9.3 Tahapan Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk langkah awal analisis pada model regresi yaitu pengecekan asumsi pada model. Untuk asumsi normalitas bisa dilihat gambar p-p plot dan secara statistik bisa diuji dengan uji Kolmogorov-Smirnov. Untuk uji normalitas tidak hanya Kolmogorov-Smirnov saja, banyak alat uji lainnya yaitu seperti Anderson Darling, Ryan-Joiner, Shapiro Wilk dan lain-lainya. Pada modul ini statistik uji yang digunakan yaitu Kolmogorov-Smirnov. Langkah-langkah uji Kolmogorov-Smirnov yaitu pilih *Analyze > Nonparametrics Test > Legacy Dialogs > 1-Sample K-S*. Centang Normal dan masukan *Unstandardized Residual* ke kolom *test variable list* dan OK.



Gambar 9.4 Uji normalitas menggunakan P-P Plot

Berdasarkan Gambar 9.4 didapat bahwa titik-titik mengikuti garis diagonal dan tidak menyebar jauh dari garis tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa residual sudah memenuhi asumsi berdistribusi normal. Kekurangan dari uji normalitas menggunakan P-P plot yaitu setiap orang memiliki persepsi yang berbeda-beda terhadap gambar yang terbentuk ada yang menganggap sudah memenuhi ada yang menganggap belum memenuhi. Untuk menanggulangi perbedaan persepsi tersebut, disarankan menggunakan uji statistik. Hasil uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov ditampilkan pada Tabel 9.5. Pada Tabel 9.5 diperoleh nilai *asymp. sig. (2-tailed)* sebesar 0,200. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa residual sudah memenuhi asumsi berdistribusi normal.

Tabel 9.5 *Output* Uji Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.93542170
Most Extreme Differences	Absolute	.114
	Positive	.114
	Negative	-.071
Test Statistic		.114
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

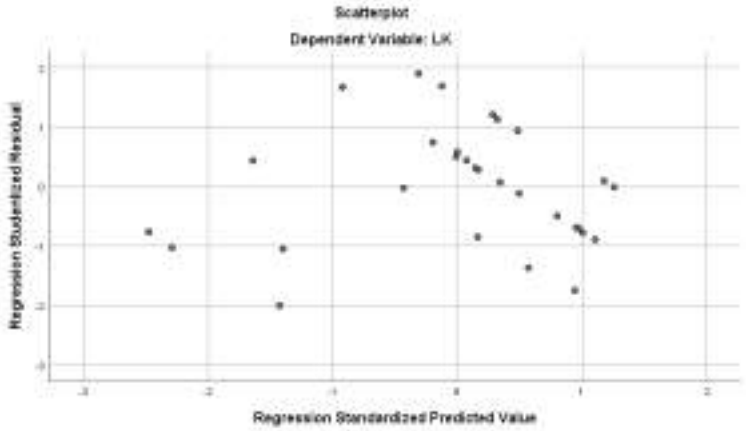
a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Asumsi selanjutnya yaitu asumsi model regresi harus bebas dari kasus heteroskedasitas. Untuk menguji asumsi tersebut bisa digunakan *scatter plot* atau uji statistik. Untuk statistik yang digunakan bisa menggunakan uji Glejser, Uji Breusch Pagan Godfrey, Harvey, ARCH dan White. Pada modul ini digunakan uji Glejser untuk menguji asumsi hetereskedasitas. Cara kerja dari uji Glejser yaitu meregresikan variabel independent terhadap abs(*Unstandardized Residual*). Langkah yang dilakuakan pada SPSS sama seperti langkah analisis regresi linier berganda sebelumnya. Untuk membuat variabel

baru yaitu abs(*Unstandardized Residual*) bisa menggunakan menu pada SPSS dengan langkah sebagai berikut:

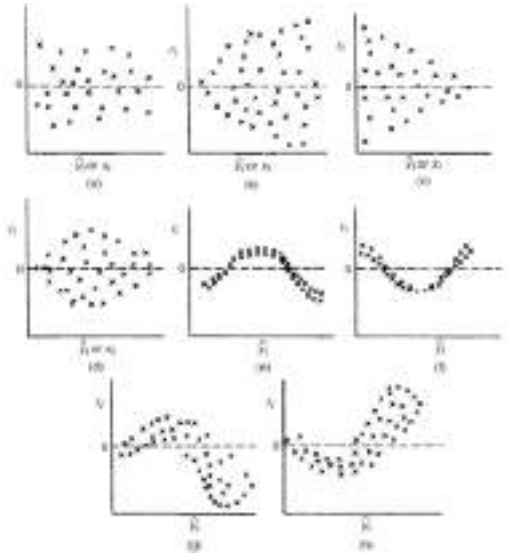
1. Pilih *Transform*
2. *Compute Variable*
3. Pada kolom target variable isikan “Abs_Res”
4. Pada *numeric expression* tuliskan “abs(RES_1)”
5. OK.

Maka pada *Data View* akan ada variabel baru dengan nama Abs_Res. Adapun *Output* untuk uji heteroskedasitas adalah sebagai berikut.



Gambar 9.5 *Scatterplot*

Dapat dilihat pada Gambar 9.5 titik-titik tidak membentuk suatu pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi sudah bebas dari kasus hetereroskedasitas. Adapun contoh pola-pola yang menunjukan terjadinya kasus heteroskedasitas ditunjukan oleh Gambar 9.6.



Gambar 9.6 Pola *Scatterplot*

Pada Gambar 9.6 hanya gambar (a) yang menunjukan bahwa model regresi yang terbentuk dari kasus heteroskedasitas. Seperti halnya uji normalitas, apabila menggunakan gambar akan terjadi persepsi yang berbeda antara satu orang dengan orang lainnya. Oleh sebab itu bisa digunakan uji secara statistik. Berikut adalah hasil uji Glejser untuk data penelitian:

***Tabel 9.6** Output* Uji Glejser

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.304	1.439		1.601	.121
	KOM	-.004	.060	-.012	-.061	.952
	KOMU	-.021	.033	-.128	-.637	.529
	DK	-.051	.037	-.268	-1.383	.178

a. Dependent Variable: ABS_RES

Berdasarkan uji Gleser, diperoleh nilai sig. untuk semua variabel independen nilainya lebih dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa model regresi sudah memenuhi asumsi bebas dari kasus heteroskedasitas.

Asumsi selanjutnya pada model regresi linier berganda yaitu model harus bebas dari kasus multikolinieritas. Untuk mengetahui apakah model sudah bebas dari kasus multikolinieritas bisa dilihat nilai VIF. Apabila nilai VIF kurang dari 10, maka model sudah dikatakan bebas dari kasus multikolinieritas. Tabel 9.7 menunjukan hasil uji multikolinieritas. Dapat dilihat untuk nilai VIF semua variabel independen kurang dari 10, sehingga model tersebut sudah bebas dari kasus multikolinieritas.

***Tabel 9.7** Output* Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.472	2.622		1.324	.197		
	KOM	.401	.110	.488	3.652	.001	.834	1.198
	KOMU	.179	.060	.393	2.977	.006	.857	1.166
	DK	.192	.067	.362	2.853	.008	.925	1.081

a. Dependent Variable: LK

Salah satu indikator untuk mengukur kebaikan model yaitu koefisien determinasi (R^2). Semakin besar nilai koefesien determinasi, maka semakin bagus model yang terbentuk. Tabel 9.8 merupakan *Output* dari koefisien determinasi dari model regresi yang terbentuk.

***Tabel 9.8** Output* Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.783[a]	.612	.568	.988

a. Predictors: (Constant), DK, KOMU, KOM

b. Dependent Variable: LK

Berdasarkan Tabel 9.8, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,612 atau 61,2%, artinya bahwa variabel LK dapat dijelaskan oleh variabel DK, KOMU, dan KOM sebesar 61,2%, sisanya yaitu 39,8% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak ada pada model.

Pada analisis regresi linier berganda terdapat dua uji yang digunakan untuk melihat pengaruh dari variabel indepnden terhadap variabel dependen. Kedua uji tersebut yaitu uji F dan uji t. Uji F merupakan uji serentak dan uji t merupakan uji parsial. Adapun hipotesis dari uji F yaitu:

H_0: tidak ada satupun variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

H_a: minimal terdapat satu variabel independen yang berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

***Tabel 9.9** Output* Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	40.091	3	13.364	13.693	.000[b]
	Residual	25.375	26	.976		
	Total	65.467	29			

a. Dependent Variable: LK

b. Predictors: (Constant), DK, KOMU, KOM

Berdasarkan Tabel 9.9 diperoleh nilai sig. kurang dari 0,05, hasil pengujian tersebut menunjukan bahwa tolak H0, artinya minimal ada satu variabel DK, KOMU, dan KOM berpengaruh signifikan terhadap variabel LK. Untuk mengetahui variabel mana saja yang berpengaruh signfikan terhadap variabel LK, bisa dilanjutkan menggunakan uji secara parsial yaitu uji t.

Uji t merupakan alat uji yang digunakan untuk mengetahui pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Uji t dapat digunakan untuk menjawab hipotesis dari study kasus pada bab ini. Adapun hipotesis dari uji t yaitu:

H_0: Variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

H_a: Variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

***Tabel 9.10** Output* Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.472	2.622		1.324	.197		
	KOM	.401	.110	.488	3.652	.001	.834	1.198
	KOMU	.179	.060	.393	2.977	.006	.857	1.166
	DK	.192	.067	.362	2.853	.008	.925	1.081

a. Dependent Variable: LK

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 9.10 diperoleh kesimpulan bahwa:

1. Nilai sig. pada variabel KOM yaitu sebesar 0,001 (kurang dari 0,05). Hasil pengujian tersebut menunjukan bahwa tolak H0, artinya KOM berpengaruh signifikan terhadap LK. Nilai koefisien dari KOM yaitu sebesar 0,401, berarti KOM memiliki hubungan positif terhadap LK. Apabila KOM naik satu satuan, maka LK akan naik sebesar 0,401 satuan. Apabila KOM turun satu satuan, maka LK akan turun sebesar 0,401 satuan. Hasil uji t dan besar koefisien KOM menunjukan bahwa KOM berpengaruh signifikan dan positif terhadap LK, sehingga hipotesis pertama pada study kasus ini dapat diterima.
2. Nilai sig. pada variabel KOMU yaitu sebesar 0,006 (kurang dari 0,05). Hasil pengujian tersebut menunjukan bahwa tolak H0, artinya KOMU berpengaruh signifikan terhadap LK. Nilai koefisien dari KOMU yaitu sebesar 0,179, berarti KOMU memiliki hubungan positiff terhadap LK. Apabila KOMU naik satu satuan, maka LK akan naik sebesar 0,179 satuan. Apabila KOMU turun satu satuan, maka LK akan turun sebesar 0,179 satuan. Hasil uji t dan besar koefisien KOMU menunjukan bahwa KOMU berpengaruh signifikan dan positif terhadap LK, sehingga hipotesis kedua pada study kasus ini dapat diterima.
3. Nilai sig. pada variabel DK yaitu sebesar 0,008 (kurang dari 0,05). Hasil pengujian tersebut menunjukan bahwa tolak H0, artinya DK berpengaruh signifikan terhadap LK. Nilai koefisien dari DK yaitu sebesar 0,192, berarti DK memiliki hubungan positif terhadap LK. Apabila DK naik satu satuan, maka LK akan naik sebesar 0,192 satuan. Apabila DK turun satu satuan, maka LK akan turun sebesar 0,192 satuan. Hasil uji t dan besar koefisien DK menunjukan bahwa DK

berpengaruh signifikan dan positif terhadap LK, sehingga hipotesis ketiga pada study kasus ini dapat diterima.

9.3 LATIHAN

Berikut ini disajikan nilai data persepsi lokasi, harga, fasilitas, dan kepuasan nasabah. Ujilah pengaruh lokasi, harga, fasilitas kerja terhadap kepuasan nasabah menggunakan regresi linier berganda!

No	L1	L2	L3	L4	L5	L6	L7	L8	H1	H2	H3	H4	H5
1	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4
2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5
.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
60	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4

No	F1	F2	F3	F4	F5	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8
1	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	5	5
2	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5
3	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4
.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
60	5	5	5	4	3	4	4	5	5	4	4	5	4

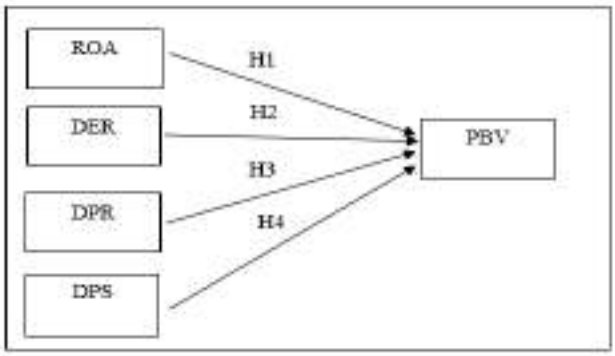
BAB 10
ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA DENGAN DATA SEKUNDER

10.1 ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA UNTUK DATA SEKUNDER

Jika pada bab sebelumnya, analisis regresi dilakukan pada data primer, maka di bab ini, analisis regresi dilakukan untuk data sekunder. Pada bidang ekonomi, data laporan keuangan adalah salah satu contoh dari data sekunder. Contoh analisis regresi pada data sekunder misalnya faktor faktor yang mempengaruhi ROA yaitu *cash turnover* dan *receivable turnover*. Tahapan analisis regresi untuk data sekunder tidak jauh berbeda dengan data primer, namun untuk data sekunder tidak perlu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas, ikarenakan data sekunder tidak menggunakan instrumen kuisioner. Penjelasan lebih mendetail mengenai analisis untuk data sekunder disajikan pada sub bab berikut ini.

10.2 CONTOH KASUS ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA UNTUK DATA SEKUNDER

Berikut ini disajikan langkah-langkah penggunaan SPSS dalam melakukan analisis regresi linier berganda untuk data sekunder. Tabel 10.1 merupakan nilai ROA, DER, DPR, DPS dan PBV selama 3 tahun terakhir pada 11 perusahaan. Lakukan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui faktor-faktor mana yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV). Kerangka konsep untuk contoh kasus ini adalah sebagai berikut.



Gambar 10.1 Struktur Data untuk Analisis Regresi

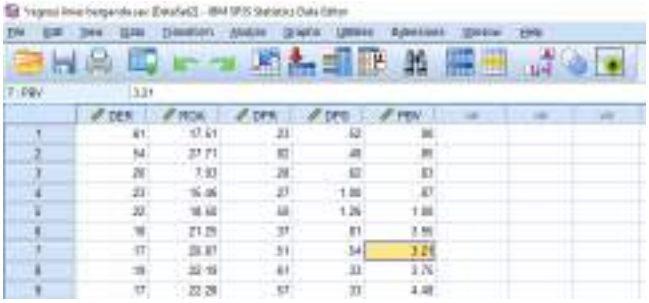
Hipotesis untuk contoh kasus ini terdiri dari:

- H_1: ROA berpengaruh signifikan dan positif terhadap PBV
- H_2: DER berpengaruh signifikan dan positif terhadap PBV
- H_3: DPR berpengaruh signifikan dan positif terhadap PBV
- H_4 : DPS berpengaruh signifikan dan positif terhadap PBV.

Tabel 10.1 Data Laporan Keuangan

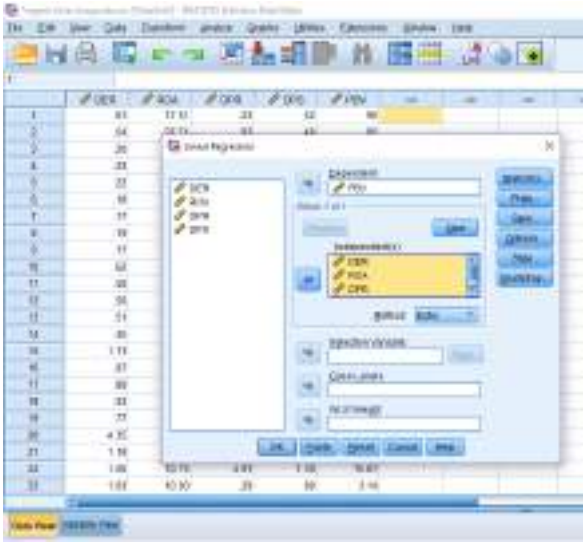
Perusahaan	Tahun	**DER**	**ROA**	**DPR**	**DPS**	**PBV**
A	2019	0,61	17,51	0,23	0,52	0,9
	2020	0,54	27,71	0,82	0,48	0,85
	2021	0,2	7,93	0,28	0,62	0,83
B	2019	0,23	15,46	0,27	1	0,87
	2020	0,22	18,5	0,5	1,26	1
	2021	0,18	21,25	0,37	0,81	3,95
.	.	.	.	.	.	.
	.	.	.	.	.	.

Tahapan pertama adalah melakukan input data pada SPSS, seperti tampak di bawah ini.



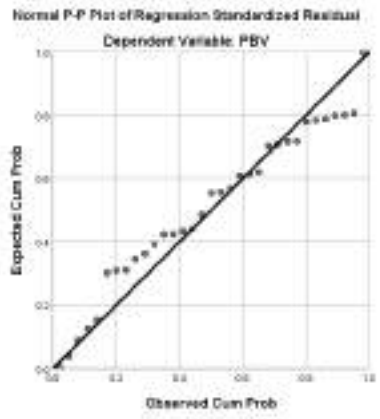
Gambar10.2 Struktur Data untuk Analisis Regresi

Dengan tahapan yang sama untuk analisis regresi berganda pada data primer, (*Analyze* > *Regression* > *Linear*), sehingga muncul tampilan kotak dialog seperti pada Gambar 10.3. Masukkan "PBV" pada kolom *dependent*, sedangkan "DER, "ROA", "DPR", dan "DPS" pada kolom *independent.* Gambar di bawah ini merupakan ilustrasinya.



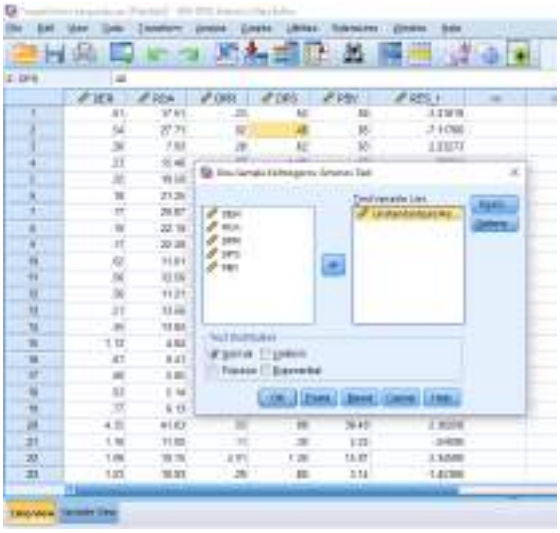
Gambar 10.3 Kotak Dialog *Linear Regresion*

Untuk opsi-opsi menu selanjutnya, tidak jauh berbeda dengan tahapan pada regresi dengan data primer. Tahapan awal pada analisis regresi yaitu pengecekan asumsi residual normal. Pengecekan kenormalan residual dapat dilakukan menggunakan *P-P Plot* yang tersedia pada sub menu regresi, sehingga muncul *Output* seperti di bawah ini.



Gambar 10.4 *Output Normal PP-Plot*

Pada Gambar di atas dapat diketahui bahwa titik-titik berada di sekitar garis diagonal, sehingga dapat diindikasi bahwa residual data telah berdistribusi normal. Selain menggunakan cara visual melalui *normal PP-Plot*, pengujian residual normal juga dapat dilakukan secara inferensia / pengujian melalui *Output kolmogorof-smirnov*, yang diperoleh dengan langkah sebagai berikut: Analyze > *Nonparametrics Test* > *Legacy Dialogs* > klik "residual" yang akan diuji dan pindahkan pada kolom Test Variable List > OK.



Gambar 10.5 Kotak Dialog *One Sample Kolmogorof Smirnov Test*

Sehingga diperoleh *Output* sebagai berikut:

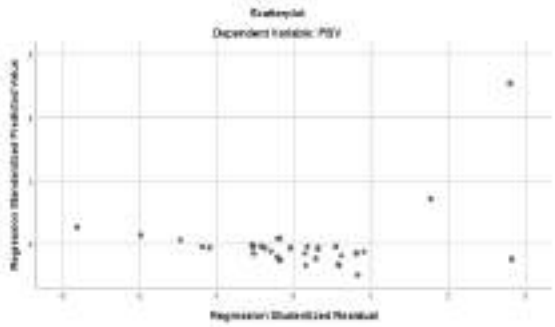
Tabel 10.2 *Output* Kenormalan Residual *Kolmogorof-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		33
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.61684038
Most Extreme Differences	Absolute	.147
	Positive	.147
	Negative	-.138
Test Statistic		.147
Asymp. Sig. (2-tailed)		.069[c]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Pada Tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai *asymp.sig.(2-tailed)* dari uji Kolmogorof-Smirnov bernilai lebih besar dari taraf signifikansi 5%, maka dapat disimpulkan residual data telah berdistribusi normal. Tahapan berikutnya adalah pengecekan ada atau tidaknya kasus heteroskesdastisitas. Pengecekan kasus heteroskesdastisitas dapat dilakukan melalui pembuatan *scatterplot* yang otomatis dihasikan dari pengolahan regresi linier berganda.



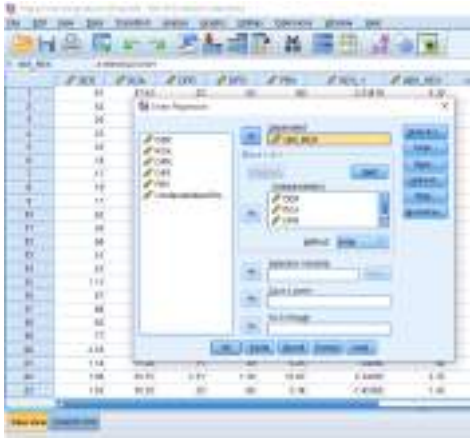
Gambar 10.6 Scatterplot *Output* Regresi

Pada Gambar 10.6 dapat ditunjukkan bahwa titik-titik tidak membentuk suatu pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi sudah bebas dari kasus hetereroskedasitas. Pengecekan asumsi heteroskesdastisitas juga dapat dilakukan menggunakan uji glejser, dengan langkah-langkah yaitu *Transform* > *Compute Variable.* Tulis: "ABS_RES" pada *Target Variable* > tulis "*ABS(RES_1)*" di bawah *numeric expression* > OK.

Gambar 10.7 Kotak Dialog *Compute Variable*

Sehingga muncul kolom "ABS_RES" sebagai berikut, yang merupakan hasil dari absolut residual data.

Selanjutnya, lakukan pengujian regresi seperti pada tahapan sebelumnya, dengan variabel dependennya adalah ABS_RES, dan variabel independent yang sama (DER, ROA, DPR, dan DPS). Ilustrasinya disajikan pada Gambar di bawah ini.



Gambar 10.8 Proses Pengujian Glejser

Sehingga diperoleh hasil sebagai berikut:

***Tabel 10.3** Output* Hasil Pengujian Glejser

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.278	.806		1.586	.124
	DER	.162	.471	.067	.344	.733
	ROA	-.001	.041	-.005	-.024	.981
	DPR	.370	.408	.183	.906	.373
	DPS	.435	1.100	.082	.396	.695

Pada Tabel 10.3 dapat diketahui bahwa *sig* untuk ketiga variabel bernilai lebih besar dari traf signifikansi 5%, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokesdatisitas dalam model regresi.

Tahapan berikutnya adalah pengecekan asumsi autokorelasi pada residual, menggunakan uji Durbin Watson. *Output* ini sudah tersedia otomatis pada sub menu regresi.

***Tabel 10.4** Output* Durbin Watson

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.922[a]	.849	.828	2.79752	1.741

a. Predictors: (Constant), DPS, ROA, DER, DPR

b. Dependent Variable: PBV

Pada Tabel 10.4 dapat diketahui bahwa model sudah memenuhi asumsi bebas dari kasus autokorelasi. Hal tersebut ditunjukkan melalui nilai Durbin Watson yang berada diantara 1,7298 < 1,741 < 2,2702 (dU < Durbin Watson < 4-dU).

Tahapan selanjutnya adalah pengujian multikolineritas pada data. Berdasarkan Tabel 10.5 dapat ditunjukkan bahwa nilai VIF semua variabel independen kurang dari 10, sehingga model tersebut sudah bebas dari kasus multikolinieritas.

***Tabel 10.5** Output* Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-4.750	1.223		-3.883	.001		
	DER	6.430	.716	.701	8.984	.000	.884	1.132
	ROA	.297	.063	.363	4.736	.000	.913	1.096
	DPR	2.055	.620	.268	3.315	.003	.820	1.219
	DPS	-1.405	1.670	-.069	-.841	.407	.790	1.266

a. Dependent Variable: PBV

Tahapan berikutnya adalah menguji kebaikan model melalui nilai *R-Square* (koefisien determinasi). Pada Tabel 10.6, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,849 atau 84,9%, artinya bahwa variabel PBV dapat dijelaskan oleh variabel DER, ROA, DPR, dan DPS sebesar 84,9%, dan sisanya yaitu 15,1 % dijelaskan oleh variabel lainnya di luar model.

***Tabel 10.6** Output* Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.922[a]	.849	.828	2.79752	1.741

a. Predictors: (Constant), DPS, ROA, DER, DPR

b. Dependent Variable: PBV

. Tahapan berikutnya dilanjutkan dengan Uji F. Adapun hipotesis dari uji F yaitu:

H_0: tidak ada satupun variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

H_a: minimal terdapat satu variabel independen yang berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Output dari uji F, sebagai berikut:

***Tabel 10.7** Output* Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1236.062	4	309.015	39.485	.000[b]
	Residual	219.131	28	7.826		
	Total	1455.193	32			

a. Dependent Variable: PBV

Berdasarkan Tabel 10.7 diperoleh nilai sig. kurang dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwa minimal ada satu variabel DER, ROA, DPR, dan DPS berpengaruh signifikan terhadap variabel PBV. Untuk mengetahui variabel mana saja yang berpengaruh signfikan terhadap variabel PBV, harus dilanjutkan dengan pengujian parsial yaitu uji t, dengan hipotesis sebagai berikut:

H_0: Variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

H_a: Variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Hasil SPSS dari *Output* uji t disajikan sebagai berikut:

***Tabel 10.8** Output* uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-4.750	1.223		-3.883	.001		
	DER	6.430	.716	.701	8.984	.000	.884	1.132
	ROA	.297	.063	.363	4.736	.000	.913	1.096
	DPR	2.055	.620	.268	3.315	.003	.820	1.219
	DPS	-1.405	1.670	-.069	-.841	.407	.790	1.266

a. Dependent Variable: PBV

Berdasarkan Tabel 10.8 dapat diperoleh kesimpulan bahwa:

1. Nilai sig. pada variabel DER yaitu sebesar 0,000 (kurang dari 0,05). Hasil pengujian tersebut menunjukan bahwa tolak H_0, artinya DER berpengaruh signifikan terhadap PBV. Nilai koefisien dari DER yaitu sebesar 6,430, artinya DER memiliki hubungan positif terhadap PBV. Apabila DER naik satu satuan, maka PBV akan naik sebesar 6,430 satuan, sedangkan jika DER turun satu satuan, maka PBV akan turun sebesar 6,430 satuan. Hasil uji t dan besar koefisien DER menunjukan bahwa DER berpengaruh signifikan dan positif terhadap PBV, sehingga hipotesis pertama pada study kasus ini dapat diterima.
2. Nilai sig. pada variabel ROA yaitu sebesar 0,000 (kurang dari 0,05). Hasil pengujian tersebut menunjukan bahwa tolak H_0, artinya ROA berpengaruh signifikan terhadap PBV. Nilai koefisien dari ROA yaitu sebesar 0,297, artinya ROA memiliki hubungan positif terhadap PBV. Apabila ROA naik satu satuan, maka PBV akan naik sebesar 0,297 satuan, sedangkan jika ROA turun satu satuan, maka PBV akan turun sebesar 0,297 satuan. Hasil uji t dan besar koefisien ROA menunjukan bahwa ROA berpengaruh signifikan dan positif terhadap PBV, sehingga hipotesis kedua pada study kasus ini dapat diterima.

3. Nilai sig. pada variabel DPR yaitu sebesar 0,003 (kurang dari 0,05). Hasil pengujian tersebut menunjukan bahwa tolak H_0, artinya DPR berpengaruh signifikan terhadap PBV. Nilai koefisien dari DPR yaitu sebesar 2,055, artinya DPR memiliki hubungan positif terhadap PBV. Apabila ROA naik satu satuan, maka PBV akan naik sebesar 2,055satuan, sedangkan jika DPR turun satu satuan, maka PBV akan turun sebesar 2,055 satuan. Hasil uji t dan besar koefisien DPR menunjukan bahwa DPR berpengaruh signifikan dan positif terhadap PBV, sehingga hipotesis ketiga pada study kasus ini dapat diterima.
4. Nilai sig. pada variabel DPS yaitu sebesar 0,407 (lebih dari 0,05). Hasil pengujian tersebut menunjukan bahwa gagak tolak H_0, artinya DPS tidak berpengaruh signifikan terhadap PBV, sehingga hipotesis keempat pada study kasus ini ditolak.

10.3 LATIHAN

Berikut ini disajikan nilai ROE, DPR dan PBV selama 4 tahun terakhir pada 10 perusahaan. Ujilah pengaruh ROE, DPR terhadap PBV menggunakan regresi linier berganda!

Perusahaan	Tahun	**ROE**	**DPR**	**PBV**
AB	2018	0,09	42,7	1,08
	2019	0,13	105,68	1,08
	2020	0,11	90,72	0,62
	2021	0,11	108,61	0,86
BC	2018	0,04	64,65	0,82
	2019	0,22	179,73	2,16
	2020	0,55	346,92	2,71
	2021	0,46	204,76	2,81
	.	.	.	.

BAB 11
ANALISIS REGRESI LOGISTIK BINER

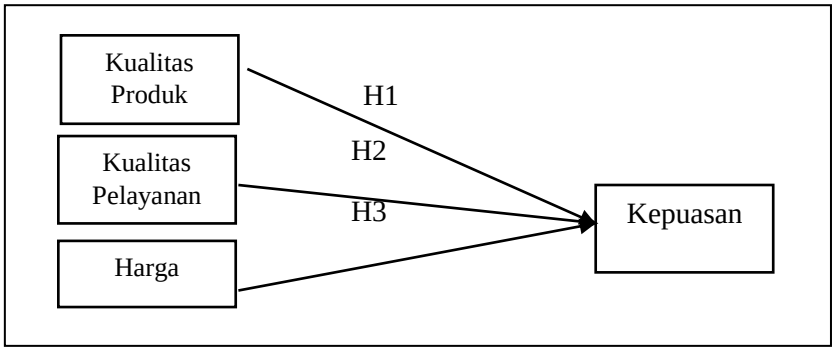
11.1. PENGERTIAN ANALISIS REGRESI LOGISTIK BINER

Regresi logistik berdasarkan jenis skala data variabel dependen yang digunakan diklasifikan menjadi 3 jenis, yaitu regresi logistik biner, multinomial, dan regresi logistik ordinal. Regresi logistik biner adalah suatu metode regresi yang dipakai untuk mengetahui pengaruh dari suatu variabel dependen yang bersifat *dichotomous* terhadap variabel independen (Alan, 2002). Sedangkan regresi dengan variabel yang bersifat *polychotomous* merupakan jenis dari regresi multinomial ataupun regresi logistik ordinal. Walaupun memiliki sifat variabel dependen yang sama, skala data yang dipakai untuk variabel dependen antara regresi logistik multinomial dan ordinal memiliki perbedaan. Skala data nominal dipakai untuk variabel pada regresi logistik multinominal, sedangkan skala data ordinal dipakai untuk regresi logistik ordinal. Pada regresi logistik biner, *outcome* dari variabel dependen memiliki 2 kategori yaitu "sukses" dan "gagal" yang disimbolkan dengan koding angka y=1 (sukses) dan y =0 (gagal). Untuk variabel independen, jenis data dapat berupa kategorik maupun non kategorik. Persamaan model regresi logistik adalah sebagai berikut.

$$\pi(x) = \frac{e^{(\beta_0+\beta_1 x_1+...+\beta_p x_p)}}{1+e^{(\beta_0+\beta_1 x_1+...+\beta_p x_p)}}$$; p = banyak variabel independen.

11.2. CONTOH STUDI KASUS ANALISIS REGRESI LOGISTIK BINER

Berikut ini disajikan langkah-langkah penggunaan SPSS dalam melakukan analisis regresi logistik biner melalui contoh studi kasus. Tabel 11.1 merupakan skor total variabel yang diduga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan yaitu Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan serta Harga. Variabel kualitas produk diukur menggunakan 9 indikator, kualitas pelayanan diukur menggunakan 7 indikator, dan variabel harga diukur menggunakan 5 indikator. Variabel kepuasan merupakan data kategorik yang dikoding dengan angka "1" dan "2". Koding 1 menunjukkan bahwa responden memberikan jawaban "puas", sedangkan koding 2 menunjukkan bahwa responden memberikan jawaban "tidak puas". Lakukan analisis regresi logistik biner untuk mengetahui faktor-faktor mana yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan!



Gambar 11.1 Kerangka Konsep Study Kasus

Hipotesis untuk contoh kasus ini terdiri dari:

- H1: Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan
- H2: Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan
- H3: Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

Tabel 11.1 Data Skor Total Faktor yang Berpengaruh terhadap Kepuasan

Kualitas Produk	Kualitas Pelayanan	Harga	Kepuasan
45	28	21	1
42	16	17	2
.	.	.	.
36	27	13	2

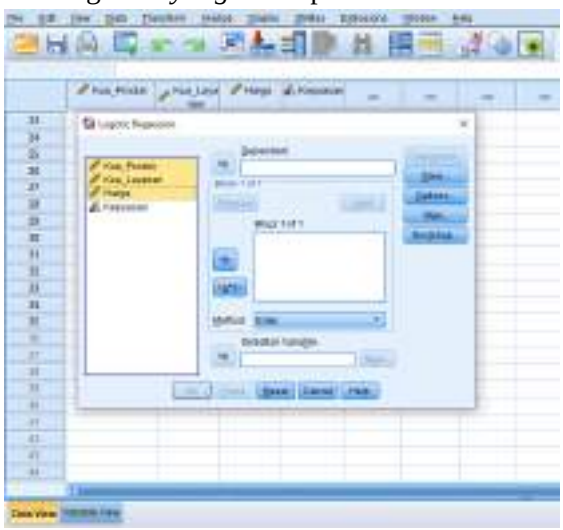
Tahapan pertama adalah menginput seluruh data pada SPSS, selanjutnya melakukan *setting* skala data serta keterangan koding pada *variable view*, sehingga tampilannya seperti berikut ini.

Gambar 11.2 Kotak Dialog *Variable View*

Melakukan analisis regresi logistik biner, dengan langkah sebagai berikut: *Analyze* > *Regression* > *Binary Logistic.*

Gambar 11.3 Tahapan Awal Regresi Logistik Biner

Sehingga akan muncul kotak dialog *binary logistic* seperti berikut ini:



Gambar 11.4 Kotak Dialog *Binary Logistic*

Masukkan semua variabel pada kolom masing-masing, seperti tampak pada Gambar di bawah ini.

Gambar 11.5 Pengisian Variabel pada Kotak Dialog *Logistic Regression*

Klik *options* > Centang beberapa opsi di bawah *statistics and plot* seperti tampak di bawah ini > *Continue* > OK.

Gambar 11.6 Kotak Dialog Sub Menu *Options*

Sehinggaakan muncul beberapa *Output*. Tahapan awal analisis regresi logistik biner adalah menguji kesesuaian model melalui *Output* berikut:

Tabel 11.2 *Output* Uji Kelayakan Model

Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	df	Sig.
1	7.151	8	.520

Pada Tabel di atas, sig. menunjukkan nilai yang lebih besar dari 5% (0,520 > 0,05), maka dapat dikatakan bahwa model telah layak artinya model dapat memprediksi nilai pengamatan (tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara hasil pengamatan dengan kemungkinan hasil prediksi model).

Tahapan berikutnya melakukan pengecekan apakah model telah *fit* atau tidak, dengan *Output* pada Tabel 11.3. Pada Tabel di 11.3 dapat diketahui bahwa setiap iterasi terjadi penurunan nilai -2 Log likelihood, sehingga dapat diindikasi bahwa model telah fit. Hal tersebut juga ditunjukkan berdasarkan nilai -2 Log likelihood pada step terakhir yang lebih kecil daripada chi square tabel dengan derajat bebas 39, dan α=5% (41.348 < 54,57).

***Tabel 11.3** Output* Model Fit

Iteration History[a,b,c,d]

Iteration		-2 Log likelihood	Coefficients Constant	Kua_Produk	Kua_Layanan	Harga
Step 1	1	42.713	1.805	.127	-.153	-.141
	2	41.443	3.075	.172	-.220	-.209
	3	41.349	3.580	.187	-.245	-.233
	4	41.348	3.633	.188	-.248	-.236
	5	41.348	3.634	.188	-.248	-.236

a. Method: Enter

b. Constant is included in the model.

c. Initial -2 Log Likelihood: 55.352

d. Estimation terminated at iteration number 5 because parameter estimates changed by less than .001.

Tahapan analisis berikutnya adalah menguji kebaikan model melalui *Output nagelkerke R-Square*, seperti tampak di bawah ini:

***Tabel 11.4** Output* Hasil *Nagelkerke R-Square*

Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	41.348[a]	.295	.394

a. Estimation terminated at iteration number 5 because parameter estimates changed by less than .001.

Pada Tabel di atas dapat ditunjukkan bahwa nilai Nagelkerke R-Square sebesar 0.394 artinya ketiga variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen sebesar 39.4%, dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

Tahapan berikutnya dilanjutkan dengan pengujian serentak melalui *Output omnibus test.* Adapun hipotesisnya sebagai berikut:

H_0: tidak ada satupun variabel independen, berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

H_1: minimal terdapat satu variabel independen, yang berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

***Tabel 11.5** Output* Pengujian Serentak

Omnibus Tests of Model Coefficients

		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	14.004	3	.003
	Block	14.004	3	.003
	Model	14.004	3	.003

Berdasarkan Tabel di atas diperoleh nilai sig. kurang dari 0,05 (0,03< 0,05), hal ini menunjukkan bahwa minimal ada satu variabel kualitas produk, kualitas layanan, serta harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Untuk mengetahui variabel mana saja yang berpengaruh signfikan

terhadap variabel kepuasan pelanggan, harus dilanjutkan dengan pengujian parsial yaitu uji *wald*, dengan hipotesis sebagai berikut:

H_0: Variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen
H_1: Variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Hasil SPSS dari *Output* uji Wald disajikan sebagai berikut.

Tabel 11.6 *Output* Pengujian Parsial

Variables in the Equation

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1[a]	Kua_Produk	.188	.094	3.980	1	.046	1.207
	Kua_Layanan	-.248	.117	4.488	1	.034	.780
	Harga	-.236	.125	3.543	1	.060	.790
	Constant	3.634	3.732	.948	1	.330	37.852

a. Variable(s) entered on step 1: Kua_Produk, Kua_Layanan, Harga.

Berdasarkan Tabel di atas dapat diperoleh kesimpulan bahwa:

1. Nilai sig. pada variabel kualitas produk yaitu sebesar 0,046 (kurang dari 0,05). Hasil pengujian tersebut menghasilkan keputusan tolak H0, artinya kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga hipotesis pertama pada studi kasus ini dapat diterima.
2. Nilai sig. pada variabel kualitas layanan yaitu sebesar 0,034 (kurang dari 0,05). Hasil pengujian tersebut menghasilkan keputusan tolak H0, artinya kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga hipotesis kedua pada studi kasus ini dapat diterima.
3. Nilai sig. pada variabel harga yaitu sebesar 0,060 (lebih dari 0,05). Hasil pengujian tersebut menghasilkan keputusan gagal tolak H0, artinya harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga hipotesis ketiga pada studikasus ini ditolak

11.3. LATIHAN

Tabel di bawah ini merupakan skor indikator dari kedua faktor yang diduga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yaitu iklan dan pengalaman pribadi. Variabel Iklan dan pengalaman pribadi masing-masing diukur menggunakan 3 indikator, sedangkan kepuasan pelanggan merupakan variabel kategorik yang dikoding dengan angka "1" dan "2". Koding 1 menunjukkan kepuasan pelanggan, sedangkan untuk koding 2 menunjukkan ketidakpuasan pelanggan. Lakukan analisis regresi logistik biner untuk mengetahui faktor-faktor mana yang berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan! Lakukan uji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu!

Iklan			**Pengalaman Pribadi**			**Kepuasaan**
3	3	4	3	3	3	1
2	3	2	1	3	1	2
2	3	2	1	3	2	2
.	.	.	.	.	.	.
.	.	.	.	.	.	.
4	4	4	2	2	3	1

BAB 12
ANALISIS REGRESI DENGAN VARIABEL PEMODERASI

12.1 PENGERTIAN ANALISIS REGRESI DENGAN VARIABEL PEMODERASI

Jenis lain dari analisis regresi ialah regresi dengan variabel pemoderasi, yaitu suatu analisis regresi linier berganda untuk menguji efek interaksi dengan menambahkan variabel yang berasal dari perkalian antara dua variabel independen dengan variabel pemoderasi. Variabel pemoderasi merupakan sebuah variabel *uncontrollable* yang dapat berperan secara tidak langsung untuk memperkuat ataupun memperlemah pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Jenis skala data untuk variabel pemoderasi bisa berupa nominal atau ordinal serta rasio atau interval. Variabel pemoderasi dengan skala nominal atau ordinal dianalisis dengan pendekatan multigrup. Model dari regresi dengan variabel pemoderasi secara matematis disajikan sebagai berikut:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \beta_3 X_{1i} X_{2i} + \varepsilon$$

dengan:

β_0 = konstanta
β_1 = Parameter dari variabel independen
β_2 = Parameter dari variabel pemoderasi
β_3 = Parameter dari interaksi antara variabel independen dengan variabel pemoderasi
Y_i = Variabel dependen
X_{1i} = Variabel independen
X_{2i} = Variabel Pemoderasi
$X_{1i}X_{2i}$ = Interaksi antara variabel independen dengan variabel pemoderasi.

Identifikasi peran dari variabel pemoderasi (memperlemah/memperkuat) dapat dilakukan dengan melihat tanda positif/negatif parameter dari interaksi antara variabel independen dengan variabel pemoderasi. Jika $\beta_3$bertanda positif, maka peran moderasi dikatakan memperkuat pengaruh antara variabel independen dengan dependen, namun jika $\beta_3$bertanda negatif, maka peran moderasi dikatakan memperlemah pengaruh antara variabel independen dengan dependen.

Klasifikasi dari variabel pemoderasi terdiri dari 5 jenis, yaitu sebagai berikut.

a. Pemoderasi Mutlak (Absolute Moderation)
   Variabel pemoderasi dikatakan sebagai pemoderasi mutlak jika parameter $\beta_1$dan β_2 tidak signifikan, namun β_3 signifikan. Artinya keberadaan variabel pemoderasi mutlak dibutuhkan sehingga variabel independen dapat berpengaruh terhadap variabel dependen.
b. Pemoderasi Murni (*Pure Moderation*)
   Variabel pemoderasi dikatakan sebagai pemoderasi murni jika parameter β_2 tidak signifikan dan β_3 signifikan, untuk β_1 bisa signifikan/tidak signfikan. Artinya keberadaan variabel pemoderasi murni hanya sebagai variabel pemoderasi dan tidak berperan sebagai variabel penjelas/prediktor.
c. Pemoderasi Semu (*Quasi Moderation*)
   Variabel pemoderasi dikatakan sebagai pemoderasi semu jika parameter β_2 dan β_3 signifikan, untuk β_1 bisa signifikan/tidak signfikan. Artinya keberadaan variabel pemoderasi berfungsi ganda, disamping sebagai variabel pemoderasi dan juga berperan sebagai variabel penjelas/prediktor
d. Pemoderasi Potensial (*Homologiser Moderation*)

Variabel pemoderasi dikatakan sebagai pemoderasi potensial jika parameter β_2 dan β_3 tidak signifikan, untuk β_1 bisa signifikan/tidak signfikan. Artinya keberadaan variabel pemoderasi tidak berfungsi sebagai variabel pemoderasi dan juga tidak berperan sebagai variabel penjelas/predictor.

e. Penjelas/Prediktor

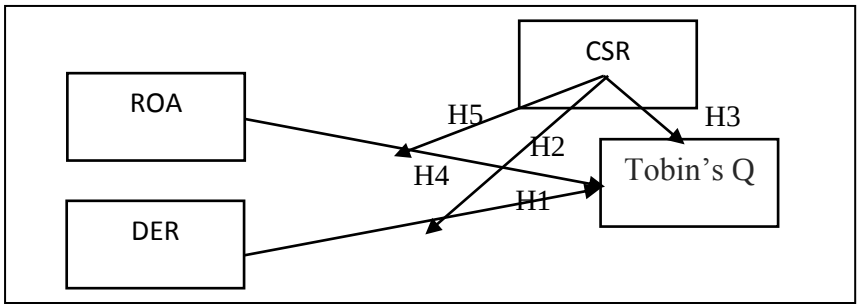
Variabel pemoderasi dikatakan sebagai variabel penjelas/prediktor jika parameter β_2 signifikan dan β_3 tidak signifikan, untuk β_1 bisa signifikan/tidak signfikan. Artinya keberadaan variabel pemoderasi tidak berfungsi sebagai variabel pemoderasi namun berperan sebagai variabel penjelas/prediktor.

12.2. CONTOH STUDI KASUS ANALISIS REGRESI DENGAN VARIABEL PEMODERASI

Berikut ini disajikan langkah-langkah penggunaan SPSS dalam melakukan analisis regresi dengan variabel pemoderasi melalui contoh studi kasus. Tabel 9.1 merupakan nilai ROA, DER, CSR dan Tobin's Q selama 3 tahun terakhir pada 10 perusahaan di sektor pertanian. CSR diduga merupakan suatu faktor dari luar yang dapat memberikan pengaruh secara tidak langsung pada ROA terhadap Tobin's Q maupun DER terhadap Tobin's Q!

a. Lakukan analisis regresi untuk mengetahui faktor-faktor mana yang berpengaruh terhadap Tobin's Q!
b. Ujilah apakah CSR dapat memoderasi pengaruh dari ROA terhadap Tobin's Q serta DER terhadap Tobin's Q!

Kerangka konsep dari penelitian ini adalah sebagai berikut



Gambar 12.1 Kerangka Pemikiran Penelitian

Hipotesis untuk contoh kasus ini terdiri dari:

- H_1: ROA berpengaruh signifikan dan positif terhadap Tobin's Q
- H_2: DER berpengaruh signifikan dan positif terhadap Tobin's Q
- H_3: CSR berpengaruh signifikan dan positif terhadap Tobin's Q
- H_4: CSR memoderasi pengaruh ROA terhadap Tobin's Q
- H_5: CSR memoderasi pengaruh DER terhadap Tobin's Q

Tabel 12.1 Data Laporan Keuangan

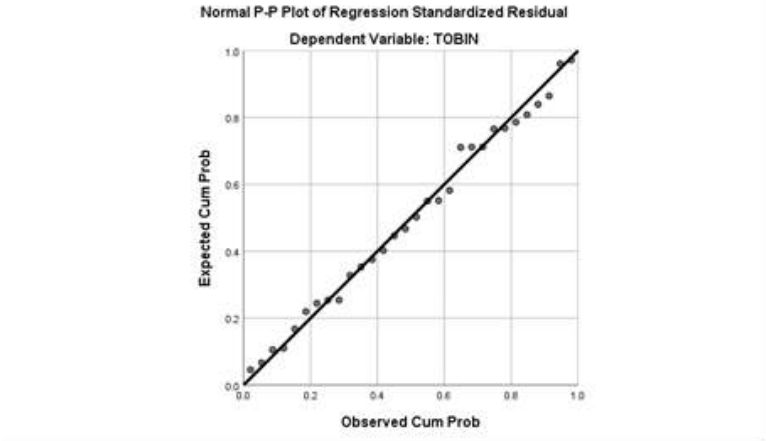
Perusahaan	TAHUN	ROA	DER	CSR	Tobins'Q
AA	2019	17.51	1.26	0.17	0.28
	2020	27.71	1.5	0.06	0.4
	2021	7.93	1.58	0.18	0.43
AB	2019	15.46	1.97	0.19	0.38
	2020	18.5	1.42	0.22	0.35
	.	.	.	.	.

Nilai ROA*CSR serta DER*CSR diperoleh dengan cara mengalikan nilai pada variabel ROE serta DER terhadap CSR. Hal ini bisa dikerjakan melalui microsoft excel ataupun melalui SPSS dengan langkah sebagai berikut: *Transform* > *Compute Variable* > tuliskan "ROA_CSR" pada *Target Variable* > pada kolom *Numeric Expression* tulis " ROA*CSR" (Untuk "ROA" dan "CSR", bisa langsung diklik pada kolom di bawah *Type & Label*) > Ok. Langkah yang sama juga dilakukan untuk menghitung nilai DER*CSR.

Tahapan berikutnya adalah melakukan analisis regresi dengan variabel pemoderasi. Tahapannya sama dengan tahapan pada analisis regresi linier berganda. Masukkan variabel dependen kolom yang tersedia (PBV), begitu juga untuk variabel independen, pemoderasi, serta interaksi pada kolom yang tersedia (ROA, DER, CSR, ROA_CSR, dan DER_CSR), sehingga muncul tampilan seperti pada gambar di bawah ini.

Gambar 12.1 Kotak Dialog *Linear Regresion*

Untuk *setting* sub menu seperti *Statistics, Plot, Save* dan *Options* juga tidak berbeda dengan setting pada analisis regresi linier berganda sebelumnya. Tahapan berikutnya yaitu pengecekan asumsi residual berdistribusi normal. Pengecekan normalitas residual dapat dilakukan menggunakan *P-P Plot* yang tersedia pada sub menu regresi, sehingga muncul *Output* seperti di bawah ini.



Gambar 12.2 *Output PP-Plot*

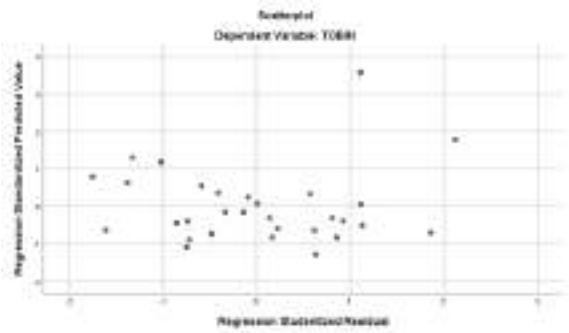
Pada Gambar 12.2 dapat diketahui bahwa titik-titik berada di sekitar garis diagonal, sehingga dapat diindikasi bahwa residual data telah berdistribusi normal. Selain menggunakan cara visual melalui *PP-Plot*, pengujian residual normal juga dapat dilakukan secara pengujian menggunakan uji *Kolmogorof-Smirnov*. Pada Tabel 12.2 dapat diketahui bahwa *Asymp. Sig. (2-tailed)* dari *kolmogorof smirnov* bernilai ebih besar dari 5%, maka dapat disimpulkan residual data telah berdistribusi normal

Tabel 12.2 *Output* Uji *Kolmogorof-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.15067624
Most Extreme Differences	Absolute	.096
	Positive	.066
	Negative	-.096
Test Statistic		.096
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

Tahapan berikutnya adalah pengecekan ada atau tidaknya kasus heteroskesdastisitas. Pengecekan kasus heteroskesdastisitas dapat dilakukan melalui pembuatan *scatterplot* yang otomatis dihasikan dari *Output* regresi sebelumnya.



Gambar 12.3 *Scatterplot Output* Regresi

Pada Gambar 12.3 dapat ditunjukkan bahwa titik-titik tidak membentuk suatu pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi sudah bebas dari kasus hetereroskedasitas. Pengecekan asumsi secara visual dapat bersifat subjektif, hal ini disebabkan intepretasi gambar dari orang satu dengan yang lain tidak sama, sehingga pengecekan asumsi dengan melakukan pengujian secara statistik dapat menjadi solusi untuk mengatasi kasus tersebut. Pada pengecekan asumsi heteroskesdastisitas, juga dapat digunakan uji *glejser*, dengan langkah sebagai berikut: *Transform* > *Compute Variable.*

Gambar 12.4 Langkah Awal Pengujian Gletser

Ketik “ABS_RES” pada *Target Variable* > tulis “ABS(RES_1)” pada *numeric expression* dan klik “OK”.

Gambar 12.5 Kotak Dialog *Compute Variable*

Sehingga muncul kolom “ABS_RES” sebagai berikut, yang merupakan hasil dari absolut residual data.

Gambar 12.6 Tampilan Hasil Absolut Residual pada Data View

Selanjutnya, lakukan pengujian regresi seperti pada tahapan sebelumnya, dengan variabel dependennya adalah absolut residual, dan variabel independent yang sama (ROE, DER, CSR, ROE_CSR, dan DER_CSR). Ilustrasinya disajikan pada gambar di bawah ini.

Gambar 12.7 Proses Pengujian Glejser

Sehingga diperoleh hasil sebagai berikut:

***Tabel 12.3** Output* Hasil Pengujian Glejser

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.090	.107		.841	.409
	ROA	-.004	.007	-.305	-.656	.518
	DER	-.041	.049	-.439	-.825	.417
	CSR	-.002	.431	-.002	-.006	.996
	ROA_CSR	.028	.031	.430	.902	.376
	DER_CSR	.260	.227	.599	1.147	.263

Pada Tabel di atas dapat diketahui bahwa *sig*. untuk semua variabel bernilai lebih besar dari 5%, maka dapat disimpulkan bahwa asumsi model tidak terjadi heterokesdatisitas sudah terpenuhi.

Tahapan berikutnya adalah pengecekan asumsi autokorelasi pada residual, menggunakan uji *durbin watson*. *Output* ini sudah tersedia otomatis pada sub menu regresi.

***Tabel 12.4** Output* Durbin-Watson

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.715[a]	.512	.410	.16563	2.026

a. Predictors: (Constant), DER_CSR, ROA_CSR, CSR, ROA, DER

b. Dependent Variable: TOBIN

Pada Tabel 12.4 dapat diketahui bahwa asumsi residual independen telah terpenuhi/tidak terjadi autokorelasi data. Hal tersebut ditunjukkan melalui nilai Durbin Watson yang berada diantara 1,8326 < 2,026 < 2,1674 (dU < Durbin Watson < 4-dU). Dari Tabel 12.5 dapat ditunjukkan bahwa nilai VIF semua variabel independen kurang dari 10, sehingga model tersebut sudah bebas dari kasus multikolinieritas. Tahapan berikutnya adalah melihat kebaikan model melalui nilai *R-Square (*koefisien determinasi).

***Tabel 12.5** Output* asumsi multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.315	.218		-1.444	.162		
	ROA	.039	.013	1.089	2.895	.008	.144	6.957
	DER	-.201	.100	-.866	-2.009	.056	.110	9.129
	CSR	2.833	.878	1.144	3.228	.004	.162	6.177
	ROA_CSR	-.185	.064	-1.122	-2.902	.008	.136	7.355
	DER_CSR	1.371	.462	1.258	2.971	.007	.113	8.818

a. Dependent Variable: TOBIN

***Tabel 12.6** Output* koefisien determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.715[a]	.512	.410	.16563	2.026

a. Predictors: (Constant), DER_CSR, ROA_CSR, CSR, ROA, DER

b. Dependent Variable: TOBIN

Pada Tabel 12.6 diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,512 atau 51,2%, artinya bahwa variabel Tobin's Q dapat dijelaskan oleh variabel ROE, DER, CSR, ROE_CSR, dan DER_CSR, sebesar 51,2%.Tahapan berikutnya dilanjutkan Uji F. Adapun hipotesis dari uji F yaitu:

H_0: tidak ada satupun variabel independen, pemoderasi, dan interaksi berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

H_a: minimal terdapat satu variabel independen, pemoderasi, dan interaksi yang berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Output dari pengujian serentak, sebagai berikut.

***Tabel 12.7** Output* Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.690	5	.138	5.034	.003[b]
	Residual	.658	24	.027		
	Total	1.349	29			

a. Dependent Variable: TOBIN

b. Predictors: (Constant), DER_CSR, ROA_CSR, CSR, ROA, DER

Berdasarkan Tabel 12.7 diperoleh nilai sig. kurang dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwa minimal ada satu variabel ROE, DER, CSR, ROE_CSR, dan DER_CSR berpengaruh signifikan terhadap variabel Tobin's Q. Untuk mengetahui variabel mana saja yang berpengaruh signfikan terhadap variabel Tobin's Q, harus dilanjutkan dengan pengujian parsial yaitu uji t, dengan hipotesis sebagai berikut:

H_0: Variabel independen, pemoderasi, dan interaksi tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

H_a: Variabel independen, pemoderasi, dan interaksi berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Hasil SPSS dari *Output* uji t disajikan sebagai berikut.

***Tabel 12.8** Output* Uji t

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-.315	.218		-1.444	.162
	ROA	.039	.013	1.089	2.895	.008
	DER	-.201	.100	-.866	-2.009	.056
	CSR	2.833	.878	1.144	3.228	.004
	ROA_CSR	-.185	.064	-1.122	-2.902	.008
	DER_CSR	1.371	.462	1.258	2.971	.007

Berdasarkan Tabel 12.8 dapat diperoleh kesimpulan bahwa:

1. Nilai sig. pada variabel ROA yaitu sebesar 0,008 (kurang dari 0,05). Hasil pengujian tersebut menghasilkan keputusan tolak H0, artinya ROA berpengaruh signifikan terhadap Tobin's Q, pengaruh antar kedua variabel juga bersifat positif, sehingga hipotesis pertama pada studi kasus ini diterima.
2. Nilai sig. pada variabel DER yaitu sebesar 0,056 (lebih dari 0,05). Hasil pengujian tersebut enghasilkan keputusan gagal tolak H0, artinya DER tidak berpengaruh signifikan terhadap Tobin's Q, sehingga hipotesis kedua pada studi kasus ini ditolak.
3. Nilai sig. pada variabel CSR yaitu sebesar 0,004 (kurang dari 0,05). Hasil pengujian tersebut menghasilkan keputusan tolak H0, artinya CSR berpengaruh signifikan terhadap Tobin's Q, pengaruh antar kedua variabel juga bersifat positif, sehingga hipotesis ketiga pada studi kasus ini diterima.
4. Nilai sig. pada variabel interaksi antara ROA dengan CSR yaitu sebesar 0,008 (kurang dari 0,05). Hasil pengujian tersebut menghasilkan keputusan tolak H0, artinya CSR dapat memoderasi pengaruh antara ROA dengan Tobin's Q, sehingga hipotesis keempat pada studi kasus ini diterima. Pada kasus ini koefisien bertanda negatif (-), sehingga variabel pemoderasi memberikan efek memperlemah, maka dapat diartikan bahwa CSR memperlemah pengaruh antara ROA dengan PBV. Jenis variabel pemoderasi untuk variabel DER adalah Pemoderasi Semu (Quasi Moderation).
5. Nilai sig. pada variabel interaksi antara DER dengan CSR yaitu sebesar 0,007 (kurang dari 0,05). Hasil pengujian tersebut menghasilkan keputusan tolak H0, artinya CSR dapat memoderasi pengaruh antara DER dengan Tobin's Q, sehingga hipotesis kelima pada studi kasus ini diterima. Pada kasus ini koefisien bertanda positif (+), sehingga variabel pemoderasi memberikan efek memperkuat, maka dapat diartikan bahwa CSR memperkuat pengaruh antara DER dengan PBV. Jenis variabel pemoderasi untuk variabel DER adalah Pemoderasi Semu (Quasi Moderation).

12.3. LATIHAN

Berikut ini disajikan langkah-langkah penggunaan SPSS dalam melakukan analisis regresi dengan variabel pemoderasi melalui contoh studi kasus. Tabel 9.1 merupakan nilai ROE, CSR dan PBV selama 5 tahun terakhir pada 10 perusahaan di sektor industri. CSR diduga merupakan suatu faktor dari luar yang dapat memberikan pengaruh secara tidak langsung pada ROA terhadap PBV!

a. Lakukan analisis regresi untuk mengetahui faktor-faktor mana yang berpengaruh terhadap PBV!
b. Ujilah apakah CSR dapat memoderasi pengaruh dari ROA terhadap PBV!

Perusahaan	TAHUN	ROE	CSR	PBV
P	2017	28,12	0,17	0,9
	2018	11,9	0,06	0,85
	2019	10,28	0,18	0,84
	.	.	.	.

BAB 13
ANALISIS REGRESI DENGAN VARIABEL INTERVENING

13.1. ANALISIS REGRESI DENGAN VARIABEL INTERVENING MENGGUNAKAN SPSS

Pada pembahasan di bab sebelumnya, terdapat satu tambahan variabel selain variabel independen dan dependen yaitu variabel pemoderasi. Begitu juga untuk pembahasan pada bab ini, selain kedua variabel tersebut terdapat tambahan satu variabel lagi yaitu variabel intervening atau disebut juga dengan variabel mediasi. Variabel tersebut ialah suatu variabel yang bersifat menjadi perantara dari hubungan variabel independen dengan variabel dependen. Variabel intervening memiliki ciri khas yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen, selanjutnya mempengaruhi variabel dependen. Analisis regresi dengan variabel intervening merupakan suatu hubungan bertingkat sehingga terdapat suatu analisis jalur (*path analysis*) (Hair, 2016). Sebenarnya analisis regresi jenis ini tidak jauh berbeda dengan analisis regresi linier berganda yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, baik untuk tahapan SPSS maupun tahapan analisis hingga asumsi yang tidak boleh dilanggar. Namun, pada analisis regresi jenis ini terdapat dua pendekatan utama yang dilakukan yaitu pemeriksaan dan pengujian. Metode pemeriksaan dilakukan dengan cara melihat perbedaan koefisien jalurnya, sedangkan untuk metode pengujian dilakukan dengan cara menguji koefisien jalur pengaruh tidak langsungnya. Pada pendekatan metode pemeriksaan, dilakukan dengan cara melihat perbedaan koefisien jalur dari model dengan dan tanpa melibatkan variabel intervening. Sedangkan untuk pendekatan pengujian dikenal dengan uji sobel.

Model dari regresi dengan variabel intervening secara matematis dibagi menjadi 2 yaitu model dengan variabel intervening untuk melihat pengaruh langsung dan model tanpa variabel intervening
Model dengan variabel intervening

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 Z_{1i} + \varepsilon$$

Model tanpa variabel intervening

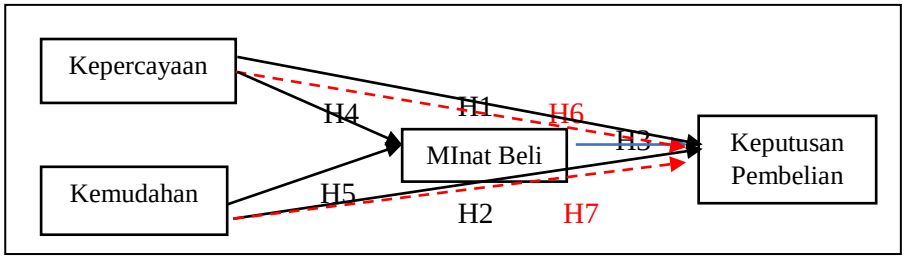
$$Z_i = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \varepsilon$$

Keterangan :

β_0 = konstanta
β_1 = Parameter dari variabel independen
β_2 = Parameter dari variabel intervening
Y_i = Variabel dependen
X_{1i} = Variabel independen
Z_{1i} = Variabel intervening
ε = Error

13.2. CONTOH STUDI KASUS ANALISIS DENGAN VARIABEL INTERVENING

Berikut ini disajikan langkah-langkah penggunaan SPSS dalam melakukan analisis regresi dengan variabel intervening melalui contoh studi kasus. Tabel 13.1 merupakan total skor indikator dari masing-masing variabel yaitu Kepercayaan (X_1), Kemudahan Penggunaan (X_2), Minat beli (Z), dan Keputusan Pembelian (Y). Setiap variabel diukur dengan menggunakan 3 indikator. Sampel yang diambil sebanyak 32 perusahaan. Minat pembelian diduga merupakan variabel intervening yang dipengaruhi oleh kepercayaan ataupun kemudahan penggunaan, dan juga memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian. Lakukan analisis regresi untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh langsung maupun tak langsung terhadap keputusan pembelian!



Gambar 13.1 Konseptualisasi Model

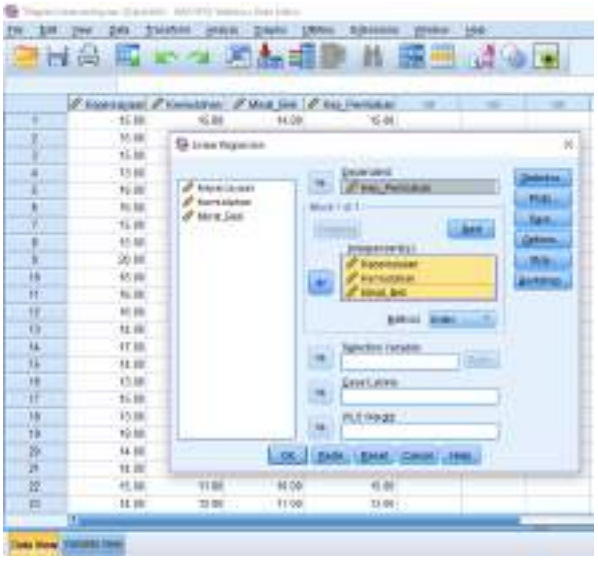
Hipotesis untuk contoh kasus ini terdiri dari :

- H_1: Kepercayaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Beli
- $H_{2:}$ Kemudahan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Beli
- H_3: Minat Beli berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian
- H_4: Kepercayaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian
- H_5: Kemudahan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian
- H_6: Minat Beli memediasi pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian
- H_7: Minat Beli memediasi pengaruh Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian

Tabel 13.1 Data Total Skor Indikator Setiap Variabel

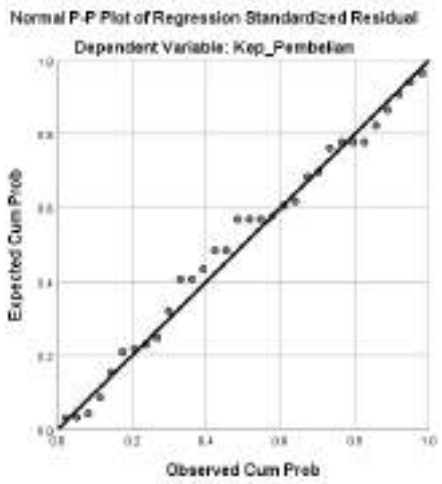
Kepercayaan	Kemudahan	Minat Beli	Keputusan Pembelian
15	15	14	15
15	13	11	15
15	11	10	15
.	.	.	.
14	11	10	14

Tahapan diawali dengan pendekatan pemeriksaan yaitu melakukan pembuatan model beserta variabel intervening. Tahapan pada SPSS untuk metode ini tidak jauh berbeda dengan regresi linier berganda pada bab sebelumnya.



Gambar 13.2 Proses Pembentukan Model dengan Variabel Intervening

Untuk *setting* sub menu seperti *Statistics, Plot, Save* dan *Options* juga tidak berbeda dengan setting pada analisis regresi linier berganda sebelumnya. Tahapan berikutnya yaitu pengecekan asumsi residual berdistribusi normal. Pengecekan normalitas residual dapat dilakukan menggunakan *P-P Plot* yang tersedia pada sub menu regresi, sehingga muncul *Output* seperti di bawah ini.



Gambar 13.3 *Output Normal PP-Plot* Model dengan Variabel Intervening

Pada Gambar di atas dapat diketahui bahwa titik-titik berada di sekitar garis diagonal, sehingga dapat diindikasi bahwa residual data telah berdistribusi normal. Selain menggunakan cara visual melalui *normal PP-Plot*, pengujian residual normal juga dapat dilakukan menggunakan uji *Kolmogorof-Smirnov*.

Tabel 13.2 *Output* Kenormalan Residual *Kolmogorof-Smirnov* Model dengan Variabel Intervening

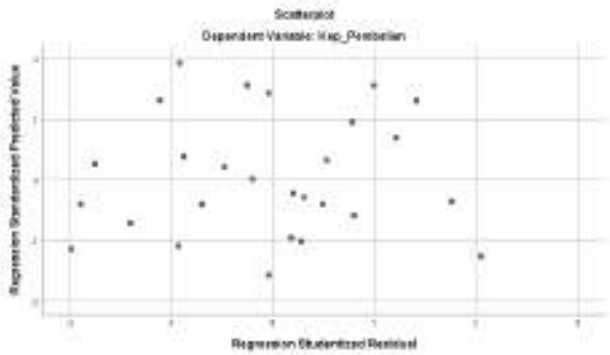
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		32
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.81682619
Most Extreme Differences	Absolute	.104
	Positive	.059
	Negative	-.104
Test Statistic		.104
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Pada Tabel di atas dapat diketahui bahwa *Asymp. Sig. (2-tailed)* dari *kolmogorof smirnov* bernilai lebih besar dari 5%, maka dapat disimpulkan residual data telah berdistribusi normal.

Tahapan berikutnya adalah pengecekan ada atau tidaknya kasus heteroskesdastisitas. Pengecekan kasus heteroskesdastisitas dapat dilakukan melalui pembuatan *scatterplot* yang otomatis dihasikan dari *Output* regresi sebelumnya.



Gambar 13.4 *Scatterplot Output* Regresi Model dengan Variabel Intervening

Pada Gambar 13.5 dapat ditunjukkan bahwa titik-titik tidak membentuk suatu pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi sudah bebas dari kasus hetereroskedasitas. Hasil yang sama juga diperoleh melalui pengujian *glejser*, yaitu pengujian dengan melakukan regresi antara variabel absolut residual sebagai variabel dependen dengan variabel independennya.

Tabel 13.3 *Output* Hasil Pengujian Glejser Model dengan Variabel Intervening

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.768	.782		.983	.334
	Kepercayaan	-.126	.062	-.508	-2.015	.054
	Kemudahan	-.013	.059	-.044	-.219	.828
	Minat_Beli	.172	.085	.538	2.017	.053

Tahapan selanjutnya adalah pengujian multikolineritas pada data. Hasil dari pengujian multikolinearitas ditampilkan pada Tabel di bawah ini.

Tabel 13.4 *Output* Asumsi Multikolinearitas Model dengan Variabel Intervening

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.646	1.423		2.563	.016		
	Kepercayaan	.492	.114	.619	4.333	.000	.479	2.090
	Kemudahan	.078	.107	.084	.731	.471	.735	1.361
	Minat_Beli	.246	.155	.240	1.584	.124	.427	2.340

a. Dependent Variable: Kep_Pembelian

Dari Tabel di atas dapat ditunjukkan bahwa nilai VIF semua variabel independen kurang dari 10, maka dapat dikatakan bahwa model tersebut sudah bebas dari kasus multikolinieritas. Tahapan berikutnya adalah menguji kebaikan model melalui nilai *R-Square* (koefisien determinasi).

Tabel 13.5 *Output* Koefisien Determinasi Model Dengan Variabel Intervening

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.852[a]	.726	.697	.85947	1.792

a. Predictors: (Constant), Minat_Beli, Kemudahan, Kepercayaan

b. Dependent Variable: Kep_Pembelian

Pada Tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,726 atau 72,6%, artinya variabel Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Minat Beli, Kemudahan dan Kepercayaan, sebesar 72,6%, dan sisanya yaitu 27,4 % dijelaskan oleh variabel lainnya di luar model.

Tahapan berikutnya dilanjutkan Uji F. Adapun hipotesis dari uji F yaitu:

H_0: tidak ada satupun variabel independen dan intervening berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

H_1: minimal terdapat satu variabel independen dan intervening yang berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 13.6 *Output* Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	54.817	3	18.272	24.736	.000[b]
	Residual	20.683	28	.739		
	Total	75.500	31			

a. Dependent Variable: Kep_Pembelian

b. Predictors: (Constant), Minat_Beli, Kemudahan, Kepercayaan

Berdasarkan Tabel di atas diperoleh nilai sig. kurang dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwa minimal ada satu variabel Minat Beli, Kemudahan dan Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian. Untuk mengetahui variabel mana saja yang berpengaruh signfikan terhadap variabel Keputusan Pembelian, harus dilanjutkan dengan pengujian parsial yaitu uji t, dengan hipotesis sebagai berikut:

H_0: Variabel independen atau intervening tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

H_1: Variabel independen atau intervening berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 13.7 *Output* Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.646	1.423		2.563	.016
	Kepercayaan	.492	.114	.619	4.333	.000
	Kemudahan	.078	.107	.084	.731	.471
	Minat_Beli	.246	.155	.240	1.584	.124

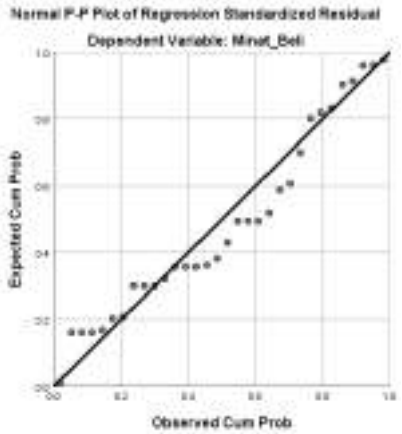
Selanjutnya pada model tahap pertama yaitu model dengan variabel intervening dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai sig. pada variabel kepercayaan yaitu sebesar 0,00 (kurang dari 0,05). Hasil pengujian tersebut menghasilkan keputusan tolak H_0, artinya kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga hipotesis pertama pada studi kasus ini diterima. Nilai koefisien dari kepercayaan yaitu 0,492, artinya kepercayaan memiliki hubungan positif terhadap keputusan pembelian. Apabila kepercayaan naik satu satuan, maka keputusan pembelian juga akan naik sebesar 0,492 satuan, demikian pula sebaliknya. Nilai koefisien tersebut juga dapat dimaknai sebagai besarnya pengaruh langsung kepercayaan terhadap keputusan pembelian.
2. Nilai sig. pada variabel kemudahan sebesar 0,471 (lebih dari 0,05). Hasil pengujian tersebut menghasilkan keputusan gagal tolak H_0, artinya kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga hipotesis kedua pada studi kasus ini ditolak
3. Nilai sig. pada variabel minat beli sebesar 0,124 (lebih dari 0,05). Hasil pengujian tersebut menghasilkan keputusan gagal tolak H_0, artinya kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga hipotesis ketiga pada studi kasus ini ditolak.

Model pertama sudah memenuhi asumsi dari regresi linier berganda. Untuk tahapan berikutnya adalah melakukan pembentukan model kedua yaitu model tanpa variabel intervening. Tahapan pada SPSS dan analisis tidak terlalu berbeda dengan model pertama.

Gambar 13.5 Proses Pembentukan Model tanpa Variabel Intervening

Output pada model kedua ditampilkan sebagai berikut.



Gambar 13.6 *Output Normal PP-Plot* Model tanpa Variabel Intervening

Berikutnya dilanjutkan dengan pengujian kenormalan residual yang disajikan sebagai berikut.

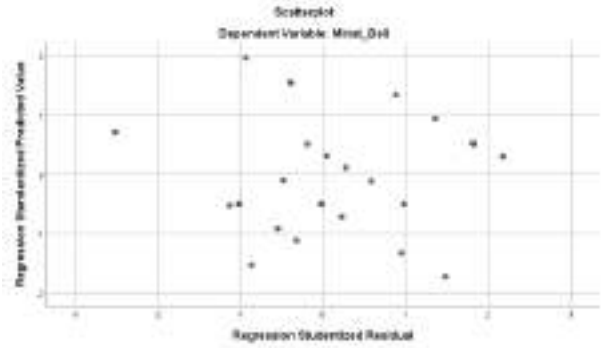
Tabel 13.8 *Output* Uji *Kolmogorof-Smirnov* Model tanpa Variabel Intervening

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		32
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.99427336
Most Extreme Differences	Absolute	.137
	Positive	.137
	Negative	-.122
Test Statistic		.137
Asymp. Sig. (2-tailed)		.132[c]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Pada Tabel 13.8 diperoleh bahwa titik-titik berada di sekitar garis diagonal. *Asymp. Sig* yang dihasilkan juga bernilai lebih besar dari 5%, maka dapat disimpulkan residual data sudah berdistribusi normal.



Gambar 13.7 *Scatterplot Output* Regresi Model tanpa Variabel Intervening

Tahapan selanjutnya pengujian heteroskesdastisitas menggunakan *Glejser Test*, dan diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 13.9 *Output* Hasil Pengujian *Glejser* Model tanpa Variabel Intervening

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.171	1.008		.170	.867
	Kepercayaan	-.043	.062	-.138	-.700	.490
	Kemudahan	.104	.072	.284	1.438	.161

Pada Tabel 13.9 dapat ditunjukkan bahwa titik-titik tidak membentuk suatu pola tertentu serta semua nilai sig. pada uji *glejser* bernilai lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi sudah bebas dari kasus hetereros-kedasitas.

Tabel 13.10 *Output* Asumsi Multikolinearitas Model tanpa Variabel Intervening

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.354	1.683		.804	.428		
	Kepercayaan	.475	.103	.614	4.603	.000	.828	1.207
	Kemudahan	.230	.120	.256	1.919	.065	.828	1.207

a. Dependent Variable: Minat_Beli

Dari Tabel 13.10 dapat ditunjukkan bahwa nilai VIF semua variabel independen kurang dari 10, maka dapat dikatakan bahwa model tersebut sudah bebas dari kasus multikolinieritas.

Tabel 13.11 *Output* Koefisien Determinasi Model tanpa Variabel Intervening

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.757[a]	.573	.543	1.02799	2.490

a. Predictors: (Constant), Kemudahan, Kepercayaan

b. Dependent Variable: Minat_Beli

Pada Tabel 13.11, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,573 atau 57,3%, artinya variabel Minat Beli dapat dijelaskan oleh variabel Kemudahan dan Kepercayaan, sebesar 57,3%, dan sisanya yaitu 42,7 % dijelaskan oleh variabel lainnya di luar model.

Berikutnya hasil dari pengujian serentak, diperoleh dari *Output* di bawah ini. Berdasarkan uji F diperoleh nilai sig. kurang dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwa minimal ada satu variabel Kemudahan dan Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat Beli.

Tabel 13.12 *Output* Uji F Model dengan Variabel Intervening

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	41.073	2	20.536	19.433	.000[b]
	Residual	30.646	29	1.057		
	Total	71.719	31			

a. Dependent Variable: Minat_Beli

b. Predictors: (Constant), Kemudahan, Kepercayaan

Untuk mengetahui variabel independen yang berpengaruh terhadap varaiabel dependen dapat digunakan uji t. Adapun hasil uji t disajikan pada tabel berikut:

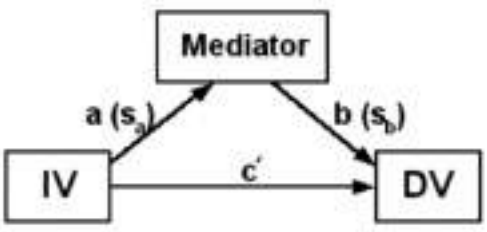
Tabel 13.13 *Output* Uji t Model dengan Variabel Intervening

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.354	1.683		.804	.428
	Kepercayaan	.475	.103	.614	4.603	.000
	Kemudahan	.230	.120	.256	1.919	.065

Kesimpulan yang diperoleh dari*Output* di atas adalah sebagai berikut.

1. Nilai sig. pada variabel kepercayaan sebesar 0,000 (kurang dari 0,05). Hasil pengujian tersebut menghasilkan keputusan tolak H_0, artinya kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Nilai koefisien dari kepercayaan yaitu 0,475, artinya kepercayaan memiliki hubungan positif terhadap minat beli. Apabila kepercayaan naik satu satuan, maka minat beli akan naik sebesar 0,475 satuan, demikian pula sebaliknya. Maka hipotesis keempat pada studi kasus ini diterima
2. Nilai sig. pada variabel kemudahan sebesar 0,065 (lebih dari 0,05). Hasil pengujian tersebut menghasilkan keputusan gagal tolak H_0, artinya kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli, sehingga hipotesis kelima pada studi kasus ini ditolak.

Tahapan berikutnya adalah pendekatan pengujian dengan metode Sobel. Pada tahapan ini, pengujian dapat dilakukan secara otomatis dengan bantuan pada tautan ini https://quantpsy.org/sobel/sobel.htm. Pengujian sobel dilakukan dengan melakukan input dari koefisien pada model regresi yang telah dibentuk. Koefisien yang dipakai pada pengujian ini, dijelaskan melalui Gambar di bawah ini.



Gambar 13.8 Penjelasan Koefien yang Dipakai untuk Uji Sobel

a merupakan koefisien dari hasil regresi antara variabel independen dengan variabel intervening, dan s_a merupakan standart errornya, sedangkan *b* merupakan koefisien dari hasil regresi antara variabel intervening dengan variabel dependen, dan s_b merupakan standart errornya. Sehingga *input* nilai uji **sobel** untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh mediasi kepercayaan pada minat beli terhadap keputusan pembelian, adalah sebagai berikut.

Input:			Test statistic:	Std. Error:	*p*-value:
a	0.475	Sobel test:	1.50071179	0.07786305	0.13343012
b	0.246	Aroian test:	1.47012699	0.07948293	0.14152736
s_a	0.103	Goodman test:	1.53328849	0.07620875	0.12520479
s_b	0.155	Reset all	Calculate		

Gambar 13.9 Pengujian Sobel untuk Pengaruh Kepercayaan pada Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian

Sedangkan uji sobel untuk mengetahui ada tidanya pengaruh mediasi kemudahan pada minat beli terhadap keputusan pembelian, adalah sebagai berikut:

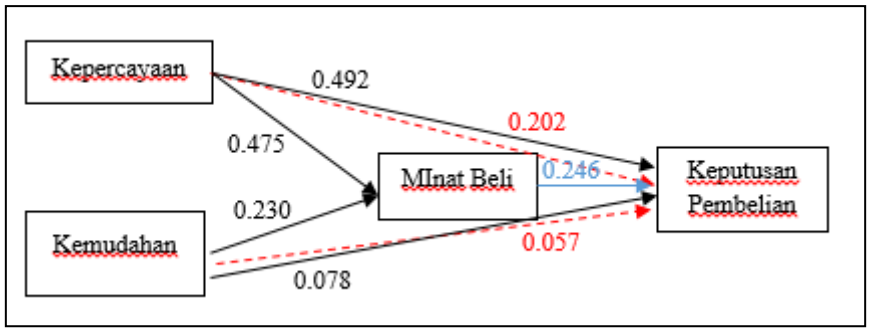
Input:			Test statistic:	Std. Error:	*p*-value:
a	0.230	Sobel test:	1.22241153	0.04628556	0.22155204
b	0.246	Aroian test:	1.13425433	0.04988299	0.25668788
s_a	0.120	Goodman test:	1.33494163	0.04238388	0.18189545
s_b	0.155	Reset all	Calculate		

Gambar 13.10 Pengujian Sobel untuk Pengaruh Kemudahan pada Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan kedua *Output* dari pengujian sobel dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Nilai sig. pada uji sobel untuk mediasi kepercayaan terhadap keputusan pembelian sebesar 0,133 (lebih dari 0,05). Hasil pengujian tersebut menghasilkan keputusan gagal tolak H_0, artinya minat beli tidak memediasi pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian, sehingga hipotesis keenam pada studi kasus ini ditolak.
2. Nilai sig. pada uji sobel untuk mediasi kemudahan terhadap keputusan pembelian sebesar 0,221 (lebih dari 0,05). Hasil pengujian tersebut menghasilkan keputusan gagal tolak H_0, artinya minat beli tidak memediasi pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian, sehingga hipotesis ketujuh pada studi kasus ini ditolak.

Sehingga koefisien yang dihasilkan dari setiap pemodelan adalah sebagai berikut:



Gambar 13.11 Nilai Koefisien

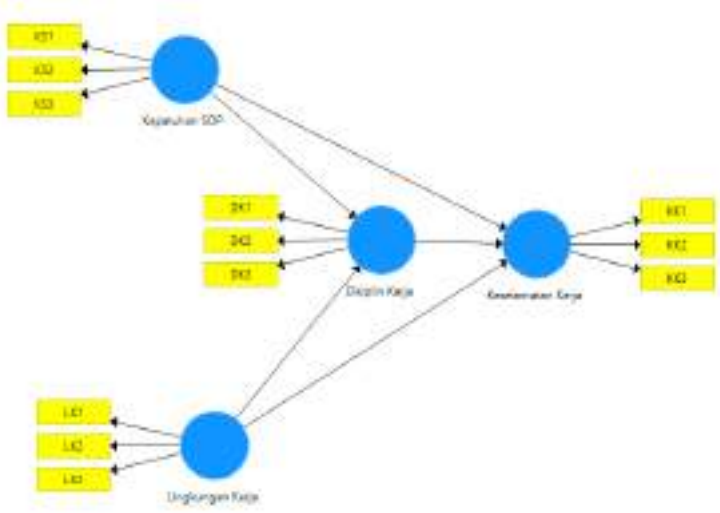
13.3 LATIHAN

Tabel di bawah ini merupakan faktor-faktor yang diduga berpengaruh terhadap kinerja karyawan (Y). Variabel kepuasan kerja (X_1) dan prestasi kerja (X_2) merupakan variabel independen yang diukur masing masing menggunakan 3 indikator. Karyawan yang diambil sebagai sampel sebanyak 39 orang. Komitmen organisasi (Z) diduga merupakan variabel intervening yang dipengaruhi oleh kepuasan kerja ataupun prestasi kerja, dan juga memberikan pengaruh terhadap kinerja karyawan. Lakukan analisis regresi untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh langsung maupun tak langsung terhadap kinerja karyawan! Lakukan juga uji validitas dan reliabilitas!

No	X11	X12	X13	X21	X22	X23	Z1	Z2	Z3	Y1	Y2	Y3
1	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
2	4	3	4	4	5	4	3	5	5	3	4	4
3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3
.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
12	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3

13.4 ANALISIS REGRESI DENGAN VARIABEL INTERVENING MENGGUNAKAN SMART-PLS

Pada bab 8 dijelaskan cara mengolah dan menganalisis regresi linier berganda untuk data survey. Pada tahapan olah data terdapat uji validitas dan reliabilitas secara terpisah dengan analisis regresi linier berganda. Ada suatu metode yang menganalisis secara serentak hubungan antara indikator terhadap variabel dan hubungan satu variabel dengan variabel lainnya, metode tersebut yaitu adalah Struktural Equation Modelling (SEM). SEM terdiri dari dua analisis yaitu Confirmatory Factor Analysis (CFA) dan path analysis. Untuk path analysis menganalisis jalur antara satu variabel dengan variabel lainnya. Apabila pada path analysis terdapat variabel intervening maka path analysis tersebut sama dengan regresi dengan variabel intervening. Sebagai contoh diberikan sebuah study kasus dengan judul "Pengaruh Kepatuhan SOP dan Lingkungan Kerja Terhadap Keselamatan Kerja Karyawan dengan Disiplin Kerja Sebagai Variabel Intervening di Perusahaan X". Study kasus tersebut menggunakan data survey dan menggunakan data sebanyak 85 responden. Setiap variabel terdiri dari beberapa indikator. Adapun kerangka konseptual pada study kasus tersebut yaitu:



Gambar 13.12 Kerangka Konseptual Penelitian

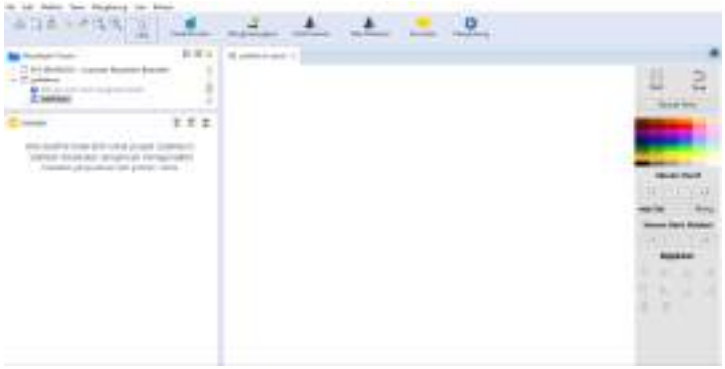
Adapun hipotesis penelitian berdasarkan Gambar 13.12 yaitu sebagai berikut:

- H1: Disiplin kerja berpengaruh signifikan dan positif terhadap keselamatan kerja.
- H2: Kepatuhan SOP berpengaruh signifikan dan positif terhadap disiplin kerja.
- H3: Kepatuhan SOP berpengaruh signifikan dan positif terhadap keselamatan kerja.
- H4: Lingkungan kerja berpengaruh signifikan dan positif terhadap disiplin kerja.
- H5: Lingkungan kerja berpengaruh signifikan dan positif terhadap keselamatan kerja.
- H6: Disiplin kerja mampu memediasi pengaruh kepatuhan SOP terhadap keselamatan kerja.
- H7: Disiplin kerja mampu memediasi pengaruh lingkungan kerja terhadap keselamatan kerja.

Tabel 13.14 Data Penelitian

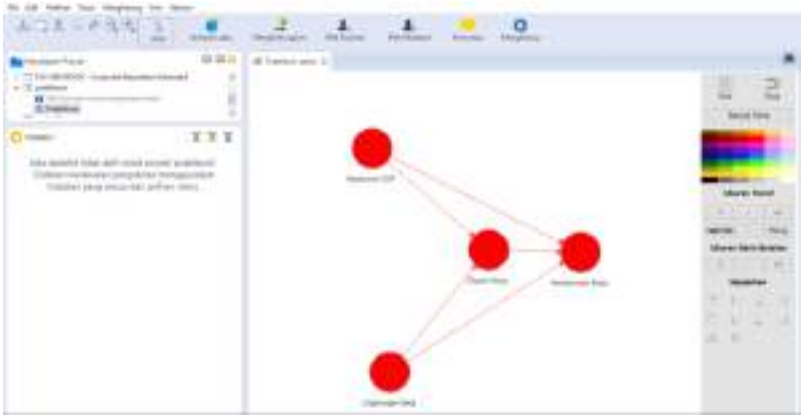
No	KS1	KS2	KS3	LK1	LK2	LK3	DK1	DK2	DK3	KK1	KK2	KK3
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
2	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4
.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
85	2	2	2	4	3	4	4	3	5	4	5	4

Untuk tahapan olah data menggunakan Smart-PLS dimulai dengan membuka software tersebut. Buatlah variabel laten pada lembar kerja Smart-PLS, klik proyek baru > beri nama “praktikum” dan pilih “OK”. Klik dua kali file praktikum pada folder praktikum.



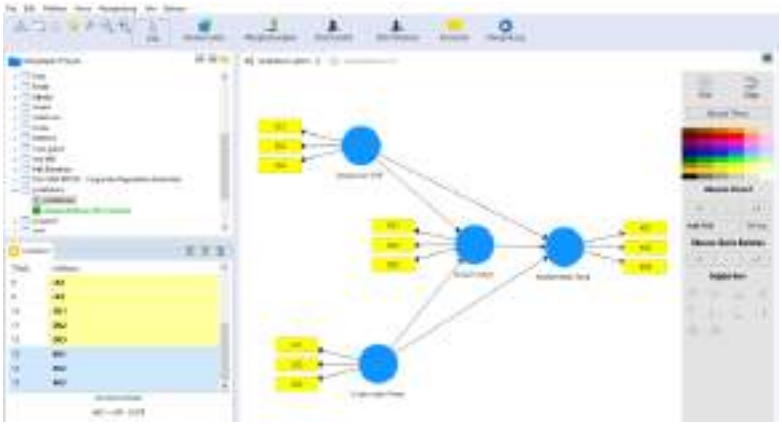
Gambar 13.13 Lembar kerja Smart-PLS

Buat kerangka konseptual penelitian pada lembar kerja Smart-PLS, dengan klik variabel laten untuk membuat bulat warna biru. Buat bulat warna biru sebanyak empat dan sambungkan garis panah dengan klik menghubungkan. Untuk membuat garis panah disesuaikan dengan kerangka konseptual pada penelitian. Beri nama masing-masing variabel laten. Adapun langkah-langkah untuk pemberian nama dengan cara: klik kanan dan pilih mengubah nama. Beri nama sesuai dengan masing-masing variabel. Gambar yang terbentuk disajikan pada Gambar 13.14.



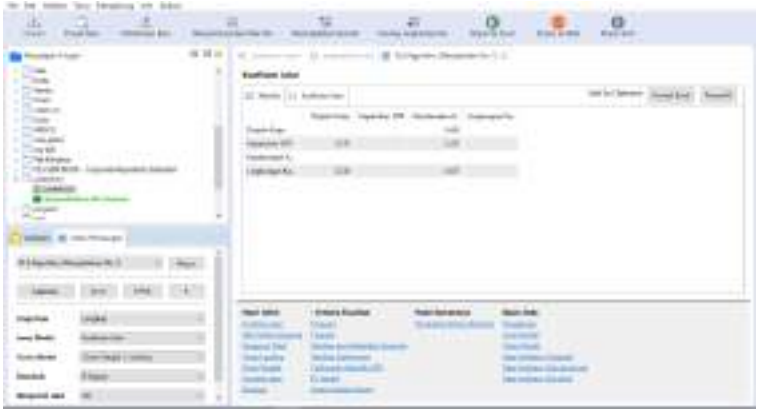
Gambar 13.14 Kerangka Konseptual Penelitian yang Dibuat pada Smart-PLS

Setelah kerangka konseptual terbentuk, langkah selanjutnya yaitu meimport data. Simpan data dalam format CSV dan import data tesebut ke Smart-PLS. Klik dua kali untuk mengimport data! pada Smart-PLS > cari repository dimana file tersebut disimpan > pilih file yang akan dibuka > open > OK. Pada menu indikator, drag and drop masing-masing indikator ke variabelnya.



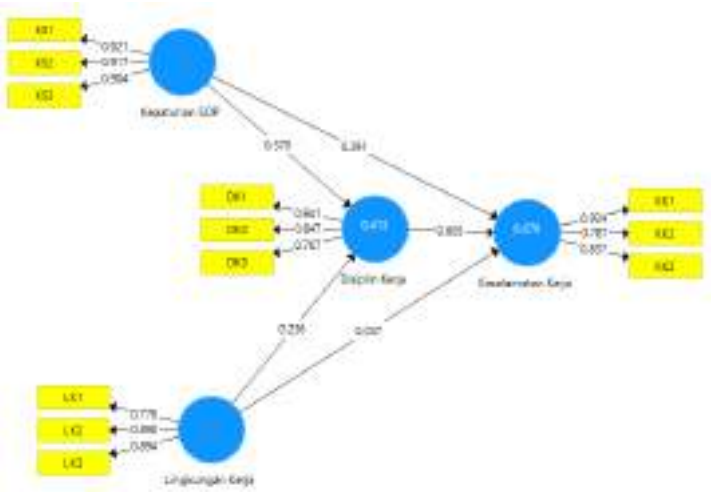
Gambar 13.15 Kerangka Konseptual Penelitian Sudah Siap Diolah

Untuk mendapatkan *Output* PLS, klik menghitung > algoritma PLS > Mulai perhitungan. Setelah diklik maka akan muncul tampilan menu-menu *Output* pada Smart-PLS.



Gambar 13.16 *Output* PLS

Pilih sheet praktikum.splsm untuk menampilkan Gambar struktural dengan angka-angka pengaruh indikator ke variabel dan variabel ke variabel lainnya.



Gambar 13.17 Gambar Struktural Penelitian

Pada Gambar 13.17 dan Tabel 13.15 dapat dilihat bahwa nilai *outer loading* sudah lebih dari 0,6, sehingga semua indikator atau item kuesioner valid dan signifikan dalam membentuk variabel latennya masing-masing. Tabel 13.15 diperoleh dari *Output* PLS pada menu Outer Loading.

Tabel 13.15 Outer Loading

	Disiplin Kerja	Kepatuhan SOP	Keselamatan Kerja	Lingkungan Kerja
DK1	**0.941**			
DK2	**0.847**			
DK3	**0.767**			
KK1			**0.924**	
KK2			**0.787**	
KK3			**0.837**	
KS1		**0.921**		
KS2		**0.917**		
KS3		**0.904**		
LK1				**0.778**
LK2				**0.898**
LK3				**0.894**

Metode lain yang digunakan untuk memeriksa nilai validitas konvergen, adalah dengan melakukan evaluasi *Average Variance Extracted* (AVE) dari setiap variabel laten. Nilai AVE diharapkan ≥ 0,5 untuk dapat memastikan bahwa tiap variabel memiliki parameter validitas konvergen yang layak digunakan. Untuk mendapatkan nilai AVE pilih menu validitas dan reliabilitas konstruk pada menu *Output* PLS.

Tabel 13.16 Validitas dan Reliabilitas Konstruk

	Cronbach's Alpha	rho_A	Reliabilitas Komposit	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
Disiplin Kerja	**0.814**	**0.866**	**0.890**	**0.730**
Kepatuhan SOP	**0.902**	**0.904**	**0.938**	**0.836**
Keselamatan Kerja	**0.810**	**0.852**	**0.887**	**0.725**
Lingkungan Kerja	**0.827**	**0.885**	**0.893**	**0.737**

Untuk nilai AVE semua variabel sudah memenuhi yaitu lebih dari 0,5. Sehingga data sudah memenuhi kondisi validitas konvergen. Langkah selanjutnya yaitu mengevaluasi validitas diskriminan. Klik validitas diskriminan pilih *Cross Loading*. Berdasarkan hasil analisis yang ditunjukkan oleh, nilai *Cross Loading* masing – masing indikator terhadap variabelnya masing – masing menunjukkan nilai yang lebih besar jika dibandingkan nilai *Cross Loading* indikator tersebut terhadap variabel lainnya yang ada dalam model. Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator berkorelasi lebih tinggi dengan variabel latennya masing-masing dibandingkan dengan variabel laten lainnya sehingga dapat dikatakan memiliki validitas diskriminan yang baik.

Tabel 13.17 *Cross Loading*

	Disiplin Kerja	**Kepatuhan SOP**	**Keselamatan Kerja**	**Lingkungan Kerja**
DK1	0.941	0.601	0.823	0.341
DK2	0.847	0.506	0.624	0.270
DK3	0.767	0.402	0.538	0.134
KK1	0.807	0.674	0.924	0.328
KK2	0.592	0.356	0.787	0.186
KK3	0.589	0.606	0.837	0.112
KS1	0.551	0.921	0.619	0.113
KS2	0.549	0.917	0.640	0.125
KS3	0.542	0.904	0.539	0.093
LK1	0.172	0.030	0.131	0.778
LK2	0.287	0.121	0.210	0.898
LK3	0.296	0.133	0.284	0.894

Langkah selanjutnya dalam evaluasi model pengukuran adalah dengan melakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas dalam PLS dapat menggunakan metode *composite reliability* dan *cronbach's alpha*. Pada Tabel 13.18 diperoleh bahwa nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha* untuk semua variabel sudah lebih dari 0,7. Hal ini menunjukkan bahwa tiap – tiap indikator dapat dikatakan reliabel dan memiliki akurasi, konsistensi, serta ketepatan dalam mengukur variabel latennya.

Evaluasi berikutnya adalah evaluasi model struktural yang dilakukan untuk melihat hubungan antar variabel laten. Analisis model struktural dapat dilakukan dengan menggunakan koefisien determinasi dan prediction relevance. Klik R-square pada kriteria kualitas (*Output* PLS).

Tabel 13.18 R Square

	R Square	**Adjusted R Square**
Disiplin Kerja	0.413	0.399
Keselamatan Kerja	0.679	0.667

Nilai R-Square pada disiplin kerja menunjukan bahwa kepatuhan SOP dan linkungan kerja dapat menjelaskan disiplin kerja sebesar 41,3% dan sisanya yaitu 58,7% dijelaskan oleh variabel lainnya. Nilai R-Square pada keselamatan kerja menunjukan bahwa kepatuhan SOP linkungan kerja, dan disiplin kerja dapat menjelaskan keselamatan kerja sebesar 67,9% dan sisanya yaitu 32,1% dijelaskan oleh variabel lainnya. Nilai prediction relevance didapatkan melalui:

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2)(1 - R_2^2) \dots (1 - R_p^2)$$

Diperoleh bahwa Nilai *prediction relevance* sebesar 0,81 (0,81 > 0), nilai tersebut menunjukkan variabel laten eksogen memiliki kemampuan prediksi model yang baik, dengan kata lain variabel laten eksogen mampu menerangkan variabel endogen dalam model.

Berdasarkan evaluasi hasil *Output* PLS, diperoleh kesimpulan bahwa data sudah memenuhi validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabel. Untuk pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan langkah-langkah yaitu klik menghitung > boostrapping > mulai perhitungan. Setelah muncul *Output* boostrapping, pilih menu koefisien jalur.

Gambar 13.18 *Output* Boostrapping

Setelah diklik menu koefisien jalur maka diperoleh tampilan tabel sebagai berikut ini:

Tabel 13.19 Uji Pengaruh Langsung

	Sampel Asli (O)	**Rata-rata Sampel (M)**	**Standar Deviasi (STDEV)**	**T Statistik (| O/STDEV |)**	**P Values**
Disiplin Kerja -> Keselamatan Kerja	0.605	0.593	0.120	5.025	**0.000**
Kepatuhan SOP -> Disiplin Kerja	0.570	0.563	0.106	5.396	**0.000**
Kepatuhan SOP -> Keselamatan Kerja	0.291	0.299	0.139	2.092	**0.037**
Lingkungan Kerja -> Disiplin Kerja	0.236	0.249	0.116	2.031	**0.043**
Lingkungan Kerja -> Keselamatan Kerja	0.037	0.041	0.057	0.652	**0.514**

Berdasarkan hasil uji pada Tabel 13.19 diperoleh kesimpulan bahwa:

- Nilai p-value pada variabel disiplin kerja yaitu sebesar 0,000 (kurang dari 0,05). Hasil pengujian tersebut menunjukan bahwa disiplin kerja berpengaruh signifikan terhadap keselamatan kerja. Nilai koefisien dari disiplin kerja yaitu sebesar 0,605, berarti disiplin kerja memiliki hubungan positif terhadap keselamatan kerja. Apabila disiplin kerja naik satu satuan, maka keselamatan kerja akan naik sebesar 0,605 satuan. Apabila disiplin kerja turun satu satuan, maka keselamatan kerja akan turun sebesar 0,605 satuan. Hasil pengujian dan besar koefisien keselamatan kerja menunjukan bahwa disiplin kerja berpengaruh signifikan dan positif terhadap keselamatan kerja, sehingga hipotesis "H1: disiplin kerja berpengaruh signifikan dan positif terhadap keselamatan kerja" dapat diterima.
- Nilai sig. pada variabel kepatuhan SOP yaitu sebesar 0,000 (kurang dari 0,05). Hasil pengujian tersebut menunjukan bahwa kepatuhan SOP berpengaruh signifikan terhadap disiplin kerja. Nilai koefisien dari kepatuhan sop yaitu sebesar 0,570, berarti kepatuhan SOP memiliki hubungan positif terhadap disiplin kerja. Apabila kepatuhan SOP naik satu satuan, maka disiplin kerja akan naik sebesar 0,570 satuan. Apabila kepatuhan SOP turun satu satuan, maka disiplin kerja akan turun sebesar 0,570 satuan. Hasil pengujian dan besar koefisien kepatuhan SOP menunjukan

bahwa kepatuhan SOP berpengaruh signifikan dan positif terhadap disiplin kerja, sehingga hipotesis "H2: Kepatuhan SOP berpengaruh signifikan dan positif terhadap disiplin kerja" dapat diterima.

- Nilai sig. pada variabel kepatuhan SOP yaitu sebesar 0,000 (kurang dari 0,05). Hasil pengujian tersebut menunjukan bahwa kepatuhan SOP berpengaruh signifikan terhadap keselamatan kerja. Nilai koefisien dari kepatuhan SOP yaitu sebesar 0,291, berarti kepatuhan SOP memiliki hubungan positif terhadap keselamatan kerja. Apabila kepatuhan SOP naik satu satuan, maka keselamatan kerja akan naik sebesar 0,291 satuan. Apabila kepatuhan SOP turun satu satuan, maka keselamatan kerja akan turun sebesar 0,291 satuan. Hasil pengujian dan besar koefisien kepatuhan SOP menunjukan bahwa kepatuhan SOP berpengaruh signifikan dan positif terhadap keselamatan kerja, sehingga hipotesis "H3: Kepatuhan SOP berpengaruh signifikan dan positif terhadap keselamatan kerja" dapat diterima.
- Nilai sig. pada variabel lingkungan kerja yaitu sebesar 0,000 (kurang dari 0,05). Hasil pengujian tersebut menunjukan bahwa lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap disiplin kerja. Nilai koefisien dari lingkungan kerja yaitu sebesar 0,236, berarti lingkungan kerja memiliki hubungan positif terhadap disiplin kerja. Apabila lingkungan kerja naik satu satuan, maka disiplin kerja akan naik sebesar 0,236 satuan. Apabila lingkungan kerja turun satu satuan, maka disiplin kerja akan turun sebesar 0,236 satuan. Hasil pengujian dan besar koefisien lingkungan kerja menunjukan bahwa lingkungan kerja berpengaruh signifikan dan positif terhadap disiplin kerja, sehingga hipotesis "H4: Lingkungan kerja berpengaruh signifikan dan positif terhadap disiplin kerja" dapat diterima.
- Nilai sig. pada variabel lingkungan kerja yaitu sebesar 0,514 (lebih dari 0,05). Hasil pengujian tersebut menunjukan bahwa lingkungan kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap keselamatan kerja. Sehingga "H5: Lingkungan kerja berpengaruh signifikan dan positif terhadap keselamatan kerja" tidak bisa diterima.

Selanjutnya yaitu analisa uji tidak langsung bisa klik efek tidak langsung spesifik pada menu *Output* boostrapping.

Tabel 13.20 Uji Pengaruh Tidak Langsung

	Sampel Asli (O)	**Rata-rata Sampel (M)**	**Standar Deviasi (STDEV)**	**T Statistik (| O/STDEV |)**	**P Values**
Kepatuhan SOP -> Disiplin Kerja -> Keselamatan Kerja	0.345	0.335	0.094	3.663	**0.000**
Lingkungan Kerja -> Disiplin Kerja -> Keselamatan Kerja	0.143	0.147	0.075	1.910	**0.057**

Berdasarkan hasil uji pada Tabel 13.20 diperoleh kesimpulan bahwa:

- Nilai p-value pada variabel Kepatuhan SOP > Disiplin Kerja > Keselamatan Kerja yaitu sebesar 0,000 (kurang dari 0,05). Hasil pengujian tersebut menunjukan bahwa disiplin kerja mampu memediasi pengaruh kepatuhan SOP terhadap keselamatan kerja. Sehingga "H6: Disiplin kerja mampu memediasi pengaruh kepatuhan SOP terhadap keselamatan kerja" dapat diterima.
- Nilai p-value pada variabel Lingkungan Kerja > Disiplin Kerja > Keselamatan Kerja yaitu sebesar 0,057 (lebih dari 0,05). Hasil pengujian tersebut menunjukan bahwa disiplin kerja tidak mampu memediasi pengaruh lingkungan kerja terhadap keselamatan kerja. Sehingga "H7: Disiplin kerja mampu memediasi pengaruh lingkungan kerja terhadap keselamatan kerja" tidak bisa diterima.

DAFTAR PUSTAKA

Agresti, Alan. 2002. *Categorical Data Analysis*. New York: Inc. John Wiley and Sons.

Daniel, W.W. 1989. *Statistika Non Parametrik Terapan*. Jakarta: PT Gramedia.

Draper, N.R., & Smith, H. 1998. *Applied Regression Analysis*. New York: John Wiley and sons.

Hair, Joseph F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. 2016. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Second Edition (2 ed.).* Los Angeles: Sage.

Montgomery, D.C., Peck, E.A., & Vining, G.G. 1992. *Introduction to Linear Regression Analysis*. Toronto: John Wiley & Sons.

Sudjana. 2006. *Metode Statistik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Walpole, Ronald E., Raymond H Myers. 1995 *Ilmu Peluang Dan Statistika untuk Insinyur dan Ilmuawan*, edisi ke-4. Bandung : Penerbit ITB.

Wei, W.W.S. 2006. *Time Series Analysis: Univariate and Multivariate Methods Second Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

SINOPSIS PENULIS

Muktar Redy Susila, S.Si. M.Si., penulis memiliki latar belakang Statistika. Penulis merupakan lulusan S1 dan S2 Statistika dari Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya. Pengalaman penulis di dunia kerja yaitu PT Pertamina (Persero) sebagai peserta magang, PT Walden Global Service sebagai Data Scientist, PT Asuransi Sinarmas sebagai Actuary, PT Asuransi Jiwasraya (Persero) sebagai Research and Development/ Actuary, Kementerian PUPR sebagai Statistics Expert dan STIESIA Surabaya sebagai Lecturer dan Statistician.

Nama lengkap penulis adalah Fastha Aulia Pradhani. Lahir di Bojonegoro pada tanggal 29 April. Penulis menamatkan pendidikan terakhirnya di Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya untuk mendapatkan gelar sarjana serta magisternya pada jurusan statistika. Saat ini penulis menjadi dosen tetap admin di Sekolah Tinggi ILmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Dr. Triyonowati, M.Si., penulis adalah dosen STIESIA Surabaya. Saat ini penulis menjabat sebagai Wakil Ketua III STIESIA Surabaya.

Dr. Suwitho, M.Si., Menyelesaikan Pendidikan S1 pada Jurusan Administrasi Niaga, FIA Universitas Brawijaya Malang tahun 1988, lulus S2 Ilmu Manajemen FEB Universitas Airlangga Surabaya tahun 1997 dan lulus S3 Ilmu Manajemen FEB Universitas Brawijaya Malang, tahun 2011. Pengalaman mengajar pada jenjang S1 Prodi Manajemen dan S1 Prodi Akuntansi sejak tahun 1998, jenjang S2 Prodi Magister Manajemen sejak tahun 2010 dan jenjang S3 Program Doktor Ilmu Manajemen (PDIM) sejak tahun 2012 sampai sekarang. Semuanya pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Saat ini, penulis menjabat sebagai Ketua Program Studi S1 Manajemen

Dewi Maryam, S.E., M.M., penulis adalah dosen STIESIA Surabaya. Saat ini penulis menjabat sebagai Kepala Bagian Kemahasiswaan STIESIA Surabaya.

Editor : Harini Fajar Ningrum, M.M.

PENGANTAR
ILMU ADMINISTRASI BISNIS

Dr. Hesti Maheswari
Dr. Hari Nugroho, S.E., M.M., M.S.E.
Ing. Aprilianto Amir, S.IP.
Reni Febrina, S.E., M.M.
Dr. Triyonowati, M.Si.
Dr. Sri Suwarsi, S.E., M.Si., CGA., CHCM.
Dr. Suwitho, M.Si.
Acai Sudirman, S.E., M.M.
Dr. Sri Sarjana
Dr. (Cand.) Yuan Badrianto, S.Psi, M.M., M.Pd.

BOOK CHAPTER

PENGANTAR ILMU ADMINISTRASI BISNIS

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

i Penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;

ii Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;

iii Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan

iv Penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

PENGANTAR ILMU ADMINISTRASI BISNIS

Dr. Hesti Maheswari
Dr. Hari Nugroho, S.E., M.M., M.S.E.
Ing. Aprilianto Amir, S.IP.
Reni Febrina, S.E., M.M.
Dr. Triyonowati, M.Si.
Dr. Sri Suwarsi, S.E., M.Si., CGA., CHCM.
Dr. Suwitho, M.Si.
Acai Sudirman, S.E., M.M.
Dr. Sri Sarjana
Dr. (Cand.) Yuan Badrianto, S.Psi, M.M., M.Pd.

Editor:
Harini Fajar Ningrum, M.M.

Penerbit

CV. MEDIA SAINS INDONESIA
Melong Asih Regency B40 - Cijerah
Kota Bandung - Jawa Barat
www.penerbit.medsan.co.id

Anggota IKAPI
No. 370/JBA/2020

PENGANTAR ILMU ADMINISTRASI BISNIS

Dr. Hesti Maheswari
Dr. Hari Nugroho, S.E., M.M., M.S.E.
Ing. Aprilianto Amir, S.IP.
Reni Febrina, S.E., M.M.
Dr. Triyonowati, M.Si.
Dr. Sri Suwarsi, S.E., M.Si., CGA., CHCM.
Dr. Suwitho, M.Si.
Acai Sudirman, S.E., M.M.
Dr. Sri Sarjana
Dr. (Cand.) Yuan Badrianto, S.Psi, M.M., M.Pd.

Editor :
Harini Fajar Ningrum, M.M.

Tata Letak :
Mega Restiana Zendrato

Desain Cover :
Syahrul Nugraha

Ukuran :
A5 Unesco: 15,5 x 23 cm

Halaman :
vi, 204

ISBN :
978-623-362-583-8

Terbit Pada :
Juli 2022

Hak Cipta 2022 @ Media Sains Indonesia dan Penulis

Hak cipta dilindungi Undang-Undang. Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit atau Penulis.

PENERBIT MEDIA SAINS INDONESIA
(CV. MEDIA SAINS INDONESIA)
Melong Asih Regency B40 - Cijerah
Kota Bandung - Jawa Barat
www.penerbit.medsan.co.id

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan YME, karena atas limpahan ramah dan karunia-Nya, sehingga buku ini selesai disusun dan berhasil diterbitkan. Kehadiran Buku Pengantar Ilmu Administrasi Bisnis ini disusun oleh para akademisi dan praktisi dalam bentuk buku kolaborasi. Walaupun masih jauh dari kesempurnaan, tetapi kami mengharapkan buku ini dapat menjadi referensi atau bahan bacaan dalam menambah khasanah keilmuan khususnya mengenai Pengantar Ilmu Administrasi Bisnis.

Sistematika penulisan buku ini diuraikan dalam sepuluh bab yang memuat tentang Konsep Ilmu Administrasi, Hubungan Ilmu Administrasi Bisnis dengan Ilmu-Ilmu Lainnya, Pengertian, Tujuan dan Fungsi Bisnis, Hubungan Bisnis dengan Politik, Perekonomian, dan Pemerintah, Organisasi Bisnis dan Bentuk-Bentuk Perusahaan, Kegiatan Bisnis dan Lingkungannya, Kepemimpinan dan Pengambilan Keputusan, Konsep Kewirausahaan, Etika Bisnis, dan bab terakhir yaitu Tanggungjawab Sosial Perusahaan (CSR).

Ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada seluruh pihak yang telah memberikan kontribusi dalam seluruh rangkaian penyusunan sampai penerbitan buku ini. Secara khusus, terima kasih kepada Media Sains Indonesia sebagai inisiator book chapter ini. Buku ini tentunya masih banyak kekurangan dan keterbatasan, saran dari pembaca sekalian sangat berarti demi perbaikan karya selanjutnya. Akhir kata, semoga buku ini bermanfaat bagi para pembaca.

Juni, 2022

Editor.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....i
DAFTAR ISI.....iii
1 KONSEP ILMU ADMINISTRASI 1
Pengertian Administrasi dalam Bisnis.....1
Unsur-Unsur Administrasi.....4
Ruang Lingkup Kegiatan Administrasi Bisnis 7
Asas Administrasi 9
Fungsi Administrasi.....10
Tujuan Administrasi 12
2 HUBUNGAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS DENGAN ILMU-ILMU LAINNYA.....17
Pendahuluan 17
Hubungan Ilmu Administrasi dengan Ilmu Antropologi.....19
Hubungan Ilmu Administrasi dengan Ilmu Ekonomi.....20
Hubungan Ilmu Administrasi dengan Ilmu Hukum.....22
Hubungan Ilmu Administrasi dengan Ilmu Sejarah.....26
Hubungan Ilmu Administrasi dengan Ilmu Agama 27
Hubungan Ilmu Administrasi dengan Ilmu Politik.....29
Hubungan Ilmu Administrasi dengan Ilmu Seni.....31

Hubungan Ilmu Administrasi
dengan Ilmu Psikologi 31

Hubungan Ilmu Administrasi
dengan Ilmu Sosiologi 34

Hubungan Ilmu Administrasi
dengan Ilmu Eksak 36

3 PENGERTIAN, TUJUAN, DAN FUNGSI BISNIS 41

Pengertian Bisnis 41

Tujuan Bisnis 46

Fungsi Bisnis 50

4 HUBUNGAN BISNIS DENGAN POLITIK,
PEREKONOMIAN, DAN PEMERINTAH 59

Pendahuluan 59

Hubungan Bisnis dengan Politik 60

Hubungan Bisnis dengan Perekonomian 66

Hubungan Bisnis dengan Pemerintah 68

5 ORGANISASI BISNIS
DAN BENTUK-BENTUK PERUSAHAAN 75

Peranan Organisasi Bisnis 75

Organisasi Bisinis dan Lingkungan Eksternal 77

Bentuk-Bentuk Perusahaan/Perusahaan 84

Jenis Kepemilikan Organisasi/Bentuk Usaha
untuk Tujuan Khusus 93

Pertumbuhan Perusahaan 97

6 KEGIATAN BISNIS DAN LINGKUNGANNYA 101

Pendahuluan 101

Bisnis 104

Bisnis Sektor Jasa 107
Kegiatan Bisnis 110
Manajemen Bisnis 116
Fungsi Operasional Bisnis 119
Lingkungan Bisnis
dan Unsur-Unsur Lingkungan Bisnis 120
7 KEPEMIMPINAN
DAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN 129
Pendahuluan 129
Kepemimpinan 131
Gaya Kepemimpinan 135
Pengambilan Keputusan 141
Jenis Pengambilan Keputusan 142
Tahap Pengambilan Keputusan 143
Tipe Pengambilan Keputusan 144
8 KONSEP KEWIRAUSAHAAN 151
Pendahuluan 151
Konsep Membangun Jiwa Kreatif-Inovatif 153
Proses Perencanaan Pemasaran UMKM 156
Motif Berwirausaha 159
Konsep Membangun Usaha Baru 161
9 ETIKA BISNIS 171
Konsep Etika Bisnis 171
Perilaku Etis dalam Bisnis 177
Etika dalam Keberlanjutan Bisnis 180

10 TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (CSR) 189

Jenis-Jenis Tanggung Jawab Sosial Perusahaan 190

Fungsi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) 192

Manfaat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) 195

Unsur-Unsur Penting dalam Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) 199

1

KONSEP ILMU ADMINISTRASI

Dr. Hesti Maheswari

Universitas Prasetiya Mulya

Pengertian Administrasi dalam Bisnis

Dalam sebuah bisnis, administrasi memegang peranan yang sangat penting. Walaupun kegiatan administrasi merupakan kagitan teknik ketatausahaan (clerical work), namun kegiatan ini adalah urat nadi sebuah perusahaan, sehingga pencatatan seluruh aktivitas pada setiap fungsi bisnis harus dilakukan dengan baik, teratur, dan terus-menerus. Sistem administrasi yang baik meningkatkan kinerja bisnis secara signifikan (Williamson, 2005). Perusahaan akan menggunakan dokumen administrasi untuk membuat keputusan (Bean, 2014). Pengertian adminitrasi yang digunakan di Indonesia sangat beragam. Banyaknya definisi adminitrasi yang berlaku di Indonesia, namun The Liang Gie pada tahun 1978 mengelompokkannya ke dalam tiga kategori (Gie, 1978), yaitu:

1. Administrasi berdasarkan proses atau kegiatan
    a. Ketatalaksanaan suatu proses kerja pada sebuah perusahaan atau antara dua dan lebih organisasi untuk mencapai tujuan yang telah disepakati yang dilakukan setiap hari oleh petugas khusus.
    b. Sebuah proses penyelenggaraan dan pengurusan kegiatan yang dilakukan oleh beberapa orang

untuk mencapai suatu tujuan dan di dokumentasikan dengan baik.

2. Administrasi berdasarkan pengertian tata usaha
    a. Dalam arti sempit, administrasi berarti sistem pencatatan yang dilakukan secara teratur dan sistematis dalam rangka mendokumentasi kegiatan organisasi.
    b. Administrasi adalah sebuah alat yang digunakan untuk memperlancar kegiatan bisnis dalam melakukan hubungan, persetujuan, atau perjanjian dengan pihak lain (Maheswari, Yudoko, Adhiutama, & Agustina, 2020).
    c. Kegiatan yang bertujuan untuk mengatur segala sesuatu pekerjaan yang berhubungan dengan tulis-menulis, surat-menyurat dan mencatat setiap kejadian yang terjadi di dalam organisasi.
3. Administrasi berdasarkan pengertian pemerintah
    a. Tata laksana, pengambilan keputusan, implementasi tindakan yang dilakukan oleh pejabat pemerintah yang dicatatkan sebagai dokumen negara.
    b. Kegiatan melayani masyarakat dan mendokumentasikannya, yang dilakukan oleh pejabat pemerintah.

Administrasi memiliki beberapa ciri, yaitu:

1. Adanya kelompok manusia dua orang atau lebih yang berinteraksi
2. Interaksi kelompok manusia mempunyai tujuan yang sama
3. Kelompok manusia ini melakukan kerja sama

4. Untuk mencapai tujuan yang ditetapkan akan dilakukan proses dan usaha-usaha bersama
5. Menentukan proses kepemimpinan dan pengawasan

Dari beberapa pengertian dan ciri administrasi diatas, administrasi didefinisikan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh dua orang atau lebih yang meliputi kegiatan korespondensi, kesekretariatan, pembuatan laporan, dan pendokumentasian untuk mencapai tujuan tertentu dengan menggunakan sarana dan prasarana tertentu.

Kegiatan administrasi adalah kegiatan yang rasional dan koperatif (Yusuf, 2015). Suatu kegiatan atau tindakan dikatakan rasional jika kegiatan atau tindakan tersebut dilakukan dengan hati-hati dan meminimalisir kesalahan agar suatu tujuan dapat tercapai dengan cara yang efektif dan efisien. Proses administrasi diperlukan pada saat lebih dari satu orang bekerja sama yang menimbulkan kebutuhan bertukar informasi, membuat aturan dan pembagian kerja. Kerjasama antara dua orang atau lebih akan meningkatkan kompleksitas kerja yang tentunya akan memerlukan pencatatan yang teratur.

Istilah administrasi digunakan secara luas dan umum. Pada skala kecil, misalnya usaha perorangan yang dilakukan secara daring, administrasi juga sangat dibutuhkan misalnya untuk mencatat penjualan atau transaksi perhari, mencatat hutang dan piutang, dan mencatat pengeluaran atau biaya yang harus dibayarkan. Hasil pencatatan ini harus didokumentasi dengan baik, sehingga jika data tersebut dibutuhkan dapat diperoleh dengan mudah.

Unsur-Unsur Administrasi

Dalam mencapai tujuan, sebuah bisnis atau organisasi lainnya harus bekerja sama. Dengan bekerja sama, tujuan dapat dicapai dengan cara efektif dan proses yang efisien. Pada saat memutuskan bekerja sama dengan pihak lain, maka paling tidak terdapat dua orang yang saling berinteraksi, melakukan proses komunikasi untuk berbagi informasi, berada pada organisasinya masing-masing, mengelola sejumlah dana tertentu, melakukan proses pengadaan yang kemudian harus ditata, dan proses mengenalkan organisasi dengan linkungan masyarakat. Oleh karena itu, proses administrasi minimal meliputi tujuh unsur (Gie, 1992), yaitu:

1. Organisasi

   Organisasi adalah wadah dalam menjalankan aktivitas dan usaha-usaha pencapaian tujuan yang dilakukan dengan cara kerja sama. Dalam suatu kerja sama terdapat suatu proses penataan, pengaturan, dan pembagian kerja diantara dua atau beberapa pihak yang menimbulkan kebutuhan untuk bertukar informasi. Kedua belah pihak perlu menyusun bentuk dan pola usaha kerja sama yang harus di adminisir dan didokumentasikan. Selain itu, pembagian tugas termasuk hak masing-masing pihak, wewenang, reward dan punishment jika salah satu pihak melanggar.

2. Manajemen

   Unsur kedua dalam administrasi adalah manajemen. Dalam seluruh fungsi manajemen, kegiatan administrasi tidak akan pernah berhenti. Proses administrasi dilakukan pada saat fungsi manajemen diterapkan. Perencanaan suatu bisnis harus dicatatkan dan disebarluaskan kepada seluruh karyawan, dan simpan dengan baik. Proses

mengorganisir kegiatan bisnis, melakukan pengarahan, pengkoordinasian antar departemen, termasuk pengawasan dan perbaikan perlu dicatat dan disebarluaskan kepada seluruh karyawan dan didokumentasikan atau diarsipkan dengan baik agar mudah ditemukan jika diperlukan.

3. Komunikasi

   Pada saat melakukan kerja sama, kedua belah pihak akan melakukan rangkaian kegiatan secara bersama dan bertukar informasi yang harus didokumentasikan secara rapi dan tertata. Penyampaian informasi yang dikirimkan via email maupun menggunakan pos merupakan media komunikasi. Dengan demikian penataan penyampaian berita melalui media komunikasi tertentu merupakan unsur proses administrasi.

4. Informasi

   Unsur administrasi keempat adalah informasi. Komunikasi yang terjadi antara beberapa orang di dalam perusahaan dan dengan pihak-pihak diluar perusahaan akan menjadi informasi yang harus didokumentasi. Suatu data akan menjadi informasi apabila data tersebut telah diolah dan ditata melalui proses administrasi

5. Personalia

   Personalia adalah penggerak berjalannya roda perusahaan. Keberadaan personalia di perusahaan yang menyebabkan proses administrasi sangat dibutuhkan (Maheswari, Rizki, & Chandra, 2013). Orang-orang di dalam perusahaan saling bekerja sama, bertukar ide dan informasi yang semuanya harus dicatatkan. Tidak hanya itu, proses pencarian karyawan dengan membuka informasi lowongan

pekerjaan, seleksi, penerimaan, pengangkatan, penempatan, pengembangan, pemutasian, dan hingga pemberhentian karyawan memerlukan proses administrasi.

6. Finansial

   Proses administrasi juga diperlukan untuk kepentingan finansial. Rangkaian kegiatan penataan dan penyusunan anggaran, penentuan sumber dana, prosedur pencairan dan penggunaan dana, pembukuan, dan pertanggungjawaban tidak lepas dari proses administrasi yang sering disebut sebagai administrasi keuangan.

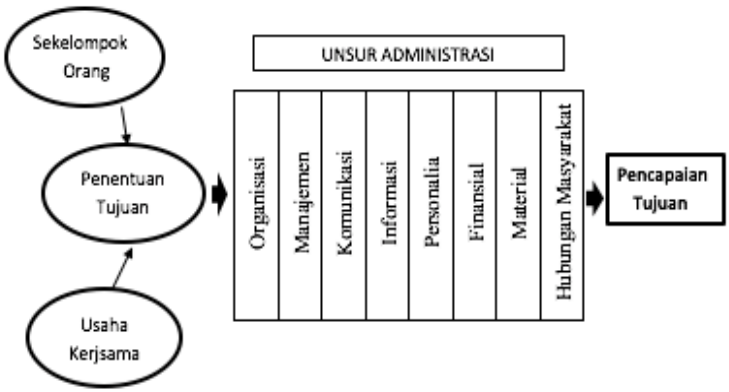
7. Material

   Pengadaan material, pengaturan penggunaan, penyimpanan, pemeliharaan, hingga proses membuang material-material tidak terpakai juga harus dicatatkan dengan baik dan rapi di departemen terkait pada sebuah perusahaan (Maheswari, 2008). Bahkan pencatatan bahan-bahan material tidak hanya sekedar jenis dan jumlah namun hingga tanggal penerimaan agar material tidak tertumpuk terlalu lama digudang, rusak, dan kadaluarsa sebelum dipakai.

8. Hubungan masyarakat

   Usaha-usaha mengenalkan kegiatan organisasi kepada lingkungan, pelaksaaan kegiatan *corporate social responsibility* (CSR), dan kegiatan meningkatkan kesejahteraan masyarakat membutuhkan pencatatan yang baik karena seringkali dokumentasi tentang kegiatan ini menjadi syarat mendapat sertifikasi tertentu.

The Liang Gie menggambarkan bagaimana keterkaitan ciri dan unsur-unsur administrasi yang digunakan dalam mencapai tujuan perusahaan seperti di bawah ini:



Gambar 1. Ciri dan Unsur Administrasi (Gie, 1978)

Ruang Lingkup Kegiatan Administrasi Bisnis

Kegiatan administrasi pada umumnya adalah kegiatan pelayanan dan kegiatan yang mendukung kegiatan utama. Lingkup kegiatan administrasi meliputi (Gie, 1992):

1. Menghimpun

   Kegiatan menghimpun yaitu kegiatan mencari, mengumpulkan, dan mentabulasi dalam rangka mengusahakan agar berbagai informasi yang tersebar dimana-mana tersajikan dengan baik dan siap untuk digunakan jika diperlukan.

2. Mencatat

   Merekam dan menuliskan suatu informasi dan keterangan yang diperlukan dengan baik sehingga dapat dibaca dan mudah dipahami bagi pihak yang membutuhkan

3. Mengelola

   Mengatur seluruh informasi dan keterangan yang diperoleh pada saat menghimpun, mengendalikan alur informasi yang dicatatkan, kemudian menyajikannya dalam bentuk yang lebih baik dan memberikan manfaat.

4. Mengirim

   Kegiatan memberikan informasi yang telah dicatatkan dalam bentuk dokumen tertentu untuk kebutuhan perusahaan itu atau untuk pihak lain di luar perusahaan

5. Menyimpan

   Kegiatan merekam informasi atau data dalam media penyimpanan dengan maksud menempatkan informasi atau data tersebut dalam tempat yang aman dan mudah ditemukan jika diperlukan

Dengan berkembangnya jaman dan teknologi, selain dalam bentuk surat, saat ini informasi dapat berupa panggilan telepon, pesanan pelanggan, faktur penjualan dan pembelian, laporan bisnis, dokumen pembayaran, dan berbagai kegiatan administrasi bisnis lainnya. Dimana semua kegiatan tersebut harus diterima, direkam, diatur, dikirimkan, dijaga agar tidak hilang, dan disimpan dengan cara yang tertib agar bisnis dapat berjalan dengan efektif dan efisien. Dengan kata lain, ruang lingkup kegiatan administrasi meliputi mengagendakan, memasukan data pada media penyimpanan tertentu, mengarsip, dan mendokumentasikan.

Asas Administrasi

Dasar berpikir (asas) diperlukannya proses administrasi adalah

1. Asas perencanaan

   Kegiatan yang dijalankan perusahaan seharusnya berangkat dari sebuah perencanaan. Perencanaan yang baik dapat dibuat jika pencatatan kegiatan dan data-data yang terlahir dari aktivitas perusahaan tersusun rapi.

2. Asas penyederhanaan

   Selain terdokumentasi dengan baik, data-data dan kegiatan perusahaan harus dibuat sesederhana mungkin dan menghindari penggandaan arsip yang berlebihan. Sering ditemukannya tumpang tindih pekerjaan mencerminkan sistem administrasi yang tidak baik. Semua data dan kegiatan pekerjaan yang tidak memberikan nilai tambah bagi bisnis harus dihapus termasuk pada sistem pencatatan itu sendiri.

3. Asas penggabungan

   Kegiatan-kegiatan yang memiliki persamaan atau berkaitan satu sama lain, sebaiknya digabung atau didekatkan. Beberapa ahli mengatakan bahwa asas penggabungan sejalan dengan asas penyederhanaan, karena kedua asas ini menyatakan bahwa sistem pencatatan harus dibuat ringkas yaitu dengan menggabungkan dokumen yang berkaitan dan sederhana sehingga tidak ditemukan tumpang tindih data dalam sistem arsip perusahaan.

Fungsi Administrasi

Administrasi hampir mempunyai fungsi yang sama dengan manajemen. Jika manejemen menekankan pada fungsi pelaksanaan, administrasi fokus pada fungsi pengambilan keputusan. Ilmu manajemen digunakan untuk memutuskan siapa yang harus melakukan suatu tugas dan bagaimana melakukan tugas tersebut. Sedangkan ilmu administrasi memutuskan tugas-tugas apa yang harus dilakukan dan kapan tugas-tugas tersebut harus dilakukan. Administrasi adalah perencanaan, pengendalian, dan pengorganisasian pekerjaan perkantoran, serta penggerakan mereka yang melakukannya agar mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Terry, 1977). Oleh karena itu, fungsi administrasi akan diuraikan secara umum dan secara khusus pada administrasi perkantoran. Fungsi-fungsi administrasi secara umum adalah sebagai berikut:

1. Perencanaan

   Menentukan, menyusun, merumuskan dan mencatat rencana-rencana bisnis yang didokumentasikan dengan media tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Proses fungsi administrasi dalam perencanaan dilakukan sebelum menentukan siapa yang membuat perencanaan dan bagaimana membuatnya (fungsi manajemen).

2. Pengorganisasian

   Fungsi administrasi dalam malakukan pengorganisasi adalah menentukan struktur dan prinsip-prinsip organisasi yang akan digunakan dalam menjalankan bisnis oleh pihak manajemen bisnis.

3. Kepemimpinan

   Dalam kepemimpinan, fungsi administrasi harus menentukan gaya memimpin yang paling sesuai dan

harus diterapkan agar dapat memotivasi karyawan mencapai tujuan bisnis. Sedangkan fungsi manajemen dalam kepemimpinan adalah menentukan siapa yang akan memimpin dan bagaimana cara menerapkan gaya kepemimpinan yang telah diputuskan oleh pihak administrasi bisnis.

4. Pengendalian dan pengawasan

   Fungsi administrasi dalam pengendalian adalah menentukan metode yang terbaik untuk mengendalikan proses bisnis, memantau aktivitas karyawan, dan menjaga bisnis agar tetap berjalan sesuai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam kondisi-kondisi tertentu, perlu ditetapkan bentuk tindakan koreksi jika terdapat penyimpangan. Dalam pengendalian dan pengawasan, fungsi manajemen fokus pada siapa yang akan melakukan pengendalian dan pengawasan dan bagaimana melaksanakan sesuai dengan metode yang telah ditetapkan oleh bagian administrasi bisnis.

Pada bidang perkantoran, fungsi administrasi meliputi hal-hal berikut ini:

1. Fungsi teknis, yaitu fungsi yang terkait dengan keterampilan dalam mengaplikasikan teknologi tertentu seperti melalui komputer, mesin tik, dan fax guna memproduksi, menyebarluaskan, dan menyimpan informasi.
2. Fungsi rutinitas, yaitu fungsi yang melakukan aktivitas kearsipan, pemeliharaan, penyebarluasan, dan duplikasi data atau informasi, yaitu seperti fotocopy, scan, dan sebagainya.
3. Fungsi manajerial, yaitu fungsi yang mengatur berjalannya kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan atas seluruh sumber

daya yang ada di perusahaan pada seluruh fungsi di perusahaan agar mempunyai kinerja yang maksimal.

4. Fungsi interpersonal, yaitu fungsi menghubungkan informasi dari berbagai sumber dan mengkoordinasikan kepada pihak lain yang menjadi bagian tim kerja baik secara langsung maupun tidak langsung untuk mengambil suatu keputusan bisnis.
5. Fungsi analisis, yaitu fungsi yang menjadikan semua informasi dan data yang didokumentasikan sebagai bahan pertimbangan bagi pengambilan keputusan oleh seorang pimpinan.
6. Fungsi pengingat, yaitu fungsi untuk mengingatkan pihak terkait, yang berhubungan dengan dokumen, baik tertulis maupun elektronik akan suatu kejadian penting.
7. Fungsi validitas, yaitu fungsi yang memungkinkan suatu dokumen administrasi bisa menjadi sebuah bukti suatu kejadian/transaksi apabila dibutuhkan dikemudian hari.

Tujuan Administrasi

Sesuai dengan definisinya yaitu administrasi adalah sebuah bentuk usaha dan aktivitas yang berkaitan dengan penghimpunan, pencatatan, penyebarluasan, dan penyimpanan data, informasi, aktivitas perusahaan yang selanjutnya menjadi acuan pembuatan keputusan dan kebijakan perusahaan untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan definisi ini, paling tidak administrasi mempunyai tiga tujuan, yaitu:

1. Memantau kegiatan dan data

   Dengan adanya proses administrasi, seluruh kegiatan perusahaan dan data lainnya terhimpun dan tertata dengan baik pada bank data perusahaan. Sistem pencatatan atau dokumentasi aktivitas yang baik

memungkinkan bagi para petugas dan pimpinan perusahaan untuk memantau aktivitas bisnisnya

2. Mengevaluasi kegiatan dan kebijakan

   Proses administrasi dibutuhkan untuk melakukan evaluasi kegiatan perusahaan, menjadi dasar pembuatan kebijakan, dan landasan membuat rencana selanjutnya. Syarat proses administrasi dapat digunakan untuk mengevaluasi kegiatan dan kebijakan adalah jika data-data tersusun dengan baik dan teratur.

3. Menyusun program dan kegiatan

   Kegiatan administrasi dilakukan dengan tertib dengan tujuan agar dapat dijadikan sebagai sumber informasi dalam membuat program dan kegiatan perusahaan.

Daftar Pustaka

Bean, J. J. (2014). Big government and affirmative action: The scandalous history of the Small Business Administration. The University Press of Kentucky.

Gie, T. L. (1978). Pengertian Administrasi di Indonesia. Suatu Tinjauan Kepustakaan.: Yogyakarta: BPA-UGM.

Gie, T. L. (1998). Administrasi Perkantoran Modern. Yogyakarta Liberty.

Kamaluddin, A. (2017). Administrasi Bisnis. Makasar: CV Sah Media.

Maheswari, H. (2008). Manajemen Rantai Pasokan. Jakarta: Fakultas Ekonomi, Universitas Mercu Buana, Pusat Pengembangan Bahan Ajar.

Maheswari, H., Rizki, M., & Chandra, R. (2013). Evaluation of Product Quality Bags Bodypack Fulfilling Customer Satisfaction. Sustainable Competitive Advantage (SCA) 2 (1) (pp. 24-32). Purwokerto: Universitas Jenderal Soedirman.

Maheswari, H., Yudoko, G., Adhiutama, A., & Agustina, H. (2020). Sustainable reverse logistics scorecards for the performance measurement of informal e-waste businesses. Heliyon, Vol 6 (9), 1-21.

Terry, G. R. (1977). Principles of Management. McGraw-Hill/Irwin.

Williamson, O. E. (2005). Transaction cost economics and business administration. Scandinavian Journal of Management, Vol 21 (1), 19-40.

Yusuf, A. (2015). Konsep Dasar Ilmu Administrasi. FIA Universitas Brawijaya.

Profil Penulis

Hesti Maheswari

Meniti karir sebagai dosen, peneliti, dan penulis artikel serta buku-buku ilmiah sudah mulai ditekuni penulis sejak tahun 1995. Penelitian-penelitian yang dilakukan dijadikan penulis sebagai studi kasus dan memperkaya bahan ajar. Pada saat ini penulis merupakan dosen tetap Universitas Prasetiya Mulya. Penulis memperoleh beasiswa Supersemar selama menyelesaikan studi S1 di Program Studi Manajemen Universitas jenderal Soedirman pada tahun 1994. Kemudian untuk memperkaya ilmunya, penulis melanjutkan studi S2 bidang manajemen operasi di Universitas Padjadjaran tahun 2002 dan S3 Manajemen Operasi khususnya mendalami tentang reverse logistics di School of Business and Management – Institut Teknologi Bandung pada tahun 2020 dengan beasiswa LPDP-Kemenkeu.

Penulis memiliki kepakaran pada bidang manajemen operasi, sistem rantai pasok, pengelolaan kualitas, dan berbagai penelitian di bidang operasi. Dengan kepakaran ini, penulis beberapa kali memperoleh dana hibah penelitian dari Kemenristek Dikti sejak tahun 2008 hingga 2016. Selain itu, beberapa kajian dan proyek konsultasi yang penulis kerjakan diantaranya adalah sistem antrian bank, evaluasi kinerja pelayan dan sistem logistik rumah sakit, redesain fasilitas pabrik, pengawasan kualitas perusahaan percetakan, dan masih banyak lagi.

Email Penulis: hesti.maheswari@prasetiyamulya.ac.id

2

HUBUNGAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS DENGAN ILMU-ILMU LAINNYA

Dr. Hari Nugroho, S.E., M.M., M.S.E.
Universitas Pertamina

Pendahuluan

Administrasi adalah kata atau istilah yang sering kita dengar dalam kehidupan sehari-hari. Setiap orang memiliki pemahaman yang berbeda-beda mengenai administrasi, baik karena kurang memahami makna administrasi atau benar-benar tidak mengetahui arti dari administrasi. Administrasi, menurut Muhammad (2009), sebagai suatu proses pengorganisasian sumber-sumber sehingga tugas pekerjaan dalam organisasi tingkat apa pun dapat dilaksanakan dengan baik. Jadi secara ringkas, administrasi adalah kegiatan untuk mengorganisasi atau mengelompokkan pekerjaan atau tugas agar dapat terlaksana dengan baik.

Secara etimologi, kata administrasi berasal dari bahasa Latin "*ad*" yang berarti intensif dan "*ministrare*", yang memiliki makna membantu, melayani atau memenuhi. Kedua kata tersebut membentuk kata benda "*administrario"* dan kata sifat "*administrativus".* Lalu kata tersebut diserap ke dalam bahasa Inggris menjadi "*administration"* yang memiliki kata dasar "*to administer*"

yang berarti mengatur, memelihara, dan mengarahkan serta memberikan.

Administrasi memiliki dua arti, yaitu arti sempit dan arti luas. Administrasi dalam arti sempit memiliki makna kegiatan tata usaha di kantor, kegiatan tulis menulis (*clerical work)*, kegiatan pengaturan kerja di kantor. Sawir (2021) menuliskan arti sempit dari administrasi sebagai kegiatan pengolahan data dan informasi, yang meliputi kegiatan mencatat, surat menyurat dan pembukuan. Dalam arti luas, administrasi berarti kegiatan secara bersama-sama atau kerja sama atau rangkaian kegiatan dalam kelompok, yang diarahkan untuk mencapai tujuan bersama.

Administrasi adalah sebuah istilah yang bersifat umum, yang mencakup semua bidang kehidupan. Dengan demikian ada banyak sekali definisi mengenai administrasi. Tapi setidaknya kita bisa mengidentifikasi administrasi dari tiga unsur pokok dimana ketiga unsur ini pula yang merupakan pembeda apakah sesuatu kegiatan merupakan kegiatan administrasi atau tidak. Gie (1962) menjabarkan ketiga unsur pokok dari administrasi tersebut:

1. Kegiatan yang melibatkan setidaknya dua orang atau lebih
2. Kegiatan yang dilakukan secara bersama-sama
3. Adanya tujuan tertentu yang ingin dicapai secara bersama-sama

Sebagai ilmu sosial karena melibatkan individu-individu dalam pelaksanaannya maka administrasi bisnis tidak terlepas dari pengaruh berbagai ilmu lainnya, terutama ilmu-ilmu sosial. Hubungan interaktif antara administrasi bisnis dengan masing-masing lingkungan sosialnya bersifat unik. Kesuksesan pencapaian tujuan dari

administrasi bisnis hanya bisa terjadi jika para pelaku administrasi bisnis atau para manajer paham relasi antara administrasi bisnis dengan ilmu-ilmu pendukungnya.

Hubungan Ilmu Administrasi dengan Ilmu Antropologi

Antropologi berasal dari kata "*antropo*" yang berarti manusia dan "*logos*" yang berarti ilmu. Jadi antropologi adalah ilmu yang mempelajari tentang manusia baik dari sisi fisik atau dari sisi budaya. Cara kita berperilaku dalam masyarakat memiliki kaitan yang erat dengan kebudayaan kita dan hal ini akan menjadi sumbangan para ahli antropologi untuk bidang administrasi. Perbedaan-perbedaan kebudayaan tidak saja ada di dalam suatu bangsa tetapi juga perbedaan budaya ada di antara bangsa-bangsa di dunia. Begitu banyak perbedaan seperti perbedaan dalam asas penilaian, sikap-sikap dan norma-norma dalam penerimaan perilaku. Sistem penilaian yang bersifat individu yang merupakan prioritas terhadap apa yang penting akan mempengaruhi sikap kita dan juga perilaku kita dalam kerja.

Antropologi juga mempelajari dan meneliti tindak-tanduk individu di dalam masyarakat. Manusia merupakan unsur terpenting didalam suatu organisasi dalam rangka usaha mencapai tujuan akhir. Organisasi dan manusia adalah elemen paling penting dalam administrasi bisnis karena tanpa keduanya tidak akan ada administrasi bisnis. Dalam antropologi dewasa ini, penekanan dan titik fokus juga termasuk pembelajaran nilai-nilai budaya dan hubungan sosial. Data mentah antropologi berasal dari pengamatan secara rinci dan catatan ekspresi budaya dan perilaku kelembagaan (institusi) dan digunakan sebagai penjelasan cara kerja institusi dan perbandingan institusi lintas budaya. Dengan demikian secara logis kita bisa jelas melihat adanya persamaan objek kedua ilmu

pengetahuan ini hanya pendekatan dan metode analisis yang berbeda.

Hubungan administrasi dengan ilmu antropologi:

1. Ilmu administrasi secara umum akan mempelajari hal-hal yang hampir sama dengan masalah-masalah yang dikaji dalam ilmu ekonomi. Misalnya saja tentang agraria yang dibahas dalam administrasi, masalah ini dapat dikaji dengan penelitian berdasarkan metode-metode antropologi.
2. Ilmu antropologi mempelajari budaya yang ada di dalam suatu masyarakat. Budaya di dalam suatu masyarakat akan mempengaruhi sistem administrasi negara. Contoh: masyarakat di negara berkembang dan negara miskin terutama di Asia dan Afrika tumbuh dalam kultur budaya feodal sehingga dalam pekerjaan dan sistem administrasi lebih mengutamakan budaya feodal tersebut. Budaya feodal tersebut akan turut mempengaruhi sistem administrasi negara sehingga para aparaturnya akan sulit lepas dari budaya feodal.
3. Antropologi mempelajari tentang budaya maka dapat ditarik kesimpulan jika dikaitkan dengan administrasi yaitu, bagaimana sebuah implementasi dari ilmu administrasi beradaptasi dengan keadaan kebudayaan sekitar.

Hubungan Ilmu Administrasi dengan Ilmu Ekonomi

Kata ekonomi berasal dari bahasa Yunani "*oikos*" yang berarti "keluarga, rumah tangga" dan "*nomos*", atau "peraturan, aturan, hukum". Jadi ekonomi secara umum dapat diartikan sebagai "aturan rumah tangga" atau "cara mengatur rumah tangga". Ilmu ekonomi adalah suatu ilmu yang mempelajari bagaimana manusia memenuhi kebutuhannya yang selalu tidak terbatas dengan alat-alat

pemuasan yang selalu terbatas. Administrasi bisnis pun bergerak atas prinsip yang sama karena tujuan organisasi pada dasarnya tidak terbatas sedangkan sumber-sumber daya yang tersedia selalu terbatas. Dari sisi tujuan dan cara, ilmu ekonomi dan ilmu administrasi hanya berbeda dari segi objeknya saja.

Hubungan antara administrasi bisnis dengan ilmu ekonomi adalah menciptakan efisiensi dan efektivitas. Efisiensi dapat dicapai dengan *cooperation* (kerjasama) dan *competition* (kompetisi). Dalam ilmu ekonomi dikemukakan bahwa dalam memenuhi kebutuhannya, manusia selalu berkompetisi dan membutuhkan kerjasama.

Administrasi bisnis bertujuan untuk memberikan kesejahteraan maksimal bagi para pemegang saham dan para *stakeholder* secara umum. Kesejahteraan *stakeholder* secara umum sangat berkaitan dengan ekonomi. Bagaimana manusia berlomba-lomba untuk memenuhi kebutuhannya dengan sumber daya/alat pemuas kebutuhan yang terbatas. Pada dasarnya administrasi bisnis berarti keterlibatan perusahaan dalam masyarakat. Orientasi administrasi bisnis adalah laba (*profit oriented*. Di sini terlihat bahwa pelaku administrasi bisnis berusaha menciptakan pengaturan agar suatu perusahaan mampu menciptakan kemakmuran pada pemilik dan masyarakat tanpa menghasilkan kerugian bagi lembaga itu sendiri.

Hubungan antara ilmu ekonomi dan ilmu administrasi bisnis juga terjadi dalam pemahaman mengenai anggaran belanja suatu negara disebut APBN. Administrasi bisnis menggunakan pemahaman tentang ilmu ekonomi untuk menyusun rencana-rencana strategis yang dapat memaksimalkan potensi laba dengan pemahaman akan APBN sebagai tuntunannya. Variabel ilmu ekonomi lainnya yang penting dalam kaitan dengan administrasi

bisnis adalah tingkat inflasi, pengangguran (*unemployment),* prospek pertumbuhan ekonomi, jumlah uang beredar, dan sebagainya.

Administrasi bisnis bisa menjadi alat ekonomi untuk mencapai sasaran yang diinginkan dan sebaliknya, ekonomi dapat digunakan sebagai alat administrasi bisnis sehingga tercapainya tujuan yang direncanakan. Seorang manajer bisa memberikan solusi bagi perusahaan dalam mengatur sumber-sumber daya perusahaan untuk memenuhi permintaan ekonomi atas barang dan jasa karena peran perusahaan secara mikro adalah sebagai penyuplai atau pihak yang menawarkan barang dan jasa dalam perekonomian negara.

Hubungan Ilmu Administrasi dengan Ilmu Hukum

Ilmu hukum dalam literatur hukum dikenal dengan nama "*Jurisprudence*" yang berasal dari kata "*Jus*" atau "*Juris*" yang artinya hukum atau hak dan kata "*Prudence*" yang artinya memandang ke depan atau memiliki keahlian. Sehingga secara umum makna dari kata *jurisprudence* adalah ilmu pengetahuan yang mempelajari hukum. Hukum adalah aturan yang ditetapkan oleh otoritas untuk mengatur perilaku anggota masyarakat, masyarakat atau negara. Hukum adalah sistem aturan yang biasanya ditegakkan melalui serangkaian institusi. Hukum membentuk politik, ekonomi dan masyarakat dalam berbagai cara dan melayani sebagai mediator sosial utama dari hubungan antara orang-orang. Hukum dalam pengertiannya, mengatur apa yang harus, apa yang boleh dan apa yang tidak boleh dilakukan. Ini adalah instrumen yang dirancang untuk mengatur perilaku manusia dan ketertiban dalam masyarakat. Hukum memiliki prinsip-prinsip dasar agar itu menjadi adil.

1. Kesetaraan - Hukum terdiri dari aturan-aturan, yang berlaku untuk semua orang dalam kondisi yang sama. Kaya atau miskin, majikan atau karyawan, semua laki-laki sama di mata hukum jika mereka jatuh dalam kelas yang sama.
2. Keseragaman - Keseragaman berarti semua orang di semua bidang harus diperlakukan secara seragam.
3. Kepastian - Kepastian dalam undang-undang mengatur bagaimana seseorang harus, atau boleh, atau tidak boleh bertindak, dan sejauh itu melindungi hak dan kebebasan rakyat itu sendiri. Kepastian juga

Manajer sering memiliki sikap yang memisahkan masalah hukum dari masalah strategis dan operasional bisnis. Namun, dalam ekonomi global di mana barang, jasa, dan investasi bergerak melintasi batas-batas politik, menghadapkan dunia bisnis pada pertumbuhan peraturan yang kompleks dan kewajiban-kewajiban di negara lain maka pendekatan konvensional terhadap masalah hukum tidak lagi realistis. Perkembangan bisnis sangat dipengaruhi oleh lingkungan hukum, termasuk lingkungan hukum global dan oleh teknologi.

Bisnis mengambil keuntungan dari peluang yang diberikan oleh lingkungan ekonomi, politik, sosial, dan teknologi. Praktik bisnis harus berubah untuk memenuhi lingkungan yang berubah – termasuk lingkungan hukum. Jika sistem hukum terlalu kaku maka ekonomi dibatasi. Ketika ada perubahan besar dalam sistem hukum, apakah oleh pergolakan politik, ekonomi, atau sosial, atau melalui terobosan teknologi yang berpotensi mempengaruhi seluruh masyarakat, maka bisnis secara langsung terpengaruh.

Keberhasilan perusahaan secara ekonomi dan kemampuan mereka untuk beradaptasi dengan perubahan kondisi pasar, seperti yang kita lihat di Inggris,

juga disebabkan oleh konstitusi perusahaan, yang didasarkan pada undang-undang, kontrak, atau aturan informal. Ini mengarah pada pertanyaan umum, apakah dan sejauh mana hukum dapat dibuat bertanggung jawab atas keberhasilan ekonomi suatu perusahaan dan kapasitasnya untuk bertindak. Hovenkamp (1991) menjelaskan pentingnya norma hukum untuk proses ini secara kontroversial dibahas baik dalam teori ekonomi maupun dalam penelitian sejarah ekonomi. La Porta, Florencio, dan Shleifer (2008) berpendapat jik Model Asal Hukum (*The Legal Origin Model)*, misalnya, mengasumsikan bahwa pertumbuhan berdasarkan proses pasar disukai oleh sistem hukum umum (misalnya di Inggris), sedangkan rezim hukum kontinental (seperti di Prancis atau Jerman) cenderung menghambatnya. Acheson, Hickson, dan Turner (2011) menyampaikan bahwa bank-bank kemitraan Skotlandia memiliki fleksibilitas organisasi yang lebih besar di bawah rezim hukum sipil daripada yang diharapkan oleh literatur asal hukum dan menurut Guinnane et al. (2007), hal yang sama berlaku untuk banyak negara hukum sipil lainnya juga di mana, untuk contoh, Perseroan Terbatas menghasilkan lebih banyak daripada lebih sedikit pilihan organisasi. Studi Hubert Kiesewetter (2007) tentang industrialisasi di Saxonia (sampai 1865 tanpa kodifikasi sipil) menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi dan kekuatan inovasi bisnis dan keberhasilannya tidak tergantung pada rezim hukum umum.

Administrasi bisnis harus berfungsi dalam kerangka hukum negara. Dengan kata lain, hukum menetapkan batas-batas tindakan administratif, meskipun memungkinkan kebijaksanaan kepada pengambil kebijakan. Sebuah subjek yang umum untuk kedua disiplin ilmu ini adalah hukum administratif (*administrative law)*. Anggota perwakilan rakyat membuat

undang-undang (tindakan) yang harus dilakukan dan diterapkan oleh pemerintah.

Hubungan antara administrasi bisnis dan hukum tampak begitu dekat sehingga di beberapa negara. Administrasi bisnis dipelajari sebagai bagian dari beberapa mata kuliah hukum. Beberapa mata pelajaran seperti etika bisnis, kontrak bisnis, dan hukum bisnis dipelajari oleh kedua siswa dari fakultas hukum dan fakultas bisnis (manajemen).

Sistem pengadilan yang efisien dan transparan diperlukan untuk perlindungan, penegakan dan pemulihan kontrak dan hak milik. Cross dan Donelson (2010) menjelaskan jika independensi peradilan, ketidakberpihakan, aksesibilitas, dan efisiensi adalah fitur dari sistem pengadilan fungsional yang memiliki kemampuan untuk secara efektif menegakkan hak milik yang mengatur kegiatan bisnis dan kewirausahaan. Fogel et al. (2006) berpendapat bahwa sistem pengadilan yang berfungsi juga meningkatkan kepercayaan transaksional dalam arti bahwa pihak yang bertransaksi dilindungi dari perilaku oportunistik dan korup seperti kecurangan dan penyimpangan ilegal dari persyaratan yang disepakati. Sistem peradilan yang efisien juga berfungsi sebagai sistem pengaduan yang andal untuk mencari ganti rugi ketika kontrak tidak dihormati. Studi sebelumnya telah menunjukkan peran penting yang dimainkan sistem peradilan atau pengadilan fungsional dalam mendorong lingkungan kelembagaan yang kondusif bagi pengembangan kewirausahaan lokal (Aidis et al., 2008), inovasi (Ahn dan York, 2009; Chaudhry dan Garner, 2007), pertumbuhan bisnis dan pembangunan (Aidis, 2005), daya tarik *Foreign Direct Investment* (FDI) (Ali et al., 2010; Meyer, 2001), dan pertumbuhan dan pembangunan ekonomi (North, 2005).

Hubungan Ilmu Administrasi dengan Ilmu Sejarah

Kata "Sejarah" berasal dari bahasa Arab yaitu *Syajaratun* yang berarti pohon. Penggunaan kata tersebut dalam konteks masa lalu mengacu pada pohon silsilah. Dalam hal ini arti sejarah itu hanya mengacu pada masalah asal usul atau keturunan seseorang. Kata sejarah yang lebih dekat dengan pengertian, terkandung dalam bahasa Yunani yaitu *historia* yang berarti ilmu atau orang pandai. Sedangkan dalam bahasa Inggris, kata *history* berarti masa lampau umat manusia. Moh.Yamin mengatakan bahwa sejarah adalah suatu ilmu pengetahuan yang disusun atas hasil penyelidikan beberapa peristiwa yang dapat dibuktikan dengan kenyataan. Sedangkan kata administrasi secara luas dan sempit adalah proses kerja sama dua orang atau lebih untuk mencapai suatu tujuan bersama dan atau suatu kegiatan catat mencatat, surat menyurat, pembukuan, pengetikan dan sebagainya.

Hubungan antara administrasi dengan sejarah begitu erat kaitannya karena administrasi bisnis selalu mengalami perubahan dari waktu ke waktu, hal ini yang menyebabkan adanya perubahan dalam administrasi dari zaman dahulu sampai sekarang. Perubahan administrasi pada zaman dahulu itulah yang di sebut sejarah perkembangan administrasi dan sesuai dengan pengertian sejarah sebagai suatu kejadian yang terjadi pada masa lalu.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan, bahwa terdapat tali sejarah yang merajut perkembangan administrasi bisnis. Apa yang dicapai dan diberikan oleh administrasi bisnis sekarang, tidak lepas dari upaya-upaya yang tidak kenal lelah yang telah dilakukan oleh para peletak dasar dan pembentuk administrasi bisnis yang terdahulu. Jadi hubungannya dengan administrasi bisnis pada umumnya adalah sebenarnya sejarah mencatat perkembangan sistem administrasi bisnis di berbagai negara pada zaman

lampau hingga sekarang dan menampilkan perkembangan tersebut dalam bentuk urut-urutan waktu yang dapat dimengerti dan dipelajari hingga waktu-waktu mendatang.

Sejarah berkaitan dengan studi tentang kemajuan sosial umat manusia, semua hal yang manusia telah pikir, lakukan dan capai. Sejarah adalah studi tentang peristiwa masa lalu, gerakan, penyebab dan keterkaitannya. Sejarah memberikan bahan-bahan berharga untuk studi administrasi bisnis, meliputi pokok bahasan perkembangan ekonomi dan sosial, agama, intelektual dan gerakan seni serta pertumbuhan dan kejatuhan negara, organisasi manusia, fungsi, pencapaian, dan kegagalan. Sejarah adalah laboratorium pengalaman manusia. Studi tentang sistem administrasi suatu negara tidak akan lengkap tanpa sekilas yang tepat dari latar belakang sejarahnya.

Hubungan Ilmu Administrasi dengan Ilmu Agama

Administrasi bisnis atau kadang dikenal juga sebagai manajemen bisnis adalah suatu proses mengelola kepentingan-kepentingan, sumber-sumber daya dan/atau masalah-masalah dalam perusahaan dalam rangka mencapai tujuan perusahaan yaitu untuk memakmurkan para pemiliknya atau pemegang saham. Proses ini setidaknya mencakup tiga hal mendasar: formulasi (perumusan/pembuatan) rencana bisnis, implementasi (pelaksanaan) dan evaluasi (penilaian) terhadap perumusan dan pelaksanaan rencana bisnis tersebut di lapangan.

Formulasi menghasilkan norma-norma atau aturan yang harus dilaksanakan atau diterapkan oleh seluruh lapisan karyawan termasuk juga si pembuat kebijakan. Isi dari kebijakan yang dibuat ini tentunya akan menuntun kepada kemajuan perusahaan dan meningkatkan

ekonomi masyarakat. Oleh sebab itu proses administrasi bisnis itu sangat erat dengan nilai dimana konsekuensi proses administrasi selalu menuntut pertanggungjawaban etis. Etika disini adalah yang berasal dari pendidikan dan pengalaman hidup terutama yang sangat mempengaruhi adalah agama. Dalam agama banyak sekali norma-norma dan nilai yg harus dipatuhi. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif karena berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak dilakukan oleh seorang individu.

Berdasarkan definisi agama itu bukan sesuatu yang bersifat imajinasi yang tidak nyata, tetapi merupakan suatu aturan dan perintah yang harus dikerjakan. Ada keterkaitan antara agama sebagai sumber petunjuk dan ekonomi, di mana kondisi ekonomi suatu negara diyakini tumbuh cepat jika disertai dengan etika kerja yang baik. Keterkaitan antara agama, etika kerja, dan ekonomi seperti yang dibahas oleh Max Weber melalui mana ia menghasilkan karya besarnya *The Protestant Ethics and the Spirit Capitalism*.

Setiap perilaku mencerminkan etika. Jika seseorang mematuhi etika, dia cenderung untuk memiliki sikap yang baik dalam segala aktivitas, termasuk dalam aktivitas bisnis. Misalnya, pengusaha yang peduli dengan etika, ia akan jujur, selalu dan selalu mempertimbangkan kepentingan orang lain. Di sisi lain, orang yang mengabaikan etika akan kontra produktif dalam bisnis. Mereka suka selingkuh dan tidak jujur.

Qardawi (1995) berpendapat bahwa bisnis dan etika tidak dapat dipisahkan. Mereka sama seperti ilmu pengetahuan dan etika, politik dan etika, dan perang dan etika. Etika adalah daging dan saraf dalam kehidupan Islam karena ajaran Islam didasarkan pada etika prinsip. Umat Islam percaya pada kesatuan hidup dan manusia. Dalam perspektif Islam, seorang pengusaha tidak hanya mencari

keuntungan, tetapi juga berkah dari Allah. Oleh karena itu, para manajer dan eksekutif administrasi bisnis harus memahami ajaran agamanya dan menerapkannya dalam pekerjaan/bisnis dengan etika tinggi sehingga apapun perilaku buruk dalam dunia usaha bisa dihindarkan.

Hubungan Ilmu Administrasi dengan Ilmu Politik

Ilmu politik adalah suatu ilmu yang mempelajari percaturan kekuatan dan kekuasaan dalam masyarakat. Pada dasarnya administrasi adalah "*policy execution*" sehingga administrasi harus meletakkan dirinya kapada politik karena yang satu merupakan kontinuasi dari yang lain. Ilmu politik adalah studi tentang negara dan sistem pemerintahan. Hal ini berkaitan dengan kekuasaan, otoritas dan pengaruh. Administrasi bisnis sangat terkait erat dengan ilmu politik. Kekuasaan politik tak akan mampu bertahan dengan baik tanpa kinerja administrasi bisnis yang baik yang menyokong perekonomian negara. Administrasi bisnis pada dasarnya menggunakan ilmu politik untuk membaca situasi dan kondisi terkini dimana kondisi yang tidak menguntungkan bagi perusahaan maupun yang menguntungkan dapat dipetakan. Dalam perjalananan bisnis, goncangan-goncangan dapat dihindarkan dengan menggunakan peta tersebut.

Teori-teori politik mikro yang paling sistematis dari perusahaan telah dikembangkan dalam manajemen kelembagaan di Amerika Serikat. Model perusahaan yang memaksimalkan keuntungan tradisional telah berusaha menjelaskan tindakan politik dalam kaitannya dengan aktivitas pencarian rente bisnis (*rent seeking)* dan aktivitas memaksimalkan utilitas kekuasaan para pembuat keputusan (politisi dan birokrat). Baik aspek finansial maupun informasional dari lobi memainkan peran penting dalam dunia ini. Dalam model seperti itu, para pembuat keputusan memberikan kebijakan dengan imbalan sumber daya politik (baik uang, keahlian, informasi)

hingga titik marjinal ketika dana dan informasi tidak lagi memfasilitasi pemilihan ulang politik, kebijakan yang baik atau asosiasi dengan kebijakan tersebut memobilisasi kepentingan yang berlawanan terhadap kebijakan yang diusulkan.

Ahli-ahli ilmu politik memberikan sumbangan dalam hal pengalokasian kekuasaan dan wewenang, juga penyusunan konflik. Pandangan mereka yang paling diperhatikan adalah tentang bagaimana seseorang memanipulasi kekuasaan (*to manipulate power*) untuk kepentingan diri sendiri. Semakin banyak kita belajar tentang politik, kekuasaan (*power*) dan konflik merupakan realitas dalam aktivitas organisasi. Hubungan antara keduanya sangat erat sekali bahkan sangat sulit dibedakan sebab kebanyakan apa yang dilakukan administrasi bisnis dimulai dengan konsep-konsep ilmu politik. Namun tetap ada perbedaan administrasi bisnis dengan ilmu politik dimana di satu sisi merupakan teori dan di sisi lain sebagai suatu penerapan (praktek).

Ilmu politik memberikan sumbangan objektif dari sisi teori dan prakteknya, salah satunya bagaimana pengalokasian wewenang, politik dan penyusunan konflik. Hal ini adalah sumbangan pemahaman teori dalam ilmu administrasi bisnis untuk menelaah lebih dalam realitas sebuah organisasi. Dalam sisi prakteknya kita bisa lihat bagaimana suatu birokrasi dan metode-metode yang diberlakukan pada suatu adminstrasi dalam suatu perusahaan. Dari kedua hal tersebut administrasi bisnis bisa kita artikan memiliki esensi dan keterkaitan dengan ilmu politik.

Hubungan Ilmu Administrasi dengan Ilmu Seni

Administrasi bisnis sebagai ilmu (*science*) atau ilmu terapan karena manfaatnya dapat dirasakan apabila prinsip-prinsip dan teori-teori diterapkan untuk meningkatkan mutu berbagai sendi kehidupan ekonomi masyarakat, bangsa dan negara. Sedangkan administrasi sebagai seni (*art*) merupakan karya seseorang yang dipraktekkannya dengan baik yang diperolehnya dari pengalaman tanpa sebelumnya mempelajari teori-teori administrasi. la berhasil dan sukses melaksanakan tugasnya tanpa memperoleh pendidikan tentang teori-teori dan asas-asas yang berkenaan dengan administrasi.

Walaupun demikian ia memperoleh kemahiran di dalam bidang administrasi berdasarkan pengalaman di dalam melaksanakan tugasnya. Jadi dapat disimpulkan bahwa administrasi bisnis itu sebagai ilmu dan juga sebagai seni. Administrasi merupakan seni yang memerlukan bakat dan administrasi juga merupakan ilmu yang memerlukan pengetahuan ataupun pengalaman.

Hubungan Ilmu Administrasi dengan Ilmu Psikologi

Psikologi, dalam pengertian populer, adalah "studi tentang pikiran". Definisi lain dari psikologi adalah bahwa psikologi adalah studi ilmiah tentang perilaku dan proses mental manusia dan hewan. Namun, salah satu definisi psikologi yang paling komprehensif adalah yang diberikan oleh Wade, Tavris, Saucier, dan Elias (2010). Mereka memandang psikologi sebagai "disiplin yang berkaitan dengan perilaku dan proses mental dan bagaimana mereka dipengaruhi oleh keadaan fisik organisme, keadaan mental, dan lingkungan eksternal". Metode yang digunakan oleh psikolog untuk mempelajari perilaku manusia meliputi observasi, wawancara, penilaian penilai.

Psikologi Manajemen berarti "efek dari pikiran yang mengarahkan pekerjaan pada pekerjaan yang diarahkan,

dan efek dari pekerjaan yang tidak terarah dan terarah ini pada pikiran pekerja." Ini adalah cabang psikologi yang mempelajari ciri-ciri mental seseorang dan perilakunya dalam proses perencanaan, pengorganisasian, manajemen, dan pengendalian aktivitas bersama.

Berikut adalah nilai dalam mata pelajaran psikologi yang menuntut perhatian manajer. Pertama, diakui bahwa setiap manusia yang menjelajah ke dunia membutuhkan semua pengetahuan yang diperlukan untuk berfungsinya pikiran manusia secara efektif. Ini membantu individu untuk tidak hanya memberi tetapi menerima informasi dengan sedikit pemborosan dan pengeluaran energi.

Nilai psikologi manajemen juga tergantung pada penekanan manajemen modern bahwa manajemen yang sukses terletak pada pria (atau wanita), bukan pada pekerjaan; bahwa efisiensi paling baik dicapai dengan menempatkan penekanan pada pria (atau wanita), dan memodifikasi lingkungan dan metode untuk memaksimalkan pria (wanita). Manajemen yang efektif diperlukan untuk mencatat keberhasilan dalam suatu organisasi. Selanjutnya, telah ditetapkan bahwa pikiran manusia adalah faktor pengendali dalam efisiensi. Oleh karena itu, pengetahuan psikologi sangat penting untuk memahami pikiran manusia karena mempengaruhi pekerjaan manajer atau yang dikelola. Inilah ciri khas dari "psikologi manajemen". Dengan demikian, faktor manusia dianggap sebagai titik sentral dalam psikologi manajemen, sebagai esensi dan intinya. Di antara berbagai masalah yang dihadapi psikologi manajemen, Seyidov (2000) telah memberikan perhatian terbesar untuk kami, yaitu, motivasi, kepemimpinan, hubungan interpersonal, pemilihan personel.

Perlu dinyatakan di sini bahwa keterampilan teknis paling penting bagi manajer lini depan, yang biasanya menangani metode produksi tertentu. Keterampilan interpersonal diperlukan di semua tingkat manajemen, karena mengelola adalah proses memotivasi orang lain untuk menyelesaikan sesuatu. Keterampilan konseptual sangat berguna bagi manajer puncak, yang harus berpikir dalam istilah yang lebih abstrak dan melihat bagian-bagian dalam hubungannya dengan keseluruhan Hellriegel dan Slocum (1996).

Hellriegel dan Slocum (1996) lebih lanjut mencatat bahwa komunikasi dan keterampilan berpikir kritis penting bagi semua manajer. Keterampilan tersebut membantu manajer untuk memimpin, memotivasi, dan membentuk tujuan organisasi. Keterampilan kritis membantu manajer untuk mengumpulkan informasi yang agak tidak berhubungan. Ini berkonotasi kreativitas yang terlibat dalam proses manajemen (Hellriegel dan Slocum, 1996).

Perbedaan-perbedaan individu yang tidak begitu mudah diukur tetapi sering merupakan karakteristik-karateristik atau sifat-sifat individu yang mudah terlihat yaitu apa yang mudah terlihat, yaitu apa yang kita namakan watak (*character*) dan kepribadian (*personality*). Mempelajari watak dan kepribadian setiap orang berarti mempelajari berbagai jenis watak kepribadian manusia yang multi kompleks ragamnya. Douglas MacGregor dalam teori X dan Y membagi manusia menjadi jenis manusia yang perlu didorong dan jenis manusia yag berinisiatif.

Dengan kajian ilmu jiwa atau psikologi seperti ini membuat kemajuan administrasi bisnis semakin mapan karena akan dapat lebih mengetahui bagaimana memotivasi seorang bawahan. Misalnya seorang yang tidak memiliki kemauan bekerja apabila tidak ada yang membimbing adalah kelompok yang tidak mempunyai inisiatif. Menurut teori X, mereka adalah kelompok yang

perlu sistem komando. Oleh karena itu, para manajer atau pemimpin perusahaan dapat memotivasinya dengan *briefing*. Sebaliknya, mereka yang termasuk dalam kelompok teori Y maka inisiatifnya perlu didukung dengan cara para pemimpin perusahaan memberikan keleluasaan berkarya.

Hubungan Ilmu Administrasi dengan Ilmu Sosiologi

Sosiologi adalah ilmu yang mempelajari hubungan antara manusia dalam kelompok-kelompok sosial masyarakat dan meneliti secara ilmiah interaksi sosial dalam kelompok-kelompok tersebut. Sosiologi pada saat yang sama merupakan ilmu teoritis dan empiris, menggunakan teori, konsep, dan data empiris bersama-sama. Dalam pendekatan sosiologis fenomena dianalisis bersama dengan sejarahnya. Berdasarkan data empiris, sosiologi mampu menunjukkan banyak wajah masyarakat yang tersembunyi. Hubungan sosial, misalnya, merentang di antara orang-orang, tetapi kita biasanya tidak dapat melihat hubungan ini. Hanya beberapa konsekuensi dari keberadaan mereka yang terlihat atau diamati secara langsung. Teori hubungan sosial dan tindakan sosial dapat membantu untuk memahami dunia tersembunyi ini.

Dalam “Ekonomi dan Masyarakat”, Max Weber (1914) mendefinisikan bagaimana tindakan ekonomi adalah bentuk tertentu dari tindakan sosial dan membuat perbedaan yang jelas antara pendekatan sosiologis dan ekonomi untuk tindakan ekonomi. Sosiologi memandang aktor memiliki kebiasaan, minat material dan ideal, dan emosinya sendiri. Dalam aksinya, aktor bermaksud melakukan sesuatu dan mempertimbangkan aktor lain juga. Ada dua perbedaan antara aksi sosial pada umumnya dan aksi sosial ekonomi pada khususnya. Dalam tindakan sosial ekonomi, aktor memiliki terutama, tetapi tidak hanya, kepentingan material, dan tujuan

utama aktor adalah utilitas. Perbedaan mendalam antara sosiologi dan teori ekonomi dimanifestasikan di sini karena dalam ekonomi aktor hanya memiliki kepentingannya, terutama materi, dan tujuan uniknya adalah utilitas tanpa memperhatikan aktor lain.

Semangat sosiologis mengajarkan bahwa tindakan ekonomi dipengaruhi oleh orang lain dan bahwa aktor tidak terisolasi tetapi tertanam dalam hubungan dengan orang lain. Sosiologi ekonomi menekankan peran kunci dari jaringan pribadi dalam proses keterikatan. Selain itu, institusi ekonomi secara historis dan sosial dibangun dan dikembangkan, bukan diberikan, dan jaringan sangat penting dalam pembentukannya.

Mempelajari sosiologi membantu mengembangkan pemikiran dan kemampuan analitis Anda. Sosiolog menganalisis data kualitatif dan kuantitatif untuk menentukan efek fenomena pada populasi. Misalnya, seorang sosiolog dapat menemukan bahwa suatu negara memiliki perbedaan usia karena epidemi yang tidak terkendali yang mempengaruhi kemampuan negara tersebut untuk bersaing secara global. Metode berpikir analitis ini membantu mereka yang berbisnis dengan kemampuan untuk meneliti data pasar dan akhirnya menarik kesimpulan dari data tersebut.

Mempelajari sosiologi juga dapat membantu Anda memahami motivasi yang berbeda dari demografi karyawan dan pelamar yang berbeda. Anda mungkin melihat perbedaan mencolok antara cara pria dan wanita mendekati pekerjaan atau lamaran mereka atau Anda mungkin melihat perbedaan lain antara populasi karyawan, seperti mereka yang lahir di luar Amerika Serikat versus mereka yang lahir di sini atau mereka yang memiliki gelar sarjana versus mereka yang tidak. Memahami mengapa populasi karyawan yang berbeda sesuai dengan pola perilaku umum tertentu dapat

membantu Anda menciptakan tempat kerja yang lebih inklusif yang melayani semua kebutuhan karyawan.

Latar belakang sosiologi memberi para pemimpin bisnis dan manajer sumber daya manusia keuntungan ketika berhadapan dengan karyawan di tempat kerja. Sosiolog mempelajari aspek budaya dan sosial yang membentuk individu. Dengan latar belakang ini, mereka yang berbisnis dapat menghindari mengasingkan karyawan atau melukai loyalitas perusahaan. Misalnya, perusahaan mungkin memiliki banyak karyawan yang menganut agama tertentu. Jika agama ini menyatakan bahwa pengikutnya harus menjalankan ibadah pada akhir pekan, anda tidak dapat secara wajar meminta karyawan tersebut untuk bekerja pada akhir pekan, berdasarkan latar belakang sosiologi anda.

Hubungan Ilmu Administrasi dengan Ilmu Eksak

Para ahli matematika memberikan kemudahan kepada administrasi bisnis untuk merealisasikan keputusan bisnis, yaitu contohnya adalah diciptakannya statistik untuk mengatur sebuah resiko dan ketidakpastian. Semua ilmu saling melangkapi satu sama lain, ini menjadikan ilmu administrasi menjadi fenomena yang nyata dalam kehidupan sehari hari. Hubungan administrasi bisnis dengan ilmu eksak adalah ilmu eksak mendukung ilmu administrasi untuk merealisasikan dalam menentukan sebuah resiko dan ketidakpastian dalam kehidupan sehari hari.

Daftar Pustaka

Acheson, G. G., Hickson, C., R. & Turner, J., D. (2011). Organisational Flexibility and Governance in a Civil-Law Regime. Scottish Partnership Banks during the Industrial Revolution. Business History, Vol. 53, Number 4, pages: 505 – 529.

Ahn, M., & York, A. (2009). Resource- and institution-based approaches to biotechnology industry development in Malaysia. Asia Pacific Journal of Management, Vol. 28 No. 2, pp. 257-75.

Aidis, R. (2005). Institutional barriers to small- and medium-sized enterprise operations in transition countries. Small Business Economics, Vol. 25 No. 4, pp. 305-17

Aidis, R., Estrin, S., & Mickiewicz, T. (2008). Institutions and entrepreneurship development in Russia: a comparative perspective. Journal of Business Venturing, Vol. 23, No. 6, pages: 656 – 672.

Ali, F., Fiess, N., & MacDonald, R. (2010). Do institutions matter for foreign direct investment? Open Economies Review, Vol. 21 No. 2, pp. 201-19.

Chaudhry, A. and Garner, P. (2007), "Do governments suppress growth? Institutions,

rent-seeking, and innovation blocking in a model of Schumpeterian growth", Economics

& Politics, Vol. 19 No. 1, pp. 35-52.

Chaudhry, A., & Garner, P. (2007). Do governments suppress growth? Institutions, rent-seeking, and innovation blocking in a model of Schumpeterian growth. Economics & Politics, Vol. 19 No. 1, pp. 35-52.

Cross, F., & Donelson, D. (2010). Creating Quality Courts. Journal of Empirical Legal Studies, Vol. 7, No. 3, pages:490 – 510.

Fogel, K., Hawk, A., Morck, R. & Yeung, B. (2006). Institutional obstacles to Entrepreneurship, in Casson, M., Yeung, B., Basu, A. and Wadeson, N. (Eds), Oxford Handbook of Entrepreneurship, Oxford University Press, London.

Garcia-Diaz, A. & MacGregor Smith, J. (2013). Facilities Planning and Design. London: Pearson Education Limited.

Gie, T., L. (1962). Pengertian, Kedudukan dan Perizinan Ilmu Administrasi. Yogyakarta: Balai Pembinaan Administrasi Universitas Gadjah Mada.

Guinnane, T., Harris, R., Lamoreaux, N., R., & Rosenthal, J., L. (2007). Putting the Corporation in Its Place. Enterprise and Society, Vol.8, pages:687 – 729.

Hellriegel, D., & Slocum, J., W. (1996). Management, 7th Edition. Cincinnati: South-Western College Publishing.

Hovenkamp, H. (1991). Enterprise and American Law, 1836 – 1937. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Kiesewetter, H. (2007). Die Industrialisierung Sachsens. Stuttgart: Franz Steiner

La Porta, R., Florencio, L. and Shleifer, A. (2008). The Economic Consequences of Legal Origins. Journal of Economic Literature, Vol.46, Issue 2, pages:285 – 332.

Meyer, K. (2001), "Institutions, transaction costs, and entry mode choices in Eastern Europe",

Journal of International Business Studies, Vol. 32 No. 2, pp. 357-67.

Meyer, K. (2001). Institutions, transaction costs, and entry mode choices in Eastern Europe. Journal of International Business Studies, Vol. 32 No. 2, pp. 357-67.

North, D., C. (2005). Understanding the Process of Economic Change. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Qardhawi, Y. (1995). Dawr al-Qiyam wa al-Akhlaq fi al-Iqtisad al-Islami. Maktabah Wahbah, Kairo-Mesir

Sawir, M. (2021). Ilmu Administrasi dan Analisis Kebijakan Publik Konseptual dan Praktik. Dee Publish.

Wade, W., Tavris, C., Saucier, D., & Elias, L. (2010). Psychology. Toronto: Pearson-Canada.

Profil Penulis

Hari Nugroho

Penulis menamatkan studi S1 di Universitas Pelita Harapan, Karawaci, Tangerang dalam jurusan Akuntansi (S.E.) tahun 2006. Penulis lalu melanjutkan studi pascasarjana S2 ke Universitas Bina Nusantara dan lulus pada tahun 2008 dengan konsentrasi dalam manajemen keuangan (M.M.). Penulis kemudian melanjutkan studi S2 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (FEB UI) dan lulus pada tahun 2011 dengan konsentrasi ekonomi internasional (M.S.E.). Pendidikan terakhir penulis adalah lulus dari Program Pascasarjana Ilmu Ekonomi S3 dari FEB UI dengan spesialisasi ekonomi makro pada tahun 2018 (Dr.).

Penulis memiliki ketertarikan dalam bidang ekonomi energi dan ekonomi makro. Beberapa penelitian yang telah dilakukan diterbitkan di beberapa jurnal nasional terakreditasi. Selain sebagai peneliti, penulis juga aktif menulis buku dalam topik matematika ekonomi, ekonomi energi dan ekonometri dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara yang sangat tercinta ini. Penulis saat ini aktif sebagai dosen pada jurusan Ekonomi di Universitas Pertamina. Penulis menyenangi olahraga alam bebas, traveling dan membaca buku.

Email Penulis: hari.nugroho@yahoo.com

3

PENGERTIAN, TUJUAN, DAN FUNGSI BISNIS

Ing. Aprilianto Amir, S.IP.
Universitas Tulang Bawang (UTB) Lampung

Pengertian Bisnis

Prinsip-prinsip bisnis secara umum telah dikenal dan diterapkan oleh manusia selama 3000 tahun dimulai dari peradaban seperti Cina dan India. Pada masa itu, masyarakat mulai menerapkan sistem kontrak dan kepemilikan, serta membangun usaha dengan sistem kepemilikan tunggal, kerjasama, dan korporasi. Satu setengah milenia kemudian, perusahaan yang didukung pemerintah mulai berkembang, ditandai dengan kemunculan Vereenigde Oostindische Compagnie (VOC) dan British East India Company yang meletakkan tonggak sejarah awal bisnis lintas negara dan multinasional, sekaligus menandai dimulainya era pasar modal atau saham.

Setelah Revolusi Industri yang dimulai pada akhir abad ke 17, dunia bisnis terus berubah dalam kurun waktu setiap lima dasawarsa. Dunia konglomerat berkembang dengan pesat, membuka banyak peluang karir bagi para manajer yang menjalankannya. Maka kemudian, bisnis yang pada mulanya cenderung mengandalkan sistem barter atau pertukaran setimpal dimana seseorang menukar sebuah barang dengan barang lainnya tergantung pada kerelaan

lawan pertukarannya, berkembang menjadi sebuah sistem yang sangat kompleks, dengan prinsip yang berpedoman pada pengeluaran sekecil-kecilnya untuk mendapatkan hasil yang sebesar-besarnya.

Dewasa ini, pemahaman tentang bisnis itu sendiri telah banyak berkembang sejalan dengan perkembangan dunia usaha. Namun demikian, sejauh ini definisi bisnis tidak banyak mengalami perubahan. Brown dan Clow (2008) menyatakan bahwa bisnis adalah aktivitas komersial apa pun yang mencari keuntungan dengan menjual barang dan jasa untuk pihak lain. Pride (2013) berpendapat bahwa bisnis adalah usaha terorganisir dari individu untuk menghasilkan dan menjual, untuk sebuah keuntungan, barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan masyarakat. Ebert (2019) mendefinisikan bisnis sebagai sebuah organisasi yang menjual barang atau jasa untuk memperoleh keuntungan. Sementara Fuad dkk. (2006) menyatakan bahwa bisnis secara umum tidak terlepas dari aktivitas produksi, penjualan, pembelian maupun pertukaran barang dan jasa yang melibatkkan orang atau perusahaan. Aktivitas dalam bisnis pada umumnya punya tujuan untuk menghasilkan laba untuk kelangsungan hidup serta cukup untuk mengumpulkan dana bagi pelaksanaan kegiatan si pelaku bisnis itu sendiri.

Dari definisi-definisi di atas, dapat ditarik benang merah sebagai pengertian pokok dari bisnis, yaitu:

“Bisnis adalah kegiatan terorganisir yang dijalankan oleh individu atau kelompok dalam memproduksi dan menjual barang atau jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat untuk mendapatkan keuntungan.”

Dari definisi pokok tersebut, dapat dilihat bahwa esensi bisnis meliputi tiga hal penting, yaitu kegiatan terorganisir, pemenuhan kebutuhan, dan keuntungan usaha.

1. Kegiatan Terorganisir

   Untuk mengorganisir sebuah bisnis, diperlukan kombinasi yang tepat dari sumber daya seperti material, manusia, finansial, dan informasi. Material dapat berupa aset tetap seperti tanah dan bangunan yang dimiliki oleh salah satu individu pendiri perusahaan atau dimiliki secara bersama-sama dengan kesepakatan tertentu dan diatas namakan kepada perusahaan tersebut, dapat juga berupa bahan mentah yang digunakan untuk proses manufaktur, atau dapat juga berupa kendaraan dan mesin yang digunakan untuk operasional perusahaan.

   Manusia juga merupakan aset sebuah bisnis, dalam hal ini manusia yang dimaksud adalah para pekerja. Manusia merupakan aset yang sangat penting dalam sebuah bisnis. Sumber daya manusia akan menentukan perkembangan sebuah perusahaan, karena manusia merupakan aset yang tidak pernah berhenti berkembang dan tidak terbatas pada ruang dan waktu yang kaku. Sumber daya manusia senantiasa dapat belajar dan mencapai nilai yang lebih tinggi. Kemampuan sebuah perusahaan untuk memelihara sumber daya manusia nya, akan menentukan kesuksesan bisnis jangka panjang perusahaan tersebut.

   Sementara sumber daya finansial merujuk pada ketersediaan modal berupa uang maupun saham, dimana modal ini sangat penting untuk menjamin kelancaran operasional sebuah perusahaan. Aspek keuangan yang terjamin, akan menjadikan perusahaan siap bertahan di pasar, dan menjalankan program-program bisnis yang menunjang kelangsungan usaha jangka panjang. Sumber daya finansial, seperti halnya material, dapat bersumber

dari pemilik tunggal perusahaan, dapat pula bersumber dari kelompok dengan kesepakatan tertentu.

Aspek terakhir dalam pengorganisasian bisnis adalah informasi, dimana hal ini penting bagi para manajer yang menjalankan sebuah bisnis agar dapat menggunakan material, sumber daya manusia, dan modalnya secara efektif dan efisien untuk keberlangsungan dan perkembangan bisnisnya. Informasi sangat erat kaitannya dengan sumber daya manusia. Jika perusahaan mampu memelihara arus informasi dibarengi dengan pengembangan sumber daya manusianya, dua hal ini akan menjadi kombinasi yang sangat mumpuni untuk memajukan perusahaan, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

2. Pemenuhan Kebutuhan

Umumnya, salah satu tujuan utama sebuah perusahaan adalah untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Seseorang tentu membeli barang tidak hanya sekedar ingin memiliki barang tersebut, lebih jauh lagi, sebuah barang memiliki nilai-nilai untuk memenuhi kebutuhan orang tersebut. Di sisi lain, kebutuhan dan level pemenuhan kepuasan tiap orang berbeda dengan orang lainnya. Sebuah bisnis yang baik, akan berupaya membaca kebutuhan setiap pelanggan, dan memutuskan kebutuhan yang mana yang akan menjadi prioritas utama untuk dipenuhi oleh perusahaan.

Jika sebuah perusahaan berhasil membaca kebutuhan pelanggan, dan fokus bekerja untuk memenuhi kebutuhan tersebut, umumnya perusahaan tersebut akan berhasil. Demikian juga ketika sebuah perusahaan mampu memenuhi

kebutuhan pelanggan dengan cara atau keunikan yang berbeda dari perusahaan lainnya, kesuksesan akan dapat berkembang lebih besar di luar ekspektasi awal. Harus dipahami, tantangan yang dihadapi perusahaan di era masyarakat 5.0 seperti saat ini jauh lebih berat dibandingkan sebelumnya. Dinamika kebutuhan pelanggan bukan satu-satunya masalah yang harus diperhatikan perusahaan. Perusahaan harus siap dengan daya tarik yang sama sekali unik jika ingin bertahan dalam badai persaingan usaha masa kini.

3. Keuntungan Usaha

   Pada hakikatnya, keuntungan adalah uang yang tersisa setelah pendapatan penjualan dikurangi dengan seluruh pengeluaran usaha. Dalam menjalankan usaha, biaya-biaya harus ditutup oleh pendapatan, ini merupakan prinsip utama. Biaya tersebut termasuk belanja modal, bahan mentah, biaya proses, biaya distribusi, biaya karyawan, pemeliharaan, dan lain sebagainya. Setelah semua biaya tertutup, sisa dana yang ada itulah yang kemudian dikategorikan sebagai keuntungan.

   Ketika pengeluaran sebuah perusahaan lebih besar ketimbang pendapatan, maka disebut bahwa perusahaan tersebut mengalami keuntungan negatif atau kerugian. Jika kerugian tersebut dialami sesekali, atau dalam periode tertentu, mungkin perusahaan masih masih dapat bertahan. Namun, tentu perusahaan tidak dapat terus-menerus menanggung kerugian dalam jangka waktu lama. Risiko kebangkrutan dapat terjadi kapan saja, dan untuk menanggulangi hal ini, perusahaan sering kali harus membuat keputusan penting yang boleh jadi tidak cukup menguntungkan bagi sebagian pihak. Inilah alasan yang membuat sebuah perusahaan

terkadang melakukan tindakan seperti pemotongan gaji, atau bahkan pemutusan hubungan kerja.

Keuntungan yang didapat sebuah perusahaan idealnya senantiasa berkembang dari waktu ke waktu. Stagnansi keuntungan dalam periode tertentu bukanlah sebuah pertanda baik. Stagnansi seperti ini dapat dipandang sebagai kegagalan perusahaan dalam membaca peluang pasar, atau dengan kata lain perusahaan gagal memenuhi kebutuhan pelanggan yang secara alami terus berkembang seiring kemajuan zaman.

Tujuan Bisnis

Sebuah perusahaan yang tertata baik akan memiliki visi dan misi yang jelas. Visi dan misi ini merupakan titik tolak yang nantinya akan diterjemahkan ke dalam rencana-rencana atau tujuan-tujuan kecil yang lebih mudah dipahami dan diukur oleh pelaksana perusahaan tersebut. Tujuan dalam sebuah kegiatan bisnis dapat berupa tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Keberadaan tujuan ini penting untuk memberikan arah bagi operasi bisnis rutin perusahaan. Sebuah perusahaan dapat memiliki beberapa tujuan yang berbeda yang akan membantu perusahaan itu untuk mencapai visi jangka panjangnya.

Secara umum sebuah bisnis bertujuan untuk mendapatkan keuntungan, meski sebenarnya tidak sesederhana itu. Tujuan bisnis boleh jadi sangat beragam tergantung pada motifnya. Tujuan sebuah bisnis dapat dibagi ke dalam beberapa kelompok, antara lain tujuan umum dan khusus, tujuan strategis dan operasional, serta tujuan finansial dan non-finansial.

1. Tujuan Umum dan Khusus

   Tujuan umum sebuah perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan atau menarget pada lapisan tertentu dalam sebuah masyarakat.

   Tujuan khusus perusahaan ditentukan oleh pendiri perusahaan tersebut, misalnya membangun citra tertentu, meningkatkan kualitas produk, ruang lingkup usaha, meluncurkan produk tertentu, menciptakan produk dengan harga terbaik, dan sebagainya.

2. Tujuan Strategis dan Operasional

   Tujuan strategis mengacu pada tujuan jangka panjang perusahaan, yang mana hal ini akan turut berperan dalam menterjemahkan visi dan misi perusahaan menjadi perencanaan yang lebih spesifik. Rencana-rencana khusus ini merupakan penanda utama untuk mengukur kesuksesan perusahaan, dan dalam jangka panjang akan membantu proses pengambilan keputusan dengan lebih akurat. Tujuan strategis umumnya didesain dalam kurun waktu dua hingga empat tahun, dan mencakup harapan tertentu yang memungkinkan perusahaan untuk mencapai visinya secara lebih luas.

   Tujuan operasional mengacu pada tujuan-tujuan jangka pendek, bisa harian, mingguan, atau bulanan yang menjadi semacam acuan keberhasilan sebagai bagian pencapaian jangka yang lebih panjang. Secara singkat, tujuan operasional merupakan pecahan dari tujuan strategis.

3. Tujuan Finansial dan Non-Finansial

   Tujuan finansial mencakup:

   a. Keberlangsungan bisnis, yaitu menjaga usaha tetap beroperasi selama jangka waktu tertentu;

   b. Maksimalisasi keuntungan, lazimnya hal ini menjadi tujuan setelah balik modal sebuah usaha tercapai;

   c. Pertumbuhan, dalam hal ini mengacu pada jumlah karyawan, produk terjual, dan pendapatan;

   d. Pembagian pasar, yaitu persentase pasar yang dicakup oleh perusahaan;

   e. Peningkatan nilai saham, nilai saham yang meningkat akan beriringan dengan kepuasan pemilik saham

   Sementara tujuan non-finansial mencakup:

   a. Kepuasan pelanggan, dimana ini merupakan tolak ukur utama yang akan menjamin keberlangsungan perusahaan di dalam persaingan pasar. Banyak perusahaan yang seringkali mengabaikan kepuasan pelanggan dan menempatkan faktor ini bukan sebagai tujuan perusahaan. Ini merupakan sebuah kesalahan yang cukup serius. Pelanggan merupakan satu faktor penting yang menentukan kehidupan perusahaan. Tanpa basis pelanggan setia, perusahaan hampir pasti akan melemah dan akhirnya mati. Sekecil apa pun kontribusi pelanggan terhadap pendapatan sebuah bisnis, perusahaan tidak boleh mengabaikan mereka. Karena kepuasan satu pelanggan sangat mungkin ditularkan kepada pelanggan lainnya, dan

demikian pula sebaliknya, ketidak puasan mereka hampir pasti akan ditularkan kepada yang lain;

b. Etika dan sosial, termasuk bagaimana perusahaan menanggapi isu-isu terkait lingkungan, budaya, kemasyarakatan. Perusahaan yang peka terhadap hal-hal ini akan memiliki nilai lebih di mata masyarakat luas, dan pada akhirnya akan menunjang kemajuan dan keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang.

Selain pengelompokan tujuan seperti di atas, secara lebih rinci tujuan bisnis dapat pula dibagi seperti berikut:

1. Keuntungan

   Ini merupakan salah satu tujuan terpenting dari sebuah perusahaan, yaitu menghasilkan keuntungan bagi para pihak yang terlibat dalam perusahaan tersebut.

2. Pertumbuhan

   Pertumbuhan yang dimaksud adalah pertumbuhan dalam hal keuntungan, pendapatan, kapasitas produksi atau distribusi, jumlah sumber daya manusia, kesejahteraan karyawan dan lain-lain yang dipandang positif bagi perkembangan perusahaan.

3. Stabilitas

   Sebuah perusahaan yang baik, memiliki tujuan salah satunya menjaga kesinambungan usaha, dalam artian, perusahaan mengarah pada masa hidup yang lama. Untuk mencapai hal ini, maka perusahaan harus memperhatikan kepuasan pelanggan, kelayakan mendapatkan kredit, kepuasaan karyawan, stabilitas pendapatan, dan lain-lain. Sebuah perusahaan yang stabil akan mampu menghadapi dinamika dunia usaha dengan relatif lebih mudah.

4. Efisiensi

   Efisiensi dapat merujuk pada penggunaan sumber daya, baik sumber daya manusia maupun aset-aset lainnya. Efisiensi jg dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam menangani kontrol kualitas produk, yang pada akhirnya akan memperkecil peluang komplain dari pelanggan, dan meminimalisir biaya atas komplain tersebut.

5. Kelangsungan Hidup

   Perusahaan yang baik memiliki visi yang meliputi kelangsungan perusahaan dalam jangka panjang. Sebuah bisnis, harus mampu bertahan dalam kondisi pasar yang guncang sekali pun.

Fungsi Bisnis

Fungsi bisnis adalah seperangkat proses atau aktivitas yang dijalankan oleh sebuah perusahaan untuk memastikan perusahaan tersebut berfungsi dengan baik. Perusahaan dapat memiliki sebuah fungsi bisnis utama, atau dapat juga beberapa fungsi yang terbagi dalam beberapa bidang tersendiri. Pembagian fungsi bisnis ini bergantung pada kebijakan internal yang umumnya didasarkan pada ukuran perusahaan atau banyaknya level hierarki dalam perusahaan tersebut.

Perusahaan kecil lazim mempekerjakan sedikit karyawan dan membebankan beberapa fungsi sekaligus pada satu orang saja. Seiring dengan perkembangan bisnis, perusahaan boleh jadi akan mempekerjakan satu orang untuk melaksanakan satu fungsi dengan tujuan mencapai efektivitas kerja. Sebaliknya, perusahaan besar yang mapan akan memiliki departemen tersendiri untuk setiap kegiatan produksi. Setiap departemen akan diisi oleh sumber daya manusia yang ahli pada bidangnya dan diberikan tugas hanya yang sesuai dengan keahliannya.

Secara garis besar fungsi bisnis terbagi atas fungsi bisnis inti dan fungsi bisnis pendukung. Kedua fungsi ini saling bersinergi di dalam proses bisnis sebuah perusahaan. Keberhasilan satu bagian sangat ditentukan oleh keberhasilan bagian lainnya, yang pada akhirnya akan menentukan kesuksesan perusahaan secara keseluruhan.

1. Fungsi Bisnis Inti

   Fungsi ini merupakan aktivitas perusahaan yang mendatangkan penghasilan dan menjaga efektivitas dan efisiensi fungsi-fungsi dalam perusahaan. Fungsi utama ini merupakan aktivitas utama dalam sebuah perusahaan, namun perusahaan juga dapat menempatkan aktivitas lain sebagai bagian dari fungsi inti. Yang termasuk fungsi bisnis inti antara lain:

   a. Fungsi Produksi

      Bagian produksi merupakan jantung sebuah perusahaan. Di dalam bagian ini, perusahaan mengolah bahan mentah menjadi produk jadi yang nantinya akan disalurkan oleh perusahaan kepada para pelanggan. Fungsi produksi sangat penting dalam menentukan pendapatan perusahaan yang menunjang kehidupan seluruh pihak yang bergantung pada perusahaan itu. Fungsi ini adalah salah satu fungsi utama yang harus senantiasa didukung oleh fungsi lainnya.

   b. Fungsi Operasi

      Fungsi ini umumnya bertugas untuk menjaga rantai komunikasi antara beberapa fungsi sekaligus. Bagian operasi harus memastikan efektivitas dukungan fungsi-fungsi penunjang terhadap fungsi produksi. Fungsi ini akan bertindak sebagai penghubung antar fungsi yang

saling terkait, menemukan dan menganalisa permasalahan yang ada, kemudian memberikan solusi yang dapat diterima semua pihak untuk kemudian diimplementasikan dalam waktu yang sesingkat-singkatnya untuk menjaga kelancaran proses bisnis dalam perusahaan tersebut.

c. Fungsi Tata Kelola

Tata kelola perusahaan merupakan sebuah fungsi yang bertugas memberikan arahan dan mengontrol jalannya perusahaan secara menyeluruh. Fungsi ini dipegang oleh perangkat manajemen tingkat atas yang membawahi berbagai bagian dalam struktur perusahaan. Tata kelola umumnya tidak berbentuk satu departemen khusus, namun memiliki sistem koordinasi yang bersifat kesatuan. Hal ini penting agar perangkat manajemen dari berbagai bagian tetap berada dalam satu visi dan misi yang sama dan bekerja untuk kepentingan perusahaan.

2. Fungsi Bisnis Pendukung

Fungsi yang dimaksud di sini adalah fungsi penyangga yang dijalankan perusahaan untuk membantu jalannya fungsi inti. Fungsi ini mencakup fungsi-fungsi sebagai berikut:

a. Fungsi Sumber Daya Manusia

Dalam sebuah perusahaan, Sumber Daya Manusia (SDM) umumnya merupakan sebuah departemen terpisah yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan tenaga kerja perusahaan. Fungsi SDM ini terlibat dalam perekrutan, skrining, penawaran kontrak, pengawasan kinerja, dan penanganan isu-isu ketenaga kerjaan. Selain itu, departemen SDM juga

berperan dalam membangun kebijakan perusahaan yang berkaitan dengan karyawan, serta memupuk budaya organisasi.

b. Fungsi Strategi

Sebagian perusahaan, terutama perusahaan berskala besar, memiliki Departemen Strategi. Departemen ini khusus bertugas untuk mengembangkan strategi, pendekatan, dan cara untuk mengimplementasikan perubahan bagi perusahaan. Selain perencanaan strategi, departemen ini juga menjadi semacam konsultan bagi pihak terkait dalam membuat keputusan penting, dan dalam waktu yang bersamaan turut mengkaji risiko yang mungkin timbul sebagai dampak sebuah keputusan. Bagian ini pula yang idealnya menemukan titik kekuatan, kelemahan, serta keuntungan kompetitif sebuah perusahaan.

c. Fungsi Desain

Departemen Desain umumnya menangani segi penampilan sebuah merek, identitas, dan desain, baik produk maupun semua identitas visual perusahaan. Bagian ini bekerja untuk menampilkan citra perusahaan yang ingin ditampilkan ke masyarakat sebagai bagian dari strategi perusahaan tersebut.

d. Fungsi Riset dan Pengembangan

Perusahaan yang berorientasi pada jangka panjang akan senantiasa melakukan upaya-upaya untuk selalu relevan dengan perkembangan zaman dan tuntutan pasar. Untuk itu, diperlukan inovasi yang berkelanjutan yang mana fungsi ini dipegang oleh bagian Riset dan Pengembangan. Departemen ini memiliki

kemampuan dalam analisis dan pemahaman mendalam terkait kondisi pasar saat ini untuk sebuah industri. Kemampuan perusahaan dalam berinvestasi pada bagian ini dapat menentukan kesuksesan dalam persaingan pasar.

e. Fungsi Manajemen Kualitas

Bagian Manajemen Kualitas bertugas untuk memastikan konsistensi kualitas sebuah produk atau jasa. Proses di dalam fungsi ini berfokus pada langkah-langkah seperti perencanaan kualitas, jaminan kualitas, kontrol kualitas, dan peningkatan kualitas. Departemen ini akan menguji fungsi sebuah produk mengacu pada spesifikasi pabrikan, meninjau, dan menyelesaikan penyebab masalah kualitas yang muncul. Tinjauan ini tidak hanya terbatas pada produk sendiri, melainkan juga proses dan alat produksi yang digunakan.

f. Fungsi Teknologi Informasi

Departemen Teknologi Informasi atau lazim disebut secara singkat sebagai TI, memasang dan memelihara sistem komunikasi dan keamanan, jaringan digital, internet, dan penyimpanan *cloud*. Departemen ini menyerahkan komputer, printer, dan perangkat elektronik lainnya kepada karyawan dan membantu penyelesaian permasalahan teknis. Bagian ini juga terlibat dalam pengembangan dan pengoperasian aplikasi, sistem dan perangkat keras dan perangkat lunak. Ada kalanya fungsi TI membantu pengembangan dan pemeliharaan situs web serta manajemen hubungan pelanggan.

g. Fungsi Komunikasi

Fungsi ini menangani semua aspek komunikasi dalam perusahaan, termasuk hubungan masyarakat, komunikasi korporat, dan manajemen krisis yang mungkin berdampak pada nama baik perusahaan atau merek yang dikeluarkan perusahaan. Bagian ini bertanggung jawab untuk menjadi juru bicara perusahaan, menulis rilis pers, dan menulis pidato untuk dibacakan oleh pimpinan perusahaan.

h. Fungsi Keuangan dan Akunting

Departemen ini menangani pembiayaan, anggaran, akunting, dan pengawasan keuangan. Bagian ini juga yang menangani urusan pajak, faktur pelanggan, pembayaran gaji dan lembur, pencatatan aliran dana dan pembayaran pengeluaran, melaksanakan audit keuangan dan penanganan hukum keuangan serta pajak.

i. Fungsi Pembelian

Bagian pembelian menangani kalkulasi harga dan pembelian bahan baku, komponen, peralatan, perlengkapan dan jasa. Tanggung jawab bagian ini umumnya mencakup pembelian, manajemen rantai pasokan, logistik dan kemitraan strategis. Fungsi ini berperan penting dalam menjaga struktur pengeluaran perusahaan yang pada akhirnya berpengaruh pada daya saing produk.

j. Fungsi Pemasaran dan Penjualan

Tim penjualan dan pemasaran berperan dalam mempromosikan perusahaan kepada calon investor, klien, pelanggan, atau sponsor dengan tujuan membangun kesadaran merek dan menghasilkan pendapatan. Tim ini juga

bertanggung jawab untuk menentukan produk atau layanan yang dijual, menetapkan harga dan promosi yang bersaing, mengembangkan merek, logo, dan *motto* perusahaan, serta membuat iklan yang efektif. Departemen pemasaran dapat juga turut menangani pengembangan situs web, periklanan media digital dan sosial, pengoptimalan mesin pencari *online*, dan hubungan kemasyarakatan.

k. Fungsi Layanan Pelanggan

Departemen layanan pelanggan mengelola hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya. Bagian ini menangani pertanyaan pelanggan, pembelian, pengembalian atau masalah lainnya, dan sangat terampil dalam komunikasi, manajemen konflik, memiliki empati dan kesabaran yang besar. Dengan teknologi yang berkembang, staf layanan pelanggan dapat bekerja secara langsung, melalui telepon atau melalui *platform* online untuk membantu pelanggan.

l. Fungsi Distribusi

Distribusi adalah proses penyaluran produk atau layanan dari perusahaan kepada pelanggan. Produsen atau perusahaan dapat melakukan distribusi secara langsung atau melalui pihak ketiga, seperti perusahaan yang khusus berperan sebagai distributor. Peran penting departemen ini terdapat pada kecepatan dan keakuratan penyaluran barang dari perusahaan ke pelanggan yang akan memberi nilai tambah pada perusahaan itu sendiri.

Daftar Pustaka

Pride, W.M., Hughes, R.J. & Kapoor, J.R. (2013). *Business* (12th ed.). Mason: South-Western

Fuad, M. dkk. (2006). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Brown, B.J., & Clow, J.E. (2008). *Introduction to Business, Student Edition*. California: Glencoe McGraw-Hill

Ebert, R.J. & Griffin, R.W. (2019). *Business Essentials* (12th ed.). New York: Pearson

Kelly, Marcella & Chuck, Williams. (2019). *BUSN11, Introduction to Business*. Boston: Cengage

Needle, David & Burns, Jane. (2019). *Business in Context* (7th ed.). Hampshire: Cengage Learning

Wernaart, Bart. (2021). *Ethics and Business; A Global Introduction*. Groningen: Noordhoff Uitgevers

Profil Penulis

Ing. Aprilianto Amir, S.IP

Penulis memulai kariernya sebagai Sales Assistant di Doha Qatar Duty Free yang merupakan anak perusahaan dari Qatar Airways. Setelah 2 tahun bekerja di perusahaan tersebut, penulis pulang ke Indonesia pada tahun 2010 dan mulai bekerja pada PT. Eka Boga Inti sebagai Supervisor di retail makanan cepat saji Hoka Hoka Bento. Kemudian Penulis bekerja sebagai Account Manager untuk PT. Cipta Datindo, sebuah perusahaan distributor resmi Apple di Indonesia, dan setelah beberapa waktu penulis menerima tawaran untuk bekerja sebagai Strategy Manager di PT. Radinka, sebuah perusahaan infrastruktur IT di Jakarta yang memasok kebutuhan pusat data dan jaringan berbagai perusahaan besar di Indonesia. Setelah 13 tahun bekerja di sektor swasta, pada akhir tahun 2019 penulis memulai karier yang cukup berbeda dengan bergabung sebagai Dosen untuk Program Studi Administrasi Bisnis pada Universitas Tulang Bawang Lampung. Berbagai pengalaman kerja penulis di sektor swasta menjadi nilai tambah berharga dalam mengampu setiap mata kuliah yang dipercayakan kepada penulis hingga saat ini.

Penulis memiliki latar belakang pendidikan dalam dua bidang yang berbeda. Penulis menyelesaikan studi Sarjana pada Jurusan Hubungan Internasional Universitas Riau pada tahun 2006. Kemudian penulis melanjutkan studi Strata II di bidang Bisnis Internasional pada University of Economics, Prague di Republik Ceko, yang berhasil dituntaskan dalam waktu dua tahun pada tahun 2014. Selain pendidikan formal, penulis banyak menjalani berbagai kursus dan diklat dalam bidang bisnis, ekonomi, marketing, bahasa asing, dan lain sebagainya.

Email Penulis: aprilianto.amir@gmail.com

4

HUBUNGAN BISNIS DENGAN POLITIK, PEREKONOMIAN, DAN PEMERINTAH

Reni Febrina, S.E., M.M.

Sekolah Tinggi Ekonomi Syariah – Manna Wa Salwa – Sumatera Barat

Pendahuluan

Dalam era pembangunan ini berkembangnya suatu negara sangat bergantung sekali pada tingginya laju perekonomian. Perekonomian suatu negara dikatakan maju dan berkembang apabila faktor sumber daya yang dimiliki oleh suatu negara mampu dikelola dengan baik dan menghasilkan suatu nilai yang tinggi. Salah satu faktor tersebut adalah bisnis yang terdapat dalam suatu negara tersebut. Tingginya kemampuan bisnis dalam suatu negara akan menyebabkan tingginya laju perekonomian suatu negara tersebut. Bisnis secara fenomenal adalah lkitasan untuk meraih keunggulan kompetitif baik dalam segi politik, perekonomian maupun dalam pemerintah itu sendiri.

Kata bisnis diadaptasi dari bahasa Inggris yaitu business, berasal dari kata dasar busy yang berarti 'sibuk' dalam ruang lingkup individu, komunitas, dan masyarakat. Bisnis dalam artian fenomenal adalah sebuah rutinitas kesibukan dalam melakukan aktivitas atau pekerjaan

yang nantinya akan memberikan sebuah keuntungan. Dalam artian entitas, bisnis adalah suatu organisasi atau badan usaha yang bergerak dalam kegiatan komersial, profesional, atau industri, dalam memperoleh keuntungan. Bisnis merupakan suatu kegiatan yang dijalankan oleh individu ataupun organisasi yang terdapat didalamnya proses pembuatan, pembelian, penjualan, atau pertukaran barang maupun jasa dengan tujuan untuk menghasilkan suatu keuntungan.

Terdapat hubungan yang sangat erat antara bisnis dengan beberapa variabel sumber daya yang terdapat dalam suatu negara maupun antar negara baik itu dari segi politik, perekonomian, dan pemerintah. Bisnis. Politik, perekonomian dan pemerintah dan bisnis mempunyai pola hubungan yang saling terkait. Hubungan ini merupakan hubungan timbal balik antar individu, aktifitas tersebut semestinya dapat menunjang kegiatan bisnis dalam suatu negara. Hal yang sama terjadi dengan bisnis yang dapat mendukung kegiatan politik, perekonomian dan pemerintahan untuk mempertahankan kedaulatan suatu negara. Maka dari itu Dapat kita ambil kesimpulan bahwa sebuah bisnis memiliki keterkaitan yang sangat erat dalam politik, perekonomian dan pemerintahan.

Hubungan Bisnis dengan Politik

Antara politik dan bisnis mempunyai pola hubungan yang saling terkait. Ibaratnya hubungan timbal balik antar individu, aktifitas politik semestinya dapat menunjang aktifitas bisnis dalam ruang lingkup suatu negara. Hal yang sama terjadi dengan bisnis yang dapat mendukung kegiatan politik untuk mempertahankan kehormatan suatu negara.

Pada umumnya jika kita lihat para pelaku bisnis sangat dekat dengan dunia politik. Beberapa di antaranya juga

merupakan figur politik yang sangat dikenal oleh masyarakat. Adapun keterlibatan mereka dapat kita rasakan saat pemilihan kepala daerah maupun pemilihan anggota legislative apakah itu di tingkat nasional maupun tingkat daerah. Tanpa kita sadari para elit politik ini memegang peranan penting dalam membuat kebijakan yang nantinya akan menentukan iklim bisnis di daerah tersebut.

Artian Politik secara garis besar merupakan suatu proses pembentukan dan adanya pembagian kekuasaan dalam masyarakat yang membentuk proses pembuatan suatu keputusan, khususnya pada sebuah negara. Adapun pengertian Politik jika ditinjau dari adanya kepentingan penggunanya terbagi dalam dua bagian, sebagai berikut :

1. Politik dalam arti kepentingan umum dan pengertian politik dalam arti kebijaksanaan. Adapun politik dalam kepentingan umum adalah beberapa usaha demi kepentingan umum baik itu dalam bawah kekuasaan negara maupun dalam kekuasaan daerah.
2. Politik dalam artian kebijaksanaan adalah teori, metode atau teknik dalam mempengaruhi orang sipil atau individu. Dalam segia lain politik sebagai tingkatan suatu kelompok atau individu yang membahas mengenai hal yang terjadi didalam masyarakat atau sebuah negara. Hal ini terkait dengan politikus sebagai seseorang yang menjalankan atau melakukan kegiatan politik.

   Ketika menjalankan suatu bisnis sangat penting bagi kita untuk mempertimbangkan risiko politik dan pengaruhnya terhadap organisasi. Karena hal ini sepatutnya dipertimbangkan karena perubahan dalam suatu tindakan maupun kebijakan politik di suatu negara akan menimbulkan dampak besar pada sektor keuangan dan perekonomian di negara

tersebut. Terjadinya risiko politik umumnya sangat berkaitan erat dengan pemerintahan serta dengan situasi politik dan keamanan di sebuah negara. Segala tindakan dalam suatu organisasi bisnis disebut politik, kecuali organisasi charity atau sosial. Karena faktor-faktor tersebut menentukan kelancaran berlangsungnya suatu bisnis. Apabila situasi politik mendukung, bisnis secara umum dapat berjalan dengan lancar. Dari segi situasi politik yang kondusif dapat membuat harga saham naik. Dan sebaliknya, apabila situasi politik kacau tidak menentu, akan menimbulkan terjadinya unsur ketidakpastian dalam sebuah bisnis.

Dalam hal ini, adapun kinerja sistem ekonomi politik sudah berinteraksi satu sama lain, yang akan menyebabkan terjadinya setiap peristiwa ekonomi politik tidak lagi dibatasi oleh batas-batas tertentu. Dapat kita contohkan seperti IMF, Bank Dunia, dan bahkan investor asing akan mempertimbangkan peristiwa politik nasional dan lebih mencerminkan kompromi-kompromi antara kekuatan politik nasional dan kekuatan-kekuatan internasional. Dalam tiap pembentukan pola bisnis juga berkaitan erat dengan unsur politik. Budaya politik merupakan serangkaian keyakinan atau sikap yang memberikan pengaruh terhadap kebijakandan administrasi publik di suatu negara, termasuk di dalamnya pola yang berkaitan dengan kebijakan ekonomi atau perilaku bisnis. Politik yang bersifat liberal dalam sistem liberal dan politik yang demokratis dirancang untuk menjauhkan campur tangan pemerintah dalam bidang perekonomian dan bisnis Selain itu Ada juga politik bersifat intervensionis secara penuh dengan dukungan pemerintahan yang bersih. Bahkan ada juga politik yang cenderung mengarahkan supaya pemerintah terlibat dan ikut campur tangan dalam bidang ekonomi bisnis. Dalam kaitannya dengan politik lebih mengacu

pada pola yang terakhir, yaitu pemerintah turut campur tangan dalam berjalannya suatu bisnis. Fenomena ini dapat kita lihat dalam hukum maupun kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan pemerintah untuk menunjang perekonomian dan bisnis. Dengan terdapatnya hubungan bisnis dengan politik merupakan hubungan yang sangat erat kaitannya dan saling berhubungan antara satu dengan yang lainnya. Dalam sebuah Politik akan memberikan pengaruh yang besar dalam proses perjalanan sebuah bisnis. Adanya situasi politik yang tidak stabil akan dapat mengakibatkan perekonomian yang merosot drastis sehingga melahirkan dampak yang sangat besar terhadap bisnis yang sedang di jalankan.

Maka dari itu jika kita akan melakukan sebuah bisnis maka kita seharusnya memiliki kepekaan dan pengetahuan terhadap politik yang sedang terjadi sehingga kita mampu untuk membaca dan memprediksi perkembangan bisnis yang akan terjadi dimasa yang akan datang sehingga kita harus mempersiapkan strategi bisnis yang terbaik untuk mengatasinya. Apalagi bisnis yang kita jalani merupakan bisnis lintas negara yang sedang mengalami konflik politik, kita harus bersiap siap jika sesuatu hal pecah yang mengakibatkan sebuah konflik yang sangat besar yang akan berdampak negatif pada bisnis kita seperti konflik perang, konflik pemboikotan atas sebuah produk tertentu, atau perubahan kebijakan pemerintah dan konflik konflik politik lainnya yang mungkin akan mengakibatkan dampak negatif dan kerugian terhadap bisnis kita. Karena politik yang berlaku disuatu negara akan mempengaruhi ruang lingkup perekonomian atau kinerja bisnis yang mungkin akan memanas.

Bisnis dan politik merupakan faktor yang saling terkait karena setiap masalah politik akan berpengaruh terhadap

bisnis baik dalam skala yang kecil sampai skala menengah. Ragam bisnis dengan level menengah ke bawah akan merasakan dampak dari politik yang ada, makanya kita harus mengetahui perubahan apa yang akan terjadi dari sebuah politik pemerintahan atau sebuah kebijakan pemerintahan, apakah mendukung atau bahkan merugikan. Kita harus menyadarinya dan harus selalui mencari informasi politik terutama yang akan mempengaruhi untuk bisnis kita sehingga kita tidak terkena resiko yang akan ditimbulkan dari dampak politik yang tidak bersahabat dengan bisnis yang kita jalani. Hubungan bisnis dengan politik sebagai sesuatu yang bisa berjalan secara berdampingan dalam mencapai suatu tujuan yang sesuai dengan rencana bisnis dan rencana politik dalam menghasilkan kondisi perekonomian yang lebih baik, tetapi hubungan bisnis dengan politik juga akan berjalan dengan saling berlawanan yang akan mengakibatkan terjadinya ketidak sepahaman sehingga akan menimbulkan terjadinya dampak negatif dari salah satu bidang, baik itu dampak negatif bagi bidang politik atau dampak negatif bagi perkembangan bisnis.

Ada beberapa aspek lingkungan politik yang harus kita ketahui dan harus kita pertimbangkan ketika kita melakukan bisnis yaitu :

1. Stabilitas Pemerintahan.

   Dalam sebuah bisnis stabilitas pemerintahan sangatlah penting, karena masa depan bisnis akan bergantung pada politik yang sedang berlangsung. Terdapatnya ketidak stabilan politik akan membuat kita kesulitan dalam menjalankan sebuah bisnis, sebuah perubahan politik yang mendadak akan mengakibatkan kita kehilangan modal dan kerugian yang besar dan risiko kehilangan bisnis yang besar.

2. Hubungan Internasional.

   Hubungan suatu pemerintahan antara negara yang satu dengan yang lainya tidak selalu stabil, bisa saja terjadi keburukan situasi politik yang akan mengakibatkan dampak terutama bagi kita yang melakukan bisnis online. Adapun dampak politik yang tidak baik terhadap bisnis online terlihat pada proses pembayaran yang kurang berjalan dengan sempurna karena pada umumnya banyak proses pembayaran di bisnis online yang menggunakan Paypal atau dengan Clickbank sehingga berakibat berkurangnya penjualan bagi negara negara tertentu yang sedang berada dalam konflik politik karena proses pembayaran yang mengalami tantangan dan hambatan.

3. Birokrasi Pemerintahan.

   Ada kalanya lingkungan politik akan menghambat berjalannya sebuah bisnis yang dibangun secara lintas negara. Investor dan pengusaha asing akan mengalami kesulitan dalam membuka bisnis karena peranan pemerintahan setempat akan mencegah tumbuhnya perusahaan asing yang bernilai potensial untuk tumbuh dan berkembang disuatu negara.

Perekonomian yang harmonis dan bernilai tinggi sangat erat kaitannya dengan politik. Sangat diperlukan adanya kestabilan yang saling mendukung antara sebuah kebijakan politik dan perjalanan bisnis yang sedang berlangsung. Sebagai pelaku bisnis kita harus harus selalu bisa menjaga diri agar tetap siaga untuk berbagai kemungkinan yang terjadi sehingga kita telah mempersiapkan sagala hal yang diakibatkan oleh konflik politik yang terjadi. Perubahan politik akan melahirkan peluang positif dan peluang negatif tergantung pada bisnis yang di jalani dan memanfaatkan situasi yang ada.

Hubungan Bisnis dengan Perekonomian

Peranan bisnis dalam suatu negara adalah terutama memproduksi barang atau jasa yang diminati oleh konsumen. Dalam kegiatan bisnisnya perusahaan memproduksi barang dan jasa dari faktor - faktor produksi yang disediakan masyarakat, dan selanjutnya para konsumen akan membeli barang dan jasa tersebut. Fungsi perusahaan mempunyai peranan dalam pertumbuhan perekonomian suatu negara. Peranan ini merupakan sebuah ukuran terhadap pertumbuhan ekonomi GNP, yang didefinisikan sebagai nilai pasar keseluruhan dari barang - barang dan jasa yang diproduksi oleh suatu negara pada masa tertentu perhitungan biasanya dalam satu tahun.

Kegiatan utama perusahaan adalah memproduksi barang dan jasa. Dalam memproduksi perusahaan harus membeli komponen bahan baku atau bahan setengah jadi yang di beli dari produsen lain, sehingga mampu menciptakan tingginya permintaan terhadap hasil perusahaan lain. Dalam memenuhi tugas dan tanggung jawabnya perusahaan memiliki kewajiban membayar gaji karyawannya, penerimaan gaji ini akan membentuk penghasilan dari karyawan dimana penghasilan ini yang selanjutnya akan digunakan untuk memenuhi kebutuhan seperti membeli makanan, minum, pakaian, barang-barang kebutuhan sehari hari, serta jasa lainnya.

Dari sekian banyak perusahaan, terdapat beberapa perusahaan penghasil produksi yang sama atau barang pengganti. Apabila di analisa perusahaan-perusahaan ini sebagai suatu kelompok, maka kita sebut sebagai industri. Oleh karenanya kita membeli bahan sebuah industri sebagai satu kelompok perusahaan yang menghasilkan barang atau jasa yang sama contohnya seperti barang elektronik, produksi kayu, bahan kimia, minyak tanah, lembaga perbankan dan keuangan, serta

industri konstruksi dan bangunan. Dunia industri secara lebih luas dapat diklasifikasikan melalui beberapa sektor seperti sektor pertanian, sektor manufaktur, sektor perdagangan, sektor konstruksi dan sektor pemerintahan. Sektor manufaktur termasuk ke dalam semua industri yang berhubungan dalam memproduksi barang-barang dan sektor perdagangan, termasuk juga ke dalamnya perdagangan dalam dan luar negeri.

Hubungan antara perekonomian dengan bisnis saling mempengaruhi antara satu sama lainnya. Secara makro dan mikro di anggap memiliki ikatan yang sangat erat dan saling mempengaruhi satu sama lain. Jika dalam suatu negara memiliki landasan perekonomian yang bernilai tinggi, yang mencerminkan nilai mata uang yang stabil, pertumbuhan ekonomi selalu positif, kebijakan pemerintah yang mendukung suasana bagusnya investasi, dan kondisi sosial politik yang cukup kondusif, hal ini memberikan berita bagus bagi bisnis untuk tumbuh dan berkembang dengan baik.

Jika bisnis berkembang dengan baik, maka secara otomatis investasi akan semakin berdatangan, jumlah tenaga kerja semakin berfungsi sehingga pendapatan negara akan bertambah. Hal ini menandakan bahwa bisnis yang mampu berkembang dengan baik akan memperkuat perkembangan perekonomian suatu negara. Perkembangan dan pertumbuhan ekonomi sangat berpengaruh terhadap dunia bisnis. Semakin tinggi pertumbuhan ekonomi suatu negara maka pendapatan masyarakat juga akan semakin meningkat. Peningkatan pendapatan masyarakat akan mengakibatkan daya beli masyarakat juga akan meningkat pula. Adanya daya beli masyarakat yang meningkat, mengakibatkan laju bisnis juga akan meningkat. Hal ini sangat berpengaruh terhadap lahirnya peluang baru dalam bisnis,

meningkatnya penjualan dan secara otomatis meningkatkan keuntungan dan pendapatan perusahaan.

Dan apabila PDB/PNB rendah, akan mengakibatkan perekonomian menjadi lesu dan daya beli masyarakat akan menurun. Hal ini akan berpengaruh terhadap dunia bisnis yang akan semakin lesu. Dalam mengurangi dan mengatasi pengangguran bisnis menjadi salah satu solusi untuk menanggulangi permasalahan tersebut. Dengan semakin banyaknya bisnis yang berjalan, maka akan semakin luas lapangan kerja yang akan terbuka. Bisnis harus mampu menyesuaikan masalah-masalah yang terkait dengan daya beli masyarakat dan efisiensi bisnis untuk menghindari tingkat pengangguran yang tinggi karena pengangguran merupakan disalokasi ekonomis yang dapat merugikan masyarakat terutama dalam bidang bisnis. Dengan adanya keberadaan bisnis yang semakin meningkat ini setidaknya mampu membantu pemerintah dalam pencapaian pengurangan angka pengangguran yang sangat tinggi.

Hubungan Bisnis dengan Pemerintah

Pemerintah memiliki andil yang cukupo besar dalam pengelolaan sebuah bisnis. Adanya hubungan yang berkaitan antara dunia bisnis dan pemerintah sangat diperlukan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan seluruh masyarakat dengan masing-masing pihak yang menyelenggarakan fungsi sebaik-baiknya. Pihak pemerintah selain mengemban misi pengaturan dalam semua segi kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara, pemerintah juga termasuk pengguna terbesar dari berbagai produk yang telah dihasilkan oleh perusahaan yang terdapat di masyarakat. Adanya jalinan hubungan dengan berbagai instansi pemerintah bisa terwujud ketika orientasi pemerintah tidak hanya kekuasaan melainkan orientasi pelayanan dalam berbagai bentuk dan berbagai kalangan. Keterkaitan hubungan

saling mempengaruhi antara bisnis dengan pemerintah dengan semua implikasi dan dampaknya bermuara pada langkah-langkah yang diambil agar berkembangnya dan harmonisnya hubungan yang serasi tersebut.

Hubungan bisnis dengan pemerintah bisa dikatakan sebagai hubungan yang timbal balik dimana terdapatnya hubungan yang serasi antara dunia bisnis dan pemerintah sehingga diperlukan dalam upaya meningkatkan kesejahteraan seluruh masyarakat dengan masing-masing pihak yang menyelenggarakan fungsi sebaik-baiknya. Peranan Pemerintah dalam kaitannya dengan bisnis adalah pemerintah memiliki hubungan yang timbal balik dengan aktivitas yang menyangkut suatu upaya dalam mensejahterakan masyarakat.

Pemerintah mempunyai 4 peranan dalam dunia bisnis;

1. Sebagai pengatur dan pemaksa.

   Peranan pemerintah sebagai pengatur dan pemaksa mempunyai makna bahwa Pemerintah mengatur dan memberikan komitmen pada perusahaan untuk mentaati dan menjaga lingkungan dari bahaya polusi, pelestarian lingkungan alam, kualitas produksi, kebersihan semua lingkungan, kesejahteraan setiap karyawan, tingginya kualitas layanan masyarakat (konsumen), dengan cara menetapkan sertifikasi kelayakan.

   Pemerintah memiliki peranan dalam mengatur lokasi dan tata letak perusahaan pada daerah tertentu, membangun kawasan industri, membangun sarana dan prasarana masyarakat dan lain sebagainya. Peranan pemerintah adalah membuat beberapa peraturan untuk menjaga agar suasana perdagangan bisa berjalan secara lancar, terdapatnya persaingan yang sehat, tidak saling mematikan dan menjatuhkan antara pengusaha yang satu dengan pengusaha yang

lainnya sehingga timbul konsep bapak dan anak asuh dalam dunia bisnis. Selain itu pemerintah juga dapat turut mengendalikan harga dengan menerapkan kebijakan harga, ceilling price ataupun floor price. Adapun Ceilling price diartikan sebagai kebijakan pemerintah menetapkan harga tertinggi dan para pedagang tidak boleh menjual lebih tinggi dari harga yang sudah ditetapkan. Kebijakan ini bertujuan untuk melindungi rakyat, perlindungan dari penetapan harga gula pasir, beras, tepung terigu, dan barang barang kebutuhan rakyat yang lain. Sedangkan Floorprice adalahkebijakan pemerintah dalam penetapan harga terendah yang dibolehkan oleh pemerintah, tidak boleh menjual lebih rendah dari itu, tujuan nya untuk melindungi kalangan produsen, umumnya para petani yang menjual hasil pertanian nya pada musim panen, cenderung harga menurun terus. Penurunan harga terus menerus ini harus dicegah dengan adanya peranan dan keikutsertaan pihak pemerintah dan memainkan peranan melalui kebijakan harga.

2. Sebagai Pesaing:

   Dari sisi lain pemerintah bisa dianggap sebagai pesaing karena pemerintah menguasai usaha usaha pada industri tertentu, akan tetapi pihak swasta diberi kesempatan untuk berbisnis pada industri tersebut, sehingga pemerintah dalam hal ini disebut sebagai pesaing bagi pebisnis swasta.

3. Sebagai Pemberi subsidi:

   Pemerintah memiliki peranan sebagai pemberi subsidi, subsidi yang diberikan mempunyai tujuan supaya pemerintah membeli gabah lebih mahal dari masyarakat pada saat panen. Hal ini dilakukan pemerintah agar petani tidak mengalami kerugian,

memberikan subsidi pupuk, memberikan subsidi BBM, dan lain sebagainya.

4. Sebagai Konsumen:

   Peranan pemerintah sebagai konsumen juga merupakan hubungan yang bisa meningkatkan laju sebuah bisnis. Secara global pemerintah merupakan pemilik anggaran belanja terbesar dalam suatu negara, dimana anggaran ini diperuntukkan untuk pembelanjaan negara dalam rangka memenuhi kebutuhan negara, kebutuhan negara dalam melayani dan meningkatkan kesejahteraan masarakat.

Interaksi dunia bisnis dengan pemerintah dan berbagai Isu yang menyertainya, sebagai berikut:

1. Interaksi konsekuensi kewenangan aparatur pemerintah dalam mengatur kehidupan bisnis. Salah satu bentuknya adalah tentang perizinan
2. Interaksi pihak pemerintah sebagai pihak pembeli terbesar atas produk yang dihasilkan dunia bisnis
3. Aparatur pemerintah juga berperan sebagai promoter dalam dunia bisnis, upaya promosi yang dilakukan pemerintah harus disambut oleh dunia bisnis melalui peningkatan mutu, harga bersaing, memenuhi standar nasional dan internasional.
4. Peranan pemerintah sebagai pemberi subsidi, contohnya subsidi kendaraan umum.
5. Pemerintah atas nama rakyatnya, menguasai kekayaan nasional. Misalnya penguasaan tanah milik Negara, dan hutan milik Negara ,dan lain sebagainya.
6. Karena pentingnya peranan pelaku ekonomi dalam membantu pemerintah meningkatkan kesejahteraan rakyat, maka interaksi antara dunia usaha dan

pemerintah dalam bidang ini berlangsung sangat ekstensif dan intensif.

7. Pemerintah sebagai sumber pendanaan bisni dimana pemerintah melaksanakan proses pengaturan terhadap jumlah uang beredar, dan mengatur lalu lintas valuta.
8. Pemerintah sebagai pelindung masyarakat, terhadap berbagai gangguan, tekanan bahkan ancaman yang muncul dari berbagai pihak, contoh perlindungan terhadap dunia bisnis:
    a. Perlindungan terhadap penguasaan lahan bisnis
    b. Perlindungan masyarakat sebagai konsumen
9. Pemerintah terlibat langsung dalam dunia bisnis yang terlihat dalam berbagai lembaga usaha milik Negara.
10. Pemerintah sebagai penentu alokasi dana dan daya beserta pemanfaatan yang dimiliki oleh suatu negara.

Daftar Pustaka

Alma, Buchari. (2018).*Pengantar Bisnis*. Penerbit Alfabeta, Bandung.

Basu Swastha. 2016. *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta: Penerbit Liberty

Margahana Helisia & Sargo Sarwo Sri. (2015). *Ekonomi Bisnis.* Penerbit CV. Hira Tech, Lampung Selatan.

Manullang (2018), *Pengantar Bisnis*, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.

Purwanto, Djoko.(2016). *Komunikasi Bisnis*. Jakarta : Erlangga

Ronald J. Ebert, Ricky W. Griffin. (2015). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Penerbit Erlangga

Profil Penulis

Reni Febrina

Lahir di Bukittinggi pada tahun 1980 dan sekarang berprofesi sebagai dosen tetap di Jurusan Ekonomi Syariah, Sekolah Tinggi Ekonomi Syariah Manna Wa Salwa- Tanah Datar Sumatera Barat. Menyelesaikan S1 bidang Ilmu Ekonomi Manajemen dan memperoleh gelar kesarjanaan di Universitas Bung Hatta Padang, Sumatera Barat pada tahun 2005. Pada tahun 2011 meraih gelar Master dalam bidang ilmu Ekonomi Manajemen pada Universitas Negeri Padang (UNP).

Selain sebagai dosen tetap pada saat ini juga aktif mengajar di beberapa perguruan tinggi di Sumatera Barat sebagai Dosen Luar Biasa dan tulisannya pernah dimuat di beberapa media, dan jurnal. Juga aktif sebagai penulis di website Ekonomi dan bisnis (www.azhabibisnis.com) dengan berbagai tema, mulai dari tema mengenai ekonomi, bisnis, manajemen, dan umum sebagai wadah untuk penulis berbagi ilmu dan pengetahuan.

Memiliki kepribadian yang baik dan mempunyai semangat untuk terus mengembangkan diri dengan terus belajar mengenai hal-hal baru yang bersifat membangun dan Motto dalam pendidikan adalah ”Jangan berhenti untuk terus menggali ilmu lebih dalam, dan berbagilah dengan orang lain supaya ilmu tersebut lebih bermanfaat untuk diri kita dan diri orang lain”. Untuk tujuan akademik bisa dihubungi melalui email: reniazhabi@gmail.com.

5

ORGANISASI BISNIS DAN BENTUK-BENTUK PERUSAHAAN

Dr. Triyonowati, M.Si.
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA)
Surabaya

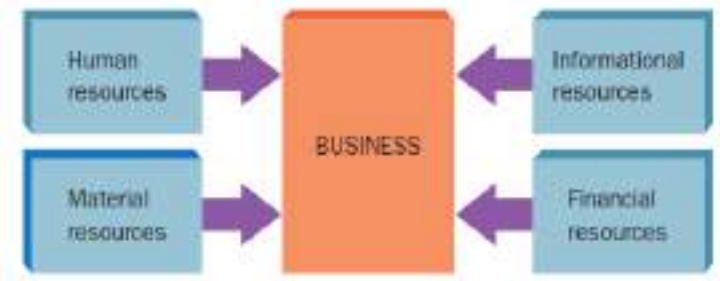
Peranan Organisasi Bisnis

Bisnis (*business*) adalah upaya terorganisasi individu-individu dalam memproduksi dan menjual, untuk mendapatkan keuntungan, produk (barang dan jasa) yang memenuhi kebutuhan masyarakat. Istilah umum bisnis mengacu pada semua upaya dalam suatu masyarakat. Untuk menjadi sukses, bisnis harus melakukan tiga hal. yaitu: Bisnis harus diorganisasi, harus memuaskan kebutuhan, dan harus memperoleh keuntungan.

1. Bisnis Harus diorganisasi

   Agar bisnis terorganisasi, bisnis harus menggabungkan empat jenis sumber daya yaitu: material, manusia, keuangan, dan informasi. Sumber daya material termasuk bahan baku yang digunakan dalam proses manufaktur serta bangunan dan mesin. Organisasi bisnis yang efektif membutuhkan sumber daya manusia (SDM), keuangan, dan informasi. Sumber daya manusia adalah orang-orang yang memberikan tenaga mereka untuk bisnis dengan imbalan upah. Sumber daya keuangan adalah uang

yang dibutuhkan untuk membayar karyawan, membeli bahan, dan umumnya menjaga operasi bisnis. Informasi adalah sumber daya yang menginformasikan kepada para manajer tentang cara mengombinasi dan menggunakan tiga sumber daya secara efektif



Gambar 1

Kombinasi Empat Sumber Daya

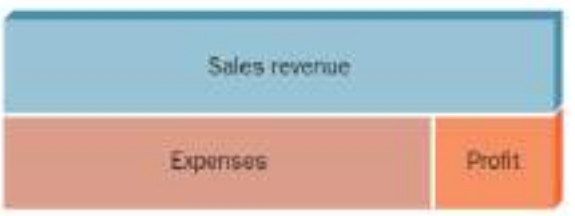
2. Pemuasan Kebutuhan

   Tujan utama dari setiap perusahaan adalah memenuhi kebutuhan-kebutuhan pelanggannya. Konsumen pada umumnya membeli barang dan jasa tidak hanya untuk dimiliki, tetapi mereka membeli produk dan jasa untuk memuaskan kebutuhan tertentu. Ketika perusahaan rnelupakan kebutuhan pelanggan mereka, mereka cenderung akan mengalami kesulitan. Namun, ketika bisnis memahami kebutuhan pelanggan mereka dan bekerja untuk memenuhi kebutuhan tersebut, mereka biasanya akan berhasil.

3. Keuntungan Bisnis

   Sebuah bisnis mendapatkan uang (pendapatan penjualan) dari pelanggan melalui pertukaran barang atau jasa. Kentungan tersebut juga harus mampu menutupi biaya-biaya terkait kegiatan bisnis lainnya.

Jika pendapatan penjualan perusahaan lebih besar dari pengeluaran, perusahaan telah mendapatkan keuntungan. Lebih khusus lagi, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2, bahwa keuntungan (profit) adalah sisa jumlah yang tersisa setelah semua pengeluaran bisnis telah dikurangkan dari pendapatan penjualan.



Gambar 2

Hubungan Pendapatan Penjualan dan Laba

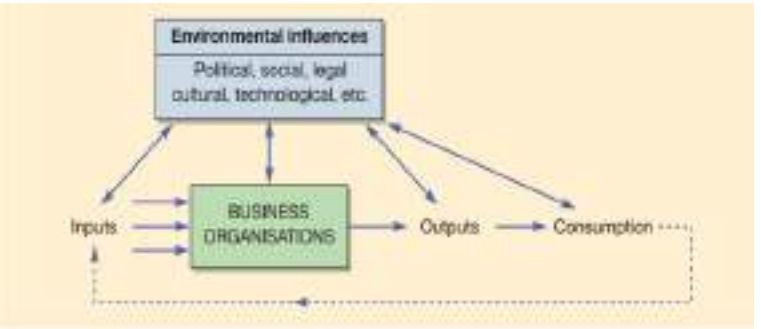
Berdasarkan uraian sebelumnya, peranan organisasi bisnis adalah memudahkan perusahaan dalam mencapai target yang ditentukan, mempermudah analisis beban kerja dari karyawan. Terbentuknya spesialisasi pekerjaan yang lebih baik. Serta mempermudah dalam pembuatan perencanaan bisnis.

Organisasi Bisinis dan Lingkungan Eksternal

Organisasi bisnis berbeda dalam banyak hal, tetapi memiliki fitur yang sama: transformasi input menjadi output. Proses transformasi ini terjadi dengan latar belakang pengaruh eksternal yang mempengaruhi perusahaan dan kegiatannya. Lingkungan eksternal ini kompleks, mudah berubah dan interaktif, tetapi tidak dapat diabaikan dalam analisis aktivitas bisnisnya.

Organisasi bisnis sebagai sistem yang berinteraksi dengan lingkungannya. Salah satu manfaat dari pendekatan ini adalah menekankan bahwa organisasi adalah entitas yang

terdiri dari bagian-bagian yang saling terkait yang terjalin dengan dunia luar - lingkungan eksternal. Lingkungan ini terdiri dari berbagai pengaruh ekonomi, demografi, sosial, politik, hukum, teknologi, dll. yang mempengaruhi aktivitas bisnis dalam berbagai cara dan yang dapat mempengaruhi tidak hanya pada proses transformasi itu sendiri, tetapi juga pada proses akuisisi sumber daya dan pada penciptaan dan konsumsi output.

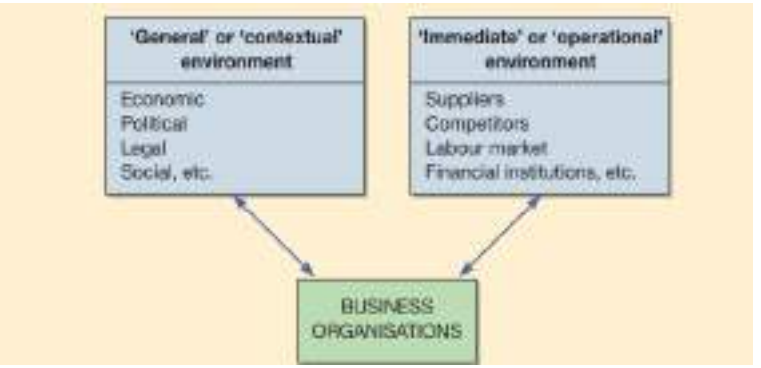


Gambar 3

Perusahaan dan Lingkungan

Dalam lingkungan bisnis, perbedaan yang berguna dapat dibuat antara faktor-faktor eksternal yang cenderung memiliki efek yang lebih langsung pada operasi sehari-hari perusahaan dan mereka yang cenderung memiliki pengaruh yang lebih umum. Gambar 4 menunjukkan perbedaan ini. Lingkungan langsung atau operasional untuk sebagian besar perusahaan termasuk pemasok, pesaing, pasar tenaga kerja, lembaga keuangan dan pelanggan, dan mungkin juga termasuk organisasi perdagangan, serikat pekerja dan mungkin perusahaan induk. Sebaliknya lingkungan umum atau kontekstual terdiri dari lingkungan makro itu faktor-faktor seperti pengaruh ekonomi, politik, sosial budaya, teknologi, hukum dan etika pada bisnis yang mempengaruhi berbagai bisnis dan yang dapat berasal tidak hanya dari

sumber lokal dan nasional tetapi juga dari perkembangan internasional dan supranasional.



Gambar 4

Dua Tingkat Lingkungan

1. *General or Contextual environment* (Lingkungan Umum) organisasi bisnis, antara lain:

   a. Perekonomian

      Sistem perekonomian yang rnempengaruhi perkernbangan perusahaan terdiri dari berbagai aspek ekonomi dan unit-unit ekonomi dalam masyarakat yang meliputi jenis organisasi ekonomi, sistem pemilikan perusahaan, sistem perpajakan dan perbankan, angkatan kerja, tingkat produktivitas, tingkat investasi, pola konsumsi masyarakat dan lain-lain.

   b. Politik

      Politik menyangkut tingkat pemusatan kekuatan politik, sifat organisasi politik, sistem partai, kesadaran dalam bermasyarakat. Perusahaan merupakan lembaga sosial yang selalu berhubungan dengan masyakarat, kehidupan operasi perusahaan sangat terpengaruh oleh politik negara maka dimana perusahaan berada.

c. Hukum

Lingkungan hukum ini meliputi sifat dari sistem hukum, sistem hukum yang berlaku khususnya yang berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan, masalah peraturan perundangan.

d. Sosial

Sosial meliputi struktur golongan yang ada dalam masyarakat yang dapat mempengaruhi perkembangan perusahaan, termasuk didalamnya sifat dan perkembangan dari lembaga-lembaga sosial.

e. Pendidikan

Lingkungan ini adalah keseluruhan dari tingkat pendidikan paling rendah sampai dengan pendidikan tertinggi secara formal serta tingkat pendidikan non-formal yang akan mempengaruhi tingkat keahlian khusus dari masyarakat tersebut.

f. Teknologi

Dalam kenyataannya tingkat perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi khususnya dalam bidang industri dan fasilitas lain dalam pabrik yang perkembangan sangat pesat ikut terpengaruh dalam perkembangan perusahaan. Oleh karena itu apabila perusahaan ingin mengembangkan tingkat proses produksi dan kegiatan operasionalnya harus berpacu dengan kemajuan teknologi.

g. Demografi

Lingkungan ini meliputi sumbcr tenaga kerja yang tersedia dalam masyarakat, angkatan kerja, tingkat kelahiran, tingkat kematian, penyebaran

penduduk, umur, jenis kelamin dan lain-lain. Khusus untuk perusahaan yang sangat tergantung pada tenaga kerja maka urbanisasi sering menjadi masalah dalarn masyarakat industri.

h. Kebudayaan

Kebudayaan menyangkut latar belakang sejarah dari suatu masyarakat di mana perusahaan berada yaitu yang berhubungan dengan hasil produksi perusahaan. Tercakup juga di dalamnya norma-norna masyarakat setempat, adat istiadat dan kebiasaan mereka.

2. *Immediate or operational environment* (Lingkungan Operasi) organisasi bisnis antara lain:

a. Penyelia

Di sini termasuk penyedia bahan baku, alat-alat produksi, tenaga kerja atau singkatnya pemasok faktor-faktor produksi yang dibutuhkan perusahaan. Perusahaan harus membina hubungan baik dengan para penyedia ini sebab, jika tidak maka operasi perusahaan akan terganggu. Semakin luas perusahaan maka tentunya semakin besar kebutuhan akan faktor-faktor produksi tersebut.

b. Pesaing

Dalam hal ini pesaing adalah meliputi perusahaan-perusahaan yang membuat produk sejenis maupun yang membuat barang pengganti (Substitusi). Agar perusahaan tetap bertahan dalam persaingan maka dipcrlukan suatu strategi untuk menghadapi para pesaing tersebut atau kalau memungkinkan justru perusahaan harus

dapat mengubah tantangan pesaing itu menjadi suatu kesempatan.

c. Pasar Tenaga Kerja dan Institusi Keuangan

Kebutuhan organisasi akan sumber daya membuatnya sangat bergantung pada pemasok sumber daya tersebut, beberapa di antaranya beroperasi di pasar yang terstruktur sampai batas tertentu Beberapa aspek operasi pasar sumber daya atau bahkan aktivitas pemasok individu dapat memiliki dasar berdampak pada keberhasilan organisasi dan cara organisasi itu menyusunnya prosedur dan proses internal. Dengan cara yang sama, keberhasilan pemasok adalah sering berhubungan erat dengan keputusan dan/atau nasib pelanggan mereka. Sementara beberapa organisasi mungkin berusaha untuk mendapatkan keuntungan dalam harga, kualitas atau pengiriman dengan membeli sumber daya dari luar negeri, keputusan seperti itu dapat menimbulkan tingkat ketidakpastian, terutama di mana nilai tukar bebas daripada tetap. Demikian pula, organisasi mungkin menghadapi ketidakpastian dan perubahan di pasar domestik untuk sumber daya sebagai akibat dari berbagai faktor seperti perubahan teknologi, intervensi pemerintah atau opini publik .

d. Pelanggan

Termasuk dalam lingkungan ini adalah semua pembeli produksi perusahaan, baik yang membeli untuk dijual lagi maupun membeli untuk keperluan sendiri (konsumen akhir/ *end user*). Jadi tercakup di sini para pedagang pcrantara, baik pedagang besar maupun pengecer.

e. Teknologi

Inti dari operasi pcrusahaan adalah proses produksi. Untuk itu selalu diperlukan pengembangan teknik berproduksi sccara kualitatif dan kuantitatif yaitu berproduksi pada jumlah optimal yang dapat memenuhi selera langganan dengan memuaskan.

f. Sosio Politik

Lingkungan ini meliputi berbagai aspek kehidupan masyarakat dari peraturan pemerintah yang dapat berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan. Dapat dicontohkan misalnya sikap masyarakat terhadap adanya polusi/pencemaran akibat Industri.

Setiap saat baik lingkungan umum maupun lingkungan khusus dapat berubah sejalan dengan perkembangan waktu, oleh sebab itu pengaruh faktor yang satu dengan yang lain terhadap perkembangan perusahaan juga berbeda-beda. Dapat dikatakan bahwa, lingkungan khusus lebih tajam pengaruhnya terhadap perkembangan perusahaan dibandingkan dengan pengaruh faktor lingkungan umum. Maka perusahaan harus lebih peka untuk mengikuti faktor-faktor yang terdapat dalam lingkungan khusus tersebut tanpa melupakan adanya faktor dalam lingkungan umum. Organisasi menganalisis lingkungan eksternal mereka dalam upaya untuk memahami apa yang berdampak pada mereka. Secara umum, faktor yang berdampak pada organisasi muncul dari faktor PEST (*Political, Economic, Sociocultural and Technologica*l), serta persaingan dan pasar.

Bentuk-Bentuk Perusahaan/Perusahaan

Pemilihan bentuk badan usaha yang akan dijalani disesuaikan dengan tujuan dibentuknya. Alasan pertama adalah modal yang terbatas karena ia akan menjalani usahanya secara pribadi atau dengan modal yang lebih besar karena ia bisa bekerja sama dengan pihak lain untuk melakukan pembentukan sebuah badan usaha melalui perikatan, bahkan membentuk suatu badan usaha yang lebih besar seperti sebuah korporat. Di bagian ini kita akan melihat jenis badan usaha/perusahaan dari sudut pandang kepemilikan, kelebihan, dan kekurangan yang ditinjau dari rentang masa bisnisnya, atau tata pengelolaan seperti kas, pajak, dan sebagainya. Tiga bentuk umum kepemilikan badan usaha/ perusahan antara lain: Perusahaan Perorangan, Perusahaan Pesekutuan dan Korporat atau Perseroan Terbatas.

1. Perusahaan Perorangan

   Perusahaan Perorangan merupakan sebuah bentuk perusahaan yang paling sederhana dari sebuah badan usaha. Perusahaan ini dimiliki oleh satu orang yang menguasai dan menjalankan kegiatan operasional. Aturan dalam pengelolaan badan usaha seperti proses membuka dan menutup badan usaha ini tidaklah rumit. Semua risiko yang akan terjadi pada perusahaan akan menjadi tanggung jawab pemilik atau penguasa badan usaha ini sepenuhnya.

   Beberapa kelebihan yang paling nyata dari jenis badan usaha ini adalah tidak ada persyaratan legal formal (aturan hukum) yang harus dipenuhi dalam membuka usaha jenis ini sehingga pendirian usaha ini jauh lebih mudah, pemilik menguasai secara penuh keuntungan yang diterima, dan pajak badan usaha tidak berlaku, kecuali pajak atas penghasilan personal.

Namun demikian, jenis badan usaha ini memiliki kekurangan seperti pemilik mempunyai tanggung jawab yang tidak terbatas atas perusahaan badan usaha (*unlimited liability*), terutama utang yang diderita oleh perusahaan dan rentang atau umur badan usaha relatif lebih singkat dengan berbagai alasan. Misalnya, pendiri badan usaha meninggal atau terjadi konflik diantara anggota keluarga pemilik badan usaha; terbatasnya sumber keuangan badan usaha; kepemilikan badan usaha tidak bisa ditransfer karena biasanya pihak lain akan membeli secara penuh atas badan usaha atau perusahaan perorangan ini dengan membuat suatu badan usaha yang baru.

Di Indonesia Perseroan Perorangan diharapkan dapat menjadi kebangkitan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia untuk menuju UMKM yang berdaya saing tinggi dan berkelas dunia. Berdasarkan UU Nomor 20 tahun 2008 tentang usaha Mikro, Kecil dan menengah pasal 1 ayat 5 Dunia usaha adalah usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia dan berdomisili di Indonesia.Asas dan tujuan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah a). kekeluargaan; b). demokrasi ekonomi; c). kebersamaan; d). efisiensi berkeadilan; e). berkelanjutan; f). berwawasan lingkungan; g). kemandirian; h). keseimbangan kemajuan; dan i). kesatuan ekonomi nasional, sehingga UMKM bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan.

Kriteria UMKM (UU 20 tahun tahun 2008 tentang usaha Mikro, Kecil dan menengah bab IV pasal 6):

a. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:

1) memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

2) memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

b. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:

1) memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

2) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

c. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:

1) memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

2) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

d. Kriteria sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a, huruf b, dan ayat (2) huruf a, huruf b, serta ayat (3) huruf a, huruf b nilai nominalnya dapat diubah sesuai dengan perkembangan perekonomian yang diatur dengan Peraturan Presiden.

   Penumbuhan Iklim Usaha UMKM, berdasarkan pada UU Nomor 20 tahun 2008 tentang usaha Mikro, Kecil dan menengah Bab V pasal 7 ayat 1 adalah: Pemerintah dan Pemerintah Daerah menumbuhkan Iklim Usaha dengan menetapkan peraturan perundang-undangan dan kebijakan yang meliputi aspek: a). pendanaan; b). sarana dan prasarana; c). informasi usaha; d). kemitraan; e). perizinan usaha; f). kesempatan berusaha; g). promosi dagang; dan h). dukungan kelembagaan

2. Perusahaan Persekutuan

   Perusahaan Persekutuan merupakan sebuah bentuk badan usaha yang lebih maju dan cukup kompleks. Bentuk badan usaha ini lebih mirip dengan perusahaan perorangan, namun sekmang-kurangnya ada dua pihak yang melakukan perikatan untuk mendirikan badan usaha. Ada dua jenis badan usaha ini anatar lain:

   a. Persekutuan umum (*general partnership*), yaitu semua pihak mempunyai hak dan tanggung jawab yang sama terhadap badan usaha, baik kesulitan dalam mentransfer jumlah modal awal maupun utang yang harus dipikul. Di Indonesia bentuk ini lebih dikenal dengan nama Firma (Fa) yang diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD). Pendiriannya dibuat dan ditandatangani oleh notaris dengan beberapa persyaratan lain yang harus dilakukan seperti pengurusan Surat

lzin Usaha Perdagangan (SIUP), tanda daftar perusahaan, dan sebagainya.

b. Persekutuan terbatas (*Limited Partnership*), yaitu satu pihak mempunyai tanggung jawab yang terbatas hanya pada uang kas/modal yang disediakan untuk pendirian perusahaan pcrsckutuan dan tidak berpartisipasi terhadap kegiatan operasional perusahaan. Jenis badan usaha atau perusahaan ini di Indonesia lebih dikenal dengan nama Perseroan Komanditer (*Commanditaire Vennootschaap* /CV). Sama halnya dengan Firma (Fa), CV juga diatur dalam KUHD. Ada 2(dua) jenis anggota CV, yaitu anggota aktif dan anggota pasif. Anggota aktif (komanditer aktif) adalah pihak yang menjalankan perusahaan dan bertanggung jawab sepenuhnya terhadap jalannya perusahaan serta utang-utang hingga kekayaan pribadi badan usaha. Anggota pasif adalah pihak yang hanya bertanggung jawab sebatas modal yang diberikan dalam pendirian badan usaha/ perusahaan. Proses pendirian badan usaha Perseroan Komanditer (CV) relatif hampir sama dengan Firma (Fa).

   Perseroan Komanditer (*Commanditaire Vennootschaap* /CV) Menurut pasal 19 KUHD menyebutkan perseroan yang terbentuk dengan cara meminjamkan uang atau disebut juga perseroan komanditer, didirikan antara seseorang atau antara beberapa orang persero yang bertanggung jawab secara tanggung renteng untuk keseluruhannya, dan satu orang atau lebih sebagai pemberi pinjaman uang, Pcrseorang Komanditer disebut juga Commanditaire Vennootschaap (CV), adapun keanggotaan dala CV adalah sebagai berikut:

1) *General Partner* (Sekutu Pimpinan), disebut pula Sekutu Kornplernenter atau Sekutu Pemelihara, yaitu anggota yang aktif dalam kepengurusan CV, turut memimpin perusahaan dan bertanggungjawab secara tidak terbatas terhadap hutang-hutang perusahaan. Sekutu ini biasanya memasukkan modalnya lebih besar dibanding sekutu lainnya.

2) *Limited Partner* (Sekutu Terbatas) ,yang termasuk *Limited Partner* adalah anggota yang bertanggung jawab terbatas terhadap hutang perusahaan scbesar modal yang disetorkan dan mereka tidak diperbolehkan aktif dalam perusahaan.

3) *Silent Patner* (Sekutu Diam) . *Silent Patner* ini tidak turut aktif dalam menjalankan kegiatan perusahaan, namun dikenal umum sebagai sekutu dalam CV tcrsebut.

4) *Secret Partner* (Sekutu Rahasia) .*Secret Partner* ini aktif dalam rnenjalankan kegiatan perusahaan tetapi tidak diketahui oleh umum bahwa mereka sebenarnya termasuk anggota CV.

5) *Senior & Yunior Partner* (Sekutu Senior dan Yunior) Keanggotaan sekutu ini pada umumnya didasarkan pada lamanya investasi atau lamanya mereka bekerja dalam perusahaan.

6) *Sleeping Partner* (Dormant) adalah sekutu yang tidak ikut dalam kegiatan perusahaan dan juga tidak dikenal oleh umum sebagai sekutu dalam CV.

Pembagian laba dari para sekutu, disesuaikan dengan ketetapan yang tercantum di dalam Akte Pendirian. Beberapa kelebihan dari jenis badan usaha persekutuan ini secara umum relatif sama dengan perusahaan perseorangan seperti perlakuan perpajakan, modal awal yang lebih rendah, dan proses pendiriannya yang tidak begitu sulit. Namun demikian, beberapa hal yang harus dijadikan perhatian dalam persekutuan ini adalah adanya persetujuan tertulis yang jelas antara pihak-pihak yang bekerja sama. Kegagalan dalam menepati perjanjian atau kesalahpahaman untuk memahami perjanjian persekutuan bisa berujung pada pembubaran perjanjian. Sedangkan pihak persekutuan pasif tidak terlibat jauh dalam kegiatan operasional perusahaan pada Perseroan Komanditer (*Commanditaire Vennootschaap* /CV) karena hanya terbatas modal awal yang diberikan. Kekurangan atau kelemahan yang biasanya melekat pada badan usaha berbentuk perusahaan perseorangan biasanya terjadi juga pada perusahaan yang berbentuk CV, yakni sedikitnya rentang umur perusahaan, kesulitan dalam mentransfer kepemilikan perusahaan, dan tanggung jawab yang tidak terbatas terhadap utang-utang perusahaan.

3. Korporat atau Perseroan Terbatas

   Korporat atau Perseroan Terbatas merupakan sebuah bentuk badan usaha yang paling kompleks dan menjadi pusat perhatian dari para akademisi dan praktisi ekonomi keuangan. Kepemilikan tidak hanya dikuasai oleh 2 atau 3 orang, tetapi bisa dikuasai oleh ratusan hingga ribuan orang. Korporat atau Perseroan Terbatas (PT) merupakan entitas yang berbadan hukum (*rechtpersoon*) yang kekayaannya terpisah dari pemiliknya. Sebenarnya ini merupakan persekutuan

modal yang didirikan atas perjanjian dan melakukan usahanya dengan modal dasar yang terbagi dalam saham secara keseluruhan. Badan usaha ini memiliki status badan hukum sehingga dapat melakukan perjanjian kontrak dengan pihak lain, melakukan pinjaman atas nama badan usaha sendiri, memiliki properti sendiri, dan bisa dibawa ke pengadilan perdata. Bahkan sebuah korporat bisa mempunyai kepemilikan saham di perusahaan lain. Dengan status badan hukum pula sehingga pemegang saham tidak bertanggungjawab secara pribadi atas perikatan yang dibuat oleh perseroan terbatas dan atas kerugian yang melebihi pemberian (jumlah)saham.

Di Indonesia badan usaha ini diatur secara khusus oleh Undang-Undang No. 47 Tahun 2000 tentang Perseroan Terbatas yang di dalamnya memuat secara rinci tentang aturan pendirian, kekayaan, organisasi, pengelola perseroan terbatas, dan sebagainya. Dalam undang-undang tersebut, ada 3 (tiga) organ/pihak yang berkepentingan dalam perseroan terbatas, yakni pemegang saham (*share holder*), dewan komisaris, dan direksi perusahaan. Pemegang saham akan mengontrol arah, tujuan, dan kebijakan dasar perusahaan yang biasanya direpresentasikan oleh Rapat Umum Pemegang Saham/RUPS). RUPS selanjutnya memilih dewan direksi dan selanjutnya direksi memilih pejabat-pejabat tinggi di lingkungan perusahaan terbatas (PT) tersebut.

Bentuk badan usaha korporat pada dasarnya terdiri dari 2 (dua) bentuk, yakni Perseroan Terbatas Tertutup (*Closed Corporation/Closely Held Corporation*), yaitu perusahaan yang mempunyai beberapa saham saja, berasal dari beberapa orang/pihak tertentu, serta mengontrol secara penuh aktivitas dan keputusan yang dihasilkan oleh

perusahaan. Kemudian bentuk kedua adalah perusahaan terbuka (*Public Corporation/ Publicly Held Corporation*), yaitu perusahaan yang sahamnya dimiliki atau dijual diluar dari kelompok-kelompok pemilik perusahaan atau saham yang dimiliki oleh masyarakat secara luas.

Saham perusahaan terbuka diperdagangkan secara luas pada pasar sekuritas seperti Bursa Saham Indonesia karena kepemilikan terhadap perusahaan dapat ditransfer dengan mudah. Di Indonesia, perseroan terbatas tertutup jauh lebih mendominasi dalam aktivitas bisnis dan perekonomian daripada perseroan terbatas terbuka.

Badan usaha perseroan merupakan entitas yang berbadan hukum dan kekayaannya dipisahkan sehingga memiliki beberapa keuntungan sebagai berikut:

a. Kepemilikan perusahaan direpresentasikan dalam pembagian saham dan bisa ditransfer kepada pihak lain serta ditarik kembali sehingga tidak ada batasan jumlah pentransferan saham.

b. Keberlangsungan badan usaha relatif jauh lebih lama daripada bentuk persekutuan. Kematian atau pengunduran diri seorang pemegang saham tidak mengakibatkan badan usaha bangkrut (*collapse*). Kelanjutan badan usaha bisa diteruskan oleh pemegang saham yang baru.

c. Pemegang saham bertanggungjawab secara terbatas pada besaran dana yang direinvestasikan sehingga kerugian pemegang saham hanya sebatas modal yang dipunya. Hal ini berbeda dari bentuk persekutuan dimana pemiliknya bisa mempunyai kerugian yang tidak hanya berasal dari modalnya.

d. Dana tambahan lebih mudah mendapatkan. Saat badan usaha ini membutuhkan ekuitas bisa langsung menjual sahamnya, sesuatu yang tak mungkin diperoleh bagi badan usaha yang berbentuk persekutuan. Penjualan saham untuk mendapatkan dana tambahan bagi korporat ini banyak dilakukan oleh perusahaan yang telah dan akan menjadi perusahaan terbuka.

Tidak hanya memiliki kelebihan atau keuntungan, badan usaha yang berbentuk persero ini juga memiliki kelemahan yang sangat penting, yakni dalam hal perpajakan. Sebuah entitas yang berbadan hukum ini tidak bisa terlepas dari pajak badan usaha.

Jenis Kepemilikan Organisasi/Bentuk Usaha untuk Tujuan Khusus

Terdapat pula beberapa tambahan organisasi bisnis yang digunakan untuk tujuan khusus, antara lain:

1. Perusahaan Nirlaba/ Yayasan

   Perusahaa nirlaba (*not-for-profit corporation*) adalah perusahaan yang didirikan untuk layanan sosial, pendidikan, keagamaan, atau layanan lainnya, bukan untuk keuntungan. Berbagai organisasi amal, museum, sekolah swasta, dan perguruan diselenggarakan dengan cara ini, terutama untuk memastikan kewajiban terbatas. Meskipun proses yang digunakan untuk mengatur perusahaan nirlaba mirip dengan proses untuk membuat sebuah korporasi biasa, setiap negara memiliki hukum yang banyak persyaratan yang berbeda dengan persyaratan untuk mendirikan sebuah perusahaan biasa dan harus disetujui oleh pemerintah.

2. Koperasi

   Merupakan asosiasi individu atau perusahaan yang tujuannya adalah melakukan beberapa fungsi bisnis bagi para anggotanya. Koperasi dapat melaksanakan fungsinya lebih efektif daripada setiap individu melakukan usaha sendiri-sendiri. Semisal koperasi dapat membeli barang dalam jumlah yang besar, kemudian dibeli oleh anggota, akan memperoleh biaya per unit (*unit cost*) yang lebih rendah daripada anggota koperasi membeli secara individu

3. *Joint Venture* (Ventura Bersama)

   Sebuah ventura bersama (*Joint Venture*) adalah perjanjian antara dua atau lebih kelompok untuk membentuk badan usaha dalam mencapai tujuan tertentu atau untuk beroperasi dalam jangka waktu tertentu. Kedua lingkup ventura bersama dan kewajiban orang atau bisnis yang terlibat biasanya terbatas untuk satu proyek. Setelah tujuan tercapai, periode waktu berlalu, atau proyek selesai, maka *Joint Venture* bisa dibubarkan.

4. *Syndicates* (sindikat),

   Sindikat merupakan sebuah asosiasi sementara dari individu atau perusahaan yang diatur untuk melakukan tugas tertentu yang membutuhkan modal besar. Sindikat ini dibentuk karena tidak ada satu orang atau perusahaan yang bersedia untuk menyediakan seluruh dana yang diperlukan untuk usaha tersebut. Seperti halnya *Joint Venture* sindikat dibubarkan setelah tujuannya tercapai

5. Kemitraan

   Kemitraan (*partnership*) sebagai asosiasi sukarela dari dua atau lebih orang untuk bertindak sebagai pemilik bersama bisnis untuk mendapatkan keuntungan.

Semua mitra yang belum tentu sama. Beberapa mungkin aktif dalam menjalankan bisnis sedangkan yang lain mungkin memiliki peran yang terbatas. Keunggulan Kemitraan antara lain : relatif mudah untuk dibentuk, hanya perlu sedikit persyaratan hukum untuk mendaftarkan nama bisnis memperoleh beberapa lisensi atau izin yang diperlukan, terdapat menggabungkan dana , sehingga kemitraan memiliki lebih banyak modal yang tersedia, mitra sering memiliki keterampilan yang saling melengkapi artinya kelemahan dari satu mitra-misalnya, di bidang manufaktur, dapat diimbangi dengan kekuatan mitra lain di area tersebut.Beberapa keunggulan dan kelemahan kemitraan dapat dijelaskan. Keunggulan kemitraan anatara lain: adanya ketersediaan modal dan kredit , mitra umum sangat peduli dengan operasi perusahaan melebihi pada kepemilikan perseorangan, Kombinasi ketrampilan bisnis dan pengetahuan, retensi keuntungan dimana Imbalan keuangan dibagikan langsung kepada mitra, oleh karena itu sangat termotivasi untuk melakukan yang terbaik agar perusahaan berhasil.

6. Perusahaan Asuransi

Perusahaan asuransi dapat dimiliki oleh Pemerintah maupun oleh swasta. Perusahaan. asuransi bisa berbentuk Perseroan Terbatas, Firma atau Penanggung Perseroan. Definisi asuransi menurut pasal 246 Kitab Undang-undang Hukum Perniagaan Asuransi atau pertanggungan adalah suatu perjanjian, dengan mana seorang penanggung mengkaitkan diri pada seorang tertanggung, dengan menerima suatu premi, untuk memberikan penggantian kepadanya karena suatu kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan yang mungkin akan dideritanya karena

suatu peristiwa yang tidak tertentu. Jadi, operasi yang aman dari prinsip asuransi tergantung pada besarnya jumlah peserta yang didapatkan oleh kebanyakan perusahaan asuransi melalui perwakilan penjualan yang dikenal sebagai tenaga lapangan yang digaji atau menerima komisi. Perusahaan asuransi terutama mengurus soal dokumen hukum yang disebut "kontrak" yang merumuskan keadaan di mana perusahaan asuransi akan membayar yang ditanggung dan jumlah yang dibayarkan. Keputusan mengenai tarip dan pembatasan-pembatasan dalam asuransi harus dibuat oleh tenaga-tenaga ahli seperti insinyur, dokter, ekonom dan tenaga ahli yang terkait.

Oleh karena bisnis asuransi itu menyangkut kepentingan masyarakat, maka Pemerintah turut mengawasi dan hampir semua aspek bisnis termasuk organisasi dan likuidas diatur dan ditetapkan oleh Pemerintah. Misalnya mengenai ketentuan polis, tarif, pembatasan biaya, penilaian aktiva-aktiva, investasi dana-dana serta syarat-syarat bagi perwakilan penjualan. Hal itu dilaksanakan oleh Pemerintah agar pertumbuhan asuransi di Indonesia menjadi sehat dan dapat berperan dalam memajukan perekonomian Indonesia.

7. Perusahaan bentuk lain yaitu:

   Leasing, Franchising, Perusahaan yang menggunakan tehnologi bisnis melalui media internet (*e-commerce*) dan Perusahaan Rintisan Berbasis Teknologi (*Startup)* dsb. *Leasing* adalah suatu perusahaan yang kegiatannya melakukan pembiayaan barang-barang modal yang digunakan oleh penyewa guna usaha (*Lessee*) selama jangka waktu tertentu yang memungkinkan pihak *Lessee* untuk membayar imbalan atas penggunaan barang modal dengan menggunakan dana yang berasal dari pendapatan

barang modal yang bersangkutan dan memiliki dasar hukum usaha dari pemerintah;

Franchice (waralaba) merupakan perusahaan yang mempunyai metode distribusi secara berkesinambungan yang melibatkan 2 (dua) pihak untuk menyalurkan barang atau jasa, pada lingkup yang lain, Waralaba merupakan hubungan dua pihak yang saling tergantung satu dengan yang lain;

Perusahaan *e-commerce* yang menggunakan tehnologi bisnis melalui media internet yang juga merupakan perusahaan ritel dan Perusahaan Rintisan Berbasis Teknologi (*startup*) adalah perusahaan yang melaksanakan kegiatan bisnis dengan memanfaatkan proses digitalisasi, sebagai dampak dari kemajuan teknologi informasi yang semakin mempengaruhi gaya hidup masyarakat. Untuk melayani konsumen *e-commerce* menyediakan berbagai layanan layaknya toko-toko di dunia nyata yatu melalui *marketplace* atau situs web perdagangan elektronik. Terdapat tiga hal pada *E-commerce* yaitu :1). Infrastruktur berbasis teknologi berupa perangkat keras dan perangkat lunak membuat Teknologi Informasi dan Komunikasi /TIK (Internet, situs web, blog, dan email); untuk memberikan fungsionalitas melalui jaringan;2). Layanan meliputi semua aktivitas pengiriman pesan; dan 3). Produk dan Struktur adalah penyediaan barang dan jasa bersama-sama dengan informasi intra dan antar organisasi berbagi dan penciptaan rantai pasokan elektronik dan ruang pasar.

Pertumbuhan Perusahaan

Pertumbuhan perusahaan menjadi karakteristik dasar bisnis, sehingga alasan pertumbuhan berhubungan dengan mendapatkan keuntungan dan merupakan sarana untuk meningkatkan kekuatan dan reputasinya.

Organisasi bisnis bisa tumbuh melalui ekspansi internal atau melalui merger dan akuisisi dengan perusahaan lain.

1. Pertumbuhan dari dalam (*Growth from Within*)

   Kebanyakan perusahaan tumbuh dengan memperluas operasi mereka saat ini. Beberapa perusahaan memperkenalkan dan menjual produk baru yang berkaitan. Sebagian yang lain memperluas penjualan produk untuk pasar geografis baru atau kelompok konsumen baru di pasar geografis yang baru

2. Pertumbuhan melalui Merger dan Akuisisi (*Growth Through Mergers and Acquisitions)*

   Cara lain agar perusahaan bisa bertumbuh adalah dengan membeli perusahaan lain. Pembelian satu perusahaan oleh perusahaan lain disebut merger (*merger*). Akuisisi pada dasarnya sama seperti merger, tetapi istilah akuisisi biasanya digunakan dalam referensi untuk pembelian sebuah korporasi besar terhadap korporasi lain. Meskipun sebagian besar merger dan akuisisi dilakukan secara baik, pcngambilalihan paksa (*hostile takeover*) juga dapat terjadi. Suatu pengambilalihan paksa adalah situasi ketika manajemen dan dewan direksi dari sebuah perusahaan ditargetkan untuk mengakuisisi dan menyetujui merger. Ketika merger atau akuisisi menjadi paksaan, seorang pemburu perusahaan-perusahaan lain atau investor mempunyai modal besar dapat melakukan penawaran tender atau mulai pertarungan kuasa (*proxy fight*) untuk mendapatkan kendali dari perusahaan target.

Daftar Pustaka

Burn, J., Marshall, P., & Barnett, M. (2002) *e-Business Strategies for Virtual Organizations.* First edition 2002. Great Britain. A division of Reed Educational and Professional Publishing Ltd.

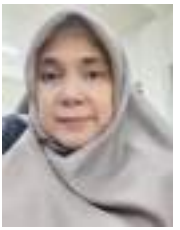
Lukman, M. (2018). *Keuangan Korporat, Teori dan Praktek di Indonesia*. Edisi Pertama., Jakarta. Bumi Aksara

Pride, W. M., Hughes, R. J., & Kapoor, J. R., (2011) *Business*, Eleventh Edition: South- Western College_West.

Rejda, G. E., McNamara M, J & W. H. Rabel (2020*) Principles of Risk Management and Insurance*. 14th Edition, the United States.Pearson Education Limited.

Sumarni, M. & J. Suprihanto. (2014) *Pengantar Bisnis.* Edisis keenam. Jogyakarta. Penerbit Lyberty.

Profil Penulis



Triyonowati

Lahir di Surabaya, Pada tahun 1979 melanjutkan pendidikan S1 di Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga jurusan manajemen, kemudian menyelesaikan pendidikan PascaSarjana (S2) di Universitas Airlangga pada tahun 2003 prodi Ilmu Manajemen (IMAN). Menyelesaikan pendidikan doktoral (S3) di Program Doktor Ilmu Manajemen (PDIM) Universitas Brawijaya pada tahun 2015. Saat ini menjadi dosen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Penulis memiliki kepakaran di bidang Manajemen, dan untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, penulis pun aktif sebagai peneliti dan dibidang kepakarannya tersebut. Beberapa penelitian yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi dan juga Kemenristek DIKTI. Selain peneliti, penulis juga aktif menulis buku dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara yang sangat tercinta ini.

Email penulis: triyonowati@stiesia.ac.id

6

KEGIATAN BISNIS DAN LINGKUNGANNYA

Dr. Sri Suwarsi, S.E., M.Si., CGA., CHCM.
Program Studi Manajemen
FEB Universitas Islam Bandung

Pendahuluan

Kegiatan manusia modern dalam memenuhi kebutuhan sangat beragam, salah satunya adalah dengan melakukan kegiatan bisnis. Banyak kegiatan-kegiatan bisnis yang dilakukan manusia saat ini dari yang masih bersifat tradisional, yaitu dengan cara barter maupun dengan cara modern yaitu dengan menggunakan *flatform digital*, seperti *youtube, facebook, whatapp*, *Instagram*, *line* dan juga menggunakan *ecommerce* seperti *Blibli.com, Lazada*, JD.ID, Tokopedia, *Shopee*, Bukalapak dan lainnya. Ini semua merupakan salah satu contoh perkembangan bisnis yang dinamis seiring dengan perkembangan teknologi dan internet yang beberapa puluh tahun kebelakang tidak kita kenal.

Dengan adanya perkembangan teknologi tersebut maka memicu perubahan cara pengelolaan bisnis baik dari segi pelaksanaan operasional bisnis yang meliputi kegiatan produksi, pemasaran, keuangan (sistem pembayaran), dan operasional bisnis lainnya, maupun perubahan model bisnis. Seiring dengan tingkat persaingan bisnis yang

memasuki era hiperkompetisi dan VUCA (*Volatility, Uncertainty, Compecity*, dan *Ambiguity*) maka dibutuhkan pendekatan-pendekatan baru dalam mengelola bisnis. Sebagai contoh sejak adanya pandemi covid 19 bisnis mengalami situasi yang berubah-ubah dan kondisi ketidakpastian seperti perubahan kebutuhan dan selera pasar serta kebijakan pemerintah yang mengatur bisnis, serta perubahan kondisi ekonomi baik secara mikro maupun makro.

Dengan perkembangan dan dinamika lingkungan dibutuhkan cara-cara pengelolaan bisnis yang sesuai, agar bisnis dapat bertahan dalam situasi yang VUCA, sehingga dibutuhkan pendekatan-pendekatan manajemen bisnis yang tepat dalam menghadapi situasi yang tidak dapat diprediksi dengan presisi, mengingat perubahan lingkungan saat ini berada pada situasi yang kompleksitasnya dan ketidakpastiannya tinggi. Kompleksitas sebuah lingkungan melibatkan banyaknya faktor, baik yang berupa lingkungan umum maupun lingkungan yang bersifat khusus. Contoh menurunnya aktivitas bisnis suatu negara dapat disebabkan oleh banyak faktor, seperti kondisi menurunnya ekonomi masyarakat, menyebabkan lapangan kerja, pendapatan dan daya beli masyarakat turun. Situasi tersebut bukan hanya disebabkan oleh variable ekonomi saja, kamun kadang adanya keterlibatan variabal lingkungan yang lainnya seperti karena lingkungan politik, sosial maupun juga karena pengaruh lingkungan global.

Seperti situasi Covid 19 yang awal mula merebak di Kota Wuhan China pada akhir tahun 2019, dan akhirnya menyebar ke seluruh dunia. Hampir seluruh negara di dunia mulai menerapkan protokol kesehatan sesuai anjuran *World Health Organization (WHO),*seperti harus mencuci tangan, memakai masker, tidak berkerumun, menjaga jarak, dan pemerintah memberlakukan PSBB

pada setiap kota di Indonesia. Situasi tersebut juga telah memicu gelombang PHK, penurunan pendapatan. Menurut data Kementrian Ketenagakerjaan per 20 April 2020 tercatat sebanyak 2.084.593 pekerja dari 116.370 perusahaan dirumahkan dan terkena Pemutusan Hubungan Kerja. Hal ini terjadi karena sejumlah perusahaan mengalami penurunan produksi bahkan berhenti berproduksi, itulah gambaran betapa dasyatnya dampak Covid 19 pada lingkungan bisnis.

Dampak panjang lainnya, dan akhirnya menjadi cara baru dalam pengelolaan bisnis adalah banyak kantor pemerintahan ataupun swasta dalam menerapkan skema bekerja dari rumah dengan istilah WFH (*Work From Home*), sehingga dunia ketenagakerjaan di Indonesia juga mengalami perubahan dengan drastis dalam mengelola setting sistem kerja ini. Yaitu dari kerja di kantor atau WFO (*Work From Office*) menjadi WFH yang dalam beberapa tahun ke belakang sulit dilakukan oleh perusahaan, dan hal ini akan menjadi trend dimasa yang akan datang walau situasi Covid 19 telah dirasa aman. Selain sistem kerja dampak dari Covid 19 telah memicu sistem layanan dalam dunia perbankan, pendidikan, pemerintahan dan lainnya dengan cara-cara baru seiring perkembangan teknologi dan informasi.

Berkaca dari kasus Covid 19 inilah sebagai salah satu contoh yang menarik dan perlu dijadikan sebagai kewaspadaan oleh dunia usaha atau dunia bisnis untuk selalu memonitor dan melakukan strategi untuk berpindah dari zona nyamannya sewaktu-waktu dengan cepat. Karena situasi yang tidak terprediksi telah mengubah bisnis menjadi dinamis dan memasuki era lingkungan yang baru. Untuk selanjutnya dalam membahas lingkungan bisnis menurut hemat penulis akan memasukkan unsur-unsur baru dalam memahami kegiatan bisnis dan lingkungannya, sehingga pembaca

dapat memahami sejauhmana keberadaan bisnis dalam lingkungnnya kini dan masa yang akan datang.

Bisnis

Banyak definisi bisnis, diantaranya bisnis adalah suatu organisasi yang menyediakan barang atau jasa dengan maksud mendapatkan laba (Griffin: 2006). Bisnis adalah organisasi yang berusaha untuk mendapatkan keuntungan dengan menyediakan barang dan jasa yang diinginkan oleh pelanggannya. Bisnis memenuhi kebutuhan konsumen dengan menyediakan layanan medis perawatan, mobil, dan barang dan jasa lainnya yang tak terhitung jumlahnya (Lawrence J. Gitman, 2018). Jika kita simpulkan bahwa bisnis adalah suatu organisasi atau perusahaan yang dikelola dalam suatu sistem dengan cara mengkombinasikan sumberdaya misalnya uang, material, informasi, teknologi dan lainnya untuk menghasilkan output berupa barang maupun jasa untuk mendapatkan keuntungan.

Dalam menjalankan kegiatan bisnis banyak pilihan bentuk organisasinya, baik organisasi yang bersifat *profit oriented* maupun yang bersifat *non-profit oriented*, namun akhir-akhir ini muncul bentuk *Hybrid organization*, yaitu organisasi yang melakukan *blanded value* antara *profit oriented* dengan *non profid oriented*. Bentuk organisasi bisnis ini di picu oleh adanya krisis lingkungan yang diduga karena kegiatan bisnis yang mengekplorasi lingkungan secara besar-besaran, sehingga memicu kerusakan alam yang berdampak besar pada penurunan kesehatan seperti peningkatan polusi udara, polusi air, makanan yang dikonsumsi masyarakat tidak sehat sehingga memicu penyakit *cancer*, belum lagi kelangkaan sumber daya alam dimasa depan.

Dengan demikian maka banyak alternative pebisnis dalam memilih bentuk perusahaan untuk mewadahi kegiatannya, seperti: Firma, CV, PT, dan sebagainya. Dan dalam pendirian bisnis ini membutuhkan persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi, agar keberlangsungan bisnisnya dapat berjalan dengan baik di masa yang akan datang. Ditinjau dari jenis kegiatannya, bisnis dapat dibedakan menjadi 4 jenis, yaitu:

1. Bisnis Industri, yang bergerak di bidang industri manufaktur seperti halnya industri tekstil, garmen, mesin, dan lain sebagainya.
2. Bisnis Jasa, yang bergerak di bidang jasa untuk menghasilkan suatu produk yang tidak berwujud seperti halnya perbankan, perhotelan, penerbangan, pendidikan dan lainnya
3. Bisnis Ekstraktif, yang bergerak dalam kegiatan pertambangan dengan cara menggali bahan bahan tambang yang terkandung dalam perut bumi. Seperti misalnya pabrik semen, pabrik timah, pabrik nikel, dan lain sebagainya.
4. Bisnis Agraris, yang bergerak di bidang pertanian, perkebunan, perikanan, peternakan, dan juga bidang kehutanan.

Namun seiring dengan perkembangan teknologi dan lingkungan, pembagian bisnis tersebut akan berkembang dan bermunculan jenis-jenis bisnis baru lainnya yang mungkin belum ada sebelumnya, seperti munculnya para *startup* bisniss dengan memadukan sumber daya bisnis dan teknologi, sehingga kesempatan memasuki pasar yang luas semakin cepat.

Dari berbagai penjelasan di atas, maka para pebisnis memiliki tujuan yang ingin dicapai diantara pilihan profesi yang lain. Diantara tujuan bisnis tersebut adalah untuk:

1. Memenuhi berbagai macam kebutuhan pribadi dan keluarga
2. Meningkatkan kemakmuran keluarga
3. Memiliki pengaruh dan reputasi di masyarakat
4. Meneruskan cita-cita keluarga
5. Mencoba dan memanfaatkan berbagai hal- hal baru.
6. Memiliki waktu yang bebas dan tidak terikat, seperti pekerja kantor atau pegawai.
7. Memiliki kemandirian dalam kepemilikan ekonomi dalam keluarga dan masyrakat.
8. Memperoleh peluang-peluang baru dengan ide-ide kreatif yang menjadi pasionnya.

Dari berbagai definisi bisnis yang telah dijelaskan di atas, maka karakteristik bisnis dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Bahwa bisnis memiliki organisasi sebagai lembaga untuk menjalankan berbagai aktivitasnya.
2. Menghasilkan atau berhubungan dengan berbagai barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan manusia.
3. Memiliki motif mencari keuntungan dengan memadukan sumber daya
4. Didukung oleh sistem manajemen yang sesuai untuk memajukan bisnisnya
5. Dalam aktivitasnya perlu didukung oleh sumber daya bisnis
6. Ada kemungkinan bisnis mengalami kerugian akibat pilihan strategi yang kurang tepat.
7. Dalam menjalankan bisnis harus mengikuti ketentuan dan regulasi pemerintah.

Bisnis Sektor Jasa

Jika dilihat dari perkembangannya bisnis di sektor jasa sangat cepat dan banyak dibutuhkan oleh masyarakat modern, hal ini dipicu karena semakin kompleknya kehidupan masyarakat serta munculnya berbagai kebutuhan untuk memenuhi gaya hidup masyarakat yang semakin beragam. Hal ini memicu berbagai peluang bisnis baru dengan segmen pasar yang lebih beragam. Banyak para ahli mendefinisikan jasa, yaitu merupakan setiap kegiatan, manfaat atau yang ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang bersifat intangible serta tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun serta dalam produksinya terikat maupun tidak dengan produk fisik (Kotler & Keller: 2012**).**

Dari definisi tersebut Jasa ada beberapa ciri jasa, yaitu: (i) tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan atas sesuatu, (ii) bervariasi, artinya dalam memproduksi jasa biasanya bersifat tidak sentandar. Untuk memperoleh jasa yang standar dibutuhkan proses otomatisasi jasa, seperti pelayanan ATM pada sistem perbankan, pelayanan e-banking, penggunaan robotic pada proses cek in bandara dan lainnya. (iii) Tidak dapat dipisahkan (*Insenparability*), artinya bahwa jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan dengan partisipasi konsumen di dalamnya. (iv) Tidak dapat disimpan (*Pershability*), artinya value jasa hanya ada ketika jasa tersebut diproduksi dan langsung diterima oleh pelanggan / konsumen. Karakteristik yang satu ini berbeda dengan barang berwujud yang bisa diproduksi terlebih dahulu, disimpan, serta digunakan pada waktu yang lainnya. Sehingga ketika jam-jam tertentu ruang praktek dokter, psikolog, pelayanan salon tidak ada konsumen yang mengakses, maka jam-jam tersebut tidak menghasilkan jasa pelayanan.

Jasa memegang peran penting dalam pertumbuhan perekonomian karena jasa merupakan mata rantai dari semua sektor perekonomian. Contoh-contoh bisnis jasa bisa dikatagorikan sebagai berikut:

1. *Business Services*, adalah istilah umum yang menggambarkan pekerjaan yang mendukung bisnis tetapi tidak menghasilkan komoditas yang nyata. Teknologi informasi (TI) adalah layanan bisnis penting yang mendukung banyak layanan bisnis lainnya seperti pengadaan, pengiriman dan keuangan. Sebagai contoh bisnis ini adalah bisnis di bidang *Finance, Banking, Consulting.*
2. *Trade Services*, adalah bisnis perdagangan, juga dikenal sebagai bisnis *merchandising,* adalah mereka yang menjual barang dagangan nyata. Konsumen dapat membeli barang-barang baik barang yang bersifat *consumer goods* atau barang yang bersifat *shopping goods*. Karakteristik lain dari *trade service* mereka menerima pembayaran dari pelanggan untuk barang dagangan yang dibeli, mengelola inventaris, seperti produk yang ditempatkan di rak-rak toko dan penjualan melalui mesin kasir atau sistem *point-of-sale*, contoh adalah bisnis di bidang ini adalah *retailing, repair, maintenance*, dan lainnya. Namun seiring dengan perubahan lingkungan dan teknologi sistem pengelolaan trade service ini mengalami perubahan ke digital *flatform digital, online shop*, dan pembayaran beralih ke *financial technology.*
3. *Infrastucture services* merupakan model layanan *data cloud* yang mengacu pada ketersediaan sumber daya komputasi yang hampir tanpa batas waktu sebagai layanan berbasis internet. Hal ini berarti akan menghilangkan kebutuhan bisnis untuk membeli, mengkonfigurasi, atau mengoperasikan infrastruktur mereka sendiri, dan konsumen hanya membayar

untuk apa yang mereka gunakan saja. Contoh adalah bisnis di bidang *Transportation and Communication.*

4. Personal (*Social*) *services* adalah merupakan layanan berdasarkan kemampuan intelektual dan keterampilan manual individu karyawan kepada dengan menyesuaikan kebutuhan konsumen secara personal, contoh adalah bisnis di bidang *Health care, Restaurants,* salon dan lainnya.

5. *Public Administration Services*, merupakan bidang yang luas yang mencakup layanan administrasi yang diperlukan untuk membantu membangun dan memperkuat dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat, contoh adalah bisnis di bidang *Education, Government* dan lainnya.

   Berbagai jenis bisnis jasa tersebut di atas memiliki karakteristik masing-masing, oleh karena itu setiap pebisnis perlu memahami cara pengelolaan setiap bisnis tersebut dengan baik, agar bisnis yang dijalankannya terus mengalami pertumbuhan. Maka dalam menjalankan bisnis jasa perlu menerapkan *service excellence* atau pelayanan prima, adalah suatu pelayanan yang sangat baik dan atau pelayanan yang terbaik yang sesuai dengan standard yang berlaku atau yang dimiliki oleh industri yang memberikan pelayanan sehingga mampu memuaskan pihak yang dilayani.

Dalam hal pelayanan ini maka dibutuhkan standar pelayanan yang merupakan ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik, dengan memperhatikan baku mutu pelayanan. Mutu merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan: produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan (Goetsch dan Davis, 2012)

Kegiatan Bisnis

Pada dasarnya bisnis itu ada dalam kehidupan kita setiap hari dari bangun tidur sampai tidur kembali. Banyak barang dan jasa yang kita butuhkan dalam menunjang aktifitas sehari-hari, seperti makanan, minuman, pakaian, kendaraan, alat-alat kerja dan sebagainya. Dengan seiring banyaknya aktifitas manusia yang semakin beragam dan kompleks maka akan memunculkan kebutuhan dan keinginan yang beragam, sehingga hal ini kemudian akan medatangkan peluang-peluang baru bagi pebisnis untuk dapat memenuhi berbagai kebutuhan manusia.

Menyongsng era globalisasi dengan ditandai oleh revolusi teknologi digital, maka aktivitas bisnis juga mengalami perubahan yang sangat pesat, hal ini akan mengakibatkan perubahan pada bidang-bidang bisnis, seperti:

1. Revolusi informasi akan terus berlanjut dan berdampak pada peningkatan produktivitas diseluruh sektor perekonomian terutama pada sector industri keuangan, media, perdagangan grosir dan eceran.
2. Penemuan teknologi baru pada bidang-bidang seperti bioteknologi, akan meningkatkan inovasi-iovasi pada bidang pertanian, agrobisnis, peternakan, kehutanan, perikanan, dan lainnya
3. Peningkatan globalisasi juga akan menciptakan pasar yang lebih besar, karena kemampuan perusahaan dalam menjangkau wilayah pemasaran secara cepat dan luas, karena dibantu oleh digitalilisasi bidang marketing.

Dengan dinamika perubahan tersebut, maka memicu perubahan bukan hanya disisi produsen, namun juga perubahan disisi konsumen, dalam hal ini adalah perilaku

pembeliannya. Oleh karena itu para pebisnis juga perlu memantau dan mengikuti perubahan perilaku konsumen, bukan hanya dari produk yang dibelinya, namun juga termasuk cara pembeliannya, dan cara pembayarannya.

Dalam menjalankan bisnis tidak terlepas dengan penggunaan sumber daya dalam bisnis, diantaranya adalah:

1. Sumber daya alam (*natural resources*), adalah sumber daya yang sifatnya alami atau berasal dari alam yang berperan sebagai pemasok bahan baku untuk kegiatan produksi perusahaan. Dalam suatu usaha industri, akan sangat membutuhkan sumber daya ini, artinya jika tidak ada sumber daya yang ini dalam lingkup perusahaan maka sudah pasti tidak akan ada proses lanjutan atau pergerakan usaha itu tidak terlihat sama sekali.
2. Sumber daya manusia (*human resources*), sumber daya manusia merupakan salah jenis sumber daya bisnis yang menjadi faktor penting dan menentukan dalam perkembangan bisnis. Mengapa demikian? karena manusialah yang merancang tujuan serta melakukan proses untuk mencapai tujuan tersebut. Dalam pengelolaan sumber daya manusia terdapat beberapa faktor yang perlu menjadi perhatikan, seperti perencanaan sumber daya manusia, recruitment karyawan, seleksi, pengembangan, penilaian kinerja, pemberian kompensasi, dan lainnya.
3. Material, material dapat berbentuk bahan baku atau sarana prasarana pendukung bisnis yang digunakan oleh perusahaan untuk menjalankan bisnisnya. Maka perlu adanya perencanaan material dengan baik yaitu dengan melakukan sistem standarisasi bahan baku mulai dari ukuran, jumlah, merek dan jenisnya.

Dengan melakukan perencanaan material, maka pebisnis dapat mengetahui harga dan kualitas yang sesuai, dan menghitung harga pokok penjualan,

4. Mesin, mesin dapat diklasifikasikan sebagai teknologi yang menunjang kegiatan bisnis. Mesin produksi biasanya dijadikan sebagai alat untuk mengubah bahan baku menjadi produk jadi. Perusahaan membutuhkan mesin atau teknologi lainnya untuk dapat berkompetisi secara optimal dengan para pesaingnya.
5. Metode, metode merupakan cara kerja yang digunakan perusahaan untuk mengelola seluruh sumber daya perusahaan. Pihak manajemen perusahaan memiliki tanggung jawab penuh atas metode, sehingga metode harus disusun sesuai dengan standar agar pekerjaan dapat berjalan secara efisien dan efektif.
6. Uang (money), uang dalam kegiatan bisnis merupakan jenis sumber daya usaha yang utama setelah manusia. Uang dibutuhkan untuk membayar gaji karyawan, membeli bahan baku, transportasi dan biaya administrasi serta operasional perusahaan lainnya. Pada intinya, bahwa uang sangat dibutuhkan perusahaan untuk membiayai kegiatan manajemen, baik itu penjualan maupun produksi.
7. Pasar, pasar adalah tempat dimana penjual dan pembeli melakukan jual beli jasa atau produk. Pasar juga dapat dikatakan sebagai target market yang menyerap produk yang dijual dengan jumlah terbesar, sehingga pilihan target market yang tepat akan dapat meningkatkan omset penjualan. Perusahaan harus menjual produk yang telah dihasilkan untuk meraih keuntungan. Beberapa strategi pemilihan pasar ini dapat dibagi ke dalam beberapa jenis, bisa

berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, profesi, wilayah, dan pendapatan.

8. Modal (*capital*), modal merupakan elemen terpenting dalam memulai bisnis dan untuk pengembangan bisnis selanjutnya. Sumber daya ini adalah aset perusahaan yang digunakan untuk kegiatan perusahaan seperti kebutuhan operasional dan lebih banyak digunakan untuk ekspansi bisnis. Sumber permodalan dapat diperoleh dari berbagai sumber, yang paling mudah adalah pendiri perusahaan, pinjaman dan kredit yang didapat dari lembaga keuangan, teman dan kerabat, investor swasta dan pemerintah.
9. Teknologi (*technology*), sumber daya teknologi adalah sumber daya yang menyangkut peralatan baik berupa mesin, robot atau teknologi lainnya yang memiliki peranan atau fungsi untuk membantu kegiatan bisnis. Sumber daya ini ada pada setiap usaha, dan banyak ditemukan pada unit produksi yang dalam pelaksanaannya menggunakan mesin atau teknologi dan bahkan menggunakan robot canggih. Peran teknologi dalam bisnis di era digital saat ini hampir semua hal dilakukan hanya dalam satu tempat ataupun satu genggaman.

   Dengan memanfaatkan teknologi yang sesuai, maka dapat berdampak positip untuk kemajuan bisnis. Banyak contoh kesuksesan bisnis karena mereka memanfaatkan peran teknologi demi kemajuan bisnis mereka. Banyak pelaku usaha yang sangat yakin bisnis yang maju adalah bisnis yang dijalankan dengan mengikuti perkembangan.

Kemajuan suatu bisnis tidak dipisahkan dari keberadaan sumber daya manusia yang memiliki jiwa kewirausahaan dan inovasi, maka dalam dinamika perubahan yang

sangat cepat ini dibutuhkan kemampuan sumber daya manusia yang siap melakukan perubahan dengan segala konsekwensinya. Seperti transformasi digital saat ini mengalami kemajuan pesat, mempengaruhi hampir setiap bidang kehidupan. Transformasi digital adalah hasil dari era gejolak, atau era yang dikenal sebagai industri 4.0, yang akan mengubah model bisnis dan membuat ekosistem bisnis yang ada lebih inovatif, kompleks dan dinamis.

Contoh dalam industry perbankan, transformasi digital berarti membuat perubahan signifikan pada prosedur, metode kerja, struktur organisasi, dan model bisnis untuk merespons perubahan secara fleksibel. Transformasi drastis ini dilakukan untuk menjaga kelangsungan bisnis dan terkait erat dengan perubahan dalam preferensi pelanggan. Proses transformasi digital tidak hanya memberikan kesempatan untuk merombak proses kerja dan sistem yang telah dilakukan sejauh ini, tetapi juga membuat proses kerja lebih efisien dan efektif, serta proses pelanggan menjadi cepat dan memberikan pelayanan yang memuaskan. Demikian juga yang terjadi dalam industry-industri lainnya.

Revolusi Industri 4.0 atau yang lebih dikenal sebagai Revolusi Industri keempat ini menimbulkan ketakutan bagi banyak pihak, seperti hilangnya pekerjaan manusia yang akan digantikan oleh teknologi terkini. Revolusi industry 4.0 ditandai dengan kemunculan super *computer*, robot pintar, rekayasa genetika, kendaraan tanpa pengemudi yang dapat mengancam hilangnya pekerjaan dan beberapa bisnis lainnya. Oleh karena itu pelaku bisnis harus selalu melakukan evaluasi dan mempertimbangkan perubahan-perubahan tersebut dalam sebuah model bisnis. Perubahan model bisnis akan menjadi suatu keharusan agar strategi-strategi yang

dilakukan pebisnis sesuai dengan tuntutan-tuntutan perubahan yang terjadi.

Proses perubahan harus didukung oleh strategi transformasi yang tepat untuk memberikan daya saing dan nilai tambah bagi bisnis atau perusahaan. Transformasi digital memiliki sisi dalam mengubah sektor bisnis, seperti saluran pengiriman barang, promosi produk melalui kecerdasan buatan dan aplikasi media sosial semakin banyak digunakan. Implementasi strategi digital yang tepat diharapkan dapat meningkatkan loyalitas konsumen.

Dalam sisi karyawan misalnya, peningkatan teknologi memiliki efek negatif dan positif pada pekerjaan. Ketika teknologi mengambil alih, beberapa pekerjaan hilang dan karyawan perlu meningkatkan atau mempelajari keterampilan baru untuk tetap berada di pasar kerja. Teknologi dapat secara langsung menggantikan karyawan, atau teknologi sebenarnya dapat memperkuat sumber daya manusia. Di sisi output, teknologi tidak hanya dapat meningkatkan produktivitas, tetapi juga meningkatkan permintaan konsumen untuk produk, layanan, dan industri baru. Pada akhirnya, ekspansi ini dapat menciptakan peluang kerja baru. Munculnya wacana tentang pengembangan Industri 4.0, yang mengarah pada digitalisasi, akan menimbulkan kekhawatiran bahwa teknologi, termasuk robot, dapat menggantika peran manusia dalam pekerjaannya di industri.

Era digitalisasi akan selalu memberikan dampak terhadap kehidupan manusia. Kemajuan teknologi telah berkontribusi pada kesejahteraan manusia di antaranya dalam hal pekerjaan baru, barang, perjalanan dan komunikasi. Juga era digitalisasi akan mengubah aktivitas bisnis, menghilangkan bisnis dan memunculkan bisnis-bisnis baru.

Manajemen Bisnis

Dalam menjalankan bisnis dibutuhkan manajemen yang baik, agar perkembangan bisnis dapat berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan, yaitu mendatangkan keuntungan bagi para pemiliknya. Banyak sekali pendekatan-pendekatan dalam manajemen bisnis, karena ilmu manajemen ini akan membantu para pebisnis dalam mengenali berbagai masalah bisnis, meneliti, menganalisis dan memecahkan masalah-masalah yang berkaitan dengan manajer, karyawan dan sumber daya organisasi yang lainnya. Maka seorang manajer diharapkan selalu mempelajari dan memahami secara keseluruhan tentang perkembangan (evolusi) manajemen dari waktu ke waktu yang telah menghasilkan teori-teori. Karena teori-teori yang ada saat ini merupakan hasil dari implementasi dan *best practice* dari para pelaku bisnis yang telah teruji kebenarannya.

Karena manajemen muncul dengan berbagai aliran, maka para manajer dapat memilih dan menggunakan teori yang paling tepat dan sesuai untuk menghadapi situasi yang dihadapi saat ini. Mungkin pendekatan yang cocok untuk satu perusahaan, bisa jadi pendekatan tersebut tidak relevan jika diterapkan pada perusahaan lainnya. Sehingga pendekatan situasional bisa diambil untuk dapat memberikan kontribusi yang optimal kepada perusahaan. Maka seorang manajer menghadapi situasi sesulit apapun, seperti dalam situasi Covid 19 misalnya, mereka akan dapat mencari solusi atau membuat keputusan yang terbaik, karena telah mempertimbangkan berbagai variable yang berkontribusi pada masalah yang dihadapi tersebut.

Banyak definisi manajemen yang dikemukakan oleh para ahli, Robbins & Coulter (2017) berpendapat bahwa manajemen yaitu kegiatan mengkoordinasi dan mengevaluasi ulang kinerja sehingga pekerjaan selesai

dengan efektif dan efisien. George R. Terry (1972): *management is the accomplishing of a predetemined obejectives through the efforts of otherpeople* atau manajemen adalah pencapaian tujuan-tujuan yang telah ditetapkan melalui atau bersama-sama usaha orang lain. Dalam manajemen bisnis perlu mempertimbangkan konsep efisiensi dan efektivitas. Arti efisien merupakan konsep penggunaan sumber daya, yaitu memperoleh hasil yang maksimal dari input yang seminimal mungkin. Sedangkan efektif adalah merupakan konsep pencapaian tujuan, yaitu bagaimana perusahaan mampu "melakukan hal yang benar, atau melakukan pekerjaan yang dapat membantu organisasi mencapai tujuannya.

Robbins & Coulter (2017) berpendapat bahwa manajemen yaitu kegiatan mengkoordinasi dan mengevaluasi ulang kinerja sehingga pekerjaan selesai dengan efektif dan efisien. Terdapat 4 fungsi manajemen, yaitu:

1. *Planning* (perencanaan) adalah adalah suatu proses untuk menentukan tujuan dan sasaran yang ingin dicapai serta mengambil tindakan-tindakan strategis untuk mencapai tujuan tersebut. Kegiatan perencanaan meliputi membuat tujuan perusahaan dan diikuti dengan membuat berbagai rencana untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Melalui fungsi perencanaan, seorang manajer akan bisa memahami apa yang harus dilakukan dan bagaimana melakukannya, serta mampu menentukan berapa tingkat penjualan, kebutuhan karyawan, kebutuhan modal dan cara mendapatkannya, menghitung tingkat persediaan yang harus ada di gudang dan lainnya.
2. *Organizing* (pengorganisasian) adalah adalah merupakan suatu proses pembuatan struktur organisasi dan mengalokasikan sumber daya manusia, menetapkan tugas dan pekerjaan ke dalam

struktur tersebut, serta menjalankan fungsi-fungsi pelaksanaan SDM lainnya.Kegiatan pokok lainnya dalam fungsi organisasi adalah (i) mengalokasikan sumber daya, merumuskan dan menetapkan tugas, dan menetapkan prosedur tugas (ii) menetapkan struktur organisasi yang mengarah pada garis wewenang sumber daya dan tanggung jawab; (iii) aktivitas *recruitment, selection, training and developing* SDM; dan (iv) penempatan SDM yang sesuai kompetensinya.

3. *Directing* (pengarahan), adalah yang dilakukan oleh pimpinan untuk menumbuhkan semangat (motivasi) karyawan agar dapat bekerja dengan baik sesuai dengan tujuan dan target secara efisien dan efektif. Fungsi directing Adapun kegiatan dalam fungsi manajemen adalah sebagai berikut: (i) Melaksanakan fungsi kepemimpinan, pembimbingan, dan pemberian motivasi kepada tenaga kerja agar dapat bekerja secara efektif dan efisien dalam pencapaian tujuan; (ii) Memberikan tugas sesuai dengan job description masing-masing; serta (iii) memberikan penjelasan tentang kebijakan-kebijakan baik ditingkat atas maupun pada bagian masing-masing.

4. *Controlling* (pengendalian), adalah suatu proses untuk memastikan apa yang telah dicapai sesuai dengan perencanaan atau target yang telah ditetapkan sebelumnya. Fungsi pengendalian sebagai evaluasi kerja, dan jika diperlukan melakukan perbaikan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Hal-hal yang perlu dilakukan dalam fungsi ini adalah: (i) penetapan standar prestasi; (ii) merancang system umpan balik informasi, (iii) membandingkan prestasu aktual dengan standar yang telah ditetapkan; (iv) menentukan apakah terdapat penyimpangan dan

mengukur signifikansi penyimpangan tersebut; (v) mengambil tindakan perbaikan yang diperlukan.

Fungsi Operasional Bisnis

Untuk menjalankan bisnis perlu ditunjang dengan aktivitas operasional, yang meliputi:

1. *Human Resource Management* (Manajemen Sumber Daya Manusia), adalah kegiatan manajemen yang menjalankan fungsi-fungsi diantaranya melakukan perencanaan SDM, perekrutan karyawan, pengembangan, kompensasi, pengembangan karir dan pemeliharaan karyawan. Fungsi ini memegang peranan penting untuk menjaga kondisi lingkungan kerja yang aman kepada karyawan, agar karyawan dapat tetap komitmen dan loyal dalam menjalankan aktivitas pekerjaan di perusahaan.
2. *Operation Management* (Manajemen Operasional) atau Produksi, adalah kegiatan manajemen yang menjalankan fungsi untuk menghasilkan produk yang sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Untuk itu perusahaan perlu melakukan survey untuk menghasilkan produk berdasarkan keinginan konsumen, dan menjalankan kegiatan produksi yang seefisien mungkin, dengan biaya produksi yang minimal untuk menekan harga jual agar mampu bersaing dengan produk serupa di pasar. Efisiensi dapat dilakukan melalui kapasitas produksi, pemilihan lokasi yang tepat, sistem manajemen pembelian bahan baku yang tepat, serta pengendalian kualitas dan kuantitas produksi.
3. *Marketing Management* (Manajemen Pemasaran), adalah kegiatan manajemen yang menjalankan fungsi penentuan harga jual produk, penempatan produk pada tempat yang tepat, promosi serta distribusi produk. Seiring dengan adanya perkembangan

teknologi digital ada beberapa fungsi pemasaran mengalami perubahan seperti dalam fungsi *chanel of distribution* dan *promotion*.

4. *Financial Management* (Manajemen Keuangan), adalah kegiatan manajemen yang menjalankan fungsi untuk memastikan bahwa kegiatan bisnis yang dijalankan mampu mencapai tujuannya secara ekonomis yaitu diukur berdasarkan profit. Selain itu tugas manajemen keuangan adalah merencanakan sumber pembiayaan bisnis, pengaalokasian sumber dana, dan melakukan investasi pada bidang-bidang bisnis yang tepat.

Lingkungan Bisnis dan Unsur-Unsur Lingkungan Bisnis

Semua bisnis beroperasi dalam satu lingkungan baik dalam lingkungan internal maupun eksternal yang didalamnya memiliki sejumlah komponen yang akan berpengaruh terhadap perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk menjaga kelangsungan perusahaan, maka dibutuhkan sistem monitoring terhadap berbagai perubahan komponen-komponen tersebut, karena setiap perubahan yang terjadi akan berpeluang untuk menghasilkan sebuah peluang dan ancaman. Agar perusahaan dapat memanfaatkan setiap perubahan tersebut menjadi peluang maka dibutuhkan analisis kekuatan dan kelemahan internal perusahaan dan analisis eksternal yang akan mampu mengidentifikasi berbagai peluang dan kemungkinan ancaman. Analisis ini biasa disebut analisis SWOT.

Penggunaan analis SWOT memiliki kecenderungan semakin meningkat dengan banyak modifikasi dalam pembuatan SWOT dengan mengkombinasikan Model Bisnis. Namun demikian fungsi dasar dalam penggunaan SWOT ini adalah untuk penyusunan strategi bisnis. Strategic Business Planning bertujuan untuk menyusun

strategi-strategi yang dapat dilakukan perusahaan sehingga arah dan tujuan perusahaan dapat dapat dicapai dengan jelas dan dapat segera dilakukan pengambilan keputusan dalam menghadapi dinamika perubahan lingkungan dengan melihat posisi perusahaan saat ini, sehingga dapat memanfaatkan keunggulan untuk meraih peluang yang ada. Maka dari itu perencanaan bisnis yang baik merupakan alat yang sangat berguna dalam menjalankan perusahaan secra efektif dan efisien.

Lingkungan bisnis *(business environment)* mengacu pada serangkaian kondisi atau kekuatan yang memengaruhi fungsi bisnis. Mereka mungkin berada di luar atau di dalam organisasi. Pemahaman akan sifat lingkungan bisnis dengan perubahannya merupakan bagian penting yang harus dikuasai oleh pebisnis, agar mampu melakukan analisis bisnis dan dapat merancang perencanaan strategi bisnis yang tepat agar dapat bertahan dalam lingkungan yang berubah tersebut. Bisnis saat ini menghadapi lingkungan yang semakin dinamis, teknologi informasi, selera konsumen, dan kebijakan nasional dan internasional serta kondisi sosial dan ekonomi berubah dengan sangat cepat. Perubahan-perubahan tersebut kadang tidak dapat diprediksi sebelumnya. Perubahan-perubahan tersebut dapat memunculkan berbagai kemungkinan baik peluang ataupun ancaman. Secara garis besar, lingkungan di mana bisnis beroperasi terdiri dari dua jenis, yaitu:

1. Lingkungan internal, yang mencakup berbagai faktor di bawah kendali perusahaan, seperti sumber daya manusia, teknologi yang digunakan, modal, fasilitas, manajer, budaya kerja dan lainnya.
2. Lingkungan eksternal, yang mewakili berbagai faktor di luar kendali perusahaan. Lingkungan eksternal ini dibagi dua, yaitu (i) external direct environment (lingkungan ekternal langsung), yaitu lingkungan

diluar perusahaan, tetapi memiliki pengaruh langsung terhadap perusahaan, seperti konsumen, pesaing, lembaga keuangan, suplayer, pemerintah, kelompok khusus, serikat kerja, dan lainnya. (ii) external indirect environment (lingkungan external tidak langsung), yaitu lingkungan di luar perusahaan yang mempengaruhi tidak langsung kepada perusahaan, seperti faktor ekonomi, sosial, legal politik, demografi dan teknologi.

Kedinamisan sebuah lingkungan harus terus dimonitoring, agar setiap perubahan dalam setiap komponen dalam lingkungan baik lingkungan eksternal yang bersifat langsung atau tidak langsung tersebut dapat memberikan peluang bagi masa depan bisnis. Kedinamisan sebuah lingkungan menurut Lawrence (2018), dapat digambarkan sebagai berikut:

Sumber: The Dynamic Business Environment (Attribution: Copyright Rice University, OpenStax, under CCBY 4.0 license): Lawrence J. Gitman 2016: 51

Tidak ada satu bisnispun baik perusahaan besar atau menengah mampu menciptakan perubahan dalam lingkungan eksternal, Seorang manajer bukan merupakan adaptor atau seorang agen perubahan dalam lingkungan yang besar, melainkan bahwa perubahan lingkungan dalam elemen yang luas merupakan kekuatan besar dimana perusahaan hanya merupakan bagian sangat kecil dalam sebuah lingkungan tersebut. Seperti persaingan dalam lingkungan global pada dasarnya merupakan elemen yang tidak dapat dikendalikan dalam lingkungan eksternal, dan perusahaan saat ini mau tidak mau harus terjun dalam lingkungan global tanpa dapat dicegah, semua itu dalam rangka untuk dapat bertahan dalam lingkungan bisnis tersebut. Demikian juga dalam menghadapi lingkungan besar lainnya, seperti ekonomi, sosial, demografi, politik dan teknologi. Namun, dalam beberapa situasi, perusahaan dapat mempengaruhi peristiwa eksternal melalui strategi-strateginya, terutama untuk perusahaan besar yang memiliki dampak luas pada bisnis lainnya, seperti *facebook*, *Microsoft*, GE, perusahaan telekomunikasi, perusahaan energy dan lainnya.

1. Pengaruh Lingkungan Ekonomi terhadap bisnis

   Lingkungan ini merupakan salah satu lingkungan eksternal yang paling penting yang berpengaruh pada bisnis. Fluktuasi dalam tingkat aktivitas ekonomi dapat menciptakan siklus bisnis yang berpengaruh terhadap bisnis maupun konsumen dengan banyak cara. Misalnya ketika ekonomi suatu negara tumbuh dengan baik, maka akan mampu menekan tingkat pengangguran, dan tingkat pendapatan akan naik. Tingkat suku bunga dan inflasi juga dapat berubah sesuai dengan kegiatan ekonomi. Kebijakan yang ditetapkan oleh pemerintah seperti pajak dan suku bunga dapat meningkatkan atau membatasi tingkat

kegiatan ekonomi. Selain itu, kekuatan suplay dan demand juga akan menentukan bagaimana harga dan jumlah barang dan layanan akan berperilaku di pasar. Demikian seterusnya, maka pemantauan segala pergerakan pada lingkungan ekonomi sangat penting, agar kegiatan bisnis dapat mengadaptasi dalam setiap perubahan pada dimensi lingkungan ini dengan cepat.

2. Pengaruh Lingkungan Politik dan hukum terhadap bisnis

   Iklim politik suatu negara adalah faktor penting lainnya yang harus dipelajari dan dimonitoring oleh manajer untuk dipertimbangkan dalam operasi bisnis sehari-hari. Berbagai kegiatan pemerintah, jenis undang-undang dan regulasi yang disahkan, serta stabilitas politik umum pemerintah merupakan tiga komponen dalam membentuk iklim politik. Berbagai perwakilan pemerintah telah mengatur bidang-bidang penting seperti dalam bisnis, seperti praktek periklanan, pertimbangan keamanan dan kesehatan, serta standar perilaku bisnis yang dapat diterima. Komponen penting dalam perusahaan internasional adalah adalah dukungan stabilitas politik, karena tidak ada bisnis yang ingin membuka perusahaan di negara lain kalau hubungan dagang negara tersebut tidak stabil.

3. Pengaruh Lingkungan Demografi terhadap bisnis

   Faktor demografi adalah faktor yang tidak terkendali dalam lingkungan bisnis dan sangat penting bagi manajer. Demografi adalah studi tentang statistik penting tentang masyarakat sebagai konsumen, seperti usia, jenis kelamin, ras dan etnis mereka, dan lokasi. Demografi membantu perusahaan menentukan pasar untuk produk mereka dan juga menentukan ukuran dan komposisi tenaga kerja.

Ketika perusahaan memasuki dunia bisnis, biasanya akan mengambil komponen-komponen tertentu dalam aspek domografi ini ketika memilih target market yang paling menguntungkan bisnisnya. Misal dalam menghadapi *demographic dividend* (bonus demografi) yaitu meningkatnya atau meledaknya jumlah penduduk usia produktif, misal di Indonesia akan mencapai puncak bonus demografi pada tahun 2030 sampai 2040, yang diperkirakan mencapai angka 70 persen. Banyak perusahaan sudah mulai merancang, agar bonus demografi tersebut dapat berdampak positip pada peningkatan bisnisnya di masa yang akan datang, baik dari sisi peningkatan pangsa pasar dan penyerapan tenaga kerja untuk mengatasi ledakan pengangguran.

4. Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap bisnis

   Lingkungan sosial mencakup kebiasaan, adat istiadat, nilai, etika dan gaya hidup dari masyarakat di mana sebuah organisasi beroperasi. Komponen-komponen tersebut mempengaruhi apa, bagaimana, di mana, dan kapan orang membeli produk maupun jasa. Pilihan dan selera pelanggan juga akan bervariasi, yang sangat ditentukan oleh banyak faktor dalam lingkungan sosial, seperti peningkatan pendapatan keluarga akan mempengaruhi peningkatan permintaan untuk barang dan jasa yang menghemat waktu, mengubah pola belanja keluarga.

   Dengan penjelasan di atas bahwa lingkungan sosial sangat berpengaruh terhadap bisnis yaitu dapat menciptakan peluang usaha. Terutama bagi seorang pebisnis pemula (start up business) harus jeli dalam melihat peluang bisnis apa yang dapat diciptakan dengan melihat berbagai faktor sosial ini. Apabila pebisnis dapat melihat peluang bisnis dengan tepat, keuntungan usaha akan dapat diperoleh.

5. Pengaruh Lingkungan Teknologi terhadap bisnis

   Teknologi merujuk pada semua cara yang digunakan oleh bisnis, termasuk pengetahuan manusia, metode kerja, peralatan fisik, elektronik dan telekomunikasi, serta berbagai sistem pengelolaan perusahaan untuk menciptakan nilai bagi bisnis.

   Lingkungan Teknologi dapat meningkatkan pertumbuhan bisnis, apabila digunakan dengan tepat, seperti penggunaan teknologi dalam proses produksi akan mampu menyelesaikan masalah rendahnya jumlah produksi dan kurangnya tenaga kerja. Penggunaan teknologi merupakan bentuk penerapan keterampilan dan pengetahuan sains dan teknik untuk memecahkan masalah produksi dan organisasi. Peralatan baru dan perangkat lunak yang meningkatkan produktivitas dan mengurangi biaya dapat menjadi salah satu aset perusahaan yang paling berharga. Saat ini bisnis telah memasuki era Revolusi Industri 4.0 menuju 5.0, yaitu era digitalisasi serta otomasi yang sangat radikal pada berbagai proses bisnis, mulai dari proses design, produksi, penyimpanan dan pemindahan barang, pemasaran, serta transportasi.

Dengan memperhatikan berbagai pengaruh lingkungan baik internal maupun eksternal, maka para pebisnis hendaknya selalu mengadaptasi fungsi-fungsi bisnisnya dengan dinamika perubahan lingkungan yang cepat tersebut, dengan melakukan berbagai cara yaitu peningkatan kapasitas sumber daya manusia, strategi bisnis yang selalu adaptive melalui kemampuan manajerial yang baik dalam menangkap berbagai peluang bisnis yang muncul, serta mampu memperbaiki kelemahan lingkungan internal perusahaan.

Daftar Pustaka

Armstrong Brian & John Lee Gregory. (2021). Introduction to Digital Business. Silk Route Press South Africa.

Aaron. X. Fellmeth. (2020). Introduction to International Business Transactions. Edward Elgar Publishing.USA.

David L Goetsch. (2018). Author of Occupational Safety.Quality Management For Organizational Excellence Quality Management for Organizational Excellence. For courses in Pearson Higher Ed Published.

George Robert Terry (1972). Principles of Management. Homewood, Ill., R.D. Irwin.

Griffin.Ricky W. and Ebert Ronald J. (2006). Business. Edisi Kedelapan Terjemahan. Penerbit Erlangga.

Hulleman.W & Aj. Marjis. (2021). Economics and Business Environment.Nordhoff Uitgevers Groningen/Utrecht.Fifth Ed.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2012). Marketing Management.Fourteenth Edition. New Jersey: Pearson Education.

Lawrence J. Gitman, and Tim. (2018). Introduction to Business. Open Stax Introduction to Business.

Mc.Kinsey. (2021). The Post Pandemic Economy, The Future of Work After Covid 19. Global Institute, Executive Summary.

Mohammed Ziaul Hague. (2016). Introduction Business. Zohair Publications.

Robbins, S.P. and Coulter, M. (2017). Management. 14th Edition, Prentice-Hall, London.

Overby Harald & Audestad Jan Arild. (2018). Introduction to Digital Economics. Foundation, Business Models and Case Studies. Second Edition. Springer.USA.

Laporan Kementrian Ketenagakerjaan per 20 April 2020

Profil Penulis

Sri Suwarsi

Lahir di Boyolali. Lulus S1 pada Program Studi Manajemen Unisba pada tahun 1994. Kemudian melanjutkan studi S2 pada Program Studi Manajemen Unpad dengan konsentrasi Manajemen Sumber Daya Manusia dan lulus pada tahun 2001. Dan pada tahun 2014 telah menyelesaikan studi S3 (doctoral) pada Prodi dan Universitas yang sama yaitu Unpad. Pengalaman pada dunia kerja yaitu sejak tahun 1995 sampai sekarang adalah sebagai dosen tetap pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung. Pengalaman kerja tahun 2008 – 2010 menjabat sebagai Sekertaris Program Studi Manajemen FEB Unisba, kemudian tahun 2016- 2020 sebagai Ketua Program Studi Manajemen FEB Unisba; dan pada tahun 2022 dalam satu periode lagi akan menyelesaikan tugas sebagai Ketua Program Studi di Institusi yang sama.

Sebagai pengalaman praktisi, penulis juga mendedikasikan diri pada banyak organisasi baik oganisasi bisnis maupun organisasi sosial, seperti tahun 2019 menjabat sebagai Komisaris PT. Anugerah Wangi Nusantara, tahun 2019 menjabat sebagai ketua ISEI Komisariat Unisba, tahun 2022 sebagai Penasehat Asosiasi Makanan dan Minuman (ASPAMI) DPD Kota Bandung, tahun 2019 menjabat sebagai sekertaris umum Wanita Islam Wilayah Jawa Barat, tahun 2010 menjabat sebagai ketua yayasan Al-Faqir Iallah dan organisasi-organisasi sosial lainya. Selain itu juga menjadi Tim Ahli penyusun kurikulum berbasis kompetensi pada Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia Aparatur Kementerian ESDM RI tahun 2021-2022.

Saat ini penulis sangat tertarik pada bidang riset manajemen khususnya bidang Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM), beberapa buku telah terbit walau dalam skala internal yaitu buku-buku untuk pengembangan laboratorium SDM dan laboratorium Bisnis, serta telah melakukan publikasi pada banyak jurnal Internasional bereputasi. Untuk meningkatkan kompetensi dibidang SDM maka penulis telah memperoleh sertifikasi diantaranya di bidang Grafology, Human Capital Management, *Your Succes Number (Behavioral Analysis),* SAP HR 005, dan sebagai Assesor General Manager SDM.

Selain riset pada bidang SDM , sejak tahun 2016, penulis sangat tertarik pada riset-riset dan pengabdian masyarakat pada bidang ***migrant worker*** (Pekerja Migran Indonesia), dengan riset-riset tersebut penulis berkesempatan untuk menjadi pembicara pada even nasional maupun internasional diantaranya pada Kementerian Ketenagakerjaan Penempatan Luar Negeri pada tahun 2021, pada Dinas Ketenagakerjaan Jawa Barat, Lampung, Kabupaten Bandung, dan menjadi narasumber berbagai FGD secara online di Asosiasi Migrant baik Nasional maupun Internasional.

Email: dr.srisuwarsi@gmail.com

7

KEPEMIMPINAN DAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN

Dr. Suwitho, M.Si.
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA)
Surabaya

Pendahuluan

Permasalahan dan tantangan baru akan semakin sering dihadapi oleh organisasi di era ini. Persaingan antar organisasi akan menjadi semakin ketat dan dinamis, seiring dengan meluasnya media telekomunikasi dan informasi. Jaringan komunikasi menggunakan internet secara tidak langsung akan memunculkan pesaing baru, bukan hanya dari organisasi besar melainkan juga *startup* yang baru merintis. Hal itu terjadi karena penggunaan teknologi untuk mempromosikan barang dan jasa menjadi semakin mudah dan murah diakses setiap orang. Organisasi yang tidak mampu beradaptasi dengan kondisi dinamis tersebut akan dengan mudah tergulung oleh fenomena disrupsi.

Organisasi yang berhasil bertahan di era ini adalah organisasi yang mampu menjaga kualitas barang dan jasanya agar selalu dapat bersaing kompetitif di pasar (Wang, 2010). Hal tersebut tentu tidak mudah, dalam rangka untuk menjaga konsistensi setiap produk mereka manajemen dari organisasi secara keseluruhan harus

memiliki kualitas yang baik. Seorang manajer memainkan peran sentral dan strategis dalam organisasi termasuk menentukan visi dan misinya (Meraku, 2017; Suparno, 2018). Karena peran pentingnya tersebut seorang manajer haruslah memiliki kemampuan memimpin yang baik, sehingga setiap pengambilan keputusannya akan menjadi suatu yang terbaik bagi organisasi.

Seorang manajer berkualitas dan memiliki kemampuan memimpin yang baik dapat menjadi penyelamat bagi organisasi secara keseluruhan. Telah banyak kasus di berbagai belahan dunia yang dapat dijadikan sebagai pembelajaran, sebagai contoh adalah Elon Musk yang mampu memimpin Tesla dan SpaceX ketika kendaraan listrik belum terlalu dikenal dan Jack Ma yang dengan gigih membangun *e-commerce* raksasa bernama Alibaba di era internet belum berkembang luas. Namun, salah satu yang paling dikenal adalah kisah Steve Jobs yang menyelamatkan Apple dari kebangkrutan pada tahun 1997. Sesaat setelah Steve Jobs kembali diangkat menjadi CEO, dia membuat keputusan yang cukup "kontroversial". Keputusan tersebut adalah memotong 70% rencana produk Apple serta mengampanyekan slogan baru yaitu "*Think Different*" secara luas pada dunia (Nicas, 2018). Seiring berjalannya waktu, ternyata keputusannya tersebut terbukti tepat, dia berhasil mengefisiensikan perusahaan dengan cara memfokuskan lini produk utama Apple yang membuat pendapatan perusahaan meningkat secara signifikan. Dia juga membuat perusahaan kembali fokus pada pembuatan produk inovatif yang sampai saat ini dikenal antara lain, iMac, iPod, iPhone, dan iPad (Isaacson, 2012). Pemikiran dan gaya kepemimpin Steve Jobs terus-menerus diwarsikan pada pemimpin perusahaan selanjutnya, terbukti dengan slogan Apple yang tidak pernah berubah sampai sekarang. Pada akhirnya perusahaan Apple

berhasil menjadi perusahaan paling bernilai di dunia secara berturut turut hingga saat ini (Forbes, 2022).

Kisah sukses para manajer ini menjadi bukti sentralnya peran manajer dalam pembuatan keputusan, yang pada akhirnya akan menentukan kesuksesan sebuah organisasi. Para manajer akan memiliki cara yang berbeda-beda dalam menjalankan organisasinya. Menurut penelitan setiap manajer akan memiliki gaya kepemimpinannya sendiri, yang nantinya juga mempengaruhi cara pengambilan keputusannya dan berdampak pada performa organisasi (Nanjundeswaraswamy & Swamy, 2014). Terkadang seorang manajer akan menggunakan lebih dari satu gaya kepemimpinan untuk mencapai hasil yang lebih maksimal (Dierendonck, 2014).

Kepemimpinan

Pada umumnya sebuah organisasi dapat berhasil ataupun gagal sebagian besar ditentukan oleh kualitas manajernya. Kualitas yang dimaksud dalam kasus ini adalah mengenai sifat kepemimpinanya. Kepemimpinan sendiri merupakan sebuah kemampuan untuk menciptakan lingkungan di mana setiap orang tahu kontribusi apa yang diharapkan darinya dan mereka merasa berkomitmen penuh untuk melakukan pekerjaan tersebut dengan baik (Osborne, 2021). Secara singkat, kepemimpinan adalah kemampuan mempengaruhi setiap orang dalam wewenangnya untuk melakukan segala tindakan demi mencapai tujuan yang diharapkan.

Seiring berkembangnya zaman dan ilmu pengetahuan teori mengenai kepemimpinan juga ikut mengalami perubahan. Menurut penelitian, paling tidak terdapat sembilan teori kepemimpinan yang berkembang sejak tahun 1840an (Benmira & Agboola, 2021). Mereka membagi berbagai teori kepemimpinan menjadi empat era

yang dimulai dari tahun 1840an - 2000an. Berbagai teori tersebut dijabarkan pada tabel 1.

Tabel 1 Evolusi Teori Kepemimpinan

Era	**Periode**	**Teori**	**Pemikiran**
Trait	1840an	*Great Man*	Berpemikiran bahwa pemimpin adalah takdir yang ditentukan dari lahir, tidak dapat dilatih.
	1930-1940an	*Trait*	Berpemikiran bahwa pemimpin dapat diciptakan melalui latihan bukan hanya ditakdirkan. Hal tersebut membuat sifat dan karakteristik pemimpin efektif banyak diteliti, sehingga dapat diajarkan kepada orang lain.
Behavioural	1940an-1950an	*Behavioural*	Berpemikiran bahwa sebagian besar pemimpin itu diciptakan daripada ditakdirkan. Tetapi fokusnya identifikasinya bukan pada sifat dan karakteristik mereka, melainkan lebih

Era	Periode	Teori	Pemikiran
			pada perilaku dan kemampuan aktualnya.
Situational	1960an	*Contingent & Situational*	Berpemikiran bahwa pemimpin harus menyesuaikan gaya kepemimpinan mereka berdasarkan situasi yang sedang dihadapi.
New leadership	1990an-sekarang	*Transactional*	Berpemikiran bahwa hubungan *cost-benefit* antara pemimpin dan bawahan menjadi sangat penting. Hubungan saling menguntungan harus menjadi prioritas dalam organisasi, seperti pemberian penghargaan pada bawahan yang bekerja paling baik dan sebaliknya.
		Transformational	Berpemikiran bahwa pemimpin haruslah

Era	Periode	Teori	Pemikiran
			inspirasional yang mampu mendorong bawahanya naik tingkat menjadi lebih baik. Teori ini berlaku ketika organisasi sedang akan mengalami perubahan signifikan untuk menghadapi era baru.
	2000an-Sekarang	*Shared*	Berpemikiran bahwa keberhasilan dalam suatu organisasi lebih tergantung pada praktik kepemimpinan koordinatif yang didistribusikan ke seluruh organisasi daripada tindakan beberapa individu di puncak.
		Collaborative	
		Collective	

Berdasarkan tabel 1, dapat diketahui bahwa teori kepemimpinan mengalami perubahan yang sangat signifikan seiring berjalannya waktu. Teori kepemimpinan awalnya berfikir bahwa seorang pemimpin adalah individu spesial yang telah ditakdirkan, berubah menjadi setiap orang dapat menjadi pemimpin jika mau berusaha. Kemudian pola pikir bahwa perkataan seorang pemimpin

adalah mutlak, sekarang telah berubah menjadi kolaborasi pemikiran antara pemimpin dan seluruh individu dalam organisasi. Perubahan dalam teori tersebut terbukti tepat, terutama pada era yang sangat dinamis seperti saat ini. Kombinasi antara pemimpin inspirasional dan didukung bawahan yang termotivasi akan menciptakan sebuah organisasi tangguh dan lincah dalam menghadapi distrupsi yang sedang terjadi.

Gaya Kepemimpinan

Seorang pemimpin umumnya memiliki perilaku unik ketika memimpin sebuah organisasi. Perilaku unik itu biasa disebut dengan gaya kepemimpinan. Setiap gaya kepemimpinan memiliki kelebihan dan kekurangan tergantung situasinya, sehingga penerapanya tidak akan selalu sama dalam organisasi. Pada tahun 1939 penelitian mengenai gaya kepemimpinan mulai banyak dirumuskan dan menghasilkan tiga jenis pendekatan yaitu otokratis, demokratis, dan delegatif (Lewin dkk, 1939). Konsep mengenai gaya kepemimpinan terus berkembang dan pada tahun 1970an mulai dirumuskan gaya paternalistik (Cheng dkk, 2004). Seiring berjalannya waktu, di mana teknologi informasi mulai berdampak besar terhadap bisnis, sehingga gaya kepemimpinan baru mulai dirumuskan. Penelitian tersebut memunculkan gaya kepemimpinan transaksional dan transformasional (Bass, 1985).

1. Gaya Otokratis

   Gaya kepemimpinan ini memiliki fokus pada pemikiran manajer sebagai pemimpin mutlak. Pada gaya ini terdapat batasan yang jelas antara posisi pemimpin dan bawahan. Ketika seorang manajer menggunakan gaya ini untuk memimpin, dia akan membuat setiap keputusan berdasarkan pemikirannya sendiri. Masukan dari setiap

bawahanya hanya akan sedikit atau bahkan tidak memengaruhi kebijakan yang diambilnya. Gaya kepemimpinan ini mulai banyak ditinggalkan oleh organisasi modern di wilayah Amerika dan Eropa (Farh & Cheng, 2000).

Kelebihan:

a. Tujuan organisasi dan cara untuk mencapainya terdefinisi jelas, karena hanya berasal dari satu orang yang berkuasa.

b. Ketika waktu yang dimiliki untuk membuat keputusan tidak banyak, maka gaya ini sangat cocok untuk digunakan.

Kelemahan:

a. Keputusan yang dibuat menggunakan gaya ini cenderung lebih kaku dan kurang kreatif, karena hanya berdasrkan pemikiran satu orang.

b. Bawahan kurang termotivasi dan tidak merasa nyaman dalam lingkungan organisasi, karena pendapat mereka tidak dipertimbangkan.

2. Gaya Demokratis

Gaya kepemimpinan ini merupakan salah satu yang terbaik dan masih relevan hingga sekarang. Manajer yang menggunakan gaya ini tetap akan memberikan arahan pada bawahan, tetapi mereka memiliki hak lebih untuk mengemukakan pendapatnya. Ketika membuat keputusan pendapat dari bawahan akan digunakan sebagai pertimbangan. Gaya kepemimpinan ini akan menciptakan hubungan yang lebih erat antara atasan dan bawahan.

Kelebihan:

a. Bawahan yang diberikan arahan akan memiliki motivasi lebih dalam menjalankan setiap kebijakan yang ditetapkan. Hal itu terjadi karena pada kebijakan tersebut juga terdapat hasil pemikiran mereka.

b. Keputusan yang diambil cenderung lebih kreatif dan inovatif karena meggunakan pemikiran banyak orang.

Kekurangan:

a. Proses penetapan keputusan akan memakan waktu lebih lama, karena harus berdiskusi terlebih dahulu dengan para bawahan.

b. Terdapat potensi untuk menimbulkan konflik, karena rawan muncul pendapat yang bertentangan.

3. Gaya Delegatif

Gaya kepemimpinan ini berfokus pada pelimpahan tanggung jawab dari manajer pada kelompok dalam membuat keputusan. Manajer yang menggunakan gaya ini hanya memberikan sedikit arahan pada setiap kelompok dan mengharuskan mereka membuat keputusannya sendiri. Pelimpahan tanggung jawab tersebut dapat memunculkan masalah, jika didalam kelompok itu tidak ada yang memiliki jiwa kepemimpinan.

Kelebihan:

a. Penggunaan gaya ini akan menjadi sangat tepat, jika keputusan yang dibuat membutuhkan kemampuan spesifik tenaga ahli. Pelimpahan tersebut membuat keputusan yang menyangkut

hal teknis tidak tercampur dengan pendapat orang yang kurang berkompetensi.

b. Manajer akan memiliki waktu lebih, yang dapat dimanfaatkan untuk mengawasi aktifitas lain dalam organisasi.

Kekurangan:

a. Tidak efektif jika diberikan pada kelompok yang kurang berpengalaman dan tidak memiliki orang yang berfikir inisiatif.

b. Penentuan keputusan akan berjalan lebih lambat dalam situasi tertentu, karena kurangnya arahan dari manajer.

4. Gaya Paternalistik

Gaya kepemimpinan ini didefinisikan sebagai gaya yang mengombinasikan antara kedisiplinan dan kekuasaan dengan perilaku kebapakan serta integritas moral yang disampaikan dalam suasana personal (Cheng dkk, 2004). Secara singkat gaya ini mengaplikasikan sifat seorang bapak dalam memimpin organisasi. Sifat yang dimaksud misalnya mengayomi dan menolong anggotanya yang sedang sulit. Gaya kepemimpinan ini masih banyak diterapkan pada wilayah Asia secara umum, di mana rasa kekeluargaan masih dipengang erat dibandingkan sifat individualis.

Kelebihan:

a. Sangat efektif diterapkan ketika budaya yang ada di wilayah sekitar organisasi mendukung (Farh dkk, 2006).

b. Kedekatan secara personal akan dapat dicapai melalui gaya kepemimpinan ini. Oleh sebab itu

loyalitas dan motivasi lebih mudah untuk ditingkatkan (Pellegrini & Scandura, 2007).

Kekurangan:

a. Penggunaan gaya kepemimpinan ini sangat bergantung pada budaya yang ada di wilayah organisasi.

b. Tidak semua permasalahan organisasi yang profesional dapat diselesaikan dengan pendekatan kekeluargaan.

5. Gaya Transaksional

Gaya kepemimpinan ini merepresentasikan hubungan timbal balik yang saling menguntungkan antara atasan dan bawahan (Yuki, 1981). Manajer akan menjelaskan pada bawahan mengenai tugas dan imbalan yang mereka dapat jika menjalankannya dengan baik (Basar dkk, 2020). Imbalan yang diberikan dapat dibagi menjadi dua yaitu hubungan emosional (*high-level*) dan finansial (*low-level*). Pendekatan ini memiliki tujuan utama untuk menjaga kinerja bawahan, melancarkan implementasi kebijakan dan mencapai tujuan organisasi (Bass, 1985).

Kelebihan:

a. Penerapannya jauh lebih mudah dari pada gaya transformasional. Karena dapat dilakukan oleh setiap manajer, berbeda dengan transformational yang manajernya harus memiliki kriteria kusus.

b. Lebih mudah meningkatkan motivasi bawahan, karena imbalan yang diberikan akan memunculkan rasa ketertarikan yang besar.

Kekurangan:

a. Memunculkan biaya tambahan yang lebih besar bagi organisasi, terutama jika imbalan yang dijanjikan berupa materi.

b. Bawahan akan kehilangan ikatan secara emosional dengan organisasi, karena yang di target adalah berupa materi.

6. Gaya Transformasional

Gaya kepemimpinan ini sangat erat kaitanya dengan kepercayaan bawahan akan nilai personal dari pemimpinnya. Pemikiran, karisma dan nilai seorang pemimpin menjadi fokus terpenting. Pemimpin dapat menstimulasi dan menginspirasi bawahan untuk mencapai hasil yang terbaik (Robbins & Coulter, 2007). Dia menaruh perhatian lebih pada pengembangan diri bawahannya, dengan membantu mereka melihat permasalahan dari sudut pandang baru (Odumeru & Ifeanyi, 2013). Tidak ada pertukaran keuntungan pada pendekatan ini, berbanding terbalik dengan transaksional (Kuhnert, 1987).

Kelebihan:

a. Membuat organisasi lebih lincah dalam menghadapi perubahan, karena pemimpin berusaha mengembangkan kemampuan setiap bawahannya.

b. Banyak pemikiran dan ide kreatif bermunculan dari para bawahan, karena kebebasan yang diberikan serta pikiran mereka telah terpengaruhi oleh personal pemimpinnya.

Kekurangan:

a. Membuat bawahan menjadi stres, karena pemikiran yang berusaha mencontoh pemimpinnya memberikan tekanan secara terus-menerus pada diri mereka.

b. Membutuhkan komunikasi yang terus-menerus pada bawahan untuk memberikan inspirasi dan motivasi. Secara tidak langsung hal tersebut akan sangat membebani pemimpin tersebut.

Gaya kepemimpinan yang digunakan oleh manajer memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Terkadang seorang manajer akan menggunakan lebih dari satu gaya kepemimpinan dalam menjalankan organisasi. Kombinasi gaya kepemimpinan akan dapat meningkatkan peforma organisasi (Dierendonck, 2014). Oleh karena itu kebijaksanaan seorang manajer dalam menerapkan gaya kepemimpian sangatlah penting, karena akan berdampak pada cara pengambilan keputusan mereka.

Pengambilan Keputusan

Tugas utama seorang manajer dalam hirarki organisasi manapun pasti terkait dengan pengambilan keputusan. Pengambilan keputusan merupakan proses menentukan sebuah pilihan dari berbagai alternatif yang tersedia untuk mencapai suatu tujuan yang diharapkan. Pada prosesnya sebuah keputusan mungkin dapat berisiko menimbulkan kegagalan, karena informasi dan waktu yang dimiliki pada saat pengambilan keputusan sangat terbatas. Namun, seorang manajer harus tetap bertanggung jawab akan keputusan yang dibuatnya. Manajer yang mengalihkan tanggung jawabnya kepada orang lain, justru akan kehilangan kepercayaan dan respek dari bawahanya.

Jenis Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan umumnya dapat dibagi menjadi dua jenis yaitu pengambilan keputusan organisasi dan pengambilan keputusan individual (Daft, 2015). Pengambilan keputusan organisasi adalah hasil dari kombinasi pengambilan keputusan individual dan konteks dimana keputusan itu diambil (Kathleen & Behrens, 1999). Keputusan ini diambil oleh beberapa manajer dalam kapasitasnya sebagai eksekutif perusahaan dan dapat didelegasikan pada bawahan. Pengambilan keputusan ini umumnya sangat kompleks dan dapat dikategorikan menjadi dua jenis yaitu keputusan terprogram dan tidak terprogram (Daft, 2015).

Keputusan terprogram adalah keputusan yang pernah terjadi berulang-ulang dan telah ada prosedur penyelesaian masalahanya. Manajer yang membuat keputusan terkait hal ini biasanya berada pada tingkat rendah atau operasional. Sebagai contoh, perusahaan A membuka sebuah cabang baru dan meminta manajer operasional untuk mengatur penjadwalan kerja karyawan. Manajer operasional yang diberi tugas akan dapat menjalankannya dengan lancar, karena informasi penjadwalan telah tersedia lengkap berdasarkan data berbagai cabang sebelumnya.

Keputusan tidak terprogram adalah keputusan di mana permasalahan yang muncul jarang atau bahkan belum pernah dihadapi organisasi. Hal tersebut mengakibatkan tidak ada informasi yang jelas mengenai prosedur penyelesaiannya. Manajer yang melakukan hal ini biasanya berada pada tingkat tinggi atau strategis, di mana tidak banyak informasi yang dapat diakses. Misalkan, perusahaan B akan mulai melakukan ekspansi bisnis di negara lain. Perusahaan akan berusaha memilih lokasi yang paling tepat dan memiliki potensi untuk sukses paling besar. Namun, karena perusahaan belum

pernah membuka cabang di negara tersebut, maka situasi yang menyebabkan ketidakpastian akan sering terjadi.

Pengambilan keputusan individual adalah keputusan yang diambil seorang manajer dalam kapasitas pribadinya dan tidak dapat dilimpahkan pada bawahan. Dalam proses pengambilan keputusan ini ada dua pendekatan yang dapat dilakukan yaitu rasional dan rasionalitas terbatas.

Tahap Pengambilan Keputusan

Proses pengambilan keputusan umumnya dibagi menjadi dua langkah besar yaitu identifikasi permasalahan dan pembuatan solusi mengatasi permasalahan (Daft, 2015). Identifikasi permasalahan adalah langkah untuk mengamati dan memahami kondisi lingkungan organisasi secara keseluruhan, dalam upaya menemukan sesuatu yang mengganggu alur kerja organisasi. Kemudian penyelesaian masalah adalah langkah untuk memetakan berbagai solusi yang tersedia dan memilihnya untuk diimplementasikan pada organisasi.

Berdasarkan pendekatan rasional, dua tahap pengambilan keputusan tersebut dapat dibagi lagi menjadi 8 langkah, yaitu:

1. Memantau lingkungan dimana keputusan akan dibuat,
2. Mendefinisikan permasalahan yang ditemukan,
3. Menentukan hasil yang ingin dicapai dari keputusan yang dibuat,
4. Menganalisa penyebab terjadinya permasalahan,
5. Mengembangkan pilihan solusi yang memungkinkan,
6. Mengevaluasi setiap pilihan solusi yang telah ditetapkan,

7. Memilih solusi terbaik berdasarkan analisis, dan
8. Menjalankan solusi yang telah dipilih.

Tipe Pengambilan Keputusan

Secara umum ada tiga tipe pengambilan keputusan Render, et al, (2018) yaitu: *decision making under certainty, decision making under risk dan decision making under uncertainty*.

1. Pengambilan keputusan dalam kondisi pasti (*decision making under certainty*) artinya seluruh informasi dianggap pasti. Contoh perusahaan mebel akan memproduksi sebuah produk almari dan meja. Untuk memproduksi masing-masing produk tersebut diperlukan bahan baku kayu A sejumlah tertentu, bahan baku B sejumlah tertentu. Juga diperlukan tenaga kerja (tukang kayu) sejumlah tertentu. Kalau masing-masing produk tersebut dijual akan menghasilkan laba per unit sekian rupiah. Keputusan yang akan diambil adalah berapa jumlah almari dan meja yang harus diproduksi agar diperoleh laba optimal.
2. Pengambilan keputusan mengandung resiko (*decision making under risk*), artinya suatu kondisi dimana pada pengambilan keputusan ini probabilitas kejadian suatu peristiwa diketahui. Sebagai ilustrasi, pengambil keputusan dihadapkan pada masalah rencana investasi apakah membeli mesin produksi kapasitas besar, sedang atau kecil. Besarnya kapasitas mesin akan berkaitan dengan kondisi permintaan terhadap produk yang akan dihasilkan. Dari kalkulasi yang sudah dilakukan, jika permintaan produk tinggi maka paling menguntungkan membeli mesin kapasitas besar. Jika permintaan sedang maka sebaiknya membeli mesin kapasitas sedang dan jika permintaan produk kecil sebaiknya membeli mesin

produksi kapasitas kecil. Pengambil keputusan mempunyai informasi yang meyakinkan bahwa probabilitas permintaan tinggi adalah 0,6 probabilitas permintaan sedang 0,3 dan probabilitas permintaan rendah adalah 0,1.

3. Pengambilan keputusan tidak pasti (*decision making under uncertainty*), artinya pengambil keputusan tidak memiliki informasi sama sekali atas kondisi saat pengambilan keputusan dibuat. Sebagai ilustrasi, seseorang sedang mempertimbangkan, apakah akan membeli apartemen, ruko atau mendepositokan dana yang dia miliki. *Return* yang diperoleh akan tergantung dari kondisi ekonomi yang akan terjadi, yaitu kondisi ekonomi baik, sedang dan buruk. Jika pengambil keputusan tidak mempunyai informasi tentang kondisi ekonomi yang akan terjadi, maka dikategorikan sebagai pengambilan keputusan yang tidak pasti.

Daftar Pustaka

Abood, S. A. & Thabet, M. (2017). Impact of Leadership Style on Decision Making Style among Nurses' Managerial Levels. Journal of Nursing and Health Science, 6 (3), 71-78.

Basar, U., Sigri, U., & Basim, N. (2020). Transactional Leadership. Ch. 5 in Demirtas, O & Karaca, M. eds. A Handbook of Leadership Styles. Newcastle, UK: Cambridge Scholar Publishing.

Bass, B. M. (1985). Leadership and performance beyond expectations. New York: Free Press.

Benmira, S. & Agboola, M. (2021). Evolution of Leadership Theory. BMJ Leader, 5, 3-5.

Carley, K. M. & Behrens, D. (1999). Organizational and Individual Decision Making. Ch. 18 in Sage, A. P. & Rouse¸ W. B., eds. Handbook of Systems Engineering and Management New York, USA: John Wiley & Sons, Inc.

Cheng, B. S., Chou, L. F., Wu, T. Y., Huang, M. P., & Farh, J. L. (2004). Paternalistic leadership and subordinate responses: Establishing a leadership model in Chinese organizations. Asian Journal of Social Psychology, 7, 89-117.

Daft, R. L. (2015). Organization Theory and Design 12th Edition. Boston, USA: Nelson Education, Ltd.

Dierendonck, D. V., Stam, D., Boersma, P., Windt, N. D., & Alkema, J. (2014). Same difference? Exploring the differential mechanisms linking servant leadership and transformational leadership to follower outcomes. The Leadership Quarterly, 25, 544-562.

Farh, J. L., & Cheng, B. S. 2000. A cultural analysis of paternalistic leadership in Chinese organizations. In J. T. Li., A. S. Tsui, & E. Weldon (Eds.), Management and organizations in the Chinese context: 84-127. London: Macmillan.

Farh, J. L., Cheng, B. S., Chou, L. F., & Chu, X. P. (2006). Authority and benevolence: Employees' responses to paternalistic leadership in China. In A. S. Tsui, Y. Bian, & L. Cheng (Eds.), China's domestic private firms: Multidisciplinary perspectives on management and performance: 230-260. New York: Sharpe.

Forbes. (2022). The World's Most Valuable Brands. Forbes. Retrieved from https://www.forbes.com/the-worlds-most-valuable-brands/#5573644d119c

Isaacson, W. (2012). The Real Leadership Lessons of Steve Jobs. Boston, USA: Harvard Business Publishing.

Kunert, K. W. & Lewis, P. (1987). Transactional and Transformational Leadership: A Constructive/Developmental Analysis. Academy of Management Review, 12(4), 648-657.

Lewin. K., Lippit. R. & White. R. K. (1939). "Patterns of aggressive behavior inexperimentally created "social climates. Journal of Social Psychology, 10, 271-279.

Meraku, A. (2017). Role of Leadership in Organizational Effectiveness. Journal of Economics, Business and Management, 5(10), 336-340.

Metz, C. & Boudette, N. E. (2021, December 7). Inside Tesla as Elon Musk Pushed an Unflinching Vision for Self-Driving Cars. The New York Times. Retrieved from https://www.nytimes.com/2021/12/06/technology/tesla-autopilot-elon-musk.html

Nanjundeswaraswamy T. S. & Swamy D. R. (2014). Leadership styles. Advance in Management, 7(2), 57-62.

Nicas, J. (2018, August 2). Apple Is Worth $1,000,000,000,000. Two Decades Ago, It Was Almost Bankrupt. The New York Times. Retrieved from https://www.nytimes.com/2018/08/02/technology/apple-stock-1-trillion-market-cap.html

Odumeru, J. A. & Ogbonna, I. G. (2013). Transformational vs. Transactional Leadership Theories: Evidence in Literature. International Review of Management and Business Research, 2, 355-361.

Osborne, C. (2021). Essential Manager Leadership. New York, USA: Dorling Kindersley, Ltd.

Pellegrini, E. K., Scandura, T. A. (2008). Paternalistic Leadership: A Review and Agenda for Future Research. Journal of Mangement. 34(3), 566-593.

Render, B., Stair, Jr., R.M., Hanna, M.E., & Hale, T.S, (2018). Quantitative Analysis for Management, (13 th ed) Global Edition, Pearson

Robbins, S. P. & Coulter, M. (2007). Management (9th ed.). London: Prentice-Hall

Suparno. (2012). Peran Kepemimpinan Dalam Pengambilan Keputusan. Jurnal Mimbar Administrasi, 9, 1-20.

Wang, C. (2010). Managerial Decision Making and Leadership. Clementi, Singapore: John Wiley & Sons.

Yuki, G. A. (1981). Leadership in organizations. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Zitelmann, R. (2019, November 4). The Jack Ma Story: Why Thinking Big Is More Important Than Technical Knowledge. Forbes. Retrieved from https://www.forbes.com/sites/rainerzitelmann/2019/11/04/the-jack-ma-story-why-thinking-big-is-more-important-than-technical-knowledge/?sh=19bc3607419c

Profil Penulis

Suwitho

Menyelesaikan Pendidikan S1 pada Jurusan Administrasi Niaga, FIA Universitas Brawijaya Malang tahun 1988, lulus S2 Ilmu Manajemen FEB Universitas Airlangga Surabaya tahun 1997 dan lulus S3 Ilmu Manajemen FEB Universitas Brawijaya Malang, tahun 2011. Pengalaman mengajar pada jenjang S1 Prodi Manajemen dan S1 Prodi Akuntansi sejak tahun 1998, jenjang S2 Prodi Magister Manajemen sejak tahun 2010 dan jenjang S3 Program Doktor Ilmu Manajemen (PDIM) sejak tahun 2012 sampai sekarang. Semuanya pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Penulis juga aktif melakukan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat baik dengan menggunakan dana internal institusi maupun dana pihak eksternal/Kemenristek Dikti. Penulis mempublikasikan artikel pada berbagai konferensi maupun jurnal nasional/internasional dalam bidang pemasaran, sumber daya manusia manajemen stratejik dan kewirausahaan. Jabatan yang pernah diemban antara lain sebagai Sekretaris Pusat Penelitian, Sekretaris Program Studi S2/S3, Wakil Ketua 3 Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama STIESIA. Saat ini menjabat sebagai Ketua Program Studi S1 Manajemen STIESIA Surabaya.

Email Penulis: suwitho@stiesia.ac.id

8

KONSEP KEWIRAUSAHAAN

Acai Sudirman, S.E., M.M.
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung,
Pematangsiantar, Indonesia

Pendahuluan

Pada era saat ini, sudah menjadi hal yang biasa bahwa kita lebih banyak dan senang jika melakukan pembelian sebuah produk secara virtual. Pandemi Covid-19 seakan-akan telah mengakselerasi model bisnis yang awalnya dijalankan dalam bentuk konvensional dan tersedia secara fisik akhirnya beralih menjadi digital karena perubahan perilaku pasar. Menjadi sebuah fakta bahwa saat ini, usaha-usaha yang masih bersikeras mempertahankan gaya lama dalam mengelola usahanya akan pelan-pelan menerima kenyataan pahit dalam hal penurunan omset. Kita melihat bisnis besar seperti Matahari yang menjalankan usaha ritel pakaian diancam oleh e-commerce seperti Shopee, usaha perhotelan diganggu oleh kedatangan Airbnb dan usaha sejenis lainnya, begitu juga pengelola transportasi konvensional yang betul-betul dihancurkan oleh hadirnya transportasi online. Inilah yang disebut dengan sebuah disrupsi. Bisnis kecil yang sebagai pendatang baru yang sifatnya tidak tampak, mengganggu perusahaan raksasa yang telah lama ada. Selain itu, bisnis di era saat ini tidak lagi beraksi sendiri (Muniarty et al., 2021). Bisnis yang besar

tidak harus menguasai secara seluruhnya sumber daya dan aset karena itu semua dapat dibagi. Itulah istilahnya ekonomi berbagi (*sharing economy*). Sistem kolaborasi dari para perusahaan telah membantu memberikan simbiosis mutualisme dan mampu menciptakan kekuatan satu sama lain dengan prinsip win-win solution. Filosofi ekonomi berbagi saat ini telah berkembang pesat sehingga apa yang kita miliki dapat dibagikan untuk menciptakan keuntungan bersama seperti kamar, mesin, perabotan rumah tangga, kendaraan, sampai waktu. Apa yang menjadi kesimpulan dari semua ini? Saat ini kita menghadapi era dimana persaingan bisnis itu terletak pada modelnya bukan lagi hanya pada produknya.

Bisnis yang mampu menciptakan model kekikinian yang memberikan efisiensi dalam pelayanan dan transaksi pembelian, akan lebih menciptakan kepuasan bagi para konsumen. Bisnis yang kuat adalah bisnis yang tidak berbicara mengenai kompetisi melainkan adalah kolaborasi. Kehadiran fintech (financial technology) juga menjadi pelengkap dari semua ini (Ginantra et al., 2020). Berkat kehadirannya, transaksi terasa lebih mudah karena dapat dilakukan dimana saja dengan biaya yang bahkan lebih murah. Fintech secara nyata menjadi ancaman juga bagi "rumah bank" yang kita kenal. Kini, bank bukan lagi menjadi satu-satunya sumber utama pembiayaan usaha akibat kehadiran fintech. Oleh karena itu, para wirausahawan yang eksis di era saat ini, mau tidak mau, suka tidak suka wajib memahami dengan baik perkembangan teknologi terutama dalam hal digitalisasi jika ingin tetap mempertahankan dan mengembangkan usahanya.

Entrepreneur adalah individu yang menciptakan peluang bisnis baru, menanggung sebagian besar risiko dan menikmati sebagian besar imbalan. Proses mendirikan bisnis dikenal sebagai Entrepreneurship (Muniarty et al.,

2021). Seorang entrepreneur umumnya dipandang sebagai inovator, sumber ide, barang, jasa, dan bisnis/atau prosedur baru. Entrepreneur memainkan peran kunci dalam system ekonomi, menggunakan keterampilan dan inisiatif yang diperlukan untuk mengantisipasi kebutuhan dan membawa ide-ide baru ke pasar (Halim et al., 2021). Entrepreneur yang terbukti berhasil dalam mengambil risiko menciptakan startup dihargai dengan keuntungan, ketenaran, dan peluang pertumbuhan yang berkelanjutan (Irwansyah et al., 2021). Namun entrepreneur yang gagal menghasilkan kerugian dan berkurangnya prevalensi di pasar bagi mereka yang terlibat. Entrepreneurship merupakan salah satu sumber daya ekonomi yang dikategorikan sebagai bagian integral dari produksi, yang lainnya adalah tanah/sumber daya alam, tenaga kerja, dan modal (Hasan et al., 2021). Seorang entrepreneur menggabungkan ketiganya untuk memproduksi barang atau menyediakan jasa. Entrepreneur biasanya membuat rencana bisnis, mempekerjakan tenaga kerja, memperoleh sumber daya dan pembiayaan, memberikan kepemimpinan serta manajemen untuk bisnis (Afwa et al., 2021).

Konsep Membangun Jiwa Kreatif-Inovatif

Kreativitas merupakan memikirkan sesuatu, kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relative berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya. Menurut Suprayanto, 2013 untuk mengembangkan keterampilan, seseorang menggunakan otak sebelah kiri, sedang Inovatif merupakan kata untuk menyifati inovasi itu sendiri. Artinya, suatu karya hasil inovasi akan disebut sebagai karya yang inovatif. Inovasi bermanfaat untuk menyempurnakan atau pun meningkatkan fungsi dari pemanfaatan suatu produk atau sumber daya. (Daryanto. 2012). Membaca dan melakukan diskusi serta studi

banding adalah cara atau strategi yang bisa dipakai untuk membangun jiwa kreatif dan inovatif. Karena dengan membaca yang berkaitan dengan kewirausahaan, dan melakukan diskusi serta studi banding kepada pengusaha yang berhasil akan menambah konsep-konsep kita sebagai start up bisnis.

Kreativitas merupakan potensi yang dimiliki setiap manusia dan bukan yang diterima dari luar diri individu. Kreativitas yang dimiliki manusia, lahir bersama lahirnya manusia tersebut. Sejak lahir individu sudah memperlihatkan kecenderungan mengaktualisasikan dirinya. Dalam kehidupan ini kreativitas sangat penting, karena kreativitas merupakan suatu kemampuan yang sangat berarti dalam proses kehidupan manusia (Ayesha et al., 2021). Harus diakui bahwa memang sulit untuk menentukan satu definisi yang operasional dari kreativitas, karena kreativitas merupakan konsep yang majemuk dan multidimensional sehingga banyak para ahli mengemukakan tentang definisi dari kreativitas.

Kegiatan kewirausahaan memberikan kontribusi penting bagi pertumbuhan ekonomi, tetapi entrepreneur sering mengandalkan kekayaan atau warisan pribadi mereka. Entrepreneur juga dapat menggunakan jaringan informal seperti teman dan keluarga untuk memperoleh sumber keuangan atau jaringan formal seperti pelanggan, pemasok, dan sebagainya (Suryani et al., 2021). Selain itu, mereka sering menghadapi kesulitan dalam memperoleh sumber keuangan eksternal karena kurangnya jaminan, legitimasi, dan asimetri informasi. Kurangnya sumber daya keuangan ini sering menyebabkan kurangnya investasi dalam kegiatan yang diperlukan untuk entrepreneurship dengan pertumbuhan tinggi (Chowdhury, Audretsch and Belitski, 2019).

Entrepreneurship adalah entrepreneur yang memainkan peran kunci dalam merangsang dinamisme ekonomi

dengan menggunakan ide-ide dan penemuan teknis, mengakses keuangan, dan mengubah ide-ide tersebut menjadi inovasi teknologi, komersial, dan organisasi (Malerba and McKelvey, 2020). Selain itu, bagian dari literatur entrepreneurship modern mengakui bahwa pengetahuan, seperti yang diperoleh melalui pendidikan, pengalaman, dan sebagainya akan mempengaruhi bagaimana seorang entrepreneur dapat mengidentifikasi dan bereaksi terhadap peluang. Entrepreneurship juga diartikan sebagai bentuk organisasi yang mengadopsi pendekatan bisnis tertentu untuk memenuhi kebutuhan sosial (Wu, Wu and Arno Sharpe, 2020).

Entrepreneurship adalah fenomena alam dalam bisnis yang merupakan bagian dari kehidupan bisnis. Sebuah bisnis dikatakan sehat ketika ada keterampilan entrepreneurship dan manajemen yang diadopsi untuk berubah dan belajar (Halim, Sherly and Sudirman, 2020). Dengan demikian, akan bermanfaat bagi setiap organisasi bisnis untuk memahami definisi entrepreneurship, sumber dan jenis entrepreneurship, serta mampu mengelola entrepreneurship itu sendiri. Setiap organisasi bisnis memiliki visi dan misinya sendiri (Sudirman et al., 2021). *Entrepreneurship* adalah bagian dari kehidupan bisnis yang berkontribusi terhadap keberhasilan organisasi bisnis (Ayesha et al., 2021). Orang-orang yang secara aktif menangani kegiatan bisnis bertanggung jawab atas pencapaian visi mereka. Namun masyarakat yang berasal dari latar belakang dan pendidikan yang berbeda, yang mengangkat isu keterampilan berwirausaha, tidak dapat dihindari dan menjadi bagian dari proses berwirausaha (Diandra and Azmy, 2020).

Entrepreneurship adalah sesuatu yang berbeda dan menjadi disiplin dengan caranya sendiri. Entrepreneurship dengan disiplin otonom dapat beroperasi secara mandiri maupun interdisipliner (Croci,

2016). Kemudian *entrepreneurship* juga didefenisikan sebagai sebuah praktik dimulai dengan tindakan dan penciptaan organisasi baru (Barot, 2015). Entrepreneurship adalah kunci keberhasilan dan setiap individu yang menciptakan organisasi bisnis baru berarti masuk ke dalam paradigma baru entrepreneurship. Meskipun demikian, berwirausaha merupakan kegiatan yang mengubah kebiasaan lama menjadi kebiasaan baru dengan penuh disiplin dan mandiri. Kemudian entrepreneurship juga dinyatakan sebagai seni yang area fokusnya mengeksplorasi proses manajemen kewirausahaan seperti kreativitas dan otonomi, kemampuan beradaptasi, dan menciptakan nilai seni serta ekonomi dan sosial (Wyszomirski and Chang, 2015). Ada banyak definisi kewirausahaan, beberapa di antaranya melihat kewirausahaan sebagai proses organisasi yang sukses, dan yang lain mendefinisikan kewirausahaan sebagai membangun pola pikir dan keterampilan. Namun, tujuan akhir definisi kewirausahaan adalah menghasilkan kesempatan kerja dan mengarah pada pembangunan ekonomi. Entrepreneurship harus mempekerjakan sumber daya tenaga kerja dengan tenaga teknis dan keterampilan tenaga kerja dan bakat manajerial.

Proses Perencanaan Pemasaran UMKM

Untuk memulai bisnis atau meluncurkan produk yang berorientasi pada layanan, setiap pengusaha ataupun manajer diminta untuk menguraikan rencana strategis pemasaran. Proses rencana pemasaran strategis dimulai dengan audit situasi saat ini di mana proses bisnis sedang beroperasi atau berencana untuk beroperasi. Langkah yang mengikuti audit situasi adalah pengembangan tujuan pemasaran yang harus spesifik, terukur, dapat dicapai, berfokus pada hasil dan terikat waktu (Purba *et al.*, 2020). Hal tersebut merupakan langkah yang

mengikuti tujuan pemasaran dalam proses perencanaan pemasaran strategis dengan seperangkat kegiatan yang mencakup tentang strategi tertentu, yaitu segmentasi, penargetan dan pemosisian. Perusahaan akan berusaha untuk mencapai tujuan pemasaran dengan dasar menerapkan strategi yang diputuskan dan menggunakan elemen bauran pemasaran dengan cara yang efisien (Fotiadis, Mombeuil and Valek, 2018). Gambaran mengenai keseriusan perusahaan dalam mendorong produk baru maupun produk lama terlihat dari perencanaan pemasaran yang dilakukan secara matang agar mampu diterima di pasar. Indikator dari perencanaan pemasaran yang optimal terlihat dari informasi dan analisis marketing yang memadai, didukung oleh alokasi sumber daya yang memadai, serta dapat meningkatkan peluang terhadap pesaing yang baru muncul di pasar (Hasan, 2013). Dalam model terintegrasi dengan perencanaan dan pengelolaan kegiatan pemasaran diperlukan interaksi perusahaan yang pertama-tama perlu mengalokasikan pemasaran, aktivitas manajemen yang terkait dengan intensifikasi pemasaran perusahaan.

Manajemen pemasaran memberikan penemuan yang optimal dengan tingkat kombinasi penawaran dan permintaan, yaitu kecepatan yang akan menggabungkan tingkat kemunculan ide yang paling disukai, implementasinya dalam produksi, produksi, distribusi dan promosi produk dengan biaya minimum (Musthai, 2019). Rencana pemasaran pada umumnya disusun berdasarkan strategi korporat yang memiliki fokus pada produk yang akan dipasarkan, pengembangan strategi dan program pemasaran yang lebih komprehensif dan detail serta sasaran dan tujuan produk dipasarkan. Instrumen yang mengarahkan dan mengintegrasikan rencana pemasaran merupakan salah satu upaya pemasaran dalam pengembangan produk pada jangka

panjang serta meningkatkan layanan guna memenuhi dan memuaskan kebutuhan pelanggan (Sudirman, Sherly, *et al.*, 2020). Skenario masa depan perusahaan terletak pada strategi pemasaran yang akan diimplementasikan sesuai dengan isi pemasaran yang diinginkan dengan melakukan penyesuaian kondisi pemasaran saat ini (Hasan, 2013). Ketepatan rencana pemasaran yang diterapkan dapat mempermudah marketer dalam merancang strategi yang dibutuhkan perusahaan, sehingga dapat memperpanjang nilai loyalitas dan nilai hidup pelanggan. Perencanaan pemasaran semacam ini biasanya berusaha mengintegrasikan setiap elemen pemasaran dengan mempertimbangkan kondisi serta pola perubahan perilaku konsumen. Agar lebih mudah dipahami tentang siklus perencanaan pemasaran, maka dapat dilihat pada gambar 12.1 berikut ini:

Gambar 12.1 Proses Perencanaan Pemasaran

Sumber: (Hasan, 2013)

Motif Berwirausaha

Kewirausahaan dianggap sebagai pilar perekonomian negara, yang menciptakan efek domino di masyarakat. Ketika kewirausahaan meningkat di masyarakat, itu menjadi sumber penciptaan lapangan kerja, pertumbuhan ekonomi dan inovasi. Hal ini bertindak sebagai transformator inovasi karena melibatkan proses transformasi pengetahuan menjadi layanan atau produk yang berharga, konfigurasi organisasi baru dan pendekatan pemasaran. Ini membawa peluang baru bagi orang-orang dan membuat hidup mereka lebih mudah dengan menyediakan berbagai barang dan jasa (Afwa et al., 2021). Dalam perekonomian apapun, kegiatan kewirausahaan hanya dapat terjadi ketika mereka memiliki pengusaha yang mengidentifikasi, menilai dan memanfaatkan peluang. Eksploitasi peluang dan pembentukan niat untuk menjadi wirausaha saja tidak cukup, motivasi wirausaha juga dibutuhkan. Motivasi melibatkan faktor internal dan eksternal, dan kedua faktor tersebut mendorong dorongan dan stimulus tindakan. Niat individu untuk memulai bisnis baru dan mempertahankan bisnis itu tergantung pada motivasi kewirausahaan.

Beberapa faktor lingkungan dan pribadi mempengaruhi motivasi dan niat berwirausaha. Faktor-faktor seperti kemampuan, lingkungan pribadi, keyakinan dan sikap, peluang, norma subyektif, kontrol perilaku yang dirasakan didefinisikan sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi dan niat individu untuk menjadi seorang wirausaha. Kewirausahaan memainkan peran kunci dalam kemajuan negara dan meningkatkan produktivitas negara dan output ekonomi. Motivasi kewirausahaan merupakan kemauan individu untuk mengatur, mengontrol dan mengubah ide-ide, organisasi secara mandiri dan cepat (Suryani et al., 2021). Orang-

orang dengan motivasi tinggi lebih cenderung menjadi wirausaha. Kesediaan individu untuk memulai atau bertahan dalam bisnis tergantung pada motivasinya (Raza, Qazi and Shah, 2018).

Seorang entrepreneur adalah individu yang berorientasi kepada tindakan, dan memiliki motivasi tinggi, yang beresiko dalam mengejar tujuannya. Untuk dapat mencapai tujuan-tujuannya, maka diperlukan sikap dan perilaku yang mendukung pada diri seorang wirausahawan. Sikap dan perilaku sangat dipengaruhi oleh sifat dan watak yang dimiliki oleh seseorang. Sifat dan watak yang baik, berorientasi pada kemajuan dan positif merupakan sifat dan watak yang dibutuhkan oleh seorang wirausahawan agar wirausahawan tersebut dapat berkembang. Untuk itu motivasi (sikap dan perilaku) semangat kewirausahaan perlu dipupuk. Akan tetapi upaya menumbuhkan semangat kewirausahaan ternyata tidak mudah. Bagi sebagian orang, motivasi kewirausahaan merupakan "hadiah" (given) dan bagi sebagian orang lainnya perlu "perjuangan" untuk menumbuhkan. Oleh karena itu, pengenalan motif kewirausahaan mungkin dapat menjadi salah satu titik awal untuk membangkitkan semangat kewirausahaan (Setyorin, 2010). Motif tersebut antara lain:

1. Motif berprestasi (*the need for achievement*): mendorong individu berprestasi dengan patokan prestasi dirinya sendiri atau orang lain.
2. Motif berafiliasi (*the need for affiliation*): mendorong individu untuk berinteraksi denganorang lain yang mengandung kepercayaan, afeksi dan empati.
3. Motif berkuasa (*the need for power*): mendorong individu untuk menguasai dan memanipulasi orang lain.

Dengan mengenali motif setiap individu dalam berwirausaha, maka alasan berwirausaha menjadi lebih jelas. Pada umumnya individu berwirausaha dengan alasan merdeka secara finansial artinya bebas dari standar upah yang distandarisasi, merdeka waktu artinya bebas dari pekerjaan rutin yang membosankan dan tanpa tantangan, dan mewujudkan impian artinya dapat dengan bebas mengatur konsep atau ide sesuai keinginannya. Meskipun motivasi kewirausahaan yang dimiliki individu cukup tinggi, motivasi kewirausahaan harus tetap dijaga, karena penurunan motivasi dapat menjadi salah satu faktor kegagalan berwirausaha. Penurunan motivasi berwirausaha juga dapat terjadi ketika individu mengalami kegagalan untuk pertama kalinya. Hal ini menunjukkan bahwa individu tersebut tidak siap secara mental menjadi wirausaha yang tangguh.

Konsep Membangun Usaha Baru

Orang akan memutuskan untuk berperilaku atau bertindak dalam cara tertentu karena mereka termotivasi untuk memilih perilaku tertentu daripada yang lain karena apa yang mereka harapkan dari hasil perilaku yang dipilih itu. Pada dasarnya, motivasi untuk pemilihan perilaku ditentukan oleh hasil keinginan. Seorang individu memproses berbagai elemen motivasi dan ini terjadi sebelum pilihan akhir dibuat. Hasil bukanlah satu-satunya faktor penentu dalam memutuskan bagaimana berperilaku. Oleh karena itu, dalam situasi tertentu, orang menggabungkan kebutuhan mereka dengan keyakinan dan harapan mereka tentang peluang sukses. Motivasi berwirausaha merupakan seperangkat harapan perilaku yang dianggap sesuai untuk orang yang melakukan aktivitas tertentu (Julyanthry et al., 2021). Keinginan untuk memulai usaha baru dari pengusaha bertujuan untuk bertahan berkaitan dengan ketika hasil valensi tinggi, maka motivasi untuk bertahan cenderung

tinggi pula (Inrawan et al., 2021). Pembentukan sebuah bisnis baru akan diambil ketika seorang individu percaya dirinya cukup mampu atau termotivasi untuk melakukannya. Anggapan bahwa wiraswasta bertahan dalam menjalankan bisnisnya, meskipun tingkat kegigihan ini bervariasi sesuai dengan situasi mereka sebelumnya dan lebih rendah jika mereka sebelumnya menganggur (Barba-Sánchez and Atienza-Sahuquillo, 2017).

Faktor motivasi melekat pada niat yang memengaruhi perilaku dan merupakan indikator yang dapat diandalkan dari intensitas upaya seseorang yang digunakan untuk melakukan sesuatu. Akibatnya, niat mewakili prediktor kuat dari perilaku, terutama dalam kasus perilaku yang bertujuan, terencana, dan berorientasi pada tujuan. Keputusan untuk menjadi wirausahawan dan menciptakan bisnis baru merupakan keputusan yang membutuhkan waktu, perencanaan, dan tingkat pemrosesan kognitif yang tinggi (Sudirman, Rosmayati, et al., 2020). Upaya dan waktu yang terlibat dalam memulai bisnis menunjukkan bahwa tindakan kewirausahaan jelas disengaja; dengan demikian keputusan untuk mengejar karir kewirausahaan berasal dari perilaku terencana.

Seseorang akan berniat untuk membentuk perusahaan jika mereka memiliki sikap positif tentang peluang, memiliki dukungan kelompok sosial, merasa mampu dan memiliki sumber daya atau akses ke sumber daya yang dibutuhkan untuk berhasil meluncurkan perusahaan (Djajasinga et al., 2021). Keyakinan mempengaruhi sikap seperti persepsi keinginan yang secara tidak langsung akan mempengaruhi niat. Motivasi memainkan peran penting dalam menciptakan organisasi baru karena dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan yang terjadi (Rumondang et al., 2020). Misalnya pengaruh

motivasi terhadap keputusan untuk memulai penciptaan bisnis baru. Motif yang ditawarkan wirausahawan potensial untuk meluncurkan usaha berhubungan dengan nilai, keyakinan, sikap, dan kebutuhan mereka. Hal ini sangat relevan untuk memahami bagaimana motivasi mempengaruhi perilaku kewirausahaan karena mempengaruhi arah tindakan individu, intensitas tindakan, dan ketekunan tindakan. Individu yang termotivasi lebih mungkin untuk mempertahankan minat pada tujuan mereka yang menghasilkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk mencapai tujuan mereka.

Kewirausahaan menjadi pendorong penting pertumbuhan ekonomi, produktivitas, inovasi dan lapangan kerja dan diterima secara luas sebagai kunci dinamisme ekonomi (Ayesha et al., 2021). Peran kewirausahaan dan budaya kewirausahaan dalam pembangunan ekonomi dan sosial masih sering diremehkan. Kewirausahaan memberikan peluang sekaligus menciptakan lapangan kerja baru, yang sangat penting di negara dengan tingkat pengangguran yang tinggi, terutama di kalangan perempuan dan pemuda (Djajasinga et al., 2021). Pada umumnya pengusaha perempuan memiliki kendala sosial dan operasional yang terus membatasi mereka untuk memulai dan menjalankan usaha ekonomi. Meskipun pengusaha laki-laki dan perempuan menghadapi kendala yang sama di sejumlah bidang, perempuan mengalami tantangan berbasis gender dalam menjalankan kegiatan yang menghasilkan pendapatan (Tuyishime, Shukla and Bajpai, 2015).

Kewirausahaan secara luas diakui sebagai kekuatan pendorong di belakang pembangunan ekonomi, yang dengan sendirinya merupakan prasyarat untuk kemandirian politik dalam bentuk ekonomi mandiri. Kewirausahaan semakin diakui sebagai faktor penting bagi pembangunan ekonomi. Peran wirausahawan dalam

ekonomi pengembangan, memandang inovasi kewirausahaan sebagai pendorong utama yang disebut "creative destruction", yaitu tentang bagaimana inovasi baru membuat solusi lama menjadi usang. Wirausahawan mempengaruhi pembangunan ekonomi, karena mereka merealokasi sumber daya untuk penggunaan yang lebih produktif, menciptakan lapangan kerja dan inovasi, yang mengarah pada produk baru dan layanan kesejahteraan (Wennecke, Jacobsen and Ren, 2019).

Daftar Pustaka

Afwa, A. et al. (2021) 'Raising the Tourism Industry as an Economic Driver', in Proceedings of the 2nd Annual Conference on Blended Learning, Educational Technology and Innovation (ACBLETI 2020) Raising, pp. 118–123.

Ayesha, I. et al. (2021) 'Behavior of Female Entrepreneurs in Tempe Small Micro Enterprises in Tasikmalaya Regency , West Java as Proof of Gender Equality Against AEC', in Proceedings of the 2nd Annual Conference on Blended Learning, Educational Technology and Innovation (ACBLETI 2020), pp. 124–130.

Barba-Sánchez, V. and Atienza-Sahuquillo, C. (2017) 'Entrepreneurial motivation and self-employment: evidence from expectancy theory', International Entrepreneurship and Management Journal. International Entrepreneurship and Management Journal, 13(4), pp. 1097–1115. doi: 10.1007/s11365-017-0441-z.

Barot, H. (2015) 'Entrepreneurship - A key to success', The International Journal of Business & Management, 1(3), pp. 163–165.

Chowdhury, F., Audretsch, D. B. and Belitski, M. (2019) 'Institutions and Entrepreneurship Quality', Entrepreneurship: Theory and Practice, 43(1), pp. 51–81. doi: 10.1177/1042258718780431.

Croci, C. L. (2016) 'Is Entrepreneurship a Discipline? Honors Theses and Capstones, 296'.

Diandra, D. and Azmy, A. (2020) 'Understanding Definition of Entrepreneurship', International Journal of Management, Accounting and Economics, 7(5), pp. 235–242.

Djajasinga, N. D. et al. (2021) 'Practices in Human Resources and Employee Turnover in the Hospitality Industry', in Proceedings of the 2nd Annual Conference on Blended Learning, Educational Technology and Innovation (ACBLETI 2020) Practices, pp. 113–117.

Fotiadis, A., Mombeuil, C. and Valek, N. S. (2018) 'Designing and Implementing a Marketing Plan', The Emerald Handbook of Entrepreneurship in Tourism, Travel and Hospitality, pp. 297–311. doi: 10.1108/978-1-78743-529-220181023.

Ginantra, N. L. W. S. et al. (2020) Teknologi Finansial Sistem Finansial Berbasis Teknologi di Era Digital. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Halim, F. et al. (2021) Entrepreneurship And Innovation Small Business. Bandung: Media Sains Indonesia.

Halim, F., Sherly and Sudirman, A. (2020) Marketing dan Media Sosial, e-conversion - Proposal for a Cluster of Excellence. Bandung: Media Sains Indonesia.

Hasan, A. (2013) Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. Edisi 1. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).

Hasan, M. et al. (2021) Kewirausahaan. Bandung: Media Sains Indonesia.

Inrawan, A. et al. (2021) 'Analisis Peluang Usaha di Kota Pematangsiantar Menghadapi Destinasi Wisata Danau Toba', Jurnal Media Ilmiah, 15(10), pp. 5961–5968. Available at: https://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI/article/view/1074/pdf.

Irwansyah, R. et al. (2021) Marketing Digital Usaha Mikro. Bandung: Widina Bhakti Persada.

Julyanthry, J. et al. (2021) 'MSME Competitive Advantages Reviewed From Entrepreneurship Insight And Market Orientation Aspects With Innovation As A Medium', Jurnal Manajemen dan Bisnis, 10(2), pp. 30–40.

Malerba, F. and McKelvey, M. (2020) 'Knowledge-intensive innovative entrepreneurship integrating Schumpeter, evolutionary economics, and innovation systems', Small Business Economics. Small Business Economics, 54(2), pp. 503–522. doi: 10.1007/s11187-018-0060-2.

Muniarty, P. et al. (2021) Kewirausahaan. Bandung: Widina Bhakti Persada.

Musthai, V. . (2019) 'Planning Marketing Activities of The Enterprise', Journal SWorld, (March).

Purba, R. A. et al. (2020) Aplikasi Teknologi Informasi: Teori dan Implementasi, Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Raza, S. A., Qazi, W. and Shah, N. (2018) 'Factors affecting the motivation and intention to become an entrepreneur among business university students', International Journal of Knowledge and Learning, 12(3), pp. 221–241. doi: 10.1504/IJKL.2018.092315.

Rumondang, A. et al. (2020) Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen. Cetakan 1. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Setyorin, D. (2010) 'Perkembangan Motivasi Berwirausaha', UNY, 07/80(2), p. 125.

Sudirman, A., Sherly, et al. (2020) 'Loyalitas Pelanggan Pengguna Gojek Ditinjau Dari Aspek Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen', Procuration: Jurnal Ilmiah Manajemen, 8(1), pp. 63–73.

Sudirman, A., Rosmayati, S., et al. (2020) Prilaku konsumen dan perkembangannya di era digital. Bandung: Widina Bhakti Persada.

Sudirman, A. et al. (2021) 'Meninjau Hubungan Antara Penggunaan Media Sosial dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis Sektor UMKM', in Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis 2021 Universitas Muhammadiyah Jember, pp. 165–179. doi: 10.32528/psneb.v0i0.5165.

Suryani, N. K. et al. (2021) Pengantar Manajemen dan Bisnis. Bandung: Widina Bhakti Persada.

Tuyishime, C., Shukla, J. and Bajpai, G. (2015) 'The challenges faced by women entrepreneurs in business expansion: A case study of women members of handicraft cooperatives in Nyarugenge District', Africalics 2nd international conference, (May 2017), pp. 1–23. doi: 10.13140/RG.2.2.16226.12484.

Wennecke, C. W., Jacobsen, R. B. and Ren, C. (2019) 'Motivations for indigenous island entrepreneurship: Entrepreneurs and behavioral economics in Greenland', Island Studies Journal, 14(2), pp. 43–60. doi: 10.24043/isj.99.

Wu, Y. J., Wu, T. and Arno Sharpe, J. (2020) 'Consensus on the definition of social entrepreneurship: a content analysis approach', Management Decision, 58(12), pp. 2593–2619. doi: 10.1108/MD-11-2016-0791.

Wyszomirski, M. and Chang, W. J. (2015) 'WHAT IS ARTS ENTREPRENEURSHIP? TRACKING THE DEVELOPMENT OF ITS DEFINITION IN SCHOLARLY JOURNALS Woong Jo Chang, Seattle University Margaret Wyszomirski, The Ohio State University', Artivate: A Journal of Entrepreneurship in the Arts, 4(2), pp. 11–31.

Profil Penulis

Acai Sudirman

Lahir di Lubuk Pakam, 15 Maret 1989, lulus dari Jurusan Sarjana Manajemen dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung pada tahun 2016. Gelar Magister Manajemen diperoleh dari program Magister Manajemen Fakultas Pascasarjana Universitas HKBP Nommensen Medan dengan konsentrasi Manajemen Pemasaran dan lulus pada tahun 2018. Saat ini aktif mengajar pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung pada Program Studi Manajemen. Selain sebagai dosen, penulis mengisi waktu sehari-hari dengan menulis dan telah menulis buku lebih dari 80-an dengan topik manajemen dan bisnis. Selain aktif menulis buku, penulis juga mulai belajar menjadi editor buku. Penulis menargetkan di akhir tahun 2022 bisa menghasilkan sebanyak 100 buku, baik sebagai penulis maupun sebagai editor. Motto penulis “Talk Less Do More”.

Email Penulis: acaivenly@gmail.com

9

ETIKA BISNIS

Dr. Sri Sarjana

Politeknik Transportasi Darat Indonesia – STTD

Konsep Etika Bisnis

Istilah etika memiliki banyak persepsi yang pada umumnya mempelajari sifat dan moralitas yang mengacu pada penilaian moral, standar dan aturan perilaku. Etika banyak dikaji dalam filsafat perilaku manusia untuk menentukan benar dan salah dalam melaksanakan suatu aktivitas. Etika merupakan seperangkat perilaku yang diimplementasikan dalam beraktivitas untuk mencapai tujuan yang dilandasi oleh nilai dan norma (Sarjana, 2014). Etika adalah kumpulan nilai yang terkait dengan moral, tentang ukuran baik dan buruk, tentang hak dan kewajiban (Silitonga & Simamora, 2021). Etika adalah suatu entitas berupa kumpulan nilai dan kode etik (Aripradono et al., 2021).

Mengacu definisi dasar dari etika maka dapat dikembangkan konsep etika bisnis guna melaksanakan tujuan bisnis yang dikutip dari beberapa ahli. Etika bisnis adalah studi terkait situasi, aktivitas dan keputusan bisnis yang mengacu pada nilai benar dan salah secara moral (Crane et al., 2019). Etika bisnis adalah cara yang baik untuk melakukan tindakan secara bijaksana yang dipraktekan oleh perusahaan bisnis (Salehi et al., 2012). Etika bisnis adalah seni atau disiplin yang menerapkan

prinsip etika dalam mengkaji dan menyelesaikan masalah moral secara kompleks guna menyadarkan para pelaku bisnis yang melibatkan konsumen, karyawan dan komunitas secara luas terkait dengan hak dan kewajiban yang tidak boleh dilanggarnya (Makmur, 2018). Etika bisnis berkaitan dengan prinsip, nilai, dan norma untuk keputusan organisasi dan mengacu pada kode, standar perilaku, dan sistem kepatuhan yang berhubungan dengan keputusan yang dapat dinilai benar atau salah oleh pelanggan (Ferrell et al., 2019). Sedangkan etika bisnis dalam kajian ini didefinisikan sebagai strategi atau seni yang diterapkan dalam aktivitas bisnis dengan mengutamakan nilai-nilai moralitas yang bertujuan untuk kelangsungan bisnis.

Standar etika yang tinggi mengharuskan bisnis perlu menyesuaikan diri dengan prinsip moral yang sehat. Namun, beberapa aspek lain perlu dipertimbangkan saat menerapkan etika dalam bisnis misalnya untuk kelangsungan usaha maka bisnis harus mendapatkan keuntungan, namun jika keuntungan direalisasikan dengan cara melakukan kesalahan dapat berdampak pada usia organisasi yang relatif lebih singkat. Banyak perusahaan akibat kesalahan dan skandal yang dilakukan akhirnya bangkrut atau gagal karena sanksi hukum atau akibat kerugian dari kesalahan yang dilakukan. Selain itu, bisnis juga harus menyeimbangkan harapan untuk mendapatkan keuntungan dengan kebutuhan dan dengan keinginan masyarakat. Untuk memperoleh keuntungan bisnis maka yang harus dilaksanakan adalah dengan cara-cara yang baik dan tidak merugikan individu atau masyarakat secara keseluruhan. Perilaku tidak etis pada aktivitas bisnis terjadi karena peluang yang diberikan oleh peraturan perundang-undangan yang sudah disahkan akan tetapi disalahgunakan dalam penerapannya, serta digunakan sebagai alasan untuk melakukan perbuatan-perbuatan

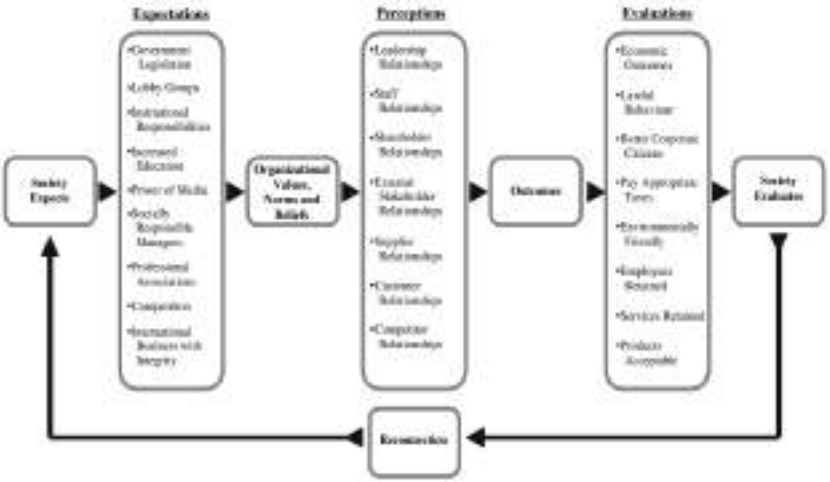
yang melanggar etika bisnis (Hasoloan, 2018). Etika berperan penting dalam memperkuat integritas yang selaras dengan pengembangan kepribadian (Sarjana & Khayati, 2016).

Etika bisnis diperlukan untuk keberlanjutan organisasi karena organisasi bisnis tidak hanya terjadi pada dirinya sendiri tetapi juga karena kontribusi terhadap pertumbuhan sistem ekonomi dan manfaat yang diberikan kepada konsumen (Ugoani, 2019). Sebagian besar kajian etika bisnis berhubungan dengan aturan, standar, dan prinsip moral mengenai apa yang benar atau salah dalam situasi tertentu. Implementasi etika bisnis mengacu pada prinsip, nilai, dan standar yang memandu perilaku dalam dunia bisnis. Prinsip diterapkan berdasarkan batas spesifik untuk kesesuaian perilaku yang berlaku secara universal dan bisa digunakan sebagai dasar aturan yang harus ditaati. Nilai digunakan untuk mengembangkan norma yang diterapkan secara sosial. Integritas, akuntabilitas dan kepercayaan merupakan beberapa contoh dalam implementasi nilai. Investor, karyawan, pelanggan, kelompok kepentingan, sistem hukum, dan masyarakat dapat menentukan suatu tindakan yang dilakukan adalah benar atau salah, serta etis maupun tidak etis. Penekanan dalam pengambilan keputusan terhadap penilaian diri sendiri memainkan peran penting ketika harus membuat keputusan etis.

Model keunggulan etika bisnis yang dikembangkan bertujuan untuk menyelaraskan peningkatan kualitas dan keunggulan yang berkelanjutan dalam lingkungan bisnis melalui implementasi tata kelola yang etis dan tanggung jawab sosial perusahaan, selain itu model keunggulan etika bisnis dapat digunakan sebagai alat praktis untuk penilaian diri, untuk tolok ukur dengan organisasi lain, dan sebagai panduan untuk mengidentifikasi wilayah (Antonaras et al., 2011).

Gambar 1. Model Keunggulan Etika Bisnis Menurut (Antonaras et al., 2011)

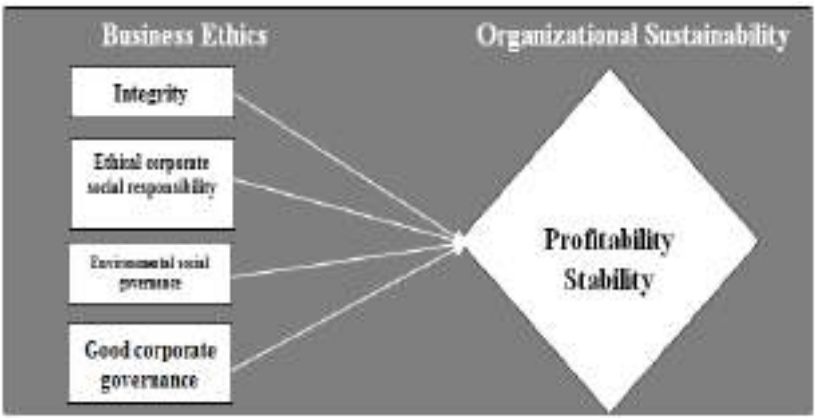
Model etika bisnis menurut Svensson & Wood (2008) terdiri dari tiga komponen utama yaitu harapan, persepsi dan evaluasi yang saling berhubungan oleh lima sub-komponen lain diantaranya nilai, norma dan keyakinan, hasil, evaluasi dan rekoneksi. Konsep keseimbangan dalam perilaku dan tindakan dapat diterjemahkan ke dalam praktik bisnis. Berbagai elemen berkontribusi secara mandiri dan kolektif untuk mendorong perilaku yang dapat diterima oleh masyarakat. Penilaian kinerja organisasi dikembangkan ketika terdapat ketidaksesuaian dan ketidakkonsistenan dalam menjalankan keseluruhan operasional perusahaan. Cara organisasi dalam berinteraksi dengan masyarakat sehubungan dengan perilaku etis mampu memberikan konsekuensi tersendiri bagi perkembangan organisasi. Organisasi perlu menyadari pengaruh yang terjadi di sejumlah bidang yang berdampak pada keberlanjutan bisnis.



Gambar 2. Model Etika Bisnis Menurut Svensson & Wood (2008)

Beberapa elemen yang mempengaruhi etika bisnis dan keberlanjutan organisasi antara lain integritas, tata kelola perusahaan yang baik, tanggung jawab lingkungan, dan tanggung jawab etika. Integritas sebagai fungsi etika bisnis sangat penting untuk meminimalkan beberapa masalah bisnis yang dapat diciptakan oleh mekanisme tata kelola perusahaan yang lemah dan tidak sempurna sehingga perlu diupayakan untuk lebih fokus pada strategi untuk mengoptimalkan pertumbuhan bisnis. Etika bisnis memiliki banyak dimensi, tetapi tujuan etika bisnis sebagai suatu kajian tidak hanya mengajarkan perbedaan antara benar dan salah, tetapi juga untuk memberikan cara untuk menangani masalah yang memiliki nilai kompleksitas moral sehingga mampu mengidentifikasi melalui perspektif implikasi moral dari keputusan bisnis yang dilakukan secara strategis. Oleh karena itu, fungsi etika bisnis adalah untuk membuat keputusan bisnis memiliki komponen etis dan membuat manajemen harus selalu mempertimbangkan implikasi etis dari keputusan bisnis strategis sebelum mengambil

tindakan. Hal ini sesuai dengan konsep etika bisnis yang dikembangkan oleh Ugoani (2019) yang memaparkan model etika bisnis dan keberlanjutan organisasi.



Gambar 3. Model Etika Bisnis dan Keberlanjutan Organisasi Menurut Ugoani (2019)

Mempelajari etika bisnis memiliki nilai yang sangat berharga untuk mendukung pengembangan bisnis di masa depan. Banyak orang percaya jika perusahaan mempekerjakan orang yang baik dan memiliki nilai etika yang kuat maka dianggap perusahaan memiliki anggota organisasi yang baik. Akan tetapi nilai individu dan moral individu hanyalah salah satu faktor dalam proses pengambilan keputusan etis. Pengambilan keputusan etis biasanya dikaitkan dengan keputusan organisasi secara internal terkait perilaku yang relevan yang dapat berdampak pada pemangku kepentingan internal dan pemangku kepentingan eksternal (Ferrell et al., 2019). Aturan moral dapat diterapkan pada berbagai situasi kehidupan dan banyak orang tidak dapat membedakan masalah etika dalam kehidupan sehari-hari dengan masalah bisnis. Namun, penerapan prinsip dan standar etika dalam konteks bisnis terdapat banyak masalah etika yang terjadi meskipun menjadi dilema moral yang cukup kompleks dalam kehidupan. Misalnya, aborsi dan kloning

manusia adalah masalah moral dalam kehidupan namun hal tersebut biasanya tidak menjadi masalah di sebagian besar organisasi bisnis.

Perilaku Etis dalam Bisnis

Kajian etika bisnis terus berubah dengan cepat karena semakin banyak perusahaan yang menyadari manfaat dari peningkatan perilaku etis dan memahami adanya hubungan antara etika bisnis dan kinerja perusahaan. Pekembangan bisnis menunjukkan bahwa upaya membangun perilaku etis di antara karyawan, pelanggan, dan masyarakat umum terlihat mengalami tren yang meningkat dan membuahkan hasil yang positif. Ada banyak manfaat praktis untuk menerapkan perilaku etis ditandai dengan banyaknya pebisnis yang membuat keputusan karena percaya bahwa tindakan yang dilakukan adalah sesuatu hal yang benar untuk dilakukan sebagai anggota masyarakat yang bertanggung jawab. Upaya memberikan penghargaan karena aktivitas perilaku etis dan tanggung jawab secara sosial dalam bisnis merupakan bagian dari strategi untuk meningkatkan efisiensi dalam operasional organisasi, menumbuhkan komitmen karyawan yang lebih besar, peningkatan kepercayaan investor dalam pendanaan, meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan, serta menjamin kinerja keuangan yang lebih baik. Reputasi perusahaan juga memiliki pengaruh besar terhadap karyawan, investor, pelanggan, dan pihak lain yang terkait.

Komitmen berasal dari karyawan yang percaya bahwa masa depan individu memiliki kaitan dengan masa depan organisasi dan kesediaannya untuk melakukan usaha bagi kepentingan organisasi. Semakin sering perusahaan mendedikasikan dan memberikan hak yang sesuai kepada karyawan maka semakin besar kemungkinan karyawan akan mengembangkan organisasi secara lebih baik.

Karyawan meyakini bahwa etika dalam organisasi memiliki nilai penting dalam aktivitas bekerja dalam organisasi. Sedangkan karyawan yang tidak peduli dengan lingkungan etis dalam organisasi maka dapat berpotensi melakukan pelanggaran dengan tanpa adanya bimbingan. Langkah-langkah yang dapat mendorong pengembangan budaya etis bagi karyawan termasuk diantaranya tidak ditemukannya perilaku kasar, lingkungan kerja yang aman, gaji yang kompetitif, dan pemenuhan semua kewajiban terhadap karyawan. Program etika dapat mendukung nilai dan perilaku yang sesuai dengan lingkungan masyarakat setempat. Program sosial dapat meningkatkan budaya etis melalui implementasi program kerja dan layanan masyarakat. Karyawan menghabiskan banyak waktu di tempat kerja sehingga komitmen organisasi dapat ditunjukkan dalam bentuk niat baik dan upaya menghormati kepada karyawan yang diharapkan mampu meningkatkan loyalitas kepada organisasi, dan memberikan dukungan penuh terhadap tujuan organisasi. Pelaku bisnis sebagai bagian dari masyarakat tidak dapat memisahkan diri dari norma-norma dan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat (Hasoloan, 2018).

Persepsi yang sering berkembang bagi karyawan yang menganggap bahwa perusahaan memiliki budaya etis sesuai yang diharapkan mengarah pada peningkatan kinerja dalam organisasi. Demi mendukung produktivitas dan kerja tim yang lebih baik maka anggota organisasi harus memiliki visi dan misi yang sama dan satu tujuan. Pengaruh tingkat kepercayaan juga merupakan faktor penting dalam menjalin hubungan kerjasama antar bagian dalam organisasi. Akibatnya, program kerja mampu menciptakan lingkungan kerja yang dapat dipercaya sehingga membuat individu bertindak sesuai keputusan, dan tindakannya sesuai dengan nilai-nilai etika. Dalam lingkungan kerja seperti ini maka anggota

dapat diperlakukan dengan rasa hormat yang tinggi dan menjadi bagian dari perhatian oleh rekan kerja. Hubungan saling percaya antara manajemen dan bawahan turut berkontribusi pada efisiensi pengambilan keputusan. Ketika ditemukan nilai-nilai kejujuran, rasa hormat, dan kepercayaan yang diterapkan di tempat kerja maka akan relevan dengan standar etika dan terdapat pelanggaran yang minimal sehingga merasa lebih puas terhadap kinerja organisasi secara keseluruhan yang pada akhirnya akan lebih dihargai sebagai anggota di suatu organisasi.

Persepsi yang berkembang secara umum menunjukkan kepuasan pelanggan adalah salah satu faktor penting dalam menerapkan strategi bisnis untuk meraih keberhasilan bisnis. Perusahaan harus terus mengembangkan, mengubah, dan melakukan adaptasi produk untuk mengimbangi keinginan dan preferensi pelanggan yang selalu berubah. Begitu pula perusahaan juga harus berusaha mengembangkan hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan pemangku kepentingan. Perusahaan harus ikut terlibat dalam perilaku untuk menjaga lingkungan, tanggung jawab sosial, dan etika untuk terhubung dengan pasar sasaran. Dengan fokus pada kepuasan pelanggan maka perusahaan terus meningkatkan ketergantungan pelanggan pada perusahaan dan ketika kepercayaan pelanggan tumbuh maka perusahaan memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana melayani pelanggan sehingga hubungan dapat terus bertahan. Bisnis yang sukses perlu memberikan kesempatan untuk umpan balik pelanggan yang dapat melibatkan pelanggan dalam memecahkan permasalahan secara kooperatif. Pelanggan yang puas terkait pengalaman yang diperolehnya dalam pembelian maka diprediksi akan melakukan pemesanan kembali pada produk atau jasa yang sama akan tetapi apabila yang terjadi sebaliknya yaitu pelanggan merasa tidak puas

maka pelanggan tersebut akan memberi tahu ke orang lain tentang ketidakpuasannya dalam pembelian.

Etika dalam Keberlanjutan Bisnis

Etika bisnis diperlukan untuk keberlanjutan organisasi karena organisasi bisnis tidak hanya untuk mencapai kepentingan organisasi tetapi juga karena kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi dan manfaat yang dirasakan bagi konsumen. Bisnis sering menjadi dasar pengambilan keputusan ekonomi sedangkan manajemen fungsional diarahkan untuk meningkatkan kemajuan ekonomi. Perekonomian diatur oleh berbagai institusi fungsional yang melibatkan individu atau organisasi yang tidak hanya menggunakan faktor-faktor produksi untuk membuat barang dan jasa bagi konsumen tetapi juga membantu melindungi dan menjaga etika. Organisasi bisnis membutuhkan penegakan etika secara baik untuk kesuksesan dan keberlanjutan bisnis. Di sisi lain, etika bisnis memberikan standar atau pedoman bagi perilaku dan dapat diimplementasikan dalam pengambilan keputusan oleh manajemen dan pemangku kepentingan.

Meskipun etika bisnis tidak sama dengan hokum, tetapi hukum dan etika erat kaitannya dalam beberapa hal karena keduanya sama-sama berusaha untuk menegakkan kepatuhan. Etika bisnis diperlukan untuk memastikan pengambilan keputusan bisnis yang etis dan sejauh ini organisasi yang berkelanjutan memiliki kode etik dalam penerapannya serta sangat menghormati hukum dan aturan yang berlaku. Kode etik merupakan pernyataan formal tentang etika dan nilai organisasi yang dirancang untuk memandu perilaku dalam berbagai situasi bisnis.

Keberlanjutan organisasi secara langsung terkait dengan pembangunan berkelanjutan mencakup model bisnis untuk menciptakan nilai yang memiliki konsistensi

dengan keberlanjutan dalam jangka panjang, serta untuk meningkatkan modal, lingkungan, etika, maupun sosial. Inti dari keberlanjutan dalam konteks organisasi adalah prinsip yang harus diimplementasikan untuk meningkatkan sistem sosial, lingkungan dan ekonomi di mana bisnis beroperasi. Kelangsungan hidup perusahaan yang berkelanjutan menekankan pada konsep nilai bersama bahwa perusahaan harus mengembangkan pemahaman yang lebih luas terkait arti nilai bagi masyarakat. Perusahaan tidak hanya untuk menghasilkan keuntungan semata tetapi juga harus berinvestasi untuk masa depan sambil turut berkontribusi dalam memenuhi kebutuhan untuk pengembangan masyarakat. Oleh karena itu, pertumbuhan dan kelangsungan hidup organisasi yang menyediakan barang atau jasa sangat tergantung pada kondisi ekonomi, lingkungan dan sosial di masyarakat di mana perusahaan beroperasi. Dengan demikian dapat dipahami bahwa aspek penting etika bisnis adalah dasar untuk meraih keberlanjutan organisasi.

Kajian ini memperkuat gagasan bahwa etika lebih fokus pada prinsip-prinsip moral yang menentukan apa yang benar dan yang salah dalam perilaku sosial, sedangkan dalam etika bisnis lebih difokuskan pada budaya organisasi, peraturan, prosedur, hukum, dan praktik yang berkaitan dengan produktivitas, layanan dan hubungan dengan anggota serta pemangku kepentingan lainnya. Beberapa kajian organisasi yang memerlukan diterapkannya etika bisnis diantaranya hubungan pelanggan, penilaian kinerja, disiplin, strategi bisnis serta hubungan bisnis dengan pemerintah. Etika bisnis diarahkan pada implementasi panduan keberlanjutan serta kelengkapan pelaporan keberlanjutan organisasi. Program keberlanjutan ini sebagai langkah vital dan signifikan yang jika diterapkan oleh kepemimpinan organisasi memiliki potensi untuk dapat meningkatkan

peluang keberhasilan, keuntungan, kestabilan, pertumbuhan, dan keberlanjutan organisasi.

Tata kelola lingkungan dan sosial yang baik mampu menambah kepercayaan dalam penilaian dan pelaporan lingkungan yang strategis yang digunakan sebagai alat dalam memahami lingkungan perusahaan, mengidentifikasi dan mengembangkan struktur organisasi yang kompetitif sehingga dapat meningkatkan keberlanjutan organisasi. Sudah menjadi rahasia umum bahwa budaya organisasi yang kuat mengacu pada penerapan etika bisnis yang bertanggung jawab dalam menetapkan strategi keberlanjutan jangka panjang dan kebijakan lingkungan. Peran dan praktik bisnis yang etis dapat menggunakan berbagai cara dalam mentaati dan melaksanakan peraturan secara ketat. Untuk itu, etika bisnis mengharuskan organisasi turut berkontribusi menuju masyarakat yang adil, dan mampu memastikan bahwa pelanggaran terhadap lingkungan di sekitarnya dapat dikendalikan. Pengaruh etika dan keberlanjutan organisasi dapat dilakukan dengan mempertahankan kekuatan sosial, kepercayaan anggota dan lingkungan di mana perusahaan beroperasi. Oleh karena itu, etika bisnis harus memastikan keselarasan tujuan bisnis melalui proses pengambilan keputusan yang sesuai dengan melibatkan pemangku kepentingan. Etika bisnis secara intrinsik diperlukan dalam membangun kesadaran organisasi, pemahaman dan komitmen psikologis sebagai bahan dalam menyusun kebijakan dan strategi yang efektif untuk mendorong keberlanjutan organisasi.

Meskipun tujuan bisnis adalah untuk mendapatkan keuntungan tetapi fungsi lainnya juga dibutuhkan termasuk memuaskan pemangku kepentingan dan menjaga lingkungan sekitar. Dengan fokus pada kepuasan para pemangku kepentingan dan perlindungan lingkungan maka kelangsungan bisnis akan lebih

terjamin. Oleh karena itu, etika bisnis yang baik memberikan peluang untuk kepatuhan terhadap persyaratan tata kelola lingkungan dan sosial sesuai dengan agenda pelaporan keberlanjutan untuk meningkatkan nilai bisnis, investasi, transparansi perusahaan, dan pada akhirnya meningkatkan kinerja dan keberlanjutan organisasi. Untuk proyeksi selanjutnya maka perusahaan perlu mempromosikan strategi keberlanjutan untuk bisnis jangka panjang dan program kebijakan lingkungan.

Etika bisnis, tata kelola lingkungan dan sosial memastikan bahwa perusahaan mengarahkan secara aktif pada program manajemen keberlanjutan dengan mengkaitkannya dengan prinsip-prinsip keberlanjutan dan menerapkan secara benar langkah-langkah keberlanjutan oleh pemangku kepentingan. Prinsip-prinsip dalam tata kelola lingkungan dan sosial mengutamakan bisnis yang benar-benar berkelanjutan, bisnis harus melibatkan lingkungan sekitar, sumber daya alam serta sumber daya sosial termasuk pelanggan, karyawan, investor, dan pemasok. Keberlanjutan perusahaan menitikberatkan pada pengelolaan lingkungan, sosial dan etika yang mengarah pada sistem manajemen kinerja keseluruhan untuk mendorong keberlanjutan organisasi. Keberhasilan bisnis yang berkelanjutan hanya dapat dicapai dengan mematuhi empat nilai inti yaitu dimensi ekonomi, hukum, etika, dan tanggung jawab sosial organisasi.

Prinsip-prinsip umum etika bisnis, tata kelola lingkungan dan sosial, keberlanjutan, tata kelola perusahaan, dan tanggung jawab sosial perusahaan mengarah pada keberlanjutan yang mengacu pada kemampuan untuk memenuhi kebutuhan generasi sekarang dengan tetap memperhatikan kebutuhan untuk generasi mendatang. Upaya membina perilaku yang berkelanjutan dapat

diimplementasikan melalui praktik bisnis yang etis dan tata kelola lingkungan dan sosial yang sehat guna mempromosikan pengelolaan lingkungan hidup yang baik, membangun infrastruktur yang tangguh, mempromosikan industrialisasi yang inklusif dan berkelanjutan, mendorong inovasi dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, lapangan kerja yang produktif dan pekerjaan yang layak untuk semua guna mencapai pembangunan berkelanjutan seutuhnya.

Perusahaan dipandang tidak hanya sebagai entitas yang menghasilkan profit tetapi juga sebagai agen moral yang bertanggung jawab atas perilaku bisnis kepada karyawan, investor, pemasok, dan pelanggan. Perusahaan didirikan sebagai bagian warga negara yang berada di suatu bangsa yang memiliki hak dan kewajiban yang sama dengan individu. Dari sisi moralitas, perusahaan diharuskan untuk mematuhi hukum dan peraturan yang berlaku sehngga perilaku bisnis yang dilakukan dapat diterima. Undang-undang dan peraturan diperlukan untuk memberikan batasan struktural formal dan panduan tentang masalah etika dalam operasional perusahaan. Secara individu maka seseorang harus berusaha mematuhi nilai-nilai dan filosofi moral dirinya sendiri, begitu pula sebagai karyawan yang seharusnya bertindak demi kepentingan terbaik bagi perusahaan. Dengan demikian, individu sebagai bagian agen moral memiliki kewajiban moral di luar perusahaan karena individulah yang dapat berpikir secara bertanggung jawab terkait masalah etika secara kompleks.

Perusahaan dapat dipersepsikan sebagai agen moral bagi masyarakat untuk menjalankan fungsi tertentu dalam lingkup masyarakat dan bertanggung jawab kepada masyarakat atas tindakannya. Karena perusahaan memiliki karakteristik agen, Tanggung jawab atas perilaku etis perusahaan secara konsep dalam bentuk

badan hukum bersama-sama dengan individu atau kelompok kerja yang dipekerjakan oleh perusahaan. Untuk itu, perusahaan dapat dihukum karena melakukan kesalahan dan bisa diberikan penghargaan jika menerapkan etika bisnis yang baik. Perusahaan bertanggung jawab atas segala perilaku yang telah dilakukan sebagai suatu entitas. Hasil perusahaan tidak dapat dikaitkan dengan satu individu atau kelompok, dan perilaku buruk perusahaan merupakan pola keputusan kolektif yang didukung oleh budaya perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan dapat dimintai pertanggungjawaban, didenda, dan bahkan menerima hukuman disaat beroperasi dengan cara yang melanggar hukum. Beberapa perusahaan bahkan dapat menerima denda dan hukuman sehingga harus meninggalkan bisnis karena tidak mampu untuk bertahan hidup akibat tekanan yang harus dihadapi akibat konsekuensi yang harus diterima.

Daftar Pustaka

Antonaras, A., Iacovidou, M., & Memtsa, C. (2011). Measuring social return on investment using the EBEN GR Business Ethics Excellence Model. *Current Issues of Business and Law*, *6*(1), 69–89. https://doi.org/10.5200/1822-9530.2011.04

Aripradono, H. W., Tjahyadi, S., Qi, K. O. Y. R., Nursudiono, Galang, Y. P., Hirawan, J., Te, C., Ariadi, C., & Elvin. (2021). Integrasi Etika Digital dalam Budaya pada Perusahaan yang Melakukan Work-From-Home (WFH) di Masa Pandemi. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry (JEMI)*, *4*(2), 56–64.

Crane, A., Matten, D., Glozer, S., & Spence, L. J. (2019). *Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization*. New York: Oxford University Press.

Ferrell, O. C., Harrison, D. E., Ferrell, L., & Hair, J. F. (2019). Business ethics, corporate social responsibility, and brand attitudes: An exploratory study. *Journal of Business Research*, *95*, 491–501. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.07.039

Hasoloan, A. (2018). Peranan Etika Bisnis Dalam Perusahaan Bisnis. *Jurnal Warta*, *57*, 1–10.

Makmur, S. (2018). Pengusaha Beretika Bisnis Mewujudkan Penegakan Hukum. *Majalah Manajemen & Bisnis: Ganesha*, *2*(1), 39–56.

Salehi, M., Saeidinia, M., & Aghaei, M. (2012). Business Ethics. *International Journal of Scientific and Research Publications*, *2*(1), 1–6. https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1300/J109v06n04_05%0Ahttps://www.yourdictionary.com/business-ethics

Sarjana, S. (2014). Kontribusi Kepemimpinan Dan Kerja Sama Tim Terhadap Etika Kerja Guru. *Jurnal Paedagogia*, *17*(1), 78–93.

Sarjana, S., & Khayati, N. (2016). Pengaruh Etika, Perilaku, Dan Kepribadian Guru Terhadap Integritas Guru. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, *1*(3), 379–393. https://doi.org/10.24832/jpnk.v1i3.450

Silitonga, R. D., & Simamora, I. Y. (2021). Analisis Pelanggaran Konfidensialitas Kasus Aipda Bribka Ambarita Mengecek Ponsel Saat Bertugas. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, *1*(2), 26–34.

Svensson, G., & Wood, G. (2008). A model of business ethics. *Journal of Business Ethics*, *77*(3), 303–322. https://doi.org/10.1007/s10551-007-9351-2

Ugoani, J. N. N. (2019). Business Ethics and its Effect on Organizational Sustainability. *Global Journal of Social Sciences Studies*, *5*(2), 119–131. https://doi.org/10.20448/807.5.2.119.131

Profil Penulis

Sri Sarjana

Ketertarikan penulis dalam membuat publikasi ilmiah diawali sejak turut berkecimpung dalam aktivitasnya di dunia pendidikan dalam rangka ikut serta mencerdaskan kehidupan bangsa. Upaya untuk menciptakan kreativitas dalam menghasilkan publikasi ilmiah diupayakan dilakukan penulis agar bisa bermanfaat bagi masyarakat. Awal pendidikan tinggi penulis dimulai dengan melanjutkan kuliah dan berhasil menyelesaikan studi S1 di prodi Teknik Mesin Universitas Muhammadiyah Surakarta dan prodi Pendidikan Teknik Mesin Universitas Sebelas Maret. Selanjutnya, penulis menyelesaikan studi magister di prodi Manajemen Pendidikan Universitas Negeri Jakarta, dan menyelesaikan studi program doktoral di prodi Manajemen Strategik Universitas Padjadjaran.

Penulis memiliki kepakaran dibidang Manajemen Strategik dan Metodologi Penelitian guna menunjang karir sebagai dosen, penulis, dan peneliti. Berbagai penelitian telah dilakukan oleh penulis dan telah dipublikasikan di berbagai jurnal nasional maupun jurnal internasional yang bereputasi. Selain peneliti, penulis juga telah menulis beberapa buku yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan yang bisa membantu meningkatkan kualitas sumber daya manusia Indonesia.

Email Penulis: srisarjana@gmail.com

10

TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (CSR)

Yuan Badrianto
Universitas Pelita Bangsa

Era globalisasi disertai dengan perkembangan teknologi yang terus meningkat memudahkan tersebar luasnya berita mengenai perusahaan dan produk. Berita ataupun informasi bisnis hingga saat ini selalu diawasi oleh media global, sehingga ketika ada informasi yang bersifat positif atau negatif dapat menimbulkan opini atau reaksi dari masyarakat maka dari itu perusahaan perlunya upaya peningkatan branding salah satunya dengan upaya tanggung jawab sosial perusahaan atau sering disebut juga sebagai CSR (*Corporate Social Responsibility*). CSR ini juga sebagai cara perusahaan dalam menyeimbangkan antara kepentingan ekonomi dengan kepentingan lingkungan dan sosial. Konsep CSR yang diterapkan dengan baik dan benar. Menurut (Wulandari Siti , 2020) CSR merupakan suatu tahap untuk mengkomunikasikan dampak lingkungan, sosial maupun ekonomi sebagai akibat dari aktivitas operasi perusahaan yang ditujukan kepada berbagai pihak yang mempunyai kepentingan dengan perusahaan.

Di Indonesia, regulasi tentang CSR sudah tercantum dalam UU Perseroan Terbatas Nomor 40 Pasal 74 Tahun 2007 yang mengatur tentang Tanggung Jawab Sosial dan

lingkungan. Penerapan CSR akan menciptakan hubungan antara pemerintah dengan perusahaan untuk mengatasi berbagai masalah sosial seperti kemiskinan, kualitas pendidikan yang rendah, akses kesehatan yang minim (Tanjungsari, 2021). Kegiatan yang dilaksanakan diharapkan memberikan dampak positif bagi publik di sekitarnya. Salah satu wujud CSR adalah terjalinnya hubungan baik antar semua stakeholder yang terlibat demi tujuan mencapai kesejahteraan bersama.

Jenis-Jenis Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Jenis CSR yang diterapkan dengan baik dan benar dapat membawa keuntungan untuk perusahaan. keuntungan tersebut antara lain peningkatan akses modal, peningkatan penjualan, menghemat biaya operasional perusahaan, meningkatnya produktivitas dan kualitas, meningkatnya citra brand yang positif, serta pengambilan keputusan dan proses manajemen risiko yang tepat. Umumnya terdapat empat jenis tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang diterapkan oleh perusahaan yang dijabarkan sebagai berikut:

1. Pelestarian Lingkungan

   Pelestarian lingkungan merupakan kegiatan menjaga lingkungan di dalam perusahaan agar tetap lestari, terjaga, dan nyaman ditempati. Masalah lingkungan seperti perubahan iklim sudah menjadi fokus dunia, selain masalah global tersebut terdapat juga masalah limbah dan tumpahan bahan kimia yang menjadi masalah dalam skala lokal. Dengan menerapkan nya CSR perusahaan akan menyesuaikan diri dengan membantu meminimalkan dampak lingkungan yang terjadi serta melakukan langkah-langkah dalam upaya pencegahan terjadinya kerusakan lingkungan, misalnya seperti mengurangi dampak karbon yang dihasilkan secara keseluruhan. perusahaan juga

dapat melakukan pelestarian lingkungan dengan menggunakan energi yang ramah lingkungan atau dengan tata kelola ruangan yang hemat energi yang juga dapat mengurangi dampak lingkungan dari karbon. upaya pelestarian lingkungan dalam perusahaan juga dapat dilakukannya penghijauan atau reboisasi, misalnya dengan melibatkan masyarakat dalam penanaman kembali lingkungan yang tandus dan gersang.

2. Praktik Keragaman dan Ketenagakerjaan

   Banyak pemimpin perusahaan yang menyadari akan keragaman di tempat kerja merupakan hal yang penting dan bermanfaat, apalagi ketika semua pihak dapat bekerjasama dengan baik. maka dari itulah perlu diadakan kebijakan ketenagakerjaan yang berlaku untuk semua karyawan pada semua level. peraturan dalam keragaman ketenagakerjaan harus dilakukan dalam pengawasan yang ketat sehingga produktivitas dan citra perusahaan tetap positif dengan tetap meningkatkan kualitas kerja dan kinerja karyawannya.

3. Upaya Filantropi

   Upaya filantropi merupakan salah satu jenis CSR yang bisa memberikan dampak secara langsung oleh masyarakat yang dapat dilakukan oleh perusahaan besar maupun bisnis-bisnis lokal. Jenis tanggung jawab filantropi ini dapat membuat perubahan lebih baik dalam masyarakat bisa berupa sumbangan pendidikan atau mendukung hal kesehatan seperti donor darah. Menurut Gie (2020) Perusahaan memahami bahwa kesuksesannya tidak hanya membutuhkan inovasi yang berkelanjutan, tetapi juga membangun generasi berikutnya yang mampu memahami, menggunakan, dan meningkatkan

teknologi. Bahkan perusahaan kecil mendapat manfaat dari penyelarasan dengan tujuan filantropis. Tempat cuci mobil lokal mungkin menawarkan pelatihan pencucian yang bertujuan untuk penggalangan dana acara keagamaan. Restoran mengadakan malam penggalangan dana ketika hasilnya bermanfaat bagi sekolah atau badan amal setempat.

4. Tanggung Jawab Ekonomi

   Tanggung jawab ini untuk mendukung tercapainya keseimbangan dari jenis tanggung jawab keragaman, lingkungan, dan filantropi misalnya dengan memberikan kesempatan kepada karyawan untuk memodifikasi proses manufaktur sehingga dapat menghasilkan produk yang bisa di daur ulang dan menjadi lebih bermanfaat. Para pemimpin bisnis yang cerdas tahu bahwa terlibat dalam komunitas secara produktif membawa dampak yang baik untuk perusahaan. Sehingga para pemimpin bisnis memiliki kesempatan untuk memilih di mana akan menghabiskan upaya sukarela untuk membantu area lokal bersama dengan perusahaan.

Fungsi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)

Secara umum CSR mempunyai fungsi sebagai bentuk dari tanggung jawab perusahaan terhadap pihak-pihak yang terlibat yang berdampak secara langsung ataupun tidak langsung dari aktivitas dalam perusahaan, bentuk tanggung jawab tersebut diberikan melalui program-program yang dijalankan dengan tujuan memperhatikan kepada pihak-pihak tersebut. Adapun fungsi-fungsi nya sebagai berikut:

1. *Social Licence To Operate* (Izin Sosial Untuk Beroperasi)

   Dalam perusahaan, masyarakat merupakan salah satu faktor yang membuat perusahaan berkembang atau mungkin malah sebaliknya. Dengan adanya program-program CSR masyarakat di sekitar akan mendapatkan manfaat dari adanya perusahaan dilingkungan setempat, maka dengan sendirinya masyarakat akan merasa diuntungkan dan lama kelamaan akan merasa memiliki perusahaan. Jika sudah seperti itu perusahaan akan lebih leluasa untuk menjalankan kegiatan usahanya di daerah tersebut karena sudah diterima di masyarakat setempat.

2. Mereduksi Resiko Bisnis Perusahaan

   CSR dapat membuat hubungan antara perusahaan dengan pihak-pihak yang terlibat menjadi lebih baik lagi, sehingga resiko-resiko bisnis seperti adanya kerusuhan menentang berdirinya perusahaan dapat berkurang. Jika pertentangan itu sudah bisa diatasi maka biaya-biaya pengalihan resiko dapat digunakan sesuatu yang lebih bermanfaat bagi perusahaan maupun masyarakat.

3. Melebarnya Akses Sumber Daya

   Corporate Social Responsibility (CSR) jika dikelola dengan tepat akan menjadi sebuah keunggulan bersaing bagi perusahaan yang nantinya dapat membantu perusahaan dalam membantu jalan untuk mendapatkan sumber daya yang dibutuhkan perusahaan. Contohnya seperti mengadakan rekrutmen melalui kantor desa setempat untuk warga sekitar.

4. Melebarkan Akses Menuju Market

   Seluruh investasi ataupun biaya yang dikeluarkan untuk program CSR sebenarnya dapat menjadi sebuah peluang bagi perusahaan untuk mendapatkan market yang lebih besar. Termasuk dalam mendapatkan dan membangun loyalitas konsumen bahkan dapat menembus pangsa pasar baru. Hal ini dikarenakan program CSR bisa membuat nama perusahaan menjadi lebih terkenal dan dikagumi oleh masyarakat.

5. Mereduksi Biaya

   Program CSR juga dapat menjadi cara dalam menghemat biaya perusahaan seperti misalnya melakukan program CSR yang berkaitan dengan lingkungan yaitu menerapkan konsep daur ulang dalam perusahaan, sehingga limbah perusahaan akan berkurang yang mempengaruhi biaya untuk produksi juga akan lebih berkurang.

6. Memperbaiki Hubungan Dengan Pemangku kepentingan

   Pelaksanaan program CSR dapat membantu komunitas di luar perusahaan dengan pemangku kepentingan menjadi lebih dekat dan erat, dimana hal tersebut dapat menambah kepercayaan pemangku kepentingan kepada perusahaan karena mereka merasa didukung juga dalam perkembangan karirnya karena mendapatkan lingkungan yang memperluas jaringan mereka.

7. Memperbaiki Hubungan Dengan Regulator

   Perusahaan yang melakukan corporate social responsibility pada umumnya dapat membantu meringankan beban pemerintah sebagai regulator. Karena pemerintahlah yang sebenarnya mempunyai

tanggung jawab yang besar terhadap kesejahteraan lingkungan dan masyarakatnya.

8. Meningkatkan Semangat dan Produktivitas Karyawan

   Reputasi perusahaan yang baik serta kontribusi besar yang diberikan perusahaan kepada pemangku kepentingan, masyarakat dan lingkungan, dapat menambah kebanggaan tersendiri untuk karyawan yang bekerja di perusahaan tersebut, dimana hal tersebutlah yang dapat memberikan dampak pada peningkatan motivasi dan produktivitas kerja karyawan.

9. Peluang Mendapatkan Penghargaan

   Perusahaan yang memberikan kontribusi besar bagi masyarakat dan lingkungan setempat melalui program CSR dapat berpeluang untuk mendapatkan kesempatan lebih luas dalam bisnisnya serta mendapatkan penghargaan. Tentu sebuah penghargaan pastinya akan menjadi kebanggaan tersendiri bagi perusahaan

Manfaat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)

Perusahaan yang menerapkan CSR tentu tidak sekedar menjalankan kewajiban yang telah ditetapkan pemerintah, namun dalam sebuah bisnis dan perusahaan akan selalu ada timbal balik atau manfaat dari apa yang telah di keluarkan atau dilakukan. Maka dari itu program CSR sendiri bisa dijadikan investasi untuk perusahaan demi keberlanjutan dan pertumbuhan perusahaan sehingga yang dilihat bukan lagi sebagai sarana biaya namun sebagai sarana dalam meraih keuntungan. Adapun manfaat yang dirasakan masyarakat secara umum seperti meningkatnya kesejahteraan masyarakat setempat, fasilitas, adanya kegiatan sosial untuk masyarakat setempat, pemeliharaan fasilitas umum, serta

bantuan beasiswa untuk anak-anak yang kurang mampu di lingkungan perusahaan.

Namun dalam penerapan CSR harus tetap memperhatikan kebutuhan dan keberlanjutan dalam program jangka panjang perusahaan. Sehingga penerapan CSR yang tepat manfaatnya tidak hanya didapatkan oleh masyarakat saja namun banyak juga manfaat dari penerapan CSR yang didapat oleh perusahaan. Adapun manfaat penerapan CSR yang disebutkan oleh (Oktina, D.A et al, 2020) sebagai berikut:

1. Membangun dan menjaga reputasi perusahaan.

   Beberapa kelompok masyarakat memiliki pandangan etis tentang reputasi, Mereka melihat hal tersebut sebagai ekspresi ideologi dan nilai perusahaan. Kinerja sosial yang kuat mengarah pada hasil keuangan yang lebih kuat. Dengan meningkatkan reputasi, perusahaan dapat meminimalisir risiko komersial dan mendapatkan lebih banyak lagi dukungan dari regulator. Hal ini akan membawa lebih banyak investasi untuk memenuhi harapan berbagai pemangku kepentingan dan meningkatkan nilai perusahaan

2. Meningkatkan citra perusahaan.

   Dengan melindungi kesejahteraan karyawan melalui program-program CSR, sehingga dapat mewujudkan peningkatan produktivitas, membangun kepercayaan publik, meningkatkan citra perusahaan, dan meningkatkan citra merek serta daya saing perusahaan.

3. Mengurangi risiko bisnis perusahaan.

   Kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan dapat menjadi wujud kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan sosial. Dengan demikian, perusahaan

dapat terhindar dari salah satu risiko yaitu kemungkinan pemadaman bisnis atau keterbatasan sumber daya sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

4. Melebarkan cakupan bisnis perusahaan.

   Konsumen merupakan salah satu alasan mengapa sebuah bisnis dapat berjalan dan tumbuh menjadi sukses. Melalui pelayanan dan komunikasi yang lebih positif, perusahaan juga dapat lebih dekat dengan konsumennya, sehingga konsumen lebih puas dan memiliki nilai yang positif pada perusahaan. Hal tersebutlah yang akan membantu perusahaan dalam memperluas cakupan bisnisnya.

5. Mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas.

   Sebuah perusahaan yang baik apabila tidak diikuti dengan karyawan yang baik akan sangat berpengaruh pada performa perusahaan yang menyebabkan menjadi kurang maksimal. Berbeda dengan perusahaan yang memperlakukan karyawannya dengan baik dan mengajak mereka untuk aktif berpartisipasi dalam strategi perusahaan yang dapat meningkatkan moralitas para karyawan. Keaktifan karyawan dapat memberikan ide-ide kreatif yang belum terpikirkan perusahaan dan perusahaan juga dapat membuat karyawannya bekerja maksimal serta perlakuannya yang baik akan menarik perhatian calon karyawan yang bagus dan profesional.

6. Kemudahan memperoleh akses terhadap modal.

   Perusahaan yang melakukan CSR biasanya menjadi magnet tersendiri untuk para investor. Banyak investor yang menanamkan investasinya pada perusahaan yang memiliki kegiatan CSR di dalamnya

karena dapat meningkatkan citranya juga. Pada akhirnya jika perusahaan rutin melakukan CSR yang sesuai dengan bisnis utamanya dan melakukannya dengan konsisten dan rutin, masyarakat bisnis (investor, kreditur, dll), pemerintah, akademisi, maupun konsumen akan makin mengenal perusahaan.

7. Meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis.

   Perusahaan yang menerapkan CSR dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal kritis dikarenakan perusahaan harus mampu menjaga nama baik yang sudah ada, apabila terdapat isu-isu atau hal yang kurang sejalan dengan perusahaan atau dapat merusak nama baik yang sudah ada. Hal tersebutlah yang membuat perusahaan dapat lebih meningkatkan lagi pengambilan keputusan yang terbaik untuk bersama.

8. Mempermudah pengelolaan manajemen risiko *(risk management).*

   Perusahaan yang melakukan CSR dapat melakukan perencanaan dengan hati-hati, yaitu dengan memperhitungkan resiko dan biaya dari kegagalan. Karena perusahaan bertanggung jawab dengan lingkungan sosial sehingga terikat pada masyarakat, apabila perusahaan mendapatkan kerugian akibat dari keputusan yang buruk atau produk yang gagal, maka hal tersebut tidak hanya merugikan perusahaan secara finansial tetapi juga akan merugikan secara sosial. CSR juga dapat mengubah pemikiran bisnis tradisional yang hanya mengincar keuntungan menjadi bisnis yang lebih peduli pada lingkungan dan masyarakat.

Adapun manfaat yang akan didapatkan juga oleh pemerintah selaku regulasi karena penerapan CSR dapat menghubungan antara pemerintah dengan perusahaan untuk mengatasi berbagai masalah sosial seperti kemiskinan, kualitas pendidikan yang rendah, akses kesehatan yang masih minim. Sehingga kehadiran CSR cukup banyak memberikan kontribusi kepada pemerintah, dalam bentuk dukungan pembiayaan, terutama karena keterbatasan anggaran pemerintah untuk membiayai pembangunan yang mempunyai kaitan dengan penanggulangan kesejahteraan.

Unsur-Unsur Penting dalam Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)

Dalam melaksanakan program CSR ini tentunya tidak mudah untuk dapat mengukur keuntungan serta kesuksesan yang didapat oleh perusahaan. Namun, ada 3 unsur penting dalam pelaksanaan program CSR yang sebaiknya dimiliki oleh perusahaan menurut (Wardana, R., 2020) :

1. *Triple bottom line*

   Triple bottom line merupakan konsep pengukuran kinerja suatu bisnis dengan memperhatikan ukuran kinerja secara ekonomis berupa profit, kepedulian sosial dan pelestarian lingkungan. Sedangkan menurut (Chandra, J.E, 2021) *Triple Bottom Line* mengacu pada inisiatif yang dilakukan untuk mengelola keberlanjutan strategis dengan menyelaraskan tiga komponen yaitu people, profit and planet. Sejalan dengan pendapat John Eklington dalam (Oktina, D.A et al, 2020) John Elkington mengungkapkan konsep *triple bottom line* dalam penerapan CSR di suatu perusahaan, dimana jika perusahaan ingin terus berkelanjutan (sustainable), maka harus memperhatikan 3P, yaitu profit, people

and planet. Konsep ini menjelaskan hubungan antar menjaga kelestarian sumber daya alam dan lingkungan (*planet*), keuntungan perusahaan (*profit*), dan menjaga hubungan dengan masyarakat umum maupun sekitar perusahaan (*people*).

2. Manajemen Risiko

   Dalam meningkatkan reputasi perusahaan yang baik tentunya tidak dapat dibangun secara instan karena pastinya membutuhkan waktu bertahun-tahun, namun reputasi tersebut bisa rusak dalam beberapa jam. Hal tersebut kemungkinan terjadi bisa dikarenakan adanya kecelakaan yang berdampak pada kerusakan lingkungan, salah satu contohnya yaitu bencana lumpur Lapindo di Sidoarjo. Maka dari itu peran manajemen risiko sangat penting dalam penerapan program-program CSR untuk meminimalisir atau bahkan menghindari kemungkinan terburuk yang akan menyebabkan penilaian negatif baik dari konsumen, stakeholder, masyarakat sekitar ataupun pemerintah sebagai regulator.

3. Manajemen Krisis

   Tidak hanya manajemen risiko saja yang harus dimiliki oleh perusahaan, melainkan manajemen krisis juga penting dan harus dimiliki oleh perusahaan dalam penerapan CSR. Karena kemungkinan akan ada krisis-krisis yang terjadi dalam menjalankan CSR seperti jika terjadinya pemboikotan terhadap produk atau adanya isu-isu lingkungan sosial. Maka dari itu manajemen krisis membantu mengatasi hal-hal tersebut dengan program yang tepat. Sehingga kemungkinan terjadinya krisis dapat diminimalisir atau isi-isu yang beredar juga tidak membesar dan dapat dijawab

dengan program CSR yang telah dilakukan oleh perusahaan.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa CSR merupakan salah satu tindakan, sikap serta bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat luas maupun yang mungkin menerima dampak buruk dari berdirinya perusahaan tersebut. CSR sendiri juga diwajibkan untuk diterapkan oleh perusahaan yang sudah di atur dalam undang-undang. Sehingga penerapan yang dilakukan dengan tepat dapat memberikan manfaat bagi perusahaan, masyarakat dan juga pemerintah.

Daftar Pustaka

Chandra, J. 2. (2021). Analisa Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Produktivitas Karyawan pada Perusahaan Sektor NonKeuangan di Indonesia. *Business Accounting Review, vol 9, No 1*. Retrieved from https://publication.petra.ac.id/index.php/akuntansi-bisnis/article/view/11950

Dina Anggaresa Oktina, e. a. (2020). Pengaruh Penerapa Strategi CSR (Coroprate Social Responsibility)Dalam Meningkatkan Cotra Perusahaan Pada PT.Pertamina(Persero).*Competence Journal Of Management Studies, Vol 14*. from https://journal.trunojoyo.ac.id/kompetensi/article/view/7170

Rabbani, A. (2021, 09 06). *Pengertian CSR, Unser, Funngsi, Jenis dan Manfaanya*. Retrieved 2022 from SOSIAL79: https://www.sosial79.com/2021/06/pengertian-csr-unsur-fungsi-jenis-dan.html

Riyanto, T. (2022, 01 24). *7 Manfaat CSR Bagi Perusahaan serta Fungsinya*. Retrieved from Zahir: https://zahiraccounting.com/id/blog/manfaat-csr-bagi-perusahaan/#:~:text=Manfaat%20CSR%20yang%20pertama%20adalah,meningkatkan%20citra%20perusahaan%20itu%20sendiri.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan: Pengertian dan Contohnya. (2021). Retrieved from ACCURATE: https://accurate.id/bisnis-ukm/tanggung-jawab-sosial-perusahaan/

Tanjungsari, R. I. (2021). Analisis Terhadap Pelaksanaan Corporate Social Responsibility Pt. Hwaseung Indonesia Kabupaten Jepara. *Juristic, 02 Nomor 03, Desember 2021*, 8. Retrieved 03 2022, from http://jurnal.untagsmg.ac.id/index.php/JRS/article/view/2709

Wardana, R. (2020, 11 30). *Apa Itu CSR dan Fungsinya*. Retrieved 03 25, 2022, from Lifepal: https://lifepal.co.id/media/csr/

Wulandari, S. (2019, 11 28). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure Terhadap Profitabilitas Perusahaan. Retrieved 03 25, 2022, from https://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/98372/SITI%20WULANDARI-160810301068.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Profil Penulis

Yuan Badrianto

Lahir di Jampang Tengah Sukabumi, 27 Januari 1981, menempuh pendidikan SD Impres Pasir Angin di sebuah pedesaan tanpa listrik pada saat itu dan melanjutkan pendidikan SMPN Jampang Tengah, demi mendapatkan pendidikan yang lebih baik, penulis berpindah ke pusat kota lalu menuntaskan SMA di Smart School SMUN 3 Kodya Sukabumi, lulus SMA tahun 1999 dan penulis merantau ke Bekasi.

Selama 20 tahun Penulis berkarir sebagai praktisi di Industri dan HRD sambil menuntaskan kuliah jurusan Psikologi di Universitas Az-zahra Jakarta, lulus tahun 2010, melanjutkan Pendidikan Magister Management DIKLAT di Universitas Muhammadiyah Jakarta, lulus tahun 2014 lalu kembali menempuh pendidikan Magister Pendidikan Islam pada Universitas Islam 45 Bekasi dengan predikat Cumlaude dan kini sedang menempuh S3 Business Administration.

Saat ini penulis menjadi Komisaris di PT Orion Madani Globalindo, beraktifitas sebagai Dosen di Universitas Pelita Bangsa, Assesor MSDM, Executive Training Development pada berbagai institusi dan LPK serta trainer asosiasi untuk Kementerian Tenaga Kerja dan Transmigrasi, begitu mencintai pekerjaan di bidang SDM penulis mendapatkan *excellent award* sebagai *Proactive Leader* dari Global Company. *Passion* penulis adalah *sharing* dan mengisi pelatihan baik di organisasi perusahaaan maupun pendidikan, Penulis juga terpilih menjadi trainer IEEEL Institute pada sebuah program pelatihan berbasis sertifikasi yang bekerja sama dengan IBMI Jerman, dan IO4PM Swiss. Penulis berharap semoga karya kecil ini dapat menjadi jembatan inspirasi bagi pembaca serta memberikan tujuan sebagai bentuk berbagi manfaat. (yuanomg2020@gmail.com)

Indonesia menulis

1 KONSEP ILMU ADMINISTRASI
Dr. Hesti Maheswari
2 HUBUNGAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS DENGAN ILMU-ILMU LAINNYA
Dr. Hari Nugroho, S.E., M.M., M.S.E.
3 PENGERTIAN, TUJUAN, DAN FUNGSI BISNIS
Ing. Aprilianto Amir, S.IP.
4 HUBUNGAN BISNIS DENGAN POLITIK, PEREKONOMIAN, DAN PEMERINTAH
Reni Febrina, S.E., M.M.
5 ORGANISASI BISNIS DAN BENTUK-BENTUK PERUSAHAAN
Dr. Triyonowati, M.Si.
6 KEGIATAN BISNIS DAN LINGKUNGANNYA
Dr. Sri Suwarsi, S.E., M.Si., CGA., CHCM.
7 KEPEMIMPINAN DAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN
Dr. Suwitho, M.Si.
8 KONSEP KEWIRAUSAHAAN
Acai Sudirman, S.E., M.M.
9 ETIKA BISNIS
Dr. Sri Sarjana
10 TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (CSR)
Dr. (Cand.) Yuan Badrianto, S.Psi, M.M., M.Pd.

Editor :
Harini Fajar Ningrum, M.M.

Untuk akses **Buku Digital**
Scan **QR CODE**

Media Sains Indonesia
Melong Asih Regency B.40, Cijerah
Kota Bandung - Jawa Barat
Email : penerbit@medsan.co.id
Website : www.medsan.co.id

IKAPI

GET IT ON Google Play

9 786233 625836

DASAR-DASAR PENGELOLAAN KEUANGAN

Editor : Harini Fajar Ningrum

Reni Febrina
Sita Deliyana Firmialy
Fitriningsih Amalo | Made Dwi Ferayani
Ni Kadek Ayu Trisnadewi | Zainudin Adang Djaha
Budi Wahyu Mahardhika | Irawati HM
Enny Kartini | Triyonowati
Ni Wayan Novi Budiasni | Melinda Rahman

BUNGA RAMPAI

DASAR-DASAR PENGELOLAAN KEUANGAN

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4
Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26
Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

i Penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;

ii Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;

iii Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan

iv Penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

DASAR-DASAR PENGELOLAAN KEUANGAN

Reni Febrina
Sita Deliyana Firmialy
Fitriningsih Amalo
Made Dwi Ferayani
Ni Kadek Ayu Trisnadewi
Zainudin Adang Djaha
Budi Wahyu Mahardhika
Irawati HM
Enny Kartini
Triyonowati
Ni Wayan Novi Budiasni
Melinda Rahman

Penerbit

CV. MEDIA SAINS INDONESIA
Melong Asih Regency B40 - Cijerah
Kota Bandung - Jawa Barat
www.penerbit.medsan.co.id

Anggota IKAPI
No. 370/JBA/2020

DASAR-DASAR PENGELOLAAN KEUANGAN

Reni Febrina
Sita Deliyana Firmialy
Fitriningsih Amalo
Made Dwi Ferayani
Ni Kadek Ayu Trisnadewi
Zainudin Adang Djaha
Budi Wahyu Mahardhika
Irawati HM
Enny Kartini
Triyonowati
Ni Wayan Novi Budiasni
Melinda Rahman

Editor :
Harini Fajar Ningrum

Tata Letak :
Mega Restiana Zendrato

Desain Cover :
Syahrul Nugraha

Ukuran :
A5 Unesco: 15,5 x 23 cm

Halaman :
vi, 183

ISBN :
978-623-362-790-0

Terbit Pada :
November 2022

Hak Cipta 2022 @ Media Sains Indonesia dan Penulis

Hak cipta dilindungi Undang-Undang. Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit atau Penulis.

PENERBIT MEDIA SAINS INDONESIA
(CV. MEDIA SAINS INDONESIA)
Melong Asih Regency B40 - Cijerah
Kota Bandung - Jawa Barat
www.penerbit.medsan.co.id

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan YME, karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga buku ini selesai disusun dan berhasil diterbitkan. Kehadiran Buku Dasar-Dasar Pengelolaan Keuangan ini disusun oleh para akademisi dan praktisi dalam bentuk buku kolaborasi. Walaupun masih jauh dari kesempurnaan, tetapi kami mengharapkan buku ini dapat menjadi referensi atau bahan bacaan dalam menambah khasanah keilmuan khususnya mengenai Dasar-Dasar Pengelolaan Keuangan.

Sistematika penulisan buku ini diuraikan dalam duabelas bab yang memuat tentang Kosep Dasar Manajemen Keuangan, Penilaian Saham dan Obligasi, Manajemen Modal Kerja, Manajmen Kas, Manajemen Piutang, Nilai Waktu Uang, Analisis Rasio dan Kinerja Perusahaan, Analisis Laporan Keuangan, Analisis Arus Kas, Merger dan Akuisisi, Kegagalan Keuangan, dan bab terakhir yaitu Strategi Efektif Mengelola Keuangan.

Ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada seluruh pihak yang telah memberikan kontribusi dalam seluruh rangkaian penyusunan sampai penerbitan buku ini. Secara khusus, terima kasih kepada Media Sains Indonesia sebagai inisiator buku kolaborasi ini. Buku ini tentunya masih banyak kekurangan dan keterbatasan, saran dari pembaca sekalian sangat berarti demi perbaikan karya selanjutnya. Akhir kata, semoga buku ini bermanfaat bagi para pembaca.

Oktober, 2022

Editor.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....i
DAFTAR ISI.....iii
1 KONSEP DASAR MANAJEMEN KEUANGAN.....1
Pendahuluan 1
Pengertian Manajemen Keuangan 2
Tujuan Manajemen Keuangan 3
Fungsi Manajemen Keuangan.....4
Tugas Pokok Manajemen Keuangan.....6
Prinsip Manajemen Keuangan 7
Aktifitas Manajemen Keuangan.....9
Analisis Sumber dan Penggunaan Dana Manajemen Keuangan 9
Tanggung Jawab Manager Keuangan.....11
Etika Bisnis dalam Manajemen Keuangan 12
Lembaga Keuangan dan Lingkungan Manajemen Keuangan 13
2 PENILAIAN SAHAM DAN OBLIGASI 17
Penilaian Saham.....17
Analisis Teknikal 18
Analisis Fundamental.....19
Penilaian Obligasi 23
3 MANAJEMEN MODAL KERJA.....31
Pendahuluan 31
Pengertian 32
Tujuan Modal Kerja 33
Manfaat Modal Kerja.....34

Klasifikasi Modal Kerja 34
Pengkur Modal Kerja.....35
Faktor yang Menentukan Jumlah Modal Kerja 38
Manajemen Modal Kerja 41
4 MANAJEMEN KAS 45
Pengertian Kas.....45
Aliran Kas 45
Faktor yang Mempengaruhi Besarnya Persediaan Kas 46
Motif Penahanan Kas 47
Tujuan Manajemen Kas 47
Model Manajemen Kas 48
Anggaran Kas (Budget Kas).....51
5 MANAJEMEN PIUTANG 57
Pendahuluan 57
Konsep Manajemen Piutang.....58
Fungsi Manjemen Piutang 60
Tujuan Manajemen Piutang 61
Kebijaksanaan Manajemen Piutang 62
Cara Mengelola Piutang Agar Efektif.....64
Cara Mengatasi Piutang Tak Tertagih 65
Cara Mengelola Piutang dengan Alur Siklus Konversi Piutang.....66
Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Piutang.....67
6 NILAI WAKTU UANG 75
Pengertian 75
Manfaat Nlai Waktu atas Uang 77

Nilai Uang Masa Depan (*Future Value*) 77
Nilai Uang Masa Depan dari Suatu Cicilan 81
Nilai Sekarang (*Present Value*).....82
7 ANALISIS RASIO
DAN KINERJA PERUSAHAAN 87
Rasio Keuangan.....87
Pengukuran Rasio Keuangan.....88
Laporan Keuangan dan Rasio
PT. Unilever Indonesia 89
Analisis Rasio Keuangan.....91
Kinerja Laporan Keuangan 100
8 ANALISIS LAPORAN KEUANGAN 105
Definisi Laporan Keuangan.....105
Analisis Laporan Keuangan 107
Jenis – Jenis Rasio Keuangan.....113
9 ANALISIS ARUS KAS.....123
Pengertian 123
Laporan Arus Kas 125
Analisis Arus Kas.....134
10 MERGER DAN AKUISISI 143
Konsep Keuangan Perusahaan
yang Mendasari Akuisisi 143
Alasan untuk Akuisisi.....147
Tiga Struktur Akuisisi Dasar
(*Three Basic Acquisition Structures*) 148
Due Diligence.....151

11 KEGAGALAN KEUANGAN 157
Mengenal Keuangan..... 157
Risiko Keuangan..... 158
Metode Mengatur Keuangan 160
Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri 163
Kesimpulan..... 167
12 STRATEGI EFEKTIF MENGELOLA KEUANGAN..... 171
Pendahuluan 171
Akar Masalah Krisis Uang..... 173
Nilai Kekayaan Bersih..... 174

1

KONSEP DASAR MANAJEMEN KEUANGAN

Reni Febrina, S.E., M.M.

Sekolah Tinggi Ekonomi Syariah – Manna Wa Salwa
Sumatera Barat

Pendahuluan

Manajemen keuangan memiliki artian yang mengalami perkembangan mulai dari pengertian manajemen sebagai kegiatan yang hanya mengutamakan aktivitas memperoleh dana saja sampai yang kepada aktivitas yang mengutamakan aktivitas dalam memperoleh dana dan menggunakan dana serta pengelolaan terhadap suatu aktiva terkhusus dalam penganalisisan sumber dana dan penggunaannya untuk merealisasikan suatu keuntungan maksimum bagi sebuah perusahaan. Oleh karena itu pihak manajemen keuangan harus memahami adanya arus peredaran uang baik secara eksternal maupun internal.

Setiap manusia secara pribadi pasti memiliki manajemen dalam menjalankan aktivitas kehidupannya. Adanya manajemen, diharapkan semua aktivitas dapat dilakukan dengan sistematis, berurutan, dan maksimal sehingga mendapatkan hasil yang baik. Bila seorang individu saja membutuhkan adanya manajemen untuk mengatur kehidupannya, maka sebuah organisasi atau pun perusahaan akan lebih membutuhkan tentang

manajemen untuk mengatur kinerja dari anggota supaya dapat mencapai tujuan yang diinginkan dan mendapatkan hasil kerja yang baik. Dimana salah satu manajemen yang penting ialah dengan adanya manajemen keuangan dalam suatu organisasi atau pun dalam sebuah perusahaan.

Manajemen keuangan juga mengarah pada penentuan jumlah aktiva yang layak dari investasi di berbagai aktiva dan pemilihan sumber-sumber dana untuk membelanjai aktiva tersebut. Maka dalam hal memperoleh dana, manajer keuangan bisa memperolehnya dari dalam maupun dari luar perusahaan dimana sumber dari luar perusahaan berasal dari pasar modal, bisa berbentuk hutang atau modal sendiri.

Pengertian Manajemen Keuangan

Menurut G.R. Terry, manajemen adalah “suatu proses atau kerangka kerja yang melibatkan bimbingan atau pengarahan suatu kelompok orang-orang ke arah tujuan-tujuan organisasional atau maksud-maksud yang nyata”.

Pengertian manajemen keuangan menurut para pakar diuraikan sebagai berikut:

1. Definisi Manajemen Keuangan menurut Bambang Riyanto adalah keseluruhan aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan usaha mendapatkan dana yang diperlukan dengan biaya yang minimal dan syarat-syarat yang paling menguntungkan beserta usaha untuk menggunakan dana tersebut seefisien mungkin.
2. Liefman mengatakan, manajemen keuangan adalah usaha untuk menyediakan uang dan menggunakan uang untuk mendapat atau memperoleh aktiva.Suad Husnan mengatakan manajemen keuangan adalah manajemen terhadap fungsi-fungsi keuangan.

3. Manajemen keuangan menurut Grestenberg adalah "how business are organized to acquire funds, how they acquire funds, how the use them and how the prof ts business are distributed."
4. Sedangkan menurut James Van Horne manajemen keuangan adalah segala aktivitas yang berhubungan dengan perolehan, pendanaan dan pengelolaan aktiva dengan tujuan menyeluruh.

Jadi dapat disimpulkan, bahwa manajemen keuangan adalah suatu kegiatan perencanaan, penganggaran, pemeriksaan, pengelolaan, pengendalian, pencarian dan penyimpanan dana yang dimiliki dan terdapat dalam suatu organisasi atau perusahaan.

Tujuan Manajemen Keuangan

Yang menjadi tujuan manajemen keuangan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Ketika suatu saat perusahaan dijual, maka harga perusahaan tersebut dapat ditetapkan setinggi mungkin. Seorang manajemen juga harus mampu menekan arus peredaran uang agar terhindar dari tindakan yang tidak diinginkan. Manajemen keuangan yang efisien dan efektif memenuhi tujuan yang digunakan sebagai standar dalam memberi penilaian keefisienan dan keefektifan tersebut yaitu, tujuan normatif manajemen keuangan adalah memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yaitu memaksimalkan nilai perusahaan, seperti:

1. Memaksimumkan kemakmuran pemegang saham dapat ditempuh dengan memaksimumkan nilai perusahaan.
2. Pedoman dalam pengambilan keputusan yang mempertimbangkan faktor risiko.

3. Sebuah manajemen harus mempertimbangkan kepentingan pemilik, kreditor dan pihak lain yang berkaitan dengan perusahaan.
4. Upaya memaksimalkan kemakmuran pemegang saham lebih menekankan pada aliran kas dari pada laba bersih dalam pengertian akuntansi.
5. Selalu memperhatikan sosial objectives dan kewajiban sosial, seperti lingkungan eksternal, keselamatan kerja, dan keamanan produk.

Fungsi Manajemen Keuangan

Fungsi manajemen keuangan tercakup dalam fungsi-fungsi keuangan perusahaan meliputi bagaimana memperoleh dana dan bagaimana menggunakan dana tersebut. Manajer keuangan berkepentingan dalam penentuan jumlah aktiva yang layak dari sebuah investasi pada berbagai aktiva dan memilih sumber-sumber dana untuk membelanjai aktiva tersebut. Kegiatan penting lain yang harus dilakukan manajer keuangan menyangkut empat aspek, yang pertama dalam perencanaan dan perkiraan, di mana manajer keuanagan harus bekerja sama dengan para manajer yang ikut bertanggung jawab atas perencanaan umum perusahaan, yang kedua manajer keuangan harus memusatkan perhatian pada berbagai keputusan investasi dan pembiayaannya, serta segala hal yang berkaitan dengannya, yang ketiga manajer keuangan harus bekerja sama dengan para manajer lain diperusahaan agar perusahaan dapat beropersi seefisien mungkin dan yang keempat menyangkut penggunaan pasar uang dan pasar modal.

Di dalam manajemen keuangan terdapat kegiatan yang merencanakan, melaksanakan dan mengendalikan pemanfaatan sumber daya keuangan dalam kegiatan entitas secara efisien dan efektif, dalam kerjasama secara terpadu dengan fungsi-fungsi lainnya seperti riset dan

penelitian, produksi, pemasaran dan sumberdaya manusia. Sehingga dalam menjalankan fungsinya, tugas manajer keuangan berkaitan langsung dengan keputusan pokok perusahaan dan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kegiatan manajemen keuangan dalam suatu perusahaan sangat berperan penting dalam menjalankan fungsinya dalam berbagai kegiatan keuangan, berikut adalah penjelasan singkat dari fungsi-fungsi manajemen keuangan, yaitu:

1. Fungsi perencanaan keuangan, berfungsi untuk membuat rencana pemasukan dan pengeluaran serta kegiatan-kegiatan lainnya untuk periode tertentu.
2. Fungsi penganggaran keuangan, berfungsi menjadi tindak lanjut dari perencanaan keuangan dengan membuat detail pengeluaran dan pemasukan.
3. Fungsi pengelolaan keuangan, berfungsi dalam penggunaan dana untuk memaksimalkan dana yang ada dengan berbagai cara.
4. Fungsi pencarian keuangan, berfungsi mencari dan mengeksploitasi sumber dana yang ada untuk operasional kegiatan perusahaan.
5. Fungsi penyimpanan keuangan, berfungsi mengumpulkan dana perusahaan serta menyimpan dana tersebut dengan aman.
6. Fungsi pengendalian keuangan, berfungsi untuk melakukan evaluasi serta perbaikan atas keuangan dan sistem keuangan pada perusahaan.
7. Fungsi pemeriksaan keuangan, Daeriberfungsi untuk melakukan audit internal atas keuangan perusahaan yang ada agar tidak terjadi penyimpangan.

Dari beberapa fungsi manajemen keuangan dapat disimpulkan bahwa fungsi tersebut menyangkut kegiatan perencanaan, analisis, dan pengendalian kegiatan

keuangan. Di dalam perusahaan, kegiatan tersebut tidak terbatas pada "Bagian Keuangan". Seorang manajer keuangan perlu memperoleh dana dari pasar keuangan atau financial market. Dimana dana yang diperoleh kemudian diinvestasikan pada berbagai aktiva perusahaan, untuk mendanai kegiatan perusahaan. Kegiatan memperoleh dana berarti perusahaan menerbitkan aktiva finansial, maka kegiatan menanamkan dana membuat perusahaan memiliki aktiva riil.

Dalam aktivitas menanamkan dana atau investasi, perusahaan mengharapkan adanya perolehan hasil yang lebih besar dari pengorbanannya yang diharapkan akan memperoleh keuntungan. Dimana laba yang diperoleh perlu diputuskan untuk dikembalikan ke pemilik dana (pasar keuangan), atau diinvestasikan kembali ke perusahaan.

Tugas Pokok Manajemen Keuangan

Keputusan tentang investasi, pembiayaan kegiatan usaha dan pembagian deviden suatu perusahaan merupakan tugas pokok manajemen. Tugas manajer keuangan adalah merencanakan untuk memaksimumkan nilai perusahaan dan kegiatan penting lain yang harus dilakukan manajer keuangan menyangkut empat aspek, yaitu:

1. Perencanaan dan peramalan, di mana manajer keuangan harus bekerja sama dengan para manajer lain yang ikut bertanggung jawab atas perencanaan umum perusahaan.
2. Seorang manajer keuangan harus memusatkan perhatian pada berbagai keputusan investasi dan pembiayaan, serta segala hal yang berkaitan dengannya.

3. Dalam Aktivitasnya seorang manajer keuangan harus bekerja sama dengan para manajer lain di perusahaan agar perusahaan dapat beroperasi seefisien mungkin.
4. Menyangkut penggunaan pasar uang dan pasar modal, manajer keuangan menghubungkan perusahaan dengan pasar keuangan, di mana dana dapat diperoleh dan surat berharga perusahaan dapat diperdagangkan.

Tugas pokok manajer keuangan berkaitan dengan keputusan investasi dan pembiayaannya sehingga dalam menjalankan fungsinya, tugas manajer keuangan berkaitan langsung dengan keputusan pokok perusahaan dan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Prinsip Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan bukan hanya pembahasan seputar pencatatan akuntansi. Manajemen Keuangan merupakan bagian penting dari manajemen program yang tidak boleh dipandang sebagai suatu aktivitas tersendiri dan menjadi bagian dari pekerjaan bagian keuangan.

Terdapat 7 prinsip dari manajemen keuangan yang harus diperhatikan.

1. Konsistensi (*consistency*)

   Kebijakan keuangan dari organisasi harus konsisten dari waktu ke waktu,hal ini berarti sistem keuangan tidak boleh disesuaikan apabila terjadi perubahan di organisasi. Pendekatan yang tidak konsisten terhadap manajemen keuangan merupakan suatu tanda bahwa manipulasi di pengelolaan keuangan.

2. Akuntabilitas(*accountability*)

   Sebuah organisasi harus dapat menjelaskan bagaimana dia menggunakan sumber dayanya dan apa yang telah dia capai sebagai pertanggungjawaban

kepada pemangku kepentingan dan penerima manfaat. Akuntabilitas merupakan kewajiban, moral atau hukum, yang melekat pada individu, kelompok atau organisasi.

3. Transparansi (*transparancy*)

   Dalam sebuah organisasi harus terbuka berkaitan dengan pekerjaannya, menyediakan informasi berkaitan dengan rencana dan aktivitasnya kepada para pemangku kepentingan termasuk menyiapkan laporan keuangan yang akurat, lengkap, tepat waktu serta dapat dengan mudah di akses oleh pemangku kepentingan dan penerima manfaat. Bila organisasi tidak transparan, hal ini mengindikasikan ada sesuatu hal yang disembunyikan.

4. Kelangsungan hidup (*integrity*)

   Supaya keuangan jelas pengeluarannya, maka organisasi ditingkat strategis maupun operasional harus sejalan atau disesuaikan dengan dana yang diterima. Kelangsungan hidup perusahaan atau (viability) merupakan suatu ukuran tingkat keamanan dan keberlanjutan keuangan organisasi.

5. Integritas (*integrity*)

   Dalam pelaksanaan kegiatan operasionalnya, semua individu yang terlibat harus mempunyai integritas yang baik. Laporan dan catatan keuangan harus tetap dijaga integritasnya melalui kelengkapan dan keakuratan pencatatan keuangan.

6. Pengelolaan (*stewardship*)

   Sebuah Organisasi harus mampu mengelola dengan baik dana yang telah diperoleh dan menjamin bahwa dana tersebut digunakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

7. Standar akuntansi (*accounting standarts*)

   Dalam standar akuntansi yang akurat sebuah sistem akuntansi dan keuangan yang digunakan organisasi harus sesuai dengan prinsip dan standar akuntansi yang berlaku umum.

Aktifitas Manajemen Keuangan

Terkait dengan sebuah aktivitas penggunaan dana dapat diartikan bahwa aktivitas untuk menginvestasikan dana pada berbagai aktiva. Alokasi dana tersebut bisa berbentuk *financial aset* (aktiva finansial) yaitu selembar kertas berharga yang mempunyai nilai pasar karena mempunyai hak memperoleh penghasilan, contohnya: surat berharga seperti saham, sertifikat deposito, atau obligasi dan aktiva riil yaitu aktiva nyata: tanah, bangunan, peralatan.

Aktivitas untuk mendapatkan sumber dana, baik dari sumber dana internal maupun sumber dana eksternal perusahaan disebut sebagai aktivitas perolehan dana.

Sedangkan Aktivitas pengelolaan aktiva, yaitu setelah dana diperoleh dan dialokasikan ke dalam bentuk aktiva, maka dana harus dikelola seefisien mungkin.

Analisis Sumber dan Penggunaan Dana Manajemen Keuangan

Analisis sumber dan penggunaan dana merupakan suatu hal yang sangat penting bagi manajemen keuangan. Analisis ini sangat bermanfaat untuk mengetahui bagaimana dana digunakan dan darimana asal perolehan dana tersebut. Adanya laporan yang menggambarkan asal sumber dana dan penggunaan dana menggunakan alat analisis yang dapat digunakan untuk mengetahui kondisi dan penilaian keuangan perusahaan dengan menggunakan analisis rasio dan proporsional.

Langkah awal dalam analisis sumber dan penggunaan dana adalah menyusun laporan perubahan yang disusun atas dasar dua neraca untuk dua waktu. Laporan tersebut akan menggambarkan perubahan dari masing-masing elemen yang mencerminkan adanya sumber atau penggunaan dana tersebut.

Rasio keuangan yang dihitung bisa dikelompokkan menjadi enam jenis yaitu:

1. Rasio likuiditas, digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban finansial jangka pendeknya.
2. Rasio leverage, digunakan untuk mengukur seberapa banyak dana yang disuplai oleh pemilik perusahaan dalam proporsinya dengan dana yang diperoleh dari kreditur perusahaan.
3. Rasio aktivitas, rasio ini digunakan untuk mengukur efektivitas manajemen dalam menggunakan sumber dayanya. Rasio aktivitas melibatkan perbandingan antara tingkat penjualan dan investasi pada berbagai jenis harta.
4. Rasio profitabilitas, rasio ini digunakan untuk mengukur efektivitas manajemen yang dilihat dari laba yang dihasilkan terhadap penjualan dan investasi perusahaan.
5. Rasio pertumbuhan, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa baik perusahaan mempertahankan posisi ekonominya pertumbuhan ekonomi dan industri.
6. Rasio penilaian, rasio penilaian ini merupakan ukuran prestasi perusahaan yang paling lengkap oleh karena rasio tersebut mencerminkan kombinasi pengaruh dari rasio risiko dengan rasio hasil pengembalian.

Tanggung Jawab Manager Keuangan

Dalam manajemen keuangan tercakup adanya tugas dan tanggung jawab dari seorang manajer keuangan. Suksesnya suatu perusahaan dipengaruhi oleh kemampuan Manajer Keuangan untuk beradaptasi terhadap perubahan, meningkatkan dana perusahaan sehingga kebutuhan perusahaan dapat terpenuhi, investasi dalam aset-aset perusahaan dan kemampuan mengelolanya secara bijaksana. Jika perusahaan dapat dikembangkan dengan baik oleh Manajer Keuangan, maka pada gilirannya kondisi perekonomian secara keseluruhan juga menjadi lebih baik Seandainya secara lebih luas dana-dana dialokasikan secara tidak tepat, maka pertumbuhan ekonomi menjadi lambat..

Asapun tugas pokok manajemen keuangan meliputi keputusan tentang investasi, pembiayaan kegiatan usaha dan pembagian deviden suatu perusahaan, dengan demikian tugas manajer keuangan adalah merencanakan untuk memaksimumkan nilai perusahaan. Tugas dan tanggung jawab Manajemen Keuangan berlainan di setiap perusahaan, tugas pokok manajemen keuangan antara lain : keputusan tentang investasi, pembiayaan kegiatan usaha dan pembagian dividen suatu perusahaan.

Seorang manajer keuangan mempunyai tanggung jawab yang besar terhadap apa yang telah dilakukannya dan keputusan keuangan yang menjadi tanggung jawab manajer keuangan dikelompokkan ke dalam tiga jenis:

1. Mengambil keputusan investasi/pembelanjaan aktif (investment decision) menyangkut masalah pemilihan investasi yang diinginkan dari sekelompok kesempatan yang ada, memilih satu atau lebih alternatif investasi yang dinilai paling menguntungkan.

2. Mengambil keputusan pendanaan/pembelanjaan pasif (financing decision) menyangkut masalah pemulihan berbagai bentuk sumber dana yang tersedia untuk melakukan investasi, memilih satu atau lebih alternatif pembelanjaan yang menimbulkan biaya paling muarh.
3. Mengambil keputusan dividen (dividend decision) menyangkut masalah penentuan besarnya persentase dari laba yang akan dibayarkan sebagai dividen tunai kepada para pemegang saham, stabilitas pembayaran dividen, pembagian saham dividen dan pembelian kembali saham-saham.

Etika Bisnis dalam Manajemen Keuangan

Etika Bisnis dalam manajemen keuangan dalam konteks pembahasan ini berhubungan dengan penganggaran. Yang dimaksud anggaran adalah suatu rencana yang disusun secara sistematis, meliputi seluruh kegiatan bank yang dinyatakan dalam unit (kesatuan) moneter yang berlaku untuk jangka waktu tertentu di masa mendatang. Sebuah anggaran berkaitan dengan manajemen keuangan yang berkaitan dengan waktu realisasi, maka biasanya disebut dengan perencanaaan keuangan (*budgetting*).

Perencana keuangan yaitu rencana keuangan lembaga bisnis yang merupakan terjemahan program kerja lembaga bisnis ke dalam sasaran-sasaran (target) keuangan yang ingin dicapai dalam kurun waktu tertentu. Sebuah penganggaran merupakan langkah-langkah yang menjadi dasar bagi penetapan strategi bisnis. Anggaran merupakan sebuah perencanaan strategi unit bisnis yang berkaitan dengan masalah keuangan lembaga bisnis.

Lembaga Keuangan dan Lingkungan Manajemen Keuangan

Sebuah lembaga keuangan di dunia keuangan dianggap sebagai pelaku lembaga yang menyediakan jasa keuangan bagi nasabahnya, dimana pada umumnya lembaga ini diatur oleh regulasi keuangan dari pemerintah . Bentuk dari lembaga keuangan ini adalah termasuk perbankan , *building society* (sejenis koperasi diInggris) , *Credit Union* , pialang saham, aset manajemen, modal ventura, koperasi , asuransi , dana pensiun , dan bisnis serupa lainnya.

Di Indonesia lembaga keuangan ini terbagi kedalam 2 kelompok yaitu lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan bukan bank (asuransi, pegadaian, dana pensiun, reksa dana, dan bursa efek). Adapun fungsi dari lembaga keuangan ini menyediakan jasa sebagai perantara antara pemilik modal dan pasar utang yang bertanggung jawab dalam penyaluran dana dari investor kepada perusahaan yang membutuhkan dana tersebut. Lembaga keuangan inilah yang memfasilitasi arus peredaran uang dalam perekonomian, dimana uang dari investor secara individu dikumpulkan dalam bentuk tabungan sehingga risiko dari para investor ini bisa beralih pada lembaga keuangan yang setelah itu akan menyalurkan dana tersebut dalam bentuk pinjaman utang kepada yang membutuhkan. Hal ini merupakan tujuan utama dari lembaga penyimpan dana untuk menghasilkan pendapatan. Lembaga keuangan adalah suatu badan yang bergerak dibidang keuangan untuk menyediakan jasa bagi nasabah atau masyarakat. Lembaga Keuangan mempunyai tugas utama sebagai lembaga yang mampu menghimpun dana dari nasabah dan masyarakat atau sebagai lembaga yang menyalurkan dana pinjaman untuk nasabah atau masyarakat.

Daftar Pustaka

Admadjaya Lukas, 2008, *Manajemen Keuangan dan Aplikasi*, Penerbit: Andi Ofset, Edisi Revisi, Jakarta 2008

Bringham, E.F. & Houston, J.F. 2001. Manajemen Keuangan. Edisi Kedelapan. Erlangga. Jakarta

David Wijaya, (2017). "Manajemen Keuangan Konsep dan Penerapannya". Jakarta: PT. Grasindo.

Harahap, Sofyan S. 2007. Analisis Kritis atas Laporan Keuangan. Edisi Kesatu. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Harmono, 2009, *Manajemen Keuangan*, Edisi 1, Penerbit : Bumi Aksara, Jakarta.

Horne, J.C.V. & Wachowicz, J.M. 2005. Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan. Edisi 12 (diterjemahkan oleh Fitriasari, D & Kwary, D.A). Salemba Empat. Jakarta

I Made Sudana, (2017). "Manajemen Keuangan Teori dan Praktik". Malang: Airlangga University Press.

Jusuf, Jopie. (2007), "Analisis Kredit Untuk Account Officer". Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Kasmir, (2010). "Pengantar Manajemen Keuangan, Edisi Kedua". Jakarta:

Prenadamedia Group.

Moeljadi. 2006. Manajemen Keuangan. Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif, Edisi Pertama. Bayu Media Publishing, Malang.

Munawir, S. 2007. Analisa Laporan Keuangan. Edisi Keempat. Liberty. Yogyakarta.

Raharjaputra, Hendra. (2009). "Manajemen Keuangan dan Akuntansi". Jakarta: Salemba Empat.

Sutrisno, 2001, *Manajemen Keuangan*, Penerbit : BPFI-UGM

Sugiono, Arief. 2009. Manajemen Keuangan Untuk Praktisi Keuangan. Grasindo. Jakarta.

Sutrisno. 2003. Manajemen Keuangan. Teori konsep dan aplikasi, edisi pertama EKONISIA. Yogyakarta.

Profil Penulis

Reni Febrina, S.E., M.M.

Lahir di Bukittinggi pada tahun 1980 dan sekarang berprofesi sebagai dosen tetap di Jurusan Ekonomi Syariah, Sekolah Tinggi Ekonomi Syariah Manna Wa Salwa- Tanah Datar Sumatera Barat. Menyelesaikan S1 bidang Ilmu Ekonomi Manajemen dan memperoleh gelar kesarjanaan di Universitas Bung Hatta Padang, Sumatera Barat pada tahun 2005. Pada tahun 2011 meraih gelar Master dalam bidang ilmu Ekonomi Manajemen pada Universitas Negeri Padang (UNP).

Selain sebagai dosen tetap pada saat ini juga aktif mengajar di beberapa perguruan tinggi di Sumatera Barat sebagai Dosen Luar Biasa dan tulisannya pernah dimuat di beberapa media, dan jurnal. Juga aktif sebagai penulis di website Ekonomi dan bisnis (www.azhabibisnis.com) dengan berbagai tema, mulai dari tema mengenai ekonomi, bisnis, manajemen, dan umum sebagai wadah untuk penulis berbagi ilmu dan pengetahuan.

Memiliki kepribadian yang baik dan mempunyai semangat untuk terus mengembangkan diri dengan terus belajar mengenai hal-hal baru yang bersifat membangun dan Motto dalam pendidikan adalah ”Jangan berhenti untuk terus menggali ilmu lebih dalam, dan berbagilah dengan orang lain supaya ilmu tersebut lebih bermanfaat untuk diri kita dan diri orang lain”.

Untuk tujuan akademik bisa dihubungi melalui email: reniazhabi@gmail.com.

2

PENILAIAN SAHAM DAN OBLIGASI

Dr. Sita Deliyana Firmialy, S.E., M.S.M.
Telkom University

Penilaian Saham

Penilaian saham memberikan manfaat mendasar kepada seorang investor, maupun calon investor dengan membantu memberikan hasil analisis akan tingkat resiko dan tingkat return dari saham yang dinilai sehingga dapat mempermudah dalam proses pembuatan keputusan. Melalui penilaian saham maka seorang investor maupun calon investor mampu memprediksi nilai harga pasar di masa depan (harga pasar potensial) serta apakah return yang kedepannya akan dihasilkan ini apakah akan sesuai dengan target return yang diharapkan.

Saham merupakan surat berharga yang diterbitkan oleh suatu perusahaan emiten, dimana pada lembar surat berharga tersebut tercantum pernyataan akan adanya hak kepemilikan atas aset-aset perusahaan. Saham sendiri memberikan imbalan berupa dividen dan capital gain kepada investor saham. Seorang investor saham memiliki hak kepemilikan yang tercermin dalam *voting right* yang dimiliki, dimana semakin besar kepemilikan saham tersebut maka semakin besar pula hak dari pemegang saham tersebut untuk mengontrol perusahaan. Selain hak kepemilikan, seorang investor saham memiliki hak prioritas untuk dapat membeli saham baru yang

diterbitkan oleh perusahaan, atau yang disebut dengan *preemptive right*, yang mampu memberikan manfaat terutama dalam melindungi hak kontrol investor serta dapat menghindari terjadinya *dilution of value*.

Saham merupakan alat instrumen keuangan yang digunakan terutama untuk tujuan investasi maupun pendanaan jangka panjang perusahaan. Saham ini sendiri terutama diperdagangkan di pasar IPO (untuk saham perusahaan yang pertama kali ditawarkan kepada publik, untuk meningkatkan ekuitas perusahaan dan dilakukan antara pihak emiten perusahaan dengan investor), pasar primer (untuk perdagangan saham tambahan dari perusahaan publik, terutama untuk tujuan ekuitas baru perusahaan, antara pihak emiten dengan pihak investor) serta di pasar sekunder (untuk saham perusahaan yang sudah diperdagangkan selama beberapa waktu, antara sesama investor).

Melalui penilaian saham dapat ditentukan nilai intrinsik (nilai dasar / nilai fundamental) dari saham. Metode yang umumnya dilakukan untuk menghitung nilai intrinsik ini adalah dengan menggunakan analisis fundamental (analisis komprehensif yang dilakukan dengan menggunakan data-data historis keuangan perusahaan) serta analisis teknikal (analisis komprehensif yang dilakukan dengan mengacu kepada data historis harga dan volume penjualan perdagangan saham).

Analisis Teknikal

Analisis teknikal memberikan gambaran akan nilai saham dengan menganalisis data historis harga dan volume penjualan perdagangan saham. Metode ini umumnya dilakukan oleh para trader saham dengan menggunakan berbagai alat dan indikator untuk menilai fluktuasi harga saham dalam rentang waktu tertentu. Melalui analisis teknikal ini dapat dimodelkan pola-pola mendasar yang

menjadi acuan dalam melakukan proses pembelian maupun penjualan saham. Analisa teknikal ini selain dapat digunakan pada saham, juga dapat digunakan pada proses analisis sekuritas forex, komoditas, spot, futures dan sebagainya. Analisa teknikal umumnya dilakukan dengan membandingkan grafik (*chart*), dimana dari grafik ini dapat diketahui nilai harga pembukaan, harga penutupan, harga tertinggi maupun harga terendah. Chart yang paling banyak dipakai seperti *candlestick*, popular karena selain sangat informatif, juga penyajiannya relatif mudah untuk dibaca.

Melalui analisis teknikal ini dapat diketahui fenomena trend dari harga saham tersebut, apakah kondisi dari harga saham tersebut sedang dalam kondisi *uptrend* (cenderung naik dan memiliki nilai tren positif), kondisi *downtrend* (cenderung turun dan memiliki nilai tren negative), ataukah sedang dalam kondisi *sideways* (cenderung flat dan memiliki nilai tren datar).

Analisis Fundamental

Analisis fundamental memberikan gambaran akan nilai saham dengan berdasarkan kepada tiga aspek analisis utama, yaitu analisis ekonomi dan pasar modal, analisis perspektif industri, serta analisis perusahaan. Analisis ekonomi dilakukan dengan menganalisis korelasi antara perusahaan dengan variabel ekonomi makro dari suatu negara (seperti tingkat inflasi, besarnya jumlah pengangguran, tingkat kurs valuta asing, Produk Domestik Bruto (PDB) suatu negara, tingkat bunga serta jumlah investasi swasta yang ada di negara tersebut). Analisis ini dilakukan untuk mendeteksi sejauh mana tingkat pengaruh antara perubahan variabel-variabel makro tersebut terhadap suatu perusahaan.

Analisis industri mampu memberikan gambaran akan struktur industri secara menyeluruh, dimana melalui analisis industri ini pun dapat pula memberikan saran industri yang menjadi prioritas serta mampu memberikan keuntungan lebih kepada investor. Melalui analisis industri ini dapat dilakukan pemetaan kepada industri dengan berdasarkan kepada tingkat resiko masing-masing industri dan tingkat pengembalian yang diharapkan (*return*) dari masing-masing industri. Analisis industri mampu membantu memberikan saran kepada investor dengan mengidentifikasi peluang investasi yang mampu meminimalkan resiko bagi investor serta mengidentifikasi kelompok industri mana saja yang memiliki kombinasi tingkat resiko-keuntungan yang terbaik.

Analisis fundamental saham dapat dilakukan dengan mengacu kepada dua pendekatan dasar, yaitu pendekatan rasio harga terhadap *earning* (*Price Earning Ratio* / PER) serta pendekatan nilai sekarang (*present value approach*). Pendekatan rasio harga terhadap earning (*Price Earning Ratio* / PER) menyajikan perhitungan harga intrinsik saham dengan menunjukkan sejauh mana investor menilai harga saham dari kelipatan laba yang dilaporkan oleh perusahaan. Formula yang dapat digunakan untuk menilai *Price Earning Ratio* (PER) ini adalah:

$$Price\ Earning\ Ratio\ (PER) = \frac{Harga\ per\ lembar\ saham}{Laba\ per\ lembar\ saham}$$

Analisis perhitungan nilai intrinsik saham dengan pendekatan nilai sekarang (*present value approach*) dapat dilakukan dengan menggunakan model *Discounted Cash Flow* (DCF) dan model *Dividend Discounted Model* (DDM). Pendekatan nilai sekarang menyajikan perhitungan harga intrinsik saham dengan mendiskontokan semua aliran

kas yang diharapkan di masa datang dengan menggunakan tingkat diskonto sebesar tingkat return yang diharapkan investor, dimana nilai intrinsik dari saham tersebut kedepannya akan sama dengan nilai diskonto semua aliran kas yang akan diterima investor tersebut di masa mendatang.

$$V_O = \sum_{t=1}^{n} \frac{CF_t}{(1 + k_t)^t}$$

Dimana Vo merupakan nilai sekarang dari suatu saham, CF_t merupakan aliran kas yang diharapkan pada periode t, k_t merupakan nilai return minimum yang disyaratkan oleh investor pada periode t, serta n merupakan jumlah periode aliran kas.

Pendekatan nilai sekarang dapat pula menyajikan perhitungan harga saham dengan menjumlahkan total diskonto semua aliran dividen yang akan diterima perusahaan di masa mendatang, baik untuk perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan konstan, tingkat pertumbuhan tidak konstan maupun bagi perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan nol. Model pertumbuhan nol berasumsi bahwa nilai dividen yang akan dibayarkan oleh perusahaan memiliki nilai yang tetap sehingga tidak akan mengalami pertumbuhan nilai. Formula untuk menghitung nilai saham dengan pendekatan ini adalah:

$$P_o = \frac{D_o}{k}$$

Dimana nilai P_o adalah nilai intrinsik saham, nilai D_o adalah nilai dividen yang akan diterima di masa datang, dan k adalah nilai tingkat return minimum yang disyaratkan oleh investor.

Model pertumbuhan konstan berasumsi bahwa dividen yang akan dibayarkan akan mengalami nilai pertumbuhan konstan selama waktu yang tidak terbatas. Formula untuk menghitung harga intrinsik saham yang memiliki nilai pertumbuhan konstan ini adalah:

$$P_o = \frac{D_1}{k - g}$$

Dimana nilai P_o adalah nilai intrinsik harga saham, nilai D_1 adalah nilai dividen di tahun pertama ($D_1 = D_o\ (1+g)$), nilai k adalah nilai *return* minimum yang disyaratkan oleh investor, serta nilai g adalah nilai rate pertumbuhan konstan dari perusahaan tersebut.

Selain model pertumbuhan konstan, terdapat pula model perhitungan nilai harga saham perusahaan yang memiliki nilai pertumbuhan tidak konstan. Model ini terutama dapat digunakan untuk menghitung nilai instrinsik perusahaan yang memiliki nilai pertumbuhan positif selama beberapa tahun sebelumnya (performa perusahaan meningkat) akan tetapi setelah beberapa waktu kemudian nilai pertumbuhan perusahaan tersebur menjadi semakin negatif (menurun terus). Formula untuk menghitung harga instrinsik saham yang memiki nilai pertumbuhan tidak konstan ini adalah:

$$P_O = \sum_{t=1}^{n} \frac{Do\ (1 + g_1)^t}{(1 + k)^t} + \frac{Dn\ (1 + g_c)}{k - g_c}\ \frac{1}{(1 + k)^n}$$

Dimana nilai P_o adalah nilai intrinsik harga saham yang sedang diperhitungkan, nilai D_o adalah nilai dividen tahun pertama (waktu sekarang), nilai g_1 adalah nilai pertumbuhan dividen supernormal (meningkat selama beberapa tahun awal), nilai D_n adalah nilai dividen pada akhir pertumbuhan supernormal, nilai g_c adalah nilai

pertumbuhan dividen secara normal, nilai n adalah jumlah tahun selama pembayaran dividen supernormal, serta nilai k adalah tingkat *return* minimum yang disyaratkan oleh investor.

Penilaian Obligasi

Penilaian obligasi dilakukan dengan tujuan untuk menentukan nilai intrinsik dari obligasi dengan mendiskotokan semua aliran kas yang berasal dari pembayaran kupon dimasa yang akan datang, serta ditambah pelunasan obligasi sebesar nilai par, pada saat akhir kontrak jatuh tempo (*maturity date*).

$$Harga\ Obligasi = \sum_{t=1}^{T} \frac{Kupon}{(1+r)^t} + \frac{Par\ Value}{(1+r)^t}$$

Dimana nilai kupon adalah besarnya kupon yang dibayarkan obligasi sesuai kontrak, nilai r adalah tingkat suku bunga pasar, serta nilai T adalah durasi waktu obligasi dari mulai awal kontrak hingga mencapai maturitas.

Obligasi adalah merupakan instrumen sekuritas yang memiliki profil resiko berbeda dengan saham, dimana obligasi merupakan sekuritas yang memberikan keuntungan selain dalam bentuk *capital gain / yield* (profit) dari hasil trading obligasi, serta juga dalam bentuk *interest* (kupon) dalam jumlah tetap sesuai dengan waktu yang tertera dalam kontrak obligasi. Sedangkan untuk saham (terutama saham biasa) akan memberikan profit berupa *capital gain* dari hasil *trading* saham, serta dividen yang akan dibayarkan oleh perusahaan kepada investor sesuai dengan keputusan dari manajemen perusahaan. Obligasi merupakan salah satu instrumen keuangan pendapatan tetap yang memiliki tingkat resiko moderat,

dibandingkan dengan saham yang memiliki tingkat resiko lebih berfluktuatif.

Terdapat tiga tipe obligasi yang beredar di pasar, yaitu : (1) *Premium bonds*, dimana merupakan jenis obligasi yang dijual dengan harga lebih tinggi daripada nilai nominalnya. Pada jenis obligasi ini nilai keuntungan sampai *maturity date* lebih kecil daripada nilai kuponnya. (2) *Discount bonds*, dimana merupakan jenis obligasi yang dijual dengan harga lebih rendah daripada nilai nominalnya. Pada jenis obligasi ini nilai keuntungan sampai *maturity date* lebih besar daripada nilai kuponnya. (3) *Par bonds*, dimana merupakan jenis obligasi yang dijual dengan harga sama dengan nilai nominalnya, serta nilai keuntungan yang diperoleh sampai *maturity date (yield to maturity)* dari obligasi ini memiliki nilai yang sama dengan nilai kuponnya.

Mengacu kepada perbandingan antara tingkat bunga minimum yang disyaratkan oleh investor serta tingkat kupon obligasi tersebut, maka harga obligasi dapat dijual seharga nilai nominalnya (disebut dijual sebesar nilai par), diatas nilai nominalnya (disebut dijual premium), serta dibawah nilai nominalnya (disebut dijual discount).

Harga obligasi seringkali dijelaskan dalam bentuk persentase, dimana nilai dasar yang digunakan adalah 100. Jika suatu obligasi dijual dengan harga 100/100 maka obligasi tersebut dijual at par, sedangkan jika obligasi tersebut dijual dengan harga 96/100 maka obligasi tersebut dijual dengan harga *discount*. Apabila obligasi tersebut dijual dengan harga 103/100 maka obligasi tersebut dijual dengan harga premium.

Harga obligasi akan sangat terkait dengan besarnya nilai keuntungan minimum yang disyaratkan oleh investor (atau disebut *yield* obligasi). Jika nilai *yield* dijaga konstan, maka akan terdapat perubahan nilai yang

bervariasi pada obligasi yang dijual dengan harga *discount* dan harga premium. Pada jenis *premium bond*, akan terjadi penurunan nilai sepanjang waktu hingga nilainya mencapai nilai par di akhir kontrak. Pada jenis *discount bond*, akan terjadi peningkatan nilai secara kontinyu sampai akhirnya mencapai nilai par di akhir kontrak. Sedangkan pada jenis *at par bond*, nilai obligasi tersebut akan bertahan sebesar nilai par.

Perubahan harga obligasi akibat perubahan tingkat bunga pasar sangat dipengaruhi oleh maturitas dan tingkat kupon dari obligasi, dimana apabila terjadi kenaikan tingkat bunga pasar maka harga obligasi yang memiliki durasi hingga maturitas lebih lama akan mengalami penurunan harga yang lebih besar dibandingkan dengan obligasi yang mempunyai maturitas yang lebih pendek. Begitu pula sebaliknya, jika terjadi penurunan pada suku bunga pasar maka harga obligasi yang memiliki maturitas lebih lama akan mengalami kenaikan harga yang lebih besar dibandingkan dengan obligasi yang memiliki maturitas lebih pendek.

Perubahan tingkat bunga pasar juga mampu memberikan pengaruh pada tingkat kupon yang diterima obligasi tersebut. Tingkat perubahan suku bunga pasar yang berfluktuatif mampu memberikan pengaruh yang lebih nyata pada harga nilai obligasi yang memiliki tingkat kupon lebih rendah, dibandingkan dengan jenis obligasi yang menawarkan tingkat kupon yang lebih tinggi.

Pengukuran resiko pada obligasi dapat dilakukan dengan menghitung durasi dari obligasi tersebut. Durasi mengukur jumlah rata-rata tertimbang aliran kas obligasi hingga tanggal maturitas dengan berdasarkan konsep nilai sekarang, dimana melalui durasi ini dapat pula diketahui seberapa lama waktu yang diperlukan untuk dapat mengembalikan nilai obligasi tersebut. Besar durasi dari suatu obligasi sangat dipengaruhi oleh tiga faktor

utama, yaitu maturitas obligasi, jumlah kupon obligasi dan nilai *yield to maturity* (YTM). Formula untuk menghitung nilai durasi dari suatu obligasi adalah:

$$Durasi\ Macaulay\ (D) = \sum_{t=1}^{n} \frac{PV(CF_t)}{P}\ x\ t$$

Dimana nilai P adalah harga pasar dari obligasi, nilai $PV(CF_t)$ adalah nilai sekarang dari aliran kas pada periode t yang didiskontokan pada tingkat YTM, nilai t adalah periode dimana aliran kas diharapkan akan diterima, serta n adalah jumlah periode sampai *maturity date*.

Durasi merupakan salah satu instrumen utama yang dapat membantu mengukur sensitivitas dari harga obligasi terhadap fluktuasi dari nilai suku bunga pasar. Melalui durasi ini pula dapat dilakukan pemetaan untuk dapat menjelaskan secara lebih spesifik akan berbagai perbedaan antara umur efektif dari berbagai alternatif pilihan sekuritas obligasi.

Daftar Pustaka

Aprilia, A. A., Handayani, S. R., & Hidayat, R. R. (2016). Analisis Keputusan Investasi Berdasarkan Penilaian Harga Saham (Studi Menggunakan Analisis Fundamental dengan Pendekatan Price Earing Ratio (PER) Pada Saham Sektor Pertambangan yang Listing di BEI Periode 2012-2014). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol, 32, 58-65.

Armereo, C. (2018). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Price Earning Ratio Sebagai Dasar Penilaian Saham. Jurnal Kompetitif, 7(1).

Ayuningsih, F. K., & Handayani, S. R. (2018). Analisis penetapan harga intrinsik saham untuk pembuatan keputusan investasi dalam saham dengan menggunakan dividend discount model (studi pada perusahaan sub sektor konstruksi dan bangunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015–2017). Jurnal Administrasi Bisnis, 65(1), 55-64.

Budi, P. (2021). ANALISIS NILAI INTRINSIK SAHAM DAN KEPUTUSAN INVESTASI SECARA FUNDAMENTAL DENGAN METODE PRICE EARNING RATIO (PER) DAN PRICE TO BOOK VALUE (PBV)(Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Perbankan yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2019) (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).

Erwin Dyah Astawinetu, M. M., & Sri Handini, M. M. (2020). Manajemen Keuangan: Teori dan Praktek. Scopindo Media Pustaka.

Fakhruddin, H. M. (2008). Istilah pasar modal AZ: berisi kumpulan istilah populer pasar modal khususnya di pasar modal Indonesia, mencakup berbagai istilah seputar perdagangan saham, obligasi, reksa dana, instrumen derivatif dan berbagai istilah terkait lainnya. Elex Media Komputindo.

Haris, A. (2020). Teori Portofolio (Vol. 8062003). Andi Haris.

Lutfiana, A., Danial, R. D. M., & Jhoansyah, D. (2019). Analisis Penilaian Harga Wajar Saham Dan Keputusan Investasi Secara Fundamental Dengan Menggunakan Metode Price Earning Ratio (Studi Keuangan Pada Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI). Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 20(2), 1-10.

Misbah, A. (2018). Analisis Fundamental Untuk Menilai Kewajaran Harga Saham dengan Pendekatan Price Earning Ratio (PER) Untuk Pengambilan Keputusan Investasi (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik).

Rinawati, T., & Santoso, A. (2019). Pengaruh Expected Return terhadap Penilaian Saham dan Risk sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Perusahaan Go Public). BBM (Buletin Bisnis & Manajemen), 5(2), 164-175.

Sri Handini, M. M., & Erwin Dyah Astawinetu, M. M. (2020). Teori portofolio dan pasar modal Indonesia. Scopindo Media Pustaka.

Sri Handini, M. M. (2020). Buku Ajar: Manajemen Keuangan. Scopindo Media Pustaka.

Profil Penulis

Dr. Sita Deliyana Firmialy, S.E., M.S.M.

Ketertarikan penulis terhadap ilmu manajemen keuangan dimulai pada tahun 2006 silam ketika penulis mulai bekerja di industri perbankan. Penulis bekerja di industri perbankan dan asuransi sampai dengan tahun 2014 hingga pada akhirnya penulis memutuskan untuk melanjutkan studi S-2 dan S-3 di School of Business and Management – Institut Teknologi Bandung (SBM-ITB). Penulis berhasil lulus dari program S-2 Master in Science of Management (MSM) Program pada tahun 2016 dan lulus dari program S-3 Doctor of Science in Management (DSM) Program pada tahun 2020. Semenjak tahun 2020, penulis mengajar di Telkom University dengan konsentrasi bidang pengajaran pada mata kuliah Financial Management, Financial Planning, Risk Management dan Financial Institutions and Technology.

Penulis memiliki kepakaran dibidang Sustainable Finance, Corporate Finance, Business Ethics in Finance, Investment Management dan Risk Management in Banking and Finance. Dan untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, penulis pun aktif sebagai peneliti dibidang kepakarannya tersebut. Beberapa penelitian yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi dan juga Kemenristek DIKTI. Penulis merupakan penerima research grants dari Erasmus++ OptBank untuk Program Summer School for Doctoral Students di tahun 2019. Selain peneliti, penulis juga aktif menulis buku dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara yang sangat tercinta ini.

Email Penulis: sitadeliyanafirmialy@telkomuniversity.ac.id

3

MANAJEMEN MODAL KERJA

Fitriningsih Amalo, S.E., M.M.
Universitas Muhammadiyah Kupang

Pendahuluan

Membangun usaha, tahap awal yang harus dilakukan salah satunya menyiapkan modal kerja. Modal kerja sebagai landasan awal bisnis/usaha dibangun, untuk memenuhi biaya operasional dan biaya lainnya untuk menghasilkan barang atau jasa sebagai produk usaha. Modal kerja juga dapat diartikan sebagai dana tambahan untuk melanjutkan usaha yang telah dirintis.

Sebagaimana disampaikan diatas maka Penggunaan modal kerja bukan hanya sebagai modal awal namun sebagai tambahan bagi usaha yang telah berjalan, maka pengambil keputusan harus mampu dan bijak dalam perencanaan pemakaian modal kerja bahkan bukan saja perencanaan, pemakaian namun perolehan modal kerja. Sumber modal kerja dibagi menjadi dua yakni dari internal perusahaan dan eksternal atau dari luar perusahaan.

Penggunaan modal kerja harus dimanajemen secara baik agar tepat sasaran dan tujuan yang ingin dicapai dapat terpenuhi, tujuan dari sebuah perusahaan yakni memaksimalkan laba dan dengan pengelolaan modal kerja yang baik akan lebih mudah menggapainya dan menghasilkan perusahaan yang likuid dan berkinerja

baik. Pada Bab ini akan membahas terkait dengan Modal Kerja, dari pengertian, Klasifikasi Modal Kerja, Tujuan Modal Kerja, Peranan Rasio Modal Kerja, Klasifikasi Modal Kerja, Pengukur Modal Kerja, Faktor Yang Menentukan Modal Kerja dan Manajemen Modal Kerja.

Pengertian

Mohamad Muslich (2003), Modal kerja secara kolektif mencakup aktiva dan pasiva atau jangka pendek,sedangkan V. Wiratna Sujarweni (2017) "Modal kerja merupakan investasi perusahaan dalam bentuk uang tunai ,surat berharga, piutang dan persediaan ,dikurangi dengan kewajban lancar yang digunakan untuk membiaya aktiva lancer sedangkan menurut Kamaruddin Ahmad (1997), Modal Kerja adalah seluruh Aktiva Lancar atau Modal Kerja Kotor atau konsep kuantitatif, Aktiva lancer dikurangi utang lancer atau konsep kualitatif, keseluruhan dana yang diperlukan untuk menghasilkan laba tahun berjalan atau *functional working capital* atau konsep fungsional. Termasuk dana yang berasal dari penyusutan. Sama hal dengan yang disampaikan oleh Bambang Riyanto (1980) dalam M. Manulang (2005) mengungkapkan bahwa, tiga konsep pengertian modal kerja, yaitu:

1. Konsep Kuantitatif

   Konsep ini didasarkan atas kualitas dana yang ditanam dalam unsur-unsur aktiva lancer, yaitu aktiva yang dipakai sekali dan akan Kembali menjadi bentuk semula, atau aktiva dengan dana tertanam di dalamnya yang akan bebas lagi dalam waktu singkat, sering disebut *Gross Working Capital*;

2. Konsep Kualitatif

   Dalam konsep kualitatif ini, modal kerja yaitu kelebihan aktiva lancar terhadap kewajiban lancar.

Modal kerja menurut konsep ini adalah Sebagian dari aktiva lancer yang bener-bener digunakan untuk membiayai operasi perusahaan yang bersifat rutin tanpa mengganggu likuiditasnya. Konsep ini juga disebut dengan *Net Working Capital;* dan

3. Konsep Fungsional

   Konsep fungsional menekankan fungsi pada dana perusahaan untuk meraih laba atau pendapatan usaha pokok perusahaan. Sejumlah dana perusahaan dipakai untuk peningkatan laba perusahaan. Dengan kalkulasi Sebagian dana digunakan untuk menghasilkan pendapatan pada periode tersebut dan Sebagian lagi digunakan untuk menghasilkan pendapatan pada periode berikutnya.

Tujuan Modal Kerja

Tujuan manajemen modal kerja bagi perusahaan menurut Kasmir (2019) adalah sebagai berikut:

1. Guna memenuhi kebutuhan likuiditas perusahaan;
2. Dengan modal kerja yang cukup perusahaan memiliki kemampuan untuk memenuhi kewajiban pada waktunya;
3. Memungkinkan perusahaan untuk memiliki persediaan yang cukup dalam rangka memenuhi kebutuhan pelanggannya;
4. Memungkinkan perusahaan untuk memperoleh tambahan dana dari para kreditor, apabiia rasio keuangannya memenuhi syarat;
5. Memungkinkan perusahaan memberikan syarat kredit yang menarik minat pelanggan, dengan kemampuan yang dimilikinya;
6. Guna memaksimalkan penggunaan aktiva lancar guna meningkatkan penjualan dan laba;

7. Melindungi diri apabila terjadi krisis modal kerja akibat turunnya nilai aktiva lancer;
8. Serta tujuan lainnya.

Manfaat Modal Kerja

Susanti, Maria Desi, (2008) menyatakan modal kerja memegang peranan yang sangat penting di dalam perusahaan. Tersedianya modal kerja yang segera dapat digunakan dalam operasinya tergantung dari sifat aktiva yang dimilikinya seperti: kas, piutang, persediaan. V. Wiratna Sujarweni (2019) menyatakan manfaat modal kerja bagi perusahaan dibagi menjadi lima, yaitu:

1. Membayar semua kewajiban- kewajiban *(liabilities)* perusahaan dengan tepat waktu;
2. Melindungi perusahaan terhadap krisis modal kerja yang terjadi karena turunnya nilai asset lancar *(current assets);*
3. Memungkinkan perusahaan untuk memiliki jumlah persediaan yang cukup untuk melayani konsumen;
4. Perusahaan dapat menjalankan bisnis usaha secara efisien sehingga menghindari terjadinya kesulitan memperoleh barang ataupun jaya yang dibutuhkan;
5. Memungkinkan bagi perusahaan untuk memberikan syarat kredit yang lebih menguntungkan kepada customer.

Klasifikasi Modal Kerja

Menurut Manullang (2005), Klasifikasi Modal Kerja dibagi menjadi dua yakni Modal Kerja Permanen dan modal kerja Variabel adapaun rinciannya sebagai berikut:

1. Modal Kerja Permanen

   Modal Kerja Permanen yakni Modal kerja yang harus tetap ada pada perusahaan agar dapat menjalankan

fungsinya. Dengan kata lain Modal kerja yang terus-menerus diperlukan bagi kelancaran usaha. Modal kerja permanen digolongkan 2 jenis yakni:

a. Modal kerja primer yakni modal kerja minimum yang harus tersedia pada perusahaan untuk menjamin kontinuitas usaha atau operasinya;

b. Modal kerja normal yakni modal kerja yang diperlukan untuk menyelenggarakan luas produksi yang normal.

2. Modal kerja variable

Modal kerja variable yakni modal kerja ini mengalami perubahan sesuai dengan sutiasi yang dihadapi perusahaan. Modal kerja variable digolongkan 3 jenis yakni:

a. Modal kerja musiman yakni modal yang mengalami perubahan karena fluktuasi musim;

b. Modal kerja siklus yakni modal yang perubahnnya mengikuti pola atau fluktuasi konjuntur;

c. Modal kerja darurat yakni modal kerja yang besarnya berubah-ubah disebabkan situasi darurat yang diperkirakan akan terjadi atau situasi yang tidak diketahui sebelumnya.

Pengkur Modal Kerja

Untuk mencari berapa besarnya Modal kerja menggunakan pengurangan aktiva lancar terhadap kewajiban lancar/ hutang lancar sebagai yang disampaikan oleh V. Wiratna Sujarweni (2017) rumus untuk menghitung modal kerja yaitu sebagi berikut:

Modal kerja = Aktiva Lancar – Hutang Lancar

Berbeda dengan kasmir (2019) membagi pengukuran modal kerja dibeberapa bagian sebagaimana berikut ini:

1. Modal Kerja Kotor

   Menurut Kasmir (2019: 253) "Modal kerja kotor *(gross working capital)* adalah semua komponen yang ada di aktiva lancar secara keseluruhan dan sering disebut modal kerja. Artinya mulai dari kas, bank, surat-surat berharga, piutang, persediaan, dan aktiva lancar lainnya.

Modal Kerja Kotor = Aktiva Lancar

2. Modal Kerja Bersih

   Modal kerja bersih (net working capital) merupakan seluruh komponen aktiva lancar dikurangi dengan seluruh total kewajiban lancar (utang jangka pendek). Utang lancar meliputi utang dagang, utang wesel, utang bank jangka pendek (satu tahun), utang gaji, dan utang lancar lainnya

Modal Kerja Bersih =Aktiva Lancar — Kewajiban Lancar

3. Perputaran Modal Kerja

   Menurut Kasmir (2019: 184), "perputaran modal kerja atau working capital turn over merupakan salah satu rasio untuk mengukur atau menilai keefektifan modal kerja perusahaan selama periode tertentu". Artinya seberapa banyak modal kerja berputar selama suatu periode atau dalam suatu periode.Untuk mengukur rasio ini, kita membandingkan antara penjualan dengan modal kerja atau dengan modal kerja rata-rata. Dari hasil penilaian, apabila perputaran modal

kerja yang rendah, dapat diartikan perusahaan sedang kelebihan modal kerja. Hal ini mungkin disebabkan karena rendahnya perputaran persediaan atau piutang atau saldo kas yung terlalu besar.Demikian pula sebaliknya jika perputaran modal kerja tinggi, mungkin disebabkan tingginya perputaran persediaan atau perputaran piutang atau saldo kas yang terlalu kecil. Rumus yang digunakan untuk mencari perputaran modal kerja adalah sebagai berikut

$$Perputaran\ Modal\ Kerja = \frac{penjualan\ Bersih}{Modal\ Kerja\ Rata-rata}$$

4. Perputaran Kas

Menurut James O. Gill (dalam Kasmir 2019: 140) "rasio perputaran kas *(cash turn over)* berfungsi untuk mengukur tingkat kecukupan modal kerja perusahaan yang dibutuhkan untuk membayar tagihan dan membiayai penjualan." Artinya rasio ini digunakan untuk mengukur tingkat ketersediaan kas untuk membayar tagihan (utang) dan biaya-biaya yang berkaitan dengan penjualan. Adapun rumus yang digunakan adalah:

$$Perputaran\ Kas = \frac{Penjualan\ Bersih}{Modal\ Bersih}$$

5. Perputaran Piutang

Menurut Kasmir (2019: 178) "Perputaran piutang merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa lama penagihan piutang selamasatu periode atau berapa kali dana yang ditanam dalampiutang ini berputar dalam satu periode." Semakin tinggi rasio

menunjukkan bahwa modal kerja yang ditanamkan dalam piutang semakin rendah (bandingkan dengan rasio tahun sebelumnya) can tentunya kondisi ini bagi perusahaan semakin baik.

$$Receivable\ Turn\ Over = \frac{Penjualan\ Kredit}{Rata-rata\ Piutang}$$

Faktor yang Menentukan Jumlah Modal Kerja

Menurut Kamaruddin Ahmad (1997), bahwa kebutuhan modal atau komposisi modal kerja akan dipengaruhi oleh:

1. Besar kecilnya kegiatan usaha atau perusahaan dimana semakin besar kegiatan perusahaan semakin besar modal kerja yang diperlukan, apabila hal lainnnya tetap;
2. Sifat perusahaan juga mempengaruhi besarnya modal kerja. Misalnya usaha jasa, angkutan dan sebagainya membutuhkan modal kerja relative kecil atau bahj=kan hamper-hampir tidak ada persediaan sebaliknya perusahaan kontraktor ada persediaan;
3. Kebijaksanaan tentang penjualan (kredit atau tunai). Persediaam (denga EQQ= *Economic Orde Quantity* dan *safety stock)* dan saldo ke kas minimal, pembeliaan bahan (tunai atau kredit);
4. Faktor lain:
    a. Faktor-faktor ekonomi;
    b. Peraturan pemerinah yang berkaitan dengan uang atau kredit;
    c. Tingkat bunga yang berlaku;
    d. Peredaran uang;
    e. Tersedianya bahan -bahan di pasar; dan

f. Kebijakan perusahaan selain pada nomor b diatas.

Sedangkan menurut Menurut Jaja Suteja (2020: 34) Besar kecilnya kebutuhan modal kerja ditentukan oleh:

1. Periode perputaran atau periode terikatanya modal kerja , yaitu jangka waktu pemberian kredit beli, lama penyimpanan bahan mentah digudang, lama proses produksi,dan jangka waktu penerimaan piutang;
2. Pengeluaran kas rata-rata tiap hari yang terdiri dari pembelian bahan, pembayaran upah dan pengeluaran yang sifatnya rutin;
3. Apabila jumlah pengeluaran setiap hari tetap ,makin lama periode perputaran operasi ,maka jumlah modal kerja semakin besar ,sedangkan apabila jumlah pengeluaran setiap hari semakin besar, periode perputaran operasi tetap maka jumlah modal kerja semain besar.

Berbeda dengan Munawir (2004) beberapa faktor sebagai berikut:

1. Sifat atau jenis perusahaan; Kebutuhan modal kerja tergantung pada jenis dan sifat dari usaha yang dijalankan oleh suatu perusahaan.Modal kerja dari perusahaan jasa relatif lebih rendah bila dibandingkan dengan kebutuhan modal kerja perusahaan industry, karena untuk perusahaan jasa tidak memerlukan investasi yang besar dalam kas, piutang maupun persediaan.
2. Waktu yang diperoleh untuk memproduksi barang yang akan dijual. Kebutuhan modal kerja suatu perusahaan lebih menguntungkan kepada para langgananya berhubungan langsung dengan jangka waktu yang diperlukan untuk memproduksi barang

yang akan dijual. Semakin lama waktu yang diperlukan semakin besar;

3. Syarat pembelian dan penjualan. Syarat Kredit pembelian barang dagangan atau bahan baku akan mempengaruhi besar kecilnya modal kerja. Syarat kredit pembelian yang menguntungkan akan memperkecil kebutuhan uang kas yang harus ditanamkan dalam persediaan dan sebaliknya. Disamping itu modal kerja juga dipengaruhi oleh syarat pada saat terjadi peningkatan penjualan. Jika tingkat penjualan tinggi maka modal kerja yang diperlukan penjualan. Semakin lunak kredit (jangka kredit lebih panjang) yang diberikan kepada langganan akan semakin besar kebutuhan modal kerja yang harus ditanamkan dalam piutang;

4. Tingkat perputaran persediaan. Semakin relatif tinggi, tinggi tingkat perputaran persediaan makajumlah modal kerja yangditanamkan dalam bentuk persediaan (barang) akan semakin rendah. Untuk dapat mencapai tingkat perputaran yang tinggi, maka harus diadakan perencanaan dan pengawasan persediaan yang efisien. Semakin tinggi tingkat perputaran sebaliknya bila penjualan rendah dibutuhkan modal kerja yang rendah;

5. Tingkat perputaran piutang. Kebutuhan modal kerja juga dipengaruhi jangka waktu penagihan piutang. Apabila piutang terkumpul dalam waktu pendek berarti kebutuhan akan modal kerja semakin rendah atau kecil. Untuk mencapai tingkat perputaran piutang yang tinggi diperlukan pengawasan piutang yang efektif dan kebijaksanaan yang tepat sehubungan dengan perluasan kredit, syarat kredit penjualan, maksimum kredit bagi langganan serta penagihan piutang;

6. Volume Penjualan. Perusahaan membutuhkan modal kerja untuk mendukung kegiatan operasional pada saat terjadi peningkatan penjualan. Jika tingkat penjualan tinggi maka modal kerja yang diperlukan relative tinggi sebaliknya bila penjualan rendah dibutuhkan modal kerja yang rendah;
7. Faktor Musim dan Siklus.Fluktuasi dalam penjualan yang disebabkan oleh faktor musim dan siklus akan mempengaruhi kebutuhan akan modal kerja. Perusahaan yang dipengaruhi oleh musim membutuhkan
8. jumlah modal kerja yang relative pendek. Modal kerja yang ditanamkan dalam bentuk persediaan barang berangsurangsur meningkat dalam bulan-bulan menjelang puncak penjualan.

Manajemen Modal Kerja

Salah satu factor penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan yakni mengelola manajemen modal kerjanya.Apabila perusahaan tidak dapat memanajemen secara baik modal kerjanya maka akan terjadi hutang atau kewajiban yang menumpuk karena ketidakmampuan membayar hutang, dengan mengelola Aktiva lancar bahkan dalam jumlah yang banyak maka, akan mampu menjamin untuk membayar hutang /kewajiban-kewajiban.sebagaimana yang disampaikan oleh Weston dan Copeland (2001), manajemen modal kerja adalah semua aspek pengelolaan aktiva lancar dan hutang lancar. Dan Horne dan Wachowicz (2013), menyatakan bahwa manajemen modal kerja juga mendasari dua keputusan penting peusahaan. (a) Manajemen modal kerja ini merupakan penentu dari: Tingkat optimal dari investasi pada aktiva lancar. Mengurangi tingkat investasi aktiva lancar, namun masih mampu mendukung penjualan, akan meningkatkan

pengembalian perusahaan pada total aktiva. Untuk kondisi ini, jika biaya dari pembiayaan jangka pendek lebih sedikit dari pada untuk jangka menengah dan jangka panjang, maka akan semakin besar proporsi hutang jangka pendek terhadap total hutang dan semakin tinggi tingkat kemampuan memperoleh laba perusahaan. (b) Perpaduan yang sesuai antara pembiayaan jangka Panjang yang digunakan untuk mendukung investasi pada aktiva lancer.

Adapun sasaran yang ingin dicapai dari manajemen modal kerja adalah sebagai berikut (Sawir, 2005):

1. Memaksimalkan nilai perusahaan dengan mengelola aktiva lancer sehingga tingkat pengembalian investasi marginal adalah sama atau lebih besar dari biaya modal yang digunakan untuk membiayai aktiva-aktiva lancer tersebut;
2. Meminimalkan dalam jangka Panjang biaya modal yang digunakan untuk membiayai aktiva lanvar;dan
3. Pengawasan terhadap arus dana dalam aktiva lancer dan ketersediaan dana dari sumber utang sehingga perusahaan selalu dapat memenuhi kewajiban keuangannya Ketika jatuh tempo.

Sebagaimana yang disampaikan beberapa hal diatas maka jumlah modal kerja harus mampu dan wajib memenuhi pengeluaran-pengeluarannya berupa biaya operasional maupun kewajiban jangka pendeknya.

Daftar Pustaka

Kamaruddin Ahmad,1997. *Dasar- dasar Manajemen Modal Kerja.* Jakarta: PT Rineka Cipta

Susanti, Maria Desi, 2008. *Analisis Efektifitas Dan Efisiensi Penggunaan Modal Kerja Studi Empiris Pada Industri Farmasi Yang Terdaftar Di BEI.* Jurnal Skripsi Sarjana Ekonomi Program Studi Akutansi, Yogyakarta,

M. Manulang, 2005. *Pengantar Manajemen Keuangan.* Yogyakarta: ANDI

Munawir. 2004. *Analisa Laporan Keuangan.* Jakarta: Penerbit Liberty.

Mohamad Muslich,2003. *Manajemen Keuangan Modern. Analisis, Perencanaan, dan Kebijaksanaan.* Jakarta: Bumi Aksara

Sawir, Agnes. 2005. Analisa Kinerja Keuangan Dana Pembelanjaan Perusahaan.

Jakarta: PT. Gramedia

V *Wiratna Sujarweni, 2017. Analisis Laporan Keuangan : Teori, Aplikasi, &. Hasil Penelitian.* Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

_____, 2019. *Manajemen Keuangan.* Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Weston, J. Fred dan Copeland, Thomas E, 2001. *Manajemen Keuangan* Jilid I. Edisi ke-9. Jakarta: Binarupa Aksara

Profil Penulis

Fitriningsih Amalo, S.E., M.M.

Gadis asal kepulauan Nusa Tenggara, Ayah berasal dari NTT dan Ibu berasal dari NTB, Menyukai berhitung sejak SD, maka saat memilih untuk masuk Sekolah Menengah Kejuruan di SMK Negeri 1 Kupang dengan Program Studi Akuntansi dan berhasil lulus pada tahun 2005. Penulis kemudian melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi di Universitas Muhammadiyah Malang Pada Tahun 2016 dengan Prodi Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan konsentrasi Keuangan dan Perbankan dan berhasil menyelesaikan studi S1 selama masa studi 3,5 tahun pada tahun 2010 dengan predikat Cumlaude 1 tingkat Prodi IESP dan Fakultas Ekonomi. Dua tahun kemudian, penulis menyelesaikan studi S2 di prodi Manajemen Konsentrasi keuangan PASCA SARJANA Universitas Muhammadiyah Malang. Sejak menempuh Pendidikan Sarjana, penulis sudah aktif menjadi asisten dosen, aktivitis ekonomi islam dan berbagai organisasi kemahasiswaan lainnya, serta trainer (pembicara) di beberapa universitas, sekolah bahkan pesantren dan awal Tahun 2013 mendedikasikan diri untuk mengabdi ditanah kelahiran NTT menjadi dosen tetap di Universitas Muhammadiyah Kupang.

Penulis memiliki kepakaran dibidang Manajemen Keuangan dan Perbankan, dan untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, penulis pun aktif sebagai peneliti dibidang kepakarannya tersebut. Beberapa penelitian yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi dan juga Kemenristek DIKTI. Selain peneliti, penulis juga aktif sebagai pemateri diberbagai webinar dan workshop baik dikalangan mahasiswa, ormas, perguruan tinggi dan kementerian.

Email Penulis: fitriningsihamalo@gmail.com

4
MANAJEMEN KAS

Made Dwi Ferayani, S.E., M.Si.
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma

Pengertian Kas

Menurut Standar Akuntansi Keuangan Kas merupakan rekening giro setara kas dan juga saldo kas yang merupakan investasi yang bersifat likuid, berkurun waktu pendek dan yang paling cepat dijadikan kas dalan jumlah tertentu tanpa menghadapi berbagai resiko perubahan nilai yang cukup besar. Setara kas ini dapat dimiliki untuk memenuhi komitmen kas yang berkurun waktu pendek, bukan bertujuan untuk melakukan investasi atau tujuan lainnya. Investasi harus diubah menjadi kas sesuai dengan jumlah yang telah ditentukan, tanpa memberikan resiko yang dapat berpengaruh, itu merupakan syarat setara kas. Investasi baru dapat mempengaruhi syarat setara kas saat akan jatuh tempo dalam kurun tiga bulan atau kurang dari tanggal perolehan (Ruliati, dkk.2016).

Aliran Kas

Pada sebuah perusahaan, menurut Jamaludin,2020 terdapat yang namanya aliran kas, nah aliran kas tersebut terbagi menjadi dua, yaitu: Aliran kas masuk dan juga Aliran kas keluar, kemudian Aliran kas adapula yang bersifat kontinu dan tidak kontinu. Berikut merupakan contoh dari masing-masing Aliran Kas:

1. Aliran kas masuk kontinyu, contohnya seperti hasil penjualan produk yang dilakukan secara tunai, dan juga penerimaan piutang.
2. Aliran kas masuk intermittent, contohnya seperti pendapatan dari penyertaan pemilik perusahaan, penjualan saham, dan penerimaan kredit yang berasal dari Bank.
3. Aliran kas keluar kontinyu, contohnya seperti untuk pembelian bahan belum jadi atau bahan mentah, dan juga gaji karyawan.
4. Aliran kas keluar intermittent, contohnya seperti pengeluaran untuk pembayaran dividen, pembayaran angsuran hutang untuk pembelian kembali saham.

Faktor yang Mempengaruhi Besarnya Persediaan Kas

Kas merupakan suatu unsur paling penting yang harus selalu ada pada seluruh perusahaan, karena kas tersebut merupakan unsur modal kerja yang paling besar tingkat likuiditasnya. Jika jumlah kas tinggi, maka perusahaan akan semakin likuid, dan begitupun juga sebaliknya. Besarnya jumlah kas pun dapat dikaitkan dengan besarnya penjualan, perbandingan penjualan dan jumlah kas rata-rata menunjukkan tingkat perputaran kas. Menurut Budiman (2014) Kas memiliki persediaan minimal atau juga disebut dengan persediaan bersih biasa juga disebut dengan *Safety Cash Balance* yang merupakan jumlah kas minimal tertentu yang harus di pertahankan oleh suatu perusahaan untuk dapat memenuhi kebutuhanfinansial dari perusahaan tersebut setiap waktu jika dibutuhkan.

Faktor yang memenuhi besar dan kecilnya persediaan bersih kas, antara lain yaitusebagai berikut:

1. Keseimbangan antara aliran kas masuk dan aliran kas keluar.

2. Menjalin hubungan baik dengan pihak lain
3. Adanya penyimpangan aliran kas yang telah dipeerkirakan

Motif Penahanan Kas

1. Motif Transaksi

   Kas sangat dibutuhkan perusahaan utnuk dapat memenuhi kebutuhan transaksi dari perusahaan tersebut pun dipergunakan untuk membayar upah para karyawan, membayar tagihan listrik, menyetok bahan baku dan lain-lain.

2. Motif Berjaga-jaga

   Kas sangat dibutuhkan untuk mengatasi adanya ketidakpastian perusahaanyang akan dialami di masa mendatang, jika terjadi sesuatu hal yang tidak diinginkan nantinya.

3. Motif Spekulasi

   Kas sangat dibutuhkan untuk mengantisipasi jika terjadi kenaikan harga surat berharga maupun investasi berharga, dengan begitu perusahaan dapat tetap memperoleh keuntungan.

Tujuan Manajemen Kas

Manajemen kas merupakan suatu pengelolaan dari sumber daya kas yang ada dalam sebuah perusahaan. Manajemen kas ini yakni sebagai manajemen alat untuk berfungsinya perusahaan dengan memanfaatkan sumber daya kas atau sumber daya likuid yang telah dimiliki perusahaan secara efektif. Dalam hal ini, perusahaan harus benar-benar dapat mengelola sumber daya kas ini dengan efektif dan efisien sebagai strategi untuk mengembangkan perusahaan. Begitupula dalam dunia perbankan, hal paling utama yang harus diperhatikan adalah sumber daya kas yang dimiliki, mengatur

pemasukan dan pengeluaran dari Bank tersebut, agar tidak sampai terjadinya kekurangan dana kemudian menyebabkan masalah serius dalam perbankan tersebut.

Tujuan utama dari Manajemen kas yakni, pengelolaan manajemen kas yang baik dalam suatu perusahaan akan membantu manajemen kas mendanai pengeluaran yang telah dilakukan dengan baik tepat pada waktunya begitupun dalam memenuhi kewajiban yang harus dibayar ketika terjadinya jatuh tempo. Adapun tujuan-tujuan lainnya yakni sebagai berikut:

1. Penyediaan kas yang diharapkan cukup untuk memenuhi operasi dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang.
2. Penetapan tanggung jawab untuk pemasukan kas dan perlindungan dana yangcukup hingga dana disimpan.
3. Pemeliharaan saldo Bank yang cukup, yang dapat berguna untuk mendukung hubungan dengan bank komersil.
4. Penyelenggaraan mengenai pencatatan kas.
5. Penyelenggaraan pengendalian untuk menjamin suatu pembayaran yang hanya dilakukan dengan tujuan yang benar atau sah.

Model Manajemen Kas

Model Manajemen kas ini akan menjadi jawaban dari permasalahan pembagian aset likuid dalam sebuah perusahaan.Menurut Marihot,2005 Dalam sebuah perusahaan, jika perusahaan tersebut memiliki kas terlalu rendah, maka perusahaan akan menjual surat berharga yang dimiliki tersebut, ataupun membeli kembali surat berharga untuk menjadi pengganti dari surat berharga yang telah dijual tersebut lebih sering daripada jika kasnya lebih tinggi. Dengan begitu, *trading cost* yang dimiliki akan turun saat saldo dari kas tersebut

bertambah besar. Sedangkan *opportunity cost*, kas akan bertambah sejalan dengan peningkatan dari saldo kas. Dibawah ini, merupakan model dari manajemen kas yaitu sebagai berikut:

1. Model Miller-Orr

   Dikemukakan oleh Merton Miller dan Daniel Orr, dimana mereka berdua mengembangkan sebuah model saldo kas dimana keadaan arus kas masuk dan arus kas keluar berfluktuasi secara acak pada setiap harinya. Dalam model manajemen kas ini, baik pemasukan maupun pengeluaran kas turut disertakan. Model ini, berasumsi bahwa arus kas bersih harian(arus kas masuk dikurangi arus kas keluar) tersebar secara normal. Arus kas bersih dapat berupa nilai yang diharapkan *(Expected Value)* atau bisa juga disebut nilai lebih tinggi atau nilai yang lebih rendah.

   Untuk dapat menggunakan model ini, perusahaan harus melakukan empat hal, yakni sebagai berikut:

   a. Menetapkan batas kendali bagian bawah untuk saldo kas. Batas bbagian bawah inilah yang berhubungan dengan margin pengamanan minimum yang telah diterapkan oleh manajemen.

   b. Menentukan tingkat bunga.

   c. Mengestimasi deviasi standar dari arus kas harian.

   d. Mengestimasi biaya trading membeli dan menjual sekuritas surat berharga.

   Model ini memperjelas mengenai persoalan yang ada pada manajemen kas. Model ini, menunjukkan bahwa titik kembali terbaik yakni Z*, berhubungan positif dengan *trading cost* F, Juga berhubungan negatif dengan K. Kemudian Model Miller Orr menunjukkan

bahwa titik kembali yang paling baik dan saldo kas rata- rata terkait dengan positif dengan variabilitas dari arus kas. Yang artinya, perusahaan yang memiliki suatu ketidakpastian yang besar harus pula memiliki saldo kas yang besar. Berikut merupakan rumus model Miller Orr:

$$Z = \frac{(3\ b\ a^2)^{1/3}}{4\ i}$$

Keterangan:

b = Biaya tetap untuk melakukan transaksi.

a^2 = Variasi arus kas bersih.

i = Bunga harian untuk investasi pada sekuritas.

H = 3 z

H = Batas atas kas perusahaan.

Asumsi Miller dan Orr

a. Aliran kas harian random dan sulit diramalkan,
b. Transfer dari dan ke sekuritas cepat,
c. Tren musiman dan siklis tidak dipertimbangkan,
d. Biaya pembelian dan penjualan sekuritas tetap,
e. Struktur termin tingkat bunga flat dan tingkat bunga tidak berubah.

2. Model Boumal

Model boumal ini merupakan model formal dari manajemen kas yakni dengan memasukkan *opportunity cost* dan *trading cost*. Model ini biasa digunakan untuk menentukan suatu target saldo kas. Menurut Boumal, kebutuhan kas dalam perusahaan hampir mirip dengan pemakaian persediaan. Maka dari itu, Boumal berkata jika manajemen kas dan

manajemen perusahaan memiliki suatu kesamaan jika ditinjau dari aspek keuangan. Jika sebuah perusahaan memiliki saldo kas yang tinggi, maka perusahaan akan kehilangan kesempatan untuk menginvestasikan dana yang dimilikinya tersebut jika terdapat kesempatan investasi lain yang akan lebih menguntungkan begitupun juga sebaliknya. Model *Economic Order Quantity* (EOQ) dipergunakan untuk menghitung pesanan barang yang paling ekonomis. Konsep ini juga berlaku untuk memperhitungkan persediaan kas yang paling ekonomis atau disebut dengan saldo kasyang ditargetkan.

$$C = \sqrt{2.\ OD}$$

i

Keterangan:

O = Biaya transaksi

D = Kebutuhan kas setahunI = Bunga Sekuritas

Misalnya kebutuhan kas setiap periodenya selalu sama. Apabila pada awal periode jumlah kas = Q, maka sedikit demi sedikit saldo kas akan mencapai 0. Pada saat mencapai 0, perusahaan perlu merubah aktiva lain (misalnya sekuritas) menjadi kas sebesar Q. Permasalahannya adalah berapa jumlah sekuritas yang harus diubah menjadi kas setiap kali diperlukan yang akan meminimumkan biaya karena memiliki kas dan biaya karena merubah sekuritas menjadi kas.

Anggaran Kas (Budget Kas)

Anggaran kas adalah estimasi terhadap posisi kas untuk suatu periode tertentu yang akan datang. Hal ini penting karena berkaitan dengan likuiditas perusahaan, juga akan diketahui kapan perusahaan mengalami defisit dan kapan surplus.

1. Budget kas dapat dibedakan dalam dua bagian:
   a. Estimasi penerimaan kas yang berasal dari: hasil penjualan tunai, piutang yang terkumpul, penerimaan bunga dividen, hasil penjualan aktiva tetap, dan penerimaan lain
   b. Estimasi pengeluaran kas: pembelian bahan mentah, pembayaran utang-utang, pembayaran upah buruh, pembayaran bunga, dividen, pajak, dll
2. Tujuan penyusunan anggaran kas bagi pimpinan perusahaan adalah mengetahui:
   a. Kemungkinan posisi kas sebagai hasil rencana operasinya perusahaan
   b. Kemungkinan adanya surplus dan defisit karena rencana operasi perusahaan
   c. Besarnya dana beserta saat/kapan dana tersebut dibutuhkan untuk menutup defisit kas
   d. Saat kapan kredit dibayar kembali.
3. Tahap penyusunan budget kas:
   a. Penyususun estimasi penerimaan dan pengeluaran menurut rencana operasionil perusahaan (transaksinya adalah transaksi operasional).
   b. Menyusun perkiraan atau estimasi kebutuhan dana atau kredit dari bank atau sumber-sumber dana lainnya yang diperlukan untuk menutup defisit kas karena rencana operasinya perusahaan. Juga disusun estimasi pembayaran bunga kredit tersebut beserta waktu pembayarannya kembali (transaksinya adalah transaksi finansiil).

c. Menyusun kembali estimasi keseluruhan penerimaan dan pengeluaran setelah adanya transaksi finansil dan budget kas yang final ini merupakan gabungan dari transaksi operasional dan transaksi finansial yang menggambarkan estimasi penerimaan dan pengeluaran kas keseluruhan.

Daftar Pustaka

Budiman Asteria Caterinah dan Bambang Pamungkas.2014. Penerapan Manajemen Kas Dalam Kaitannya Dengan Pengendalian Kas, Hutang Dan Piutang Dengan Memanfaatkan Laporan Arus Kas. Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan.STIE Kesatuan.

https://www.online-pajak.com/tentang-pajak/manajemen-kas

Jamaludin, J., Sutiman, S., & Thaharuddin, T. (2020). "Optimalisasi Pengelolaan Kas Dalam Meminimalkan Kerugian Dan Meningkatkan Profit Usaha Mikro Ibu-Ibu PKK Di Kelurahan Rempoa, Kecamatan Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan." Jurnal ABDIMAS Tri Dharma Manajemen, 1(3), 17-27

Marihot Manullang dan Dearlina Sinaga. 2005. Pengantar Manajemen Keuangan. Yogyakarta: ANDI

Ruliati Hj, Samsiah, Etika Roswani. 2016. Analisis Manajemen Kas Yang Tepat Untuk Menjaga Likuiditas Perusahaan Pada Pt. Nusantara Surya Sakti Cabang Makassar.Jurnal Ekonomi Balance Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.Volume 12 No 1.

Profil Penulis

Made Dwi Ferayani, S.E., M.Si.

Beralamat di Jl. Pantai Indah, Gang 3, Kabupaten Buleleng. Lahir di Singaraja, pada tanggal 26 Mei 1993, putri kedua dari Nyoman Mariarta, S.Pd dan Dra. Ni Nengah Sekarini. Menyelesaikan pendidikan Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Pendidikan Ganesha pada tahun 2015 dan menyelesaikan pendidikan kuliah Pascasarjana Magister Sains Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Udayana pada tahun 2018. Saat ini menjadi Dosen Tetap Yayasan Ratyni Gorda di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma.

Email penulis: dwiferayani@gmail.com

5

MANAJEMEN PIUTANG

Ni Kadek Ayu Trisnadewi, S.E., M.M.
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma Singaraja

Pendahuluan

Bagi perkembangan ekonomi suatu negara, uang merupakan suatu kebutuhan. Bahkan bagi negara maju yang sudah kuat pun, uang sangat berperan dalam perkembangan ekonomi negaranya.Hal ini disebabkan karena di dalam mengisi kebutuhan pembangunan, uang ini masih dianggap sektor yang paling vital menurut tinjauan ekonomi. Uang tersebut dapat digunakan sebagai modal untuk mendirikan usaha usaha kecil maupun digunakan untuk keperluan lainnya yang rasanya sangat dibutuhkan sekali. Salah satu cara untuk mendapatkan uang itu adalah melalui kredit. Disatu sisi ada masyarakat yang kelebihan dana, tetapi tidak memiliki kemampuan untuk mengusahakannya, dan disisi lain ada kelompok masyarakat lain yang memiliki kemampuan untuk berusaha namun terhambat pada kendala oleh karena hanya memiliki sedikit atau bahkan tidak memiliki dana sama sekali. Untuk mempertemukan keduanya diperlukan suatu lembaga yang bergerak di dalam bidang keuangan yang akan bertindak selaku kreditur yang akan menyediakan dana bagi debitur. Dari sinilah timbul perjanjian utang piutang atau pemberian kredit. Salah satu cara perusahaan untuk meningkatkan keuntungan adalah melalui penjualan

kredit. Penjualan kredit tersebut tentu harus diatur melalui manajemen piutang. Penjualan secara kredit juga memberikan nilai stabil atas aset dan modal usaha sehingga perusahaan tidak akan merugi apabila terjadi penurunan penjualan. Aktivitas piutang ini harus diatur sedemikian rupa agar tidak berbalik merugikan perusahaan oleh sebab itu di perlukan manajemen piutang usaha yang baik. (Imam Ghozali, 2021)

Manajemen piutang adalah praktik atau sistem yang dibuat oleh perusahaan melalui proses perencanaan, pengawasan, pengendalian uang yang ditagihkan kepada pihak yang meminjam. (Setiawan: 2020) Tagihan kepada pihak lain yang dimaksud adalah tagihan perorangan maupun perusahaan atas setiap aktiva atau aset perusahaan yang timbul dari transaksi kredit. Salah satu contoh sumber piutang yang lazim terjadi adalah pinjaman karyawan, penjualan kredit, atau restitusi pajak.

Piutang pada operasional bisnis adalah dua peran yang tidak bisa dipisahkan. Hal ini karena piutang menjadi salah satu faktor untuk meningkatkan keuntungan misalnya melalui penjualan kredit. Selain itu, piutang juga membantu perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis. Misalnya saja dengan pinjaman hutang karyawan sebagai bentuk upaya mempertahankan karyawan. Agar tujuan-tujuan tersebut tercapai, perusahaan wajib mengelola piutang secara efektif, efisien, dan tepat sasaran agar tidak berbalik merugikan. Pengelolaan piutang inilah yang lebih jauh disebut dengan manajemen piutang.

Konsep Manajemen Piutang

Dalam dunia bisnis dan usaha, manajemen piutang merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan untuk mengelola piutang perusahaan. Rangkaian aktivitas

tersebut meliputi planning, monitoring, dan controlling terhadap uang yang ditagihkan. Piutang dalam suatu bisnis atau usaha merupakan hal yang wajar. Pasalnya, banyak pelaku bisnis yang memberlakukan kebijakan pembayaran kredit untuk meningkatkan laba.Selain bisa membantu sebuah bisnis atau perusahaan untuk menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat, piutang juga jadi salah satu cara untuk meminimalisir resiko kredit. Melalui piutang, perusahaan berharap masyarakat masih bisa mengkonsumsi atau membeli produk maupun jasa yang ditawarkan perusahaan. Dengan begitu, roda penjualan pun akan tetap berjalan. Akan tetapi kenyataannya sering kali piutang terjadi kemacetan alias piutang tidak tertagih. Hal tersebut tentu berdampak buruk bagi usaha. Maka dari itu lah, piutang harus dikelola dengan prosedur dan sistem yang baik, efektif, dan efisien. Pengelolaan inilah yang disebut manajemen piutang. (Basri H. 2021)

Piutang merupakan asset yang cukup material. Oleh karena itu diperlukan manajemen pengelolaan piutang yang efektif dan efisien agar jumlah dana yang diinvestasikan dalam piutang sesuai dengan tingkat kemampuan perusahaan sehingga tidak mengganggu aliran kas. Kebijakan pengelolaan piutang meliputi pengambilan keputusan-keputusan sebagai berikut:

1. Standar kredit

   Standar kredit adalah kualitas minimal kelayakan kredit seorang pemohon kredit yang dapat diterima oleh perusahaan. Dengan adanya standar tersebut, perusahaan dapat meningkatkan penjualannya melalui penjualan secara kreditnamun tidak menimbulkan resiko piutang tak tertagih yang berlebihan.

Perusahaan harus menentukan standar kredit yang tepat, yang lebih besar manfaat yang akan diperoleh bagi perusahaan daripada biaya akan dikeluarkan perusahaan dengan adanya standar tersebut.

2. Syarat kredit

   Suatu syarat kredit menetapkan adanya periode di mana kredit diberikan dan potongan tunai (bila ada) untuk pembayaran yang lebih awal. Faktor yang mempengaruhi syarat kredit adalah:

   a. Sifat ekonomik produk
   b. Kondisi penjual
   c. Kondisi pembeli
   d. Periode kredit
   e. Potongan tunai
   f. Tingkat bunga

Fungsi Manjemen Piutang

Menurut Brigham dan Houston (2019) menyatakan bahwa fungsi manajemen piutang dapat dilihat melalui empat fungsi utamanya yaitu:

1. Perencanaan yaitu Merencanakan anggaran atau pos apa saja menggunakan pembayaran kredit
2. Pengorganisasian yaitu Menciptakan kebijakan atau prosedur penagihan piutang agar berjalan secara efektif.
3. Penerapan atau pengarahan yaitu menerapkan kebijakan atau aturan yang telah dibuat sehingga perusahaan mampu mengetahui mana piutang tertagih dan tidak tertagih.
4. Pengawasan yaitu Perusahaan mampu mengevaluasi kebijakan piutang yang telah dijalankana apakah

pengelolaan piutang berjalan efektif atau justru merugikan.

Tujuan Manajemen Piutang

Pengelolaan atau manajemen piutang dilakukan agar perusahaan terhindar dari risiko-risiko yang berasal dari pemasukan kredit seperti:

1. Seluruh piutang tidak tertagih. Risiko yang terjadi apabila jumlah piutang tidak dapat tertagih sama sekali. Misalnya kurang pengawasan, salah memilih pelanggan dan potensi lainnya seperti adanya kondisi negara yang tidak stabil.
2. Piutang yang tidak dibayarkan sebagai piutang. Hal ini akan berpengaruh langsung pada pencatatan keuangan yang berakibat mengurangi laba perusahaan.
3. Pelunasan piutang lewat jatuh tempo. Hal ini mampu menimbulkan beban tambahan pada perusahaan yang jika dilakukan berulang maka bisa merugikan perusahaan.
4. Perputaran piutang yang rendah pada modal yang dapat mengakibatkan modal yang tertanam dalam piutang semakin besar dan berakhir pada tidak produktifnya modal kerja.
5. Adanya kecurangan seperti kegagalan penagihan piutang karena pelanggan yang tidak bertanggungjawab atau pencurian kas.
6. Kesalahan teknis baik dalam hal penagihan maupun pemasukan data. Data pelacakan piutang hilang atau rusak.
7. Kinerja SDM penagih piutang yang buruk.

Kebijaksanaan Manajemen Piutang

Seperti yang telah dibahas sebelumnya, manajemen piutang mampu mengontrol siklus piutang mulai dari terjadinya piutang hingga penagihan sehingga tidak mengganggu aliran kas perusahaan. (Suad. 2020)

Ada beberapa langkah yang bisa dilakukan dalam penerapan manajemen piutang yaitu sebagai berikut.

1. Analisis Standar Kredit

   Standar kredit merupakan kualitas minimal yang digunakan untuk menilai apakah peminjam layak untuk diberikan kredit atau pinjaman. Dengan menentukan standar kredit, perusahaan bisa menentukan besaran pemberian kredit serta jangka waktu yang diberikan untuk melakukan pelunasan.

2. Persyaratan Kredit

   Persyaratan kredit yang dimaksud adalah meliputi ketentuan-ketentuan yang dibuat perusahaan dalam mengelola piutangnya. Syarat kredit meliputi penentuan periode kredit, potongan tunai, penetapan bunga dan syarat-syarat lain yang diberikan kepada pemohon pinjaman. Umumnya, syarat kredit sangat dipengaruhi dengan jenis usaha yang dijalankan, bentuk kerjasama, kondisi kreditur maupun debitur, nilai ekonomis produk, dan sifat relatif lainnya.

3. Kebijakan Penagihan

   Kebijakan penagihan utang sangat didasari oleh kebijakan kredit yang telah disepakati misalnya jumlah pinjaman yang diterima, periode kredit, dan persyaratan khusus lainnya. Perusahaan harus jeli dalam menentukan kebijakan penagihan pinjaman. Mulai dari media penagihan apakah melalui email, penagihan langsung, atau melalui agen. Satu hal yang

perlu diingat dalam menentukan kebijakan penagihan adalah strategi dalam penagihan itu sendiri.

Misal, jika perusahaan terlalu agresif kepada peminjam dalam hal ini konsumen, bukan hal yang tidak mungkin apabila mereka akan beralih ke pesaing bisnis. Dalam hal pinjaman karyawan misalnya, kebijakan pinjaman yang berbelit dan membebankan menyebabkan perusahaan kehilangan karyawan terbaiknya dan mungkin akan memengaruhi kinerja perusahaan secara langsung.

4. Mengandalkan Pihak Ketiga

Kebijakan terakhir bukanlah prinsip utama yang bisa dilakukan untuk mengefisiensi manajemen piutang perusahaan. Namun di dalam persaingan yang semakin ketat dan sangat volatile mengandalkan pihak ketiga merupakan pilihan terbaik. Pihak ketiga yang dimaksud adalah pihak di luar perusahaan yang membantu mengelola piutang perusahaan misalnya adalah menggunakan layanan teknologi keuangan atau konsultasi dengan konsultan bisnis. Mengandalkan pihak ketiga adalah investasi jangka panjang yang paling efektif dalam mengelola keuangan terutama piutang perusahaan. Misalnya, Anda bisa menggunakan teknologi pengolahan akuntansi dan keuangan untuk memangkas birokrasi penagihan dan pemberian piutang, pemantauan, hingga kemudahan pengolahan data.

Dalam suatu perusahaan piutang menjadi sangat begitu penting ketika perusahaan harus menentukan berapa jumlah piutang yang optimal. Di samping itu piutang juga harus dikelola secara efisien, karena menyangkut laba dan biaya yang timbul karena adanya piutang itu sendiri. Kebijakan piutang yang baik adalah kebijakan yang dapat mengoptimalkan

manajemen piutang dengan mempertimbangkan keuntungan dari piutang tersebut. Untuk itu diperlukan manajemen piutang guna mengatur piutang dalam suatu perusahaan.

Manajemen piutang perusahaan meliputi mulai dari penjualan kredit sampai pada pelunasan. Hal itu ditujukan agar semua proses tersebut berjalan lancar sehingga tidak menyebabkan penumpukan modal yang berakibat pada operasional perusahaan. Manajemen piutang harus dimulai dari membuat perencanaan yang matang terhadap pemberian pinjaman atau aktivitas penjualan kredit pada perusahaan, pengendalian terhadap pengumpulan piutang berdasarkan jatuh temponya serta melihat kembali akan kebijakan yang sudah diterapkan. Piutang timbul karena adanya penjualan barang atau jasa yang dilakukan berdasarkan kredit. Dengan kata lain, piutang merupakan utang dari pihak lain berupa akibat dari pembelian jasa atau produk yang mereka lakukan secara kredit. Dari segi bidang akuntansi, piutang merupakan tuntutan perusahaan kepada pihak eksternal yang diharapkan akan diselesaikan dengan cara penerimaan jumlah uang tunai yang sesuai.

Cara Mengelola Piutang Agar Efektif

Salah satu cara untuk mencegah piutang yang macet atau tidak tertagih yaitu dengan mengelola piutang dengan baik dan efektif.

1. Membuat Daftar Khusus Piutang

   Langkah pertama yang dapat Anda lakukan sebagai cara untuk mengelola piutang adalah membuat daftar khusus piutang. Rencanakan jumlah dan pengumpulan piutangnya. Buatlah daftar piutang dengan rinci, setidaknya meliputi informasi seperti

nama, tanggal piutang, tanggal jatuh tempo, jumlah terutang, alamat dan kontak yang dapat dihubungi untuk menagih.

2. Pengendalian Piutang

   Untuk menilai efisiensi pengumpulan piutang, Anda dapat menghitung perputaran piutang. Perputaran piutang adalah lamanya atau periode waktu dari dana piutang tersebut. Jika rata-rata waktu pengumpulan piutang lebih lama dibandingkan dengan batas pembayaran maka artinya pengumpulan piutang yang Anda/perusahaan lakukan kurang efisien. Kendalikan piutang perusahaan Anda dengan beberapa cara yaitu menyaring pelanggan mana yang dapat memperoleh piutang. menentukan risiko kredit, menentukan return atau potongan-potongan kredit, menetapkan ketentuan untuk menghadapi piutang yang menunggak, melaksanakan administrasi yang berhubungan dengan penarikan kredit.

3. Menghitung Perputaran Piutang

   Untuk menilai efisiensi pengumpulan piutang, kita dapat menghitung perputaran piutang. Perputaran piutang adalah lamanya atau periode waktu dari dana piutang tersebut. Jika rata-rata waktu pengumpulan piutang lebih lama dibandingkan dengan batas pembayaran maka artinya pengumpulan piutang yang perusahaan lakukan kurang efisien.

Cara Mengatasi Piutang Tak Tertagih

Seringkali perusahaan juga mengalami kegagalan dalam mengelola piutangnya, biasanya perusahaan kecolongan piutang menjadi tidak tertagih dan melewati jatuh tempo yang sudah ditetapkan. Karena piutang masih merupakan hak perusahaan, maka Anda dapat mengatasinya dengan cara berikut:

1. Melakukan penagihan dengan cara agresif

   Maksud dari cara ini yakni Anda dapat menagih piutang dengan cara menghubungi pelanggan atau konsumen secara terus menerus baik melalui via telepon ataupun email untuk mengingatkan bahwa utang mereka sudah mendekati jatuh tempo. Jika sampai tidak tertagih maka Anda juga dapat mendatangi langsung ke perusahaan atau rumah dari pelanggan yang bersangkutan.

2. Menerapkan kebijakan kredit ketat

   Kebijakan kredit ketat dapat diterapkan dengan cara mempersingkat jangka waktu jatuh tempo. Jika sebelumnya waktu jatuh tempo selama 30 hari untuk semua konsumen maka untuk mencegah piutang tak tertagih, Anda dapat memperpendek jangka waktu pembayaran selama 3 minggu atau 2 minggu saja. Lebih ekstrim, mungkin Anda dapat membuat kebijakan hanya melayani pembelian secara tunai saja.Penerapan pengelolaan piutang dan cara mengatasi piutang memang ampuh untuk mengatasi masalah perusahaan. Namun, kita juga harus memperhatikan dan memperhitungkan faktor-faktor lain yang memengaruhi. Hal ini karena kebijakan piutang nantinya akan berpengaruh terhadap penjualan di mana juga akan berpengaruh dengan pendapatan dan laba-rugi perusahaan.

Cara Mengelola Piutang dengan Alur Siklus Konversi Piutang

Membangun sistem piutang secara efisien bisa menjadi langkah yang krusial bagi jalannya kegiatan bisnis yang kita lakukan. Jelas bagi kita seorang pebisnis tidak mau modal yang ditanam terbuang sia-sia, baik dikarenakan pengalokasian dana atau kas yang kurang jelas atau rendahnya manajemen terhadap working capital bisnis

yang kita lakukan. Sedangkan keberadaan salah satu unsur working capital dalam laporan keuangan yang memegang peran penting yakni akun piutang terkadang "disebelahmatakan". Kita sebagai pebisnis yang memberikan kredit kemungkinan mempunyai goal yang berbeda dengan pelanggan yang menerima kredit. Pernyataan tersebut diutarakan oleh Jennifer Hall, spesialis treasury management di Associated Bank pada laman web sbnonline.com (2012). Kemudian Hall menambahkan bahwa jenis konflik antara kreditur dan debitur tak lain dan tak bukan adalah seperti ini; "Anda sebagai kreditur ingin menerima piutang secepat mungkin, sedangkan pelanggan sebagai debitur ingin terus menunda pembayaran selama mungkin. Maka menurut Hall, Anda sebagai kreditur harus memikirkan dan memberikan solusi yang tepat dan bisa diterima oleh debitur sembari tetap mempertahankan keinginan Anda, meminimalisir waktu menunggu piutang yang akan Anda terima." Seberapa cepat piutang Anda dibayarkan akan sangat memengaruhi stabilitas arus kas bisnis Anda. Karena semakin cepat Anda mengumpulkan piutang, khususnya piutang yang pelunasannya diprediksi akan tertunda (outstanding), semakin efektif kas yang dipungut untuk berbagai kebutuhan bisnis kita, seperti ekspansi, pembayaran gaji, dan biaya-biaya lainnya. Perlu diingat, semakin besar nilai piutang bisnis kita yang bersifat outstanding, maka akan memengaruhi stabilitas arus kas Anda sehingga bisa menyebabkan keterlambatan untuk membayar berbagai kebutuhan bisnis yang kita jalankan.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Piutang

Piutang sebagai salah satu aktiva lancar dalam neraca memiliki perputaran yang cepat, oleh karena itu beberapa hal dapat mempengaruhi besarnya piutang tersebut. Perusahaan yang melakukan kegiatan penjualan secara kredit akan memperoleh penambahan pada aktiva lancar

yakni ditandai oleh timbulnya piutang yang telah sampai pada waktu jatuh tempo barulah terjadi aliran kas atau cash flow. Riyanto (2021) berpendapat bahwa faktor faktor yang mempengaruhi besarnya piutang yaitu sebagai berikut:

1. Volume Penjualan

   Semakin besar proporsi penjualan kredit dari keseluruhan penjualan, maka semakin besar pula investasi dalam piutang. Dengan besarnya volume kredit setiap tahunnya berarti perusahaan itu harus menyediakan investasi yang lebih besar dalam piutang. Semakin besarnya jumlah piutang berarti semakin besar jumlah resiko, tetapi bersamaan dengan itu juga memperbesar tingkat profitabilitasnya.

2. Syarat Pembayaran Penjualan Kredit

   Syarat pembayaran penjualan kredit dapat bersifat ketat atau lunak. Apabila perusahaan menetapkan syarat pembayaran yang ketat, berarti bahwa perusahaan tersebut lebih mengutamakan keselamatan kredit daripada pertimbangan profitabilitas dan sebaliknya yang lebih ketat antara lain tampak dari batas waktu pembayaran yang pendek atau pembebanan bunga yang berat untuk pembayaran piutang yang terlambat.

3. Ketentuan Tentang Pembatasan Kredit

   Adanya penjualan secara kredit, perusahaan dapat menetapkan batas maksimal atau biaya kredit yang akan diberikan kepada pelanggan. Semakin tinggi plafond (Batasan biaya tertinggi pemakaian kredit) kepada pelanggan, semakin besar pula dana yang diinvestasikan kedalam piutang. Selain itu penentuan

kriteria pihak yang akan diberikan kredit juga dapat memperkecil jumlah investasi dalam piutang.

4. Kebijakan dalam Penagihan

Ada beberapa pelanggan yang mempunyai kebiasaan untuk membayar dengan menggunakan kesempatan mendapatkan cash discount period, dan jada sebagian yang tidak menggunakan kesempatan tersebut. Kebiasaaan para pelanggan untuk membayar dalam cash discount period atau sesudahnya akan mempunyai efek terhadap besarnya investasi dalam piutang. Apabila sebagian besar para pelanggan dalam waktu selama cash discount period, maka dana yang tertanam dalam piutang akan lebih cepat bebas berarti semakin kecilnya investasi dalam piutang.

Merupakan hal yang biasa jika sebuah perusahaan memiliki piutang karena pada kenyataannya banyak pelaku usaha yang menerapkan kebijakan pembayaran kredit. Meskipun sebenarnya lebih baik untuk melakukan penjualan secara tunai, tetapi piutang ternyata juga dapat meningkatkan keuntungan bisnis. Alasan menerapkan kebijakan piutang pun sangat banyak, salah satunya karena daya beli konsumen yang terbatas. Dengan adanya piutang diharapkan konsumen masih tetap membeli atau mengkonsumsi produk atau jasa yang Anda tawarkan, sehingga penjualan akan tetap berjalan. Namun, dalam praktiknya tentu saja tidak semudah yang dibayangkan. Sering kali terjadi piutang yang macet atau tidak tertagih dimana hal tersebut akan memberikan efek yang buruk bagi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus membuat dan melakukan prosedur-prosedur yang baik dan benar terkait dengan piutangnya demi kemajuan perusahaan. Salah satu cara untuk mencegah piutang

yang macet atau tidak tertagih yaitu dengan mengelola piutang dengan baik dan efektif.

Pengelolaan piutang terhadap efektivitas arus kas menjadi sangat efektif apabila perusahaan dapat mengumpulkan penerimaan uang dari pelanggan lebih cepat maka akan dapat menggunakan uang tunai untuk membayar tagihan dan kewajiban lainnya dengan cepat. Sebaliknya apabila perputaran piutang rendah berarti perusahaan membutuhkan waktu yang lama untuk dapat mengumpulkan atau menagih piutang yang dapat mempengaruhi arus kas dari pengumpulan kas yang dibayarkan dari perusahan.

Daftar Pustaka

Adisaputra, Gunawan, 2000. Anggaran Perusahaan. (Cetakan Keenam). BPFE; Yogyakarta.

Chairiri, Anis dan Imam Ghozali, 2021. Teori Akuntansi. Edisi Revisi ketiga. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Setiawan, 2020. Analisis Penerimaan Piutang Dagang dan Pembayaran Hutang Dagang Terhadap Arus Kas Pada CV Gapici Junior Bag.Jurnal Akuntansi

Alim S.S.I, Walandouw S.K, .2020. Analisis Tingkat Perputaran Piutang Terhadap Laporan Arus Kas Operasi Pada Manado Quality Hotel.Jurnal Akuntansi

Brigham, F.E dan Houston, J.F. (2021). Dasar-dasar Manajemen Keuangan. Buku 1 (Edisi II). Jakarta: Salemba EmpatArifin, Rasyid A.2012. Analisis Pengendalian Piutang Usaha Terhadap Penerimaan Kas Pada PT Asmat Jaya Pratama.Jurnal

Juita R, Rivandi M, 2019. Pengaruh Pengelolaan Piutang Terhadap Efektivitas Arus Kas.Jurnal.Vol.1.2019 Jumingan. 2008. Analisis Laporan Keuangan. PT Bumi Aksara. Jakarta

Mian C.H, Peleng F. A. O, Mangindaan J. 2018. Analisis Pengendalian Piutang Dagang Terhadap Efektifitas Arus Kas Pada PT Tridjaya Mulia Sukses Manado.Jurnal Administrasi Bisnis Vol.6.4.2018

Husnan, Suad. 2017. Pembelajaran Perusahaan, dasar-dasar Manajemen Keuangan. (Edisi ketujuh). Liberty; Yogyakarta Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI). 2019.

Charles, T. Horngren dan Walter T. Harrison Jr, Akuntansi Diterjemahkan dari “Accounting” Oleh Gina Gania dan Danti Pujiati, Jakarta: Erlangga, 2017.

Imran Deni, Pengaruh Tingkat Perputaran Kas, Perputaran Piutang dan perputaran Persediaan terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI, Jurnal, Universitas Maritim Raja Ali Haji (UMRAH) Riau, 2014.

Soemarso, Akuntansi Suatu Pengantar, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2018.

Suarnami, Pengaruh Perputaran Piutang dan Periode Pengumpulan Piutang terhadap Profitabilitas pada Perusahaan pembiayaan, Jurnal, Universitas Pendidikan Ghanesa Singaraja, 2019.

Sumardi Surya Brata, Metode Penelitian, Jakarta: PT Raja Grafindo Parsada, 2012. Ulpha Lisi Azhari, Pengaruh Piutang Tak Tertagih terhadap Profitabilitas pada PT Siaga Mitra Utama Dental, Skripsi, Universitas Pendidikan Indonesia, 2019.

Profil Penulis

Ni Kadek Ayu Trisnadewi, S.E., M.M.

Ketertarikan penulis terhadap ilmu Manajemen. Dimulai pada tahun 2011 silam. Saat ini penulis menjadi pengajar di STIE Satya Dharma Singaraja pada Program Studi Akuntansi. Mendapat gelar Sarjana Ekonomi dari STIEKN

Jaya Negara Malang. Pada tahun 2011, menyelesaikan program S-2 Magister Manajemen di Universitas Pendidikan Nasional (UNDIKNAS). Penulis memiliki kepakaran di bidang manajemen Piutang khususnya, sekarang ini penulis aktif menggeluti usaha sendiri di bidang kepakarannya tersebut berupa tenaga Pengawas pada salah satu Koperasi Simpan Pinjam. Berharap Penulis bisa langsung mempraktekkan ilmu tentang cara mengelola piutang yang tidak tertagih. Peneliti sering diundang untuk memberikan pelatihan tentang pengelolaan Kredit Macet di lembaga Keuangan seperti Koperasi Simpan Pinjam, LPD dan Perbankan. Saat ini juga penulis bergabung sebagai badan pengawas pada salah satu koperasi simpan pinjam dan untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, penulis pun aktif sebagai peneliti di bidang kepakarannya tersebut.

E-mail Penulis: aayu.trisna.22 @ gmail.com

6

NILAI WAKTU UANG

Zainudin Adang Djaha, S.E., M.M.

Politeknik Negeri Kupang

Pengertian

Konsep nilai waktu uang *(Time Value of Money)* berkaitan erat dengan investasi, karena pada investasi terkandung suatu nilai yaitu harapan *(Expected)* akan keuntungan *(Profit)* yang diinginkan, dimana investasi dapat dilakukan pada berbagai objek aktiva tetap. Investasi dalam aktiva tetap pada dasarnya akan dibicarakan masalah "bagaimana suatu tindakan yang optimal dari suatu modal ataupun dana yang akan diinvestasikan pada penguasaan tanah (proyek pertanian, perkebunan, perikanan), pembangunan atau pembelian gedung dan bangunan, pembelian peralatan dan mesin, surat berharga jangka panjang atau investasi pada berbagai aktiva atau proyek yang sumber pendanaannya berasal dari dana sendiri atau dana dari pinjaman, sehingga dapat menghasilkan tingkat keuntungan yang diperoleh sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan perusahaan.

Dalam pembahasan ini akan dibicarakan suatu nilai yaitu apa yang disebut dengan "nilai waktu uang", karena permasalahan yang akan dihadapi selanjutnya adalah bagaimana suatu investasi dapat dilakukan dengan memperhatikan beban atau bunga yang ditanggung dan diperoleh, tingkat resiko dan tingkat keuntungan yang

diisyaratkan, investasi yang ditanam ditanamkan pada suatu aktiva atau proyek biasanya diukur dalam satuan uang (seperti Rupiah).

Karena uang yang diinvestasikan dapat menghasilkan suatu keuntungan (bunga untuk suatu periode tertentu, maka uang mempunyai nilai waktu. Ini ditunjukkan dengan sifat yang kita miliki yaitu kita lebih menyukai *(Preferential)* untuk menerima pada saat ini sejumlah yang sama dari pada nanti, sebaliknya kita akan memilih membayar sejumlah uang yang sama diwaktu yang akan datang dari pada waktu sekarang. Dengan demikian kita mengakui bahwa uang tidak sama nilainya untuk waktu yang berbeda. Semakin jauh dimensi waktunya semakin rendah nilai uang tersebut, dengan kata lain rupiah saat lebih berharga dari pada rupiah yang akan datang. Inilah yang disebut dengan “konsep Nilai Waktu Uang" *(Time Value of Money Concept,* dan atas sejumlah uang yang dibayarkan sebagai kompensasi terhadap apa yang dapat diperoleh dengan penggunaan uang tersebut ialah apa yang disebut bunga.

Dalam setiap perekonomian dimana time preference menghasilkan tingkat bunga yang positif, maka selama ini nilai waktu dari uang akan tetap merupakan konsep yang penting. Dalam hubungan itu perlulah kita memahami konsep bunga majemuk dan nilai sekarang. Konsep tersebut mempunyai arti yang sangat penting didalam pembelanjaan perusahaan *(financial management)* terutama dalam hubungan dengan penganggaran modal *(capital budgeting)*. Dari uraian singkat tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa "konsep nilai waktu uang merupakan suatu pemikiran yang didasarkan alas perhitungan bahwa nilai uang pada waktu yang akan datang tidak sama dengan nilai uang pada saat sekarang", inilah yang dikaitkan dengan manajemen keuangan atau investasi pada aktiva tetap.

Manfaat Nlai Waktu atas Uang

Konsep nilai waktu atas uang sangat diperlukan dalam merencanakan keuangan di masa depan. Konsep ini lumrah digunakan dalam manajemen keuangan suatu perusahaan sehingga penting bagi manajer keuangan untuk memahaminya sebelum mengambil keputusan. Apalagi dalam sebuah bisnis, keputusan seperti melakukan investasi pada suatu aktiva dan menentukan sumber dana pinjaman, maka pemahaman akan nilai waktu atas uang ini menjadi sangat krusial. ada beberapa manfaat lain yang bisa didapatkan seperti;

1. Membantumu menabung secara terencana dengan mempertimbangkan jumlah uang yang harus disimpan untuk mencapai tujuan menabungmu
2. Mengetahui kapan kamu harus menggunakan uang, apakah digunakan saat ini atau di waktu yang akan datang
3. Jika memiliki bisnis, kamu dapat menghitung dan membuat anggaran produksi, *product development*, hingga inovasi
4. Mengetahui apakah investasi yang dilakukan menguntungkan atau tidak bagi bisnis
5. Membantumu untuk lebih hati-hati ketika ingin berinvestasi dengan mencari peluang dan waktu yang tepat supaya bisa meraih profit lebih banyak

Nilai Uang Masa Depan (*Future Value*)

Perhitungan secara *Future Value* adalah perhitungan uang yang dimiliki saat ini dan diinvestasikan dengan penetapan bunga sehingga mengalami proses bunga berbunga (compounding) sehingga nilai akan berubah pada masa yang akan datang. Nilai Majemuk (*coumpaund value / ending amount*) dari sejumlah uang merupakan penjumlahan dari uang pada permulaan periode. (Modal

Pokok + Bunga pada periode tersebut). Atau menghitung jumlah akhir pada akhir periode dari sejumlah uang yang dimiliki sekarang. Future value merupakan diartikan sebagai cara menentukan nilai masa yang akan datang berdasarkan bunga berganda atas sejumlah uang yang dikeluarkan sekarang. Perhitungan untuk menentukan nilai masa yang akan datang dengan memakai sistem bunga berganda disebut juga bunga majemuk (*compound value, ending amount, compound interest*), dan rumus yang digunakan untuk nilai masa datang adalah:

$$FV = PV\ (1+i)^{n}$$

Keterangan

PV = *Present Value*/ nilai uang masa depan periode ke n

I = suku bunga

n = jumlah tahun

FV = Future Value/ nilai uang pad periode ke n

Contoh :1

Tabel 8.1.

Nilai Majemuk Dari Pinjaman

Tahun	Nilai sekarang (PV)	Bunga Pada Akhir Tahun (15%)	Nilai Akhir
1	10.000.000,00	1.500.000.00	11.500.000.00
2	11.500.000.00	1.725.000.00	**13.225.000.00**
3	13.225.000.00	1.983.750.00	15.208.750,00
4	15.208.750.00	2.281.312.50	17.490.062,50
5	17.490.062.00	2.623.509.00	20.113.571.50

Dana sebesar Rp. 10.000.000 diinvestasikan selama 2 tahun dengan tingkat bunga adalah 15%

Penyelesaian

$FV = PV (1+i)^{n}$

$= 10.000.000 (1 + 0,15)^{2}$

= 10.000.000 (FVIF, 15%, 2)

= 10.000.000 (1,3225)

= 13.225.000

Jadi nilai akhir untuk 2 tahun sebesar Rp. 13.225.000

Tabel 8.2

Contoh Tabel Nilai Majemuk Rp. 1,00

Tahun	1%	2%	3%	4%	5%	6%	7%
1	1,010	1,020	1,030	1,040	1,050	1,060	1,070
2	1.020	1.040	1.061	1.082	1.102	1.121	1.145
3	1.030	1.061	1.093	1.125	1.158	1.191	1.225
4	1.041	1.082	1.126	1.070	1.216	1.262	1.311
5	1.051	1.104	1.159	1.217	**1.276**	1.338	1.403

Kita dapat menghitung nilai majemuk dari uang sebesar Rp. 2.000.000,00 selama 5 tahun atas dasar bunga majemuk 5%, maka hasilnya ialah:

$FV = PV (1+i)^{n}$

= 2.000.000 (1,276)

= 2.552.000

1,276 dicari dalam tabel tersebut pada kolom bunga 5%, deretan ke bawah tahun ke-5 diketemukan angka: 1,276

dan kemudian ini dikalikan dengan jumlah uang pada permulaan periode (n) yaitu Rp. 2.000.000,00

Contoh: 2

Tuan Ahmad meminjamkan uangnya kepada Bambag sebesar Rp 200.000 untuk masa 5 tahun dengan tingkat bunga 8 % pertahun. Tentukan nilai uang tersebut setelah 5 tahun.

Penyelesaian

$FV = P (1 + i)^n$

$= 200.000 (1 + 0,08)^5$

$= 200.000 (1,4693)$

= Rp 293.860

Tabel A-3 COMPOUND INTEREST

n/1	5.5%	6%	6.5%	7%	7.5%	8%
1						0.0800
↓						↓
5						1.4693

Tabell 8.3

Model Penerimaan Bank

Tahun	Modal (P)	Bunga 8 % (i)	Nilai akhir Fn = P + (P.i)
1	200.000,0	16.000,00	216.000,00
2	216.000,0	17.280,00	233.280,00
3	233.280,0	18.662,00	251.942,00
4	251.942.0	20.155,00	272.097,00
5	272.097,0	21.767,00	**293.865,00**

Catatan: Rp.293.865 – Rp. 293.860 = Rp. 5,-; selisih Rp.5,- karena pembulatan

Pada perhitungan nilai masa akan datang yang menjadi kunci adalah apa yang disebut dengan faktor bunga berganda atau bunga majemuk (*compounding interest faktor*) dengan rumus $(1 + i)^n$ atau disebut juga CIF

Nilai Uang Masa Depan dari Suatu Cicilan

Nilai masa yang akan datang dari suatu cicilan (*future value anuity*) adalah menghitung nilai masa datang dari suatu pembayaran/penerimaan berkala (cicilan/series) dari sejumlah uang. *Future value anuity* dapat dihitung dengan rumus: $FV = P (1 + i)^{n-1}$

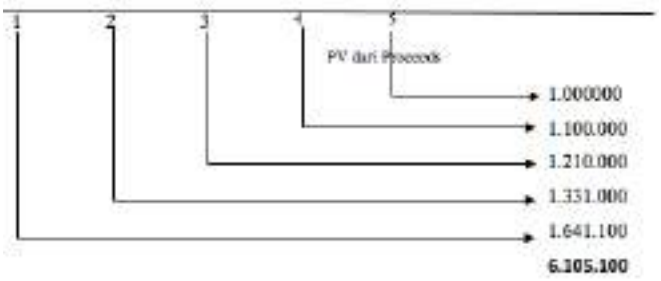
Contoh:

Dana yang ditabungkan secara berkala sebesar Rp 1.000.000 selama 5 tahun dengan bunga 10 %. Tentukan berapa nilai pada akhir tahu ke 5 dengan asumsi pembayaran dilakukan diakhir periode.

Penyelesaian

= 1.000.000 (1 + 0,1)1-1	= 1.000.000	
= 1.000.000 (1 + 0,1)2-1	= 1.000.000 x 1,1	= 1.100.000
= 1.000.000 (1 + 0,1)3-1	= 1.000.000 x 1,21	= 1.210.000
= 1.000.000 (1 + 0,1)4-1	= 1.000.000 x 1,331	= 1.331.000
= 1.000.000 (1 + 0,1)5-1	= 1.000.000 x 1,4641	= 1.464.100 +
Compound sum setelah 5 tahun		= 6.105.100

Bentuk perhitungan dapat pula dibuat dalam pola berikut:



Nilai Sekarang (*Present Value*)

Present value adalah nilai sekarang dari uang yang akan diterima dimasa mendatang. Disadari bahwa setiap Rp 1 yang diterima hari ini lebih berharga daripada Rp 1 yang diterima satu atau dua, atau tiga tahun mendatang. Menghitung nilai sekarang dari arus kas masa mendatang memungkinkan untuk menempatkan seluruh arus kas atas dasar nilai saat ini, sehingga dapat dibuat perbandingan untuk nilai rupiah saat ini.

Present value (nilai sekarang) juga merupakan kebalikan dari compound value/nilai majemuk/ *future value* adalah besarnya jumlah uang, pada permulaan periode atas dasar tingkat bunga tertentu dari sejumlah uang yang baru akan diterima beberapa waktu/periode yang akan datang. Jadi *present value* menghitung nilai uang pada waktu sekarang bagi sejumlah uang yang baru akan kita miliki beberapa waktu kemudian

$$PV = \frac{FV}{(1 + i)^n}$$

Contoh Soal:

Berapa nilai sekarang dari sejumlah uang sebesar Rp 10.000.000,00 yang baru akan diterima pada akhir tahun ke-5 bila didasarkan tingkat bunga 15% dengan bunga majemuk?

Penyelesaian

$$PV = \frac{10.000.000}{(1 + 0{,}15)^5}$$

$$PV = \frac{10.000.000}{2{,}011}$$

$$PV = 4.972.650$$

Pak Anton ditwari oleh Bambang untuk meninvestasikan uangnya pada restoran yang akan ia buka di Kupang. dengan keuntungan yang akan diperoleh pada tahun ke-8 sebanyak Rp. 125.000.000 dengan tingkat bunga yang disepakati adalah 8%. Maka uang yang harus Pak Anton berikan sebagai modal awal adalah sebagai berikut:

Penyelesaian

$$PV = \frac{FV}{(1+i)^n}$$

$$PV = \frac{125.000.000}{(1+0{,}08)^8}$$

$$PV = \frac{125.000.000}{1.851}$$

$$PV = 67.531.065$$

Ini berarti bahwa uang sebesar Rp. 67.531.065 kalau diinvestasikan di restoran milik Bambang dengan suku bunga 8% pertahunnya, maka pada akhir tahun ke 8 jumlah akhirnya akan menjadi 125.000.000

Dengan cara perhitungan seperti tersebut di atas dapatlah disusun tabel nilai sekarang (*present value*):

Tabel 8.4

Present Value dari Rp. 1,00 (PVIF (i, n))

Tahun	1%	2%	3%	4%	5%	6%	7%
1	0,990	0,980	0,971	0,962	0,952	0,943	0,935
2	0,980	0,961	0.943	0,925	0,907	0,890	0,873
3	0,971	0.942	0,915	0,889	0,864	0,840	0,816
4	0.961	0.924	0,889	0,855	0,823	**0,792**	0,763
5	0,951	0.906	0,863	0,822	0,784	0,747	0,713

Seperti halnya dengan tabel nilai majemuk, maka kita pun dapat dengan mudah menghitung nilai sekarang dari suatu jumlah uang yang akan diterima dalam beberapa waktu yang akan datang dengan menggunakan tabel PV tersebut, yaitu dengan mengalikan jumah uang pada akhir periode (FV) dengan *interest factor* (IF) yang terdapat dalam tabel PVIF tersebut.

Tentukan berapa besarnya nilai sekarang (*present value*) dari uang sebesar Rp. 1.262,00 yang akan kita terima pada akhir empat tahun yang akan datang atau dasar bunga majemuk 6%

PV = FV4 (PVIF(6%, 4) = 1.262 (0,792) = Rp. 999,50 = Rp.1.000,00

PVIF dicari dalam tabel PVIF pada kolom bunga 6% pada deretan tahun keempat, dan diketemukan angka 0,792.

Daftar Pustaka

Alwi Syafaruddin 1998. Alat – Alat Analisis dalam Pembelanjaan. Edisi Revisi. Balai Penerbit Andi Offset Yogyakarta

Husnan Suad. 1994.Manajmen Keuangan Teori dan Penerapan, Keputusan Jangka Panjang. Diterbutkan Oleh BPFE Yigyakarta

Kartadinata Abas.1993. Analisis Belanja, Dasar perhitungan dalam keputusan keuangan

Syaifuddin Dedy.2008. Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi. Balai Penerbit Unhalu Press Kendari

Herispon. 2018. Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi Edisi Revisi. Balai Penerbit Andi Offset Yogyakarta

Dede Suleman, Ratnawaty Marginingsih dan Isnurrini Hidayat Susilowati, 2019.Manajemen Keuangan. Balai Penerbit Andi Offset Yogyakarta

Profil Penulis

Zainudin Adang Djaha, S.E., M.M.

Lulus di S1 program studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Kupang tahun 1997. Lulus S2 di program Magister Manajemen Keuangan di Universitas Katolik Widiya Mandira Kupang tahun 2007. Saat ini sebagai dosen tetap pada Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Kupang dan dosen Luar Biasa pada program studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Kupang. Mata Kuliah yang diasuh adalah Pengantar Akuntansi, Intermediate Accounting 1 & 2, Manajemen Keuangan, Akuntansi Biaya, Akuntansi Keuangan Lanjutan 1, perpajakan dan praktikum perpajakan. Menjadi instruktur dalam pelatihan Akuntansi yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah dan koperasi, pernah menjadi ketua Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP) di Politeknik Negeri Kupang, pernah menjadi Auditor Independen pada proyek Decentralization Basic Education Projec tahun 2007 – 2009. Kooordinator SPMI Politeknik Negeri Kupang dari tahun 2021 sampai sekatrang

Email: zainudin.ibnu@gmail.com

7

ANALISIS RASIO DAN KINERJA PERUSAHAAN

Budi Wahyu Mahardhika, S.E., S.T., M.M.
Universitas Muhammadiyah Surabaya

Rasio Keuangan

Salah satu alat analisis laporan keuangan yang paling umum dan biasa digunakan dalam menilai kinerja keuangan adalah analisis rasio keuangan. Salah satu cara untuk melakukan analisis keuangan adalah dengan cara mempelajari hubungan antara berbagai perkiraan-perkiraan dalam laporan keuangan. Hubungan antara pos-pos tersebut dinyatakan dengan angka yang disebut dengan rasio. Rasio-rasio ini penting bagi analisis intern maupun ekstern dan menilai perusahaan dari laporan keuangan yang diumumkan perusahaan.

Penggunaan analisis rasio keuangan meliputi dua jenis perbandingan, yaitu:

1. Perbandingan Internal

   Memperbandingkan rasio sekarang dengan yang lalu untuk perusahaan yang sama. Rasio keuangan disajikan dalam bentuk suatu daftar untuk periode beberapa tahun, analis dapat mempelajari komposisi perubahan dan menetapkan apakah telah terdapat suatu perbaikan atau bahkan sebaliknya di dalam

kondisi keuangan dan prestasi perusahaan selama jangka waktu tersebut.

2. Perbandingan Eksternal

   Perbandingan meliputi perbandingan rasio perusahaan dengan perusahaan lainnya yang sejenis atau dengan rata-rata industri pada satu titik yang sama. Perbandingan tersebut dapat memberikan gambaran relatif tentang kondisi keuangan dan prestasi perusahaan.

Pengukuran Rasio Keuangan

Ada 5 pengukuran rasio keuangan perusahaan, yaitu:

1. Rasio likuiditas: rasio yang mengukur kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendek.
2. Rasio aktivitas: rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menggunakan asetnya dengan efisien.
3. Rasio hutang/*leverage*: rasio yang mengukur kemampuan perusahaan memenuhi total kewajibannya.
4. Rasio keuntungan/profitabilitas: rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan profitabilitas.
5. Rasio pasar: rasio yang mengukur prestasi pasar relatif terhadap nilai buku, pendapatan, atau dividen.

Laporan Keuangan dan Rasio PT. Unilever Indonesia

Data laporan keuangan dan Rasio PT. Unilever Indonesia, Tbk terlampir sebagai berikut. Sumber: ICMD

UNVR Unilever Indonesia Tbk.

Financial Data and Ratios
Public Accountant : Siddharta Widjaja & Partners

BALANCE SHEET	Dec-14	Dec-15	Dec-16	Dec-17	Dec-18
(in Million Rp, except Par Value)					
Cash & Cash Equivalents	859,127	628,159	373,835	404,784	351,667
Receivables	3,052,260	3,602,272	3,809,854	4,854,798	5,103,406
Inventories	2,325,989	2,297,502	2,318,130	2,393,540	2,658,073
Current Assets	6,337,170	6,623,114	6,588,109	7,941,635	8,325,029
Fixed Assets	7,348,025	8,320,917	9,529,476	10,422,133	10,627,387
Other Assets	81,310	292,968	156,383	89,882	74,424
Total Assets	14,280,670	15,729,945	16,745,695	18,906,413	19,522,970
Growth (%)		10.15%	6.46%	12.90%	3.26%
Current Liabilities	8,864,832	10,127,542	10,878,074	12,532,304	11,134,786
Long Term Liabilities	817,056	775,043	1,163,363	1,200,721	810,051
Total Liabilities	9,681,888	10,902,585	12,041,437	13,733,025	11,944,837
Growth (%)		12.61%	10.45%	14.05%	-13.02%
Authorized Capital	76,300	76,300	76,300	76,300	76,300
Paid up Capital	76,300	76,300	76,300	76,300	76,300
Paid up Capital (Shares)	7,630	7,630	7,630	7,630	7,630
Par Value	10	10	10	10	10
Retained Earnings	4,426,482	4,655,060	4,531,058	5,001,088	7,405,833
Total Equity	4,598,782	4,827,360	4,704,258	5,173,388	7,578,133
Growth (%)		4.97%	-2.55%	9.97%	46.48%

INCOME STATEMENTS	Dec-14	Dec-15	Dec-16	Dec-17	Dec-18
Total Revenues	34,511,534	36,484,030	40,053,732	41,204,510	41,802,073
Growth (%)		5.72%	9.78%	2.87%	1.45%
Cost of Revenues	17,412,413	17,835,061	19,594,636	19,984,776	20,709,800
Gross Profit	17,099,121	18,648,969	20,459,096	21,219,734	21,092,273
Expenses (Income)	9,336,793	10,709,568	11,751,435	11,723,970	8,813,643
Operating Profit	7,762,328	7,939,401	8,707,661	9,495,764	12,278,630
Growth (%)		2.28%	9.68%	9.05%	29.31%
Other Income (Expenses)	-85,606	-109,911	-135,776	-124,103	-92,866
Income before Tax	7,676,722	7,829,490	8,571,885	9,371,661	12,185,764
Tax	1,938,199	1,977,685	2,181,213	2,367,099	3,076,319
Profit for the period	5,738,523	5,851,805	6,390,672	7,004,562	9,109,445
Growth (%)		1.97%	9.21%	9.61%	30.05%
Period Attributable	5,738,523	5,851,805	6,390,672	7,004,562	9,109,445
Comprehensive Income	5,738,523	5,864,386	5,957,507	7,107,230	9,386,195
Comprehensive Attributable	5,738,523	5,864,386	5,957,507	7,107,230	9,386,195

RATIOS	Dec-14	Dec-15	Dec-16	Dec-17	Dec-18
Current Ratio (%)	71.49	65.40	60.56	63.37	74.77
Dividend (Rp)	336.00	766.00	835.00	915.00	410.00
EPS (Rp)	752.10	766.95	837.57	918.03	1,193.90
BV (Rp)	602.72	632.68	616.55	678.03	993.20
DAR (X)	0.68	0.69	0.72	0.73	0.61
DER(X)	2.11	2.26	2.56	2.65	1.58
ROA (%)	40.18	37.20	38.16	37.05	46.66
ROE (%)	124.78	121.22	135.85	135.40	120.21
GPM (%)	49.55	51.12	51.08	51.50	50.46
OPM (%)	22.49	21.76	21.74	23.05	29.37
NPM (%)	16.63	16.04	15.96	17.00	21.79
Payout Ratio (%)	44.67	99.88	99.69	99.67	34.34
Yield (%)	1.04	2.07	2.15	1.64	0.90
*US$ Rate (Bl), Rp	12,436	13,794	13,436	13,548	14,342

SHARES TRADED	2015	2016	2017	2018	Jan-19
Volume (Million Sh.)	505	611	505	603	58
Value (Billion Rp)	19,403	26,108	23,813	28,343	2,812
Frequency (Thou. X)	624	712	561	885	93
Days	244	246	238	240	22
Price (Rupiah)					
High	46,000	47,800	55,975	58,100	50,000
Low	32,100	35,300	38,800	38,900	45,425
Close	37,000	38,800	55,900	45,400	50,000
Close*	37,000	38,800	55,900	45,400	50,000
PER (X)	48.24	46.74	60.89	35.57	41.88
PER Industry (X)	17.71	23.77	18.48	24.94	36.52
PBV (X)	58.48	46.67	82.44	38.62	50.34

** Adjusted price after corporate action*

(https://www.idx.co.id/Portals/0/StaticData/ListedCompanies/PerformanceSummary/unvr.pdf)

Rasio keuangan berguna untuk menilai kondisi keuangan dan prestasi perusahaan. Data-data yang terdapat dalam laporan keuangan baik dari neraca, laporan laba-rugi, maupun kedua-duanya dapat dihitung bermacam-macam jenis rasio yang dapat dipergunakan sebagai pedoman dalam pengambilan keputusan untuk kelangsungan hidup perusahaan. Tolak ukur yang sering dipakai adalah rasio atau indeks, yang menghubungkan dua data keuangan yang satu dengan yang lainnya.

Analisis Rasio Keuangan

1. Rasio Likuiditas

   Rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kemampuan finansialnya dalam jangka pendek.

a. Current Ratio

Rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban finansial jangka pendek dengan mengunakan aktiva lancar.

$$Current\ Ratio = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$$

$$Current\ Ratio = \frac{8.325.029}{11.134.786} \times 100\%$$

$$Current\ Ratio = 74{,}77\%$$

Pada tahun 2018 *Current Ratio* sebesar 74,77%, artinya setiap hutang lancar Rp 1,00 dijamin oleh aktiva lancar sebesar Rp 0,747. Perhitungan diatas pada tahun 2018 bahwa posisi keuangan entitas dalam keadaan tidak sehat karena entitas tidak mampu menjamin hutang lancar. Hal ini berarti aktiva lancar tidak dapat dijadikan jaminan untuk membayar hutang apabila terjadi likuidasi.

b. Quick Ratio

Rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban finansial jangka pendek dengan mengunakan aktiva lancar yang lebih likuid (*Liquid Assets*).

$$Quick\ Ratio + \frac{Aktiva\ Lancar - Persediaan}{Hutang\ Lancar} \times 100\%$$

$$Quick\ Ratio = \frac{8.325.029 - 2.658.073}{11.134.766} \times 100\%$$

$$Quick\ Ratio = 50.89\%$$

Pada tahun 2018 hasil perhitungan quick ratio sebesar 50,89% artinya setiap hutang lancar Rp 1,00 dijamin oleh aktiva lancar sebesar Rp 0,508. Dari perhitungan diatas terlihat bahwa *quick ratio* dibawah standar yaitu kurang dari 100%, sehingga semua aktiva lancar selain persediaan tidak dapat dijadikan jaminan untuk membayar hutang lancar.

Rasio likuiditas lainnya:

Rasio kas (*cash ratio*) = kas + efek / hutang lancar. Untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban jangka pendeknya dengan kas yang tersedia dan juga surat berharga. Maksud kas di sini adalah uang perusahaan yang disimpan baik di kantor maupun bank dalam bentuk rekening koran, sedangkan surat berharga adalah harta setara kas yang dengan mudah diuangkan kembali.

2. Rasio Aktivitas

Rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan menggunakan asetnya dengan efisien.

Receivable Turnover

Rata-rata umur piutang melihat berapa lama waktu yang diperlukan untuk melunasi piutang yang dipunyai oleh perusahaan (merubah piutang menjadi

kas). Semakin lama rata-rata piutang, berarti semakin besar dana yang tertanam pada piutang.

Rata-rata piutang bisa dihitung melalui dua tahap seperti berikut ini.

$$\textit{Receivable Turnover Ratio} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Piutang}}$$

$$\textit{Receivable Turnover Ratio} = \frac{41.802.073}{5.103.406}$$

$$\textit{Receivable Turnover Ratio} = 8{,}19 \text{ X}$$

Rata-rata umur piutang = 365 / perputaran piutang

Rata-rata umur piutang = 365 / 8,19 = 44,56 Hari

Rasio aktivitas lainnya:

a. Perputaran persediaan (*inventory turnover*) = penjualan / persediaan x 100%. Untuk mengukur tingkat kualitas dan efisiensi perputaran persediaan perusahaan terhadap penjualan dalam satu periode tertentu. Sebagai catatan, Semakin tinggi rasionya maka pengelolaan persediaan yang dilakukan oleh perusahaan semakin efisien.

b. Perputaran aktiva tetap (*fixed asset turnover*) = penjualan / aktiva tetap x 100%. Untuk mengukur dan mengevaluasi kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aktiva tetap secara efisien dalam rangka meningkatkan penjualan. Sebagai catatan, semakin besar berarti semakin efektif perusahaan dalam mengelola aktiva tetapnya.

c. Perputaran aktiva total (*total asset turnover*) = penjualan / total aktiva x 100%. Rasio ini juga melibatkan aktiva lancar dan aktiva tetap, di mana semakin besar rasionya, maka semakin

efektif perusahaan bisa memanfaatkan seluruh aktivanya terhadap konversi penjualan.

d. Perputaran rerata tagihan (*average collection turnover*) = piutang x 365 / penjualan x 100%. Untuk mengukur seberapa lama waktu yang dibutuhkan perusahaan untuk menerima tagihan dari konsumen dalam satu tahun.

e. Perputaran modal kerja (*working capital turnover*) = penjualan / (aktiva lancar – hutang lancar) x 100%. Untuk mengukur tingkat perputaran modal kerja bersih yaitu perbandingan antara aktiva lancar dengan hutang lancar terhadap penjualan dalam satu periode.

3. Rasio Solvabilitas

Rasio untuk mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan memenuhi semua kewajiban finansial jangka panjang.

a. Total Debt to Assets Ratio (DAR)

Rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menjamin hutang-hutangnya dengan sejumlah aktiva yang dimilikinya.

$$\textit{Total Debt to Assets Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

$$\textit{Total Debt to Assets Ratio} = \frac{11.944.837}{19.522.970} \times 100\%$$

$$\textit{Total Debt to Assets Ratio} = 61{,}18\%$$

Pada tahun 2018 hasil perhitungan *total debt to asset ratio* sebesar 61,18%. Semakin tinggi nilai persentase Rasio Solvabilitas ini adalah semakin

buruk kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban jangka panjangnya.

b. Total Debt to Equity Ratio (DER)

Rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menjamin hutang-hutangnya dengan sejumlah ekuitas yang dimilikinya.

$$Total\ Debt\ to\ Equity\ Ratio = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Ekuitas}} \times 100\%$$

$$Total\ Debt\ to\ Equity\ Ratio = \frac{11.944.837}{7.578.133} \times 100\%$$

$$Total\ Debt\ to\ Equity\ Ratio = 157\%$$

Pada tahun 2018 hasil perhitungan *total debt to equity ratio* sebesar 157%. Semakin tinggi nilai persentase Rasio Solvabilitas ini adalah semakin buruk kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban jangka panjangnya.

4. Rasio Profitabilitas

Rasio untuk mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan nilai penjualan, aktiva, dan modal sendiri.

a. Marjin Laba Bersih (*Net Profit Margin*)

Rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba bersih dari penjualan.

$$Net\ Profit\ Margin = \frac{\text{Laba Bersih setelah Pajak (EAT)}}{\text{Penjualan Netto}} \times 100\%$$

$$Net\ Profit\ Margin = \frac{9.109.445}{41.802.073} \times 100\%$$

$$Net\ Profit\ Margin = 21{,}79\%$$

Pada tahun 2018 hasil perhitungan *Net Profit Margin* sebesar 21,79% yang berarti setiap rupiah penjualan menghasilkan Rp 0,217.

Dari perhitungan diatas terlihat bahwa adanya keuntungan yang dihasilkan dari penjualan, walaupun keuntungan yang dihasilkan oleh entitas kecil.

Profit margin yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang tinggi pada tingkat penjualan tertentu. Secara umum, rasio yang rendah menunjukkan ketidakefisienan manajemen. Rasio ini cukup bervariasi dari satu industri ke industri lainnya. Sebagai contoh, industri ritel cenderung mempunyai *profit margin* yang lebih rendah dibandingkan dengan industri manufaktur.

b. Marjin Laba Kotor (Gross Profit Margin)

Rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba kotor dari penjualan.

$$\text{Gross } \textit{Profit Margin} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan Netto}} \times 100\%$$

$$\text{Gross } \textit{Profit Margin} = \frac{21.092.273}{41.802.073} \times 100\%$$

$$\text{Gross } \textit{Profit Margin} = 50{,}46\%$$

Pada tahun 2018 hasil perhitungan *Gross Profit Margin* sebesar 50,46% yang berarti setiap rupiah penjualan menghasilkan Rp 0,504.

Rasio Profitabilitas lainnya:

a. *Operating income ratio* = penjualan neto – HPP – (EBIT) / penjualan netto x 100%. Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba operasi sebelum bunga dan pajak dari penjualan. EBIT adalah *earnings before interest & taxes.*

b. *Earning power of total investment* = laba sebelum pajak dan bunga / jumlah aktiva x 100%. Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mengelola modal yang dimiliki dan diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva. Bisa juga untuk acuan investor atau pemegang saham dalam mengukur tingkat keuntungan investasi yang ditanamkan dalam perusahaan.

c. *Return of Investment* = EAT / jumlah aktiva x 100%. Untuk menghitung kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang digunakan untuk menutup investasi yang dikeluarkan.

d. *Return on Equity* = EAT / jumlah equity x 100%. Untuk menghitung kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba bersih berdasarkan ekuitas.

e. *Return on Net Worth* = EAT / jumlah modal sendiri x 100%. Untuk mengukur kemampuan modal sendiri yang diinvestasikan untuk menghasilkan pendapatan bagi pemegang saham.

Sebagai catatan, bahwa semakin tinggi nilai hasil perhitungan rasio profitabilitas berarti semakin baik nilai keuntungan perusahaan.

5. Rasio Pasar

Rasio untuk mengukur prestasi pasar relatif terhadap nilai buku, pendapatan, atau dividen.

Dividend Yield

Perusahaan yang diharapkan tumbuh dengan tingkat pertumbuhan tinggi (yang berarti mempunyai prospek yang baik), biasanya mempunyai PER yang tinggi. Sebaliknya, perusahaan yang diharapkan mempunyai pertumbuhan yang rendah, akan mempunyai PER yang rendah juga.

$$\textit{Dividend Yield} = \frac{\text{Dividend per lembar}}{\text{Harga Saham per lembar}}$$

$$\textit{Dividend Yield} = \frac{410}{45.400}$$

$$\textit{Dividend Yield} = 0{,}9\%$$

Perusahaan yang mempunyai prospek pertumbuhan yang tinggi akan mempunyai *dividen yield* yang rendah, karena dividen sebagian besar akan diinvestasikan kembali. Kemudian, karena perusahaan dengan prospek yang tinggi akan mempunyai harga pasar saham yang tinggi, yang berarti pembaginya tinggi, maka *dividend yield* untuk perusahaan semacam itu akan cenderung lebih rendah (kecil).

Rasio pasar lainnya:

a. *Price earning ratio* adalah adalah dasar rasio yang digunakan agar bisa mengetahui harga wajar saham di dalam perusahaan. Dalam proses perhitungannya, PER akan menggunakan

perbandingan antara harga saham dengan laba per sahamnya. Sedangkan agar bisa mengetahui atau menghitung EPS, rumus yang bisa digunakan adalah sebagai berikut:

Rumus PER = Harga per saham / Earning per share

b. Rasio ini sangat berguna dalam menilai tingkat persentase laba yang digunakan untuk keperluan membayar dividen. Rasio pembayaran dividen bisa dikatakan baik jika secara berkelanjutan bisa meningkat di setiap tahunnya. Rumus yang bisa digunakan untuk menghitung dividend payout ratio adalah sebagai berikut:

Rumus *Dividend Payout Ratio* = (Total dividen / Laba bersih yang dihasilkan) x 100 %

Kinerja Laporan Keuangan

Laporan keuangan merupakan media yang dapat dipakai untuk meneliti kondisi kesehatan perusahaan adalah laporan keuangan yang terdiri dari neraca, perhitungan laba-rugi, ikhtisar laba yang ditahan, dan laporan posisi keuangan. Laporan keuangan adalah hasil akhir proses akuntansi. Setiap transaksi yang dapat diukur dengan nilai uang, dicatat dan diolah sedemikian rupa. Laporan akhir pun disajikan dalam nilai uang. Data kinerja dari laporan keuangan PT. Unilever Indonesia, Tbk terlampir sebagai berikut. Sumber: ICMD

Kinerja PT. Unilever Indonesia, Tbk mengalami pertumbuhan dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2018, terlihat dari pendapatan, laba, ekuitas dan asset semakin meningkat. Sedangkan untuk liabilitas, perusahaan mengalami penurunan jumlah hutang pada tahun 2018.

Daftar Pustaka

Keown, Martin. 2011. Manajemen Keuangan edisi 10. Jakarta: Indeks.

Lesmana, Rico dan Rudy Surjanto. (2005). Financial Performance Analyzing. PT Gramedia, Jakarta.

Rinaldi, Ferry. 2015. Analisis Laporan dan Rasio Keuangan Perusahaan

Sawir, Agnes. (2005). Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

www.idx.co.id (diakses pada tanggal 23 September 2022, Pukul 20.30 WIB)

https://www.ekrut.com/media/rasio-keuangan (diakses pada tanggal 23 September 2022, Pukul 21.00 WIB)

https://accurate.id/akuntansi/rasio-pasar/ (diakses pada tanggal 23 September 2022, Pukul 21.30 WIB)

Profil Penulis

Budi Wahyu Mahardhika, S.E., S.T., M.M.

Dhika, demikian pangilan akrabnya, menempuh pendidikan di S1 Manajemen di Universitas Airlangga, S1 Teknik Perkapalan ITS dan S2 Magister Manajemen di Universitas Sebelas Maret. Sebelum berkarir didunia pendidikan, sejak tahun 2004 penulis bekerja sebagai *Business Development Head* di PT. SNF Consulting setelahnya penulis pada tahun 2010 sd 2015 bekerja sebagai Kepala Bagian Keuangan di PT. BUMN Hijau Lestari (Konsorsium BUMN Perkebunan).

Terlahir dan menikmati masa remajanya di ibukota, menjadikan Dhika mudah sekali untuk membangun jaringan di berbagai lini, baik di daerah maupun pusat. Maka, spesialisasi bidang *finance & cost control* pun ditekuninya dengan back up jaringan yang luas. Baginya, menekuni sebuah keahlian bukan sekedar menumpuk teori di kepala, tetapi juga sebuah proses merangkainya dengan jaringan profesional untuk implementasi dan solusi terhadap berbagai masalah yang muncul. Inilah kekuatan profesional yang memperkuat pendalaman ilmunya pada pendidikan S3 Ilmu Manajemen konsentrasi keuangan Unair ini (2019 sd sekarang).

Ia merupakan Pengajar matakuliah manajemen keuangan, manajemen investasi, studi kelayakan bisnis dan kewirausahaan di Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surabaya serta sebagai Konsultan di PT. SNF Consulting, sebuah perusahaan konsultan yang bergerak dalam bidang konsultan manajemen dan bisnis yang bertempat di Surabaya.

Email Penulis: budi.wahyu.m@um-surabaya.ac.id

8

ANALISIS LAPORAN KEUANGAN

Dr. Irawati HM, S.E., M.Ak.
Universitas Borneo Tarakan

Definisi Laporan Keuangan

Laporan keuangan pada dasarnya merupakan media informasi yang merangkum semua aktivitas perusahaan dan biasanya dilaporkan atau disajikan dalam bentuk laporan neraca dan laporan laba rugi pada saat tertentu atau waktu tertentu, dan pada akhirnya digunakan sebagai alat informasi dalam mengambil kebijakan atau keputusan bagi para pemakai laporan keuangan sesuai dengan kepentingannya masing-masing.

Definisi laporan keuangan menurut Ikatan Akuntansi Indonesia melalui "Standar Akuntansi Keuangan" (2012:1) dinyatakan dalam kerangka dasar penyusunan dan penyajian laporan keuangan paragraf 7 adalah sebagai berikut: "Laporan keuangan merupakan bagian dari proses pelaporan. Laporan keuangan yang lengkap, biasanya meliputi neraca, laporan laba-rugi, laporan perubahan posisi keuangan (yang disajikan dengan berbagai cara seperti laporan arus kas atau laporan arus dana), catatan atau laporan lain serta materi penjelasan yang merupakan bagian integral dari laporan keuangan. Di samping itu juga termasuk skedul dan informasi tambahan yang berkaitan dengan laporan tersebut, misalnya informasi keuangan, segmen industri dan

geografis serta pengungkapan pengaruh perubahan harga".

Suatu laporan yang berisi informasi keuangan mengenai suatu badan usaha yang akan dipergunakan oleh pihak-pihak yg berkepentingan sebagai bahan pertimbangan dalam pembuatan keputusan, laporan keuangan merupakan output dari proses akuntansi (Kasmir, 2008). Menurut (Hanafi and Halim, 2009), laporan keuangan merupakan suatu informasi yang menggambarkan kondisi keuangan suatu perusahaan, dimana informasi tersebut dapat dijadikan sebagai gambaran kinerja keuangan suatu perusahaan. Menurut Munawair, Laporan keuangan adalah alat yang sangat penting untuk memperoleh informasi sehubungan dengan posisi keuangan dan hasil-hasil yang telah dicapai oleh perusahaan bersangkutan, dengan begitu laporan keuangan diharapkan akan membantu para pengguna (*user*) untuk membuat keputusan ekonomi yang bersifat finansial.

Menurut (Irham, 2013), tujuan laporan keuangan adalah memberikan informasi dari sudut angka-angka dalam satuan moneter kepada pihak yang membutuhkan tentang kondisi suatu perusahaan. Kemudian, SFAC (*Statement of Financial Accounting Concept*) No.1 menyatakan tujuan dari pelaporan keuangan perusahaan yaitu menyediakan informasi yang bermanfaat bagi pembuatan keputusan bisnis dan ekonomi oleh investor yang ada dan yang potensial, kreditor, manajemen, pemerintah, dan pengguna lainnya.

Informasi mengenai posisi keuangan, kinerja dan perubahan posisi keuangan sangat diperlukan untuk dapat mengevaluasi atas kemampuan perusahaan dalam menghasilkan kas (dan setara kas), dan waktu serta kepastian dari hasil tersebut.Posisi keuangan perusahaan dipengaruhi oleh sumber daya yang dikendalikan,

struktur keuangan, likuiditas, dan solvabilitas serta kemampuan beradaptasi dengan perubahan lingkungan.Informasi kinerja perusahaan, terutama profitabilitas diperlukan untuk menilai perubahan potensi sumber daya ekonomi yang mungkin dikendalikan di masa depan, sehingga dapat memprediksi kapasitas perusahaan dalam menghasilkan kas (dan setara kas) serta untuk merumuskan efektifitas perusahaan dalam memanfaatkan tambahan sumber daya.Informasi perubahan posisi keuangan bermanfaat untuk menilai aktivitas, pendanaan dan operasi perusahaan selama pEriode pelaporan.Selain berguna untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan kas (dan setara kas), informasi ini juga berguna untuk menilai kebutuhan perusahaan dalam memanfaatkan arus kas (Maruta, 2017).

Analisis Laporan Keuangan

Analisis Laporan Keuangan (*Financial Statement Analysis*) adalah analisis yang dilakukan guna menguji keterkaitan angka-angka akuntansi dan *trend* angka tersebut dalam periode waktu tertentu (Kasmir, 2008). Menganalisa laporan keuangan berarti menggali lebih banyak informasi yang disajikan dalam laporan keuangan. Laporan keuangan adalah media informasi yang merangkum semua aktivitas perusahaan. Jika informasi disajikan dengan benar maka informasi sangat berguna bagi siapa saja untuk mengambil keputusan tentang perusahaan yang dilaporkan (Munawir, 2015). Analisis laporan keuangan perlu dilakukan secara cermat dengan menggunakan metode dan teknik analisis yang tepat untuk menghasilkan keputusan yang tepat. Kinerja keuangan suatu perusahaan sangat bermanfaat bagi berbagai pihak *(stakeholders*) seperti investor, kreditur, analis, konsultan keuangan, pialang, pemerintah, dan pihak manajemen sendiri (Maiti and Bidinger, 1981).

Ada beberapa definisi analisis laporan keuangan menurut para ahli adalah menurut (Martono and Agus, 2010), Analisis laporan keuangan merupakan analisis mengenai kondisi keuangan suatu perusahaan yang melibatkan neraca dan laba rugi. Menurut (Harahap, 2011), analisis laporan keuangan berarti menguraikan pos-pos laporan keuangan menjadi unit informasi yang lebih kecil dan melihat hubungannya yang bersifat signifikan atau yang mempunyai makna antara satu dengan yang lain baik antara data kuantitatif maupun non-kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui kondisi keuangan lebih dalam yang sangat penting dalam proses menghasilkan keputusan yang tepat. (Maiti and Bidinger, 1981) analisis laporan keuangan adalah menguraikan pos-pos laporan keuangan yang melibatkan neraca dan laba rugi untuk mendapatkan informasi kondisi keuangan suatu perusahaan lebih dalam yang sangat penting dalam proses menghasilkan keputusan yang tepat.

Ada 4 penguasaan dalam menganalisa laporan keuangan yaitu (Munawir, 2015):

1. Cara menyusun laporan keuangan (proses akuntansi)
2. Konsep, sifat, karakteristik laporan keuangan atau akuntansi
3. Teknik analisa
4. Segmen, dan sifat bisnis itu sendiri, serta situasi lingkungan ekonomi baik internasional maupun nasional.

Menurut (Kasmir, 2008), terdapat dua macam metode analisis laporan keuangan yang biasa dipakai yaitu sebagai berikut: 1. Analisis vertikal (statis) merupakan analisis yang dilakukan terhadap hanya satu periode laporan keuangan saja. Informasi yang diperoleh hanya untuk satu periode saja dan tidak diketahui

perkembangan perusahaan dari periode ke periode. 2. Analisis horizontal (dinamis) merupakan analisis yang dilakukan dengan membandingkan laporan keuangan untuk beberapa periode. Dari hasil analisis ini akan terlihat perkembangan perusahaan dari periode yang satu ke periode yang lain.

Ada dua metode yang digunakan oleh setiap penganalisis laporan keuangan, yaitu metode analisis horisontal dan metode analisis vertikal (Dini N, 2022):

1. Metode analisis horisontal, adalah analisis dengan mengadakan perbandingan laporan keuangan untuk beberapa periode, sehingga akan akan diketahui perkembangannya, metode horisontal ini disebut juga sebagai metode analisis dinamis; Contoh analisis laporan keuangan horizontal sederhana yang digunakan sebagai penggambaran. Sebuah perusahaan PT Bahagia Sejahtera pada tahun 2019 memiliki pendapatan sebesar Rp750.000.000 dan pada tahun 2020 memiliki pendapatan sebesar Rp850.000.000.

   Untuk melakukan contoh analisis laporan keuangan horizontal, hal pertama yang perlu kamu lakukan adalah mencari persentase perubahan pendapatan dari periode tahun 2019 ke tahun 2020. Caranya adalah:

   = (Pendapatan tahun 2020 – Pendapatan 2019) / Pendapatan 2019 x 100%

   = (Rp850.000.000 – Rp 750.000.000) / Rp.750.000.000 x 100%

   = 8.49%

   Maka pendapatan PT Bahagia Sejahtera mengalami kenaikan sebesar 8.49% dari tahun 2019 ke tahun 2020.

2. Analisis vertikal, adalah apabila laporan keuangan yang dianalisis hanya meliputi satu periode, yaitu dengan memperbandingkan antar pos yang satu dengan yang lainnya dalam laporan keuangan tersebut, sehingga hanya akan diketahui keadaan keuangan atau hasil operasi pada saat itu saja. Analisis vertikal ini disebut juga sebagai metode analisis yang statis karena kesimpulan yang dapat diperoleh hanya untuk periode itu saja tanpa mengetahui perkembangannya.

   Contoh analisis laporan keuangan dengan analisis likuiditas lancar (*current ratio*). PT Bahagia Sejahtera memiliki total aset lancar sebesar Rp20.000.000 dan memiliki utang yang harus dilunasi dalam jangka waktu satu tahun sebesar Rp10.000.000 pada tahun 2020. Pada analisis ini kamu akan membandingkan dua pos laporan keuangan yaitu total aset lancar dan juga utang jangka pendek perusahaan dalam satu periode tertentu. Dengan menggunakan rumus rasio likuiditas lancar, maka:

   = Total aset lancar/ utang jangka pendek x 100%

   = Rp20.000.000/ Rp10.000.000 x 100% = 2

   Pada *current ratio*, jika perbandingan angkanya di atas 1, maka perusahaan terbilang aman dan mampu melunasi utang lancar atau jangka pendeknya.

Teknik analisis yang biasa digunakan dalam laporan keuangan adalah sebagai berikut (Munawir, 1997):

1. Analisis perbandingan laporan keuangan, adalah metode dan teknik analisis dengan cara memperbandingkan laporan keuangan untuk dua periode atau lebih.
2. Trend atau tendensi posisi, adalah metode dan teknik analisis untuk mengetahui tendensi dari pada

keadaan keuangannya, apakah menunjukkan tendensi tetap, naik atau bahkan turun.

3. Laporan dengan persentase per komponen atau common size statement, adalah metode analisis untuk mengetahui persentase investasi pada masing-masing aktiva terhadap total aktivanya, juga untuk mengetahui struktur permodalannya dan komposisi perongkosan yang terjadi dihubungkan dengan jumlah penjualannya.
4. Analisis sumber dan penggunaan modal kerja, adalah suatu analisis untuk mengetahui sumber-sumber dan penggunaan modal kerja atau untuk mengetahui sebab-sebab berubahnya modal kerja dalam periode tertentu.
5. Analisis sumber dan penggunaan kas (*cash flow statement analysis*), adalah suatu analisis untuk mengetahui sebab-sebab berubahnya jumlah uang kas atau untuk mengetahui sumber-sumber serta penggunaan uang kas dalam periode tertentu.
6. Analisis rasio, adalah suatu metode analisis untuk mengetahui hubungan dari pos-pos tertentu dalam neraca atau laporan laba rugi secara individu atau kombinasi dari kedua laporan tersebut.
7. Analisis perubahan laba kotor (*gross profit analysis*), adalah suatu metode analisis untuk mengetahui sebab-sebab perubahan laba kotor suatu perusahaan dari periode ke periode yang lain atau perubahan laba kotor suatu periode dengan laba yang dibudgetkan untuk periode tertentu.
8. Analisis *break-even*, adalah suatu analisis untuk menentukan tingkat penjualan yang harus dicapai oleh suatu perusahaan agar perusahaan tidak menderita kerugian, tetapi juga belum memperoleh

keuntungan. Dengan demikian analisis ini juga diketahui tingkat keuntungan atau kerugian untuk berbagai tingkat penjualan (Munawir, 2004).

Analisis rasio keuangan memiliki beberapa keunggulan sebagai alat analisis (Hery, 2017) yaitu:

1. Rasio merupakan angka-angka yang lebih mudah dibaca dan ditafsirkan.
2. Rasio dapat mengidentifikasi posisi perusahaan dalam industri.
3. Rasio sangat bermanfaat dalam pengambilan keputusan.
4. Dengan rasio, lebih mudah untuk melihat tren perusahaan serta melakukan prediksi di masa yang akan datang.

Menurut (Hery, 2017) analisis rasio keuangan juga memiliki kelemahan atau keterbatasan sebagai alat analisis yaitu:

1. Kesulitan mengidentifikasi kategori industri dari perusahaan yang dianalisis, khususnya apabila perusahaan tersebut bergerak di beberapa bidang usaha.
2. Perbedaan metode akuntansi akan menghasilkan perhitungan rasio yang berbeda pula, misalnya perbedaan dalam metode penyusutan aset tetap atau metode penilaian persediaan.
3. Data yang digunakan untuk melakukan analisis rasio bisa jadi merupakan hasil dari sebuah manipulasi akuntansi, di mana telah bersikap tidak jujur dalam penyusunan laporan keuangan dan tidak netral dalam menyajikan angka-angka laporan keuangan sehingga hasil perhitungan rasio keuangan tidak menunjukkan kondisi perusahaan yang sesungguhnya.

Setiap analisis keuangan pada umumnya memiliki metode dan teknik tersendiri dalam membuat suatu laporan keuangan yang dibutuhkan untuk laporan keuangan perusahaan. Akan tetapi secara umum tujuannya adalah sama mengetahui apakah perusahaan mengalami perkembangan atau tidak dari periode satu ke periode lainnya. Hal ini sangat berkaitan dengan laba rugi serta langkah perusahaan kedepannya. Oleh karena itu, pembuatan analisis keuangan tidak boleh sembarangan dan harus dilakukan oleh seorang professional.

Jenis – Jenis Rasio Keuangan

Laporan keuangan yang disajikan oleh perusahaan dalam beberapa kurun waktu dapat digunakan untuk memprediksi laba atau deviden di waktu yang akan datang. Dari sudut pandang investor analisa laporan keuangan dapat digunakan sebagai alat prediksi prospek masa depan perusahaan tersebut. Rasio keuangan dirancang untuk membantu mengevaluasi laporan keuangan atau membantu kita mengidentifikasi beberapa kekuatan dan kelemahan keuangan perusahaan. Rasio keuangan juga sebagai alat pembanding pososi perusahaan dengan pesaing, untuk kebijakan keuangan perusahaan ke depan (Hidayat, 2018).

Analisis rasio keuangan merupakan hal yang penting dalam dunia bisnis, terutama untuk manajemen, investor dan calon investor. Melalui analisis ini, investor dapat menentukan besarnya investasi yang akan ditanamkan. Selain investor, analisis rasio keuangan juga bermanfaat untuk pihak manajemen sendiri, karena dapat digunakan untuk menilai perkembangan bisnis. Ada empat jenis rasio yang dapat digunakan untuk menilai kinerja keuangan perusahaan (Harjito and Martono, 2011) yaitu:

1. Rasio Likuiditas (liquidity ratio)

   Rasio likuiditas adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Rasio likuiditas dapat diukur dengan dua rasio yaitu:

   a. *Current Ratio* (Rasio Lancar)

$$\text{Current Ratio (CR)} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$$

   b. *Quick Ratio* (Rasio Cepat)

$$\text{Quick Ratio (QR)} = \frac{\text{Aktiva Lancar-Persediaan}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$$

   Berikut ini adalah tujuan dan manfaat yang dapat dipetik dari hasil rasio likuiditas (Kasmir, 2018):

   a. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban atau utang yang segera jatuh tempo pada saat di tagih.
   b. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar keseluruhan.
   c. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan persediaan atau piutang.
   d. Untuk mengukur atau membandingkan antara jumlah sediaan yang ada dengan modal kerja perusahaan.

e. Untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang.

f. Sebagai alat perencanaan ke depan, terutama yang berkaitan dengan perencanaan kas dan utang

g. Untuk melihat kondisi dan posisi likuiditas perusahaan dari waktu ke waktu dengan membandingkannya untuk beberapa periode

h. Untuk melihat kelemahan yang dimiliki perusahaan, dari masing -masing komponen yang ada di aktiva lancar dan utang lancar

i. Menjadi alat pemicu bagi pihak manajemen untuk memperbaiki kinerjanya, dengan melihat rasio likuiditas yang ada pada saat ini.

2. Rasio Solvabilitas (solvability ratio)

Rasio solvabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjangnya. Rasio solvabilitas dapat diukur dengan dua rasio yaitu:

a. *Debt to Equity Ratio* (Rasio Hutang terhadap Modal Sendiri)

$$\text{Debt to Equity Ratio (DER)} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Modal Sendiri}} \times 100\%$$

b. *Debt to Total Assets* (Rasio Hutang terhadap Aktiva)

$$\text{Debt to Total Assets (DTA)} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

Tujuan dan manfaat rasio solvabilitas (Kasmir, 2018):

a. Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya (kreditor).

b. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap seperti angsuran pinjaman termasuk bunga.

c. Untuk menilai keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal.

d. Untuk menilai seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh hutang.

e. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva.

f. Untuk menilai berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka pendek.

g. Untuk menilai berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih.

3. Rasio Profitabilitas (*Profitability Ratio*)

Rasio profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba dari pendapatan yang berhubungan dengan penjualan, aset dan ekuitas. Rasio profitabilitas dapat diukur dengan tiga rasio yaitu:

a. Net Profit Margin (NPM)

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$$

b. Return on Assets (ROA)

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

c. Return on Equity (ROE)

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Modal Sendiri}} \times 100\%$$

Tujuan dan manfaat rasio profitabilitas (Kasmir, 2018):

a. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.

b. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang

c. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu

d. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri

4. Rasio Aktivitas (Activity Ratio)

Rasio aktivitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana efektivitas manajemen perusahaan dalam mengelola aset-asetnya. Rasio aktivitas dapat diukur dengan tiga rasio yaitu:

a. *Receivable Turnover* (Perputaran Piutang)

$$\text{Receivable Turnover} = \frac{\text{Penjualan Bersih}}{\text{Rata-rata Piutang}}$$

b. *Inventory Turnover* (Perputaran Persediaan)

$$\text{Inventory Turnover} = \frac{\text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Rata-rata Persediaan}}$$

c. Total Assets Turnover (Perputaran Aktiva)

$$\text{Total Assets Turnover} = \frac{\text{Penjualan Bersih}}{\text{Total Aktiva}}$$

Tujuan dan manfaat rasio aktivitas (Kasmir, 2018):

a. Untuk mengukur berapa lama penagihan piutang selama satu periode atau berapa kali dana yang ditanam dalam piutang berputar dalam satu periode.

b. Untuk menghitung hari rata-rata penagihan piutang.

c. Untuk menghitung berapa hari rata-rata sediaan tersimpan di dalam gudang.

d. Untuk mengukur berapa kali dana yang ditanamkan dalam modal kerja berputar dalam satu periode atau berapa penjualan yang dapat dicapai oleh setiap modal kerja yang digunakan.

e. Untuk mengukur penggunaan semua aktiva perusahaan dibandingkan dengan penjualan.

Dengan adanya metode dan teknik analisis laporan keuangan yang digunkan dalam menganalisis laporan keuangan dapat memberikan informasi yang lebih mudah dimengerti, lebih tepat dan lebih akurat sehingga dapat digunakan sebagai dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan bagi pihak-pihak manajemen baik intern maupun ekstrern.

Daftar Pustaka

Dini N, R. (2022) *Analisis Laporan Keuangan dan Fungsinya dalam Bisnis*. Jakarta. Available at: https://majoo.id/solusi/detail/analisis-laporan-keuangan.

Hanafi, M. M. and Halim, A. (2009) *Analisa Laporan Keuangan.* doi: 10.1016/j.nrleng.2011.09.004.

Harahap (2011) *Analisis Laporan Keuangan,*. Jakarta: Salemba Empat.

Harjito, A. and Martono (2011) *Manajemen Keuangan*. Kedua. Edited by Cetakan and Pertama. Yogyakarta: Yogyakarta.

Hery (2017) *Accounting Theory Concept and Analysis Approach.* Jakarta: PT. Grasindo.

Hidayat, W. W. (2018) *Dasar-Dasar Analisa Laporan Keuangan*. Pertama. Jakarta: Uwais Inspirasi Indonesia. Available at: http://repository.ubharajaya.ac.id/5964/1/BUKU-ANALISALAPORANKEUANGAN.pdf.

Irham, F. (2013) *Analisis Laporan Keuangan*. Ketiga. Bandung: Alfabeta.

Kasmir (2008) *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Kasmir (2018) *Analisis Laporan Keuangan*. Ke Lima. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Maiti and Bidinger (1981) 'Analisis Laporan Keuangan', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), pp. 1689–1699.

Martono and Agus, H. (2010) *Manajemen keuangan*. Ketiga. Yogyakarta: Ekonisia.

Maruta, H. (2017) 'Pengertian, Kegunaan, Tujuan Dan Langkah-Langkah Penyusunan Laporan Arus Kas', *JAS (Jurnal Akuntansi Syariah)*, 1(2), pp. 238–257. Available at: https://ejournal.stiesyariahbengkalis.ac.id/index.php/jas/article/view/115.

Munawir, S. (1997) *Analisa Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Liberty.

Munawir, S. (2015) 'Analisa Laporan Keuangan. Yogyakarta', Liberty..

Munawir, S (2004) *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Liberty.

Profil Penulis

Dr. Irawati HM, S.E., M.Ak.

Lahir di Pare-pare, pada 28 Desember 1987, yang merupakan Dosen Fakutas Ekonomi Universitas Borneo Tarakan. Ia tercatat sebagai lulusan S1 dan S2 Universitas Muslim Indonesia dan S3 di Universitas Hasanuddin Makassar. Wanita yang kerap disapa Ira ini adalah anak kelima dari tujuh bersaudara yang merupakan anak dari pasangan suami istri, Alm. H. Muin (Ayah) dan Hj. Saeja (Ibu). Irawati HM berprofesi sebagai Tenaga Pendidik (Dosen) sejak Tahun 2013 di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Publik Makassar, dan juga sebagai dosen LB (Luar Biasa) di Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar pada saat itu. Ira juga merupakan anggota pengurus Forum Silaturahmi Doktor Indonesia (FORSILADI) DPW Sulawesi Selatan Departemen Riset dan Publikasi. Pada Tahun 2019 lalu, Ira berhasil menyelesaikan studi Program Doktor Ilmu Ekonomi di Universitas Hasanuddin Makassar dan meraih gelar Doktor Bidang Ilmu Ekonomi konsentrasi Perpajakan. Penulis memiliki kepakaran dibidang Ilmu Ekonomi khususnya dibidang Akuntansi dan Perpajakan dan untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, penulis pun aktif sebagai peneliti dan juga aktif menulis buku dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara tercinta ini dalam rangka mengembangkan ilmu pengetahuan.

Email Penulis: irawatimuin459@gmail.com

9

ANALISIS ARUS KAS

Enny Kartini, M.Pd.
IKIP PGRI Kalimantan Timur

Pengertian

Kas merupakan bagian dari anggota akun harta atau aktiva yang paling likuid atau aktiva yang paling lancar jika dibandingkan dengan anggota aktiva lancar yang lain seperti perlengkapan, piutang dan persediaan. Kas adalah akun aktiva yang pasti sudah dalam bentu uang tunai yang ada dalam perusahaan sehingga ketika akan digunakan untuk kegiatan operasional siap digunakan. Berbeda dengan akun aktiva lancar yang lain seperti piutang, maka untuk menjadikannya uang tunai maka harus menunggu pembayaran dari pelanggan atas penjualan yang dilakukan secara kredit, untuk perlengkapan juga merupakan anggota aktiva lancar yang harus melalui beberapa tahap dahulu agar sampai menjadi uang tunai yaitu ketika sudah dihitung sebagai biaya perlengkapan dan akan menjadi uang tunai apabila perusahaan sudah berhasil menjual barang atau jasa yang dimilikinya, begitu juga untuk persediaan, akan menjadi uang tunai ketika persediaan tersebut sudah dijual kepada pelanggan dan ini juga tergantung dari sistem penjualan yang dilakukan, jika dilakukan penjualan secara tunai maka hanya memerlukan satu tahap saja lagi akan menjadi uang tunai, akan tetapi jika sistem penjualannya secara kredit maka melalui dua

tahap dahulu baru menjadi uang tunai yaitu tahap penjualan kemudian tahap penagihan/pembayaran piutang ketika sudah jatuh tempo baru persediann tadi berubah menjadi uang tunai yang dapat digunakan untuk kegiatan operasi perusahaan.

Peran kas sangat penting dalam kelancaran semua kegiatan usaha perusahaan karena wujud dari kas itu sendiri adalah uang tunai yang dapat digunakan untuk membiayai operasional perusahaan baik kegiatan produksi, kegiatan administrasi maupun kegiatan pemasaran hasil produksi. Misalnya dalam kegiatan produksi uang tunai dalam kas digunakan untuk membeli bahan baku, membayar upah tenaga kerja, membayar biaya tidak langsung lainnya seperti biaya asuransi, biaya listrik dan air atau biaya sewa. Dalam kegiatan administrasi misalnya uang tunai dalam kas digunakan untuk membeli perlengkapan seperti Alat Tulis Kantor, biaya gaji tenaga kerja administrasi dan umum, dan untuk bagian pemasaran misalnya membayar kegiatan promosi, biaya distribusi dan biaya gaji dan komisi tenaga kerja bagian pemasaran.

Selain kegiatan operasional perusahaan, ada uang tunai yang harus dikeluarkan oleh perusahaan dalam kegiatan investasi seperti pembelian peralatan, pembelian bangunan, pembelian kendaraan, atau misalkan perusahaan memiliki uang tunai yang berlebihan dan dianggap dana yang menganggur, maka bisa juga uang tunai yang ada dalam kas tersebut di investasikan kedalam bentuk surat berharga seperti deposito, membeli surat berharga obligasi atau bahkan saham dari perusahaan lain dengan tujuan akan mendapatkan bagi hasil dari kegiatan investasinya tersebut sehingga uang tunai yang menganggur tersebut menjadi lebih efektif. Uang tunai dalam kas juga digunakan dalam kegiatan pendanaan atau pembiayaan dalam perusahaan seperti

pembayaran pelunsan hutang, pembayaran bagi hasil kepada investor yang menanamkan uangnya kedalam perusahaan.

Kas selalu identik dengan uang tunai, cek, ataupun giro. Namun pada dasarnya ada beberapa item yang dapat terkatagori sebagai kas atau yang biasa disebut setara kas. Setara kas (cash equivalent) adalah investasi yang sifatnya sangat likuid, berjangka pendek, dan yang dengan cepat dapat dijadikan kas dalam jumlah yang dapat ditentukan dan memiliki resiko perubahan nilai yang tidak signifikan. Karenanya, suatu investasi yang dapat terkategori sebagai setara kas antara lain memenuhi persyaratan jika segera jatuh tempo, misalnya 3 (tiga) bulan atau kurang sejak tanggal perolehannya (Sinarwati, dkk, 2013).

Laporan Arus Kas

Laporan keuangan merupakan informasi penting yang dihasilkan dari proses akuntansi, yang dapat dijadikan sumber informasi dalam pengambilan keputusan berbagai pihak (pihak intern maupun pihak ekstern) yang berkepentingan terhadap isi dari laporan keuangan tersebut. Laporan keuangan yang disajikan dari proses akuntansi adalah laporan Rugi Laba, Laporan Perubahan Modal, Laporan Posisi Keuangan atau yang sering disebut dengan Neraca dan Laporan Arus Kas. Semua Laporan ini harus disusun secara berurutan, karena Laporan Perubahan Modal tidak akan dapat disusun tanpa diketahui terlebih laba atau rugi yang diperoleh perusahan selama periode tersebut sehingga harus dibuat terlebih dahulu laporan Laba Rugi, Kemudian Laporan Posisi Keuangan atau Neraca tidak dapat disusun jika modal akhir perusahaan belum diketahui, dimana informasi ini diperoleh dari Laporan Perubahan Modal. Selanjutnya Laporan Arus Kas hanya dapat disusun ketika informasi-informasi yang ada dalam 3 laporan

sebelumnya telah diselesai dibuat, karena arus kas bersih nilainya harus sama dengan nilai kas yang tercantum di Neraca, agar diperoleh nilai kas yang sama maka data-datanya diambil dari semua informasi yang ada dalam laporan Rugi Laba, Perubahan Modal dan Neraca.

Laporan Arus Kas merupakan laporan keuangan yang menjelaskan secara rinci mengenai arus penerimaan yang bersumber dari mana saja dan arus pengeluaran kas yang menguraikan kemana saja kas tersebut digunakan untuk berbagai aktivitas perusahann selama periode akuntansi. Informasi tentang arus kas ini sangat penting bagi pihak intern perusahaan khususnya pimpinan atau manajer perusahaan dalam rangka melihat kemampuan/kinerja perusahaan dalam membiayai kegiatan perusahaan selanjutnya, untuk pihak ekstern adalah seperti investor untuk melihat kinerja perusahaan dalam membayarkan bagi hasil atas dana yang diinvestasikan dalam perusahaan, kemudian pihak kreditur juga sangat memerlukan informasi arus kas bersih guna menilai kinerja perusahaan dalam kemampuannya membayar utang ketika jatuh tempo, jadi tidak hanya melihat besarnya laba yang diperoleh dalam laporan rugi laba akan tetapi yang lebih penting adalah kemampuan kas bersih yang tersedia di dalam perusahaan untuk membiayai aktivitas perusahaan selanjutnya (Satria, 2016).

Ada 3 (tiga) kategori aktivitas dalam Laporan Arus Kas agar dapat diketahui sumber dan penggunaann dari kas pada sebuah perusahaan:

1. Arus kas dari aktivitas operasional

   Arus kas ini diperoleh dari aktivitas utama perusahaan yaitu tergantung dari jenis perusahaan yang dijalankan jika jenis perusahaannya adalah perusahaan jasa maka penghasilan utama sebagai

sumber pendapatan utama adalah karena penghasilan jasa yang diberikan kepada pelanggan dan pengeluaran yang dilakukan adalah biaya oeprasional pemberian jasa kepada pelanggan. Apabila perusahaannya adalah perusahaan dagang, maka sumber utama penghasilan adalah penjualan barang dagangan dan biaya operasionalnya berkaitan dengan pembelian dan penyerahan barang kepada konsumen, sedangkan jika perusahaan yang dijalankan adalah perusahaan manufaktur, maka sumber utama penghasilan adalah penjualan barang hasil produksi dan biaya operasionalnya berkaiatan dengan biaya produksi utntuk menghasilkan barang tersebut. Disamping itu aktivitas transaksi lain yang berpengaruh terhadap penetapan laba atau rugi bersih yang diperoleh perusahaan.

Aktivitas arus kas dari aktivitas operasional dapat dicontohkan secara lebih rinci sebagai berikut:

a. Penerimaan kas dari penjualan barang dan jasa
b. Penerimaan kas dari royalti, fee, komisi, dan pendapatan lain
c. Pembayaran kas pada pemasok barang dan jasa
d. Pembayaran kas pada karyawan
e. Penerimaan dan pembayaran kas oleh perusahaan asuransi sehubungan dengan premi, klaim, anuitas, dan manfaat asuransi lainnya
f. Pembayaran kas untuk pajak ataupun restitusi pajak penghasilan kecuali jika dapat diidentifikasi secara khusus sebagai bagian dari aktifitas pendanaan atau investasi
g. Penerimaan dan pembayaran kas dari kontrak perdagangan

h. Pembayaran kas untuk pabrikasi atau memperoleh asset yang dimiliki untuk disewakan kepada pihak lain dan selanjutnya dimiliki untuk dijual

i. Penerimaan kas dari sewa dan penjualan atas asset setelah periode sewa

j. Dan lain-lain yang berhubungan dengan operasi Kadangkala ada satu ransaksi yang mempengaruhi aktifitas operasi dan lainnya. Misalnya keuntungan penjualan aktiva tetap. Aktifitas penjualan aktiva tetap termasuk dalam aktfitas investasi, namun keuntungan yang ditimbulkan mempengaruhi laba rugi, sehingga termasuk ke dalam aktifitas operasi (Sinarwati, dkk, 2013)

2. Arus kas dari aktivitas investasi

Arus kas yang berasal dari aktivitas investasi adalah penerimaan dan pengeluaran kas yang disebabkan karena pembelian dan penjualan aktiva perusahaan yang merupakan sisi pembelanjaan yang dilakukan perusahaan yang bersumber dari sisi pasiva. Kegiatan pembelanjaan yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka untuk kelancaran kegiatan utama operasional perusahaan seperti pembeliaan peralatan, kendaraan, perlengkapan, gedung/bangunan atau tanah. Atau kebalikannya yaitu penjualan aktiva-aktiva tetap yang dapat menjadi sumber penerimaan dari arus aktivitas investasi jika misalkan aktiva tersebut sudah digantikan dengan yang baru. Atau misalkan terjadinya pembelian surat-surat berharga jika kas perusaaan nilainya dianggap berlebihan untuk membiayai semua aktivitas perusahaan maka dapat digunakan untuk membeli surat berharga yang

nantinya akan medatangkan keuntungan pada masa yang akan datang.

Selanjutnya Sinarwati, dkk (2013) memberikan contoh arus kas dari aktivitas investasi secara lebih rinci sebagai berikut:

a. Pembayaran kas untuk membeli aset tetap, aset tidak berwujud, aset tidak lancar lain, termasuk biaya pengembangan yang dikapitalisasi dan aset tetap yang dibangun sendiri
b. Penerimaan kas dari penjualan aset-aset tetap
c. Pembayaran kas untuk membeli instrumen utang atau instrumen ekuitas (investasi dalam obligasi atau saham)
d. Kas yang diterima dari penjualan instrumen utang dan instrumen ekuitas

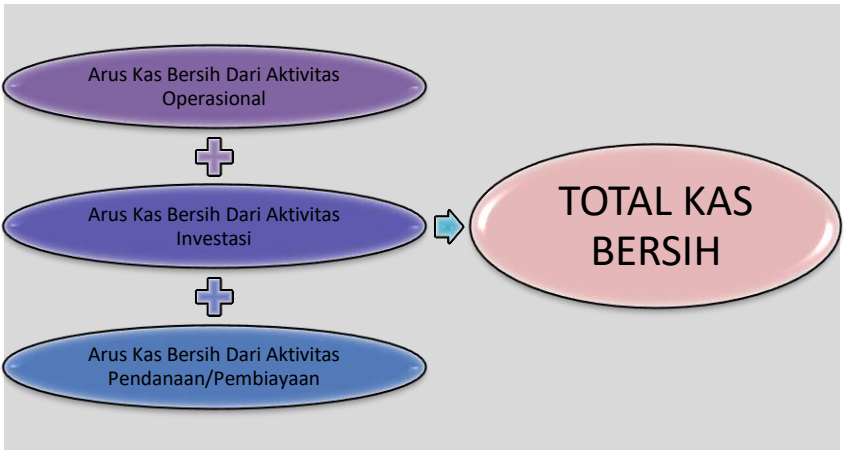
3. Arus kas dari pendanaan/pembiayaan

Arus kas ini terjadi karena aktivitas penerimaan dan pengeluaran kas sehubungan dengan adanya transaksi yang menyangkut pembiayaan perusahaan. Misalnya perusahaan memperoleh modal dari penjualan saham sehingga nantinya aka nada penerimaan kas dari penanaman investasi saham dari pihak luar (investor) ke dalam perusahaan sehingga nantinya aka nada pengeluaran berupa pembagian dividen atau bagi hasil dari kegiatan usaha dari perusahaan sebagai balas jasa kepada para investor. Atau dapat juga penerimaan dkas dari penjualan obligasi yang nantinya aka nada pengeluaran kas berupa pembayaran /pelunasan obligasi dan beban bunga dari obligasi yang telah disepakati bersama dengan pihak pemegang obligasi. Menurut Satria (2016) ditambah dengan pengeluaran kas untuk treasury stock atau penerimaan dan pembayaran

pinjaman (hutang) oleh kreditur lainnya juga merupakan bagian dari aktivitas pendanaan/pembiayaan.

Berikutnya Sinarwati, dkk (2013) memberikan contoh arus kas dari aktivitas investasi secara lebih rinci sebagai berikut:

a. Penerimaan kas dari emisi saham atau instrumen modal lainnya
b. Pembayaran kas kepada pemegang saham untuk menarik atau menebus saham perusahaan
c. Penerimaan kas dari emisi obligasi, pinjaman, wesel, hipotik, dan pinjaman lainnya
d. Pelunasan pinjaman
e. Pembayaran kas oleh penyewa (lessee) untuk mengurangi saldo kewajiban yang berkaitan dengan sewa pembiayaan (finance lease)



Gambar 11.1

Arus Kas Bersih Perusahaan

Berdasarkan gambar 11.1 di atas maka dapat dijelaskan bahwa total kas bersih yang diperoleh dalam perusahaan merupakan penjumlahan antara arus kas yang diperoleh

dari aktivitas operasional perusahaan yang merupakan aktivitas utama dari tujuan utama didirikannya perusahaan tersebut, kemudain arus kas dari aktivitas investasi perusahan dan arus kas yang berasal dari aktivitas pendanaan perusahaan yaitu sumber dana pendirian dan pengembangan perusahaan.

Informasi untuk membuat laporan arus kas biasanya berasal dari:

1. Neraca komparatif
2. Laporan laba rugi periode berjalan
3. Data transaksi terpilih

Pembuatan laporan arus kas dari sumber-sumber ini melibatkan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Penentuan kas bersih yang disediakan oleh operasi
2. Penentuan kas yang disediakan oleh atau digunakan dalam aktifitas investasi dan pembiayaan
3. Penentuan perubahan (kenaikan atau penurunan) kas selama periode berjalan
4. Rekonsiliasi perubahan kas dengan saldo awal kas dan saldo akhir kas.

Metode pembuatan laporan aliran kas dari aktifitas operasi ada dua yaitu sebagai berikut:

1. Metode langsung (direct method), metode ini melaporkan secara langsung berapa kas masuk dan berapa kas keluar. Selisih antara kas masuk dan kas keluar adalah aliran kas bersih
2. Metode tidak langsung (indirect method), laba bersih disesuaikan dengan mengoreksi pengaruh dari transaksi-transaksi yang mempengaruhi laporan laba rugi tetapi tidak mempengaruhi kas. Banyak perusahaan lebih menggunakan metode ini untuk

melaporkan arus kasnya karena penyusunannya yang lebih mudah.

Berikut adalah contoh bagaimana laporan arus kas dapat disusun berdasarkan contoh kasus dari Giri (2012) dibawah ini.

Berikut adalah laporan posisi keuangan komparatif PT Handayani pada tahun 2009 dan tahun 2010 dan juga Laporan Rugi Laba tahun 2010

PT HANDAYANI			
LAPORAN POSISI KEUANGAN (NERACA) KOMPARATIF			
PER 31 DESEMBER 2009 DAN 2010			
	31 Desember 2010	31 Desember 2009	Perubahan (Naik/Turun)
ASET			
Kas	Rp. 37.000	Rp. 49.000	Rp. 12.000 (Turun)
Piutang Usaha	Rp. 26.000	Rp. 36.000	Rp. 10.000 (Turun)
Uang Muka Biaya	Rp. 6.000	Rp. 0	Rp. 6.000 (Naik)
Tanah	Rp. 70.000	Rp. 0	Rp. 70.000 (Naik)
Gedung	Rp.200.000	Rp. 0	Rp.200.000 (Naik)
Akm. Depres. Gedung	(Rp. 11.000)	Rp. 0	Rp. 11.000 (Naik)
Peralatan	Rp. 68.000	Rp. 0	Rp. 68.000 (Naik)
Akm. Dep. Peralatan	(Rp. 10.000)	Rp. 0	Rp. 10.000 (Naik)
Aset Total	**Rp. 386.000**	**Rp. 85.000**	
LIABILITAS DAN EKUITAS			
Utang Dagang	RP. 40.000	RP. 5.000	Rp. 35.000 (Naik)
Utang Obligasi	Rp. 150.000	Rp. 0	Rp.150.000 (Naik)
Modal Saham	Rp. 60.000	Rp. 60.000	Rp.0
Saldo Laba	Rp. 136.000	Rp. 20.000	Rp. 116.000 (Naik)
Total	**Rp. 386.000**	**Rp. 85.000**	

PT HANDAYANI LAPORAN RUGI LABA 31 DESEMBER 2010		
Pendapatan		Rp. 492.000
Beban Operasi (tidak termasuk beban depresiasi)	Rp.269.000	Rp. 85.000
Beban Depresiasi	Rp. 21.000	
Jumlah Beban		Rp. 290.000
Laba Sebelum Pajak		**Rp. 202.000**
Pajak Atas Laba		Rp. 68.000
Laba Bersih		**Rp. 134.000**

Informasi Tambahan:

1. Perusahaan membayar dividen Rp.18.000 tunai
2. Perusahaan memperoleh kas Rp.150.000 dari penerbitan obligasi
3. Tanah, Gedung dan peralatan diperoleh secara tunai

Perhitungan Arus Kas Bersih Dari Kegiatan Operasi Metode Langsung	
Kas diterima dari penjualan (Rp.492.000 + Rp. 10.000)	Rp. 502.000
Kas dibayar sebagai biaya (Rp.290.000 – Rp. 21.000 + Rp.5.000 – Rp.35.000)	Rp. 240.000
Laba tunai sebelum pajak	**Rp. 262.000**
Pembayaran pajak atas laba	Rp. 68.000
Arus Kas Bersih dari Kegiatan Operasi	**Rp. 194.000**

Perhitungan Arus Kas Bersih Dari Kegiatan Operasi Metode Tidak Langsung		
Laba Bersih		Rp. 134.000
Penyesuaian untuk merekonsiliasi laba bersih menjadi arus kas bersih dari kegiatan operasi		
Biaya Depresiasi	Rp. 21.000	
Penurunan Piutang Dagang	Rp. 10.000	
Kenaikan Uang Muka Biaya	(Rp. 6.000)	
Kenaikan Utang Dagang	Rp. 35.000	
		Rp. 60.000
Arus Kas Bersih Dari Kegiatan Operasi		**Rp. 194.000**

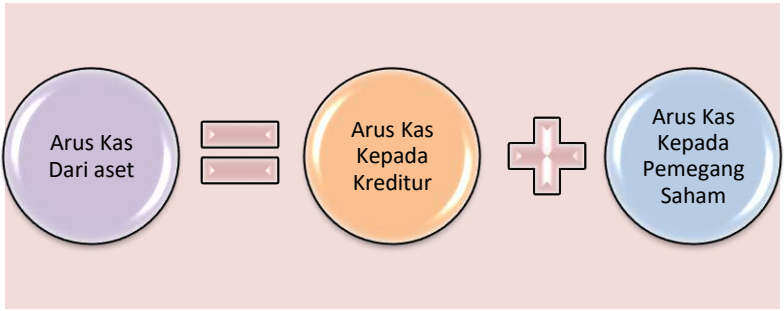
PT HANDAYANI Laporan Arus Kas 31 Desember 2010		
Arus Kas Dari Kegitan Operasional		
Laba Bersih		Rp. 134.000
Penyesuaian untuk merekonsiliasi laba bersih menjadi arus kas bersih dari kegiatan operasi		
Biaya Depresiasi	Rp. 21.000	
Penurunan Piutang Dagang	Rp. 10.000	
Kenaikan Uang Muka Biaya	(Rp. 6.000)	
Kenaikan Utang Dagang	Rp. 35.000	
		Rp. 60.000
Arus Kas Bersih Dari Kegiatan Operasi		Rp. 194.000
Arus Kas Dari Kegiatan Investasi		
Pembelian Tanah	(Rp. 70.000)	
Pembelian Gedung	(Rp.200.000)	
Pembelian Peralatan	(Rp. 68.000)	
Arus Kas Bersih Dari Kegiatan Investasi		**(Rp.338.000)**
Arus Kas Dari Kegitan Pendanaan		
Pengeluaran Surat Utang Obligasi	Rp. 150.000	
Pembayaran Dividen	(Rp. 18.000)	
Arus Kas Bersih Dari Kegiatan Pendanaan		**Rp. 132.000**
Penurunan Bersih Dari Kas		**(Rp. 12.000)**
Saldo Kas, 1 Januari 2010		Rp. 49.000
Saldo Kas, 31 Desember 2010		**Rp. 37.000**

Berdasarkan contoh kasus pada PT Handayani di atas maka dapat dilihat bahwa nilai kas antara kas yang tertera di dalam laporan posisi keuangan atau Neraca sama dengan nilai kas bersih pada laporan arus kas. Sesuai dengan pemahaman yang telah dijelaskan di atas bahwa laporan arus kas merupakan laporan yang menjelaskan secara rinci mengenai arus penerimaan dan pengeluaran kas yang terdiri dari arus kas dari aktivitas operasional, arus kas dari aktivitas investasi dan arus kas dari aktivitas pendanaan.

Analisis Arus Kas

Pemahaman terhadap neraca akan menghantarkan pada sebuah pengertian bahwa nilai aset sebuah perusahaan sama dengan nilai kewajiban ditambah nilai ekuitasnya,

sehingga arus kas yang berasal dari aset perusahaan harus sama dengan jumlah arus kas kepada kreditur dan arus kas kepada pemegang saham yang disebut identitas arus kas.



Gambar 11.2

Identitas Arus Kas

Berdasarkan Gambar 11.2 di atas dapat dijelaskan bahwa ketika sebuah perusahaan beroperasi maka akan menghasilkan arus kas dan selanjutnya arus kas yang diperoleh dibayarkan kepada pemberi modal perusahaan (sisi kanan neraca), yakni dalam bentuk mekanisme: melunasi hutang kepada kreditur dan memberikan dana kepada pemilik perusahaan (pemilik ekuitas).

Tanpa kas sebuah perusahaan tidak akan bertahan. Bagi perusahaan kecil dan baru berkembang arus kas merupakan suatu unsur yang paling penting demi kelangsungan hidup perusahaan. Titik awal yang baik dari pemeriksaan kreditor akan laporan arus kas adalah menemukan kas bersih yang disediakan oleh aktifitas operasi. Jika kas bersih yang disediakan oleh aktifitas operasi tinggi, maka hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan mampu menghasilkan kas yang mencukupi secara internal dari operasi untuk membayar kewajibannya tanpa harus meminjam dari luar. Sebaliknya, Jika kas bersih yang disediakan oleh aktifitas operasi rendah, maka hal ini mengindikasikan bahwa

perusahaan tidak mampu menghasilkan kas yang mencukupi secara internal dari operasinya, dan dengan demikian, harus meminjam atau menerbitkan sekuritas untuk mendapatkan kas tambahan.

Nabella, (2021), Polii, dkk (2019), Kaloh, dkk (2018) menyatakan bahwa hasil analisis arus kas dapat digunakan untuk mengukur kinerja keuangan suatu perusahaan. Berdasarkan hal tersebut di atas maka Laporan Arus Kas dapat digunakan untuk menganalisis:

1. Rasio Arus Kas Operasi Terhadap Kewajiban Lancar

   Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar hutang lancar berdasarkan kas bersih. Rasio ini dihitung sebagai hasil bagi antara arus kas operasi dengan total kewajiban lancar. Rasio ini dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Rasio Arus Kas Operasi Terhadap Kewajiban Lancar} = \frac{\text{Arus Kas Operasi}}{\text{Kewajiban Lancar}}$$

   Perusahaan yang memiliki rasio arus kas operasi terhadap kewajiban lancar di bawah 1 berarti bahwa perusahaan tersebut tidak mampu melunasi kewajiban lancarnya hanya dengan menggunakan arus kas operasi saja. Rasio yang rendah menunjukkan kemampuan yang rendah dari arus kas operasi dalam menutup hutang lancar.

2. Rasio Kas Operasi Terhadap Bunga

   Rasio ini digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam membayar bunga atas hutang yang telah ada. Rasio ini dihitung dengan cara sebagai berikut:

$$\text{Rasio Arus Kas Operasi Terhadap Bunga} = \frac{\text{Arus Kas Operasi} + \text{Bunga} + \text{Pajak}}{\text{Pajak Bunga}}$$

Rasio yang tinggi menunjukkan bahwa arus kas operasi perusahaan memiliki kemampuan yang baik untuk menutup biaya bunga, sehingga kemungkinan perusahaan untuk tidak mampu membayar bunga menjadi sangat kecil. Jumlah rasio yang dihasilkan dari perhitungan ini mengungkapkan seberapa banyak arus kas periodik yang dihasilkan perusahaan yang dapat digunakan untuk pembayaran baik terhadap bunga utang perusahaan maupun terhadap pajak yang menjadi kewajiban perusahaan

3. Rasio Kas Operasi Terhadap Pengeluaran Modal

Rasio ini digunakan untuk mengukur arus kas operasi yang tersedia untuk pengeluaran investasi. Rasio ini dihitung denga cara sebagai berikut:

$$\text{Rasio Arus Kas Operasi Terhadap Pengeluaran Modal} = \frac{\text{Arus Kas Operasi}}{\text{Pengeluaran Modal}}$$

Rasio yang tinggi menunjukkan kemampuan yang tinggi pula dari arus kas operasi perusahaan dalam membiayai pengeluaran modal (pembelian tambahan aset tetap, melakukan investasi ataupun akuisisi). Rasio yang rendah menunjukkan bahwa perusahaan harus mencari pendanaan eksternal (seperti melalui pinjaman kreditor ataupun tambahan dana dari investor) untuk membiaya ekspansi atau perluasan usahanya.

4. Rasio Arus Kas Operasi Terhadap Total Utang

   Rasio arus kas operasi terhadap total utang menunjukkan kemampuan arus kas operasi perusahaan dalam melunasi seluruh kewajibannya, baik kewajiban lancar maupun kewajiban jangka panjang. Rasio ini dapat dihitung dengan cara sebagai berikut:

$$\text{Rasio Arus Kas Operasi Terhadap Total Utang} = \frac{\text{Arus Kas Operasi}}{\text{Total Utang}}$$

   Dengan mengetahui rasio ini, kita bisa menganalisis dalam jangka waktu berapa lama perusahaan akan mampu membayar hutang dengan menggunakan arus kas yang dihasilkan dari aktivitas operasional perusahaan. Rasio yang rendah menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan yang kurang baik dalam membayar semua kewajibannya dengan menggunakan arus kas yang berasal dari aktivitas normal operasi perusahaan.

5. Rasio Arus Kas Operasi Terhadap Laba Bersih

   Rasio arus kas operasi terhadap laba bersih menunjukkan seberapa jauh penyampaian dan asumsi akuntansi akrual memengaruhi perhitungan laba bersih. Rasio ini dapat dihitung dengan cara sebagai berikut:

$$\text{Rasio Arus Kas Operasi Terhadap Laba Bersih} = \frac{\text{Arus Kas Operasi}}{\text{Laba Bersih}}$$

   Semakin tinggi rasio ini menunjukkan bahwa kinerja keuangan perusahaan semakin baik, meskipun dengan jumlah laba bersih yang kecil sebagai akibat besarnya beban non kas. Rasio ini menggambarkan rata-rata kas dari aktivitas operasi dari jumlah laba

bersih yang dihasilkan oleh perusahaan (Dareho, 2016).

6. Analisis Rasio Tren untuk Arus Kas Dari Operasi, Arus Kas Dari Investasi dan Arus Kas dari Pendanaan dengan cara Membagi Perubahan Arus Kas Kemudian dibandingkan dengan Arus kas sebelumnya dikalikan dengan serratus persen. Rasio Tren ini dapat digunakan untuk meelihat tren kenaikan atau penurunan arus kas dari berbagai aktivitas suatu periode (Wehantouw dan Tinangon, 2015)

Daftar Pustaka

Dareho, H.T (2016). Analisis Laporan Arus Kas Untuk Menilai Kinerja Keuangan Pada Pt. Ace Hardware Indonesia Tbk. Jurnal EMBA. ISSN: 2303-1174. Vol.4 No.2 Juni. Hal. 662-672.

Giri, E. F (2012). Akuntansi Keuangan Menengah 1 Perspektif IFRS. Edisi 1. ISBN: 978 979 3532 54 7. Penerbit UPP STIM YKPN. Yogyakarta.

Kaloh, T, Ilat, V dan Pangerapan, S (2018). Analisis Laporan Arus Kas Untuk Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Going Concern: Jurnal Riset Akuntansi. P-ISSN:1907 9737. E-ISSN:2686 4215. Vol. 13. No. 4.

Nabella, S. D (2021). Analisa Laporan Arus Kas Sebagai Alat Untuk Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan PT Kimia Farma TBK. Jurnal Bening. P-ISSN: 2252-5262. E-ISSN: 2614-4999. Vol. 8 No. 2.

Polii, J. C, Sabijono, H dan Elim, I (2019). Analsis Laporan Arus Kas Untuk Menilai Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Komunikasi Di Bursa Efek Indonesia. Jurnal EMBA. P-ISSN:23031174. E-ISSN: 2622 6219. Vol. 7 No. 3.

Satria, I (2016), Modul Akuntansi Keuangan 1. Universitas Malikussaleh.

Sinarwati, dkk (2013). Buku Ajar Akuntansi Keuangan 1 (Berbasis IFRS). Edisi 1. ISBN: 978 602 8310 94 9. Penerbit Universitas Pendidikan Ganesha. Bali

Wehantouw, A. B dan Tinangon, J.J (2015). Analisis Laporan Arus Kas Operasi, Investasi Dan Pendanaan Pada Pt. Gudang Garam Tbk. Jurnal EMBA. ISSN: 2303-1174. Vol.3 No.1 Maret. Hal. 806-817.

Profil Penulis

Enny Kartini, M.Pd.

Lahir pada tanggal 21 April 1981 di Banjarmasin. Gelar Sarjana Pendidikan (S1) yang diperoleh dari Universitas Lambung Mangkurat Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) unlam Jurusan Pendidikan IPS Program Studi Pendidikan Ekonomi pada tahun 2003. Gelar Magister Pendidikan (S2) diperoleh dari Universitas Lambung Mangkurat Jurusan Manajemen Pendidikan pada tahun 2010. Menjadi tenaga pengajar pada IKIP PGRI Kalimantan Timur pada Program Studi S1 Pendidikan Ekonomi sejak tahun 2005 sampai sekarang. Matakuliah yang pernah diampu adalah Dasar-Dasar Akuntansi, Akuntansi Koperasi, Manajemen Keuangan, Pengantar Ilmu Ekonomi, Ekonomi Mikro dan Makro, Manajemen Sumber Daya. Penulis sering mengadakan kegiatan Pengabdian kepada masyarakat mengenai peningkatan kemampuan menyusun laporan keuangan berdasarkan proses akuntansi.

email: ennykartini@ikippgrikaltim.ac.id

10

MERGER DAN AKUISISI

Dr. Triyonowati, M.Si.

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya

Konsep Keuangan Perusahaan yang Mendasari Akuisisi

1. Teori penilaian (*Valuation Theory*)

   Menciptakan nilai pemegang saham meningkat membuat bisnis perusahaan yang melakukan akuisisi lebih berharga. Pada akhirnya, nilai intrinsik bisnis sudah dinyatakan, nilai sekarang dari semua arus kas bersih masa depan yang dihasilkan oleh bisnis. Karena analis pasar saham dan pihak lain sebagian mencoba mengevaluasi nilai akhir bisnis, mereka ingin mengetahui uang tunai apa yang dihasilkan bisnis dalam setiap periode akuntansi. Rekonsiliasi laporan laba rugi terhadap arus kas tertuang dalam laporan arus kas yang merupakan salah satu laporan keuangan yang wajib disajikan untuk memenuhi ketentuan yang berlaku umum prinsip akuntansi

2. Membandingkan investasi (*Comparing Investment)*

   Masalah lain yang dihadapi oleh investor atau Pembeli akuisitif adalah untuk menganalisis keinginan dari satu akuisisi versus yang lain dengan menggunakan ukuran umum pengembalian investasi.

3. Pengembalian internal (*yield/rate of return*)

   Pengembalian internal (*yield/rate of return*) investasi yang akan dilakukan, sejauh dana yang tersedia, dan peluang yang lebih baik dari yang lain, akan dilakukan asalkan pengembalian investasi tersebut memenuhi standar minimum.

   contoh: tingkat pengembalian internal (*yield/rate of return*) atau hasil atas investasi $100 dalam setahun satu dihitung secara matematis dengan menyelesaikan persamaan berikut:

   $100 = 20/ (1+r) + 20/(1+r)^2 \ldots\ldots 20/(1+r)^{10}$

   di mana r adalah tingkat yang mendiskontokan aliran arus kas masa depan sama dengan pengeluaran awal 100 pada t = 0.

4. Metode nilai sekarang bersih (*net present value*)

   Arus kas masuk (*cash inflow*) dan arus keluar (*cash outflow*) didiskontokan ke nilai sekarang. Jika menggunakan tingkat bunga bebas risiko sebagai tingkat diskonto, itu memberi berapa banyak nilai investasinya, mengabaikan risiko, daripada memasukkannya ke dalam obligasi pemerintah untuk periode waktu yang sama.

Beberapa teknik penilaian lainnya antara lain adalah:

1. Model Pertumbuhan Dividen

   Model ini menggunakan input data berupa jumlah dividen yang dibayarkan dan mendiscountedkan dengan *cost of equity* untuk menentukan nilai ekuitas. Beberapa variasi model ini adalah apabila dividen tersebut mengalami pertumbuhan sangat tinggi (supernormal) dan pertumbuhan konstan. Model pertumbuhan dividen ini digunakan untuk menaksir

nilai modal sendiri (E) dengan melihat besarnya pembayaran dividen tunai.

2. Discounted Cash Flow

   Menurut pendekatan *Discounted Cash Flow (*DCF) nilai perusahaan seharusnya sama dengan *present value* dividen yang diterima di masa yang akan datang dan semua penilaian seharusnya konsisten dengan prinsip ini. Penentuan nilai perusahaan dengan pendekatan ini memerlukan input berupa prakiraan cash flow di masa yang akan datang dan prakiraan *cash flow* tersebut di*discounted* dengan biaya modal (*cost of capital*). Selanjutnya untuk menentukan nilai ekuitas, nilai perusahaan ini harus dikurangkan dengan nilai pasar hutang.

3. Price Earning Ratio

   Penentuan nilai akuitas berdasarkan pendekatan ini hanya memerlukan satu periode yaitu prakiraan harga saham dan prakiraan laba per lembar saham. PER merefleksikan jumlah rupiah seorang investor bersedia membayar atas keuntungan per lembar saham. PER atau disebut PER Multiple, memberi indikasi terhadap tingkat pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang. Semakin tinggi PER semakin tinggi harapan tingkat pertumbuhan. PER merupakanperbandingan antara harga saham dengan laba per lembar saham.

   Penggunaan metode PER ini lebih sederhana, namun terdapat kelemahan-kelemahan antara lain: Harga pasar sahan setiap saat bisa berubah, *Benchmark* PER dengan perusahaan lain tidak begitu tepat, kerena masing-masing perusahaan memiliki tingkat risiko yang berbeda, perusahaan memiliki kebijakan akuntansi yang berbeda sehngga mempengaruhi besarnya laba yang dilaporkan.

4. Return on Investment (ROI)

   Model penentuan nilai perusahaan berdasarkan ROI didasarkan pada prakiraan seberapa besar perusahaan target mampu memberikan tingkat keuntungan atas investasi atau harga akuisisi yang dibayarkan. Persentase ROI merupakan tingkat keuntungan yang disyaratkan oleh pengakuisisi atas rencana akuisisinya Pendekatan ini memerlukan input data berupa prakiraan tingkat pengembalian investasi (ROI) dan prakiraan laba sebelum bunga dan pajak untuk menentukan nilai perusahaan.

5. Element of risk

   Istilah risiko seperti yang digunakan oleh analis keuangan adalah konsep yang berbeda dari probabilitas yang digunakan untuk menghasilkan nilai sekarang yang diharapkan dari bisnis. Risiko pada dasarnya adalah serangkaian probabilitas terpisah bahwa pengembalian aktual akan menyimpang dari pengembalian yang diharapkan (variabilitas pengembalian investasi). Dalam pengertian ekonomi, menghindari risiko tidak berarti bahwa investor tidak mau mengambil risiko, namun apakah investor menginginkan atau tidak, ada risiko dalam segala hal. Akuisisi memberikan dampak yang cukup signifikan tidak hanya terhadap lingkup internal mikro perusahaan tetapi juga terhadap lingkup makro ekonomi. Secara umum akuisisi memiliki pengaruh baik langsung atau tidak langsung terhadap stakeholder seperti: pemegang saham, karyawan, direksi atau manajemen, supplier, konsumen, pemerintah, kreditor, pesaing, dan masyarakat.

6. Teori risiko dan portofolio

   Konsep risiko ini diterapkan untuk pembangunan portofolio efek. Konsep diversifikasi sering disalahpahami. Pengertian risiko menurut Arthur J. Keown (2000) adalah prospek suatu hasil yang tidak disukai (operasional sebagai deviasi standar). Investor mencoba mengurangi risiko hasil yang sangat negatif dengan menempatkan lebih banyak taruhan yang memiliki hasil independen, atau melakukan diversifikasi.

   Apa yang harus dilakukan konsep risiko dan teori portofolio ini ada hubungannya dengan akuisisi? Akuisisi adalah investasi oleh Pembeli yang secara rasional akan membayar untuk bisnis atau aset di pasar yang efisien, kombinasi pengembalian yang diharapkan dari aset itu, risiko investasi, dan selera risiko Pembeli.

Alasan untuk Akuisisi

Jika salah satu dari konsep keuangan perusahaan sebelumnya valid, konsep tersebut harus diterapkan secara langsung pada praktik akuisisi. Dalam pengertian yang paling teoretis, pemegang saham akan memperoleh target karena arus kas masa depan dari bisnis gabungan, yang didiskon untuk risiko, pada akhirnya akan menjaring lebih banyak uang kepada pemegang saham.

Alasan sebenarnya (*sinergy*) mengapa perusahaan bisnis mengakuisis perusahaan yang lain, dengan kata lain bagaimana nilai kombinasi dua perusahaan tersebut.

1. Skala ekonomi (*Economies of scale*) Skala ekonomi dapat dicapai di mana akuisisi menghasilkan biaya produksi rata-rata yang lebih rendah atau dengan penghapusan redundansi dalam organisasi.

2. Saatnya ke pasar (*Time to market.*) Sebuah varian pada skala ekonomi memperluas lini produk,
3. Kombinasi pelanggan dan pemasok (*combination of customer and supplier).* Perusahaan membeli pemasok, atau pemasok memperoleh pelanggan.
4. Diversifikasi lini produk (*Product line diversification*) Sebuah perusahaan ingin melakukan diversifikasi ke area lain untuk mengubah profil risikonya.
5. Akuisisi defensif (*Defensive acquisitions*) Perusahaan diakuisisi karena pengakuisisi mungkin menghadapi penurunan yang parah dalam bisnisnya, dan akuisisi tersebut akan meringankan penyebab kerugian yang parah kecenderungan untuk menurun.
6. Manajemen baru dan lebih baik (*New and better management*). Manajer mungkin tidak bertindak dengan sebaik-baiknya kepentingan pemegang saham untuk alasan yang berbeda. Pengakuisisi mengharapkan dapat meningkatkan nilai bisnis yang diakuisisi dengan mengganti manajemennya.

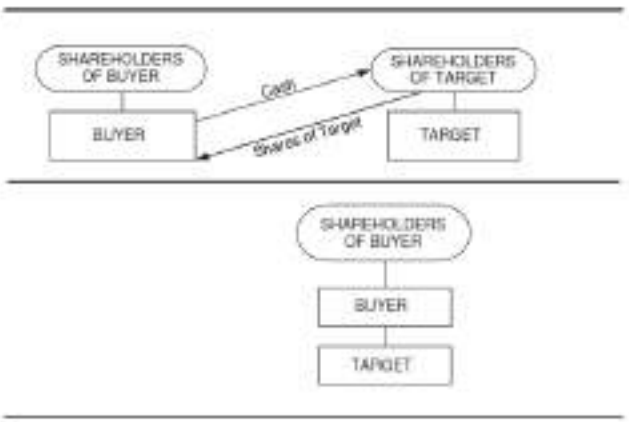
Tiga Struktur Akuisisi Dasar (*Three Basic Acquisition Structures*)

Ada tiga cara dasar untuk menyusun akuisisi:

1. Pembelian saham (*Stock purchase*) dimana saham Target yang beredar adalah dijual kepada Pembeli atau anak perusahaan Pembeli oleh pemegang saham dari Target.
2. Merger, dimana Target digabungkan, sesuai dengan ketentuan yang berlaku undang-undang penggabungan negara bagian, dengan Pembeli atau bergabung dengan anak perusahaan dari Pembeli yang telah dibentuk untuk tujuan melakukan merger. Setelah merger, baik Target atau Pembeli (atau anak

perusahaannya) dapat menjadi perusahaan yang bertahan merger (disebut korporasi yang bertahan).

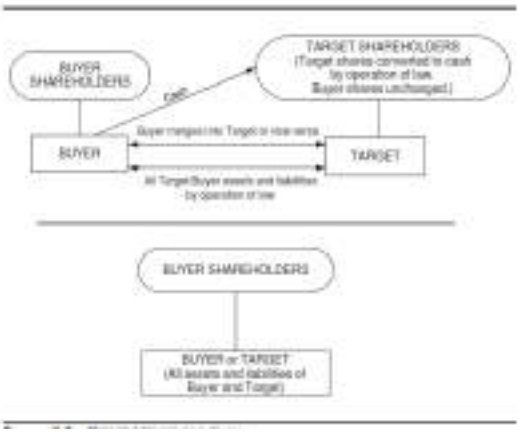
3. Pembelian aset (*Asset purchase*) Seluruh atau sebagian aset tertentu (misalnya, persediaan, piutang, dan hak kekayaan intelektual) perusahaan dijual kepada Pembeli atau anak perusahaan dari Pembeli. Dalam pembelian aset, semua atau sebagian yang dipilih atau tidak sama sekali kewajiban dan kewajiban perusahaan ditanggung oleh: Pembeli.



Gambar 1

Stock purchase of all shares for cash

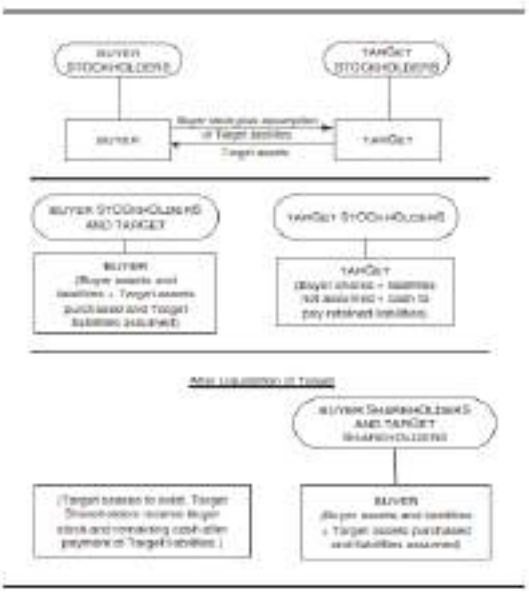
Sumber Edwin L Miller (2008: 90)



Gambar 2

Direct merger for cash

Sumber: Edwin L Miller (2008: 91)



Gambar 3

Asset purchase/ assumption of liabilities for stock

Sumber: Edwin L Miller (2008: 94)

Due Diligence

Melakukan *due diligence* /uji tuntas merupakan investigasi yang dilakukan oleh investor atau pembeli terhadap calon investee. Proses *due diligence* sangat penting karena mempengaruhi keputusan perusahaan pembeli apakah akan berinvestasi atau memperoleh Target, dengan syarat apa, dan berapa harganya. Pengakuisi bisa leluasa memperoleh informasi berbagai aspek tentang target, larena telah ada pembicaraan pendahuluan, namun kesulitan *due diligence* adalah ketika perusahaan target tidak memiliki dokumentasi atau informasi yang lengkap sesuia yang dibutuhkan oleg calon pengakuisisi. Uji tuntas bisnis adalah proses di mana pengembangan bisnis dan personel keuangan Pembeli, dan bankir investasi mereka, memeriksa Target untuk melihat apakah akuisisi itu masuk akal dari perspektif keuangan dan strategis dan untuk mencari kerangka bisnis.

1. Business due diligence and Legal due diligence

    a. Business due diligence

        Business due diligence/ Uji tuntas bisnis adalah proses di mana pengembangan bisnis dan personel keuangan Pembeli, dan bankir investor, melihat apakah akuisisi membuat masuk akal dari perspektif keuangan dan strategis dan untuk mencari kerangka bisnis apapun, seperti hubungan yang renggang dengan pelanggan utama atau keusangan teknologi.

    b. Legal due diligence

        Legal due diligence/ uji tuntas hukum adalah proses di mana tanggung jawab penasihat hukum internal Pembeli atau firma hukum di luar, atau keduanya, memeriksa urusan hukum dari Target

untuk mengungkap kerangka hukum nya. Pengacara biasanya memulai proses ini, seringkali berhubungan dengan *Business due diligence* dengan memberikan daftar periksa uji tuntas hukum perusahaan target.

2. Defensive Tactics and Hostile Take Over

Taktik defensif adalah cara-cara yang digunakan oleh perusahaan target untuk menggagalkan akuisisi. Teknik ini terus berkembang seiring dengan semakin

meningkatnya intensitas akuisisi. Ada dua kategori umum: (1) *friendly acquisitions* dan (2) *hostile acquisitions*. Manajemen perusahaan target memiliki dua alternatif ketika ada penawaran dari suatu perusahaan untuk mengakuisisi perusahaan yang dipimpinnya. Jika manajemen menerima tawaran tersebut, demikian juga para pemegang saham selanjutnya mayoritas, maka yang terjadi pengambilalihan *friendly*

Sebaliknya apabila pihak manajemen atau pemegang saham perusahan target menolak tawaran tersebut, maka perusahaan yang bermaksud mengakuisisi tersebut (bidder) mungkin menempuh cara-cara yang tidak bersahabat (unfriendly) melalu tender offer. Jika hal terakhir yang terjadi maka manajemen perusahaan target akan menempuh berbagai taktik untuk menghambat atau menggagalkan akuisisi. Manajemen juga bisa mempengaruhi pemegang saham atau para karyawan untuk bersama-sama menolak akuisisi.

Perbedaan *friendly acquisitions* dan *hostile acquisitions* tidak selalu membantu karena dalam kasus tertentu akuisisi yang bersahabat dapat diinterupsi oleh upaya pengambilalihan yang tidak bersahabat, dan upaya pengambilalihan yang tidak

bersahabat sering kali berakhir dengan kesepakatan merger yang dinegosiasikan yang dalam arti tertentu menjadi akuisisi yang bersahabat pada saat itu.

3. Leveraged Buyout

Leverage Buyout, atau LBO, adalah akuisisi/ pembelian perusahaan atau divisi bisnis yang teknik pembiayaannya sebagian besar bersumber dari hutang. pembayaran akuisisi dapat dilakukan secara tunai, hutang perusahaan, saham, atau melalui kombinasi ketiganya. Dalam membayar secara tunai sementara jumlah uang kas yang dimiliki tidak cukup, maka hal pengakuisisan, jika para pengakuisisi harus mencari sumber dana dari pihak ketiga dalam bentuk hutang Dengan demikian LBO merupakan pembelian perusahaan secara tunai tetapi uang tunai tersebut sebagian besar diperoleh dari pinjaman/ hutang.

Pihak-pihak yang terlibat sebagai penyandang dana tersebut diantaranya adalah bank, perusahaan lain, lembaga keuangan, manajemen perusahaan pengakuisisi dan investor institusional atau individu yang berminat. Pihak-pihak penyandang dana tersebut mensyaratkan imbalan keuntungan (bunga) yang lebih tinggi dibanding dengan tingkat keuntungan dari bentuk investasi lainnya. Hal ini karena mereka mempertimbangkan risiko kegagalan atas tidak terbayarnya pinjaman untuk membiayai LBO tersebut. Sementara itu hutang untuk LBO ini biasanya dijamin dengan aset perusahaan yang diakuisisi

Apabila manajemen (sekelompok manajer) berusaha mengambil alih kepemilikan dengan membeli saham-saham perusahaan dan menjadikan perusahaan dari yang semula publik menjadi perusahaan tertutup maka hal ini dinamakan *Management Buyout* (MBO).

Jika para karyawan perusahaan berpartisipasi untuk mengambilalih perusahaan, hal ini dinamaka *Employee Buyout (EBO).*

LBO, MBO dan EBO merupakan bentuk-bentuk restrukturisasi korporat. Aktivitas tersebut menyebabkan terjadinya perubahan struktur kepemilikan perusahaan. Restrukturisasi tersebut biasanya sekaligus mengubah status perusahaan dari yang semula publik/ terbuka menjadi perusahaan privat/ tertutup. *(going private, kebalikan dari going public)* adalah karena beberapa pertimbangan: perusahaan target yang diakuisisi dengan cara LBO mestinya harus mampu untuk meningkatkan kinerjanya sehingga lebih baik kondisinya dibanding dengan sebelum diakuisisi.

Secara umum perusahaan calon LBO harusnya memiliki struktur manajemen yang solid, memiliki posisi yang mapan dalam industri dan memiliki keuntungan yang stabil. Karena LBO menyiratkan adanya risiko yang lebih tinggi dibanding dengan biaya, maka mestinya tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan setelah diakuisisi harus lebih tinggi dibanding dengan biaya penggunaan hutang.

Disamping itu perusahaan harus mampu mengembalikan hutang ditambah bunga dalam periode yang direncanakan. Kinerja perusahaan target setelah akuisisi harus menunjukkan keadaan-keadaan antara lain: peningkatan klnerja manajemen, menurunkan dan memangkas biaya sehingga tercapainya *economies of scale* atau *economies of scope*, menghasilkan arus kas yang stabil dan mencapai efisiensi penggunaan dana.

Daftar Pustaka

Donald E. Sorensen. (2000) Characteristics of merging firms, 52 (5): pp. 423-433. *Journal of Economics and Business*

Edwin L. Miller Jr. (2008). Mergers and Acquisitions: A step-by-step legal and practical guide. John Wiley & Sons, Inc. Hoboken, New Jersey.

Husnan, S. & Eny P (2012): Dasar-dasar Manajemen Keuangan. UPP STIM YKPN.Edisi keenam. Cetakan pertama

James C.van Horn & John, M. Machowicz (2008). Fundamentals of Finanial Management. 13th Edition. Pearson Education Limited England

Ronald G, Gordana K & Thomas H. Value in Due Diligence: Contemporary Strategies for Merger and Acquisition Success (2010). Gower Publishing Limited England

Ross, S. A, Randilp. W. Westerfield & Jeffrey F. Jaffe (2010). Corporate Finance.9th Edition. Boston: Irwin McGraw-Hill.

Profil Penulis

Triyonowati, M.Si.

Lahir di Surabaya, pada tahun 1979 melanjutkan pendidikan Strata-1 di Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga Surabaya jurusan manajemen, kemudian pada tahun 2003 menyelesaikan pendidikan PascaSarjana (Strata-2) Universitas Airlangga Surabaya pada prodi Ilmu Manajemen (IMAN). Menyelesaikan pendidikan doktoral (Strata-3) pada program Doktor Ilmu Manajemen (PDIM) Universitas Brawijaya Malang pada tahun 2015

Saat ini menjadi dosen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Penulis memiliki kepakaran bidang manajemen keuangan, dan untuk mewujudkan karier sebagai dosen profesional, penulispun aktif sebagai peneliti sesuai bidang kepakaran tersebut. Beberapa penelitian bidang manajemen keuangan yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi dan juga dari Kemenristek DIKTI. Selain meneliti penulis juga aktif sebagai pengabdi dalam berbagai kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM) dan mendesiminasikan seperti halnya kegiatan penelitian, penulis turut serta menjadi pembina dan pendamping pada program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), penulis juga aktif menulis buku dengan harapan dapat memberi kontribusi positif bagi bangsa dan negara Indonesia pada bidang pendidikan.

Email Penulis: triyonowati@stiesia.ac.id

11

KEGAGALAN KEUANGAN

Ni Wayan Novi Budiasni, S.E., M.M.
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma

Mengenal Keuangan

Keuangan merupakan kata yang tidak asing dan terasa begitu penting di bagian hidup kita sebagai mahkluk ekonomi. Sebelum mengkaji keuangan secara lebih detail, alangkah baiknya kita mengenal dahulu keuangan dan seberapa penting aspek keuangan bagi kehidupan kita. Mengutip dari laman Wikipedia.com (2022), keuangan berkaitan erat tentang bagaimana cara mengetahui berbisnis individu, meningkatkan organisasi, mengalokasi, menggunakan sumber daya moneter dengan sejalannya waktu, dan juga menghitung risiko dalam menjalankan proyeknya. Terdapat pandangan yang menarik tentang keuangan. Kita ketahui bahwa, ada yang mengatakan bahwa "uang bukanlah segalanya", akan tetapi kenyataan hidup yang kita jalani, segalanya membutuhkan uang. Yang perlu kita pahami ialah, manakah yang lebih penting, antara mencari uang yang banyak ataukah memiliki kemampuan mengelola keuangan yang baik? Tentunya hal ini harus sesuaikan dengan pemahaman terkait manajemen keuangan, terutama tentang keuangan pribadi yang tidak terlepas dari manajemen keuangan dengan gaya hidup yang berbeda susuai dengan kondisi lingkungan. Contohnya,

gaya hidup seorang karyawan dengan seorang petani di pedesaan, gaya hidup karyawan di perkotaan tentunya berbeda dengan gaya hidup seorang petani di pedesaan. Sebab biaya hidup di perkotaan cenderung lebih mahal, selain itu, kebutuhan seorang karyawan dengan seorang petani pun cukup jauh berbeda. Jika dibandingkan, seorang petani tidak perlu membeli pakaian formal untuk bekerja kantoran, tidak pula membutuhkan sarana kerja yang komplit seperti laptop, *smartphone* dan lainnya. Akan tetapi, hal tersebut bukanlah semata-mata penyebab aset karyawan yang jauh lebih sedikit daripada petani. Dengan penghasilan yang lebih besar, seharusnya karyawan dapat lebih mengoptimalkan pemasukannya. Untuk inilah pentingnya bagi setiap individu untuk memiliki kemampuan pengelolaan keuangan yang baik, guna mencegah kegagalan keuangan. Bahkan di era saat ini, banyak individu dengan penghasilan yang cukup tinggi terlilit hutang konsumtif akibat dari gaya hidupnya (www.djkn.kemenkeu.go.id, 2022).

Risiko Keuangan

Perlu diketahui bahwa, keuangan yang stabil bertujuan untuk meminimalisasi risiko keuangan. Sebelumnya telah disampaikan, meminimalisasi kesalahan pengelolaan atau kegagalan keuangan, wajib adanya pengelolaan keuangan yang tepat. Guna mengetahui cara pengelolaan keuangan yang tepat, alangkah pentingnya diketahui tentang klasifikasi risiko keuangan, salah satunya menurut sumber situs keuangan https://sikapiuangmu.ojk.go.id/ (2022), diantaranya:

1. Berdasarkan Jangka Waktu
    a. Risiko Keuangan Jangka Pendek

        Risiko keuangan jangka pendek berkaitan tentang kebutuhan yang muncul secara tidak terduga atau mendadak dalam dalam kurun waktu jangka

pendek. Misalnya, saat kondisi sakit, kehilangan atau kerusakan aset produktif. Kondisi tersebut menyebabkan kita membutuhkan biaya tambahan seperti biaya pergi ke dokter atau biaya perbaikan kerusakan. Guna mencegah risiko tersebut, bisa diantisipasi dengan mengikuti asuransi kesehatan dan kendaraan.

b. Risiko Keuangan Jangka Panjang

Risiko keuangan jangka panjang ialah situasi tak terduga yang menyebabkan kerugian dalam jangka waktu yang panjang. Contohnya, kehilangan seorang tulang punggung keluarga.

2. Risiko Murni dan Spekulatif

a. Risiko Murni

Risiko murni merupakan risiko keuangan atau kerugian yang menyebabkan kerugian secara murni, misalnya kerusakan alat komunikasi *smartphone* sehingga tidak bisa digunakan untuk berkomunikasi atau bekerja.

b. Risiko Spikulatif

Risiko Spekulatif ialah risiko kerugian yang menyebabkan timbulnya potensi kerugian akibat keuntungan yang tidak terlalu potensial atau keuntungan kecil. Kondisi ini cenderung disebabkan oleh investasi yang perencanaan yang kurang matang dan hanya sekedar investasi yang dipengaruhi oleh *trend*.

3. Risiko Statis dan Risiko Dinamis

a. Risiko Statis

Risiko statis merupakan risiko yang timbul bukan dari aspek ekonomi, misalnya ditimbulkan oleh

pencurian harta benda ataupun kerugian yang ditimbulkan oleh bencana alam.

b. Risiko Dinamis

Risiko dinamis adalah risiko keuangan yang disebabkan oleh perubahan situasi ekonomi, misalnya perubahan nilai mata uang, saham hingga terjadinya inflasi.

Setelah mengetahui berbagai hal yang dapat menimbulkan risiko keuangan, tentunya akan lebih mudah untuk melakukan antisipasi pencegahan risiko kerugian keuangan. Melakukan pengelolaan keuangan yang tepat seharusnya mempertimbangkan dan mengantisipasi kerugian berdasarkan risiko-risiko keuangan yang muengkin terjadi.

Metode Mengatur Keuangan

Seni mengatur keuangan setiap individu pasti berbeda, namun dengan tujuan yang sama yaitu mengelola keuangan secara efektif dan efisien atau tidak boros. Terdapat beberapa metode yang menarik untuk dicoba, mulai dari metode 50/30/20, metode budgeting 70-10-10-10 dan metode *Kakeibo*. Manakah metode yang tepat untuk dilakukan? sebelum menebak dan memilih metode yang tepat, berikut uraian terkait masing-masing metode tersebut:

1. Metode 50/30/20

Metode mengatur keuangan ini pertama kali diperkenalkan oleh Elizabeth Warren dan putrinya Amelia Warren Tyagi yang dimuat dalam sebuah buku yang berjudul *All Your Worth: The Ultimate Lifetime Money Plan*. Metode ini mengarahkan dengan membagi pendapatan setelah pajak dan mengalokasikannya untuk kebutuhan pokok sehari-hari sejumlah 50%, keinginan 30% dan menyisihkan

20% untuk tabungan dan investasi. Kebutuhan pokok sehari-hari yang dimaksud misalnya, konsumsi, transportasi, biaya kesehatan dan tempat tinggal. Sedangkan keinginan, lebih kepada hal-hal yang diinginkan untuk memuaskan kesenangan atau sekedar hiburan, misalnya pergi ke bioskop dan membeli makanan mewah. Langkah awal yang dilakukan sebaiknya ialah menyisihkan uang tabungan 20%. Begitu menerima penghasilan, dari awal sudah harus disisihkan untuk tabungan (E. Warren and A. W. Tyagi, 2005). Tabungan ini digunakan untuk menjamin keuangan di masa tua atau untuk renovasi rumah. Keberhasilan metode 50/30/20 sangat ditentukan oleh konsistensi masing-masing individu.

Gambar 1.

Ilustrasi Metode 50/30/20

2. Metode 70-10-10-10

Berbeda dengan metode sebelumnya, metode pola mengatur keuangan ini, diperkenalkan oleh Jim Rohn yang merupakan seorang pengusaha dari Amerika, penulis sekaligus seorang motivator. Penghasilan dikelola dengan mengalokasikannya ke dalam empat bagian, yaitu:

a. Habiskan 70 % penghasilan untuk memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari dan hiburan,

b. Simpan 10% untuk persiapan dana di masa depan,

c. Investasikan 10% untuk memperoleh penghasilan lainnya,

d. Berbagi 10% kepada yang lebih membutuhkan.

Gambar 2.

Ilustrasi Metode 70-10-10-10

3. Metode *Kekeibo*

Metode Kekeibo ini populer di kalangan ibu rumah tangga Di Jepang sejak tahun 1907, pertama kali diperkenalkan oleh Makoto Hani. Metode Kekeibo juga termuat dalam sebuah buku yang berjudul *Kakeibo: The Japanese Art of Saving Money* yang ditulis oleh Fumiko Chiba pada tahun 2017. Terdapat beberapa poin penting yang dalam menerapkan metode Kekeibo ini, diantaranya:

a. Catat seluruh pemasukan yang diterima pada awal bulan, gaji bulanan maupun penghasilan tambahan,

b. Sisihkan uang tabungan bulanan,

c. Mengalokasikan dana dalam beberapa bagian, yaitu:

   1) Kebutuhan pokok *(Survival)*, misalnya: biaya makan, tagihan, cicilan, dan kewajiban lainnya.

   2) Kebutuhan *(Optional)* sekunder mencakup hiburan, makan di luar, dan sebagainya.

   3) Kebutuhan untuk tambah wawasan *(Culture)* contohnya buku, film, majalah, dan lain-lain.

   4) Pengeluaran lainnya *(Extra)* seperti kado, perbaikan rumah, pemeliharaan kendaraan bermotor, dan sebagainya (Chiba, Fumiko, 2017).

Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri

Nidar (2012) menyampaikan bahwa literasi keuangan merupakan faktor penting yang menentukan kondisi keuangan seseorang. Brigham & Huston (2010) mendefinisikan literasi keuangan sebagai kemampuan yang dimiliki dalam memahami kondisi keuangan maupun konsep-konsep keuangan untuk mengubah pengetahuan tersebut secara tepat ke dalam sebuah perilaku. Kemampuan seseorang saat mengelola keuangan merupakan salah satu faktor penting untuk mencapai kesuksesan dalam hidup, sehingga dengan memiliki pengetahuan pengelolaan keuangan yang cukup maka, seseorang akan mampu mengelola keuangan dengan baik dan benar (Cummins, 2009). Krishna (2010) menjelaskan bahwa literasi keuangan membantu individu dari penghasilan yang rendah, kesulitan keuangan juga dapat muncul jika terjadi kesalahan dalam pengelolaan keuangan (miss-management) seperti kesalahan penggunaan kredit, dan tidak adanya perencanaan keuangan. Sehingga literasi keuangan yang cukup sangat

penting untuk mencegah terjadinya masalah keuangan dan meminimalisasi kegagalan keuangan.

Pada tahun 2021, dilakukan sebuah penelitian oleh penulis tentang literasi keuangan pada UMKM Di Kabupaten Buleleng. Hasil yang diperoleh, bahwa literasi keuangan memiliki hubungan atau pengaruh dengan kinerja keuangan. Budiasni & Ayuni (2022), literasi keuangan yang cukup akan memberikan pengaruh yang positif terhadap kinerja keuangan UMKM Di Kabupaten Buleleng. Selain terhadap kinerja keuangan, ditemukan bahwa *Locus of Control* memiliki peranan yang penting pada aspek keuangan seseorang. Pengendalian diri (*Locus of Control)* dinyatakan memiliki peran yang signifikan pada kinerja keuangan. Hal ini dimaksudkan bahwa, pengendalian diri seseorang dalam mengalokasikan atau mengelola uang yang dimiliki agar terhindar dari risiko kegagalan keuangan. Misalnya, seseorang dalam mengelola keuangan yang lebih mampu mengendalikan dirinya untuk memprioritaskan kebutuhan pokok ketimbang yang sifatnya sebatas keinginan, atau seseorang yang lebih mampu mengendalikan dirinya untuk berperilaku terlalu konsumtif.

Dibalik peran penting yang dimiliki literasi keuangan dan pengendalian diri (*locus of control)* tentunya terdapat indikator-indikator penting di dalamnya, diantaranya:

1. Indikator Literasi Keuangan

   Chen & Volpe (1998) menyampaikan 4 (empat) indikator literasi keuangan, yaitu:

   a. Pengetahuan dasar pengelolaan keuangan

      Pengetahuan dasar pengelolaan keuangan merupakan pengetahuan tentang dasar-dasar pengelolaan keuangan yang dimiliki seseorang yang digunakan sebagai pedoman ketika

melakukan pengelolaan keuangan pribadi, keluarga dan usaha yang dimilikinya (Chen dan Volpe: 1998). Hasil studi yang dilakukan oleh Chen dan Volpe (1998) menyatakan bahwa penting bagi seseorang untuk meningkatkan pengetahuan keuangan pribadi, karena pengetahuan mengenai keuangan akan sangat berpengaruh terhadap keputusan keuangan yang akan dibuat kemudian.

b. Pengelolaan kredit

Pengelolaan kredit juga sering dikatakan sebagai manajemen kredit. Pengelolaan kredit yang dimaksud ialah proses pengelolaan oleh pemilik kredit atau debitur agar mengatur kredit yang dimiliki secara efektif dan efisien sesuai dengan tujuan awal melakukan kredit hingga tujuannya tercapai (Sevim, Temizel dan Sayilir; 2012).

c. Pengelolaan tabungan dan investasi

Pengelolaan tabungan merupakan proses yang membantu pengalokasian dana surplus yang dimiliki dengan tujuan untuk kemudahan akses likuiditas, perencanaan keuangan dan keamanan. Sedangkan pengelolaan investasi ialah proses yang membantu perumusan kebijakan dan tujuan sekaligus pengawasan dalam penanaman modal untuk memperoleh keuntungan (www.ojk.go.id; 2016). Chen dan Volpe (1998) menyatakan bahwa lemahnya pengetahuan keuangan menimbulkan kesalahan persepsi hingga menimbulkan kesalahan dalam mengambil keputusan dalam penyimpanan, peminjaman dan investasi.

d. Manajemen Risiko

Djohanputro (2008), menyampaikan bahwa manajemen risiko merupakan proses terstruktur dan sistematis dalam mengidentifikasi, mengukur, memetakan, serta mengembangkan alternatif penanganan risiko. Manajemen risiko memiliki tujuan untuk menghindari atau meminimalisasi risiko yang ditimbulkan atas sebuah keputusan yang telah dibuat oleh pengelola perusahaan.

2. Indikator Pengendalian Diri (*Locus of Control)*

Menurut Nugroho (2014), berikut merupakan indikator pengendalian diri (*locus of control)*:

a. Minat

Kemampuan mengontrol perilaku untuk mencapai tujuan, tidak mudah dipengaruhi oleh orang lain.

b. Usaha

Karakter gemar bekerja keras dan memiliki persepsi bahwa usaha harus dilakukan jika ingin berhasil, berusaha menemukan pemecahan masalah, pantang menyerah untuk mencapai tujuan, optimis pada setiap tindakan, berusaha semaksimal mungkin mengontrol perilaku

c. Nasib

Mempercayai firasat baik dan buruk, meyakini kesuksesan diperoleh karena takdir, merasa tidak dapat merubah peristiwa yang telah terjadi, percaya bahwa ada sedikit korelasi antara usaha dan kesuksesan, cenderung khawatir menghadapi masa depan, kurang mencari informasi untuk memecahkan masalah.

d. Lingkungan Sosial

Mampu berinteraksi dengan orang lain, mampu berinteraksi dengan lingkungan.

Kesimpulan

Membahas tentang kegagalan keuangan, banyak faktor yang harus diperhatikan, diantaranya literasi keuangan yang membantu seseorang untuk mengelola dan mengambil keputusan yang tepat tentang permasalah keuangan yang dialami. Literasi keuangan saja tidak cukup untuk meminimalisasi terjadinya kegagalan dalam mengelola keuangan, tetapi perlu juga adanya komitmen dalam diri atau pengendalian diri (*locus of control)* untuk memanajemen gejolak dalam diri ketika mengambil keputusan ekonomi. Pengendalian diri ini penting untuk membantu seseorang dalam memilah-milah prioritas alokasi keuangan. Langkah ini penting untuk menghindari prioritas gaya hidup konsumtif yang menjebak kaum milenial saat ini. Upaya pencegahan kegagalan pengelolaan keuangan tidak serta merta dimulai atau di aplikasikan pada perusahaan besar saja, namun alangkah baiknya jika dipahami mulai dari aspek kehidupan sehari-hari. Hal ini akan membantu untuk membiasakan mengelola keuangan menggunakan metode yang sebelumnya telah disampaikan, yaitu metode 50/30/20, metode 70-10-10-10 dan metode *Keikebo* yang populer di Jepang. Poin yang tidak kalah penting lainnya ialah, penerapan metode pengelolaan keuangan tersebut haruslah dilaksanakan secara konsisten.

Daftar Pustaka

Brigham dan Houston. (2010). Dasar-dasar Manajemen Keuangan (edisi III). Jakarta: SalembaEmpat.

Chen, Haiyang and Ronald P. Volpe. 1998. An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students Financial. Services Review. Vol. 7. No. 2.

Chiba, Fumiko. Kakeibo – The Japanese Art of Saving Mo ney. New York: Tarcherperigee. 2017

Cummins M., Haskel J. H., & Jenkins S. 2009. "Financial Attitudes and Spanding Habits of University Fresmen". Journal Of Economics And Economic Education Research. Vol. 10 (1) : pp. 3-6.

Djohanputro, Bramantyo. 2008. Manajemen Risiko Korporat. Jakarta: Penerbit PPM

E. Warren and A. W. Tyagi, All Your Worth : The Ultimate Lifetime Money Plan. New York: A Division Of Simon & Schuster, Inc., 2005.

Kementerian Keuangan Republik Indonesia. 2021.Pentingnya Manajemen Keuangan dalam Kehidupan Sehari-Hari. Tersedia pada link: https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-sumut/baca-artikel/14590/Pentingnya-Manajemen-Keuangan-dalam-Kehidupan-Sehari-Hari.html. Diakses pada tanggal: 20 September 2022

Khrisna, Ayu. Rofida, Rofi dan Sari, Maya. 2010. Analisis Tingkat Literasi Keuangan Dikalangan Mahasiswa dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi. Proceedings of the 4th International Conference on Teacher Education; Join Conference UPI and UPSI Bandung. Indonesia.

Nurgroho, Sandi R.2014. Pengaruh Locus of Control Dan Konsep Diri Terhadap Kematangan Karir Siswa Kelas XII Program Keahlian Teknik Ketenagalistrikan Smk Negeri 3 Yogyakarta. Universitas Negeri Yogyakarta

Nidar, S.R. & Bestari, S, 2012, Personal Financial Literacy Among University Students (Case Study at Padjadjaran University Students, Bandung, Indonesia). World Journal of Social Sciences 2 (4). July

Otoritas Jasa Keuangan. 2016. Siaran Pers Tingkatkan Pemahaman Sektor Keuangan di Mahasiswa. (online). http://sikapiuangmu.ojk.go.id/frontEnd/MS/Download. Diakses pada tanggal 23 Oktober 2017.

Otoritas Jasa Keuangan.2016. Penting! Pahami Jenis-Jenis Risiko Keuangan Dan Solusinya. Tersedia pada link: https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/40700. Diakses pada tanggal: 22 September 2022

Sevim, N., Temizel, F., & Sayılır, Ö. (2012). The effects of financial literacy on the borrowing behaviour of Turkish financial consumers. International Journal of Consumer Studies, 36(5), 573–579. doi:10.1111/j.1470-6431.2012.01123.x.

Wikipedia (2022). Keuangan. Tersedia pada link: https://id.wikipedia.org/wiki/Keuangan. Diakses pada tanggal: 20 September 2022

Profil Penulis

Ni Wayan Novi Budiasni, S.E., M.M.

Lahir di Gianyar-Bali pada 17 Nopember 1993.Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Satya Dharma Singaraja-Bali pada Program Studi Diploma III Akuntansi, bergabung sejak tahun 2015. Lektor/III/c dan menjabat sebagai bagian kemahasiswaan dan alumni. Riwayat Pendidikan: Sekolah Dasar Negeri 2 Melinggih Kelod Payangan, SMP Negeri 1 Payangan, SMA Negeri 1 Ubud-Gianyar Ilmu Pengetahuan Sosial. 2011 Jurusan Akuntansi di Universitas Pendidikan Ganesha (Undiksha) Singaraja, 2015 Magister Manajemen di Universitas Pendidikan Nasional (UNDIKNAS). Buku dan Hak Kekayaan Intelektual: (1) Corporate Social Responsibility dalam Ekonomi Berbasis Kearifan Lokal Di Bali, (2) Bunga Rampai Kerja Berdasarkan Dharma Dalam Pandangan Rekan Kerja Prof. Gorda, dan (3) Ekonomi Pembangunan : Perbankan Indonesia di Masa Krisis. Tulisan ini lebih terfokus pada pencegahan dan meminimalisasi kegagalan pengelolaan keuangan yang yang terfokus secara individu atau personal financial. Dengan harapan, untuk memulai sesuatu hal yang besar hendaknya dibiasakan mulai dari segi individu atau perseorangan.

Email Penulis: n.budiasni@gmail.com

12

STRATEGI EFEKTIF MENGELOLA KEUANGAN

Melinda Rahman, S.E., M.Ak.
Universitas Langlangbuana

Pendahuluan

Strategi Mengelola keuangan menjadi sangat penting bagi kebutuhan pribadi maupun perusahaan karena tidak terkelolanya dengan baik akan menimbulkan kerugian dalam operasional perusahaan dan jika hal tersebut terjadi dalam keuangan pribadi seseorang, seseorang akan cenderung lebih boros dalam mengalokasikan keuangannya. Banyak sekali perusahaan yang kesulitan mengatur strategi mengelola keuangan secara efektif lalu bagaimana Strategi yang efektif mengelola keuangan? Pada Tahun 2022 dalam bukunya yang berjudul Manajemen keuangan Samsurijal Hasan, Elpisah Elpisah, Joko Sabtohadi, Nurwahidah M, Abdullah Abdullah, dan Fachrurazi menjelaskan bahwa ada beberapa tips mengelola manajemen keuangan. Berikut tips yang diutarakan:

1. Pisahkan Antara Rekening Pribadi Dan Keuangan Perusahaan

   Banyak pelaku bisnis yang masih mencampurkan uang pribadi dan uang perusahaan. Uang pribadi dan perusahaan harus dipisah, hal tersebut berguna

untuk mengukur keadaan keuangan perusahaan dan menghindari penyalahgunaan keuangan perusahaan.

2. Alokasikan Pengeluaran Untuk Menggaji Diri Sendiri

   Meskipun perusahaan tersebut milik Anda sendiri, disetiap bulan Anda harus mengalokasikan dan untuk menggaji diri Anda sendiri yang pasti sesuai dengan kebutuhan. Jika Anda meminjam uang di perusahaan sendiri juga harus dicatat sebagai utang dan harus dikembalikan.

3. Buat Laporan Keuangan

   Laporan Keuangan dibuat dengan tujuan mengetahui keluar masuknya uang dan dapat mengetahui untung dan rugi usaha yang sedang berjalan.

4. Buat Catatan Proyeksi Arus Kas

   Dengan Adanya catatan proyeksi arus kas, perusahaan bisa mengetahui kapan harus mengeluarkan dana serta kapan waktunya menerima dana. Catatan ini juga berfungsi untuk mencari upaya sebelum terjadi kerugian pada keuangan perusahaan.

5. Hindari Uang Menginap Di Karyawan

   Jangan sampai uang perusahaan dibawa oleh karyawan yang mengatur keuangan perusahaan. Besar kemungkinan uang tersebut akan dipakai untuk keperluan pribadi si karyawan.

6. Lakukan Cek Stok Barang

   Mengecek stok barang secara berkala akan meminimalisir manipulasi. Sering terjadi stok barang yang sudah terjual ditulis belum terjual. Jadinya dana yang seharusnya masih ada menghilang tanpa tujuan yang jelas.

7. Pisahkan Kasir Dan Akunting

   Bagian yang memegang uang kasir juga harus membuat laporan keuangannya sendiri. Uang kasir harus dilaporkan setiap harinya, hal ini untuk menghindari potensi manipulasi data.

Akar Masalah Krisis Uang

Dalam bukunya yang berjudul kayakan dirimu dengan berbagi dan berinvestasi Anatoli karvof pada tahun 2016 menjelaskan bahwa menghasilkan uang untuk hal yang tak berarti alias boros dan menunda untuk berinvestasi alias bolos dari menabung dan investasi merupakan faktor internal atau berasal dari diri sendiri. Jika ingin mengubah kondisi keuangan kearah yang lebih baik, Anda-lah yang harus mengendalikan kedua kebiasaan buruk tersebut.

Inflasi tinggi membuat ongkos yang anda keluarkan untuk berbelanja semakin bertambah . Sebaliknya, tarif pajak tinggi dengan sendirinya membuat penghasilan yang anda terima akan berkurang. Kedua hal ini merupakan faktor yang bersifat eksternal atau di luar kendali Anda. Tarif pajak ditentukan oleh pemerintah, sementara inflasi sangat bergantung pada *supply* dan *demand* barang dan jasa, di samping kebijakan pemerintah untuk menaikkan atau menurunkan biaya produksi , seperti bahan bakar minyak (BBM), tarif telepon, listrik, dan jalan tol.

Kunci agar berhasil mengelola keuangan dan bisa meraih kebebasan finansial di masa tua, yaitu mulai menyisihkan sebagain penghasilan untuk *charity, education, protection dan investment*. Mungkin education, protection dan investment sudah tak asing lagi bagi anda namun ada charity yang mungkin hal ini menjadi sebuah pertanyaan mengapa charity menjadi salah satu bagian dari strategi efektif mengelola keuangan.

Dalam Al-Quran orang yang melakukan *charity* akan dibalas 10 kali lipat " Barang siapa yang berbuat amal kebaikan, maka baginya (pahala) sepuluh kali lipat amalnya, dan barang siapa yang melakukan kejahatan maka dia tidak diberi pembalasan melainkan seimbang dengan kejahatannya (QS Al-An'am ayat 160) bahkan jika melakukan *charity* dibalas hingga 700 kali lipat (QS Al-Baqarah ayat 261). Jadi, 10 dikurang 1 bukanlah 9, melainkan 19 bahkan sampai 709 . *Charity* tidak mengurangi harta, tetapi menambah harta.

Orang yang melakukan charity tidak akan pernah menjadi miskin, justru sebaliknya akan semakin kaya. Anda mungkin sudah familiar dengan Bill Gates, Warren Buffet, dan Carlos Slim Heu. Mereka bertiga adalah orang terkaya pertama, kedua dan ketiga versi majalah Forbes yang jarang diketahui kebanyakan orang adalah bahwa ternyata meraka juga filantropis atau orang paling dermawan di dunia.

Pada masa ketika kita akan membuat rencana dan strategi yang akan dibuat, kita harus mengetahui terlebih dahulu posisi keuangan pribadi ataupun perusahaan kita ada dimana. Kita harus mengetahui kekayaan bersih kita berapa agar kita dapat mengelolanya dengan cara yang efektif. Berikut merupakan cara untuk mencari kekayaan bersih yang dimiliki pribadi maupun perusahaan.

Nilai Kekayaan Bersih

Untuk mengetahui seberapa kaya anda, ada beberapa tahapan yang harus anda buat, yaitu:

1. Buat daftar harta atau asset anda mulai dari yang paling likuid (paling ceoat diubah menjadi uang tunai), seperti:
    a. Uang yang ada di dompet
    b. Tabungan dan deposito di bank

c. Dan lain-lain.

2. Buat Daftar utang

   a. Utang jangka pendek atau utang yang memiliki jatuh tempo dibawah setahun, seperti utang kartu kredit, utang ke saudara, atau utang ke teman.

   b. Utang jangka menengah atau utang dengan jangka waktu 1-5 tahun, seperti kredit tanpa agunan (KTA) dan kredit pemilikan kendaraan (baik mobil maupun motor).

   c. Utang jangka panjang adalah utang dengan jangka waktu diatas 5 tahun, seperti kredit kepemilikan rumah.

3. Buat Daftar Kekayaan Bersih

   Setelah membuat daftar harta dan utang, tahapan selanjutnya adalah mengurangi harta anda dengan utang anda. Selisih harta dengan utang itulah yang disebut dengan kekayaan bersih.

Selain itu Gie pada tahun 2020 mengatakan dalam website accurate bahwa 10 Tips Efektif dalam Mengelola Keuangan Bisnis yang Optimal yaitu sebagai berikut:

1. Pelajari dan Praktekkan Pembukuan Keuangan

   Hal pertama yang perlu dilakukan untuk mengoptimalkan efektivitas pengelolaan keuangan adalah dengan memahami pembukuan untuk membuat laporan keuangan dan mengetahui cara pencatatan keuangan yanng benar.

   Pada proses akuntansi dan pembukuan, perusahaan setidaknya memiliki laporan arus kas, buku kas masuk dan keluar, buku jurnal transaksi, serta laporan laba rugi.

Buku-buku tersebut berguna untuk mencatat bagaimana jalannya seluruh proses transaksi dan keuangan bisnis pada fokus yang berbeda-beda.

Misalnya buku kas masuk hanya mencatat segala kegiatan yang menambah saldo kas, seperti penjualan tunai dan penerimaan pinjaman. Sementara kegiatan berupa pembelian atau apa pun yang mengakibatkan berkurangnya saldo kas dimasukkan ke buku kas keluar.

Pembukuan keuangan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai kondisi keuangan bisnis. Karena itu, mempelajari serta mempraktekkannya adalah langkah awal yang tidak boleh diabaikan demi pengelolaan keuangan yang terarah.

2. Buat Anggaran secara Berkala

Sebelum membuat anggaran, pemahaman akan dasar-dasar penganggaran adalah hal kunci dalam mengelola keuangan agar anggaran yang dibuat bisa seimbang. Periode anggaran umumnya berjalan selama satu tahun. Namun, ini bisa disesuaikan dengan kondisi bisnis itu sendiri. Penganggaran memiliki 3 unsur dasar yang harus diperhitungkan, yaitu pendapatan, pengeluaran, dan laba.

Dalam memperkirakan pendapatan, perlu dilakukan riset pada berbagai aspek. Misalnya riset kondisi pasar, potensi penjualan, hingga siapa yang kemungkinan menjadi kompetitor.

Sementara itu, pengeluaran harus ditulis serinci mungkin untuk mencegah kebocoran anggaran dan memastikan tidak ada transaksi tidak terduga yang memiliki nilai terlalu besar atau pengeluaran kecil yang frekuensinya tinggi. Pengeluaran semacam ini

biasanya yang tidak terasa justru membebani anggaran.

3. Perhatikan Aset, Modal, serta Utang Piutang

   Banyaknya saldo kas tidak selalu menjadi patokan berapa modal yang sebenarnya dimiliki. Sebab, di dalamnya bisa terdapat dana pinjaman yang tentu pada waktunya harus dikembalikan. Bisa juga modal lebih banyak berupa aset tidak lancar, yang sebenarnya termasuk kekayaan namun tidak cair sehingga tidak masuk kas.

   Hal ini perlu diperhatikan dalam pengambilan keputusan, misalnya untuk mencairkan suatu aset atau membeli perlengkapan baru. Begitu juga dengan utang dan tanggal jatuh temponya. Usahakan pembayaran utang telah diagendakan untuk menjaga arus kas tetap stabil.

4. Pisahkan Keuangan Pribadi dengan Bisnis

   Dalam mengelola keuangan, penting untuk mengetahui mana uang pribadi dan uang bisnis. Meskipun berada pada posisi sebagai pemilik bisnis, namun menggunakan uang bisnis untuk keperluan pribadi tetap dapat membuat bisnis tidak sehat.

   Hal ini dapat dikontrol dengan cara memberi jatah gaji bagi diri sendiri atau dalam ilmu akuntansi disebut dengan prive. Setiap bulan pemilik bisnis juga menerima pendapatan sebagaimana karyawan lainnya. Hanya saja, jumlahnya bisa ditentukan sendiri sebesar keperluan yang bisa dipertanggungjawabkan.

   Jika kemudian terdapat keperluan mendesak dalam jumlah yang melebihi gaji tersebut, pemilik bisnis bisa mengambil uang kas bisnis. Namun dana tersebut dicatat sebagai utang dalam pembukuan keuangan.

Hal ini dimaksudkan agar laporan keuangan menjadi wajar.

5. Persiapkan Dana Darurat

   Dunia bisnis terkadang berjalan di luar prediksi. Bisa saja bisnis naik karena hal-hal pendukung di luar prakiraan dan perencanaan manajemen, misalnya kondisi ekonomi negara, kondisi alam, dan lain sebagainya. Tentunya hal-hal tersebut bisa menyebabkan bisnis Anda berada di fase yang tidak menguntungkan atau mungkin mengalami kerugian. Misalnya dengan adanya pandemi Covid-19 seperti yang terjadi di seluruh dunia saat ini.

   Kemungkinan terakhir inilah yang perlu diantisipasi dengan mempersiapkan dana darurat. Ketika perkembangan bisnis melambat, diharapkan kegiatan tetap berjalan secara normal dengan adanya dukungan dari dana darurat. Dengan begitu, keuangan tidak akan terguncang terlalu hebat dan mungkin bisa tetap stabil.

   Dana darurat ini bisa disimpan dalam bentuk tunai maupun nontunai. Namun, perlu diingat bahwa instrumen yang digunakan dalam penyimpanan non tunai haruslah mudah dicairkan. Jangan sampai dana yang harusnya dapat segera menyelesaikan masalah justru bermasalah dalam pencairannya.

6. Kelola Hutang dengan Baik

   Sebagian orang masih pikir-pikir untuk berbisnis dengan alasan tidak memiliki modal. Namun sebagian lainnya ada juga yang memulai bisnis dengan modal yang berasal dari pinjaman. Hal ini boleh-boleh saja dilakukan asalkan telah dipertimbangkan dengan matang bahkan hingga kemungkinan terburuknya.

Meskipun begitu, pastikan untuk menghindari hutang yang tidak produktif terlebih jika hutang tesbut digunakan sebagai modal dan prospek bisnis yang dirintis belum terlalu jelas. Saat bisnis sudah berjalan pun, usahakan tetap selektif dan memperhatikan prioritas jika memang harus berhutang. Mengelola keuangan tentu terasa lebih bebas jika tanpa utang. Karenanya, jadikan utang sebagai pilihan terakhir.

7. Hitung Laba dengan Benar

   Laba adalah hasil keuntungan bersih yang didapatkan dari selisih antara pendapatan dan pengeluaran. Untuk dapat mengetahui seberapa menguntungkan bisnis yang dijalankan sebenarnya, maka diperlukan penghitungan laba yang benar.

   Penghitungan besarnya pengeluaran merupakan langkah yang harus dilakukan dengan hati-hati. Ini dikarenakan pengeluaran tidak hanya berupa pembiayaan secara tunai yang berasal dari kas. Penyusutan nilai aset serta pajak juga harus diperhitungkan sebagai pengeluaran yang akan mempengaruhi penghitungan laba.

8. Gunakan Laba untuk Investasi

   Laba merupakan keuntungan yang dapat dinikmati sebagai hasil usaha dalam berbisnis. Seorang pemilik bisnis bebas menggunakan laba untuk keperluan pribadinya. Bahkan untuk keinginan yang bersifat konsumtif sekalipun.

   Namun, tentu saja akan lebih baik jika laba digunakan secara bijak dan produktif. Misalnya dengan memanfaatkannya untuk berinvestasi, baik itu untuk kepentingan pribadi maupun untuk mengembangkan usaha.

Pengembangan usaha bisa diartikan sebagai pembukaan bisnis di bidang lain, membuat produk atau layanan baru atau penambahan cabang usaha yang sudah berjalan.

9. Konsultasi dengan Ahlinya

   Ada kalanya seorang pemilik bisnis hanya ahli di bidang yang digelutinya. Misalnya pebisnis di bidang pertanian yang sangat ahli bercocok tanam dan pengusaha barang bangunan yang sangat paham kegunaan masing-masing barang. Namun pada sisi strategi bisnis, mereka bisa saja hanya mengerti permukaannya.

   Oleh sebab itu, berkonsultasi dengan ahli keuangan dan strategi bisnis bisa menjadi solusi atas hal tersebut. Para konsultan tentunya telah menemui berbagai kasus dan penyelesaian yang berbeda-beda. Dengan pengalaman tersebut, mereka dapat memberikan gambaran mengenai pilihan-pilihan dalam pengambilan keputusan beserta resikonya.

10. Gunakan Software Pengelolaan Keuangan

    Saat ini sudah banyak software akuntansi dan pengelolaan keuangan yang dapat membantu dalam mengelola masalah pencatatan dan pemantauan finansial bisnis secara menyeluruh. Penggunaan software ini tentu seiring dengan perkembangan zaman yang semakin canggih dan serba digital.

    Setiap software memiliki fitur dan keunggulan masing-masing. Fitur paling dasar biasanya adalah fitur pencatatan pembukuan dan juga pengelolaan stok.

Dari beberapa pernyataan penulis diatas maka kita dapat menyimpulkan bahwa stategi efektif mengelola keuangan adalah sebagai berikut:

1. Melakukan pemisahan pendapatan pribadi dan pendapatan perusahaan. Memisahkan rekening pribadi dan rekening perusahaan. Pada intinya memisahkan keuangan pribadi dan keuangan bisnis perusahaan.
2. Melakukan pencatatan dan pembukuan terkait nilai kekayaan bersih baik pribadi maupun perusahaan.
3. Melakukan pembukuan, pengecekan stok, dan penganggaran secara berkala sehingga bisa menghasilkan laporan keuangan yang mencerminkan kondisi perusahaan baik dari sisi asset, utang dan modal yang dimiliki perusahaan.
4. Memisahkan bagian accounting dengan bagian cashier sehingga tidak adanya double job yang dapat mencegah terjadinya manipulasi data.
5. Menggunakan software atau aplikasi atau web yang terintegrasi sehingga sistem informasi dari laporan keuangan perusahaan dapat diakses kapanpun dan dimanapun dengan sangat andal.
6. Menyisihkan Sebagian harta untuk melakukan investasi, charity dan dana darurat.
7. Berkonsultasi dengan ahlinya.

Daftar Pustaka

Hasan, S., Elpisah, E., Sabtohadi, J., Nurwahidah, M., Abdullah, A., & Fachrurazi, F. (2022). MANAJEMEN KEUANGAN. Penerbit Widina.

https://accurate.id/ekonomi-keuangan/10-tips-efektif-mengelola-keuangan-bisnis/

Karvof, A. (2016). Kayakan dirimu dengan berbagi dan berinvestasi. Elex Media Komputindo.

Profil Penulis

Melinda Rahman, S.E., M.Ak.

Penulis tertarik dengan ilmu ekonomi dan bisnis dimulai pada tahun 2013. Hal tersebut membuat penulis memilih untuk masuk ke Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi EKUITAS Bandung dan menyelesaikan studi S1 di Jurusan Akuntansi dan berhasil lulus pada tahun 2017. Penulis kemudian melanjutkan studi S2 di prodi Akuntansi Universitas Padjajaran Bandung pada tahun 2017 dan lulus di tahun 2019.

Kini penulis mengajar akuntansi di Universitas Langlangbuana Bandung. Selain mengajar, penulis juga aktif dalam beberapa kegiatan lainnya, seperti menulis buku di bidang ekonomi, menulis buku seputar muslimah, meneliti di bidang akuntansi, melakukan pengabdian kepada masyarakat, menjadi admin di KOBAR Islamic Studies Academy, menjadi pembelajar di KOBAR Islamic Studies Academy, Taajun Nur Academy, HSI Abdullah Roy, dan Tarbiyah Sunnah Learning. Belajar agama merupakan kewajiban setiap muslim sehingga penulis tidak meniggalkan kewajiban menuntut ilmu agama dengan mengikuti pembelajaran- pembelajaran online dari ke 4 platform diatas. Penulis berharap bisa mengamalkan ilmu yang didapat, menjadi bermanfaat untuk diri sendiri, keluarga dan masyarakat luas.

Email Penulis: melindarahman2018@gmail.com

Indonesia menulis

1 KONSEP DASAR MANAJEMEN KEUANGAN
Reni Febrina
2 PENILAIAN SAHAM DAN OBLIGASI
Sita Deliyana Firmialy
3 MANAJEMEN MODAL KERJA
Fitriningsih Amalo
4 MANAJEMEN KAS
Made Dwi Ferayani
5 MANAJEMEN PIUTANG
Ni Kadek Ayu Trisnadewi
6 NILAI WAKTU UANG
Zainudin Adang Djaha
7 ANALISIS RASIO DAN KINERJA PERUSAHAAN
Budi Wahyu Mahardhika
8 ANALISIS LAPORAN KEUANGAN
Irawati HM
9 ANALISIS ARUS KAS
Enny Kartini
10 MERGER DAN AKUISISI
Triyonowati
11 KEGAGALAN KEUANGAN
Ni Wayan Novi Budiasni
12 STRATEGI EFEKTIF MENGELOLA KEUANGAN
Melinda Rahman

Editor :
Harini Fajar Ningrum

Untuk akses **Buku Digital,**
Scan **QR CODE**

Media Sains Indonesia
Melong Asih Regency B.40, Cijerah
Kota Bandung - Jawa Barat
Email : penerbit@medsan.co.id
Website : www.medsan.co.id

IKAPI

GET IT ON Google Play

9 786233 627900

Editor : Jeni Irnawati

MANAJEMEN RISIKO

(KONSEP, TEORI, DAN PRAKTIK)

Nurdinni Tilova | Zufri Hasrudy Siregar | Khusnul Khotimah | Nanik Yuzalmi | Ulfa Rabiyah | Dewi Maryam | Ita Erliyani| Rosma Simangunsong | Dewi Anggraeni | Ahmad Idris | Triyonowati | Eky Endriana Amiruddin

BUNGA RAMPAI

MANAJEMEN RISIKO
(KONSEP, TEORI, DAN PRAKTIK)

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4
Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26
Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

i Penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;

ii Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;

iii Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan

iv Penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

MANAJEMEN RISIKO
(KONSEP, TEORI, DAN PRAKTIK)

Nurdinni Tilova
Zufri Hasrudy Siregar
Khusnul Khotimah
Nanik Yuzalmi
Ulfa Rabiyah
Dewi Maryam
Ita Erliyani
Rosma Simangunsong
Dewi Anggraeni
Ahmad Idris
Triyonowati
Eky Endriana Amiruddin

Penerbit

CV. MEDIA SAINS INDONESIA
Melong Asih Regency B40 - Cijerah
Kota Bandung - Jawa Barat
www.medsan.co.id

Anggota IKAPI
No. 370/JBA/2020

MANAJEMEN RISIKO
(KONSEP, TEORI, DAN PRAKTIK)

Nurdinni Tilova
Zufri Hasrudy Siregar
Khusnul Khotimah
Nanik Yuzalmi
Ulfa Rabiyah
Dewi Maryam
Ita Erliyani
Rosma Simangunsong
Dewi Anggraeni
Ahmad Idris
Triyonowati
Eky Endriana Amiruddin

Editor :
Jeni Irnawati

Tata Letak :
Karisma Tanan

Desain Cover :
Manda Aprikasari

Ukuran :
A5 Unesco: 15,5 x 23 cm

Halaman :
vi, 203

ISBN :
978-623-362-881-5

Terbit Pada :
Desember 2022

Hak Cipta 2022 @ Media Sains Indonesia dan Penulis

Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit atau Penulis.

PENERBIT MEDIA SAINS INDONESIA
(CV. MEDIA SAINS INDONESIA)
Melong Asih Regency B40 - Cijerah
Kota Bandung - Jawa Barat
www.medsan.co.id

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya buku yang berjudul "Manajemen Risiko Konsep, Teori dan Praktik" telah selesai disusun dan diterbitkan. Semoga buku ini dapat memberikan sumbangsih akan ilmu dan wawasan baik para akademis, dosen, mahasiswa, peneliti dan masyarakat umum.

Buku dengan judul Manajemen Risiko Konsep, Teori dan Praktik merupakan buku pembelajaran, sumber refrensi dan pedoman belajar, buku ini mencakup tentang konsep dan pengertian manajemen risiko; peran, tujuan dan fungsi manajemen risiko; manajemen kas; manajemen persediaan; penilaian surat berharga; konsep time value money; keputusan investasi; konsep biaya modal; risiko dalam investasi; pendanaan jangka panjang, menengah dan panjang; teori struktur modal; break event point dan kebijakan deviden.

Terakhir, ucapan terima kasih kami sampaikan kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan turut andil dalam seluruh rangkaian proses penyusunan dan penerbitan buku ini, sehingga buku ini bisa hadir di hadapan sidang pembaca. Semoga buku ini bermanfaat bagi semua pihak dan dapat memberikan kontribusi bagi pembangunan ilmu pengetahuan di Indonesia.

Bandung, November 2022

Editor

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....i
DAFTAR ISI.....iii
1 KONSEP DAN PENGERTIAN MANAJEMEN RISIKO 1
Pengertian Risiko.....2
Jenis-jenis Risiko.....5
Pengertian Manajemen Risiko.....9
Ruang Lingkup Manajemen Risiko Perbankan.....11
Pengertian Manajemen Risiko Operasional 11
Dasar Hukum Manajemen Risiko 12
Klasifikasi Risiko 12
2 MANAJEMEN RISIKO PERAN, TUJUAN DAN FUNGSI 19
Pendahuluan 19
Pengertian Manajemen Risiko.....20
Metode Manajemen Risiko 27
Peran Manajemen Risiko.....30
Tujuan Manajemen Risiko 31
Fungsi Manajemen Risiko.....32
Kesimpulan.....35
3 PRINSIP-PRINSIP PENGIDENTIFIKASIAN RISIKO 39
Pendahuluan 39
Alat dan Teknik Identifikasi Risiko.....41
Input Pengidentifikasian Risiko.....42

Output Pengidentifikasian Risiko.....47
Prinsip dalam Pengidentifikasiana Risiko.....47
4 MANAJEMEN KAS 57
Pendahuluan 57
Pengertian Manajemen Kas.....58
Fungsi Manajemen Kas.....59
Motif Perusahaan Memiliki Kas.....59
Budget Kas 62
Perencanaan Kas 62
Penerimaan Kas.....63
Pengeluaran Kas 65
Analisis Manfaat dan Biaya
untuk Penerimaan/Pengeluaran Aliran Kas.....66
Model Manajemen Kas 68
5 PENILAIAN SURAT BERHARGA 73
Pendahuluan 73
Pengertian Penilaian 74
Obligasi dan Valuasi Saham 74
6 NILAI WAKTU UANG 87
Pendahuluan 87
Konsep Nilai Waktu Uang
(*Time Value Of Money Concept*).....89
Cara Mengatasi Penurunan Nilai Uang 90
Investasi dan Biaya-Biaya dalam Investasi.....92
Metode – Metode Nilai Waktu Uang 94
Konsep Anuitas.....95
Konsep Nilai Mata Uang.....98

7 KEPUTUSAN INVESTASI 109
Definisi Investasi 109
Keputusan Investasi 110
Strategi Investasi Sektor Finansial 111
8 KONSEP BIAYA MODAL 125
Pendahuluan 125
Tujuan Biaya Modal 126
Fungsi Biaya Modal 127
Manfaat Biaya Modal 127
Faktor-Faktor Biaya Modal 133
Masalah Dalam Menentukan Biaya Modal 134
9 RISIKO DALAM INVESTASI 139
Pengantar 139
Hubungan Risk dan Retun 140
Memahami Proses Investasi 141
Return 144
Risiko 146
Tipe dan Tingkat Risiko/
Tingkatan Risiko Investasi 148
Menghindari dan Mengelola Risiko 150
10 PENDANAAN JANGKA PENDEK,
MENENGAH, DAN PANJANG 155
Pendanaan Jangka Pendek 155
Sumber Dana Jangka Pendek 156
Pertimbangan Memilih
Pendanaan Jangka Pendek 158
Biaya Pinjaman Bank 159
Pendanaan Jangka Menengah 164

Pendanaan Jangka Panjang 164
Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pendanaan Jangka Panjang 166
Keuntungan dan Kerugian Pendanaan Jangka Panjang 167
11 TEORI STRUKTUR MODAL 171
Pendekatan-Pendekatan yang Digunakan dalam Menganalisis Struktur Modal 172
12 KEBIJAKAN DEVIDEN 189
Pengertian Kebijakan Deviden 189
Teori Kebijakan Dividen 192
Jenis – Jenis Dividen 194
Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kebijakan Dividen 197

1

KONSEP DAN PENGERTIAN MANAJEMEN RISIKO

Nurdinni Tilova, S.Pd., M.M
Universitas Pamulang

Penulisan Buku ini dimaksudkan sebagai buku pegangan praktis untuk para manajer risiko serta buku teks untuk mahasiswa. Ini menyarankan pendekatan yang relatif canggih untuk pengukuran risiko dan pemodelan risiko. Ide di balik buku ini adalah untuk mendokumentasikan fitur utama dari aset berisiko kembali dan kemudian membangun model statistik yang dapat dilacak yang menangkap fitur-fitur ini. Lagi secara khusus, buku ini disusun untuk membantu pembaca menjadi akrab dengan berbagai risiko yang dihadapi perusahaan dan belajar bagaimana mengukur dan mengelola risiko ini.

Diskusi akan fokus pada berbagai aspek resiko pasar, kemudian diharapkan pembaca bisa menjadi terbiasa dengan fitur yang menonjol dari pengembalian aset spekulatif, serta paham pengukuran risiko dan teknik manajemen risiko mutakhir, yang berbasis situasi yang realistis, kemudian mampu secara kritis menilai sistem manajemen risiko yang tersedia secara komersial dan berkontribusi pada pembangunan sistem yang

dibuat khusus, Mampu menggunakan derivatif dalam manajemen risiko,yang terakhir mampu memahami literatur akademis dan praktisi terkini tentang teknik manajemen risiko.

Pengertian Risiko

Sejatinya, risiko melekat pada semua aspek kehidupan dan aktivitas manusia, dari urusan pribadi sampai perusahaan, dari urusan gaya hidup sampai pola penyakit, dari bangun sampai tidur malam, dan masih banyak lagi. Para pakar manajemen risiko di dalam dan luar negeri memiliki banyak definisi mengenai apa itu risiko dan manajemen risiko. Namun demikian, secara umum risiko dapat didefinisikan dengan berbagai cara, misalnya risiko didefinisikan sebagai kejadian yang merugikan, atau risiko adalah bagi analis investasi dan, risiko adalah penyimpangan hasil yang diperoleh dari yang diharapkan.

Apapun definisi risiko, setidaknya mencakup dua aspek penting, yaitu aspek probabilitas/kemungkinan dan aspek kerugian/dampak. Eddie cade (2002) menyatakan bahwa definisi risiko berbedabeda, tergantung pada tujuannya. Definisi risiko yang tepat menurutnya dilihat dari sudut pandang adalah, *exposure* terhadap ketidakpastian pendapatan. Sedangkan menurut Philip Best (2004) menyatakan bahwa risiko adalah kerugian secara finansial, baik secara langsung maupun tidak langsung. Risiko bank adalah keterbukaan terhadap kemungkinan rugi (*exposure to the change of loss*).

Sedangkan menurut Peraturan Bank Indonesia (PBI), risiko bisnis bank adalah risiko yang berkaitan dengan pengelolaan usaha bank sebagai perantaraan keuangan. Risiko dapat ditafsirkan sebagai bentuk keadaan ketidakpastian tentang suatu keadaan yang akan terjadi

nantinya *(future)* dengan keputusan yang diambil berdasarkan berbagai pertimbangan pada saat ini. Menurut Ricky W. Griffin dan Ronald J. Ebert (1996 : 752) resiko adalah *uncertainty about future events*. Adapun menurut Joel G. Siegel dan Jae K. Shim (1999:401) mendefinisikan risiko pada tiga hal :

1. Pertama adalah keadaan yang mengarah kepada sekumpulan hasil khusus, dimana hasilnya dapat diperoleh dengan kemungkinan yang telah diketahui oleh pengambil keputusan.
2. Kedua adalah variasi dalam keuntungan, penjualan, atau variabel keuangan lainnya,
3. Ketiga adalah kemungkinan dari sebuah masalah keuangan yang mempengaruhi risiko kinerja operasi perusahaan atau posisi keuangan, seperti risiko ekonomi, ketidakpastian politik, dan masalah industri.

Menurut kamus ekonomi, risiko adalah peluang dimana hasil yang sesungguhya bisa berbeda dengan hasil yang diharapkan atau kemungkinan nilai yang hilang atau diperoleh yang dapat diukur. Risiko berbeda dengan ketidakpastian yang tidak dapat diukur (Alfandi). Risiko menurut wikipedia Indonesia adalah bahaya yang dapat terjadi akibat dari sebuah proses yang sedang berlangsung atau kejadian yang akan datang. Dalam bidang asuransi, risiko dapat diartikan sebagai suatu keadaan ketidakpastian, dimana jika terjadi suatu keadaan yang tidak di kehendaki dapat menimbulkan kerugian. Risiko dalam konteks perbankan menurut Adiwarman A. Karim (2004) merupakan suatu kejadian potensial, baik yang dapat diperkirakan (*anticipated*) maupun yang tidak dapat diperkirakan (*unanticipated*) yang berdampak negatif terhadap pendapatan dan permodalan bank.

Definisi risiko yang tepat dilihat dari sudut pandang bank adalah, *exposure* terhadap ketidakpastian pendapatan. Bank Indonesia (PBI No.5/8/PBI/2003) mendefinisikan risiko sebagai "potensi terjadinya peristiwa (*event*) yang dapat menimbulkan kerugian bank".

Sehingga, risiko bank dapat didefinisikan sebagai kombinasi dari tingkat kemungkinan terjadinya sebuah peristiwa beserta konsekuensinya terhadap bank, dimana setiap kegiatan mengandung kemungkinan itu dan memiliki konsekuensi untuk mendatangkan keuntungan atau kerugian atau mengancam sebuah kesuksesan.

Djojosoedarsono (dalam Umar Hasan Bashori, 2008) mencatat beberapa pengertian risiko secara umum seperti disampaikan beberapa penulis, antara lain:

1. Risiko adalah suatu variasi dari hasil-hasil yang dapat terjadi selama periode tertentu (Arthur Williams Dan Richard MH.)
2. Risiko adalah ketidaktentuan (*uncertainty*) yang mungkin melahirkan peristiwa kerugian (*loos*) (A. Abas Salim).
3. Risiko adalah ketidakpastian atas terjadinya peristiwa (Soekarto).
4. Risiko merupakan penyebaran/penyimpangan hasil aktual dari hasil yang diharapkan (Herman Darmawi).
5. Risiko adalah probabilitas suatu hasil/*outcome* yang berbeda dengan yang diharapkan (Herman Darmawi). Dari definisi-definisi tersebut, risiko memiliki karakteristik sebagai berikut:
    a. Merupakan ketidakpastian atas terjadinya suatu peristiwa.

b. Merupakan ketidakpastian yang bila terjadi akan menimbulkan kerugian.

Jenis-jenis Risiko

Berdasarkan PBI Nomor 13/23/PBI/2011 tentang Penerapan Manajemen Risiko bagi Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah terdapat sepuluh jenis risiko yang dihadapi bank Islam, yaitu: risiko kredit, risiko pasar, risiko likuiditas, risiko operasional, risiko hukum, risiko reputasi, risiko strategis, risiko kepatuhan, risiko imbal hasil, dan risiko investasi. Delapan risiko pertama merupakan risiko umum yang juga dihadapi oleh bank konvensional. Sedangkan dua risiko terakhir merupakan risiko unik yang khusus dihadapi oleh bank Islam.

1. Risiko Kredit

Risiko kredit adalah risiko akibat kegagalan nasabah atau pihak lain dalam memenuhi kewajiban kepada bank sesuai dengan perjanjian yang disepakati. Termasuk dalam kelompok risiko kredit adalah risiko konsentrasi pembiayaan. Risiko konsentrasi pembiayaan merupakan risiko yang timbul akibat terkonsentrasinya penyediaan dana kepada 1 (satu) pihak atau sekelompok pihak, industri, sektor, dan/atau area geografis tertentu yang berpotensi menimbulkan kerugian cukup besar yang dapat mengancam kelangsungan usaha Bank.

2. Risiko Pasar

Risiko Pasar adalah risiko pada posisi neraca dan rekening administratif akibat perubahan harga pasar, antara lain Risiko berupaperubahan nilai dari aset yang dapat diperdagangkan atau disewakan. Risiko pasar meliputi antara lain, risiko nilai tukar, risiko komoditas, dan risiko ekuitas. Risiko nilai tukar adalah risiko akibat perubahan nilai posisi *trading*

book dan *banking book* yang disebabkan oleh perubahan nilai tukar valuta asing atau perubahan harga emas. Risiko komoditas adalah risiko akibat perubahan harga instrumen keuangan dari *trading book* dan *banking book* yang disebabkan oleh perubahan harga komoditas. Risiko ekuitas adalah risiko akibat perubahan harga instrumen keuangan dari posisi *trading book* dan *banking book* yang disebabkan oleh perubahan harga saham

3. Risiko Likuiditas

Risiko likuiditas adalah risiko akibat ketidakmampuan bank untuk memenuhi kewajiban yang jatuh tempo dari sumber pendanaan arus kas dan/atau aset likuid berkualitas tinggi yang dapat digunakan, tanpa mengganggu aktivitas dan kondisi keuangan bank.

4. Risiko Operasional

Risiko operasional adalah kerugian yang diakibatkan oleh proses internal yang kurang memadai, kegagalan proses internal, kesalahan manusia, kegagalan system, dan/atau adanya kejadiankejadian eksternal yang mempengaruhi operasional bank.

5. Risiko Hukum

Risiko hukum adalah risiko akibat tuntutan hukum dan/atau kelemahan aspek yuridis. Risiko ini timbul antara lain karena ketiadaan peraturan perundang-undangan yang mendukung atau kelemahan perikatan, deperti tidak dipenuhinya syarat sahnya kontrak atau pengikat agunan yang tidak sempurna.

6. Risiko Reputasi

Risiko reputasi adalah risiko akibat menurunnya tingkat kepercayaan *stakeholder* dari persepsi negatif terhadap bank. Risiko ini timbul antara lain karena adanya pemberitaan media dan/atau rumor mengenai bank yang bersifat negatif, serta adanya strategi komunikasi bank yang kurang efektif.

7. Risiko Strategis

Risiko strategik adalah risiko akibat ketidaktepatan dalam pengambilan dan/atau pelaksanaan suatu keputusan stratejik serta kegagalan dalam mengantisipasi perubahan lingkungan bisnis. Risiko ini timbul antara lain karena bank menetapkan strategi yang kurang sejalan dengan visi dan misi bank, melakukan analisis lingkungan stratejik yang tidak komprehensif, dan/atau terdapat ketidaksesuaian rencana stratejik (*strategic plane*) antar level stratejik. Selain itu risiko stratejik juga timbul karena kegagalan dalam mengantisipasi perubahan lingkungan bisnis mencakupkegagalan dalam mengantisipasi perubahan teknologi, perubahan ondisi ekonomi makro, dinamika kompetisi di pasar, dan perubahan kebijakan otoritas terkait.

8. Risiko Kepatuhan

Risiko kepatuhan adalah risiko akibat bank tidak mematuhi dan/atau tidak melaksanakan peraturan perundang-undangan dan ketentuan yang berlaku, serta prinsip syariah.

9. Risiko Imbal Hasil (*Rate of Return Risk*)

Risiko Imbal Hasil adalah risiko akibat perubahan tingkat imbal hasil yang dibayarkan bank kepada nasabah, karena terjadi tingkat perubahan imbal

hasil yang diterima bank dari penyaluran dana, yang dapat, mempengaruhi perilaku nasabah dan pihak ketiga bank. Risiko ini timbul antara lain karena adanya perubahan perilaku nasabah dana pihak ketiga bank yang disebabkan oleh perubahan ekspektasi tingkat imbal hasil yang diterima bank. Perubahan ekspektasi bisa disebabkan oleh faktor internal seperti menurunnya nilai asset bank dan/atau faktor eksternal seperti naik turunnya *return*/imbal hasil yang ditawarkan bank lain. Perubahan ekspktasi tingkat imbal hasil tersebut dapat memicu perpindahan dana dari bank kepada bank lain.

10. Risiko Investasi (*Equity Investment Risk*)

Risiko Investasi adalah risiko akibat bank ikut menanggung kerugian usaha nasabah yang dibiayai dalam pembiayaan bagi hasil berbasis *profit and loss sharing.* Risiko ini timbul apabila bank memberikan pembiayaan berbasis bagi hasil kepada nasabah dimana bank ikut menanggung risiko atas kerugian usaha nasabah yang dibiayai (*profit and loss sharing*). Dalam hal ini, perhitungan bagi hasil tidak hanya didasarkan atas jumlah pendapatan atau penjualan yang diperoleh nasabah namun dihitung dari keuntungan usaha yang dihasilkan nasabah. Apabila usaha nasabah mengalami kebangkrutan, maka jumlah pokok pembiayaan yang diberikan bank kepada nasabah tidak akan diperoleh kembali.

Perbankan syariah mempunyai keunikan tersendiri dalam pengelolaan risiko. Perbankan syariah tidak hanya tunduk terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku dan Peraturan Bank Indonesia, tetapi juga harus tunduk terhadap peraturan fikih muamalat.

Pengertian Manajemen Risiko

Manajemen risiko (Rivai dkk, 2007:822) diartikan sebagai suatu system pengawasan risiko dan perlindungan harta benda, harta milik, dan keuntungan badan usaha atau perorangan atau kemungkinan timbulnya kerugian karena adanya suatu risiko. Di dalam usaha, ketidakpastian ini dihubungkan dengan penghasilan perusahaan, arus keluar masuk uang dan harta benda yang telah ada, atau yang dibutuhkan di masa depan.

Manajemen risiko (Haris dkk, 2005:6) juga diterjemahkan : " Serangkaian prosedur dan metodologi yang digunakan untuk mengidentifikasi, mengukur, memantau dan mengendalikan risiko yang timbul dari kegiatan usaha bank". Manajemen risiko merupakan sistem yang akurat dan komprehensif. Sehingga manajemen risiko mendukung *accountability,* performansi pengukuran dan reward, mempromosikan efisiensi operasional dari semua level.

Manajemen Risiko adalah serangkaian prosedur dan metodologi yang digunakan untuk mengidentifikasi, mengukur, memanta, dan mengendalikan risiko yang timbul dari kegiatan usaha bank. Hal ini terkait dengan definisi umum risiko, yaitu pada setiap usaha/kegiatan selalu terdapat kemungkinan tidak tercpainya suatu tujuan atau selalu terdapat ketidakpastian atas keputusan apapun yang telah diambil. *Suatu kondisi yang timbul karena ketidakpastian dengan seluruh konsekuensi tidak menguntungkan yang mungkin terjadi disebut "risiko".* Konsekuensi tidak menguntungkan mengacu kepada tidak terwujudnya sasaran usaha, yaitu tepat biaya, tepat waktu, dan tepat mutu hasil sehingga risiko berhubungan dengan kejadian di masa yang akan datang dan melibatkan pilihan dan ketidakpastian bahwa pilihan itu akan dilakukan.

Manajemen dalam bahasa Arab disebut dengan *Idarah*, yaitu saran untuk merealisasikan tujuan umum. *Eddie Cade* menyatakan bahwa definisi risiko berbeda-beda, tergantung pada tujuannya. Definisi risiko yang tepat menurutnya dilihat dari sudut pandang adalah, *exposure* terhadap ketidakpastian pendapatan. Sedangkan *Philip Best* menyatakan bahwa risiko adalah kerugian secara finansial, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Risiko bank adalah keterbukaan terhadap kemungkinan rugi (*exposure to the change of loss*). Dilihat dari sisi landasan hukumnya, manajemen risiko merupakan aplikasi dari prinsip kehati-hatian secara umum dianut perbankan dan juga merupakan kewajiban karena diamanatkan oleh UU No.7 Tahun 1992 jo. UU No.10 Tahun 1998 jo. UU No.21 Tahun 2008 tentang perbankan. Manajemen risiko yang efektif oleh bank menghasilkan tingkat kinerja dan kesehatan yang baik bagi bank yang bersangkutan. Bagi perbankan termasuk perbankan Islam tantangannya adalah menemukan sistem dan mekanisme pengelolaan risiko secara Islam yang tepat dan melaksanakannya secara istiqamah baik kuantitatif maupun kualitatif untuk menghasilkan manajemen risiko yang efektif.

Manajemen risiko pada bank Islam seharusnya merupakan suatu proses berkelanjutan tentang bagaimana bank mengelola risiko yang dihadapinya. Meminimalkan potensi keterjadian dan dampak yang ditimbulkan pada berbagai risiko yang tidak dikehendaki. Pada sisi lain, menerima dan beroperasi dengan risiko tersebut. Bahkan dalam tataran yang lebih tinggi, jika memungkinkan bank Islam dapat mengonversi risiko menjadi peluang bisnis yang menguntungkan. Lebih jauh, manajemen risiko adalah tentang bagaimana bank secara aktif memilih jenis dan tingkat risiko yang sesuai dengan kegiatan usaha bank tersebut.

Manajemen risiko (Rivai dkk, 2007 : 822) diartikan sebagai suatu system pengawasan risiko dan perlindungan harta benda, harta milik, dan keuntungan badan usaha atau perorangan atau kemungkinan timbulnya kerugian karena adanya suatu risiko. Di dalam usaha, ketidakpastian ini dihubungkan dengan penghasilan perusahaan, arus keluar masuk uang dan harta benda yang telah ada, atau yang dibutuhkan di masa depan.Manajemen risiko (Haris dkk, 2005:6) juga diterjemahkan : " Serangkaian prosedur dan metodologi yang digunakan untuk mengidentifikasi, mengukur, memantau dan mengendalikan risiko yang timbul dari kegiatan usaha bank". Manajemen risiko merupakan sistem yang akurat dan komprehensif. Sehingga manajemen risiko mendukung *accountability,* performansi pengukuran dan reward, mempromosikan efisiensi operasional dari semua level.

Ruang Lingkup Manajemen Risiko Perbankan

Dewan direksi dari tiap bank mempunyai tugas untuk menetapkan bahwa risiko perbankan dalam menjalankan bisnis diatur dalam suatu tata cara yang efektif.

Pengertian Manajemen Risiko Operasional

Dalam memahami mengenai risiko operasional, terdapat banyak rumusan dengan beragam versi terhadap definisi risiko operasional. Salah satunya seperti yang terdapat dalam Basel Capital Accord II, Risiko operasional didefinisikan sebagai: "Risiko kerugian yang terjadi sebagai akibat dari *inadequate* atau *fail internal processes, people,* dan *system* atau sebagai akibat dari *external even ".*. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa risiko operasional dapat menimbulkan pengaruh negatif yang luas karena permasalahannya berakar pada kegagalan

melaksanakan dan menerapkan proses serta prosedur dalam suatu kegiatan. Hal ini mendorong perlu dilakukannya penelitian secara tajam dan luas oleh para supervisor bank terhadap setiap penerapan proses, prosedur, dan sistem yang ditetapkan dalam internal bank agar pengaruh negative dari peristiwa ekternal dapat segera dideteksi lebih awal.

Dasar Hukum Manajemen Risiko

Peraturan Bank Indonesia No. 5/8/PBI/2003 tentang penerapan manajemen risiko bagi bank umum untuk mengatur agar masingmasing bank menerapkan manajemen risiko sebagai upaya meningkatkan evektivitas prudential banking. Khususnya,

1. Pasal 35 UU 21 Tahun 2008 (1) Bank Syariah dan UUS dalam melakukan kegiatan usahanya wajib menerapkan prinsip kehatihatian;
2. Pasal 38 UU 21 Tahun 2008 (1) Bank Syariah dan UUS wajib menerapkan manajemen risiko, prinsip mengenal nasabah, dan perlindungan nasabah. (2) ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dengan Peraturan Bank Indonesia;
3. PBI pasal 2 ayat 1 No. 9/1/PBI/2007 Bank wajib melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip kehati-hatian dan prinsip syariah dalam rangka menjaga atau meningkatkan Tingkat Kesehatan Bank.

Klasifikasi Risiko

Ruang lingkup yang luas pada risiko berdasarkan hal-hal yang mempengaruhinya menjadi dasar pembagian atau klasifikasi risiko. Bagi individu yang ingin meminimalisir dampak risiko maka sudah sewajarnya mengetahui klasifikasi risiko dengan tujuan untuk memudahkan dalam melakukan perbedaan dan pemahaman terhadap suatu risiko. Adapun klasifikasinya sebagai berikut:

1. Berdasarkan sifatnya risiko dibagi menjadi empat, yaitu:
   a. Risiko murni (pure risk)

      Merupakan jenis risiko yang apabila terjadi akan menimbulkan kerugian, sedangkan jika risiko ini tidak terjadi maka akan mengakibatkan keuntungan pada para orang tersebut. Risiko ini berasal dari hal-hal yang bisa saja tidak dapat diprediksi sebelumnya. Contoh dari risiko murni seperti perampokan, kebakaran, kebanjiran, kecelakaan, dan sebagainya.

   b. Risiko spekulatif (speculative risk)

      Merupakan jenis risiko yang apabila terjadi tidak hanya menimbulkan kerugian tetapi juga keuntungan bagi orang tersebut. Contoh dari risiko spekulatif seperti hasil yang didapat dari kegiatan bursa efek.

   c. Risiko partikular (particular risk)

      Merupakan jenis risiko yang didasari pada kegiatan individu dan memiliki dampak lokal, dalam artian hanya berdampak pada sebagian dari suatu populasi atau hanya area kecilnya saja. Contoh dari risiko partikular seperti kecelakaan yang dialami oleh seseorang, maka yang menanggung risiko hanya pengendara tersebut dan mungkin berimbas pada beberapa pihak yang berada di area tersebut.

   d. Risiko fundamental

      Jenis risiko yang tidak disebabkan oleh manusia melainkan bersumber dari alam dan memiliki dampak yang lebih besar karena cakupan areanya lebih luas dibandingkan risiko partikular. Contoh konkret dari risiko fundamental seperti bencana

tsunami, angin topan, longsor, gunung meletus, dan sebagainya.

2. Berdasarkan sumbernya risiko terbagi menjadi dua, yaitu:
   a. Risiko internal, merupakan risiko yang berasal dari dalam badan usaha atau perusahaan. Contohnya di perusahaan seperti kerusakan pada mesin.
   b. Risiko eksternal, merupakan risiko yang berasal dari luar badan usaha atau perusahaan. Contoh konkret dari risiko eksternal seperti pemadaman listrik yang berada diluar kendali perusahaan.

Daftar Pustaka

Amelia, L., & Marlius, D. (2018). Pengendalian Kredit Dalam Upaya Menciptakan Bank Yang Sehat Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Utama Padang.

Abbas Salim, MA, *Asuransi Dan Manajemen Risiko* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005) Cet Ke 2, h. 201.

Adhiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan,* (Jakarta: Rajawali Pers,2011), h. 260.

Bank Indonesia. 2004. *Booklet Perbankan Indonesia 2004.* Direktorat Perizinan dan Informasi Perbankan Bank Indonesia. Jakarta Ari Kristin Prasetyoningrum, *Risiko Bank Syariah,* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar,2015), h. 37-39.

Ferry N. Idroes, *Manajemen Risiko Perbankan: Pemahaman 3 Pilar Kesepakatan Basel II Terkait Aplikasi Regulasi dan Pelaksanaannya di Indonesia,* h. 7

Haris, Arifin S. 2005. *Manajemen Risiko dan Manajemen Risiko Perbankan.* Prima Management Consultan. Jakarta

Husein Umar. 2001. *Manajemen Risiko Bisnis, Pendekatan Finansial dan Non Finansial.* PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta Idroes, Ferry N. 2006. *Manajemen Risiko Perbankan.* Graha Ilmu. Jakarta

Joel G. Siegel dan Jae K. Shim. 1999. *Kamus Istilah Akuntansi.* Elex Media Komputindo. Jakarta

Mamduh M. Hanafi. 2006. *Manajemen Risiko*. UPP STIM YKPN. Yogyakarta Muslich, Muhammad, Dr, M.B.A. 2007. *Manajemen Risiko Operasional.* Bumi Aksara. Jakarta

Ricky W. Griffin dan Ronald J. Ebert. 1996. *Business.* Prentice Hall International Edition. Rivai, Veithzal. 2007. *Bank and Financial Institution Management.* Rajawali Pers. Jakarta

Sutaryono, Paul. 2003. *Manajemen Risiko Operasional dan Upaya Mengatasi Pembobolan Bank*. Kompas. Jakarta

Herman Darmawi, *Manajemen Risiko* (Jakarta: Bumi Aksara, 1994) Cet Ke 2 Ed 1, h. 32-33

Triandaru, Sigit & Budisantoso, Totok. 2006. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya edisi 2*. Salemba Empat

Undang – Undang RI No. 10 tahun 1998 *Tentang Perbankan.* Sinar Grafika

Veithzal Rivai dan Rifki Ismail, *Islamic Risk Management For Islamic Bank,* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka, 2013), h. 272.

Yusuf, Ayus Ahmad dan Abdul Aziz, *Manajemen Operasional Bank Syariah*, (Cirebon : STAIN Press, 2009), h. 68.

Profil Penulis

Nurdinni Tilova, S.Pd., M.M

Penulis lahir di Jakarta tahun 1987. Terlibat aktif di dunia pendidikan sejak tahun 2011 sebagai guru SMP dan SMK. Saat ini penulis tercatat sebagai dosen aktif di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pamulang, Program Studi Manajemen. Sebagai Ibu dari tiga orang putri Penulis terus berusaha mewujutkan mimpi untuk berkontribusi dalam dunia pendidikan. Kata-kata yang menjadi motivasi penulis dalam berkarya adalah sebagai berikut “Menulis adalah Pekerjaan Ruh, Tulisan Kita sedikit banyak menggambarkan Ruh kita yang tak terlihat pada fisik kita” (Farah Qonita,2020).

Email Penulis: dinitilova@gmail.com

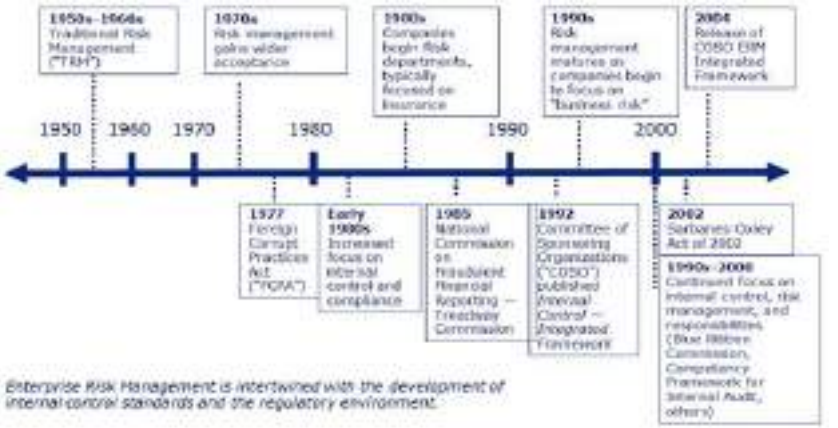
2

MANAJEMEN RISIKO PERAN, TUJUAN DAN FUNGSI

Zufri Hasrudy Siregar, S.T., M.Eng
Universitas Asahan

Pendahuluan

Penelitian ilmiah mengenai manajemen risiko sebenarnya cukup baru dibandingkan dengan bidang manajemen lainnya, Beberapa sumber mencatat bahwa perkembangan manajemen risiko mulai ada pada waktu berakhirnya Perang Dunia II. Mulanya, terminologi manajemen risiko perusahaan dan pribadi relevan dengan fungsi asuransi. Namun, seiring perkembangannya, manajemen risiko akhirnya dikenal sebagai aktivitas organisasi untuk mengendalikan dan mengelola risiko secara umum.(Vorst et al., 2018). Bila kita melihat sejarah perkembangannya, Manjemen Risiko sudah cukup lama.



Gambar 0.1 Sejarah Perkembangan Manajemen Risiko

Di Indonesia, era perkembangan manajemen risiko khususnya risiko korporat baru dimulai sekitar tahun 2000an dengan terbitnya Peraturan Bank Indonesia Nomor 5 tahun 2003 Tentang Pedoman Manajemen Risiko Perbankan yang mengharuskan semua bank melakukan pengelolaan risiko. Risiko dapat didefinisikan dalam banyak cara. Misalnya, risiko dapat didefinisikan sebagai peristiwa yang tidak diinginkan. Definisi lain yang sering digunakan dalam analisis investasi adalah kemungkinan bahwa hasil yang dicapai akan berbeda dari harapan. Risiko berkaitan erat dengan istilah ketidakpastian. Risiko muncul karena adanya kondisi yang tidak pasti. Risiko ada dimana-mana, bisa terjadi kapan saja, dan sulit untuk dihindari. Ketika risiko ini terpapar pada suatu organisasi, itu dapat menimbulkan kerugian yang signifikan. Dalam beberapa kasus, risiko dapat menyebabkan keruntuhan jaringan. Itulah mengapa penting untuk mengelola risiko (Surtikanti, 2020).

Pengertian Manajemen Risiko

Sebelum membahas mengenai pengertian manajemen risiko, terlebih dahulu pengertian risiko dan hal yang berkaitan dengan nya dipahami terlebih dahulu.

Pengertian risiko yaitu adanya ketidakpastian yang akan diterima oleh pengguna serta berpengaruh pada tujuan tersebut (Pratama & Pratika, 2020). Pengaruh sendiri dapat dipahami sebagai penyimpangan dari tujuan yang ingin dicapai dimana hasilnya bisa positif ataupun negatif yang hasil dari itu dapat mengatasi dan menciptakan peluang dan ancaman. Bila di cermati, risiko memiliki dua tolak ukur dimana tolak ukur pertama yaitu dalam bentuk utilitas uang disebut non-linieritas atau bisa juga dalam bentuk berbagai keuntungan atau kerugian yang tidak terukur dengan uang dilakukan oleh individu secara subjektif (Marisa, 2020). Risiko dapat menyebabkan kinerja perusahaan menjadi buruk, dan risiko tersebut dapat timbul dari pengaruh internal maupun eksternal. Manajemen risiko juga termasuk mengidentifikasi risiko yang mungkin kita hadapi dan berusaha melindunginya sehingga dampak dari risiko tersebut dapat diminimalkan atau dihilangkan sama sekali.(Silvia et al., 2022)

Gambar 0.2 Arti risiko

Manajemen risiko adalah mencakup semua aktivitas proses yang tujuan utamanya yaitu untuk meminimalkan atau mencegah terjadinya kerugian perusahaan. Kegiatan tersebut mencakup identifikasi, merencanakan, menyusun strategi, bertindak, memantau dan mengevaluasi hal-hal negatif yang mungkin terjadi pada perusahaan. Administrasi semacam ini dapat dikatakan sebagai sarana untuk melindungi perusahaan dari

masalah seperti kebangkrutan, kerugian besar, kehilangan pelanggan. Pengertian Manajemen Risiko dapat diartikan sebuah metode yang logis serta sistematis yang berfungsi sebagai identifikasi, monitoring dan membuat solusi dari masalah yang dihadapi pada setiap aktivitas proses yang tercatat (Risnaeni et al., 2019). Merujuk pada publikasi (As Sajjad et al., 2020) pengertian manajemen risiko yaitu metode yang terstruktur secara sistematis dan logis yang dilakukan untuk mengidentifikasi masalah serta mengelolanya agar kerugian tidak terjadi pada perusahaan.

Gambar 0.3 Kompenen Risiko

Assesment Risk yaitu Proses mengidentifikasi potensi bahaya serta menganalisis apa yang akan terjadi jika potensi bahaya tersebut terwujud. Ada banyak kemungkinan bahaya yang harus diwaspadai. Setiap bahaya memiliki banyak skenario yang dapat terjadi tergantung pada waktu, besaran, dan lokasi bahaya.

Control Risk

Risiko bawaan dan risiko pengendalian adalah dua dari tiga bagian model risiko audit yang digunakan auditor untuk menentukan risiko audit secara keseluruhan.

Risiko bawaan adalah risiko bahwa laporan keuangan kami akan salah saji secara material tanpa memperhatikan pengendalian internal kami. Risiko pengendalian adalah potensi salah saji material dalam laporan keuangan kami karena kurangnya pengendalian internal yang tepat atau tidak efektifnya pengendalian yang ada untuk memitigasi risiko tertentu. Ada perbedaan yang jelas antara risiko bawaan dan risiko pengendalian. Risiko bawaan muncul dari sifat transaksi bisnis atau operasi yang tidak memiliki pengendalian internal untuk memitigasi risiko. Risiko pengendalian muncul karena organisasi tidak memiliki pengendalian internal yang memadai untuk mencegah dan mendeteksi kecurangan dan kesalahan. Setiap transaksi bisnis memiliki tingkat risiko yang tinggi, sedang atau rendah sehingga perusahaan harus menggunakan pengendalian internal untuk memitigasinya. Namun, menerapkan sistem pengendalian internal saja tidak cukup. Organisasi juga harus melakukan tinjauan rutin untuk memastikan keberhasilan sistem mereka yang berkelanjutan dan untuk mengidentifikasi dan mengurangi risiko secara efektif. Organisasi harus meninjau sistem pengendalian internal mereka setiap tahun dan memperbarui sistem pengendalian internal mereka. *Risk of Material Misstatement* (ROMM) adalah risiko munculnya salah saji yang sifatnya material yang akan mempengaruhi pengambilan keputusan oleh auditor terutama terkait dengan penentuan opini atas kewajaran pelaporan keuangan. ROMM merupakan gabungan dari risiko bawaan *(inherent risk*) dan risiko pengendalian (*control risk*)

Gambar 0.4 Kompenen Audit risiko

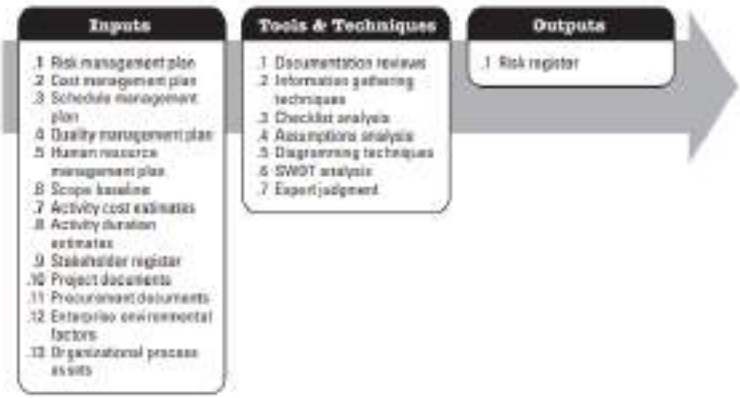
Review Control

Review dan monitoring diperlukan agar dapat memastikan bahwa implementasi manajemen risiko sudah berjalan dengan perencanaan yang baik. Hasil dari monitoring dan riview juga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan perbaikan terhadap proses manajemen risiko

Indentify Risk

Proses manajemen risiko proyek terdiri dari beberapa tahapan, salah satunya adalah identifikasi risiko. Hasil (identifikasi risiko) biasanya didokumentasikan dalam daftar risiko yang berisi daftar risiko yang teridentifikasi dan sumbernya, kemungkinan penanganan risiko, dan kategori risiko. Informasi ini digunakan untuk melakukan analisis risiko dan membantu mengembangkan respons risiko. Risiko yang teridentifikasi juga dapat direpresentasikan dalam struktur taksonomi risiko hierarkis yang digunakan untuk mengklasifikasikan risiko proyek potensial menurut sumbernya. Langkah pertama dalam mengembangkan rencana manajemen

risiko adalah mengidentifikasi potensi risiko. Identifikasi risiko adalah proses mengidentifikasi risiko yang dapat mempengaruhi proyek dan mendokumentasikan karakteristiknya. Mengidentifikasi risiko adalah proses berulang, karena risiko baru mungkin muncul atau ditemukan saat proyek berlangsung sebagai akibat dari perubahan internal atau eksternal



Gambar 0.5 Struktur identifasi risiko

Dalam penerapannya, manajemen risiko mempunyai proses logis yang membantu kita dalam memetakan risiko dan mengambil keputusan yang tepat sehingga memitigasi terjadinya kerugian yang lebih parah. pada gambar ini, digambarkan proses manajemen risiko tersebut.

Gambar 0.6 Proses Manajemen Risiko

1. Identifikasi Risiko

   Merupakan tahap awal yang dilakukan untuk mempelajari dan menganalisis tiap risiko yang bisa saja terjadi, risiko yang dipelajari pada tahap ini bukan saja satu aspek, namun seluruh aspek agar dapat diidentifikasi secara menyeluruh dan baik.

2. Menilai Risiko

   Tahap ini adalah proses lanjut dari identifikasi risiko yang berfungsi untuk menilai dan mengukur tingkatan risiko yang mungkin akan terjadi sehingga dapat dipetakan secara baik skala prioritas berdasarkan risiko yang paling besar.

3. Mengelola Risiko

   Proses pada tahap ini dilakukan setelah skala prioritas sudah ditentukan, selanjutnya yaitu membuat rencana terkait penyelesaian masalah yang ditangani. Pada proses mengelola risiko memiliki empat tipe

   a. *Risk retention*, metode ini yaitu menghadapi risiko dengan berani dan langsung, karena setiap risiko tetap ada potensinya contohnya bencana alam

   b. *Risk reduction,* metode ini dilakukan dengan melakukan suatu aksi yang dapat mengurangi akibat dari yang telah terjadi. Contohnya audit internal perusahaan

   c. *Risk transfer*, metode ini yaitu mengalihkan risiko kepada pihak lain. Contoh menggunakan asuransi

   d. *Risk avoidance*, yaitu Tindakan yang dilakukan dengan cara menghindari masalah, contohnya membuat seleksi karyawan dengan selektif

4. Implementasi Rencana

   Hal ini dilakukan bila pengelolaan risko sudah diketahui metode yang paling tepat dalam menghadapi risiko tersebut. Penerapan dan implementasi rencana tersebut dapat berjalan bila sumberdaya mendukung dan situasi tersebut juga baik

5. Evaluasi hasil

   Yaitu analisis dan tinjauan lagi mengenai implementasi manajemen risiko, apakah ada yang harus diperbaiki atau tidak. Evaluasi ini merupakan tahap akhir pada proses manajemen risiko.

Metode Manajemen Risiko

Manajemen risiko penting dilakukan untuk menghindari risiko yang terjadi dalam suatu perusahaan. Risiko didefinisikan sebagai konsekuensi yang tidak menyenangkan dari perilaku. Risiko menjadi kata yang akrab dan mengambil konotasi negatif. Misalnya, jika kita berbisnis tetapi karyawan kita tidak jujur dan suka mencuri, kita berisiko kehilangan bisnis (peristiwa yang tidak menyenangkan).

1. *Preliminary Hazard Analysis* (PHA) atau analisis bahaya awal, metode analisis resiko yang bersifat semi kuantitatif yang berguna untuk mengidentifikasi semua bahaya dan kejadian kecelakaan potensial yang dapat menyebabkan terjadinya accident (Dwisetiono & Asmara, 2022). Prinsip dari PHA, untuk mengidentifikasi bahaya yang mungkin akan berkembang menjadi kecelakaan. Ini dilakukan dengan menimbulkan situasi atau proses yang tidak direncanakan. Ini penting untuk melakukan identifikasi bahaya dari awal yang bertujuan untuk

mengimplementasikan corrective action pada proses desain.

2. *Hazard Operability Study* (HAZOPS), merupakan sebuah metode kualitatif yang digunakan untuk menganalisis kemungkinan potensi bahaya (hazard) dengan menggunakan serangkaian kata-kata panduan atau guide words yang sesuai dengan keadaan pada tempat kerja tersebut (Ananta et al., 2022). Tujuannya untuk menganalisis bagian sistem satu per satu dan menjelaskan bagaimana kondisi ideal untuk suatu sistem bisa Langkah awal dilakukan dengan mendapatkan tinjauan dari sistem berupa gambar teknis atau informasi lain dari sistem tersebut.
3. *Risk Based Inspection* (RBI), adalah suatu metode yang menggunakan tingkat risiko sebagai dasar dalam memprioritaskan dan mengatur suatu aktivitas inspeksi (Rozie & Adnyana, 2021). Fokus RBI adalah penilaian risiko yang berkaitan dengan pengoperasian peralatan. RBI dapat memberikan masukan kepada manajemen untuk merencanakan jadwal inspeksi dan pemeliharaan pada peralatan termasuk penganggaran biayanya.
4. *What-If* merupakan metode identifikasi bahaya awal untuk meninjau desain dengan menanyakan serangkaian pertanyaan awal yaitu bagaimana-jika atau what if. Analisis ini merupakan bagian dari cara checklist, yang kemungkinan merupakan metode identifikasi bahaya tertua.
5. *Failure Modes and Effect Analysis* (FMEA) Ini adalah metode untuk mendefinisikan, mengidentifikasi dan menghilangkan kesalahan dan masalah yang terjadi dalam proses kunci dari proses produksi, baik yang ditemukan dan diketahui maupun yang mungkin

terjadi dalam sistem. (Basri & Suhartini, 2019). (FMEA) pertama kali digunakan pada NASA pada awal 1960-an (Bastuti, 2020) . Seperti apa penyebabnya dan bagaimana dampaknya, serta kritikalitas dari kegagalan. Tujuan dari FMEA adalah untuk mengidentifikasi kegagalan yang mempunyai dampak yang tidak diinginkan pada sistem operasi.

6. *Fault Tree Analysis* (FTA) dan *Event Tree Analysis* (ETA) merupakan diagram logika yang digunakan untuk mewakili masing-masing dampak dari suatu peristiwa dan penyebab dari suatu peristiwa. Diagram ini juga menyatakan ilustrasi bebas dari rangkaian potensi kegagalan peralatan atau kesalahan manusia yang dapat menimbulkan kerugian. FTA bersifat deduktif yang dilakukan dengan memunculkan akibat untuk mencari sebab. Sedangkan ETA bersifat induktif yang dilakukan dengan dengan menampilkan sebab (kejadian awal) untuk mencari akibat (kejadian akhir).
7. *Qualitative Risk Assessment* merupakan pendekatan nilai risiko terhadap suatu sistem dengan pemberian skor kualitatif, seperti iya atau tidak, lalu baik atau buruk terhadap faktor kemungkinan dan akibat kegagalan dari suatu kejadian
8. *Semi-quantitative Risk Assessment* merupakan pengembangan penilain risiko dengan menggunakan suatu pemodelan untuk kejadian tertentu. Tujuannya untuk mendapatkan rate event. Dengan pemodelan ini, akan menghasilkan akurasi data berdasarkan informasi awal yang diolah dengan mempertimbangkan parameter-parameter yang ada.
9. *Quantitative Risk Assessment* merupakan penilaian penuh dengan melakukan pemodelan pada semua kejadian, sehingga kemungkinan dampak dari suatu

kegagalan dapat diketahui secara numerik. Dari sinilah akan didapati tingkat risiko yang cukup akurat.

Peran Manajemen Risiko

Secara umum, peran manajemen risiko sangat luas, yaitu:

1. Terhadap perusahaan
    a. Manajemen risiko dapat mencegah perusahaan dari kegagalan
    b. Karena keuntungan dapat ditingkatkan melalui pengurangan pengeluaran, sehingga risiko menunjang secara langsung terhadap keuntungan perusahaan
    c. Manajemen risiko dapat memberikan keuntungan secara tidak langsung dengan cara:
        1) Bila perusahaan bisa memanajeri risiko murninya dengan baik, maka manajer akan bersifat tenang dan percaya diri, dan membuka pikiran untuk melihat risiko spekulatif.
        2) Meningkatkan kualitas keputusan manajer karena manajer dapat lebih tenang karena mengetahui risiko tersebut
        3) Jika keputusan yang diambil untuk menerima pokok yang bersifat spekulatif, maka penanganan risiko menjadi lebih efisien
        4) Manajemen risiko dapat mengurangi fluktuatif keuntungan tahunan dan aliran kas
    d. Adanya ketenangan pikiran bagi manajer yang disebabkan oleh adanya perlindungan terhadap risiko murni, merupakan harta non material bagi perusahaan

e. Manajemen risiko melindungi perusahaan dari risiko murni, dan karena pelanggan lebih menyukai perusahaan yang dilindungi maka secara tidak langsung menolong meningkatkan public image

2. Terhadap keluarga

   a. Manajemen risiko dapat mengurangi pengeluaran untuk asuransi tanpa mengurangi sifat perlindungannya

   b. Ika keluarga telah dilindungi terhadap kematian atau Kesehatan, kehilangan atau kerusakan harta benda, maka keluarga mungkin akan berani untuk menaggung risiko dalam berinvestasi atu persetujuan mengenai karir

   c. Keluarga dapat disembuhkan dari tekan fisik dan mental.

Tujuan Manajemen Risiko

Tujuan utama dari manajemen risiko sendiri adalah untuk memastikan bahwa seluruh kebijakan risiko dan bisnis bisa diimplementaikan secara konsisten (Jelita & Shofawati, 2019). rinciannyanya dalam suatu organisasi yaitu:

1. Tingkatkan peluang untuk mencapai tujuan organisasi dan meningkatkan kinerja. melindungi organisasi dari risiko terburuk yang dapat menghambat pencapaian tujuan bisnis

2. Memotivasi manajemen lebih proaktif dan antisipatif, mendorong manajemen untuk lebih peduli untuk mengurangi risiko kerugian dan menjadikan pengelolaan risiko menjadi keunggulan dalam bersaing dan kinerja organisasi

3. Sebagai dasar organiasi yang kuat dalam mengambil keputusan dan perencanaan organisasi
4. Meningkatkan penggunaan sumbar daya organisasi yang efektif dan efisien serta mendorong organisasi agar selalu berhati hati dalam menghadapi risiko
5. Meningkatkan kepatuhan pada regulasi organisasi
6. Meningkatkan kepercayaan pada pemangku kepentingan
7. Ketahanan organisai lebih meningkat
8. Membangun kemampuan mensosialisasikan pemahaman mengenai risiko dan pentingnya pengelolaan risiko
9. Meningkatkan kinerja organisasi melalui penyediaan informasi tingkat risiko yang dituangkan dalam peta risiko/risk map yang berguna bagi manajemen dalam pengembangan strategi dan perbaikan proses manajemen risiko secara berkesinambungan dan terus-menerus

Fungsi Manajemen Risiko

Bila dilakukan dengan baik, manajemen risiko dapat memberi sejumlah kegunaan bagi perusahaan. Fungsi pokok manajemen risiko anatara lain:

1. Menemukan kerugian potensial

   Maksudnya yaitu menemukan dan mengidentifikasi seluruh risiko murni yang dihadapi perusahaan seperti: kerusakan fisik dari harta kekayaan perusahaan, kehilangan pendapatan yang berakibat terganggunya operasi perusahaan, kerugian akibat adanya tuntutan hukum

2. Mengevaluasi kerugian potensial

   Aktivitas ini yaitu mengukur tingkat risiko dan frekuensi risiko yang mungkin akan terjadi. Pengukuran tersebut dilihat dari jumlah kerugian yang terjadi pada kurun waktu tertentu. Ini didasarkan atas kejadian yang pernah terjadi. Sedangkan tingkat kerugian menyangkut bobot kerugian yang akan terjadi yaitu menghitung jumlah kerugian potensial yang diukur berdasarkan nilai unit atau satuan nilai uang.

Tabel 0.1 matriks tingkat kerugian

Tipe Exposure	**Frekuensi Kerugian**	**Kegawatan Kerugian**	**Nilai Kerugian**
1	Rendah	Rendah	Rendah x rendah
2	Tinggi	Rendah	Tinggi x rendah
3	Rendah	Tinggi	Rendah x tinggi
4	Tinggi	Tinggi	Tinggi x tinggi

3. Memilih cara atau metode yang tepat dalam menaggulani kerugian

   Adapaun metode yang dapat dipakai dalam manajemen risiko seperti:

   a. Asumsi (Retensi)

      Asumsi adalah metode atau cara yang paling umum digunakan dalam pengelolaan risiko yang nilainya rendah. dan bila risiko tersebut terjadi tidak berpengaruh banyak pada keuanagan organisasi

   b. Transfer

      Transfer risiko umumnya digunakan untuk risiko murni atau risiko spekualtif. Transfer risiko bersifat murni dilakukan pada Lembaga asuransi. Sementara risiko yang bersifat spekulatif dapat di

masyarakat, konsumen atau Lembaga non asuransi

c. Kombinasi

Metode kombinasi dalam manajemen risiko adalah aktivitas yang menggabungkan berbagai jenis kegiatan. Metode ini umumnya digunakan asuransi dalam menentukan exposure kerugian

d. Pencegahan kerugian

Pencegahan kerugian adalah salah satu metode pengelolaan risiko yang lebih menentukan pada pengawasan kerugian dalam usaha melakukan preventif: atau menekan serendah mungkin pengaruh keuangan apabila kerugian tersebut timbul. Misalnya, membangun konstruksi gedung yang tahan api, melengkapi sarana keselamatan kerja

e. Menghindari

Erat hubungannya dengan pencegahan kerugian dan pemindahan risiko adalah metode menghindari situasi yang secara potensial dapat menimbulkan kerugian. Usaha lain dalam kegiatan ini ialah menghindari kegiatan yang risikonya tinggi ataupun mensubkontrakkan kegiatan yang risikonya relatif tinggi pada pihak lain sejauh hal tersebut efektif dan efisien.

f. Pengetahuan dan penelitian

Risiko kemungkinan dapat dikurangi dengan meningkatkan pengetahuan atau melakukan penelitian. Di mana manajeman lebih banyak mengetahui persoalan ketidakpastiannya yang dihadapi sehingga mantap dalam mengantisipasi atau mengelola risiko yang ada pada kegiatan usahanya

Kesimpulan

Manajemen risiko merupakan perencanaan, aksi dan implementasi semua kemungkinan yang diukur demi mendapatkan potensial kerugian yang minimal. Terdapat empat komponen dalam manajemen risiko yaitu Assessment Risk, Control Risk, Review Control, Identify Risk dimana empat komponen tersebut saling berkaitan erat. Tidak kalah pentingnya adalah proses manajemen risiko itu sendiri, dimana hal ini dibagi menjadi lima klasifikasi yaitu identifikasi, menilai risiko, mengelola risiko, implementasi metode, evaluasi risiko.metode manajemen risiko cukup banyak, salah satu yang paling sering digunakan yaitu Failure Modes and Effect Analysis (FMEA) dan Fault Tree Analysis (FTA) dengan metode tersebut dapat diketahui peran manajemen risiko yang salah satunya dapat mengurangi kerugian dan potensi kerusakan pada perusahaan dimana tujuannya untuk efisiensi dan optimalisasi organisasi dan mengurangi kerugian potensial dan kerugian murni.

Daftar Pustaka

Ananta, D. P., Kusnadi, & Rinaldi, D. N. (2022). Analisis potensi bahaya dan usulan perbaikan menggunakan metode Hazard and Operability Study (HAZOP) melalui perangkingan Risk Assesment pada CV. ABC. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, *7*(2), 2003–2005. https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i2.6304

As Sajjad, M. B., Kalista, S. D., Zidan, M., & Christian, J. (2020). Analisis Manajemen Risiko Bisnis. *Jurnal Akuntasi Universitas Jember*, *18*(1), 51. https://doi.org/10.19184/jauj.v18i1.18123

Basri, M., & Suhartini. (2019). Analisa risiko prioritas perbaikan kegagalan proses penjernihan air dengan Metode Fuzzy FMEA. *Tecnoscienza*, *3*, 195–210. https://www.ejournal.kahuripan.ac.id/index.php/TECNOSCIENZA/article/download/213/146/435

Bastuti, S. (2020). Analisis risiko kecelakaan kerja dengan metode Failure Mode and Effect Analysis (FMEA) dan Fault Tree Analysis (FTA) untuk menurunkan tingkat risiko kecelakaan kerja (PT. Berkah Mirza Insani). *Teknologi : Jurnal Ilmiah dan Teknologi*, *2*(1), 48. https://doi.org/10.32493/teknologi.v2i1.3909

Dwisetiono, & Asmara, R. G. E. (2022). Analisa kegagalan sistem bahan bakar kapal dengan menggunakan metode Preliminary Hazard Analysis (PHA) dan Fault Tree Analysis (FTA). *Hexagon Jurnal Teknik dan Sains*, *3*(1), 34–39. https://doi.org/10.36761/hexagon.v3i1.1348

Jelita, W. R. S., & Shofawati, A. (2019). Manajemen risiko operasional pada PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Jabal Nur Tebuireng di Surabaya. *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah*, *4*(1), 69. https://doi.org/10.22219/jes.v4i1.8733

Marisa, O. (2020). Persepsi kemudahan penggunaan, Efektivitas, dan Risiko berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan Financial Technology. *Jurnal Administrasi Kantor*, *8*(2), 139–152. https://doi.org/10.51211/jak.v8i2.1448

Pratama, P. A. E., & Pratika, M. T. S. (2020). Manajemen Risiko Teknologi Informasi Terkait Manipulasi dan Peretasan Sistem pada Bank XYZ Tahun 2020 Menggunakan ISO 31000:2018. *Jurnal Telematika*, *15*(2), 63–70. https://journal.ithb.ac.id/telematika/article/view/333

Risnaeni, U. S., Rois, M. B., & Ramadhani, S. N. (2019). Efektivitas manajemen risiko dan hasil. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*, *1*(2), 6. https://doi.org/10.54471/muhasabatuna.v1i2.1262

Rozie, A. F., & Adnyana, D. . (2021). Studi evaluasi keselamatan pada LPG storage tank berdasarkan tingkat risiko menggunakan metode Risk Based Inspection. *JTTM : Jurnal Terapan Teknik Mesin*, *2*(2), 88–98. https://doi.org/10.37373/jttm.v2i2.124

Silvia, S., Balili, C., & Yuamita, F. (2022). Analisis pengendalian risiko kecelakaan kerja bagian mekanik pada Proyek PLTU Ampana (2x3 Mw) Menggunakan Metode Job Safety Analysis (JSA). *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan (JTMIT)*, *1*(13), 61–69. http://jurnal-tmit.com/index.php/home/article/view/14/8

Surtikanti, R. (2020). Manajemen Risiko: Tinjauan Regulasi Kearsipan. *Jurnal Bisnis Terapan*, *2*(2), 130–137. https://doi.org/10.7454/jabt.v3i1 Vorst, C. R., Priyarsono, D. S., & Budiman, A. (2018). *Manajemen Risiko Berbasis SNI ISO 31000* (1 ed.). Badan Standar Nasional Indonesia.

Profil Penulis

Zufri Hasrudy Siregar, S.T., M.Eng

Lulus dari UGM pada konsentrasi Teknologi Industi Kecil dan Menengah Fakultas Teknik pada tahun 2009 dengan program beasiswa. Pernah bekerja di Bank btpn,Tbk sebagai Area Credit Manager di Maluku membuat penulis bersemangat dalam menulis buku ini. Penulis gemar menulis buku dan artikel yang di jurnalkan baik Nasional maupun Internasional. Pada tahun 2021 program MBKM (Merdeka Belajar Kampus Merdekan) terpilih menjadi Mentor Penjuang Muda dari Kemensos. Organisasi yang diikuti yaitu Perhimpunan Ergonomi Indonesia, Adpertisi, KodeLN-Cel. Selain kegiatan tersebut, penulis juga sebagai Pengelola Jurnal Vorteks di Universitas Al Azhar Medan.Buku yang pernah di terbitkan antaralain: Riset operasi, Teknologi Kecil dan Menegah, Mekatronika, Ekonomi Teknik, Metodologi penelitian teknik, Manajemen Sumber Daya Manusia, Manajamen Operasional, Manajemen Risiko. Disamping itu aktif juga sebagai editor buku di Polyteknik Negeri Medan dari 2020 samapai sekarang.

Buku ini penulis dedikasikan kepada istri dan anak saya Linda Agustina dan Sadra Algifari Siregar.

Email Penulis: rudysiregar7@gmail.com

3

PRINSIP-PRINSIP PENGIDENTIFIKASIAN RISIKO

Dr. Khusnul Khotimah, SE., MM
Universitas Yapis Papua (UNIYAP) Jayapura

Pendahuluan

Suatu organisasi dalam suatu perusahaan biasanya memiliki tujuan untuk menerapkan manajemen risiko. Tujuan yang ingin dicapai antara lain mengurangi biaya, mencegah kegagalan perusahaan, meningkatkan keuntungan perusahaan, dan mengurangi biaya produksi. Manajemen risiko diartikan sebagai suatu pengelolaan risiko yang mencakup identifikasi, evaluasi dan pengendalian risiko di perusahaan dalam mengantisipasi kejadian yang tidak terdeteksi. Meskipun risiko diartikan sebagai sesuatu yang kurang baik dari suatu keadaan *(uncertainty),* namun manajemen risiko penting untuk diantisipasi dalam menghindari risiko yangverjadi dalam suatu perusahaan. Pengelolaan suatu perusahaan yang baik, adalah yang memprioritaskan manajemen risikonya, untuk mengantisipasi kejadian dimana saja dan kapan saja.

Manajemen merupakan sesuatu yang diusahakan untuk melakukan kegiatan tertentu. Maka risiko diartikan sebagai suatu yang terjadi tidak menegnakan akibat suatu perbuatan atau tindakan. Jadi, manajemen risiko adalah ilmu yang mengajarkan tentang bagaimana menghindari akibat buruk yang terjadi akibat dari suatu kegiatan.

Sehingga dalam mengatasi segala risiko yang akan terjadi, diperlukan ilmu manajemen risiko. Hal ini biasanya di lakukan di level pimpinan pelaksana, yaitu kegiatan penemuan dari suatu kegiatan yang diperkirakan yang di hadapi oleh perusahaan akibat suatu risiko serta kerugian yang di perkirakan dalam menangani kerugian di tingkat profitabiltas. Hati-hati dalam menjalankan manajemen risiko, karena jika gagal maka akan mengakibatkan kerugian sumber daya ekonomi, yang dampaknya buruk terhadap tingkat profitabilitas perusahaan (Kendrick, 2015).

Sebagai langkah awal dalam mempersiapkan manajemen risiko adalah pengindentifikasian risiko. Mengetahui risiko yang terjadi tentu sangat sulit. Namun dengan memahami ruang lingkuprisiko, membantu dalam mengembangkan strategi yang realistis dan hemat dalam pembiayaan. Tujuan identifikasi risiko tentu saja untuk mengetahi lebih awal kejadian, dari situasi yang mungkin terjadi yang memiliki dampak terhadap pencapaian tujuan. Pertanyaannya, siapa yang mengidentifikasi risiko? Jawabannya tentu saja semua pihak yang terkait dalam suatu organisasi yang mempunyai tujuan yang sama. Semua pihak yang terkait dalam mengidentifikasi risiko itu kemudian melakukan proses pennetuan risiko mana yang dapat terjadi, kemudian mencatat semua kemungkinan-kemungkinannya.

Tahapan dalam suatu bisnis menjalankan manajemn erisiko adalah dengan mengindentifikasi risiko. Tahapan dalam identifikasi risiko dapat di lakukan dengan diawali evaluasi risiko *(risk value),* menganalisis sampai pada tahap terakhir yaitu membuat hasil daftar risikonya. Jadi jelas bahwa risiko adalah suatu kejadian dari kemungkinan yang belum tentu terjadi *(uncertainty),* yang berdampak bisa negative (sesuatu yang diharapkan tidak terjadi namun terjadi), maupun berdampak positif

(sesuatu yang diperdiksi akan terjadi ternyata tidak terjadi).

Alat dan Teknik Identifikasi Risiko

Dalam menggunakan alat dan dan teknik dalam identifikasi risiko harus diseuaikan dengan tujuan yang ingin di capai, ukurannya serta bentuk dari risiko yang dapat berdampak pada bisnis. Beberapa alat dan teknik yang dapat dipakai dalam identifikasi risiko adalah:

1. *Documentation Reviews*

   Dogunakan dalam mengindentifikasi risiko yang lebih akurat dalam suatu bisnis. Jadi tinjauan dokumentasi *(documentation reviews)* merupakan alat yang membantu dalam menemukan risiko yang mungkin terjadi secara lebih terinci. File bisnis, perjanjian kontark, *planning business,* dan lainnya dapat digunaan dalam anakisis identifikasi risiko.

2. *Information Gathering Techniques*

   Digunakan sebagai proses yang berulang dalam mendapatkan data dari berbagai sumber information. Mengelola informasi melibatkan pengumpulan sampai pendistribusian pada prses manajemen risiko. Pengumpulan informasi dimulai dari *brainstorming, Delphi, interview, root cause analysis (RCA).*

3. *Checklist Analysis*

   Digunakan untuk mengidentifikasi risiko dan evaluasi risiko. Daftar identifikasi risiko dikembangkan dari informasi yang dikumpulkan juga data *historis* yang di kumpulkam. Hal ini mempermudah dan efektif dalam melihat apakah identifikasi risiko ini akhirnya dapat juga di gunakan dalam bisnis selanjutnya.

4. *Assumptions Analysis*

   Digunakan sebagai asumsi dalam identifikasi risiko yang di dapatkan dari serangkaian hipotesis. Jadi dapat bermanfaat sebagai validasi asumsi bisnis..

5. *Diagramming Techniques*

   Digunakan dalam mengidentifikasi risiko dengan membuat diagram, seperti diagram sebab akibat, diagram alir system atau proses, juga diagram pengaruh.

6. *SWOT Analysis*

   Digunakan sebgai *tools* yang dapat mengkaji bisnis berdasarkan berbagai *perspektif,* secara internal dan eksternal. Seperti *strength* (kekuatan)*, weakness* (kelemahan)*, opportunity* (peluang), dan *threats* (ancaman).

7. *Expert Judgment*

   Digunakan sebagai perimbangan para ahli di suatu bisnis. Dapat di identifikasi oleh para ahli berdasarkan pengalaman serta pertimbangan sebelumnya. Para ahli sangat diperlukan di proses ini, sebagai manajer pengambilan keputusan *(decision making).*

Input Pengidentifikasian Risiko

Input dalam pengidentfikasian risiko juga diberi pengertian sebagai bentuk informasi yang di dapatkan dari risiko. Informasi risiko dapat diidentifiaksi dari berbagai sumber, yang sudah dapat diketahui sebelum bisnis dilakukan. Beberapa input dalam pengidentifikasian risiko, adalah:

1. Perencanaan Manajemen Risiko *(Risk Management Planning)*

   Merupakan sesuatu yang berperan menjelaskan bagaimana suatu kegiatan manajemen risiko akan di susun dan di laksanakan. Hal ini penting agar yang direncanakan dapat membantu dalam pengidentifikasian risiko bisnis. Seperti metodologi, penjadwalan, tanggung jawab, sampai desainpelaporan.

2. Perencanaan Manajemen Biaya *(Cost Management Planning)*

   Merupakan suatu indicator dalam menjelaskan suatu rencana, perkiraan, serta pengendalian suatu bisnis. Perencanaan manajemen biaya dapat digunakan dalam pengidentifikasian risiko dalam suatu bisnis. Mendokumentasikan setiap proses manajemen risiko, mengukur sumber daya, besaran presisi dan tingkat keakuratan yang didapatkan dari ruang lingkup kegiatan suatu bisnis, prosedur pembiayaan, sampai pada pelaporan pembiayaan bisnis.

3. Perencanaan Manajemen Jadwal *(Schedule Management Palnning)*

   Merupakan rencana manajemen bisnis yang dapat menjelaskan penjadwalan serta *tools* penjadwalan, waktu penjadwalan yang membantu dalam mengidentifikasi suatu risiko. Rencana manajemen jadwal ini menentapkan selanjutnya kriteria risiko, kegiatan dalam pengembangan bisnis, memantau sampai pengendalian seluruh kegiatan yang terjadwal dalam bisnis. Bisa berupa penjadwalan dalam bentuk formal atau tidak formal. Yang penting disesuaikan dengan kebutuhan bisnis serta sesuai dengan pelaporan jadwal bisnis.

4. Perencanaan Manajemen Mutu *(Quality Management Planning)*

   Merupakan bagian dari perencanaan manajemen bisnis yang dapat menjelaskan bagaimana mutu manajemen dapat terlaksana. Suatu organisasi bisnis atau Tim dalam suatu bisnis mampu memenuhi persyaratan serta kualitas yang sudah ditetapkan dalam bisnis. Suatu rencana manajemen mutu dalam suatu bisnis mampu memastikan informasi dari awal informasi yang di dapat dan akurat. Kenapa? agar tidak menyebabkan penambahan biaya dan pekerjaan yang berulang akibat tidsak terpenuhinya syarat-syarat dalam suatu bisnis.

5. Perencanaan Manajemen Sumber Daya Manusia *(Human Resource Management Planning)*

   Merupakan suatu indicator dari suatu perencanaan manajemen bisnis yang menjelaskan bagaimana pentingnya sumber daya manusia yang didefinisikan sebagai kunci utama dalam menjalankan bisnis agar pengelolaan bisnis dapat berjalan dengan baik. Perencanaan manajemne sumber daya manusia melipuiperannya yang bertanggung jawab, terstruktur sebagai masukan utama dalam pengidentifikasian bisnis.

6. Ruang Lingkup Bisnis *(Scope Baseline)*

   Merupakan indicator dari perencanaan bisnis yang menjelaskan tentang cakupan bisnis serta stuktur kerja yang lebih rinci yang dikenal dengan sebutan *work breakdown structure (WBS)* yang membantu pemahaman tentang pelaksanaan bisnis. Lingkupnya mencakup ketidakpatian (*uncertainty),* yang wajib di pahami dan di evaluasi sebagai risiko ynag mungkin muncul dalam suatu bisnis. Ini penting dalam mengidentifikasi risiko secara makro dan mikro.

7. Estimasi Biaya Kegiatan *(Activity Cost Estimates)*

   Merupakan bagian dari indicator bisnis yang membnatu dalam menjelaskan penilaian secara kuantitaif dan kualitatif dari suatu kemungkinann biaya yang terjadi dari suatu bisnis yang sudah terjadwalkan. Biaya di estimasikan sebagai sumber daya yang terdapat dalam bisnis seperti biaya tenaga kerja, nilai tukar, gedung, dan sebagainya. Perkiraan tresebut menghasilkan nilai biaya yang menunjukkan berapa besar biaya yang harus dianggarkan dan dikeluarkan, agar diketahui cukup atau tidak cukup dalam suatu bisnis.

8. Estimasi Durasi Kegiatan *(Activity Duration Estimates)*

   Merupakan indicator dari rencana manajemen bisnis yang dapat menjelaskan tentang penilaian kuantitatif dan kualitatif serta kemungkinan waktu yang di perlukan dalam menyelesaikan suatu bisnis yang berjalan. Durasi atau perkiraan waktu ini tidak termasuk dalam keterlambatan dalam bisnis yang dijalankan, namun mencakup berapa besar kecukupan waktu yang diperlukan dalam menjalankan suatu bisnis.

9. Pemangku Kepentingan *(Stakeholder Register)*

   Merupakan indicator dalam manajemen bisnis yang dapat menjelaskan tentang informasi yang diperlukan bagi pemangku kepentingan, yang berguna dalam pengidentifikasian risiko bisnis. Informasi yang di dapat sangat berguna bagi pemangku kepentinganm untuk berperan selama pengidentifikasian risiko. Informasinya seperti nama, posisi, tempat, tupoksi dalam bisnis, sampai penilaian informasi seperti persyaratan dan pengaruh bisnis yang secara potensial berpengaruh kepada tujuan bisnis. Daftar pemangku kepentingan wajib di evaluasi dan di

remajakan sesuai kebutuhan. Pemangku kepentingan dapat berubah bahkan sepanjang kegiatan bisnis dapat di rubah sesuai kebutuhan.

10. Dokemen Bisnis *(Bussiness Document)*

    Merupakan indicator manajemene bisnis yang memberikan masukan utama dalam proses pengidentifikasian risiko bisnis, terkhusus jika bisnis yang berjalan membutuhkan sumber daya eksternal. Dokumen pengadaan harus terrinci sesuai dengan nilai bisnis serta risiko yang muncul dalam rencana bisnis. Istilah seperti *bid, tender or quotation* umumnya biasa dipakai ketika keputusan di dasarkan pada harga. Sementara istilah proposal dipakai pada pertimbangan lain, dalam hal-hal yang teknis. Dokumen umum yang biasa digunakan meliputi *request for information (RFI), infitation for bid (IFB), request for proposal (RFP), request for quotation (RFQ), tender notice and invitation for negotiation (IFN).* Namun setiap bisnis terkadang berbeda disesuaikan kebutuhan.

11. Faktor Lingkungan Perusahaan *(Enterprise Environmental Factors)*

    Merupakan indkator dalam manajemen bisnis yang dapat mempengaruhi pengidentifikasian bisnis. Faktor lingkungan perusahaan meliputi informasi yang di publikasikan atau disiarkan secara komersil, akademisi, budaya, geografis, peraturan Pemerintah, pasar, iklim, dan lain sebagainya.

12. Aset Proses Organisasi *(Organizational Process Assets)*

    Merupakan indicator manajemen dalam pengidentifikasian risiko suatu bisnis yang berisi informasi penting. Ada dua kategori yaitu proses prosedur dan pengetahuan bisnis. Proses dan

prosedur meliputi perencanaan, pelaksanaan, pemantauan serta pengendalian, serta penutupan bisnis. Sedangkan pengetahuan bisnis meliputi standar, kebijakan, keuangan, manajemen sampai dokumen secara *histoiris, hard* maupun *soft*.

Output Pengidentifikasian Risiko

Daftar atau catatan Risiko merupakan hasil utama dari proses pengidentifikasian risko. Rincian catatan berupa dokumen yang teridentifikasi risko serta tanggapan dari risiko potensial yang dipakai oleh manajer dalam mengevaluai dan mengkontrol terjadinya risiko. Dokumennya sendiri adalah hasil dari pengidentifikasian seperti peristiwa risiko, tingkat risiko, sifat risiko, indicator siapa yang memiliki risiko, mana kegiatan yang termasuk risiko besar, sampai pada langkah-langkah yang dilakukan menghadapi terjadinya risiko.

Prinsip dalam Pengidentifikasiana Risiko

1. Definisi

Pengidentifikasian risiko merupakan suatu proses dari suatu bisnis yang secara terukur dan c*ontinue* melakukan kegiatan pengidentifikasian kekayaan *(property), lability serta personel exposures* sebelum terjadinya kemungkinan risiko (*peri)l*. Jadi yang diidentifikasi adalah *peril* yang kemungkinan terjadi terhadap hak milik, personil organisasi dalam perusahaan serta kewajiban yang bisa menimbulkan kerugian.

Proses pengidentifikasian merupakan hal yang sangat penting bagi seorang manajer bisnis dalam mngahdapi risiko. Seorang manajer bisnis risiko yang tidak melakukan kegiatan pengidentifikasian risiko secara potensial, tidak akan mampu membuat strategi

yang utuh dalam menanggulangi semua kerugian risiko potensial yang terjadi. Untuk itu seorang manajer risiko perlu melakukan beberapa langkah sebagai berikut:

a. Membuat catatan rinci seperti daftar *(check-list)* tentang semua kerugian yang dapat terjadi di bisnis secara potensial.

b. Melakukan pendekatan secara sistematis tentang kerugian potensial yang tercatat dalam daftar, yang memungkinkan terjadinya risiko bisnis.

Beberapa sumber informasi juga dapat dipakai dalam pengidentifikasian risiko potensial, antara lain:

a. Data-data dari perusahaan Asuransi

b. Informasi dari Badan Penerbitan Asuransi

c. Informasi dari Badan Penerbitan Asuransi

d. Informasi dari Asosiasi Manajemen Amerika (AMA)

e. Informasi dari Ikatan manajer Risiko dan Asuransi

f. Informasi/Rilase dari Kepolisian

2. Klasifikasi Kerugian Potensial

Setiap kerugian yang terjadi dalam suatu bisnis dapat dideteksi sebagai:

a. Kerugaian atas harta kekayaan *(property exposure), meliputi:*

   1) Kerugian yang dapat secara langsung di hubungkan dnegan biaya perbaikan atau penggantian terhadap harta yang terkena *peril* (misalnya gedung terbakar, peralatan hilang, kerusakan akibat banjir, dll). Kerugian ini disebut sebagai “kerugian langsung".

2) Kerugian yang tidak dapat dihubungkan secara langsung dengan *peril*, seperti kerugian yang diakibatkan kerusakan barang yang terkena *peril,* kerugian disebut dengan "kerugian tidak langsung". Misalnya kerusakan barang di mesin pendingin, akibat mesinnya tidak berfungsi baik. Peralatana rusak yang diakibatkan listrik naik turun atau gardu yang terbakar akibat tersambar petir, dan lain sebagainya.

3) Kerugian terhadap pendapatan, misalnya kerugian yang diakibatkan tidak berfungsinya alat produksi, yang diakibatkan oleh *peril.* Misalnya pembatalan kontrak, produksi yang tidak berjalan akibat alat rusak, dan sebagainya.

b. Kerugian yang merupakan kewajiban kepada pihak lain *(liability losses/exposures)*

Merupakan kewajiban yang harus di tunaikan kepada pihak lain yang dirugikan, akibat kesalahan bisnis. Misalnya, ganti rugi yang harus diberikan oleh perusahaan, akibat kecelakaan yang diakibatkan oleh pegawainya *(driver travel).* Atau ganti rugi kepada rekan bisnis karena tidak seuai dengan perjanjian, dan sebagainya.

c. Kerugian personil *(personil losses/exposures)*

Kerugian akibat *peril* yang menimpa karyawan atau pegawai (termasuk keluarganya). Seperti:

1) Kematian, ketidak mampuan lagi bekerja karena cacat, usia, dsb.

2) Kerugian keluarga pegawai akibat kematian, menimbulkan pengangguran.

Terkait hal ini, seorang manajer risiko bisnis dituntut untuk:

1) Mempelajari dan mengevaluasi peristiwa kerugian yang di derita
2) Mengikuti dan mempelajari peristiwa kerugian yang dilaporkan melalui media sosial
3) Menghadiri pertemuan manajer-manajer risiko di tingkat internal, regional, nasioanl, maupun inetrnasional

3) Manfaat Catatan dari Kerugian Potensial

Catatan atau daftar kerugian potensial bagi suatu bisnis adalah:

a. Catatan yang merupakan penunjang pencapaian berbagai tujuan, yang terkait pengelolaanm bisnis secara keseluruhan. Jadi tidak hanya khusus kepada kepentingan manajemen risiko bisnis saja.
b. Suatu cara yang sistematis dalam mengumpulkan informasi tentang bisnis-bisnis lain yang saling terkait.

Jadi catatan dari kerugian potensial sangat bermanfaat bagi pengelolaan bisnis secara umum, tidak khusus kepada penanggulangan risiko saja. Sementara manfaat catatan kerugian potensial bagi manajer risiko, antara lain:

a. Menjadi pengingat bagi para manajer bisnis akan kerugian-kerugian yang dapat terjadi kepada bisnisnya.
b. Sebagai wadah pengumpulan informasi yang menggambarkan cara apa dan bagaimana bisnis-bisnis khusus dijalankan dan di manfaatkan

untuk menaggulangi risiko potensial yang bisnis potensialnya hadapi.

c. Sebagaoi bahan pembanding dalam melakukan evaluasi program penanggulangan risiko yang dibuat, mencakup premi yang terbayar. Pengamanan-pengamanan yang dilakukan jika terjadi risiko kerugian, dan lain sebagainya.

4) Metode Pengidentifikasian Risiko

Beberapa metode yang dapat digunakan dalam pengidentifikasian risiko, adalah:

a. Menggunakan daftar pertanyaan *(questioner),* untuk menganalisis risiko yang di dapatkan dari jawaban-jawaban atas pertanyaan-pertanyaan, yang diharapkan mampu memberikan petunjuk tentang informasi baik khusus maupun umum, sehingga dapat di rancang secara sistematis terkait risiko yang menyangkut kekayaan ataupun operasi bisnis.

b. Menggunakan laporan keuangan, yaitu dengan menganalisis neraca, catatan-catatan pendukung lainnya, juga laporan pengoperasian, laporan produksi dan lain sebagainya, yang dapat diketahui jumlah kekayaan, hutang piutang dan sebagainya. Sehingga berdasarkan ramalan-ramalan anggaran serta catatan-catatan keuangan, akan dapat digunakan mengestimasi penanggulangan risiko dimasa yang akan datang.

c. Membuat *flow-chart* muali dari pemasok, sampai *supplier bahan baku* kepada distributor barang jadi. Dari *flow-chart* tersebut akan dapat diidentifikasi kemungkinan kerugian di setiap tahpnya. Misalnya pada tahap *supplier* risiko

kenaikan BBM, kenaikan harga, volume produksi, dan sebagainya.

Kerugian potensial yang dapat terjadi adalah:

1) Kerugian berupa harta kekayaan

   Barang rusak, barang hilang di gudang, barang rusak karena salah proses atau penggunaan bahan baku, dan lain sebagainya.

2) Kerugian yang menyangkut *liability*

   Tuntunan konsumen, karena salah kirim barang sehingga barang tidak sesuai dengan keinginan konsumen, dan sebagainya.

3) Kerugian personil

   Kecelakaan kerja yang terjadi pada saat waktu kerja menjadi konsekwensi penggantian risiko yang termasuk dalam kerugian potensial, dan lain sebagainya.

d. Dengan melakukan inspeksi atau pemeriksaan secara langsung, dengan demikian manajer risiko bisnis akan dapat belajar banyak tentang apa yang terjadi secara langsung dilapangan, dan ini merupakan cara yang sangat tepat dalam penanggulangan risiko bisnis secara dini.

e. Melakukan interaksi intens dengan departemen/divisi/ biro dalam perusahaan yang dijalankan. Beberapa cara dapat di lakukan, antara lain dengan:

   1) Melakukan kunjungan kepada departemen/divisi/biro dalam perusahaan secara rutin dapat menumbuhkan saling pengertian dan kepercayaan antara kedua belah pihak. Pemahaman lengkap tentang

aktivitas yang dilakukan serta kerugian potensial yang dihadapi di departemennya/divisinya/bironya.

2) Menerima, mengevaluasi, monitoring, sampai menanggapi laporan-laporan dari setiap departemen/divisi/biro dalam perusahaan, dapat meningkatkan pemahaman serta risiko yang mungkin dapatmereka alami. Sehingga penanggulangannya dapat segera di lakukan dan di kondisikan, agar jangan sampai risiko di departemennya/divisinya/bironya dapat terjadi.

f. Mengadakan inetraksi dengan pihak luar, yaitu dengan melakukan hubungan baik ersonal ataupun organisasi/perusahaan lain, utamanya pihak-pihak yang dapat membantu mencarikan jalan dalam menanggulangi risiko yang terjadi. Seperti ahli akuntansi, penasihat hokum, konsultan operasional, konsultan marketing, konsultan manajemen, asuransi dan lain sebagainya. Hal ini sangat membantu dalam pengidentifikasian kerugian potensial.

g. Menganalisis segala bentuk kontrak yang telah di lakukan oleh pihak lain/luar. Dari analisis inilah ditemukan kemungkinan adanya risiko. Misalnya: rekanan tidak memenuhi kewajibannya, denda dari keterlambatan, konsekwensi dari kewajiban yang harus dipenuhi, dan lain sebagainya.

h. Membuat dan menganalisis catatan secara teliti tentang kerugian-kerugian yang pernah dialami. Dari analisis catatan itulah, kemungkinan terulangnya risiko atau kerugian dapat di deteksi. Juga dapat diketahui penyebab, lokasi, jumlah dan variable risiko lainnya, yang perlu

penanganan khusus dalam upaya penanggulangan terjadinya risiko.

i. Mengadakan analisis lingkungan, ini sangat diperlukan untuk mengetahui kondisi yang dapat mempengaruhi timbulnya risiko potensial. Misalnya saja pemasok, penyalur, pesaing, *stake holder,* Pemerintah, termasuk *end user* (konsumen).

Untuk itu, seorang manajer risiko harus mampu melakukan prinsip-prinsip pengidentifikasian risiko secara mandiri, dapat juga membuat tim melalui jasa konsultan/ pihak ketiga, dan seterusnya. Namun menggunakan aajasa pihak ketiga ada kelemahan di samping keuntungannya. Karena pada umumnya pihak ketiga karena professional, maka hasilnya akan lebih lengkap dan obyektif. Kelemahannya tentu saja memelrlukan biaya yang tidak sedikit. Sehingga di butuhkan lebih perhatian bagi bisnis.

Pengidentifikasian risiko adalah langkah awal yang wajib di lakukan dalam manajemen risiko bisnis. Tujuan pengidentifikasian risiko tentu saja mengidentifikasi terjadinya ketidak pastian *(uncertainty)* dari awal, agar dapat tertanggulangi sejak dini, dan dapat di carikan solusi penanganannya. Untuk itu manajer risiko bisnis diharapkan mampu mengidentifikasi munculnya risiko potensial sejak awal, dan dapat mengelolanya dengan baik sampai tujuan bisnis tercapai.

Daftar Pustaka

D.Herman. 2010. Manajemen Risiko. Cetakan 12. Bumi Aksara. Jakarta.

Ferdinan Silalahi. Manajemen Risiko dan Asuransi. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Kendrick,T. 2015. Identifying ang Managing Project Risk: Essential Tools for Failure-Proofing Your Project. Amacom.

Wahyudi, Imam, dkk. 2013. Manajemen Risiko Bank Islam. Salemba Empat. Jakarta.

Garcia, F.J.P. 2017. Financial Risk Management: Identification, Measurement and Management. Springer.

Rivai, Veitzal. 2008. Islamic Financial Management. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Nugroho, A. 2013. Prinsip-prinsip Pengidentifikasian Risiko. *(online).*

http://masgug.blogspot.co.id/2013/05/blog-post.html.

Mulyana, D. 2011. Prinsip-prinsip Pengidentifikasian Risiko. *(online).* https://deden08m.files.wordpress.com/2011/09/kuliah-3-prinsip2pengidentifikasian-risiko.pdf.

Putu Sugih Arta; Dewa Gede Satriawan, dkk. 2021. Manajemen Risiko: Tinjauan Teori dan Praktis. Widina Bhakti Persada. Bandung.

Profil Penulis

Dr. Khusnul Khotimah, SE., MM

Ketertarikan penulis terhadap ilmu manajemen khususnya marketing dimulai pada tahun 1995 silam, saat penulis melanjutkan kuliah S1 di UNCEN Jayapura dan lulus di tahun 1999. Kemudian tahun 2006 melanjutkan studi S2 bidang marketing dan lulus di tahun 2008 di UMI Makassar. Selanjutnya 2013 penulis melanjutkan studi S3 *Doctor Management Science* dengan konsentrasi marketing dan lulus di tahun 2016 di UNPAD Bandung. Penulis aktif mengikuti *Conference* bidang marketing sejak masih kuliah, baik di tingkat Nasional maupun Internasional, di dalam negeri maupun di luar negeri. Penulis pernah mengikuti *Post Graduate in Social and Ecological Market Economy Workshop (SEME)* di Manado tahun 2017, kerjasama Universitas Paramadina Jakarta dengan *Kondrat Adenauer Stiftung* Berlin-Germany. Penulis juga pernah menjadi Dosen satu semester dalam RPL kerjasama UNIYAP Jayapura dan BINUS University Jakarta tahun 2020. Sebagai Dosen professional, selain aktif dalam berbagai organisasi, penulis juga sering di undang dari berbagai pihak, instansi, LSM, maupun BUMN dalam memberikan materi bidang marketing, dan melakukan berbagai *research marketing,* pengabdian masyarakat serta sebagai *keynote speech* berbagai *event webinar* bidang marketing. Penulis pernah menjadi *reviewer* di seminar nasional maupun internasional, juga sebagai *reviewer* jurnal dari PT di Indonesia.

Email Penulis: khusnul.khotimah1978@gmail.com

4

MANAJEMEN KAS

Nanik Yuzalmi, SE., MM
STIE Persada Bunda Pekanbaru

Pendahuluan

Kas perusahaan merupakan elemen yang penting dan merupakan urat nadi dari setiap bisnis. Oleh karena itu, manajemen kas yang efektif akan membantu perusahaan untuk menjaga kinerja keuangan sepanjang tahun. Anggaran kas merupakan pencatatan tentang posisi kas pada waktu tertentu yang memuat tentang penerimaan dan pengeluaran kas karena adanya rencana pembelian dan penjualan ataupun aktivitas lainnya. Manajemen Kas (*Cash Management*) merupakan suatu kumpulan kegiatan perencanaan, perkiraan, pengumpulan, pengeluaran dan investasi kas dari suatu perusahaan agar dapat beroperasi dengan lancar. Tanpa manajemen kas yang baik sebuah perusahaan bisa mengalami kebangkrutan karena kekurangan kas, walaupun ia menghasilkan profit. Karena situasi bisnis banyak memiliki ketidakpastian membutuhkan pengelolaan kas yang baik, perencanaan kas yang baik akan dapat mengidentifikasi potensi krisis kas sebelum itu terjadi.

Pada dasarnya, adanya manajemen kas bertujuan untuk mempertimbangkan risiko dana imbal hasil agar terjadi keseimbangan antara memiliki terlalu banyak atau sedikit kas. Jika terlalu sedikit kas yang diinvestasikan, maka mengurangi kesempatan untuk memperoleh imbal hasil yang lebih mendatangkan keuntungan dimasa yang akan

datang. Namun jika terlalu banyak kas yang di investasikan, maka akan terjadi *cash insolvency*. Kas yang cukup akan meningkatkan kemampuan perusahaan memenuhi segala pengeluaran yang dibutuhkan. Kas yang cukup artinya cadangan kas dipelihara pada titik minimum sehingga tidak terlalu banyak cash yang *idle* dan justru bisa mendatangkan potensi keuntungan jika diinvestasikan pada instrumen investasi.

Pengertian Manajemen Kas

Berikut definisi dan pengertian manajemen kas dari beberapa sumber buku dan referensi:

1. Menurut Megantara, dkk (2006), manajemen kas adalah pengelolaan kas yang dimiliki oleh suatu entitas dengan memperhatikan upaya-upaya pengendalian yang baik sehingga dapat digunakan secara efisien dan efektif dalam aktivitas operasional entitas tersebut.
2. Menurut Ambarwati (2010), manajemen kas adalah suatu sistem pengelolaan perusahaan yang mengatur arus kas (*cash Flow*) untuk mempertahankan likuiditas perusahaan serta memanfaatkan idle cash dan perencanaan cash.
3. Menurut Murwanto (2006), manajemen kas adalah strategi dan proses untuk mengelola secara efektif dan efisien arus kas jangka pendek dan saldo-saldo kas yang ada.
4. Menurut Sudana (2011), manajemen kas adalah strategi untuk menjaga saldo kas perusahaan yang cukup untuk menjalankan aktivitas usaha yang normal.

Fungsi Manajemen Kas

Tujuan utama dari manajemen kas yang baik bagi perusahaan adalah dapat mendanai pengeluaran-pengeluarannya tepat pada waktunya dan memenuhi setiap kewajiban ketika jatuh tempo. Menurut Murwanto (2006), beberapa tujuan dari manajemen kas antara lain yaitu:

1. Menyimpan seminimal mungkin saldo menganggur dalam sistem perbankan dan menekan seminimal mungkin biaya-biaya yang terkait dengan penyimpanan saldo tersebut pada sistem perbankan.
2. Mengurangi risiko operasional, risiko kredit dan risiko pasar yang terkait dengan kegiatan pemerintah dan pendanaan kegiatan pemerintah.
3. Menambah fleksibilitas perusahaan dalam menentukan kapan penerimaan kas ditandingkan dengan pengeluaran kas.
4. Mendukung kebijakan-kebijakan keuangan lainnya.

Motif Perusahaan Memiliki Kas

Pengelolaan kas merupakan fungsi keuangan yang vital dan mendasar dalam sebuah perusahaan. Hal ini berperan dalam perencanaan dan pengendaliaan kas, karena di dalam aktivitasnya manajer keuangan harus mengetahui besarnya jumlah kas yang diperlukan setiap saat. Menurut Syahyunan (2004:50) ada beberapa motif (dorongan) yang menyebabkan perusahaan perlu memiliki sejumlah kas. Dorongan-dorongan inilah yang menentukan berapa jumlah kas yang harus dimiliki perusahaan. Motif- motif tersebut adalah sebagai berikut:

1. Motif Transaksi

Motif transaksi yang dimaksudkan bahwa perusahaan membutuhkan sejumlah uang tunai membiayai kegiatannya sehari- hari, seperti untuk membayar gaji dan upah, membeli barang, membayar tagihan, dan pembayaran hutang kepada kreditur apabila jatuh tempo.

2. Motif Berjaga-Jaga

Motif berjaga-jaga dimaksudkan untuk berjaga- jaga terhadap kebutuhan yang mungkin terjadi tetapi tadak jelas kapan terjadinya, (misalnya kebakaran, kecelakaan).

3. Motif Spekulatif

Motif Spekulatif dimaksudkan untuk mengambil keuntungan jika kesempatan itu ada, seperti perusahaan menggunakan kas yang dimilikinya untuk di investasikan pada sekuritas (saham dan obligasi) dengan harapan setelah membeli sekuritas tersebut harganya akan naik.

4. Motif *Compensating*

Balance Motif ini sebenarnya lebih merupakan keterpaksaan perusahaan meminjam sejumlah uang di bank. Apabila perusahaan meminjam uang di bank, biasanya bank menghendaki agar perusahaan tersebut meninggalkan sejumlah uang di rekeningnya.

Ada tiga hal yang ingin dilakukan oleh manajer keuangan ketika mengelola kas (Mamduh M Hanafi, 216):

1. Mempercepat pemasukan kas.
2. Memperlambat pengeluaran kas.
3. Memelihara saldo kas yang optimal.

Dengan dua langkah pertama (langkah 1 dan 2*), cash availability* (ketersediaan kas) diharapkan akan meningkat. Semakin besar ketersediaan kas (atau kas yang bisa dipegang oleh perusahaan), semakin baik untuk perusahaan. Manajer keuangan kemudian mempunyai kesempatan yang lebih besar untuk memanfaatkan kas yang dipegang tersebut. Karena itu tugas manajemen keuangan yang ketiga adalah memelihara saldo kas yang optimal. Yaitu saldo kas yang tidak terlalu tinggi (kas mengatur berkurang), tetapi bisa memenuhi kebutuhan likuiditas perusahaan.

Meningkatkan *cash availability* konsisten dengan tujuan meningkatkan cash *conversation cycle* (lihat bab mengenai model kerja). Siklus kas (*cash conversion cycle*) yang kecil akan menurunkan investasi pada modal kerja. Perusahaan dagang demikian bisa menghemat dana investasi pada modal kerja. Perusahaan dagang demikian bisa menghemat dana investasi pada modal kerja. Di samping itu, jika waktu memegang kas diperpanjang, perusahaan mempunyai kesempatan yang lebih banyak untuk memanfaatkan kas tersebut.

Perpanjangan waktu tersebut bisa dilakukan dengan (1) mempercepat pembayaran dari pelanggan (aliran kas masuk), dan/atau (2) memperlambat pengeluaran (ke pemasok). Tentu saja dalam aktivitas tersebut, manajer harus ingin *constraint* (pembatasan) yang perlu diketahui, yaitu reputasi perusahaan tidak turun. Manajer bisa saja tidak membayar kewajibannya agar bisa menunda pembayaran, tetapi cara semacam itu tentunya tidak etis dan bisa merusak reputasi perusahaan. Setelah saldo kas dipegang oleh perusahaan, langkah beriktunya adalah menentukan saldo kas yang optimal. Kas merupakan aset yang tidak menghasilkan tingkat keuntungan. Karena itu kas yang telalu tinggi akan cenderung menurunkan produktivitas. Tetapi kas yang terlalu kecil akan

meningkatkan risiko likuiditas, yaitu risiko perusahaan tidak bisa menandai aktivitasnya saldo kas yang optimal dengan demikian perlu ditentukan. Bagian berikutnya membicarakan cara mempercepat pengeluaran kas, cara memperlambat pengeluaran kas, dan menentukan saldo kas optimal.

Budget Kas

Manajer bisa menggunakan beberapa untuk mempercepat pemasukan kas dan memperlambat pengeluaran kas. Berikut ini cara-cara yang bisa dilakukan oleh manajer keuangan.

Perencanaan Kas

Aspek utama perencanaan kas adalah penyusunan anggaran kas. Manajer harus menyiapkan daftar kegiatan untuk menimbulkan kas (pembelanjaan) dan kegiatan menggunakan kas (pengoperasian dan penginvestasian). Atau membuat proyeksi *Cash in flow, Cash out flow* dan *balance* (saldo).

Agar tujuan tercapai, ada 2 hal yang harus dilakukan:

1. Menentukan sumber penerimaan kas, misal; kas dari operasi rutin, kas dari pelunasan utang jangka panjang, investasi dari pemilik, penjualan aktiva tetap, mengeluarkan obligasi dll
2. Menentukan rencana penggunaan kas, misal; pembayaran dividen, pembayaran utang jangka panjang, pembelian aktiva tetap, membayar gaji karyawan, dll

Berdasarkan 2 hal tadi maka manajemen dapat mengetahui seberapa besar kas yang dibutuhkan atau seberapa besar kas yang menganggur, selanjutnya dapat

ditentukan langkah selanjutnya terhadap kas yang berlebihan/menganggur.

Penerimaan Kas

Mempercepat pemasukan kas bertujuan menaikkan ketersediaan kas (daripada kas dipegang oleh perusahaan lain, lebih baik dipegang dan dikelola oleh manajer keuangan).

1. Penjualan Kas

Cara ini tentunya merupakan cara yang paling langsung. Dengan penjualan kas, tanpa piutang, manajer keuangan akan memperoleh kas. Piutang atau kredit hanya akan menunda penerimaan kas. Tetapi piutang atau penjaualan kredit kadang-kadang diperlukan untuk meningkatkan penjualan, dan dengan demikian meningkatkan keuntungan perusahaan. Apabila pesaing-pesaing perusahaan menawarkan penjualan kredit, maka perusahaan yang menawarkan hanya penjualan tunai akan berada dalam posisi persaingan yang kurang menguntungkan. Dengan demikian penjualan kredit diperlukan tetapi harus ada cara-cara untuk mempercepat pemasukan kas dari penjualan kredit tersebut.

2. Potongan Kas (*Cash Discount)*

Potongan kas ditujukan untuk mempercepat pembayaran piutang oleh pembeli/ pelanggan perusahaan. Term atau persyaratan potongan kas biasanya adalah 1/10–n/30. Penawaran semacam itu bisa dibaca sebagai "Perusahaan menawarkan potongan (discount) sebesar 1% apabila pelanggan bersedia membayar dalam jangka waktu 10 hari. Apabila pelanggan tidak mau memanfaatkan tawaran tersebut, pelanggan harus melunasi utangnya dalam

jagka waktu 30 hari. Pembayaran dalam jangka waktu 11 sampai 30 hari tidak akan memperoleh potongan".

Apabila dalam jangka waktu 30 hari piutang tersebut belum dibayarkan, perusahaan bisa mengubah piutang dagang tersebut menjadi piutang wesel. Piutang wesel merupakan janji tertulis pelanggan akan membayar sejumlah uang tertentu, beserta bunganya, dalam jangka waktu tertentu. Piutang wesel mempunyai kekuatan hukum yang lebih tinggi dibandingkan dengan piutang dagang yang biasanya hanya timbul dari kebiasaan bisnis (tanpa bukti tertulis yang cukup). Apabila pelanggan berniat memanfaatkan potongan kas, maka ia akan membayar pada hari kesepuluh, bukannya pada hari pertama. Kenapa? Karena pelanggan masih bisa menunda pengeluaran kas. Jika pelanggan tidak berniat memanfaatkan potongan kas, maka sebaiknya pelanggan membayar pada hari ketiga puluh, dengan alasan yang sama dengan alasan sebelumnya.

3. Desentralisasi Pusat Penerimaan Pembayaran

Misal pelanggan tersebar secara geografis, dan pelanggan mempunyai kebiasaan menggunakan pos wesel sebagai alat pembayaran, atau cek pribadi pada negaranegara maju. Untuk menentukan baik tidaknya alternatif ini, penghematan uang (atau manfaat dari pengehematan uang tersebut) masih harus dibandingkan dengan biaya pelaksanaan *concertration banking* tersebut.

4. Lockboxes

Lockboxes mempunyai ide yang sama dengan *concentration banking*. Misalkan pembeli tersebar ke dalam pelosok-pelosok kota. Cara mempercepat pembayaran mereka adalah dengan mendirikan kotak-kotak penerimaan yang ditaruh di kantor pos.

Pelanggan cukup memasukkan pembayaran di kotak di kantor pos yang terdekat. Pelanggan tidak perlu pergi ke kantor pusat untuk melunasi tagihan mereka. Kemudian setiap periode tertentu (misal, setiap hari atau dua hari sekali) petugas perusahaan berkeliling untuk mengumpulkan pembayaran dalam kotak-kotak tersebut. Dengan cara tersebut pembayaran bisa dipercepat. Apakah alternatif ini baik atau tidak aka ditentukan oleh pertimbangan manfaat dan biayanya. Jika manfaat lebih besar dibandingkan dengan biayanya, maka alternatif ini merupakan alternatif yang baik.

Pengeluaran Kas

Memperlambat pembayaran mempunyai tujuan yang sama dengan mempercepat pemasukan, yaitu agar perusahaan mempunyai kesempatan yang lebih lama untuk menggunakan kas. Ada pembatasan hang harus diperhatikan, yaitu reputasi *(credit standing*) perusahaan tidak turun dikarenakan upaya memperlambat aliran kas keluar. Alternatif yang paling mudah untuk menunda pembayaran kas adalah menolak untuk membayar. Tetapi tentu saja alternatif tersebut tidak layak dilakukan, karena akan merusak reputasi perusahaan.

Ada beberapa cara untuk memperlambat pembayaran.

1. Pembelian dengan Kredit

Pembelian dengan kredit berarti supplier mendanai lebih dulu pembelian yang dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan dengan demikian mempunyai kesempatan untuk menunda pengeluaran kas. Biasanya pembeli kredit akan lebih mahal dibandingkan dengan pembelian tunai. Untuk itu perusahaan bisa menghitung manfaat dan biaya yang berkaitan dengan pembelian kredit tersebut.

Apabila manfaat dari penundaan tersebut lebih besar dibandingkan dengan biaya yang timbul karena harga kredit yang lebih mahal, maka alternatif pembelian dengan kredit bisa dilakukan.

2. Memanfaatkan Float

Float merupakan selisih perbedaan saldo bank dengan saldo kas perusahaan. Ada tenggang waktu untuk menguangkan cek. Apabila perusahaan bisa menaksir jumlah float setiap periodenya dengan cukup akurat, maka float tersebut bisa dimanfaatkan sebagai sumber dana. Risiko yang mungkin timbul dari cara semacam itu adalah peramalan yang salah yang mengakibatkan overdrawn (jumlah kewajiban melebihi saldo kas yang ada). Bank bisa memberi "pinalti atau denda" terhadap overdrawn semacam itu, kecuali kalau perusahaan mempunyai perjanjian khusus dengan bank.

Analisis Manfaat dan Biaya untuk Penerimaan/ Pengeluaran Aliran Kas

Sama seperti prinsip analisis ekonomi pada umumnya, analisis manfaat biaya bisa digunakan untuk memutuskan apakah alternatif mempercepat atau memperlambat aliran kas sebaiknya dilakukan atau tidak. Alternatif akan dilakukan jika manfaatnya lebih besar dibandingkan dengan biayanya. Sebagai contoh, perusahaan sedang mempertimbangkan desentralisasi pusat penerimaan pembayaran. Saat ini pembayaran dikirimkan ke kantor pusat di Jakarta. Perusahaan sedang mempertimbangkan dua pusat penerimaan yang baru, yaitu di Ujung Pandang untuk wilayah Indonesia bagian timur, dan di Medan untuk wilayah Indonesia bagian barat. Misalkan rata-rata ada 150 pos wesel yang dikirimkan ke kantor pusat di Jakarta, masing-masing 50 dari wilayah Indonesia bagian barat, tengah dan timur.

Rata-rata waktu yang dibutuhkan dari wilayah timur dan barat ke kantor pusat adalah 14 hari. Sedangkan waktu yang dibutuhkan dari Indonesia tengah adalah lima hari. Pendirian pusat penerimaan baru hanya akan mempengaruhi pengiriman pembayaran dari wilayah Indonesia bagian timur dan barat. Rata-rata kas beredar setiap harinya adalah Rp100,000,00. Tingkat bunga adalah 15% pertahun. Pajak adalah 30%. Ada 360 hari dalam satu tahun.

Manfaat bisa dihitung sebagai biaya bunga yang bisa diperoleh jika perusahaan memegang kas. Penghematan jangka waktu bisa dihitung sebagai berikut ini.

Penghematan dari Indonesia bagian timur:
14 hari – 7 hari = 7 hari

Penghematan dari Indonesia bagian barat:
14 hari – 7 hari = 7 hari

Penghematan dari Indonesia bagian timur:
7 hari – 7 hari = 0 hari

Total pengehematan (dalam hari) 14 hari

Total penghematan (dalam Rupiah): 14 x Rp100.000,00 x 100= Rp140.000.000,00

Bunga tambahan yang bisa diperoleh melalui penghematan tersebut adalah Rp40.833,00 per hari, yang dihitung sebagai berikut ini.

14 x 100 x Rp100.000,00 x (0,15 / 360) x 0,7 = Rp40.833,00

Jika biaya yang dikeluarkan lebih kecil dari Rp40.833,00, maka alternative desentralisasi pusat penerimaan pembayaran tersebut layak sebagai berikut ini.

Misalkan kita ingin menentukan beraoa volume pos wesel minimal supaya alternatif mempercepat peasukan kas

tersebut bisa dilakukan. Tambahan biaya yang diperlukan adalah Rp10.000,00 per hari. Tingkat bunga 15% per tahun, pajak perusahaan 30%, total penghematan waktu adalah 14 hari. Berapa volume pos wesel minimal agar alternatif tersebut bisa dilakukan?

Tambahan Biaya = Tambahan Mnafaat

10.000 = 14 x (Poswesel Minimal) x (0,15/360) x 0,7

Poswesel Minamal = Rp2.448.980,00

Jika poswesel yang dikirimkan mempunyai rata-rata nilai sebesar sekitar Rp2,4 juta per hari, maka alternatif desentralisasi pusat penerimaan pembayaran layak dilakukan.

Model Manajemen Kas

Menurut Murwanto (2006), untuk mencapai manajemen kas yang efektif dan efisien terdapat beberapa unsur dalam setiap elemen-elemennya yang harus dikelola, yaitu sebagai berikut:

1. Model Boumel

Menurut Boumal, kebutuhan kas dalam perusahaan hampir mirip dengan pemakaian persediaan. Maka dari itu, Boumal berkata jika manajemen kas dan manajemen perusahaan memiliki suatu kesamaan jika ditinjau dari aspek keuangan. Jika sebuah perusahaan memiliki saldo kas yang tinggi, maka perusahaan akan kehilangan kesempatan untuk menginvestasikan dana yang dimilikinya tersebut jika terdapat kesempatan investasi lain yang akan lebih menguntungkan begitupun juga sebaliknya. Model Baumol mengasumsikan bahwa pemakaian kas selalu konstan setiap waktu, model ini tidak cocok untuk kondisi ketidakpastian pemakaian kas.

Total biaya transaksi yang akan diminimalkan untuk memperoleh saldo kas optimal terdiri dari dua item:

a. Biaya simpan: yang berupa biaya kesempatan (opportunity cost) yang muncul karena perusahaan memegang kas, bukannya memegang surat berharga. Dengan kata lain, biaya kesempatan adalah pendapatan bunga yang tidak bias diperoleh karena perusahaan memegang kas. Pendapatan bunga (yang hilang) tersebut dihitung sebagai tingkat bunga investasi pada surat berharga yang dikalikan saldo kas rata-rata.
b. Biaya transaksi: biaya transaksi dihitung dari biaya yang harus dikeluarkan ketika manajer keuangan manjual surat berharga. Dengan kata lain, biaya transaksi merupakan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh saldo kas tersebut.

b. Model Miller Orr

Model *Miller Orr* mengasumsikan bahwa saldo kas berfluktuasi dari waktu ke waktu secara random (acak). Model ini lebih cocok untuk diterapkan oleh banyak perusahaan yang saldo kasnya berfluktuasi. Model ini pada dasarnya menentukan batas atas dan batas bawah saldo kas, serta menentukan saldo kas yang optimal yang perlu dimiliki oleh perusahaan. Dalam model manajemen kas ini, baik pemasukan maupun pengeluaran kas turut disertakan. Model ini, berasumsi bahwa arus kas bersih harian (arus kas masuk dikurangi arus kas keluar) tersebar secara normal. Arus kas bersih dapat berupa nilai yang diharapkan (*Expected Value*) atau bisa juga disebut nilai lebih tinggi atau nilai yang lebih rendah.

Untuk menghitung saldo kas dengan menggunakan model *Miller-Orr*, berikut ini ringkasan langkah-langkah yang harus kita lakukan.

a. Menentukan batas minimal, apakah 0 atau jumlah tertentu yang menjadi jumlah minimal yang aman (minimum *safety*);
b. Menghitung standar deviasi aliran kas harian. Standar deviasi tersebut bisa dihitung dengan menggunakan data historis aliran kas bersih harian;
c. Menentukan tingkat bunga harian;
d. Memperkirakan biaya transaksi pembelian/penjualan surat berharga. Miller dan ORR melakukan empat langkah tersebut untuk menguji model mereka, dengan menggunakan data sembilan bulan untuk saldo kas perusahaan besar. Model mereka bisa menghasilkan rata-rata kas harian yang jauh lebih kecil dibandingkan dengan saldo kas sesungguhnya yang diperoleh oleh perusahaan. Dengan kata lain, model mereka bisa menghasilkan saldo kas yang lebih optimal dibandingkan saldo kas yang dipunyai oleh perusahaan dalam penelitian mereka.

Daftar Pustaka

Ambarwati, Sri Dwi Ari. 2010. *Manajemen Keuangan Lanjutan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Hanafi. 2004. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: BPFE

Megantara, Andie, dkk. 2006. *Manajemen Perbendaharaan Pemerintah Aplikasi di Indonesia***.** Lembaga Pengkajian Keuangan Publik dan Akuntansi Pemerintah (LPKPAP).

Murwanto, Rahmadi, dkk. 2006. *Manajemen Kas*. Jakarta: Lembaga Pengkajian Keuangan Publik dan Akuntansi Pemerintah (LPKPAP).

Sudana, I Made. 2011. *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktek*. Jakarta: Erlangga.

Sucipto. 2007. *Penilaian Kinerja Keuangan*. Jurnal Akuntansi Universitas Sumatra Utara.

Syamsudin, Lukman. 2000. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Profil Penulis

Nanik Yuzalmi, SE., MM

Penulis merupakan dosen tetap di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Persada Bunda dan menyelesaikan pendidikan Sarjana Ekonomi (S.E) jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Lancang Kuning (UNILAK) pada tahun 2013 kemudian, penulis menyelesaikan studi Magister Manajemen (M.M) di prodi Manajemen UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA (UMJ) tahun 2015, Penulis memiliki kepakaran di bidang manajemen sumber daya manusia, manajemen pemasaran, manajemen Konflik, strategik dan Bisnis. Pengalaman bekerja dimulai sebagai staff di PT. Al-Ittihat Pekanbaru (2008 – 2011), staff di kantor BKMT Provinsi Riau (2011-2017), sebagai Dosen tetap di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Persada Bunda tahun 2017 hingga sekarang, menjadi dosen luar biasa di Fakultas Komunikasi Dakwah Jurusan Manajemen Dakwah di UIN Suska Riau 2016 hingga sekarang. Hingga saat ini penulis Aktif di Organisasi Badan Kontak Manajelis Taklim (BKMT) Provinsi Riau (2017 hingga saat ini) dan menjadi anggota profesi Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI).

Email Penulis: n.yuzalmi@gmail.com

5

PENILAIAN SURAT BERHARGA

Ulfa Rabiyah SE., M.Ak., Ak., CA.
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMKOP Makassar

Pendahuluan

Bagaimana menilai suatu aset, khususnya sekuritas, adalah topik artikel ini. Konsep Present Value berfungsi sebagai dasar untuk harga (nilai) suatu sekuritas. Surat-surat berharga, yang terkait erat dengan hak tertentu dan memiliki nilai objektif agar dapat diperjualbelikan, adalah surat-surat berharga di pasar modal. Hak yang terkait erat tersebut dapat mencakup hak untuk menuntut penyerahan barang, hak yang berkaitan dengan bisnis, atau hak untuk menagih sejumlah uang.

Proses penentuan harga aset perusahaan atau aset modal dikenal sebagai valuasi. Penilaian aset modal perusahaan dalam bentuk surat berharga seperti obligasi, saham preferen, dan saham biasa untuk menentukan nilainya.

Menurut Wirjono Prodjodikoro, surat-surat yang mirip dengan uang tunai dan dapat digunakan untuk melakukan pembayaran disebut surat berharga. Artinya, surat-surat berharga itu dapat diperjualbelikan, sehingga sewaktu-waktu dapat ditukar dengan uang tunai atau surat berharga lainnya. “Surat berharga adalah surat yang oleh penerbitnya sengaja diterbitkan sebagai pelaksanaan pemenuhan suatu prestasi, yang berupa pembayaran sejumlah uang. Tetapi pembayaran itu tidak dilakukan dengan menggunakan mata uang, melainkan

dengan menggunakan alat bayar lain. Alat bayar itu berupa surat yang di dalamnya mengandung suatu perintah kepada pihak ketiga, atau pernyataan sanggup untuk membayar sejumlah uang kepada pemegang surat tersebut".

"Surat yang mempunyai harga atau nilai, bukan alat pembayaran, penerbitannya tidak untuk diperjual belikan, melainkan sekedar sebagai alat bukti diri bagi pemegang bahwa dia sebagai orang yang berhak atas apa yang disebutkan atau untuk menikmati hak yang disebutkan di dalam surat itu. Bahkan bagi yang berhak, apabila surat bukti itu lepas dari penguasaannya, ia masih dapat memperoleh barang atau haknya itu dengan menggunakan alat bukti lain".

Materi ini akan membahas tentang sekuritas sebagai berikut: Saham preferen (disebut juga obligasi), saham, dan saham Investasi adalah suatu komitmen untuk menempatkan uang pada suatu tempat tertentu selama jangka waktu tertentu untuk mendapatkan tingkat pengembalian tertentu.Kewajaran nilai aset hanya dapat ditentukan dengan menilai sekuritas. Pengembalian yang diharapkan dibandingkan dengan pengembalian aset sama dengan harga wajar aset.

Pengertian Penilaian

Proses penentuan harga aset perusahaan atau aset modal dikenal sebagai valuasi. Penilaian aset modal perusahaan berupa surat berharga seperti obligasi, saham preferen, dan saham biasa untuk menentukan nilainya. Penerimaan yang akan diperoleh dalam masa depan adalah komponen penilaian.

Obligasi dan Valuasi Saham

1. Obligasi

Obligasi adalah surat promes yang diterbitkan perusahaan dengan jangka waktu lebih dari satu tahun. Nilai nominal, tingkat bunga, dan validitas obligasi semuanya telah ditentukan sebelumnya. Perusahaan yang memberikan pinjaman atau kreditur dikenal sebagai pemegang obligasi atau pemegang obligasi. Bila mereka membeli obligasi, investor terutama mencari pengembalian atau hasil atau hasil yang mereka antisipasi untuk diterima di masa depan.

Istilah obligasi meliputi:

a. Harga Obligasi yang tercatat adalah nilai nominal, atau nilai nominal. Sebuah obligasi, misalnya, memiliki nilai nominal Rp. 1 juta Pemegang obligasi akan menerima pengembalian sebesar Rp1 juta pada saat jatuh tempo,1 juta dari penerbit obligasi.
b. Penerbit obligasi akan bertanggung jawab untuk membayar kupon, yaitu tingkat bunga berdasarkan nilai nominal. Misalnya, perusahaan x menerbitkan obligasi dengan kupon 20% yang jatuh tempo setiap tahun selama sepuluh tahun. Pembayaran sebesar Rp akan dilakukan kepada pemegang obligasi.1.000.000 x 20% = Rp.200.000,- / thn.
c. Jatuh tempo obligasi biasanya dinyatakan dalam tahun. Misalnya, obligasi 10 tahun yang diterbitkan pada tahun 2013 akan memiliki nilai nominal Rp ketika jatuh tempo pada tahun 2023 sepuluh tahun dari sekarang, 1 juta, setelah itu penerbit obligasi akan menebus obligasi yang akan jatuh tempo sebesar nilai nominalnya sebesar Rp.1 Juta

Beberapa Arti "YIELD" dalam Obligasi:

a. "YIELD TO MTURITY" (YTM) mengacu pada jumlah keuntungan yang akan diperoleh investor jika mereka memegang obligasi sampai "tanggal jatuh tempo" mereka.
b. "YIELD TO CALL" (YTC): Apakah jumlah yang akan diperoleh investor jika obligasi dilunasi sebelum jatuh tempo?
c. HASIL OBLIGASI: adalah hasil bunga dibagi dengan harga pasar obligasi.

Jenis Bahaya Obligasi

a. Risiko Daya Beli dan Risiko Inflasi
   Risiko inflasi adalah dampak inflasi terhadap investasi. Daya beli imbal hasil obligasi—pokok ditambah kupon atau suku bunga—berkurang saat inflasi naik. Lebih sedikit barang yang akan dibeli dengan pendapatan yang sama. Ketika inflasi pada 4%, misalnya, investasi obligasi hanya mengembalikan $9.600.000 untuk setiap $10.000.000 yang diinvestasikan.
b. Risiko Suku Bunga
   Dampak perubahan suku bunga terhadap pengembalian obligasi dikenal sebagai risiko suku bunga. Harga obligasi turun ketika harga naik. Harga obligasi yang ada akan turun sebagai akibat dari pengembalian yang lebih rendah yang mereka berikan jika suku bunga bangkit. Kebalikannya juga akurat. Meskipun obligasi jangka panjang sangat mungkin terpengaruh, obligasi jangka pendek kurang rentan terhadap risiko ini.

c. Risiko Reinvestasi

Risiko reinvestasi adalah kemungkinan bahwa investor tidak akan dapat menginvestasikan kembali arus kas pada tingkat yang sebanding dengan pengembalian obligasi saat ini. Ketika tingkat kupon obligasi lebih rendah dari tingkat pasar, hal ini biasanya terjadi.

Katakanlah obligasi $1.000.000 memiliki tingkat kupon 8% dan tingkat pasar 4%. Setelah itu, kupon Rp80.000 yang diperoleh pada tingkat pasar saat ini akan diinvestasikan kembali pada tingkat 4% daripada kupon 8% rate.Reinvestasi risiko adalah istilah untuk ini.

d. Risiko Kredit

Ketidakmampuan penerbit obligasi untuk membayar pemberi pinjaman tepat waktu menimbulkan risiko kredit. Pemberi pinjaman mengalami kerugian mulai dari sedang hingga parah sebagai akibat dari gangguan arus kas ini. Dua faktor terpenting yang dapat menentukan risiko kredit adalah risiko seseorang kemampuan membayar dan riwayat kredit.

e. Risiko Likuiditas

Ketika menjadi sulit untuk menjual obligasi di pasar kecil dengan sedikit pembeli dan penjual, risiko likuiditas terjadi. Likuiditas rendah dan volatilitas tinggi mencirikan pasar yang sempit.

f. Risiko sistematis dan risiko pasar adalah hal yang sama.

Risiko pasar adalah peluang kehilangan uang karena hal-hal seperti perlambatan pasar dan perubahan nilai tukar. Risiko pasar memiliki dampak simultan di seluruh pasar. Tidak peduli seberapa bagus investasi di pasar obligasi, itu akan selalu kehilangan nilai ketika pasar jatuh.

Jenis risiko pasar lainnya adalah risiko suku bunga.

g. Initial/Default Risk
   Ketidakmampuan perusahaan penerbit obligasi untuk melakukan pembayaran yang diperlukan dikenal sebagai default risk. Jenis lain dari risiko kredit muncul ketika peminjam gagal memenuhi kondisi yang disepakati. Ini disebut risiko default.
h. Risiko Peringkat
   Investasi obligasi juga dapat mengalami risiko peringkat ketika berbagai faktor spesifik obligasi dan pasar mempengaruhi peringkat obligasi, menurunkan nilai dan permintaannya.

   Jenis risiko obligasi yang disebutkan di atas hampir selalu menurunkan nilai kepemilikan obligasi. Permintaan obligasi menurun ketika nilainya turun, sehingga penerbit memiliki lebih sedikit pilihan untuk pembiayaan. Sifat risiko tidak selalu berdampak langsung pada kedua belah pihak. Meskipun menguntungkan bagi satu pihak, namun berisiko bagi pihak lain.

Penilaian Obligasi

Nilai obligasi dapat dihitung dengan menambahkan nilai sekarang dari anuitas (pembayaran bunga) ke nilai sekarang dari lump sum (pokok), atau harga obligasi adalah Nilai Sekarang dari semua arus kas yang dihasilkan oleh obligasi (yaitu, kupon dan nilai nominal) didiskontokan pada tingkat pengembalian yang disyaratkan.

PVannuity ditambah nilai par PV adalah nilai sekarang obligasi.

Formula Penilaian Obligasi

$$PV = \frac{cpn}{(1+r)^1} + \frac{cpn}{(1+r)^2} + \ldots + \frac{(cpn+par)}{(1+r)^t}$$

Dimana :

cpn adalah kupon, r adalah tingkat pengembalian atau diskonto yang disyaratkan, dan par adalah nilai par.

Seiring waktu, perubahan nilai obligasi

Harga biasanya sama atau mendekati nilai nominal saat pertama kali diterbitkan. Meskipun tingkat bunga berubah seiring waktu, tingkat kupon tetap sama setelah obligasi diterbitkan. Harga obligasi akan turun di bawah nilai nominal obligasi setiap saat tingkat bunga (kd) melebihi tingkat kupon. Obligasi diskon adalah nama obligasi ini. Obligasi diskon adalah obligasi yang dijual dengan harga lebih rendah dari nilai nominalnya. Harga obligasi akan naik di atas nilai nominal obligasi setiap kali tingkat bunga (kd) lebih rendah dari tingkat kupon. Obligasi premium adalah nama obligasi ini. Obligasi yang dijual di atas nilai nominalnya dikenal sebagai obligasi premium.Akibatnya, harga obligasi akan turun saat suku bunga naik, sedangkan harga obligasi akan naik seiring bunga tingkat jatuh (hubungan terbalik).

2. Saham Preferen

Saham preferen adalah saham kepemilikan dengan keuntungan berbeda dibandingkan saham standar. Manfaat dari saham preferen: Sebelum dividen saham biasa dan distribusi aset perusahaan dalam hal likuidasi, pembayaran dividen ditetapkan setiap tahun.

Ciri-ciri saham preferen:

a. Kecenderungan menuju dividen
b. Pengutamaan aset selama proses likuidasi.
c. Dapat diubah menjadi saham biasa.
d. Dapat ditukar sesuai kebijakan perusahaan.
e. Tidak memiliki hak pilih.

Manfaat saham preferen untuk bisnis:

a. Dividen dan dividen yang belum dibayarkan harus dilunasi sebelum dividen preferen dapat dibayarkan.
b. Jika perusahaan bangkrut, pemegang saham preferen tidak terpengaruh. Jika perusahaan mengalami penurunan laba, pemegang saham preferen tidak terlibat.
c. Jika perusahaan belum membayar kewajiban saham preferennya,
d. perusahaan tidak dapat menjaminkan asetnya.

Aspek negatif dari saham preferen untuk bisnis

a. Perusahaan tidak dapat memenuhi permintaan saham preferen karena sangat tinggi.
b. Dividen saham preferen dihitung sebelum pajak.

Manfaat saham preferen bagi investor

a. Saham preferen biasanya menawarkan pengembalian tetap dalam bentuk pembayaran dividen secara teratur.
b. Jika perusahaan pailit, pemegang saham preferen akan diselesaikan haknya terlebih dahulu, di depan pemegang saham biasa.

c. 85% dari dividen yang akan diterima investor terkait dengan dividen atas saham preferen. Misalnya, jika perusahaan memegang saham preferen dan menerima dividen $10.000, hanya 15% (atau $1.500) dari pendapatan yang dikenakan pajak. Sisanya 85 persen adalah nilai tambah untuk dividen dan tidak dibebankan.

Penilaian Saham Preferen

Saham yang membayar dividen dalam jumlah yang telah ditentukan selama periode waktu yang diperpanjang. Penilaian saham preferen bersifat abadi karena tidak memiliki tanggal jatuh tempo.

$$Po = \frac{Dps}{Kps}$$

Dimana :

P_0 = Nilai saham preferen

Dps = dividend saham preferen

Kps = tingkat return yang disyaratkan pd saham preferen

3. Saham Biasa (*Common Stock*)

Saham biasa atau disebut juga *common stock* adalah pilihan keamanan pertama yang memungkinkan para investor melakukan pembelian sebagian bisnis dengan saham yang dimiliki. *Common stock* kerap mempunyai fasilitas berupa memberikan para investor hak untuk dapat memilih pihak dewan direksi atau memberikan hal suaranya terkait pengambilan kebijakan.

Namun, ada risiko yang terkait dengan saham biasa, seperti fakta bahwa memiliki saham terkadang bisa lebih berisiko daripada memiliki obligasi sebagai

investasi. Selain itu, saham biasa tidak sama dengan saham preferen, yang menempatkan investor di posisi teratas. daftar pembagian dividen berdasarkan jumlah saham yang dimiliki.

Pemilik saham biasa terkadang juga menerima pembayaran dividen. Namun, hal ini dapat terjadi setelah pembayaran kepada pemilik saham preferen.

Beberapa karakteristik dari *common stock* adalah:

a. Ketersediaan. Aspek ini menjadi karakteristik umum untuk para investor memiliki bagian perusahaan.

b. Hak pilih. Saham umumnya hadir bersamaan dengan hak pilih para anggota untuk para dewan direksi dan acara tertentu, termasuk akuisisi, pembagian saham, atau merger.

Perbedaan antara ***Common Stock*** dan Saham Preferen

Perbedaan antara saham preferen dan *common stock* adalah kemungkinan bagi para investor untuk menjadi pemilik sebagian perusahaan. Perbedaan lain antara kedua jenis saham ini yaitu:

a. Total Dividen

Pemasukan atau dividen yang dibayarkan untuk pemilik *common stock* adalah variabel yang dapat mengalami perubahan sesuai dengan keputusan petinggi perusahaan. Sementara itu, dividen yang diberikan pada pemilik saham preferen telah ditetapkan, serupa dengan metode pembayaran bunga investasi obligasi.

b. Lebih Minim Risiko

Apabila sebuah bisnis mengalami kebangkrutan atau pailit, pemilik saham preferen mendapatkan

klaim atas kekayaan perusahaan tersisa lebih tinggi dibandingkan dengan pemilik saham biasa. Ini diasumsikan bahwa masih ada sisa dana setelah semua hutang dilunasi.

c. Dibs Terhadap Dividen

Apabila perusahaan membayarkan dividen, maka pemilik saham preferen akan mendapatkan bayaran terlebih dahulu, lalu baru pemilik saham biasa. Apabila perusahaan memutuskan untuk menunda dividen, maka dividen yang menjadi hak pemilik saham preferen akan terakumulasi. Sementara itu, apabila perusahaan melanjutkan dividen, pemilik saham favorit akan mendapatkan bayaran terlebih dahulu sebelum pemilik *common stock* yang mendapatkan satu persen.

d. Konversi terhadap jenis saham

Pemilik saham preferen terkadang berkesempatan melakukan perubahan saham mereka menjadi *common stock* atau disebut dengan saham preferen konversi. Artinya, baik dewan direksi maupun pemilik saham dapat mengganti saham pilihan menjadi *common stock*. Perubahan tersebut bisa mengakibatkan investor mengalami untung maupun rugi. Kondisi ini bergantung pada beda nilai dividen yang didapat pemilik saham dari pilihan saham maupun nilai pasar.

Daftar Pustaka

Simatupang, Mangasa. 2010. *Investasi Saham dan Reksa Dana*. Jakarta. Mitra Wacana Media.

Sulistyastuti, Dyah Ratih. 2002. *Saham dan Obligasi*. Yogyakarta. Penerbit Universitas Atma Jaya.

Tampubolon, Manahan P. 2005. *Manajemen Keuangan.* Bogor . PT.Ghalia Indonesia.

Profil Penulis

Ulfa Rabiyah SE., M.Ak., Ak., CA.

Penulis merupakan alumni dari SMA Neg 1 Makassar dengan memilih Jurusan IPA dan berhasil lulus pada tahun 2008. Penulis kemudian melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi dan berhasil menyelesaikan studi S1 di Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi konsentrasi Akuntnsi Sektor Publik Universitas Tadulako pada tahun 2012. Dua tahun kemudian, tepatnya pada tahun 2014 penulis menyelesaikan studi S2 di program pascasarjana Akuntansi Universitas Muslim Indonesia. Saat ini penulis sedang melanjutkan program doctor ilmu akuntansi pada Universitas Hasanuddin Angkatan tahun 2021.

Penulis memiliki kepakaran dibidang Akuntansi konsentrasi sector publik. Akuntansi adalah ilmu yang mempelajari pencatatan dan melaporkan transaksi keuangan dalam berbisnis yang merupakan hal yang sangat dibutuhkan dalam berbisnis. Dan untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, penulis pun aktif sebagai peneliti dibidang kepakarannya tersebut. Beberapa penelitian yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi dan juga Kemenristek DIKTI. Selain menjalankan penelitian penulis kemudian melebarkan sayap untuk menekuni dan mencoba menulis buku. Buku ini adalah buku pertama yang penulis tulis.

Email Penulis: ulfarabiyahamkop@gmail.com

6

NILAI WAKTU UANG

Dewi Maryam, S.E., M.M,
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia
(STIESIA) Surabaya

Pendahuluan

Nilai waktu uang merupakan konsep sentral dalam manajemen keuangan. Pemahaman nilai waktu uang sangat penting dalam studi manajemen keuangan. Banyak keputusan dan teknik dalam manajemen keuangan yang memerlukan pemahaman nilai waktu uang. Biaya modal, analisis keputusan investasi (penganggaran modal), analisis alternatif dana, penilaian surat berharga, merupakan contoh-contoh teknik dan analisis yang memerlukan pemahaman konsep nilai waktu uang.

Coba dengarkan para ibu tatkala mengobrol. Pasti ada yang mengeluh harga pangan naik terus. Dari hari ke hari, semuanya menjadi lebih mahal. Hampir tidak ada yang mengatakan harga barang turun, kecuali harga BBM yang naik-turun setahun belakangan. Lalu apa masalahnya? Apakah itu terjadi karena pendapatan tidak meningkat?

Jika dicermati lebih jauh, para ibu itu sesungguhnya tidak mengalami penurunan pendapatan. Uang gaji yang diserahkan para suami untuk dikelola sebagai anggaran belanja rumah tangga umumnya tidak berkurang. Tetapi, daya beli uang itu yang menurun.

Ada yang mengatakan naiknya harga disebabkan pasokan barang mulai langka. Di sisi lain, permintaan terhadap barang relatif tetap sehingga harga pun meningkat. Inilah yang disebut inflasi berkategori demand pull, atau naiknya permintaan terhadap barang, sementara pasokan tetap.

Memang ada juga penyebab harga barang itu sendiri yang meningkat karena biaya produksi membesar. Ini disebut cost push inflation. Masalahnya, bagaimana caranya agar daya beli masyarakat tetap ada, mampu membeli barang dan daya beli uang tidak merosot?

Sebagian kalangan mengatakan, dana yang belum dibelanjakan sebaiknya ditabung, jangan dipegang tunai, dan untuk berbelanja cukup membawa kartu debit yang otomatis akan mengurangi nilai tabungan di bank. Ini benar.

Apakah menempatkan uang sepenuhnya dalam bentuk tabungan merupakan jalan keluar?

Tidak juga. Kalau tujuan penempatan dana tabungan di bank semata-mata untuk berjaga-jaga dan memudahkan pengelolaan likuiditas, pilihan itu benar. Tetapi, kalau penempatan dana dimaksudkan sebagai investasi, agaknya perlu direnungkan lagi karena uang Anda tidak akan bertambah.

Nilai uang yang ada dalam bentuk tabungan malah akan tergerus dimakan inflasi jika tingkat bunganya di bawah laju inflasi. Jadi, kalau tahun lalu dana yang ada di bank, katakanlah Rp100 juta, lalu tabungan tersebut diberikan bunga 5% dan kemudian laju inflasi 8%, maka nilai riil uang di tabungan sebenarnya sudah turun 3%. Dengan kata lain, daya beli uang tersebut juga menurun sebesar itu.

Padahal, dana Anda tetap Rp 100 juta, bahkan ditambah bunga 5 persen, maka dana plus bunga menjadi Rp 105 juta, tetapi nilai riilnya sudah turun menjadi Rp 97 juta. Inilah yang disebut nilai waktu uang.

Konkretnya, jika pendapatan Anda tetap, tetapi ketika digunakan membeli barang harga barang terasa semakin mahal, maka itu bukanlah karena barangnya mahal, melainkan karena nilai uang Anda semakin menurun. Lantas bagaimana solusinya.

Konsep Nilai Waktu Uang (*Time Value Of Money Concept*)

Nilai waktu uang (Time Value Of Money) merupakan konsep yang dipahami sebagian besar orang di dunia. Teorinya: uang yang ada sekarang lebih tinggi nilainya dibandingkan jumlah yang sama dimasa depan. Sebagai contoh: uang sejumlah Rp 6.000,00 sekarang dapat membeli satu liter beras kualitas sedang. Namun, uang sejumlah tersebut diatas tidak dapat membeli satu liter beras pada tahun depan, mungkin 0,9 liter. Disini terlihat bahwa secara kualitas, nilai uang tergerus seiring dengan jalannya waktu. Tergerusnya nilai uang tersebut disebut sebagai inflasi.

Inflasi muncul melalui banyak sebab. Dari sudut makro ekonomi, inflasi bisa berarti kabar yang baik (pada batasan tertentu). Jika pengangguran menurun, artinya banyak orang menerima penghasilan, artinya pula ada banyak uang yang beredar di pasar. Selaras dengan hukum penawaran dan permintaan, maka saat daya beli meningkat (karena orang-orang menerima penghasilan) maka harga-harga biasanya ikut naik. Kenaikan harga tersebut sudah kita pahami sebelumnya sebagai inflasi. Maka jelas inflasi (sekali lagi pada batas tertentu) merupakan salahsatu indikator menurunnya pengangguran.

Inflasi merupakan salahsatu konsekuensi dari perkembangan perekonomian. Yang harus diperhatikan dari inflasi adalah: apakah kenaikan harga (inflasi) tersebut didukung oleh daya beli seseorang (secara kualitatif)? Mari kita biarkan dahulu tentang masalah ini kepada penentu kebijakan.

Tujuan dari rencana keuangan adalah untuk mencapai keadaan perekonomian seseorang seperti yang ditargetkan sebelumnya. Maka dalam merencanakan keuangan penting kita ketahui bahwa inflasi merupakan bagian yang inheren pula dari setiap tindakan/keputusan keuangan yang diambil. Misalnya dalam keputusan memilih investasi : jangan sampai pengorbanan sekarang yang kita lakukan, alih-alih mendapat nilai tambah, akhirnya justru menurun.

Pemahaman konsep nilai waktu uang diperlukan oleh manajer keuangan dalam mengambil keputusan ketika akan melakukan investasi pada suatu aktiva dan pengambilan keputusan

ketika akan menentukan sumber dana pinjaman yang akan dipilih. Suatu jumlah uang tertentu yang diterima waktu yang akan datang jika dinilai sekarang maka jumlah uang tersebut harus didiskon dengan tingkat bunga tertentu (discount factor).

Suatu jumlah uang tertentu saat ini dinilai untuk waktu yang akan datang maka jumlah uang tersebut harus digandakan dengan tingkat bunga tertentu (Compound factor).

Cara Mengatasi Penurunan Nilai Uang

Mengatasi penurunan nilai uang karena tergerus inflasi dan dimakan waktu adalah dengan membuat uang tersebut produktif dan atau memberi imbal hasil melebihi laju inflasi.

Cara paling efektif adalah menginvestasikan dana tersebut agar menghasilkan imbal hasil di atas laju inflasi sehingga nilai uang Anda relatif tetap atau bahkan bisa bertambah. Kalau semua dana dimasukkan dalam investasi yang memberi imbal hasil lebih besar dari laju inflasi, bagaimana dengan dana kebutuhan sehari-hari?

Tentu saja, kebutuhan dana sehari-hari bisa ditempatkan di bank yang besarnya sekadar untuk berjaga-jaga, sementara untuk belanja bulanan bisa menggunakan kartu kredit yang ketika tagihannya jatuh tempo Anda bayar penuh sehingga tidak dibebani bunga kredit.

Dengan pola semacam ini, dana Anda bisa ditempatkan pada deposito berjangka 1 bulan yang bunganya lebih tinggi dari bunga tabungan. Dana Anda akan mendapat imbal hasil cukup tinggi dan bisa di atas laju inflasi. Di sisi lain, pengaturan uang tunai Anda juga akan bagus sebab belanja rumah tangga bisa dilakukan sekali sebulan, pakai kartu kredit, dan dibayar lunas pada awal bulan berikutnya.

Itu baru dalam konteks nilai waktu uang dikaitkan dengan belanja sehari-hari yang notabene bersifat jangka pendek.

Jangka panjang

Bagaimana jika nilai waktu uang dilihat dalam perspektif jangka panjang? Di sinilah makna nilai waktu uang akan sangat terasa. Umpamakan 10 tahun lalu Anda berinvestasi Rp 1 juta rupiah per bulan. Lalu teman Anda menginvestasikan Rp 1,1 juta rupiah per bulan. Perbedaan nilai uangnya hanya 10 persen, tetapi dampak terhadap hasil bisa sangat luar biasa. Tidak percaya? Lihat hitungan berikut.

Katakanlah uang Rp 1 juta itu ditempatkan dalam bentuk deposito berjangka dan mendapat bunga 10% per tahun.

Maka, pada tahun kedua, total dana menjadi Rp 1,1 juta dan tahun berikutnya menjadi Rp 1,21 juta.

Sementara itu, teman Anda dengan dana awal Rp 1,1 juta, pada tahun kedua dananya menjadi

Rp 1,21 juta dan tahun berikutnya menjadi Rp 1,33 juta.

Bayangkan jika pokok yang ditambah bunga tersebut kemudian diinvestasikan terus-menerus dalam waktu 10 tahun. Awalnya, perbedaan dana Anda dengan teman hanya Rp 100.000, tetapi dalam 10 tahun kemudian perbedaannya sudah sangat besar.

Ringkasnya, nilai waktu akan uang menjadi berarti jika Anda menginvestasikan dana Anda lebih besar dalam dalam kurun waktu panjang.

Investasi dan Biaya-Biaya dalam Investasi

Nilai uang yang sekarang tidak akan sama dengan nilai di masa depan. Ya, Ini berarti uang yang saat ini kita pegang lebih berharga nilainya dibandingkan dengan nilainya nanti di masa mendatang.

Coba bayangkan ketika anda memiliki uang satu juta rupiah di tahun 1970. Dengan uang sebesar itu anda sudah bisa hidup mewah bagaikan milyuner di masa kini. Tahun 1990 uang satu juta sudah mengalami penurunan namun nilai wah dari uang satu juta masih termasuk lumayan dan dapat menghidupi keluarga secara wajar. Namun uang satu juta di masa sekarang jelas sudah tidak ada apa-apanya. Orang yang kaya di jaman dulu disebut juga dengan sebutan jutawan, namun kini sebutan tersebut perlahan menghilang dan digantikan dengan sebutan milyuner.

Jika kita melakukan investasi, maka konsep nilai waktu uang harus benar-benar dipahami dan dimengerti sedalam mungkin. Jangan sampai kita tertipu oleh angka-

angka yang fantastis, namun di balik angka yang besar itu kenyataannya justru kerugian yang kita dapatkan. Contoh kasusnya adalah jika kita berinvestasi 10 juta rupiah untuk jangka waktu 20 tahun dengan total pengembalian atau return sebesar 50 juta rupiah. Jika kita lihat dari nilai sekarang 50 juta adalah angka yang fantastis dibandingkan dengan 10 juta. Namun setelah 20 tahun berikutnya belum tentu nilai 50 juta lebih baik dibandingkan dengan nilai 10 juta saat ini.

Selain inflasi kita harus memperhatikan biaya-biaya yang mungkin muncul dalam investasi kita. Seperti yang kita ketahui, sering instrumen yang kita gunakan dalam investasi memerlukan biaya-biaya dalam pengelolaan/penguasaannya. Terhadap biaya-biaya tersebut maka kita harus sedikit meluangkan waktu dalam menghitungnya. Tidaklah rumit dalam menghitungnya, hanya memerlukan sedikit perhatian saja dan hasilnya akan membuat Anda tersenyum. Terkadang biaya-biaya muncul tidak hanya diawal investasi. Ada beberapa biaya yang muncul selama kita menguasai investasi tersebut, contohnya: Pajak Bumi Bangunan (untuk investasi berupa properti), Zakat (bagi seorang muslim wajib berzakat bila memiliki emas), dll.

Yang ingin dicapai dalam menghitung segala biaya-biaya terkait investasi adalah kita memastikan bahwa tidak terjadi kesulitan pembiayaan dimasa mendatang. Kita tidak menginginkan jika kita sampai kesulitan membayar biaya-biaya yang sifatnya rutin selama investasi tadi kita kuasai. Selain itu terjadi kemungkinan kita bisa menghilangkan biaya-biaya yang tidak perlu jika kita menaruh perhatian secara komprehensif akan investasi kita. Kita harus mengenal diri kita sendiri dengan baik maka kita akan mampu menghadapi/menyikapi keadaan apapun.

Metode – Metode Nilai Waktu Uang

1. Metode average rate of return

   Metode ini mengukur berapa tingkat keuntungan yang diperoleh suatu investasi atau laba/ investasi

   Jika average rate of return lebih tinggi dari laba yang diharapkan → layak

   Kelemahan metode ARR :

   a. Mengabaikan nilai waktu uang
2. Metode payback period

   Mengukur seberapa cepat investasi itu kembali

   Kriteria penilaian investasi :

   a. Semakin cepat semakin baik

   Kelemahan Metode payback period :

   a. Mengabaikan nilai waktu uang
   b. Mengabaikan CF setelah investasi kembali
3. Metode net present value (NPV)

   Metode ini menghitung selisih antara nilai sekarang investasi dengan nilai sekarang penerimaan kas bersih Jika NPV + → la yak
4. Metode profitability index (PI)

   Metode ini menghitung perbandingan antara nilai sekarang penerimaan kas bersih dimasa yang akan datang dengan nilai sekarang investasi

   Jika PI lebih dari 1 → l ayak
5. Metode internal rate of return (IRR)

   Tingkat discount faktor yang menyamakan nilai sekarang investasi dan nilai sekarang penerimaan kas bersih dimasa yang akan datang

Jika IRR > tk bunga atau laba yang disyaratkan → la yak.

Konsep Anuitas

Anuitas adalah merupakan satu arus (stream) kas yang tetap setiap periodenya. Beberapa contoh dari perhitungan anuitas dalam keuangan individu, misalnya cicilan bulanan kredit mobil atau rumah dan pembayaran biaya kontrak rumah bulanan. Arus kas ini bisa merupakan arus kas masuk sebagai pengembalian atas investasi maupun arus keluar yang dialokasikan sebagai tujuan investasi.

Nilai masa depan anuitas memberikan nilai dari sebuah perencanaan tabungan yang dilakukan secara tetap baik besaran dan waktunya selama jangka waktu tertentu. Misalkan Anda memutuskan untuk menyisihkan atau menabung sebesar Rp 5 juta setiap akhir tahun selama 30 tahun untuk persiapan dana di saat Anda pensiun. Dengan asumsi bunga yang bisa didapat adalah sebesar 12 persen per-tahun, berapa jumlah dana yang terkumpul setelah 30 tahun?

Perhitungan ini dapat dilakukan dengan Rumus dari nilai masa depan Anuitas:

$$FVA=\{Ax[(1+i)n-1]\}/i$$

Menghitung dengan rumus diatas maka kita mendapatkan jumlah dana setelah 30 tahun sebesar Rp 1,206,663,422. Perhatikan, bahwa dana yang Anda investasikan selama 30 tahun hanya sejumlah Rp 150 juta (Rp 10 juta x 30 tahun). Selisih nilai sebesar Rp 1,056,663,422 merupakan bunga yang didapat dari hasil perhitungan bunga berbunga selama 30 tahun. Bukan main bukan dampak waktu terhadap uang yang Anda miliki.

Nah kembali ke contoh diatas, dimana Anda membutuhkan dana sebesar Rp 1 miliar untuk kebutuhan masa pensiun dan Anda masih memiliki waktu selama 30 tahun, berapa besar tabungan yang harus disisihkan setiap tahunnya selama 30 tahun? Asumsi bunga adalah 12 %. Mari berhitung. Disini tujuan yang ingin kita capai adalah Rp 1 miliar. Nilai ini adalah FVA â€" nilai masa datang yang ingin dicapai. Kemudian tingkat suku bunganya adalah 12% (i). dan jangka waktu (n) adalah 30 tahun, jadi berapa besar yang harus ditabung ? Anda bisa menggunakan rumus seperti diatas, FVA = {A x [(1+i)n-1]}/i, dimana :

1. FVA = nilai masa depan yang ingin dicapai
2. A = tabungan yang harus dialokasikan
3. i = bunga yang dipakai sebagai perhitungan
4. n = jangka waktu investasi atau tabungan.

Dari hasil perhitungan tersebut didapat nilai sebesar Rp 4,143,658 yang harus ditabung selama 30 tahun untuk mencapai target nilai investasi sebesar Rp 1 miliar. Sebenarnya Anda hanya perlu menabung sebesar kurang lebih Rp 345,304 setiap bulannya atau Rp 11,510 perharinya. Tentunya Anda sanggup menabung sebesar Rp 12,000 perharinya dimana nilainya sebanding dengan membeli cappuccino di sebuah kafe terkenal di Jakarta.

Bagaimana apakah Anda masih tidak percaya? Inilah konsep nilai waktu uang yang harus Anda perhatikan. Semakin panjang waktu yang dimiliki semakin kecil besar tabungan yang harus disisihkan bila hal lain dianggap tetap.

Bila target nilai yang ingin dituju adalah Rp 1 miliar untuk kebutuhan masa pensiun nanti maka menabunglah sebasar Rp 4,143,658 setiap tahun selama 30 tahun dengan bunga 12 persen per tahunnya.

Sementara itu, nilai tunai (nilai saat ini) dari sejumlah anuitas (PVA) merupakan kebalikan dari FVA, dimana :

PVA={Ax(1-[1/(1+i)n])}/i.

Dimana i adalah tingkat suku bunga dan n adalah jangka waktu pembayaran. Jika diperhitungkan dari contoh diatas, maka PVA= {Rp 4,143,658 x (1-[1/(1,12)30])}/ 0,12 = Rp 33,377,924. Logikanya seperti ini, dengan jumlah dana sebesar Rp 33,377,924 yang Anda tempatkan saat ini selama 30 tahun kedepan dengan bunga 12 peren per tahun maka nilai investasi ini akan berjumlah Rp 1 miliar (sama dengan perhitungan bila Anda menyisihkan Rp 4,143,658 per tahun selama 30 tahun dengan bunga 12 persen pertahun). Dengan dimengerti konsep nilai waktu uang ini maka Anda bisa mempraktekkannya ke dalam perencanaan keuangan yang Anda kembangkan.

Dengan mengetahui nilai tujuan keuangan masa depan, Anda dapat menghitung berapa besar tabungan yang harus Anda sisihkan guna mencapai tujuan tersebut. Dengan menghitung tabungan yang besarnya tidak terlalu mengagetkan (Rp 12,000 per hari) membuat Anda juga termotivasi untuk mencapai apa yang Anda inginkan.

Konsep bunga berbunga atau bunga majemuk dengan penekanan pada anuitas sangatlah penting untuk dipahami oleh semua individu karena memberikan suatu alternatif perhitungan investasi guna mencapai tujuan keuangan yang diinginkan.

Penjelasan Annuity

Annuity adalah suatu rangkaian pembayaran uang dalam jumlah yang sama yang terjadi dalam periode waktu tertentu.

Anuitas nilai sekarang adalah sebagai nilai anuitas majemuk saat ini dengan pembayaran atau penerimaan periodik dan sebagai jangka waktu anuitas.

$$\mathbf{PVAn = A1\ [(S\ (1+i)^n] = A1\ [\ 1 - \{1/\ (1+\ i)^n/i\ \}\ ]}$$

Anuitas nilai masa datang adalah sebagai nilai anuaitas majemuk masa depan dengan pembayaran atau penerimaan periodik dan n sebagai jangka waktu anuitas.

$$\mathbf{FVAn = A1\ [(S\ (1+i)^n - 1\ ]\ /\ i}$$

Dimana : A1: Pembayaran atau penerimaan setiap periode.

Konsep Nilai Mata Uang

1. FUTURE VALUE

a. Nilai masa mendatang untuk aliran kas tunggal

Jika kita memperoleh uang Rp 1.000,- saat ini dan kemudian menginvestasikan pada tabungan dengan tingkat bunga 10 %, berapa uang kita 1 tahun mendatang ?

Hal ini dapat bisa di hitung dengan rumus :

FV = PO + PO (r)

= PO + (1 + r)

FV = Nilai Masa Mendatang

PO = Nilai Saat Ini

r = Tingkat Bunga

Jadi FV1 = 1.000 (1 + 0,1)

= 1.100

Jika periode investasi tidak hanya 1 tahun tapi beberapa tahun maka rumusnya :

FVn = PVo (1 + 0,1)

FVn = Nilai Masa Mendatang

PVo = Nilai Saat Ini

r = Tingkat Bunga

n = Jangka Waktu

Jadi nilai mata uang yang tadinya 1.000 untuk 5 tahun mendatang

FV5 = 1000 (1 + 0,1)5 = 1.610,51

Sedangkan proses menanamkan uang ke bank dengan tingkat bunga tertentu selama periode

tertentu disebut proses pergandaan. Contoh : kita menabung awal tahun Rp 1.000 dengan

tawaran bunga 10% per tahun, dan di gandakan setiap 6 bulan,bisa di hitung dengan rumus

FVn = PVo (1 + n/k)kn

K = frekuensi penggandaan

FV1 = 1.000 (1 + 0,1 / 2)2 .1 = 1.102,5

FV2 = 1.000 (1 + 0,1 / 2) = 1.215,51

Sedangkan bila kita secara kontinu

FVn = PVo x e r . t

E 2,71828

Jadi misal Rp 1.000 kita gandakan secara kontinu, selama 1 dan 2 tahun maka, nilai pada

akhir tahun pertama dan kedua.

FV1 = 1.000 x (2,71828)0,1 .1 = 1.105,7

FV2 = 1.000 (2,71828)0,1x2 = 1.221,4

b. Future Value Annuity (Nilai Masa Mendatang Untuk Seni Pembayaran)

Misal kita memperoleh Rp 1.000 pertahun selama 4x, uang yang diterima pada akhir tahun, berapa nilai masa mendatang jika tingkat bunga 10% ?

$$\mathbf{FVn = X [(1 + r)n - 1] /r}$$

X = Jumlah pembayaran kas untuk setiap periode

r = Tingkat bunga

n = Jumlah periode

Jadi uang kita pada akhir tahun

FV4 = 1.000 [(1 + 0,1)4 – 1] / 0,1 = 4.641

Aliran kas juga bisa di bayarkan setiap awal tahun. Contoh : Rp 1.000 yang akan kita terima selama 4x di bayarkan setiap 4 tahun dengan tingkat bunga 10%. Berepa nilai masa mendatang?

$$\mathbf{FVna = X [\{(1 + r)n – 1 \}/r] (1 + r)}$$

FVna = Future Value Annuity Due

n = Jumlah Periode

z = Jumlah pembayaran kas untuk setiap periode

FV4 = 1.000 [{(1 + 0,1)4 - 1}/r] (1 + 0,1) = 5.105

Present Value (Nilai Sekarang)

1. Nilai sekarang untuk aliran kas tunggal.

Nilai sekarang merupakan kebalikan nilai kemudian. Apabila dalam nilai masa mendatang kita melakukan

pergandaan, dalam present value kita melakukan proses pendiskontoan.

FVn = PVo (1 + r)n

FVn = nilai kemudian

PVo = nilai sekarang

Jadi PVo = FVn / [(1 + r)n]

Misalkan kita mempunyai kas Rp 1.000 satu tahun mendatang Rp 1.121 dua tahun mendatang dan 1.610,51 lima tahun mendatang. Berapa nilai sekarang dari masing-masing kas tersebut jika tingkat diskonto 10% ?

PV1 = = 1.000

PV2 = = 1.000

PV5 = = 1.000

Misalkan proses pendiskontoan dilakukan 1 tahun 2x dengan tingkat diskonto 10% per tahun berapa nilai sekarang aliran kas sebesar Rp 1.100 yang akan kita terima 1 tahun mendatang ? berapa nilai sekarang aliran kas sebesar Rp 1.610,5 yang akan kita terima 5 tahun mendatang?

PVo = FVn [1 + (r/k)]n . k

PV1 = 1.100 / [1 + (0,1 / 2)1 . 2 = 997,73

PV5 = 1.610,5 / [1 + (0,1 / 2)5x2 = 988,71

Dan jika pergandaanya secara kontinu

PVo = (FVn /er x T)

e = 2,71818

PV1 = 1.100 / (2,71828)0,1 x 1 = 904,84

PV5 = 1.1610,5 / (2,71828)0,1 x 5

2. Nilai Sekarang Untuk Seni Pembayaran Kas (Annuity)
   a. Nilai sekarang untuk periode terbatas.

      Contoh : kita akan menerima pembayaran sebesar Rp 1.000 per tahun mulai akhir tahun ini (tahun ke I) selama 4x. berapa nilai sekarang dan aliran kas tersebut jika tingkat diskonto 10%?

      PV = [C – C / (1 + r)n]r

      C = aliran kas per periode

      r = tingkat diskonto

      n = jumlah periode

      PV = PV aliran kas mendatang

      PV = [1.000 – 1.000 / (1 + 0,1)4] / 0,1

      = 1.000 – 683,0135 / 0,1

      = 3.169,9

      Ketika kas dibayar awal periode dengan perhitungan akan menerima Rp 1.000 per tahun

      selama 4 tahun maka present value aliran kas tersebut.

      PV = [{C – (C / (1 + r)n)} / r] (1 + r)

      PV = [{1.000 –1.000 (1 + 0,1)4)} / 0,1] (1 + 0,1)

      = 3.486,9

      Jadi nilai kas 3.486,9, yang dibayar pada awal periode.

   b. Nilai Sekarang Untuk Kas Yang Tidak Sama Besarnya.

      Dalam beberapa situasi kita akan menerima kas yang besarnya tidak sama untuk setiap periode. Misalkan kita akan menerima kas selama 4 tahun besarnya Rp 1.000, Rp 1.500, Rp 2.000 dan Rp

3.000 untuk tahun 1,2,3 dan 4. Pembayaran kas Dilakukan pada akhir periode berapa nilai kas tersebut saat ini ?

PV = + + +

= 5.700,4

c. Nilai Sekarang Untuk Periode Tidak Terbatas.

PV = C / r

C = Aliran Kas

r = Tingkat Diskonto

d. Nilai sekarang yang tidak terbatas, aliran kas tumbuh dengan tingkat pertumbuhan tertentu.

Contoh : suatu saham membagikan deviden pada awal tahun sebesar Rp 1.000. perusahaan tersebut akan meningkatkan deviden sebesar 5% per tahun untuk periode tidak terhingga dengan tingkat diskonto 5%. Berapa PV ?

PV = dengan asumsi r > 9

PV =

= 21.000

BUNGA SEDERHANA

Bunga yang dibayarkan hanya pada pinjaman atau tabungan atau investasi pokoknya saja.

BUNGA MAJEMUK

FVn = Po [1 + (i) (n)]

Bunga yang dibayarkan (dihasilkan) dari pinjaman (investasi) ditambahkan terhadap pinjaman pokok secara berkala.

FVn = Po (1 + i)

Dimana : FVn = future value tahun ke-n

Po = pinjaman atau tabungan pokok n

i = tingkat suku bunga/ keuntungan disyaratkan

n = jangka waktu

Rangkuman

1. Nilai waktu uang merupakan konsep sentral dalam manajemen keuangan. Pemahaman nilai waktu uang sangat penting dalam studi manajemen keuangan. Banyak keputusan dan teknik dalam manajemen keuangan yang memerlukan pemahaman nilai waktu uang.

   Biaya modal, analisis keputusan investasi (penganggaran modal), analisis alternatif dana, penilaian surat berharga, merupakan contoh-contoh teknik dan analisis yang memerlukan pemahaman konsep nilai waktu uang.

2. (time value of money concept) merupakan konsep yang dipahami sebagian besar orang di dunia. Teorinya: uang yang ada sekarang lebih tinggi nilainya dibandingkan jumlah yang sama dimasa depan. Sebagai contoh: uang sejumlah Rp 6.000,00 sekarang dapat membeli satu liter beras kualitas sedang. Namun, uang sejumlah tersebut diatas tidak dapat membeli satu liter beras pada tahun depan, mungkin 0,9 liter. Disini terlihat bahwa secara kualitas, nilai uang tergerus seiring dengan jalannya waktu. Tergerusnya nilai uang tersebut disebut sebagai inflasi.

3. Tujuan dari rencana keuangan adalah untuk mencapai keadaan perekonomian seseorang seperti yang ditargetkan sebelumnya. Maka dalam

merencanakan keuangan penting kita ketahui bahwa inflasi merupakan bagian yang inheren pula dari setiap tindakan/keputusan keuangan yang diambil. Misalnya dalam keputusan memilih investasi : jangan sampai pengorbanan sekarang yang kita lakukan, alih-alih mendapat nilai tambah, akhirnya justru menurun.

Daftar Pustaka

Husnan, S., dan E.Pudjiastuti. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. UPP STIM YKPN. Edisi Keenam. Cetakan Pertama. 2012.

Ross, S.A., R.W. Westerfield, dan J. Jaffe. ***Corporate Finance***. McGrawHill. Ninth Edition. 2010.

Van Horne, J.C dan J.M.Wachowicz, JR.,. *Fundamentals of Financial Management*. 13thed. Prentice-Hall, Inc. 2009. Terjemahan: Quratul'ain Mubarakah. Salemba Empat. Edisi 13. 2012.

Profil Penulis

Dewi Maryam, S.E., M.M,

lahir di Surabaya, 08 Februari 1992. Tepat di tahun 2009 sedang menyelesaikan S1 dilanjutkan dengan S2 program Fasttrack pada tahun 2013 di Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya Malang. Karir Saat ini Menjadi Dosen tetap di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Penulis memiliki kepakaran di bidang Manajemen Keuangan, dan untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, penulis pun aktif sebagai peneliti dan dibidang kepakarannya tersebut. Beberapa penelitian yang telah dilakukandidanai oleh internal perguruan tinggi dan juga Kemenristek DIKTI. Harapan Penulis buku ini dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara Indonesia yang tercinta ini.

Email Penulis : dewimaryam@stiesia.ac.id

7

KEPUTUSAN INVESTASI

Ita Erliyani, S.Kom., M.M.
Universitas Raharja

Definisi Investasi

Investasi adalah cara perseorangan, badan, maupun perusahaan guna bertujuan untuk mendapatkan laba, atau konsumen membeli saham berikut aset jangka panjang agar dapat diperjualbelikan kembali dengan nilai pasar yang tinggi. Dengan kata lain hasil dari laba yang akan datang bersifat fluktuatif dan bergantung pada jangka waktu dan resiko penanaman modal.

Investasi dapat pula diartikan sebagaiproses pengambilan keputusan kepemilikan atau dominasi asetagar mendapatkan capital gain. Adapun pengertian dari Aset yaitu berasal dari bahasa Latin "vestis", artinya garmen. Dengan kata lain, investasi dapat diartikan sebagaisuatu kepemilikan aset untuk memberikan laba atau dimaknai sebagai proses membeli perangkat penunjang produksi guna penanaman modal dengan tujuan mendapatkan keuntungan dalam bentuk bagi hasil dari laba menjalankan perangkat produksi tersebut.

Menurut Sunariyah (2003:4): “Investasi yaitu penanaman modal atau aktiva yang ada dan pada umumnya memiliki masa waktu lama dengan asa menerima laba di kemudian hari.”Akhir-akhir ini ditemukan beberapa negara yang menerapkan kebijakan dengan maksud agar menaikkan penanaman modalnya baik dalam 112 negeri ataupun

modal luar negeri. Itu semua dilakukan oleh pemerintah karena proses investasi akan memacu juga proses ekonomi suatu bangsa, penyaluran tenaga kerja, menaikkan luaran yang didapatkan, menghemat atau bahkan mendambah pendapatan negara.

Keputusan Investasi

Menurut Boediono (1990), proses mengkontraskan hasil prediksi dan suku bunga inilah yang membedakan keputusan investasi dalam teori Keynesian. Laba yang diharapkan dinyatakan sebagai persentase waktu, dan tingkat bunga dinyatakan sebagai jumlah yang dinyatakan sebagai persentase waktu yang digunakan untuk pembiayaan. Ketika proyeksi pengembalian 50% tetapi tingkat bunga yang sesuai di pasar uang adalah 2% per bulan (atau 24% per tahun), investasi masih menguntungkan karena (50% - 24% = 26% per tahun). Investasi akan menguntungkan.

Investasi oleh penanam modal dengan maksud dan tujuan supaya memperoleh laba dikemudian hari sebagai pengganti produksi dan dampak yang ditanggung. Keputusan investasi di sektor keuangan dilakukan perseorangan dengan maksud mendapatkan keuntungan dalam bentuk uang. Alasan seorang penananam modal melakukan investasi adalah agar menjadikan kehidupan pada masa mendatang lebih baik.

Saham adalah pilihan dari aset keuangan. Penanam modal dalam menentukan pilihan investasi aset keuanganpada pasar modal lebih memerlukankelengkapan informasi. Sudut pandanguji analisis harga saham pada pasar modal sangat diperlukan gunamemberikan bantuan kepada investor dalam mengambil keputusan investasi. Terdapat dua

karakteristik pendekatan diantaranya fundamental dan teknikal.

Pendekatan fundamental, analisis berdasar pada suatu pemahaman bahwa setiap saham memiliki nilai intrinstik tersendiri. Salah satu kriteria yang dapat dipakai yakni jika semakin turun harga produk saham maka akan makin bagus pada saat menjalankan investasi karena harga saham mampu dijangkau oleh kemampuan penanam modal, mempunyai nilai risiko minim, dengan tujuan nilai saham meroket. Adapun analisis teknikal yaitu analisis berdasarkan pada prediksi atas dasar naik turunnya harga saham.Konsep aliran berfungsi sebagai dasar untuk keputusan investasi karena dihitung secara berkala.

Sebelum memilih investasi, Anda sebagai calon investor sebaiknya melakukan riset. Kondisi makroekonomi, jenis industri, fundamental perusahaan, perdagangan internasional, dan neraca pembayaran adalah tiga kriteria teratas dalam analisis investasi.

Strategi Investasi Sektor Finansial

Dua teknik investasi—strategi investasi aktif dan strategi investasi pasif—diperlukan jika orang memilih untuk berinvestasi dengan membeli saham di pasar saham. Menggunakan pendekatan beli rendah, jual tinggi, investor aktif memperdagangkan saham sesuai dengan rencana investasi aktif (beli rendah dan jual tinggi). Sebaliknya, dalam metode pasif, investor memperoleh saham dan kemudian menyimpannya untuk jangka waktu yang telah ditentukan, dengan asumsi bahwa harga saham rata-rata adalah harga yang wajar.Dalam pendekatan aktif, dua faktor harus diperhitungkan: waktu masuk dan keluarnya investasi, baik dari saham per saham atau semua keluar pasar saham (juga dikenal

sebagai market timing), dan waktu investasi(buy and hold).

Dalam pendekatan aktif, dua faktor harus diperhitungkan: waktu masuk dan keluarnya investasi, baik dari saham per saham atau semua keluar pasar saham (juga dikenal sebagai market timing), dan waktu investasi. Kemudian pisahkan saham yang paling mungkin memberikan pengembalian dari yang paling kecil kemungkinannya untuk menilai kesehatan informasi keuangan dan peluang investasi. eknik ini menjadi pilihan terbaik bagi investor karena kuatnya supply dan demand di pasar modal serta besarnya yang cukup besar.

Hal-hal berikut harus dilakukan sebelum keputusan investasi:

1. Daftar investasi terdiri dari nama, jenis, dan nilai investasi, Keadaan barang modal mungkin baik atau buruk.
2. Cakupan layanan dan tingkat investasi, baik sekarang maupun di masa mendatang.
3. Persyaratan kelayakan investasi dipertimbangkan dalam pemeriksaan kelayakan investasi.

   Pilihan investasi harus dikaitkan dengan masalah pemerataan dan pemerataan pelayanan publik. Oleh karena itu, mengetahui siapa yang akan mendapat untung atau diuntungkan dari investasi itu penting. Pengambilan keputusan tentang investasi publik merupakan tantangan yang harus dipecahkan oleh pemerintah untuk memenuhi mandatnya membantu masyarakat. Anggaran modal/investasi dan investasi sektor publik terkait erat, dan yang terakhir inilah yang digunakan untuk mengevaluasi potensi proyek untuk penyesuaian anggaran atau modal/investasi. Anggaran keseluruhan yang dialokasikan untuk

setiap unit organisasi dipertimbangkan ketika menentukan kebutuhan investasi sektor publik. Meningkatkan volume investasi dan meningkatkan kualitas investasi adalah dua tugas yang terlibat dalam menentukan kebutuhan investasi sektor publik.

Faktor Penentu Kebijakan Investasi

Suku bunga, undang-undang pajak, dan ekspektasi masa depan semuanya berdampak pada investasi menurut Paul A. Samuelson dan William D. Nordhaus pada tahun 1993. Pertimbangan investasi penting bergantung pada peristiwa masa depan yang tidak menentu, termasuk:

1. **Nilai Tukar**

   Perubahan nilai tukar tidak dapat diprediksi (uncertainty). Menurut Shikawa (1994), perubahan nilai tukar dapat berdampak pada investasi melalui dua jalur yang berbeda, yaitu penawaran dan permintaan domestik, sehingga menyebabkan nilai tukar mata uang lokal mendukung pertumbuhan investasi pada komoditas yang diperdagangkan tersebut.

2. **Tingkat Suku Bunga**

   Modal (input) lainnya diperlukan untuk kegiatan produksi dalam rangka mengolah barang, modal, atau bahan baku pembuatan untuk keluaran/produk akhir.

3. **Tingkat Inflasi**

   Inflasi yang tinggi mengurangi rata-rata tenor pinjaman modal, mendistorsi informasi harga penting, dan meningkatkan risiko yang terkait dengan proyek investasi, yang semuanya memiliki pengaruh negatif terhadap pertumbuhan investasi. Tingkat inflasi yang

tinggi sering dikaitkan dengan indikator ketidakstabilan ekonomi.

4. Infrastruktur

Metode alternatif yang dapat digunakan pemerintah untuk meningkatkan produktivitas perusahaan dan hasil investasi antara lain investor di sektor infrastruktur, yang meliputi pelabuhan, jalan raya, pembangkit listrik, dan fasilitas terkait air dan energi lainnya.

5. Pengeluaran pemerintah

Semua komoditas dan jasa yang diperoleh pemerintah daerah berada di bawah payung belanja pemerintah. Pemerintah ingin memberikan bekal bagi kegiatan ekonomi yang merupakan salah satu kekuatan dibalik perekonomian, agar dapat berjalan dengan lancar dan teratur. Keynes mencatat bahwa fungsi pemerintah dalam mendorong pertumbuhan sektor ekonomi sangat penting.

6. Faktor produksi

Sumber daya yang digunakan untuk menghasilkan komoditas dan jasa dikenal sebagai faktor produksi. Empat kategori elemen produksi adalah tenaga kerja, modal, sumber daya alam, dan aktivitas kewirausahaan (Griffin, 2006).

7. Tenaga Kerja (labor)

Faktor, ide, dan kapasitas pekerja adalah di antara faktor-faktor yang digunakan untuk menghasilkan tenaga kerja. Akibatnya, tenaga kerja dapat dibagi menjadi beberapa kelompok tergantung pada kemampuan dan keahliannya.

8. Modal (capital)

Modal adalah persediaan dan peralatan yang dapat digunakan untuk menjalankan suatu lini produksi. Menurut sumber, bentuk, kepemilikan, dan sifatnya, modal dapat dikategorikan. Sumber tersebut menyatakan bahwa ada dua jenis modal: modal domestik dan modal internasional. Modal internal disebut sebagai modal ekuitas. setoran dari pemilik usaha, sebagai ilustrasi. Sedangkan uang luar disebut modal asing.

Sehingga harus melakukan studi atau analisis sebagai investor sebelum membuat pilihan investasi. Tiga aspek analisis investasi harus menjadi fokus utama: kondisi makroekonomi, jenis industri, fundamental perusahaan, perdagangan internasional, dan neraca pembayaran.

a. Dasar Keputusan Investasi

Tingkat pengembalian yang diharapkan, tingkat risiko, dan korelasi antara tingkat pengembalian yang diharapkan (return) dan risiko semua faktor menjadi keputusan investasi. Alasan umum untuk pilihan investasi ini diuraikan di bawah ini.

1) Return (Pengembalian)

Menghasilkan uang adalah alasan utama mengapa seseorang ingin berinvestasi. Pengembalian dalam manajemen investasi didefinisikan sebagai tingkat pengembalian investasi. Investor sering menuntut tingkat pengembalian tertentu atas uang yang telah mereka investasikan. Pengembalian biaya peluang dan risiko berkurangnya daya beli yang disebabkan oleh pengaruh inflasi merupakan pengembalian yang diantisipasi

investor dari investasi mereka.Penting untuk membedakan antara pengembalian yang diharapkan dan pengembalian aktual saat mengelola investasi. Tingkat pengembalian yang diantisipasi investor di masa depan dikenal sebagai pengembalian yang diharapkan. Tingkat pengembalian yang sebenarnya diperoleh investor, sesuai dengan tingkat pengembalian yang sebenarnya diterimanya, adalah pengembalian yang dihasilkan, yang juga dikenal sebagai pengembalian aktual. Pengembalian (return) yang diprediksi dan pengembalian aktual (return) atas investasi yang dilakukan oleh investor bisa berbeda. Risiko adalah perbedaan antara pengembalian yang diproyeksikan dan pengembalian aktual, yang selalu menjadi keputusan dalam hal investasi. Dengan kata lain, investor harus selalu mempertimbangkan tingkat keamanan yang terkait dengan investasi di samping tingkat pengembalian.

2) Risiko

Risiko adalah harapan bahwa hasil akan berbeda dari hasil yang diharapkan. Diasumsikan bahwa investor adalah orang yang berakal (rasional) dalam mata pelajaran ekonomi pada umumnya dan ilmu investasi pada khususnya. Ketidakpastian dan risiko jelas bukan hal yang dihargai oleh investor rasional. Investor penghindar risiko adalah mereka yang secara aktif menghindari risiko. Jika investasi tidak menawarkan pengembalian yang dapat diterima sebagai kompensasi atas risiko yang harus diterima

investor, investor tidak akan mau mengambil risiko investasi.

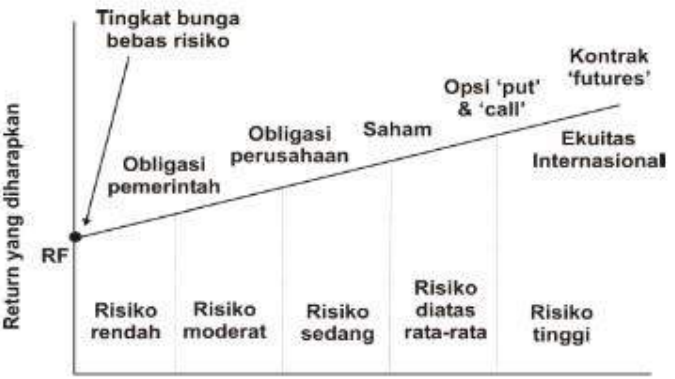
Risiko adalah harapan bahwa hasil akan berbeda dari hasil yang diharapkan. Diasumsikan bahwa investor adalah orang yang berakal (rasional) dalam mata pelajaran ekonomi pada umumnya dan ilmu investasi pada khususnya. Ketidakpastian dan risiko jelas bukan hal yang dihargai oleh investor rasional. Investor penghindar risiko adalah mereka yang secara aktif menghindari risiko. Jika investasi tidak menawarkan pengembalian yang dapat diterima sebagai kompensasi atas risiko yang harus diterima investor, investor tidak akan mau mengambil risiko investasi.

Sikap investor tentang risiko sangat dipengaruhi oleh preferensi mereka sendiri. Investasi risiko yang lebih besar akan dilakukan oleh investor yang berani, dan sebagai hasilnya, keuntungan yang lebih tinggi diharapkan. Sebaliknya, investor yang tidak ingin mengambil terlalu banyak risiko tidak dapat mengharapkan untuk menerima pengembalian yang berlebihan.

3) Hubungan tingkat risiko dan return yang diharapkan

Kaitan antara risiko dan imbal hasil merupakan hubungan linier satu arah, seperti yang telah dijelaskan pada penjelasan sebelumnya. Dengan kata lain, semakin tinggi pengembalian yang akan diterima suatu aset, dan sebaliknya, semakin berisiko aset tersebut. Prediksi return dan risiko berbagai

komponen aset yang dapat dijadikan sebagai alternatif investasi yang potensial digambarkan pada Gambar 1.1 di bawah ini.



Sumber: Farrell, James L. (1997). Hal. 11

Gambar 1.1.
Hubungan Risiko dan *Return* yang Diharapkan

Pada grafik di atas, garis horizontal mewakili risiko yang bersedia diambil oleh investor, dan garis vertikal (lurus) mewakili tingkat pengembalian yang diharapkan untuk berbagai aset. Tingkat pengembalian bebas risiko, disingkat RF pada grafik di atas, diwakili oleh poin RF. Opsi investasi yang memberikan tingkat pengembalian yang diantisipasi pada RF dengan risiko nol ditunjukkan oleh RF pada gambar sebelumnya. Namun jika kita berinvestasi pada kontrak berjangka, misalnya, dapat dilihat dari grafik di atas bahwa risiko yang harus diterima termasuk dalam kategori berbahaya. Obligasi pemerintah yang diterbitkan oleh pemerintah tampaknya memiliki tren yang rendah dan risiko imbal hasil yang diprediksi rendah. tinggi, dengan tingkat pengembalian yang tinggi diantisipasi.

Risiko dan pengembalian memiliki hubungan linier satu arah, terlihat dari pola hubungan antara risiko dan pengembalian yang diharapkan. Dengan kata lain, pengembalian yang diharapkan atas suatu aset meningkat dengan risiko dan sebaliknya.

b. Proses Keputusan Investasi

Proses pengambilan keputusan untuk investasi merupakan proses yang sedang berlangsung (going process). Proses pengambilan keputusan untuk investasi terdiri dari lima langkah yang dilakukan secara berurutan hingga keputusan investasi utama dibuat. Proses pengambilan keputusan untuk investasi memiliki 5 langkah, antara lain:

a. Tetapkan tujuan untuk investasi.
b. Memutuskan strategi investasi.
c. Memilih strategi portofolio.
d. Pemilihan aset dan pembentukan portofolio.
e. Evaluasi kinerja dan pengukuran portofolio..

c. Penentuan tujuan investasi

Identifikasi tujuan investasi yang akan ditempuh merupakan langkah awal dalam proses pengambilan keputusan investasi. Tergantung pada investor yang membuat keputusan, berbagai investor mungkin memiliki tujuan investasi yang berbeda. Misalnya, investor dana pensiun yang ingin mengumpulkan uang untuk membiayai dana pensiun kliennya di masa depan dapat memutuskan untuk berinvestasi dalam portofolio reksa dana karena dia mengantisipasi produk

investasi reksa dana tersebut untuk menghasilkan jenis pengembalian yang tepat.

Dibandingkan dengan berinvestasi di saham, pendapatan Tujuannya adalah untuk meningkatkan pengembalian biaya investasi untuk lembaga penyimpanan seperti bank. Mereka biasanya lebih suka berinvestasi dalam pinjaman berisiko dengan potensi pengembalian signifikan atau sekuritas yang mudah diperdagangkan.

d. Penentuan kebijakan investasi
Tahap kedua adalah di mana kebijakan dipilih untuk memaksimalkan pencapaian tujuan investasi. Membuat keputusan tentang alokasi aset menentukan tingkat ini. Pilihan berkaitan dengan distribusi uang yang diperoleh dari jenis aset yang sudah ada (saham, obligasi, real estat atau surat berharga asing). Investor harus berhati-hati untuk mengidentifikasi batasan yang berdampak pada kebijakan investasi, seperti jumlah uang yang akan diperoleh dari penyaluran dana tersebut, beban pajak, dan persyaratan pelaporan yang diperlukan.

e. Pemilihan strategi portofolio
Berdasarkan dua fase prasyarat yang harus diselesaikan, strategi portofolio harus ditentukan secara objektif. Ada dua pendekatan manajemen portofolio yang dapat digunakan: pendekatan manajemen portofolio aktif dan pendekatan manajemen portofolio pasif. Aktivitas yang secara aktif menggunakan data yang tersedia dan metode peramalan untuk meningkatkan kolaborasi portofolio termasuk dalam strategi portofolio aktif. Sebagai bagian dari strategi portofolio pasif, investasi dilakukan dalam portofolio yang

mengikuti indeks pasar. Teknik pasif ini membuat anggapan bahwa pasar akan mengambil semua informasi yang tersedia dan mencerminkannya pada harga saham.

f. Pemilihan aset dan pembentukan portofolio

Pilihan aset yang akan dimasukkan ke dalam portofolio muncul setelah mengetahui strategi portofolio. Setiap sekuritas yang akan menjadi bagian dari portofolio perlu dinilai pada saat ini. Menemukan portofolio yang efisien, atau portofolio yang menawarkan pengembalian terbaik pada tingkat risiko tertentu dan, sebaliknya, pengembalian pada tingkat risiko terendah, adalah tujuan dari tahap ini.

g. Pengukuran dan evaluasi kinerja portofolio

Proses keputusan investasi berakhir pada langkah ini. Dengan kata lain, proses keputusan investasi harus diulang dari tahap pertama dan seterusnya sampai diperoleh keputusan investasi yang maksimal jika tahap pengukuran dan evaluasi kinerja telah selesai tetapi temuannya tidak ideal. Pada langkah pengukuran dan evaluasi kinerja ini, kinerja portofolio diukur, dan temuan-temuan tersebut dibandingkan dengan kinerja portofolio lainnya.

Untuk mengetahui seberapa baik kinerja portofolio dibandingkan dengan portofolio lain, proses benchmarking ini biasanya dilakukan pada Indeks Portofolio Pasar (Market Portfolio).

Lima langkah yang harus disertakan dalam proses pengambilan keputusan untuk investasi digambarkan dalam diagram di bawah ini. Gambar tersebut menunjukkan bahwa berbagai

tahapan proses pengambilan keputusan untuk investasi merupakan proses berkelanjutan yang terdiri dari 5 tahapan pengambilan keputusan yang berjalan secara berurutan.

Gambar 1.2.
Proses Keputusan Investasi

Daftar Pustaka

Boediono. 1992. *Ekonomi Moneter*. Edisi ketiga, BPFE Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.

Griffin R. 2006. *Business*. New Jersey: Pearson Education.

Samuelson, Paul A. dan Nordhaus, William D., 2005. Economics, Eighteenth Ed., McGraw-Hill. (International Edition).

Sunariyah. (2003). Pengantar Pengetahuan Pasar Modal. Edisi Ketiga. UPP AMP YKPN. Yogyakarta.

Profil Penulis

Ita Erliyani, S.Kom., M.M.

Penulis lulus Sarjana (S1) Sistem informatika Universitas Budi Luhur Jakarta Selatan. Magister (S2) Magister Manajemen Sistem Informasi Universitas Budiluhur. Sarjana (S1) Sistem informatika Universitas Budi Luhur Jakarta Selatan. Magister (S2) Magister Manajemen Sistem Informasi Universitas Budiluhur.

Penulis aktif dalam kegiatan Diklat/Seminar/DLL diantaraNya: Diklat Nasional Strategi Pembelajaran Kurikulum Merdeka dengan Semangat Kemerdekaan diselenggarakan oleh e-Guru.id bekerjasama dengan Dinas Pendidikan Kota Semarang (2022), Diklat Nasioanal Semangat Memulai Tahun Ajaran Baru dengan Kurikulum Baru, diselenggarakan oleh e-Guru.id bekerjasama dengan Dinas Pendidikan Kota Semarang (2022), Optimalkan Bahan & Media Pembelajaran dalam Kurikulum Merdeka Belajar diselenggrakan oleh Diklat Online (2022), Pendidikan dan latihan peningkatan keterampilan Dasar Teknik Instruksional (PEKERTI) diselenggrakan oleh Universitas Pasundan (2021), Pengelola dan anggota Reviewer Jurnal CCIT, ICT, CERITA, SENSI, URNITY Universitas Raharja.

Semoga terbit nya buku ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pembacanya.

Email Penulis : ita.erliyani@raharja.info

8

KONSEP BIAYA MODAL

Rosma Simangunsong, S.E., M.Si.
Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar

Pendahuluan

Setiap perusahaan selalu membutuhkan dana untuk membiayai perusahaan. Setiap dana yang digunakan oleh perusahaan mempunyai biaya modal yang harus ditanggung. Biaya modal *(Cost of Capital)* adalah biaya riil yang harus dikeluarkan perusahaan untuk memperoleh dana baik yang berasal dari hutang, saham preferen, saham biasa maupun laba ditahan untuk mendanai suatu investasi atau operasi perusahaan. Dengan kata lain biaya modal adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memperoleh investasi bagi perusahaan atau yang mengacu pada jumlah pengembalian yang harus dimiliki perusahaan atas investasi tertentu setelah biaya modal diperhitungkan.

Konsep biaya modal erat kaitannya dengan konsep tingkat keuntungan yang disyaratkan *(required rate of return).* Dari sisi investor (pemilik modal), tinggi rendahnya *required rate of return* merupakan tingkat keuntungan yang diminta sedangkan bagi perusahaan yang menggunakan dana merupakan biaya yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan modal. *Cost of capital* dapat menentukan tingkat pengembalian yang diperlukan untuk membujuk investor dalam membiayai proyek penganggaran modal. Biaya ini dinilai secara

internal oleh perusahaan untuk menentukan apakah pengeluaran sumber daya layak untuk mengerjakan proyek modal. Investor menilai biaya modal untuk menentukan risiko yang terkait dengan menginvestasikan uang ke dalam proyek modal.

Cost of capital sangat tergantung pada jenis pembiayaan yang digunakan dalam bisnis. Sebuah bisnis dapat dibiayai melalui utang atau secara ketat melalui ekuitas. Namun, sebagian besar perusahaan menggunakan campuran ekuitas dan utang untuk membiayai bisnisnya. Oleh karena itu, biaya ini berasal dari biaya rata-rata tertimbang semua sumber modal atau biaya modal rata-rata tertimbang. Perusahaan seharusnya hanya berinvestasi dalam proyek yang memberikan kelebihan pengembalian yang lebih besar dari biaya modalnya. Ini memberikan patokan, yang harus dipenuhi pada akhir proyek.

Tujuan Biaya Modal

Perusahaan yang menjalankan kegiatan bisnisnya akan melihat sisi lain selain *profit* atau keuntungan yang diharapkan yaitu biaya modal, yang juga memberikan keuntungan jika pimpinan perusahaan mampu melihat apa saja yang menjadi keuntungannya. Dilihat dari sisi biaya modal, suatu perusahaan akan menetapkan tujuan biaya modal yaitu:

1. Perusahaan dapat mengetahui seberapa banyak biaya yang harus dikeluarkan untuk mendanai investasi dan mendanai biaya operasional perusahaan.
2. Memaksimalkan nilai perusahaan dengan cara meminimumkan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan.

3. Mempermudah penentu keputusan penting seperti leasing dan modal kerja lainnya yang dilakukan oleh perusahaan.

Fungsi Biaya Modal

Dalam kehidupan berbisnis, biaya modal sangatlah penting untuk meningkatkan investasi yang berkesinambungan. Fungsi biaya modal dalam berbisnis adalah:

1. Membantu investor dalam menilai pilihannya untuk berinvestasi.
2. Membantu keputusan penganggaran modal karena orang yang berbisnis harus memutuskan apakah suatu proyek memiliki manfaat sebelum menjalankan bisnisnya.
3. Merancang struktur modal yang ideal bagi perusahaan
4. Mengevaluasi kinerja proyek tertentu dibandingkan dengan biaya modal tersebut.

Manfaat Biaya Modal

Ada 3 alasan pentingnya melakukan perhitungan. Pertama, untuk memaksimalkan nilai perusahaan, biaya-biaya harus diminimalkan, termasuk biaya modal. Kedua, estimasi biaya modal diperlukan dalam pengambilan keputusan untuk menganggarkan modal. Ketiga, keputusan seperti leasing dan modal kerja juga membutuhkan estimasi biaya modal.

Investor dapat menggunakan biaya modal ini untuk memahami apa yang diharapkan pasar dari suatu perusahaan. Perusahaan dengan biaya modal rendah umumnya dianggap stabil, berkualitas tinggi, dan tidak menghadapi banyak risiko jangka pendek. Jika sebuah perusahaan memiliki 5% biaya hutang dan 10% biaya

ekuitas dan memiliki jumlah yang sama dari keduanya dalam struktur modalnya, ini akan menghasilkan total biaya modal 7,5%. Pemegang obligasi mengharapkan pengembalian 5%, dan pemegang saham mengharapkan 10%.

Jenis-Jenis Biaya Modal

Biaya modal terdiri dari dua jenis yaitu biaya modal secara individu dan biaya modal secara keseluruhan.

1. Biaya Modal Secara Individu

   Biaya modal ini terdiri dari biaya modal hutang jangka panjang, biaya modal hutang jangka pendek, saham preferen, saham biasa serta laba ditahan

   Berikut adalah penjelasan dari biaya modal individual:

   a. Biaya Modal Hutang Jangka Panjang

      Biaya hutang yang ditanggung oleh perusahaan yang menggunakan dana hutang tidak lain adalah sebesar tingkat keuntungan yang disyaratkan oleh investor. Biaya modal yang berasal dari penggunaan hutang jangka panjang (*cost of debt),* dihitung dengan:

$$rd = \frac{I+(N-Nb)/n}{(Nb+N)/2}$$

      Dimana:

      I = Bunga hutang jangka panjang (obligasi) satu tahun dalam rupiah

      N = Harga nominal obligasi atau nilai obligasi pada akhir umurnya

      Nb = Nilai bersih penjualan obligasi

      n = umur obligasi

Contoh:

PT ARYA Mengeluarkan obligasi dengan nilai nominal Rp 25.000/lembar, umur obligasi 15 tahun. Hasil penjualan obligasi bersih yang diterima perusahaan Rp 22.000. Bunga/kupon obligasi per tahun 4% tingkat pajak 30%. Berapa besar biaya modal obligasi? Bunga dalam 1 tahun = 25.000 x 4% = 1.000

$$Kd = \frac{I + (N-Nb)/n}{(Nb+N)\ 2}$$

$$Kd = \frac{1.000+(\ 25.000-22.000/15}{(22.000+\ 25.000)\ /2}$$

= 0,051 atau sama dengan 5,1%

(biaya modal sebelum pajak)

b. Biaya Modal Hutang Jangka Pendek

Biaya modal hutang jangka pendek merupakan hutang yang jangka waktu pengembaliannya kurang dari satu tahun, biasanya terdiri dari hutang dagang, hutang wesel, dan kredit jangka pendek lainnya. Biaya modal dari penggunaan hutang (*cost of debt)* dihitung dengan cara:

$$Kt = Kb\ (1-T)$$

Dimana:

Kt = biaya hutang j pendek setelah pajak

Kb = biaya hutang j pendek sebelum pajak sebesar tingkat bunga utang

T = tingkat pajak

Contoh

Perusahaan membeli bahan baku secara kredit. Bunga kredit 12% tingkat pajak penghasilan 35 % maka biaya utang setelah pajak sebesar

Penyelesaian:

$$Kt = Kb\ (1-T)$$

$$= 0{,}12\ (1-0{,}35)$$

$$= 0{,}078 \text{ atau } 7{,}8\ \%$$

c. Biaya modal saham preferen

Biaya Modal saham preferen (*Cost of Preferred Stock/CPS*) adalah biaya riil yang harus dibayar apabila perusahaan menggunakan dana dengan menjual saham preferen. Biaya modal saham preferen diperhitungkan sebesar tingkat keuntungan yang disyaratkan (*required rate of return*) oleh investor pemegang saham preferen berupa deviden yang besarnya tetap.

Rumus:

$$K_p = D_p \ / \ P_n$$

Dimana:

K_p = biaya saham preferen

D_p = deviden saham preferen

P_n = harga saham preferen saat penjualan

Contoh:

PT. X menjual saham preferen dengan nominal Rp. 15.000,- harga jual saham preferen sebesar Rp. 18.900,-. Deviden tiap tahun Rp. 1.500,- biaya penerbitan saham setiap lembar sebesar Rp. 150

Penyelesaian:

K_p = 1.500 / (18.900 – 150) = 0,08 atau 8 % ini untuk biaya saham preferen

d. Biaya Modal Saham Biasa

Biaya modal ekuitas merupakan biaya yang dikeluarkan perusahaan yang memperoleh dana dengan menjual saham biasa atau menggunakan laba ditahan untuk investasi.

Rumus: $K_e = (D_1 / P_0) + g$

Dimana:

K_e = Biaya modal saham biasa

D_1 = Deviden yang diharapkan pada tahun pertama

P_0 = harga pasar saham sekarang

G = pertumbuhan deviden saham per tahun

Contoh:

Jika deviden saham PT. X diharapkan tumbuh sebesar 10 % per tahun, sedangkan deviden yang diharapkan pada tahun pertama sebesar Rp. 160 dan harga pasar saham sekarang Rp. 2.160.

Penyelesaian:

$K_e = (D_1 / P_0) + g$

$= (160/2.160) + 0,1$

$= 0,074 + 0,1$

$= 0,174 \times 100\ \% = 17,4\%$

e. Biaya laba ditahan

Bila penggunaan dana yang berasal dari laba ditahan (*retained earning*) juga ada biayanya. Besarnya biaya penggunaan dana yang berasal

dari laba ditahan adalah sebesar biaya penggunaan dana yang berasal dari saham biasa.

2. Biaya Modal Secara Keseluruhan

Biaya modal secara keseluruhan merupakan biaya modal yang memperhitungkan seluruh biaya atas modal yang digunakan oleh perusahaan. Karena biaya modal dari masing-masing sumber dana berbeda-beda, maka untuk menetapkan biaya modal dari perusahaan secara keseluruhan perlu dihitung biaya modal rata-rata tertimbangnya (*Weighted average cost of capital / WACC).* Sebagai unsur penimbangnya adalah proporsi dana bagi setiap jenis atau sumber modal yang digunakan dalam investasi proyek tersebut. Dengan rumus:

WACC (Biaya modal rata rata tertimbang) = (E / V x Re) + ((D / V) x Rd) x 1 – Tc

Dimana:

E = mengacu pada nilai pasar ekuitas perusahaan

D = mengacu pada nilai pasar utang perusahaan

V = mengacu jumlah dari E dan D

Re = mengacu biaya ekuitas

Rd = mengacu pada biaya hutang

Tc = mengacu pada tarif pajak penghasilan

Jika hutang setelah pajak sudah dipertimbangkan, maka dapat dirumuskan (1 – Tc). Misalnya, pertimbangkan bisnis dengan struktur modal yang terdiri dari 60% ekuitas dan 40% utang. Biaya ekuitas adalah 10%, dan biaya utang setelah pajak adalah 8%.

Biaya modal rata-rata tertimbang akan menjadi:

(0,6 × 10%) + (0,4 × 8%) = 13,7%

Contoh

Asumsikan Perusahaan ABCD yang baru dibentuk perlu mengumpulkan modal Rp. 1.500.000 agar dapat membeli kantor dan peralatan yang diperlukan untuk menjalankan bisnisnya. Perusahaan memperoleh Rp. 800.000 pertama dengan menjual saham. Pemegang saham menuntut pengembalian 5% atas investasi, sehingga biaya ekuitas adalah 5%.

Perusahaan ABCD kemudian menjual 700 obligasi seharga Rp 1.000 masing-masing untuk meningkatkan sisa modal Rp 700.000. Individu yang membeli obligasi tersebut mengharapkan pengembalian 10%, jadi biaya utang Perusahaan ABCD adalah 10%.

Nilai pasar total Perusahaan ABCD dihitung sebagai (Rp 800.000 ekuitas + Rp 700.000 utang) = Rp. 1.500.000, dan tarif pajak perusahaannya adalah 25%. Biaya modal rata-rata tertimbang dapat dihitung dengan menggunakan rumus di bawah ini:

WACC = (Rp 800.000 / Rp 1.500.000) x 0,05 + (Rp 700.000 / Rp 1.500.000) x 0,10 * (1 – 0,25) = 0,055 = 5,5%

Rata-rata tertimbang *cost of capital* Perusahaan ABCD adalah 5,5%.

Faktor-Faktor Biaya Modal

Ada beberapa faktor-faktor dalam biaya modal yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap prospek perusahaan, di antaranya adalah:

1. Keadaan umum perekonomian. Faktor ini dapat menentukan tingkat hasil tanpa risiko atau tingkat bebas risiko.

2. Daya jual saham perusahaan. Apabila daya jual saham bertambah, tingkat hasil minimum para investor akan turun. Dengan demikian, biaya modal perusahaan akan rendah.
3. Keputusan operasi dan pembiayaan yang dibuat manajemen. Jika manajemen menyetujui penanaman modal risiko tinggi atau memanfaatkan utang dan saham secara ekstensif, risiko perusahaan akan bertambah. Dalam kondisi ini, tingkat hasil minimum yang lebih tinggi akan diminta oleh para investor.
4. Besar pembiayaan yang diperlukan. Jika permintaan modal berjumlah besar, biaya modal perusahaan pun akan meningkat.

Masalah Dalam Menentukan Biaya Modal

Penentuan biaya modal bukanlah tugas yang mudah. Manajer keuangan dihadapkan dengan sejumlah besar masalah. Masalah-masalah ini secara singkat dapat diringkas sebagai berikut:

1. Kontroversi Konseptual

   Ada kontroversi besar apakah biaya modal tergantung pada metode dan tingkat pembiayaan oleh perusahaan. Menurut teori tradisional, perusahaan dapat mengubah keseluruhan modal dengan mengubah campuran utang-ekuitas. Di sisi lain, para ahli teori modern, menolak pandangan tradisional dan berpendapat bahwa biaya modal tidak tergantung pada metode dan tingkat pembiayaan.

2. Perhitungan Biaya Ekuitas

   Penentuan biaya ekuitas adalah tugas yang sulit karena pemegang saham ekuitas menilai saham ekuitas perusahaan atas dasar sejumlah besar faktor, keuangan serta psikologis.

3. Penentuan Biaya Laba Ditahan

   Biaya laba ditahan ditentukan sesuai dengan pendekatan yang diadopsi untuk menghitung biaya saham ekuitas yang merupakan masalah kontroversial.

4. Biaya Masa Depan Versus Biaya Historis

   Dikatakan bahwa untuk tujuan pengambilan keputusan, biaya historis tidak relevan. Biaya masa depan harus dipertimbangkan. Oleh karena itu, menciptakan masalah lain apakah akan mempertimbangkan biaya marjinal atau biaya rata-rata.

5. Bobot Nilai Modal

   Penetapan bobot untuk setiap jenis dana adalah kompleks. Manajer keuangan harus membuat pilihan antara nilai buku untuk setiap sumber dana dan nilai pasar dari setiap sumber dana. Hasilnya akan berbeda dalam setiap kasus.

Kesimpulan

Biaya modal merupakan bagian integral dalam bisnis yang digunakan para *stakeholders* untuk mengamankan kepentingannya. Oleh karenanya, manajemen modal penting dilakukan untuk memaksimalkan kinerja bisnis Anda. Biaya modal merupakan konsep penting dalam analisis investasi karena dapat menunjukkan tingkat minimum laba investasi yang harus diproleh dari investasi tersebut. Jika investasi itu tidak dapat menghasilkan laba investasi sekurang-kurangnya sebesar biaya yang ditanggung maka investasi itu tidak perlu dilakukan. Lebih mudahnya, biaya modal merupakan rata-rata biaya dana yang akan dihimpun untuk melakukan suatu investasi.

Biaya modal terdiri dari biaya modal hutang jangka panjang. biaya modal saham preferen, biaya modal saham biasa, biaya modal saham laba ditahan dan biaya modal saham rata-rata tertimbang. Tapi dari seluruh komponen biaya modal yang tepat untuk semua keputusan adalah rata-rata tertimbang (*Weighted Cost of Capital atau WACC*). Namun tidak semua komponen modal diperhitungkan dalam menentukan WACC seperti hutang dagang (*accounts payable*) tidak diperhitungkan dalam perhitungan WACC. Yang diperhitungkan dalam WACC adalah Perimbangan hutang jangka panjang, saham preferen, saham biasa, dan laba ditahan.

Penentuan besarnya biaya modal perusahaan sangat penting karena ada tiga alasan, yaitu:

1. Memaksimalkan nilai perusahaan mensyaratkan adanya minimalisasi semua biaya input termasuk biaya modal.
2. Keputusan investasi yang tepat mensyaratkan estimasi biaya modal yang tepat.
3. Beberapa keputusan lain seperti *leasing*, pembelian kembali obligasi perusahaan dan manajemen modal kerja memerlukan estimasi biaya modal.

Selain itu biaya modal pun dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya yaitu faktor yang tidak dapat dikendalikan perusahaan yang terdiri dari tingkat suku bunga dan pajak serta faktor yang dapat dikendalikan perusahaan yang terdiri dari kebijakan struktur modal, kebijakan dividen dan kebijakan investasi.

Daftar Pustaka

Dewi Utari, dkk. 2014. *Kajian Praktek dan Teori dalam Mengelola Keuangan Organisasi Perusahaan*, Jakarta: Mitra Wacana Media.

Gandhy, Fardinal. 2019. Analysis of Financial Ratio to Predict Financial Distress Conditions (Empirical Study on Manufacturing Companies listed on the Indonesia Stock Exchange for 2014-2017). *International Journal of Business and Management Invention (IJBMI), 8(6)*, 27-34.

Husnan, Suad. Pudji, Astuti. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Lukas Setia Atmaja, *Teori dan Praktek Manajemen Keuangan*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008.

Mudzakar, Mochamad Kohar. 2014. *Modul Manajemen Keuangan*. Bandung.

Putra, Y. M., 2017. *Analisis Konsep Biaya Modal*. Modul Kuliah Manajemen Keuangan. Jakarta: FEB-Universitas Mercu Buana.

R. Agus Sartono, *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*, Yogyakarta: BPFE, 2001.

Subramanyam. 2010. *Analisis Laporan Keuangan.* Edisi 10, Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.

Profil Penulis

Rosma Simangunsong, S.E., M.Si.

Penulis memiliki latar belakang Pendidikan Sarjana dari Fakultas Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan Tahun 2004 dan menyelesaikan Magister Sains dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padjadjaran Bandung Tahun 2007. Penulis telah bekerja dari Tahun 2008 sebagai dosen luar biasa dan pada Tahun 2010 diangkat menjadi dosen tetap di Yayasan Universitas HKBP Nommensen sampai dengan sekarang.

Penulis telah lulus Sertifikasi Dosen (SERDOS) pada Tahun 2016. Penulis juga tetap melaksanakan Tridharma Perguruan Tinggi baik Pengajaran, Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat. Hal ini dibuktikan selain mengajar penulis juga melakukan penelitian yang didanai dari Kemenristek DIKTI pada Tahun 2017-2018 pada kategori Dosen Pemula. Begitu juga dengan pengabdian kepada masyarakat, penulis menjadi Dosen Pembimbing Lapangan (DPL KM 2) Tahun 2021 program Kampus Mengajar yang diselenggarakan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Selain itu, penulis juga ada menulis buku di Tahun 2017 dengan judul Pengantar Metodologi Penelitian. Penulis juga aktif setiap semester melaksanakan pengabdian masyarakat dan menulis karya ilmiah nasional maupun internasional untuk memenuhi Beban Kerja Dosen yang disusun dalam Laporan Kinerja Dosen.

Email Penulis : rosma.simangunsong@uhnp.ac.id

9

RISIKO DALAM INVESTASI

Dewi Anggraeni S.E., M.Ak., CSRS., CSP
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Dharma Nusantara

Pengantar

Perubahan peradaban mengakibatkan tuntutan atas pengembangan nilai asset untuk menghasilkan nilai lebih juga semakin menarik untuk dilakukan. Berbagai cara pengembangan dilakukan baik dengan pengembangan bisnis maupun dengan melakukan investasi untuk menghasilkan keuntungan tertentu dalam periode tertentu. Namun perlu diingat bahwa investasi bukanlah hal yang dilakukan tanpa pertimbangan dan perhitungan yang cermat karena hakikatnya investasi adalah kegiatan yang penuh dengan risiko yang bisa saja membuat investor mengalami kerugian atas kesalahan dalam memilih, merumuskan dan memperhitungkan investasi yang di terapkan.

Setiap investasi mengandung risiko, dan tidak ada investasi yang lengkap tanpa risiko. Penyimpangan dari hasil yang diharapkan biasanya disebut sebagai risiko investasi. Risiko, menurut banyak orang, adalah hal buruk yang harus dihindari karena dianggap mengancam dan berbahaya. Penting untuk disadari dan dipahami bahwa risiko tidak dapat dihilangkan sepenuhnya; namun, jangan khawatir karena harus dikurangi; mungkin istilah yang lebih tepat untuk mengelola risiko adalah mengelola risiko yang ada dan risiko potensial.

Sehingga hanya perkiraan kerugian yang dapat dibuat dan pengembalian investasi secara signifikan lebih menguntungkan.

Kita harus memiliki pemahaman yang mendalam tentang instrumen investasi sehingga kita dapat menentukan tingkat risiko dan cara memitigasinya. Untuk memastikan profil risiko tersebut tidak mengakibatkan kerugian yang signifikan dan fatal, hal ini dilakukan. Jika seorang investor ingin menghasilkan uang , mereka perlu mengambil langkah-langkah kecil dan menyusun rencana khusus untuk setiap investasi.

Hubungan Risk dan Retun

Dalam pengambilan keputusan oleh investor kadang investor cenderung pada perilaku Rasional dan Irasional namun sebaiknya untuk menghasilkan pengembalian atau keuntungan sesuai yang diharapkan maka sebaiknya investor mengambil keputusan investasi dalam perilaku rasionalnya yaitu mempertimbangkan dan memperhitungkan dengan baik *Risk* & *Return*-nya. *Risk and return* adalah risiko dan pengembalian. Risk & Return secara defenisi seharusnya saling bertolak belakang atau lebih tepatnya berhubungan negative. Namun, dalam investasi, *high risk high return* adalah hubungan yang positif karena keduanya linear dan searah.

Ketika membuat keputusan investasi, individu, organisasi, dan bisnis akan selalu mencari risiko dan pengembalian, juga dikenal sebagai kerugian atau keuntungan periode akuntansi. Setiap investor menyadari bahwa ada korelasi yang kuat antara risiko dan pengembalian; Artinya, jika ada risiko tinggi, maka akan ada pengembalian yang tinggi juga, dan jika ada pengembalian yang rendah, akan ada juga risiko yang rendah.

Memahami Proses Investasi

Investasi bukan hal yang baru bagi masyarakat di era digitalisasi dan komunikasi saat ini. Berbagai kemudahan dan pembelajaran dalam dunia investasi telah diberikan oleh provider dan jasa-jasa keuangan sehingga masyarakat dapat lebih paham terkait instrument keuangan tempat mereka akan menginvestasikan dana mereka. Pemahaman mendasar dalam perlu lebih dipahami oleh para calon investor ataupun yang sudah berstatus investor adalah hubungan antara *return* yang merupakan harapan dari seorang ivestor dan risiko suatu investasi yang sebenarnya sangat dihindari oleh investor

Hubungan antara risiko investasi dan pengembalian yang diantisipasi seharusnya searah dan linier. Artinya, tingkat risiko yang perlu dipertimbangkan adalah lebih tinggi pengembalian yang diharapkan.

Menurut Tandelilin (2010), ada beberapa prosedur investasi, antara lain:

1. Dasar Keputusan Investasi

   Dalam pandangan Tandelilin (2010) menjelaskan bahwa yang menjadi dasar pengambilan keputusan investasi seseorang terdiri dari tingkat return harapan, tingkat risiko serta hubungan antara return dan risiko. Penjelasan lebih detail dapat diuraikan sebagai berikut :

   a. *Return*

      Keuntungan menjadi alasan besar dan juga paling utama seseorang yang ingin melakukan dan terjun dalam kegiatan investasi. Tingkat keuntungan yang dihasilkan oleh kegiatan investasi adalah apa yang manajemen investasi pandang sebagai pengembalian. Penting untuk

membedakan antara pengembalian aktual atau realisasi dan pengembalian yang diharapkan dalam konteks manajemen investasi. Tingkat pengembalian yang diantisipasi setiap investor di masa depan adalah disebut sebagai pengembalian yang diharapkan. Pengembalian aktual, di sisi lain, adalah tingkat pengembalian yang telah dicapai investor sebelumnya.

b. Risiko

Investor pasti mengharapkan adanya return maksimal atau return setinggi-tingginya atas apa yang telah diinvestasikannya dalam semua kegiatan investasi dan dengan berbagai instrument investasi. Namun investor tidak bisa lupa bahwa setiap investasi juga diikuti dengan risiko sebesar return yang diharapkannya.

c. Hubungan Antara Tingkat Risiko dan Pengembalian yang Diharapkan

Setiap investor harus menyadari hubungan searah dan linier antara tingkat risiko dan pengembalian yang diharapkan ketika menerapkan formula investasi. Artinya, risiko sebanding dengan pengembalian yang diharapkan atas suatu aset, dan sebaliknya.

2. Proses Keputusan Investasi

Proses keputusan investasi merupakan proses pengambilan keputusan yang berkesinambungan (Going process) dimana dipilih salah satu opsi yang dianggap paling menguntungkan diantara beberapa alternatif. Lima tahap pengambilan keputusan yang berlangsung terus menerus hingga pilihan investasi terbaik dibuat.

Lima tahapan proses keputusan investasi tersebut adalah sebagai berikut:

a. Penentuan Tujuan Investasi

   Pilihan investasi masing-masing investor bervariasi sesuai dengan tujuan investasi mereka. Investor di industri investasi biasanya lebih suka berinvestasi dalam sekuritas yang mudah diperdagangkan atau dipinjamkan, yang bisa lebih berisiko tetapi menawarkan ekspektasi pengembalian yang tinggi.

b. Memilih Kebijakan Investasi

   Investor memulai dengan memilih alokasi aset mereka. Distribusi dana diadakan dalam berbagai kelas aset yang tersedia (seperti: obligasi, saham, dan surat berharga dari luar negeri).

c. Memilih Strategi Portofolio

   Langkah ini harus sejalan dengan dua langkah sebelumnya, memastikan bahwa strategi portofolio yang dipilih sejalan dengan pemilihan tujuan dan kebijakan investasi. Strategi portofolio aktif dan strategi portofolio pasif adalah dua jenis strategi portofolio yang tersedia. Kegiatan strategi portofolio aktif termasuk secara aktif memanfaatkan informasi yang tersedia dan metode peramalan untuk memilih kombinasi portofolio yang ideal. Lebih banyak kegiatan portofolio yang sejalan dengan kinerja indeks pasar termasuk dalam strategi portofolio pasif.

d. Pemilihan Aset

   Pada tahap keempat ini, setelah pemilihan strategi portofolio, kepemilikan aset portofolio adalah langkah selanjutnya. Evaluasi setiap sekuritas yang ingin Anda sertakan dalam portofolio sangat

penting pada tahap ini. Tujuan dari tahap ini adalah untuk menemukan kombinasi portofolio yang efektif di mana portofolio dengan pengembalian yang diharapkan tertinggi dan risiko terendah digunakan bersama dengan portofolio dengan pengembalian yang diharapkan terendah.

e. Pengukuran dan Evaluasi Kinerja Portofolio

Pada tahap ini, kinerja diukur dan dievaluasi. Jika hasilnya tidak memuaskan atau tidak memenuhi standar yang diinginkan, maka proses keputusan investasi harus diulang. Siklus tersebut akan berlanjut dari tahap awal dan terus berlanjut sampai keputusan investasi terbaik dibuat.

Return

Keuntungan yang diperoleh individu, organisasi, dan bisnis dari hasil strategi investasi yang diterapkan dikenal sebagai pengembalian. Sementara itu, R.J. Shook mendefinisikan pengembalian sebagai pengembalian investasi, yang dapat berupa dividen atau bunga.

Industri investasi sering menggunakan definisi pengembalian berikut:

1. Return on equity, atau ROE, dihitung dengan membagi laba bersih dengan ekuitas pemegang saham.
2. Pengembalian modal, juga dikenal sebagai pengembalian modal, adalah pembayaran tunai kepada pemegang saham yang tidak dikenakan pajak dan mencerminkan pengembalian modal yang diinvestasikan daripada dividen. Jumlah yang dibayarkan oleh investor mengurangi biaya investasi.

3. Pengembalian investasi, juga dikenal sebagai pengembalian investasi, dihitung dengan membagi pendapatan investasi dengan pendapatan investasi untuk mendapatkan angka yang menunjukkan hubungan antara investasi dan keuntungan.
4. Laba bersih perusahaan dan beban bunga dibagi dengan kapitalisasi perusahaan adalah pengembalian modal yang diinvestasikan atau pengembalian modal investasi.
5. Pengembalian yang sebenarnya disebut sebagai pengembalian yang direalisasikan.
6. Istilah "pengembalian jaringan" atau "pengembalian kekayaan bersih" mengacu pada fakta bahwa pemegang saham dapat memastikan pengembalian dengan membandingkan kekayaan bersih mereka dengan pendapatan setelah pajak perusahaan.
7. Pengembalian penjualan, juga dikenal sebagai pengembalian penjualan, adalah cara untuk mengukur efisiensi perusahaan dengan membandingkan proporsi penjualan bersih yang mencakup laba sebelum pajak dengan variabel yang sama dari periode sebelumnya.
8. Pengembalian yang diantisipasi investor untuk diterima di masa depan disebut sebagai pengembalian yang diharapkan.
9. Istilah "pengembalian total" mengacu pada pengembalian keseluruhan investasi selama jangka waktu tertentu.
10. Pengembalian portofolio yang direalisasikan adalah rata-rata tertimbang dari pengembalian realisasi dari masing-masing sekuritas portofolio.
11. Rata-rata tertimbang dari pengembalian yang diharapkan untuk setiap sekuritas portofolio adalah

pengembalian yang diharapkan dari portofolio (pengembalian yang diharapkan portofolio).

Risiko

Dalam kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mendefenisikan risiko sebagai dampak yang berakibat kurang menyenangkan (merugikan, membahayakan) dari suatu perbuatan atau tindakan. Sejalan dengan Hanafi (2006) risiko merupakan besarnya penyimpangan atau ketidaksesuaian antara tingkat pengembalian yang diharapkan (*expected return–ER*) dengan tingkat pengembalian aktual (*actual return*).

Menurut Mulyawan (2015), risiko pada dasarnya adalah sesuatu yang sangat mungkin terjadi karena berbagai alasan yang berpengaruh pada pencapaian tujuan. Atau, risiko dapat didefinisikan sebagai kemungkinan ketidakpastian atau ketidakberuntungan di masa depan. mengacu pada kemungkinan atau ketidakpastian dari sesuatu yang terjadi, yang jika terjadi, akan menghasilkan keuntungan atau kerugian. Kepentingan dipertaruhkan oleh ketidakpastian. Kondisi tak terduga yang berpotensi mengakibatkan kerugian, kerusakan, atau kerugian adalah risiko yang merugikan.

Jogianto (2010) meberikan pandangan dan menekankan bahwa resiko adalah hal yang sangat penting dalam pelaksanaan Investasi. Hal ini disebabkan karena dalam kegiatan investasi, banyak faktor yang mempengaruhi risiko seperti inflasi, mekanisme pasar, kondisi ekonomi dan politik, serta masih banyak lagi membuat kegiatan investasi bersifat tidak pasti dan memunculkan risiko (risk) sebagai kondisi yang tidak diharapkan, seperti kerugian.

Menurut Halim (2005), risiko adalah perbedaan antara tingkat pengembalian yang diharapkan dan yang

sebenarnya. Risiko dan pengembalian selalu berubah-ubah. Menurut Jogiyanto (2010), berbagai faktor, termasuk faktor ekonomi dan faktor fundamental, bertanggung jawab atas variasi dalam pengembalian dan risiko.

Faktor ekonomi, yang disebut dalam keputusan investasi sebagai "eksternal" atau "eksternal", termasuk hal-hal seperti tingkat inflasi, suku bunga yang berlaku, perubahan nilai tukar, dan variasi produk domestik bruto. Sedangkan faktor fundamental yang bersifat “internal” dan dikelola oleh perusahaan meliputi hal-hal seperti tingkat profitabilitas, likuiditas, leverage, deviden, pertumbuhan aset, dan lain-lain.

Sebaliknya, imbal hasil (return) adalah kondisi yang diantisipasi dan dipengaruhi oleh variabel yang sama dengan risiko. Akibatnya, frasa "risiko tinggi, keuntungan tinggi" sering digunakan, karena semakin tinggi risiko, semakin tinggi keuntungan. Sebaliknya, risiko yang lebih rendah sama dengan keuntungan yang lebih rendah, atau risiko yang rendah sama dengan pengembalian yang rendah.

Vaughan menjelaskan beberapa definisi yang berkaitan dengan karakteristik risiko yang kemudian didefinisikan sebagai;

1. Risiko adalah kemungkinan kehilangan sesuatu.

   Istilah "peluang kerugian" biasanya digunakan untuk menggambarkan keadaan di mana ada kemungkinan kehilangan sesuatu. Sebaliknya, peluang sering digunakan untuk menunjukkan kemungkinan bahwa keadaan tertentu akan terjadi jika istilah yang digunakan dalam statistik disesuaikan dengan dia.

2. Risiko adalah kemungkinan kehilangan uang.

   Kata "kemungkinan" mengacu pada suatu peristiwa yang probabilitasnya antara 0 dan 1. Definisi ini sangat mirip dengan definisi risiko sehari-hari, tetapi terlalu longgar untuk digunakan dalam analisis kuantitatif karena hal ini.

3. Risiko dan ketidakpastian (risiko dan ketidakpastian)

   Sangat jelas dari penjelasan sebelumnya bahwa ada konsensus mengenai hubungan antara risiko dan ketidakpastian. Akibatnya, beberapa penulis menegaskan bahwa ketidakpastian dan risiko adalah sinonim.

Dalam konteks investasi, Mulyawan (2015) mendefinisikan risiko sebagai kemungkinan bahwa pengembalian (atau pengembalian investasi) aktual suatu investasi akan berbeda dengan yang diantisipasi. Risiko yang harus diambil semakin besar semakin besar kesenjangan antara hasil aktual dan hasil yang diharapkan.

Tipe dan Tingkat Risiko/Tingkatan Risiko Investasi

Risiko adalah perbedaan antara tingkat pengembalian yang diharapkan dan tingkat pengembalian yang sebenarnya dalam hal besarnya perbedaan. Menurut Halim (2002), tingkat risiko meningkat dengan penyimpangan.

Ada tiga kategori risiko yang dapat dikaitkan dengan preferensi risiko investor:

1. Investor yang menyukai risiko, juga dikenal sebagai pencari risiko, adalah investor swasta yang, ketika dihadapkan pada dua pilihan investasi yang menawarkan tingkat pengembalian yang sama tetapi risiko yang berbeda, akan memilih untuk berinvestasi

pada investasi yang melibatkan risiko yang lebih besar.

2. Investor yang netral risiko, atau investor yang akan menuntut tingkat pengembalian yang sama untuk setiap peningkatan risiko, termasuk dalam kategori ini.
3. Investor yang menghindari risiko (risk averter), atau investor yang lebih memilih untuk bermain aman; lebih khusus lagi, investor yang lebih memilih untuk mengambil investasi berisiko tinggi ketika dihadapkan dengan dua opsi yang menawarkan tingkat pengembalian yang sama tetapi risiko kecil yang berbeda.

Sejauh ini belum ada instrument yang benar-benar aman dan paling cocok untuk semua investor sehingga sangatlah perlu setiap investor mengenali dan memahami dengan detail risiko yang ada dalam dunia investasi sehingga mereka bisa merumuskan tingkat toleransi mereka terdapat risiko yang berbeda-beda ini. Investor selalu berusaha untuk mengurangi jumlah risiko yang mereka hadapi, baik jangka pendek maupun jangka panjang, ketika mengambil keputusan. Kemungkinan risiko investasi di pasar modal terkait erat dengan volatilitas harga. Halim (2002) menjelaskan bahwa investor akan menghadapi risiko-risiko, terdiri dari :

1. Risiko bisnis (*business risk*), yaitu risiko yang timbul diakibatkan adanya menurunnya profitabilitas perusahaan emiten; risiko ini menggambarkan keterkaitan dengan bisnis perusahaan yang memiliki satu sektor yang sama dianggap punya risiko yang sama.
2. Risiko likuiditas (*liquidity risk*), yaitu risiko yang berkaitan dengan kemampuan saham yang bersangkutan untuk sesegara mungkin diperjual-belikan sehingga bisa mengantisipasi kerugian yang

berarti; risiko ini muncul akibat adanya kesulitan menyiapkan uang tunai dalam jangka waktu tertentu.

3. Risiko suku bunga, yaitu risiko yang dipengaruhi secara signifikan oleh perubahan suku bunga pasar; Jumlah yang dipinjam atau biaya pinjaman uang, yang dinyatakan dalam persentase, disebut sebagai suku bunga dalam konteks ini. Kenaikan suku bunga suku bunga akan berdampak negatif pada investasi semacam ini. Perubahan suku bunga, yang akan berdampak pada pendapatan investasi, adalah sumber dari risiko ini.
4. Risiko pasar, atau risiko yang sangat dipengaruhi oleh perubahan kondisi ekonomi negara akibat resesi dan faktor lainnya;
5. Risiko daya beli, atau risiko yang disebabkan oleh perubahan tingkat inflasi. Daya beli investasi atau pendapatan bunga akan berkurang sebagai akibat dari perubahan ini;
6. Risiko mata uang adalah ancaman yang ditimbulkan oleh fluktuasi nilai tukar mata uang domestik dengan mata uang negara lain.

Menghindari dan Mengelola Risiko

Setiap investor haruslah memiliki pemahaman tertentu sebelum melakukan investasi karena setiap instrument keuangan akan berbeda penerapan dan tentu risiko yang dihadapi juga akan berbeda. Perlunya memahami strategi, peluang dan ancaman sangat membantu investor dalam menentukan setiap alternatif-alternatif yang disusun untuk membantunya dalam membuat keputusan.

Perlu mempertimbangkan alternatif-alternatif dalam mengambil keputusan agar terhindar dari bahaya yang ditimbulkan oleh investasi yang dilakukan. Alternatif yang dipilih adalah yang dianggap realistis dan tidak akan menimbulkan masalah di masa depan. menjadi bagian

dari rencana investasi. Investor akan menerima nilai yang lebih besar sebagai hasil dari berbagai pilihan strategi investasi.

Menurut Fahmi (2016) Pada dasarnya ada empat cara untuk mengelola risiko, yaitu sebagai berikut:

1. Memperkecil Risiko

   Keputusan untuk memperkecil risiko adalah dengan cara tidak memperbesar setiap keputusan yang mengandung risiko tinggi tapi membatasinya bahkan meminimalisirnya guna agar risiko tersebut tidak bertambah besar di luar dari kontrol pihak manajemen perusahaan. Karena mengambil keputusan di luar dari pemahaman manajemen perusahaan maka itu sama artinya dengan melakukan keputusan yang sifatnya spekulasi.

2. Mengalihkan Risiko

   Keputusan mengalihkan risiko adalah dengan cara risiko yang kita terima tersebut kita alihkan ke tempat lain sebagian, seperti dengan keputusan mengasuransikan bisnis guna menghindari terjadinya risiko yang sifatnya tidak diketahui kapan waktunya.

3. Mengandung Risiko Keputusan untuk mengendalikan risiko dilakukan dengan menetapkan kebijakan yang mengantisipasi munculnya risiko sebelumnya.
4. Pendanaan Risiko

   Keputusan pendanaan risiko adalah menyangkut dengan menyediakan sejumlah dana sebagai *reserve* (cadangan) guna mengantisipasi timbulnya risiko di kemudian hari. Seperti perubahan terhadap nilai tukar dolar di pasaran maka kebijakan sebuah perbankan adalah harus memiliki cadangan dalam bentuk mata uang dolar sehingga sejumlah perkiraan akan terjadi kenaikan atau perubahan tersebut.

Daftar Pustaka

Fahmi, I. (2016). *Manajemen Risiko Teori Kasus dan Solusi.* Alfabeta. Bandung

Mulyawan, S. (2015). *Manajemen Risiko.* Pustaka Setia. Bandung.

Jogiyanto, H.M. (2010). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi Ketujuh. BPFE. Yogyakarta

Tandelilin, E. (2010). *Portofolio dan Investasi teori dan aplikasi*, Edisi Pertama, KANISIUS, Yogyakarta.

Vaughan, E.J., & Curtis M. Elliot, (1978), *Fundamentals of Risk and Insurance*,New York, Chichester, Brisbane, Toronto: John Wiley & Sons Inc.

Profil Penulis

Dewi Anggraeni S.E., M.Ak., CSRS., CSP

Ketertarikan penulis terhadap penyusunan laporan keuangan akhirnya mengantarkan penulis dalam memilih jurusan dan keahlian yang dikembangkan terus oleh penulis sampai saat ini. Hal tersebut membuat penulis memilih untuk masuk ke Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Makassar dan mengambil jurusan Akuntansi pada tahun 2005. Penulis kemudian melanjutkan pendidikan ke jenjangan Magister pada Universitas Muslim Indonesia (UMI) pada program studi Magister Akuntansi dan lulus pada tahun 2014. Dengan niat fokus dan linear pada jurusan yang dipilih penulis maka kemudian penulis melanjutkan pendidikan pada Program Doktor Ilmu Akuntansi di Universitas Hasanuddin pada tahun 2020 dan sampai sekarang masih dalam proses perkuliahan dengan pengajuan disertasi terkait keputusan investasi.

Penulis memiliki kepakaran dibidang akuntansi khususnya pada akuntansi keperilakuan. Dan untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, penulis pun aktif sebagai peneliti dibidang kepakarannya tersebut. Beberapa penelitian yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi dan juga Kemenristek DIKTI. Selain itu peneliti, penulis juga aktif menulis buku dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi institusi tempat penulis mengabdi sebagai dosen, bangsa dan negara yang sangat tercinta ini.

Email Penulis: dewianggraeni.tdn@gmail.com

10

PENDANAAN JANGKA PENDEK, MENENGAH, DAN PANJANG

Ahmad Idris, SE., MM
Universitas Islam Kadiri

Pendanaan Jangka Pendek

Pendanaan jangka pendek adalah pendanaan yang harus dibayar kembali dalam jangka waktu satu tahun atau kurang untuk memenuhi kebutuhan perusahaan (Sujarweni, 2019). Contoh sumber dana jangka pendek adalah kredit perdagangan, pinjaman bank jangka pendek, surat berharga komersial, serta pendanaan piutang dan persediaan. Alasan perusahaan memerlukan pendanaan jangka pendek adalah:

1. Laba perusahaan tidak mencukupi untuk mendanai pengembangan perusahaan.
2. Perusahaan lebih suka meminjam dana daripada menunggu perusahaan mempunyai cukup dana untuk mendanai pengembangan usaha.
3. Pendanaan jangka pendek mudah dalam proses pengambilan, syarat, dan biaya yang timbul lebih murah dibanding pendanaan jangka panjang.

Sumber Dana Jangka Pendek

Sumber dana jangka pendek adalah sebagai berikut:

1. Hutang Dagang

   Hutang dagang merupakan pinjaman tanpa perjanjian, dimana pembeli membeli barang dengan cara kredit dan akan dibayar dalam waktu kurang dari 1 tahun. Pembeli dikatakan mempunyai hutang dagang ketika pembeli sudah menerima barang. Perusahaan sering juga mengambil barang kepada suplier, pembayarannya dilakukan beberapa saat kemudian ini juga disebut sebagai hutang dagang. Hutang dagang kadang ada yang menggunakan biaya bunga. Penetapan harga jual yang lebih tinggi dan bisa juga berupa bentuk kehilangan diskon yang diberikan pada perusahaan yang membayar lebih awal, hal ini tercermin dari syarat penjualan. Hutang dagang yang diberikan suplier biasanya menggunakan syarat kredit pemasok A menawarkan *credit term* (syarat kredit) yaitu 2/10 net 30 untuk pembelian bahan baku perusahaan senilai Rp. 10 juta. (2/10 net 30 : bila pembayaran dilakukan sampai dengan hari kesepuluh maka akan diberikan potongan tunai 2%, lewat dari hari ke 10 pembayaran tidak mendapat diskon dan paling lambat harus dilunasi hari ke 30). Menurut Brigham dan Houston (2001), *credit term* adalah suatu ketentuan mengenai periode kredit dan potongan yang diberikan.

   Menurut Kasmir (2014), hutang lancar merupakan kewajiban atau hutang perusahaan kepada pihak lain yang harus segera dibayar. Jangka waktu hutang lancar adalah maksimal satu tahun. Oleh karena itu, hutang lancar juga disebut hutang jangka pendek. Komponen hutang lancar antara lain terdiri dari hutang dagang, hutang bank maksimal satu tahun,

hutang wesel, hutang gaji, dan hutang jangka pendek lainnya.

2. Dana Pinjaman Bank

   Pinjaman dari pihak lain (Bank) merupakan sumber dana dari pihak eksternal yang juga sering dimanfaatkan perusahaan sebagai sumber dana jangka pendek. Dana pinjaman bank pendek adalah pinjaman jangka pendek dari bank untuk memenuhi kebutuhan modal perusahaan dalam menghadapi masa kegiatan dan pengeluaran operasional yang tinggi, karena dibutuhkan tambahan dana untuk memperkuat persediaan dan mengatasi arus kas karena piutang yang membengkak. Jenis sumber dana dari Bank dan Nonbank adalah:

   a. Kredit usaha kecil menengah, diberikan kepada usahawan kecil menengah dengan bunga yang rendah.

   b. Kredit tanpa agunan, adalah kredit yang diberikan untuk perorangan yang tidak menggunakan agunan sebagai sumber jaminan untuk keperluan modal dan biasanya bunganya tinggi.

   c. *Leasing*, merupakan pendanaan yang diberikan oleh suatu lembaga keuangan yang berbentuk perusahaan pendanaan, di mana pinjaman tersebut diberikan berupa pembelian aset bergerak perusahaan seperti kendaraan bermotor dan peralatan.

   d. Kredit pasar uang contoh kredit pasar uang adalah surat berharga atau *commercial paper* (CP) adalah merupakan surat utang jangka pendek (jangka waktu 30-90 hari), tanpa jaminan yang dikeluarkan perusahaan besar dan dijual langsung ke investor. Biasanya hanya perusahaan

besar yang bisa mengeluarkan commercial paper. *Commercial paper* dapat diartikan sebagai surat hutang jangka pendek yang diterbitkan sebagai surat hutang jangka pendek yang diterbitkan perusahaan, surat hutang ini diperdagangkan di pasar uang.

e. *Letter of credit*, merupakan janji tertulis dari bank bagi pembeli untuk membayar sejumlah uang kepada perusahaan yang dituju penjual bila sejumlah kondisi telah terpenuhi.

f. *Factoring*, merupakan menjual piutang perusahaan kepada perusahaan faktor (perusahaan pembeli piutang) yang biasanya adalah lembaga keuangan. *Factoring* sering disebut anjak piutang, artinya menjual piutang dagang. Dari segi perusahaan yang mempunyai piutang, artinya menjual piutang dagang. Dari segi perusahaan yang mempunyai piutang, factoring mempunyai manfaat karena perusahaan tidak perlu menunggu sampai piutang jatuh tempo untuk memperoleh kas. Piutang juga memperoleh manfaat karena factoring merupakan alternatif investasi.

Pertimbangan Memilih Pendanaan Jangka Pendek

Ada baiknya sebelum memutuskan untuk mengambil pinjaman atau jenis pembiayaan lain, perusahaan perlu untuk melakukan perencanaan kebutuhan modal. Apabila perusahaan memang mengalami keadaan yang buruk seperti tiba-tiba mengalami kerugian usaha, tidak mampu membayar gaji, atau keadaan darurat lain yang memaksa perusahaan untuk mengambil pendanaan atau pinjaman. Dengan demikian perlu melakukan perencanaan yang baik. Pendanaan jangka pendek secara

umum digunakan untuk kebutuhan jangka pendek, perlu pertimbangan dalam memilih pendanaan jangka pendek antara lain:

1. Perhatikan faktor biaya yang menjadi beban. Apabila memilih pendanaan jangka pendek ini menghindari biaya bunga yang lebih tinggi dibanding dengan pinjaman jangka panjang.
2. Persyaratan yang harus dipenuhi. Untuk pendanaan jangka pendek syarat yang harus dipenuhi tidak sesulit melakukan peminjaman jangka panjang, dalam hal agunan tidak perlu ada agunan, dalam beberapa saat pengajuan kredit sudah dapat dicairkan.
3. Jangka waktu pengembalian. Jangka waktu pengembalian kredit kurang dari 1 tahun.
4. Fleksibilitas pembayaran, baik waktu maupun jumlah.
5. Jaminan yang diberikan. Jaminan yang diberikan dapat berupa aktiva.
6. Ketersediaan dana. Bank biasanya menyediakan plafon dana maksimal yang diberikan untuk peminjam.

Biaya Pinjaman Bank

Sumber dana jangka pendek yang paling banyak adalah bank. Adapun biaya yang dibebankan kepada nasabah oleh bank yang mengambil kredit pada bank konvensional adalah:

1. Biaya bunga.

   Nasabah akan dibebankan tingkat suku bunga pinjaman yang berbeda tergantung pada resiko bisnis nasabah, pengalaman baik dengan nasabah serta

jumlah pinjamannya. Tiga macam suku bunga atas kredit bank:

a. Bunga Flat

Bunga flat adalah biaya bunga yang dikenakan di awal pinjaman dan dikurangi pembayaran secara tetap (*flat*) setiap periodenya tanpa memperhitungkan berapapun saldo pokok yang tersisa (Setiawan, 2015). Penawaran kredit tanpa agunan seringkali terdapat tabel berisi besaran pinjaman, tenor kredit, dan besaran angsuran. Bunga flat ini artinya pembayaran pada bank tiap bulan dengan jumlah angsuran yang selalu sama sampai berakhirnya masa kredit. Bunganya sama, cicilan pokoknya sama. Dalam kredit dengan bunga flat, plafon kredit dan besaran bunga akan dihitung secara proporsional sesuai dengan jangka waktu kredit.

Rumus perhitungannya:

Bunga perbulan = (P x I x t)/jb

P = pokok pinjaman

I = suku bunga per tahun

t = jumlah tahun jangka waktu kredit

jb = jumlah bulan dalam jangka waktu kredit

Contoh kasus:

Pokok pinjaman: Rp. 24.000.000

Bunga flat: 5%/tahun

Jangka waktu kredit: 24 bulan

Penghitungan bunga: Rp (24.000.000 x 5% x 2) / 24 = Rp 100.000

Dengan begitu, mulai angsuran pertama sampai terakhir besarnya adalah Rp 1,1 juta

b. Bunga Efektif

Bunga efektif ini angsurannya dihitung berdasarkan sisa pokok utang. Perhitungan porsi bunga dan pokok dalam angsuran tiap bulan akan berubah terus meski besaran angsuran per bulannya tetap sama.

Rumus perhitungannya:

Bunga = SP x i x (30/360)

SP = saldo pokok pinjaman bulan sebelumnya

i = suku bunga per tahun

30 = jumlah hari sebulan

360 = jumlah hari dalam setahun

Contoh kasus

Pokok pinjaman: Rp. 24.000.000

Bunga 10%/tahun

Jangka waktu kredit: 24 bulan

Besaran bunga efektif bulan 1

= Rp. 24.000.000 x 10% x (30 hari/360 hari) = Rp. 200.000

Angsuran pokok dan bunga bulan 1 = Rp. 1.000.000 + Rp 200.000 = Rp. 1.200.000

Besaran bunga efektif bulan 2

= Rp. 23.000.000 x 10% x (30 hari/360 hari) = Rp. 1.191.666,67

Angsuran pokok dan bunga bulan 2 = Rp. 1.000.000 + Rp. 1.191.666,67 = Rp. 1.191.666,67

Disini terlihat angsuran keduanya nilainya Rp. 1.191.666,67 yang lebih kecil dari angsuran pertama sebesar Rp. 1,2 juta.

c. Bunga Anuitas

Jenis bunga satu ini modifikasi dari bunga efektif dengan maksud mempermudah kreditur membayar angsuran tiap bulan karena besarannya sama. Atau dengan kata lain, bunga anuitas ini membuat angsuran bulanan yang dibayarkan selalu tetap tapi komposisi bunga dan pokok angsuran berubah secara periodik. Angsuran pokok per bulannya bakal membesar tapi di saat bersamaan besaran bunganya per bulan mengecil. Perhitungan bunga ini membuat porsi bunga di masa awal pinjaman menjadi sangat besar tapi perlahan-lahan porsinya akan mengecil di masa akhir kredit. Satu hal yang perlu diketahui, rumus perhitungannya sama dengan bunga efektif.

Rumus perhitungannya:

Bunga = SP x i x (30/360)

SP = saldo pokok pinjaman bulan sebenarnya

i = suku bunga per tahun

30 = jumlah hari sebulan

360 = jumlah hari dalam setahun

Contoh kasus

Pokok pinjaman: Rp. 24.000.000

Bunga 10%/tahun

Jangka waktu kredit: 24 bulan

Besaran bunga efektif bulan 1

= Rp. 24.000.000 x 10% x (30 hari/360 hari) = Rp. 200.000

Angsuran pokok dan bunga pada bulan 1 adalah Rp. 907.478 + Rp. 200.000 = Rp. 1.107.478

Besaran bunga anuitas angsuran 2 = Rp. 23.092.522 x 10% x (30/360) = Rp. 192.438

Angsuran pokok dan bunga pada bulan 2 adalah Rp. 915.040 + Rp. 192.438 = Rp. 1.107.478

Dari sini bisa diperhatikan kalau angsuran yang mesti dibayarkan tiap bulan selalu sama, yakni Rp. 1.107.478. Kemudian perhatian di angsuran pokok dan bunganya pada angsuran pertama dan kedua yang besarannya berbeda.

2. Biaya materai.

   Biaya yang berkaitan dengan pembelian materai sebagai sarana legalitas peminjaman dana ke bank.

3. Biaya provisi dan komisi.

   Biaya yang harus dikeluarkan oleh nasabah yang berkaitan dengan proses pemberian kredit, imbalan balas jasa kepada bank karena ditandatanganinya perjanjian kredit. Biaya ini sebagai biaya pengikat bahwa bank mempunyai kewajiban untuk menyediakan dana untuk debitur. Besarnya biaya provisi tergantung bank biasanya berkisar 0,5% sampai 1% dari total kredit.

4. Biaya administrasi.

   Biaya yang timbul disebabkan karena ada pengeluaran berkaitan dengan proses kredit seperti biaya fotocopy, biaya pengadaan formulir yang dibebankan pada nasabah.

Pendanaan Jangka Menengah

Sumber dana jangka menengah adalah sumber dana yang tertanam di dalam perusahaan lebih dari 1 (satu) tahun dan kurang dari 10 (sepuluh) tahun. Adapun jenis sumber dana jangka menengah terdiri dari *term loan*, *equipment loan*, *leasing*, modal ventura, dan lain-lain.

Term loan adalah salah satu jenis pembiayaan jangka menengah. *Term loan* ini biasanya disediakan oleh bank komersial, perusahaan asuransi, dana pensiun, lembaga pembiayaan pemerintah dan supplier perlengkapan. Dipandang dari biaya modalnya, term loan ini memiliki biaya yang lebih rendah daripada modal saham ataupun obligasi. *Equipment loan* adalah pembiayaan yang dipergunakan untuk pengadaan perlengkapan baru.

Leasing adalah suatu kontrak antara pemilik aktiva yang disebut dengan lessor dan pihak lain yang memanfaatkan aktiva tersebut yang disebut lesse untuk jangka waktu tertentu. Salah satu manfaat leasing adalah lesse dapat memanfaatkan aktiva tersebut tanpa harus memiliki aktiva tersebut.

Modal ventura adalah merupakan bentuk pembiayaan penyertaan modal yang bersifat sementara ke dalam Perusahaan Pasangan Usaha (PPU). Setelah PPU tersebut mandiri baik dari segi pasar, pengelolaan serta telah memiliki modal usaha yang cukup, maka saham PPU yang dimiliki oleh Perusahaan Modal Ventura akan dijual kembali kepada PPU atau pihak lain.

Pendanaan Jangka Panjang

Sumber dana jangka panjang adalah sumber dana yang tertanam dalam perusahaan lebih dari 10 (sepuluh) tahun. Terdapat berbagai jenis sumber dana jangka panjang yang tersedia bagi perusahaan seperti misalnya

long term debt, saham preferen dan saham biasa. Utang jangka panjang ini dapat diperoleh melalui pinjaman di bank atau dengan cara menjual obligasi. Obligasi dan saham preferen merupakan sumber dana dengan memberikan pendapatan yang tetap kepada pemiliknya, sementara saham biasa merupakan surat berharga dengan memberikan penghasilan tidak tetap kepada pemegangnya.

Menurut Sudana (2015), saham biasa (*common stock*) digunakan untuk saham yang tidak memiliki keistimewaan dalam penerimaan dividen atau dalam kebangkrutan perusahaan. Sedangkan saham istimewa (*preference stock*) memiliki hak istimewa di atas saham biasa dalam pembagian dividen dan pembagian sisa hasil penjualan aktiva jika perusahaan dilikuidasi. Dividen saham istimewa dibayarkan lebih dahulu sebelum dividen saham biasa.

Obligasi atau surat tanda hutang adalah instrumen hutang jangka panjang yang banyak digunakan perusahaan yang relatif besar. Pengertian obligasi menurut OJK adalah surat pengakuan hutang atas pinjaman yang diterima oleh perusahaan penerbit obligasi dari masyarakat jangka waktu obligasi telah ditetapkan dan disertai dengan pemberian imbalan bunga yang jumlah dan saat pembayarannya juga telah ditetapkan baik oleh Badan Umum Milik Negara (BUMN), misalnya obligasi yang diterbitkan PT. (Persero) Jasa Marga maupun badan usaha swasta seperti obligasi yang diterbitkan oleh PT. Astra Internasional, ataupun juga obligasi yang diterbitkan oleh Pemerintah Pusat dan Daerah.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pendanaan Jangka Panjang

1. Pertimbangan struktur modal perusahaan, yakni perbandingan antara modal asing dengan modal sendiri. Semakin besar proporsi modal asing (hutang), semakin kecil kemungkinan menggunakan hutang jangka panjang sebagai alternatif sumber modal baru.
2. Penyesuaian usia aktiva dengan pasiva atau "*maturitymatching*". Aktiva perusahaan yang berusia 10 tahun sebaiknya tidak dibiayai dengan hutang jangka pendek, tapi hutang berusia 10 tahun juga.
3. Informasi yang tidak simetris (*asymmetric information*).Menurut teori yang dikemukakan oleh Gordon Donaldson dari Harvard Business School ini, karena informasi bagi investor di pasar modal relatif lebih sedikit, mereka ragu-ragu untuk membeli saham baru yang diterbitkan oleh suatu perusahaan. Akibatnya harga saham baru yang diterbitkan oleh suatu perusahaan. Akibatnya harga saham baru cenderung jatuh. Kesimpulan: sebaiknya perusahaan yang membutuhkan modal baru menggunakan alternatif berhutang, baru setelah itu menerbitkan saham baru.
4. Jumlah dana yang dibutuhkan. Jika jumlah dana yang dibutuhkan relatif kecil, hutang ke bank lebih menarik daripada menerbitkan saham (pertimbangan "*flotation cost*").
5. Ketersediaan jaminan/kolateral. Perusahaan dapat berhutang dalam jumlah yang relatif besar bilamaana ia memiliki aktiva yang cukup banyak untuk digunakan sebagai jaminan hutang.

Keuntungan dan Kerugian Pendanaan Jangka Panjang

Menurut Atmaja (2008), terdapat keuntungan maupun kerugian yang perusahaan dikarenakan pendanaan jangka panjang.

Keuntungan penggunaan hutang jangka panjang

1. Pemegang obligasi tidak menikmati keuntungan perusahaan yang besar.
2. Biaya hutang bersifat mengurangi pembayaran pajak (*tax saving*), sedangkan biaya modal sendiri tidak.
3. Tidak harus membagi kontrol perusahaan.

Kerugian penggunaan hutang jangka panjang

1. Dapat menyebabkan kebangkrutan jika bunga dan pokok pinjaman tidak dapat dibayar.
2. Hutang meningkatkan risiko perusahaan sehingga biaya hutang maupun biaya modal sendiri ikut meningkat.
3. Harus membayar pokok pinjaman di masa mendatang.
4. Menimbulkan pembatasan-pembatasan atau covenants dari kreditur.
5. Kewajiban menyisihkan dana pelunasan obligasi (*sinking fund*).

Daftar Pustaka

Atmaja, L. S. (2008). *Teori dan Praktik MANAJEMEN KEUANGAN*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Brigham, E.F. & Houston, J. F. (2001). Manajemen Keuangan. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kasidi. (2014). *Manajemen Risiko*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.

Kasmir. (2014). *Analisis Laporan Keuangan.* Jakarta: Rajawali Pers.

Puspitasari, W. (2022). Pengaruh likuiditas, struktur aktiva, dan profitabilitas terhadap struktur modal. *Jurnal Cendekia Keuangan*, 1(1), 42-56. doi:10.32503/jck.v1i1.2258

Rustam, B. R. (2013). *Manajemen Risiko Perbankan Syariah di Indonesia.* Jakarta: Salemba Empat.

Setiawan, Harry. (2015). *Belajar Finance*. Depok: Penerbit Herya Media.

Sudana, I. M. (2015). *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktik*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Sujarweni, V. W. (2019). *Manajemen Keuangan Teori, Aplikasi dan Hasil Penelitian.* Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Profil Penulis

Ahmad Idris, SE., MM

Meraih gelar sarjana ekonomi jurusan manajemen di STIE Binaniaga Bogor tahun 2011 kemudian menyelesaikan Program Magister Manajemen di Universitas Islam Kadiri tahun 2015. Melanjutkan pendidikan doktoral di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta tahun 2021 sampai sekarang (belum lulus). Pekerjaan menjadi dosen tetap Universitas Islam Kadiri tahun 2015 sampai sekarang. Mata kuliah yang pernah diampu seperti Manajemen Keuangan, Manajemen Risiko, Akuntansi Biaya, dan Akuntansi Manajemen.

Pernah mendapatkan penghargaan sebagai penulis terbaik pada acara Seminar Nasional dengan tema Ketahanan Ekonomi Nasional Dalam Rangka Menghadapi Persaingan Global tahun 2017 yang diadakan oleh Universitas Kanjuruhan Malang. Selain aktif mengajar juga aktif sebagai editor di beberapa jurnal nasional. Editor in Chief pada jurnal ilmiah yang diterbitkan oleh Universitas Islam Kadiri yaitu Jurnal Cendekia Keuangan dan Cendekia : Pengabdian Masyarakat. Serta sebagai tim editor Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat ITK (PIKAT) yang diterbitkan oleh LPPM Institut Teknologi Kalimantan. Ketertarikan penulis sebagai editor jurnal dimulai tahun 2016 sampai dengan sekarang setelah rutin mengikuti pelatihan dari RJI (Relawan Jurnal Indonesia).

Email Penulis: ahmad.idris22@gmail.com

11

TEORI STRUKTUR MODAL

Dr. Triyonowati, M.Si
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia
(STIESIA) Surabaya

Kecenderungan perusahaan yang makin banyak menggunakan hutang, tanpa disadari secara berangsur - angsur, akan menimbulkan kewajiban yang makin berat pada perusahaan saat harus melunasi (membayar kembali hutang). Tidak jarang perusahaan - perusahaan yang akhirnya tidak mampu memenuhi kewajiban tersebut dan bahkan dinyatakan pailit. Belum ada rumusan yang tepat untuk menemukan jumlah optimal dari hutang dan ekuitas dalam struktur modal Pedoman umumnya hanyalah : mencari hutang sebanyak mungkin tanpa meningkatkan resiko atau menurunkan fleksibilitas perusahaan. Berikut beberapa pengertian struktur modal menurut para ahli dalam Buku Manajemen Keuangan Perusahaan dan Pasar Modal (Fahmi, 2014) :

Menurut Weston dan Copeland bahwa : *"Capital structure on the capitalization of the firm is the permanent financing respresented by long-tem dept, preferred stock and shareholder's equity"*.Sedangkan Joel G Seigel dan Jae K. Shim mengatakan : "Capital structure (struktur modal) adalah komposisi saham biasa, saham preferen, dan berbagai kelas seperti itu, laba yang ditahan , dan utang jangka panjang yang dipertahankan oleh suatu kesatuan usaha dalam mendanai aktiva." Dipertegas oleh Jones bahwa : "Struktur modal suatu perusahaan terdiri dari

long-term debt dan shareholder's equity terdiri dari preffered stock dan common equity, dan common stock itu sendiri terdiri dari common stock dan retairned earnings."

Bersumber dari *long-term liabilities* dan *shareholder's equity* merupakan gambaran bentuk struktur modal dengan proporsi keuangan perusahaan yaitu antara modal dan hutang yang dimiliki.

Pendekatan-Pendekatan yang Digunakan dalam Menganalisis Struktur Modal

Dapat dijelaskan sebagai berikut :

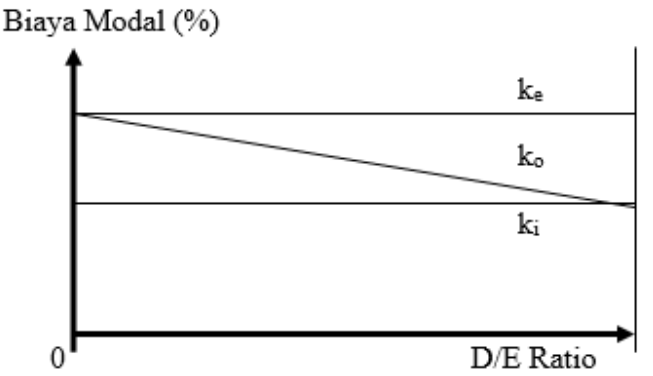
1. Pedekatan Net Income (NI)

Pada pendekatan ini, sebagian laba atas pemegang saham dikapitalisasi dengan suatu tingkat kapitalisasi yang konstan yaitu ke (biaya modal sendiri)

Asumsi yang mendasari pendekatan Net Income adalah:

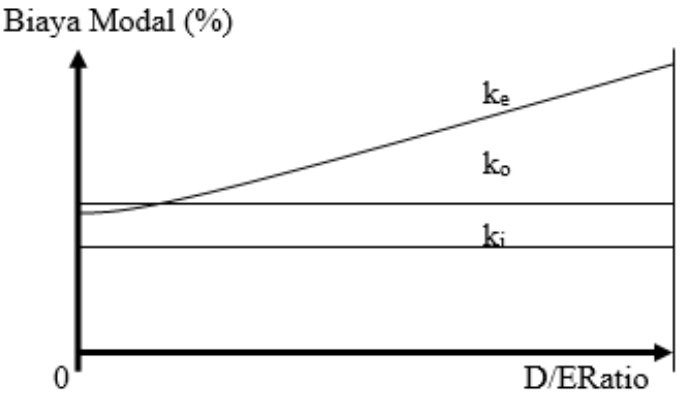
a. Biaya utang (kl) dan biaya modal sendiri (ke) adalah konstan waupun struktur modal berubah.
b. Biaya utang sebelum pajak (kd) lebih rendah dari biaya modal sendiri (ke)

Secara grafis ditunjukkan pada Gambar 8.1.



2. Pendekatan Net Operating Income (NOI)

Pada Pendekatan Net Operating Income (NOI), tingkat biaya modal rata-rata tertimbang (ko) adalah konstan. Asumsi yang mendasari pendekatan ini adalah biaya utang (kl) dan biaya modal keseluruhan (ko) konstan. Pada pendekatan NOI, perubahan struktur modal, tidak mempengaruhi nilai total perusahaan sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 8.2.



3. Pendekatan Tradisional

Pendekatan Tradisional berpendapat akan adanya struktur modal yang optimal. ArtinyaStruktur Modal mempunyai pengaruh terhadap Nilai Perusahaan,

dimana StrukturModal dapat berubah-ubah agar bisa diperoleh nilai perusahaan yang optimal.Mereka yang menganut pendekatan tradisional berpendapat bahwa dalam pasar modalyang sempurna dan tidak ada pajak,nilai perusahaan (biaya modal perusahaan) bisadirubah dengan merubah struktur modalnya (yaitu B/S).

Pendekatan tradisional merupakan salah satu teori struktur modal, dimana dalam teori ini menjelaskan bahwa ada struktur modal optimal yang dapat digunakan perusahaan. Posisi pendekatan tradisional menunjukkan bahwa biaya modal tidak independen terhadap struktur modal perusahaan. Sehingga pendekatan ini percaya bahwa perusahaan dapat mengoptimalkan struktur modal. Struktur modal yang optimal terjadi ketika margin cost of capital dari hutang riil secara eksplisit dan implisit sama dengan margin cost of capital sendiri pada posisi ekuilibrium.

Pendekatan tradisional juga menjelaskan bahwa perusahaan bisa meningkatkan nilai total perusahaan dengan menggunakan hutang (leverage keuangan) dalam jumlah tertentu, dimana penambahan penggunaan hutang pada titik tertentu akan bisa menghemat biaya modal/cost of capital (ko). Penambahan hutang juga dapat meningkatkan nilai perusahaan, karena peningkatan hutang memiliki cost of capital yang lebih murah (Solikhadi, 2016)

4. Pendekatan Modigliani & Miller

Terdapat beberapa teori yang mendasari keputusan struktur modal perusahaan, yaitu :

a. Teori Modligani – Miller (MM) Tanpa Pajak

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh 2 ahli manajemen keuangan yaitu Franco Modigliani

dan Merton Miller pada tahun 1958 yang menyatakan bahwa tidak ada hubungannya antara nilai perusahaan dan biaya modal dengan struktur modalnya. Pernyataan tersebut didukung dengan adanya proses arbitrase. Melalui proses arbitrase akan membuat harga saham atau nilai perusahaan baik yang tidak menggunakan hutang atau yang menggunakan hutang, akhirnya sama.

Proses arbitrase ini muncul karena investor bersifat rasional, artinya investor lebih menyukai investasi yang sama tetapi menghasilkan keuntungan yang lebih besar atau dengan investasi yang lebih kecil menghasilkan keuntungan yang sama (Sutrisno: 2013). Beberapa asumsi yang mendasari teori MM-Tanpa Pajak:

1) Risiko bisnis perusahaan diukur dengan σ EBIT (devisiasi standar *Earning Before Interest and Tax*)
2) Investor memiliki penghargaan yang sama tentang EBIT perusahaan dimasa mendatang
3) Saham dan obligasi diperjualbelikan di suaru pasar modal yang sempurna
4) Utang adalah tanpa risiko sehingga suku bunga pada utang suku bunga bebas risiko
5) Seluruh aliran kas adalah perpetuitas (sama jumlahnya setiap periode hingga waktu tak terhingga). Dengan kata lain, pertumbuhan perusahaan adalah nol atau EBIT selalu sama Tidak ada pajak perusahaan maupun pajak pribadi (Nidar, 2016).

b. Teori Modligiani – Miller (MM) Dengan Pajak

Franco Modigliani dan Merton Miller menerbitkan teori lanjutan pada tahun 1958. Asumsi yang diubah adalah adanya pajak terhadap penghasilan perusahaan (*corporate income taxes*). Dengan adanya pajak ini, MM menyimpulkan bahwa penggunaan utang (leverage) akan meningkatkan nilai perusahaan karena biaya bunga utang adalah biaya yang mengurangi pembayaran pajak (a tax –deductible expense. Apabila ada dua perusahaan yang menghasilkan laba operasi yang sama, yang satu perusahaan tidak menggunakan hutang dan perusahaan satunya lagi menggunakan hutang, maka pajak penghasilan yang dibayarkan tidak akan sama.

Perusahaan yang menggunakan hutang akan membayar lebih kecil dibanding dengan perusahaan yang bisa menghemat pajak, dan tentunya akan bisa meningkatkan kesejahteraan pemilik atau akan meningkatkan nilai perusahaan. Karena perusahaan yang menggunakan hutang mendapatkan manfaat laba berupa penghematan pajak, maka MM berpendapat bahwa nilai perusahaan yang menggunakan hutang lebih besar dibanding dengan nilai perusahaan yang tidak menggunakan hutang.

5. *Degree Of Operating Leverage dan Degree Of Finanacial.Leverage*

Istilah leverage dipergunakan untuk menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menggunakan aktiva tetap atau dana yang mempunyai beban tetap (fixed assets or funds) untuk memperbesar tingkat penghasilan (return) bagi pemilik perusahaan.

Leverage dalam pengertian bisnis mengacu pada penggunaan asset dan sumber dana (sources of funds) oleh perusahaan di mana dalam penggunaan asset atau dana tersebut harus mengeluarkan biaya tetap atau beban tetap. Penggunaan asset (aktiva) atau dana tersebut dimaksudkan untuk meningkatkan keuntungan potensial bagi pemegang saham. Semakin tinggi tingkat leverage akan semakin tinggi risiko yang dihadapi dan semakin besar tingkat return atau penghasilan yang diharapkan.

Dalam manajemen keuangan perusahaan dikenal tiga macam leverage, yaitu leverage operasi (operating leverage) dan leverage keuangan (financial leverage) serta total leverage. Penggunaan leverage tersebut dengan tujuan agar keuntungan yang diperoleh lebih besar dari pada biaya asset dan sumber dananya. Penggunaan leverage untuk meningkatkan keuntungan bagi pemegang saham, namun penggunaan leverage juga dapat meningkatkan risiko. Jika perusahaan mendapat keuntungan yang lebih rendah dari biaya tetapnya maka penggunaan leverage akan menurunkan keuntungan pemegang saham.

a. Tingkat *Leverage* Operasi *(Degree Of Operating Leverage*)

Leverage operasi timbul pada saat perusahaan menggunakan aktiva yang memiliki biaya-biaya operasi tetap. Biaya tetap tersebut misalnya biaya penyusutan gedung dan peralatan kantor, biaya asuransi dan biaya lain yang muncul dari penggunaan fasilitas dan biaya manajemen. Dalam jangka panjang, semua biaya bersifat variabel, artinya dapat berubah sesuai dengan jumlah produk yang dihasilkan. Oleh karena itu, dalam analisis ini diasumsikan dalam jangka

pendek. Biaya operasi tetap, dikeluarkan agar volume penjualan dapat menghasilkan penerimaan yang lebih besar daripada seluruh biaya operasi tetap dan variabel. Pengaruh yang timbul dengan adanya biaya operasi tetap yaitu adanya perubahan dalam volume penjualan yang menghasilkan perubahan keuntungan atau kerugian operasi yang lebih besar dari proporsi yang telah ditetapkan. *Leverage* operasi juga memperlihatkan pengaruh penjualan terhadap laba operasi atau laba sebelum bunga dan pajak (*earning before interest and tax* atau EBIT) yang diperoleh. Pengaruh tersebut dapat dicari dengan menghitung besarnya tingkat leverage operasinya (*degree of operating leverage*). Untuk lebih jelasnya disajikan tabel 1 yang menggambarkan pengaruh leverage pada 3 perusahaan yang berbeda dengan berbagai jumlah leverage operasi.

Dari Tabel 1 di bawah ini menyatakan, perusahaan A mempunyai biaya operasi tetap yang lebih besar dibanding biaya variabelnya. Perusahaan B mempunyai biaya variabel yang lebih besar daripada biaya tetapnya. Perusahaan C mempunyai biaya operasi tetap dua kali lipat perusahaan A. Dari ketiga perusahaan tersebut, dapat dilihat bahwa perusahaan C mempunyai: (1) jumlah rupiah absolut biaya tetap terbesar dan (2) jumlah relatif biaya tetap terbesar, yaitu diukur dengan menggunakan rasio antara biaya tetap dibagi biaya totalnya dan rasio antara biaya tetap dibagi dengan penjualannya.

Tabel 1.

Laporan Laba-Rugi Perusahaan A, B dan C

Keterangan	**Perusahaan A (Rp)**	**Perusahaan B (Rp)**	**Perusahaan C (Rp)**
Penjualan	80.000.000	88.000.000	156.000.000
Biaya Operasi:			
Biaya Tetap	56.000.000	16.000.000	112.000.000
Biaya Variabel	16.000.000	56.000.000	24.000.000
Keuntungan Operasi (EBIT)	8.000.000	16.000.000	20.000.000
Rasio Biaya Operasi:			
Biaya Tetap/Biaya Total	0,78	0,22	0,82
Biaya Tetap/Penjualan	0,70	0,18	0,72
Biaya Variabel/Penjualan	0,20	0,64	0,15

Apabila setiap perusahaan mengalami peningkatan penjualan tahun depan sebesar 50%, maka laba perusahaan (EBIT) akan terpengaruh. Hasil pengaruh tersebut ditunjukkan pada Tabel 2, di mana biaya variabel dan penjualan tiap perusahaan meningkat sebesar 50%. Tetapi biaya tetap ketiga perusahaan tersebut tidak berubah. Seluruh perusahaan menunjukkan pengaruh dari leverage operasi (yaitu perubahan penjualan yang menghasilkan perubahan laba operasi). Dari perubahan tersebut perusahaan A terbukti sebagai perusahaan yang paling sensitif dengan peningkatan penjualan 50% dan menyebabkan peningkatan laba operasi sebesar 400%. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan jumlah biaya tetap absolut atau relatif terbesar belum tentu memiliki pengaruh leverage operasi terbesar. Misalnya perusahaan mengalami peningkatan penjualan sebesar 50%, maka menjadi tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2.

Perubahan Laporan Laba-Rugi
Karena Perubahan Penjualan

Keterangan	Perusahaan A (Rp)	Perusahaan B (Rp)	Perusahaan C (Rp)
Penjualan	120.000.000	132.000.000	234.000.000
Biaya Operasi:			
Biaya Tetap	56.000.000	16.000.000	112.000.000
Biaya Variabel	24.000.000	84.000.000	36.000.000
Keuntungan Operasi (EBIT)	40.000.000	32.000.000	86.000.000

Tingkat leverage operasi atau *degree of operating leverage* (DOL) adalah persentase perubahan dalam laba operasi (EBIT) yang disebabkan perubahan satu persen dalam output (penjualan).

$$DOL_{Q\ unit} = \frac{S - VC}{S - VC - FC} = \frac{Q\,(P - V)}{Q\,(P - V) - FC}$$

Atau :

$$DOL_{S\ rupiah} = \frac{S - VC}{S - VC - FC} = \frac{EBIT + FC}{EBIT}$$

Dimana :

DOL Q unit = DOL dari penjualan dalam unit

DOL S rupiah = DOL dari penjualan dalam rupiah

EBIT = Laba operasi sebelum bunga dan pajak

P = Harga per unit

V = Biaya variabel per unit

(P-V) = Marjin kontribusi per unit

Q =Kuantitas (unit) barang yang diproduksi atau dijual

FC = Biaya tetap

VC = Biaya variabel total

S = Penjualan

Laba operasi (EBIT) = [P(Q)- V(Q)]- FC

EBIT = Q (P - V) - FC

Besarnya tingkat perubahan laba operasi sebagai akibat perubahan penjualan (DOL) sangat erat hubungannya dengan titik impas atau titik pulang pokok. Titik impas menunjukkan besarnya pendapatan sama dengan jumlah biaya yang harus dikeluarkan perusahaan. Hubungan antara laba operasi dan DOL juga sangat erat. Semakin besar penjualan berarti semakin besar laba operasi secara absolut berarti semakin jauh dari titik impas, sebaliknya DOL nya semakin kecil. Pada umumnya, perusahaan tidak senang beroperasi dengan DOL yang tinggi, karena penurunan sedikit dalam penjualan dapat mengakibatkan kerugian (penurunan laba yang besar sehingga menjadi rugi).

b. *Degree of financila Leverage* (DFL)

Degree of Financial Leverage (DFL) adalah rasio leverage (hutang) yang mengukur sensitivitas laba per saham (EPS) terhadap fluktuasi pendapatan. Suatu perusahaan menggunakan financial leverage jika perusahaan tersebut memberikan dana atau membiayai asetnya dengan surat berharga atau efek misalkan aset obligasi. Hal tersebut akan memberikan perubahan yang besar bagi EPS atau laba per lembar sahamnya.

Degree of Financial Leverage (hutang) berfungsi untuk menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat leveragenya maka pendapatan akan semakin tidak stabil yang disebabkan karena biaya bunga dari hutang tersebut. Hutang atau leverage satu sisi dapat memperbesar keuntungan dan EPS, hal tersebut masih dapat diterima saat pendapatan operasional naik, akan tetapi bisa menjadi masalah jika pendapatan operasional sedang tidak stabil atau menurun. DFL juga berguna dalam membantu perusahaan menilai jumlah hutang keuangan yang harus dipilih atau diputuskan dalam struktur modalnya. Jika pendapatan operasional relatif stabil maka perusahaan dapat memiliki hutang dalam jumlah yang besar. Namun sebaliknya, jika pendapatan operasinya cukup fluktuatif lebih bijaksana untuk membatasi hutang ke tingkat yang mudah dikelola.

Degree of Financial Leverage (DFL dapat diformulakan sebagai berikut :

DFL = Persentase Perubahan EPS/ Persentase Perubahan EBIT atau

DFL = EBIT / EBIT – Interest (biaya bunga)

Penggunaan *leverage* keuangan sangat bervariasi menurut industri dan sektor bisnis. Ada banyak sektor industri di mana perusahaan beroperasi dengan tingkat leverage keuangan yang tinggi.

6. Struktur Modal Dalam Praktek

Untuk menemukan struktur modal yang optimal, secara umum manajer menggunakan formulasi biaya modal rata-rata tertimbang.

Biaya Modal Rata-Rata Tertimbang atau Weighted Average Cost of Capital (WACC) adalah formulasi yang umum dikenal dalam manajemen keuangan. Jika dijelaskan secara singkat, WACC dihasilkan dari proporsi penyesuaian tingkat utang dan modal dengan pertimbangan risiko keuangan seminimal mungkin.

Namun dalam praktek riilnya, WACC bukan satu-satunya formulasi yang digunakan oleh manajemen dalam menentukan keputusan struktur modal optimal. Manajemen terkadang menggunakan strategi atau teori lain yang didasarkan pada insting mereka dalam menentukan struktur modal optimalnya. Dalam menentukan struktur modal, secara umum manajer menggunakan dua istilah berikut:

1. *Low Leverage*: proporsi utang lebih rendah daripada proporsi ekuitas dalam Struktur Modal. Sebagai contoh jika perusahaan memiliki total aset Rp1.000.000, maka manajer akan mengatur jumlah utang sejumlah Rp300.000 dan ekuitas sejumlah Rp700.000 .
2. *High Leverage*: sebaliknya, proporsi utang lebih tinggi daripada proporsi ekuitas dalam Struktur Modal. Dengan contoh yang sama, mungkin manajer akan mengatur jumlah utang sebesar Rp800.000 dan ekuitas sejumlah Rp200.000

7. Batas-batas Penggunaan struktur modal :

a. Model Miller

Miller menyajikan suatu tcori struktur modal yang juga meliputi pajak untuk penghasilan pribadi. Pajak pribadi ini adalah:

1) Pajak Penghasilan dari saham (Ts.) dan
2) Pajak Penghasilan dari obligasi (Td)

V_L = Vu+ TD dan

T= 1 - $\frac{(1-Tc)(1-Ts)}{(1-Td}$

dimana

a) Tc = Pajak Perusahaan (*Corporate Tax Rate*),

b) Ts = Pajak Pribadi pada penghasilan saham (*Personal Tax Rate on Stock Income),*

c) Td = Pajak Pribadi pada penghasilan obligasi (*Personal Tax Rate on Bond Income),*

d) D = Hutang Perusahaan.

Jika tidak ada pajak,makaTc=Ts =Td = 0, model Miller akan menjadi model MM tanpa pajak yaitu V_L= Vu

Jika tidak ada pajak pribadi, makaTs = Td= 0, model Miller akan menjadi model MM dengan pajak yaitu V_L= Vum+ TD

Keuntungan dari penggunaan utang pada model Miller tergantung pada Tc. Ts.Td, dan D.

Karena pajak pada capital gains suatu saham biasanya dibayar belakangan atau tertunda (pajak dibayar setelah saham terjual), pada umumnyaTs < Td

b. *Financial Distress* dan *Agency Costs*

Financial Distress adalah kondisi dimana perusahaan mengalami kesulitan keuangan dan terancam bangkrut. Jika perusahaan mengalami kchangkrutan, maka akan timbul biaya

kebangkrutan (bankcruptcy costs) yang disebabkan oleh: keterpaksaan menjual aktiva dibawah harga pasar, biaya likuidasi perusahaan, rusaknya aktiva tetap dimakan waktu sebelum terjual, dsb. *Bankruptcy Costs* ini termasuk " *Direct cost of financial distress* "

Selain itu, ancaman akan terjainya financial distress juga merupakan biaya karena manajemen cenderung menghabiskan waktu untuk menghindari kcbangkrutan daripada membuat keputusan perusahaan yang baik. Ini termasuk " *Indirect costs of financial distress".* Pada umumnya, kemungkinan terjadinya financial distress semakin meningkat dengan meningkatnya penggunaan hutang. Logikanya adalah semakin besar penggunaan hutang, semakin besar pula beban biaya bunga, semakin besar probabilita bahwa penurunan penghasilan akan menyebabkan *financial distress*

c. *Trade Off Model*

Jika kita memasukkan pertimbangan *financial distress* dan *agency costs* kedalam model MM dengan pajak, kita akan memperoleh model struktur modal berikut ini:

> VL = Vu +TD – (Present value Biaya Financial Distress Yang Diharapkan) - (Present value Biaya Keagenan)

Semakin besar penggunaan utang (D), semakin besar keuntungan dari penggunaan utang (leverage gain atau TD.), tetapi PV biaya *financial distress* dan PV *agency costs* juga meningkat, bahkan lebih besar. Kesimpulannya adalah: penggunaan hutang akan meningkatkan nilai perusahaan tetapi hanya sampai titik tertentu.

Setelah titik tersebut, penggunaan utang justru akan menurunkan nilai perusahaan karena kenaikan keuntungan dari penggunaan utang tidak sebanding dengan kenaikan biaya *financial distres*s dan *agency costs*. Titik balik tersebut disebut struktur modal yang optimal, menunjukkan jumlah utang yang optimal yang bisa diterima perusahaan

d. *Asymmetric information Theory*

Gordon Donaldson dari Harvard University mengajukan teori tentang informasi yang tidak simetris. *Asymmetric information* adalah kondisi dimana suatu pihak memiliki informasi yang lebih banyak dari pihak lain. Karena *asymmetric infornation*, manajemen perusahaan tahu lebih bayak tentang perusahaan dibanding investor di pasar modal. Jika manajemen perusahaan ingin memaksimumkan nilai untuk pemegang suham saat ini (*current stockholder*), bukan pemegang saham baru, maka ada kecenderungan bahwa:

1) Jika perusahaan memiliki prospek yang cerah, manajemen tidak akan menerbitkan saham baru tetapi menggunakan laba ditahan (supaya prospek cerah tersebut dinikmati *current stockholder*), dan
2) Jika prospek kurang baik, manajemen menerbitkan saham baru untuk memperoleh dana (ini akan menguntungkan *current stockholder* karena tanggung jawab mereka berkurang).

Daftar Pustaka

Husnan ,S. & Eny P (2012) . Dasar-dasar Manajemen Keuangan. UPP STIM YKPN.Edisi keenam. Cetakan pertama

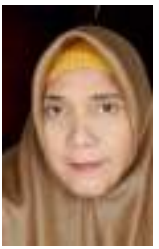
James C.van Horn & John ,M.Machowicz (2008). Fundamentals of Finanial Management . 13th Edition. Pearson Education Limited . England

Keown, Arthur J.; Martin, John D.; Titman, Sheridan.(2018) Financial Management: Principles and Applications. 2018. Publisher: Pearson

Ross,S.A.,Randilp.W.Westerfield & Jeffrey F.Jaffe (2010). Corporate Finance.9th Edition . Boston : Irwin McGraw-Hill.

Sjahrial,D (2007). Manajemen Keuangan Lanjutan . Mitra Wacana Media. Edisi Pertama.

Profil Penulis



Dr. Triyonowati, M.Si

Lahir di Surabaya, pada tahun 1979 melanjutkan pendidikan Strata-1 di Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga Surabaya jurusan manajemen, kemudian pada tahun 2003 menyelesaikan pendidikan PascaSarjana (Strata-2) Universitas Airlangga Surabaya pada prodi Ilmu Manajemen (IMAN). Menyelesaikan pendidikan doktoral (Strata-3) pada program Doktor Ilmu Manajemen (PDIM) Universitas Brawijaya Malang pada tahun 2015.

Saat ini menjadi dosen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Penulis memiliki kepakaran bidang manajemen keuangan, dan untuk mewujudkan karier sebagai dosen profesional, penulispun aktif sebagai peneliti sesuai bidang kepakaran tersebut. Beberapa penelitian bidang manajemen keuangan yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi dan juga dari Kemenristek DIKTI. Selain meneliti penulis juga aktif sebagai pengabdi dalam berbagai kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM) dan mendesiminasikan seperti halnya kegiatan penelitian, penulis turut serta menjadi pembina dan pendamping pada program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), penulis juga aktif menulis buku dengan harapan dapat memberi kontribusi positif bagi bangsa dan negara Indonesia pada bidang pendidikan.

Email Penulis: triyonowati@stiesia.ac.id

12

KEBIJAKAN DEVIDEN

Eky Endriana Amiruddin S.Pd., M.Kes
Universitas Dayanu Ikhsanuddin

Pengertian Kebijakan Deviden

Dividen adalah pendapatan bersih perusahaan, dibayarkan kepada pemegang saham berdasarkan persentase saham yang mereka miliki, dan merupakan cara untuk menarik investor dan mendorong mereka untuk berinvestasi di perusahaan, meningkatkan nilai perusahaan.

Beberapa jenis dividen yang dapat dibayarkan kepada pemegang saham yaitu :

1. Dividen Tunai (Cash Dividend)

   Yaitu distribusi laba dalam bentuk uang tunai oleh suatu perusahaan kepada para pemegang sahamnya. Namun jenis dividen ini dapat menyebabkan berkurangnya saldo laba dan kas.

2. Dividen Aktiva Selain Kas (Property Dividend)

   Jenis dividen ini biasanya menggunakan sekuritas perusahaan lain yang dimiliki oleh perusahaan tersebut, dan perusahaan tersebut telah mengalihkan sebagian atau seluruh kepemilikian perusahaan lain tersebut kepada pemegang sahamnya.

3. Dividen saham (Stock Dividend)

   Ketika dividen dibagikan dalam bentuk saham perusahaan. Pembagian ini akan berbetuk saham biasa dan akan dibagikan kepada para pemegang saham biasa. Ketika sebuah perusahaan menggunakan saham perusahaan untuk membayar dividen karena perusahaan menghadapi kesulitan modal kerja, dan memiliki batasan dari kreditur.

4. Dividen Likuidasi

   Yaitu dividen yang dibagikan kepada pemegang saham yang sebagian dari pemulangan atas investasi (return on investment), sedangkan dividen tunai (cash divident) adalah pengembalian atas investasi.

5. Dividen Saham Menurut Sundjaja dan Barlin (2010 : 382), dalam pembayaran dividen terdapat beberapa tahapan atau prosedur yaitu :

   a. Tanggal pengumuman (date of declaration)

   b. Cum-dividend date

   c. Tanggal pencatatan pemegang saham (date of record)

   d. Tanggal pemisahan dividen (ex-dividend date)

   e. Tanggal pembayaran (date of payment)

Kebijakan deviden adalah salah satu keputusan perusahaan yang harus di ambil mengenai dividen oleh manajemen untuk memutuskan laba yang diperoleh perusahaan selama 1 periode apakah akan membagikan keuntungan kepada para pemegang saham dan investor dalam bentuk dividen atau menahan laba.

Kebijakan dividen sangat penting karena mempengaruhi peluang investasi perusahaan, harga saham, struktur keuangan, arus pendanaan dan posisi likuiditas. Dengan

kata lain, kebijakan dividen memberikan informasi tentang kinerja perusahaan. Oleh karena itu, setiap perusahaan memiliki kebijakan dividen yang berbeda karena kebijakan dividen mempengaruhi nilai perusahaan saat membayar dividen kepada pemegang saham dan perusahaan mungkin tidak dapat mempertahankan kas yang cukup untuk mendanai pertumbuhan di masa depan. Di sisi lain, saham perusahaan menjadi kurang menarik bagi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat memperhitungkan besarnya laba yang ditahan untuk pengembangan perusahaan. (Nurmala,2006: p.18).

Sutrisno dalam Ratna Damayanti (2017) mengungkapkan bahwa kebijakan deviden adalah kebijakan yang berhubungan dengan pembayaran dividen oleh pihak perusahaan, berupa penentuan besarnya dividen yang akan dibagikan dan besarnya saldo laba yang ditahan untuk kepentingan perusahaan. Jika perusahaan memilih untuk melakukan membagikan laba dalam bentuk deviden maka akan mengurangi sumber dana internal perusahaan.

Uwigbe et al 2012 menjelaskan Kebijakan deviden adalah keputusan tentang apakah laba yang dihasilkan oleh suatu perusahaan harus dibagikan kepada pemegang saham sebagai dividen atau ditahan sebagai laba untuk mendanai investasi di masa depan. Priya dan Mohanasundari (2016) menyebutkan kebijakan deviden mengacu pada seperangkat aturan yang ditetapkan oleh perusahaan untuk menentukan seberapa besar keuntungannya akan dibagikan kepada pemegang saham.

Teori Kebijakan Dividen

Terdapat beberapa teori kebijakan dividen. Menurut Made Sudana (2011:169) dalam Anggraini (2014) yaitu sebagai berikut:

1. Teori dividend irrelevance

   Teori ini dikemukakan oleh Franco Modigliani dan Merton Miller (MM) yang berpendapat bahwa kebijakan deviden perusahaan tidak berpengaruh terhadap harga pasar saham dan valuasi perusahaan. Nilai perusahaan ditentukan oleh rasio pembayaran deviden, tetapi juga ditentukan oleh laba bersih sebelum pajak dan risiko bisnis. Menurut Made Sudana (2011:168) teori ini dapat diukur dengan:

   $$P_0 = \frac{1}{1+k} (D_1 + P_1)$$

   Keterangan:

   P_0 = harga pasar per lembar saham pada periode ke-0

   K = tingkat kapitalis perusahaan pada suatu kelas risiko

   D1 = dividen per saham periode ke-1

   P1 = harga pasar per saham periode ke-1

2. Bird in the hand theory

   Teori ini di kemukakan oleh Gordon dan Lintner (1959) berpendapat bahwa investor lebih aman membayar deviden daripada menunggu capital gain. Dividen yang diterima adalah nilai dividen yang sudah pasti ditangan sehingga memiliki risiko yang lebih rendah daripada capital gains (keuntungan yang dicari investor ketika melakukan investasi) dari pada mengharapkan sesuatu pendapatan yang belum pasti jika menginvestasikan kembali. Menurut Ambarwati (2010)

3. Teori preferensi pajak

   Investor ingin perusahaan mempertahankan laba setelah pajak dan menggunakannya untuk mendanai investasi daripada membayar deviden secara tunai. Teori ini menyatakan bahwa jika perusahaan ingin memaksimalkan harganya, ia harus membayar dividen yang lebih sedikit. Investor mungkin tertarik pada perusahaan yang kebijakan devidennya sesuai dengan situasi pajak mereka, karena dampak dari berbagai pajak bervariasi menurut jenis investor.

4. Teori "Signaling Hypothesis"

   Teori "Clientele Effect"Gordon dan Lintner dalam Lukas Setia Atmaja (2008: 287) menyatakan bahwa terdapat bukti empiris bahwa kenaikan dividen sering kali diikuti dengan kenaikan harga saham. Sebaliknya ketika deviden turun, harga saham umumnya turun. Teori ini menyatakan bahwa investor mempersepsikan perubahan deviden sebagai indikasi ekspektasi laba manajemen. Harga saham cenderung naik ketika kenaikan deviden diumumkan.

5. Teori "Clientele Effect"

   a. Teori ini menyatakan bahwa perusahaan cenderung menarik jenis investor yang menyukai kebijakan deviden.

   b. Kelompok pemegang saham yang membutuhkan penghasilan pada saati ini lebih menyukai suatu Dividend Payout Ratio yang tinggi. Sebaliknya kelompok pemegang saham yang tidak begitu membutuhkan uang saat ini lebih senang jika perusahaan menahan sebagian besar laba bersih perusahaan.

   c. Jika ada perbedaan pajak bagi individu (misalnya orang lanjut usia dikenai pajak lebih ringan) maka

kelompok pemegang saham yang dikenai pajak tinggi lebih menyukai capital gains karena dapat menunda pembayaran pajak. Kelompok ini lebih senang jika perusahaan membagi dividen yang kecil. Sebaliknya kelompok pemegang saham yang dikenai pajak relatif redah cenderung menyukai dividen yang besar.

d. Menurut Ambarwati (2010) pengaruh teori clientele effect ini merupakan kecenderungan sebuah perusahaan menarik jenis investor yang lebih menyukai kebijakan devidennya. Perusahaan menetapkan kebijakan deviden kemudian membiarkan para pemegang saham yang tidak menyukai kebijakan devidennya utuk menjual saham mereka kepada pemegang saham lainnya yang lebih menyukai kebijakan deviden perusahaannya.

Jenis – Jenis Dividen

Menurut Darmawan (2022) Ada 2 jenis dividen yang sering digunakan yaitu :

1. Dividen Tunai

   Metode pembayaran dividen ini paling sering dipergunakan sebagai cara pembagian keuntungan.

   Dibayarkan secara tunai dan dikenai pajak sesuai dengan tahun pengeluarannya. Di Indonesia keputusan mengenai dividen pada prinsipnya diserahkan kepada Rapat Umum Pemegang Saham atau RUPS berdasarkan Undang – undang No.1 Tahun 1995, pasal 62 ayat (1) dan (2) (Husnan, 1996:382).

2. Dividen Saham

Suatu cara pembayaran dividen dalam bentuk saham kepada para pemegang saham. Dividen saham merupakan restrukturisasi modal perusahaan atau penggabungan perusahaan dimana persentase kepemilikan perusahaan tetap tidak berubah (Sartono, 2010: 295). Metode ini biasanya dilaksanakan dan dibayarkan dalam bentuk penambahan saham, dengan memperhatikan rasio saham yang dimiliki. Jenis pembayaran dividen ini bebas pajak. Dividen saham juga menambah jumlah saham, tetapi dengan harga per saham yang lebih rendah. Contohnya, untuk setiap 100 saham yang dimiliki investor, investor tersebut akan menerima tambahan 5 saham. Husnan (2010: 296) berpendapat bahwa tujuan perusahaan memberikan dividen saham adalah untuk menghemat uang karena terdapat alternatif peluang investasi yang lebih menguntungkan. Kebijakan deviden saham tidak diperbolehkankan jika dapat dibuktikan bahwa saham akan mengatasi kesulitan keuangan perusahaan, karena perusahaan tidak dapat memanipulasi investor untuk menurunkan harga sahamnya. Selain kedua jenis dividen tersebut, terdapat dividen Script Dividen asset, dividen dan Liquidating dividen.

Struktur modal Perusahaan ANGGAR memilikki beberapa contoh penjabaran sebagai berikut (Dewi, 2010):

a. Saham biasa (Rp. 5.000,- nominal, 400.000 lembar) = Rp. 2 miliar

   Agio saham = Rp. 1 miliar

   Laba saham = Rp. 7 miliar

Modal sendiri bersih = Rp. 10 miliar

Perusahaan ANGGAR memberikan dividen saham 5% atau sebanyak 20.000 lembar (5% x 400.000 lembar).

b. Sementara pada nilai pasar saham Rp. 40.000 setiap pemegang saham harus memilki 20 lembar saham dan menerima 1 lembar dividen saham :

c. Saham biasa (Rp. 5.000 nominal, 420.000 lembar) = Rp. 2,1 miliar

Agio saham = Rp. 1,7 miliar

Laba ditahan = Rp. 6,2 miliar

Modal sendiri = Rp. 10 miliar

Keterangan :

a. Laba ditahan berkurang Rp. 800 juta, yaitu dividen saham 20.000 lembar x harga pasar Rp. 40.000.

b. Saham biasa ditambah Rp. 100 juta, yaitu 20.000 lembar saham baru x nilai nominal saham biasa Rp. 5.000,-

c. Agio saham bertambah Rp. 700 juta, yaitu 20.000 lembar saham baru x (Rp. 40.000 - Rp. 5.000) atau saham pasar - harga nominal.

d. Jika laba setelah pajak Rp. 1 miliar. EPS (Earning Per Share) = Rp. 2.500 (1 miliar/40.000). Setelah dividen saham menurun menjadi Rp. 2.380.

e. (Rp 1 miliar/420.000 lembar saham)

3. Liquidating Dividen

Liquidating dividen adalah jenis dividen yang dibayarkan kepada pemegang saham, sebagian dari jumlah tersebut dimaksudkan sebagai pembayaran

dividen tunai, sedangkan sebagian lagi dimaksudkan sebagai pengembalian modal yang diinvestasikan oleh para pemegang saham ke dalam perusahaan tersebut (M. Munandar, 1983: 314) artinya dividen yang dibayarkan bukan berdasarkan laba ditahan atau pendapatan perusahaan. Dividen ini dibagikan dengan menggunakan modal yang telah disetor oleh pemegang saham (pengembalian investasi atas saham).

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kebijakan Dividen

Menurut Weston dan Copeland (1997:125) dalam Canzul (2014), faktor-faktor yang mempengaruhi kebijakan dividen antara lain:

1. Undang-undang

   Undang-undang adalah kerangka untuk merumuskan kebijakan dividen. Juga menetapkan bahwa dividen harus dibayarkan dari pendapatan tahun berjalan maupun laba tahun dari sebelumnya.

2. Likuiditas

   Perusahaan mampu membayar dividen tunai jika tingkat likuiditas atau *cash ratio*yang dimiliki perusahaan mencukupi. Pembayaran dividen dapat berbentuk tunai atau dividen saham, semakin tinggi tingkat likuiditas maka semakin besar dividen tunai atau *cash* yang mampu dibayar oleh perusahaan kepada para pemegang saham begitu pula sebaliknya.

3. Kebutuhan pelunasan hutang

   Apabila perusahaan mengambil keputusan hutang untuk membiayai ekspansinya atau mengganti jenis pembayaran lainnya, perusahaan memiliki dua pilihan. Sebuah perusahaan dapat membayar hutangnya ketika jatuh tempo dan menggantinya

dengan jenis surat berharga lainnya, atau perusahaan dapat memilih untuk melunaskan hutangnya. Jika keputusannya adalah membayar hutang tersebut, maka biasanya perlu penambahan laba.

4. Pembatasan dalam perjanjian hutang

   Perjanjian hutang sering membatasi kemampuan perusahaan untuk membayar dividen tunai, terutama jika hutangnya jangka panjang. Larangan telah dikeluarkan untuk melindungi posisi pemberi pinjaman, biasanya menyatakan bahwa (1) dividen masa depan hanya dapat dibayarkan dari laba yang diperoleh setelah penandatanganan perjanjian hutang (jadi, dividen tidak dapat dibayar dari laba tahun sebelumnya) dan (2) dividen tidak dapat dibayarkan apabila modal kerja bersih (modal lancar dikurangi kewajiban lancar) berada di bawah suatu jumlah yang telah ditentukan. Demikian pula, perjanjian saham preferen umumnya menetapkan bahwa dividen tunai atas saham biasa tidak dapat dibayarkan kecuali semua dividen saham preferen telah dibayarkan.

5. Tingkat ekspansi aktiva

   Semakin cepat sebuah perusahaan berkembang, semakin banyak modal yang dibutuhkan untuk mengembangkan asetnya. Jika permintaan anggaran di masa depan semakin besar, perusahaan akan memilih untuk menahan laba dari pada membayar keuntungan.

6. Stabilitas laba

   Perusahaan dengan pendapatan yang stabil sering dapat memprediksi pendapatan masa depan. Perusahaan seperti itu biasanya cenderung membayar persentase keuntungan yang lebih tinggi dari pada perusahaan yang keuntungannya berfluktuasi.

Perusahaan yang tidak stabil, cenderung tidak yakin jika laba yang diharapkan pada tahun-tahun yang akan datang akan tercapai, sehingga perusahaan akan menahan sebagian besar laba saat ini.

7. Akses ke pasar modal

   Suatu perusahaan besar yang mempunyai catatan profitabilitas dan stabilitas, akan mempunyai akses yang mudah ke pasar modal dan akeses ke pembiayaan lainnya. Jadi perusahaan yang besar, sukses, profitnya tinngi cenderung membayar dividen lebih tinggi dari pada perusahaan yang kecil dan pemula.

8. Kendali perusahaan

   Beberapa perusahaan melakukan ekspansi pada tingkat penggunaan laba internal. Kebijakan ini didukung oleh pendapat bahwa mengumpulkan dana dengan menjual tambahan saham biasa dapat mengurangi kekuatan kelompok dominan dalam perusahaan. Pada saat yang sama, pinjaman meningkatkan resiko naik turunnya laba yang dihadapi perusahaan saat ini. Pentingnya pendanaan internal dalam usaha untuk mempertahankan pengendalian perusahaan akan mengurangi pembayaran dividen.

Daftar Pustaka

Ambarwati. (2010). “Manajemen Keuangan Lanjutan”. Yogyakarta: Graha Ilmu

Dewi, N. (2010). Penentuan Kebijakan Dividen (Dividend Policy) Dalam Praktik Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *7*(1), 1693–8852.

Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., Brawijaya, U., Mt, J., Malang, H., Mt, J., & Malang, H. (2014). *Analisis variabel yang mempengaruhi kebijakan dividen*.

Islam, U., Sunan, N., & Yogyakarta, K. (2022). *Kebijakan Dividen : Teori dan Praktiknya di Indonesia* (Issue July).

Made Sudana. (2011). “Manajemen Keuangan Perusahaan Teori Dan Praktik”. Jakarta: Erlangga

Priya, P. V. (2016). *Dividend Policy and Its Impact on Firm Value : A Review of Theories and Empirical Evidence*. *3*(3), 59–69.

Purnama, H. (2020). Pengaruh Struktur Modal, Kebijakan Deviden, dan Keputusan Investasi terhadap Profitabilitas (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur yang Go Publik di Bursa Efek Indonesia) Periode 2012 -2016. *Akmenika: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, *15*(2), 122–134. https://doi.org/10.31316/akmenika.v15i2.1002

Rumapea, M. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Dividen. *Kajian Akuntansi*, *21*(2), 91–105. https://doi.org/10.29313/ka.v21i2.4094

Samrotun, Y. C. (2015). kebijakan dividen pada perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode tahun 2011-2014 .. *Jurnal Paradigma*, *13*(01), 92–103.

Sembiring, E. E., & Pakpahan, R. (2010). Pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia. *Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan Dan Akuntansi*, *2*(1), 47–56.

Sitepu, N. R., & Wibisono, C. H. (2015). PENGARUH KEBIJAKAN DIVIDEN, KEBIJAKAN LEVERAGE DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI PADA TAHUN 2009-2013) Novi Rehulina Sitepu C. Handoyo Wibisono Program. *Jurnal Emba*, 1–14.

State, O., Polytechnic, A., State, E., & State, O. (2012). *DIVIDEND POLICY AND FIRM PERFORMANCE : 11*(3), 442–454.

(Ekonomi et al., 2014)Dewi, N. (2010). Penentuan Kebijakan Dividen (Dividend Policy) Dalam Praktik Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *7*(1), 1693–8852.

Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., Brawijaya, U., Mt, J., Malang, H., Mt, J., & Malang, H. (2014). *Analisis variabel yang mempengaruhi kebijakan dividen*.

Islam, U., Sunan, N., & Yogyakarta, K. (2022). *Kebijakan Dividen : Teori dan Praktiknya di Indonesia* (Issue July).

Priya, P. V. (2016). *Dividend Policy and Its Impact on Firm Value : A Review of Theories and Empirical Evidence*. *3*(3), 59–69.

Purnama, H. (2020). Pengaruh Struktur Modal, Kebijakan Deviden, dan Keputusan Investasi terhadap Profitabilitas (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur yang Go Publik di Bursa Efek Indonesia) Periode 2012 -2016. *Akmenika: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, *15*(2), 122–134. https://doi.org/10.31316/akmenika.v15i2.1002

Rumapea, M. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Dividen. *Kajian Akuntansi*, *21*(2), 91–105. https://doi.org/10.29313/ka.v21i2.4094

Samrotun, Y. C. (2015). kebijakan dividen pada perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode tahun 2011-2014 .. *Jurnal Paradigma*, *13*(01), 92–103.

Saxena,A,K(1999).”Determinant of Dividen d Policy:Regulated Versus Unregulated Firms”. The Journal of Finance.

Sembiring, E. E., & Pakpahan, R. (2010). Pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia. *Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan Dan Akuntansi*, *2*(1), 47–56.

Setia Atmaja, Lukas . 2008. Teori dan Praktek Manajemen Keuangan. ANDI, Yogyakarta.

Sitepu, N. R., & Wibisono, C. H. (2015). PENGARUH KEBIJAKAN DIVIDEN, KEBIJAKAN LEVERAGE DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI PADA TAHUN 2009-2013) Novi Rehulina Sitepu C. Handoyo Wibisono Program. *Jurnal Emba*, 1–14.

State, O., Polytechnic, A., State, E., & State, O. (2012). *DIVIDEND POLICY AND FIRM PERFORMANCE : 11*(3), 442–454.

Profil Penulis

Eky Endriana Amiruddin S.Pd., M.Kes

Lahir pada tanggal 21 Agustus 1987 di Kaledupa Wakatobi Sulawesi Tenggara. Lulus Magister di Universitas Hasanuddin (2011) jurusan Administrasi Kebijakan Kesehatan (AKK). Saat ini adalah Dosen Tetap di Universitas Dayanu Ikhsanuddin Fakultas Kesehatan Masyarakat Jurusan Ilmu Kesehatan Masyarakat. Mengampu mata Kuliah Administrasi Kebijakan Kesehatan. Aktif menulis Buku chapter dan sudah menerbitkan dua buah buku yaitu Asuransi Kesehatan dan Manajemen Informasi Kesehatan dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan Negara. Semoga buku ketiga ini bermanfaat dan dapat memudahkan mahasiswa dalam mempelajarinya.

Email Penulis: ekyendrianafaris@yahoo.com

Indonesia menulis

1 KONSEP DAN PENGERTIAN MANAJEMEN RESIKO
Nurdinni Tilova
2 MANAJEMEN RISIKO PERAN, TUJUAN DAN FUNGSI
Zufri Hasrudy Siregar
3 PRINSIP-PRINSIP PENGIDENTIFIKASIAN RISIKO
Khusnul Khotimah
4 MANAJEMEN KAS
Nanik Yuzalmi
5 PENILAIAN SURAT BERHARGA
Ulfa Rabiyah
6 NILAI WAKTU UANG
Dewi Maryam
7 KEPUTUSAN INVESTASI
Ita Erliyani
8 KONSEP BIAYA MODAL
Rosma Simangunsong
9 RISIKO DALAM INVESTASI
Dewi Anggraeni
10 PENDANAAN JANGKA PENDEK, MENENGAH, DAN PANJANG
Ahmad Idris
11 TEORI STRUKTUR MODAL
Triyonowati
12 KEBIJAKAN DEVIDEN
Eky Endriana Amiruddin

Editor :
Jeni Irnawati

Untuk akses **Buku Digital**,
Scan **QR CODE**

Media Sains Indonesia
Melong Asih Regency B40, Cijerah
Kota Bandung - Jawa Barat
Email : penerbit@medsan.co.id
Website : www.medsan.co.id

IKAPI

GET IT ON Google Play

9 786233 628815