

DEWAN REDAKSI

BUSINESS & MANAGEMENT JOURNAL

ISSN: 1693 – 9808

Pengarah

Suhendar Sulaeman

Pemimpin Umum

Eddy Irsan Siregar

Pemimpin Redaksi

Nur Hidayah

Dewan Redaksi

Adi Fahrudin

Agus Suradika

Irwan Prayitno

Riyanti

Siti Hamidah Rustiana

Suwarto

Redaksi Pelaksana

Iskandar Zulkarnaen, Iwan Sumantri

Sekretariat

Diah Mutiara, Nur Aziz Hakim

Penerbit

Magister Manajemen

Sekolah Pascasarjana

Universitas Muhammadiyah Jakarta

Kampus Universitas Muhammadiyah Jakarta

Jakarta 15419

Indonesia

Kantor Sekretariat

Gedung Sekolah Pascasarjana

Kampus Universitas Muhammadiyah Jakarta,

Jl. KH. Ahmad Dahlan, Ciputat, Jakarta 15419, Indonesia

Tel. +62 21 7492875 Fax. +62 21 7493002; 7494932

E-mail: bmj.umj@gmail.com

Website: <http://pascasarjanaumj.org/jurnalpage-1>

Business & Management Journal merupakan jurnal ilmiah yang menyajikan artikel orisinal tentang penelitian empiris terkini dalam bidang bisnis dan manajemen. Jurnal ini merupakan sarana publikasi dan ajang berbagi karya riset dan pengembangannya di bidang bisnis dan manajemen. **Business & Management Journal** dimaksudkan sebagai media diseminasi hasil karya para peneliti dan pegiat di bidang bisnis dan manajemen. Dari hasil diseminasi diharapkan munculnya ide, gagasan, isu-isu baru, serta solusi alternatif pemecahan permasalahan bisnis dan manajemen. Pemuatan artikel ilmiah di jurnal ini dialamatkan ke sekretariat redaksi atau melalui e-mail. Informasi lengkap untuk pemuatan artikel dan petunjuk penulisan artikel tersedia di setiap terbitan. Setiap artikel yang masuk akan melalui proses seleksi mitra bebestari dan atau redaksi.

Business & Management Journal is a scholarly journal presents original articles on recent empirical research in the field of business and management. This journal is a means of publications and event sharing research and development research in the field of business and management. **Business & Management Journal** is intended as a medium for the dissemination of the work of researchers and activists in the field of business and management. Dissemination of the results of the expected emergence of the ideas, new issues, as well as alternative solutions solving business and management problems. The scientific articles to be presented in this journal is addressed to the editorial secretariat or by e-mail. Detailed information and instructions procedures to send an article is available in each volume. Every article will be subjected to single-blind peer-review process following a review by the editors.

Mengutip ringkasan dan pernyataan atau mencetak ulang gambar atau tabel dari jurnal ini harus mendapat izin langsung dari penulis. Produksi ulang dalam bentuk kumpulan cetakan ulang atau untuk kepentingan periklanan atau promosi atau publikasi ulang dalam bentuk apapun harus seizin salah satu penulis dan mendapat lisensi dari penerbit.

Permission to quote excerpts and statement or reprint images, any figures or tables from this journal should be obtained directly from the authors. Reproduction in a reprint collection or promotional purpose or republished in any form requires permission of one of the authors and a licence by the publisher.

FACTORS INFLUENCING CONSUMER BEHAVIOR TOWARDS MAGNUM ICE CREAM

Cyntia Dewi & Suliyanto

Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia

e-mail: cyntiadewi.h@gmail.com; suli_yanto@yahoo.com

Abstract

This was a quantitative research conducted at Purwokerto. The aims of this research were to analyze the factors that influence consumer to buy Magnum ice cream. By using accidental sampling, this research used 100 respondents to be the sample. This study used multiple regression analysis. Magnum is a brand name of premium ice cream of Walls under Unilever, published in 1987 at England. Magnum enters to Indonesia market since 1992 but magnum just popular in the end of 2010 with the turning to an unexpected phenomenon, which is the sales in the first 3 months increasing more than 10 times compared to sales in 2009 and soaring to more than 20 times in the fourth month. A thorough review of literature revealed three factors which influence customer purchase intention Magnum: brand image, product involvement and advertising media. Implications from above conclusion in attempted to continue innovate variance of taste and packaging performance. Expand exclusive distribution channel such open booth at shopping mall like Baskin-Robbins and increase total cafe magnum in big city Indonesia. Furthermore product involvement considers purchase intention. Pay attention on high quality of materials. Advertising media had significant effects on consumer purchase behavior, therefore increase a frequency of TV Ad could be implemented, and as well message of advertising should easy to understand to make people attract to buy. Use brand ambassador with icon of perfect woman, it would increase image of Magnum ice cream. Then enter implicit message on TV Ad such eat Magnum ice cream is needed to be enjoy, pleasure, and beauty.

Keywords: advertising media, brand image, consumer purchase behavior, product involvement.

INTRODUCTION

Globalization has created the ability to purchase life changing goods for consumers. It has provided the flexibility of having many consumption alternatives at reasonable prices and created a slew of expectations moving forward. It has generated changes in societies and cultures across the world (James Scriven, <http://www.neumann.edu/academics>). Habit of ice cream consumption in Indonesia is slightly different compared to other developed market. Ice cream a highly impulsive product (on the go consumption), where as other countries have developed a daily habit of consuming ice cream-people have a habit of stocking ice cream at home. Moreover, Magnum has changed the landscape of ice cream consumption in Indonesia. It entice adult to consume ice cream, where it initially was a children's habit. Until now, product quality, product innovation, and marketing activity at its

best ensure continuous excitement for ice cream market (Unilever Future Leaders League, Retrieved from <http://www.unilever.co.id>). Basically, most of customer will make decision to buy a product or service because of their need and want, the rest find pleasure. Magnum was a product for pleasure seeker as their tagline. Magnum is a brand name of premium ice cream of Walls under Unilever, published in 1987 at England. Since 1987 until now, there have 24 variances of Magnum have been distributed by Unilever in this world. Magnum enters to Indonesia market since 1992, but magnum sales lower than Conello (Cornetto) and Paddle Pop.

In 2010, Magnum Almond & Classic (the core variant) was relaunched, turning to an unexpected phenomenon. By highlighting the new Thick Belgian Chocolate as the key ingredient, the launch over delivered its ambition by 50mn euro. During

2010-2012 Magnum sales achievement almost doubled from its original target (Unilever Future Leaders League, Retrieved from <http://www.unilever.co.id>). Unilever relaunched of Magnum in October 2010 was a huge hit, with sales in the first 3 months increasing more than 10 times compared to sales in 2009 and soaring to more than 20 times in the fourth month. This made it the most successful Magnum relaunched in any of Unilever's global operations. According this condition, Walls have been successful to create Magnum brand alive and popular.

Strong collaboration between R&D, Brand Development, Supply Chain and other resources required for open innovation. Strategy of magnum developed through open innovation, such priority on quality, Magnum chose Belgian chocolate because it has high chocolate quality such liquid, less ingredient and has "krek" sensation when the first bite. Not only Belgian chocolate, but also in every detail of raw materials product was considered such as label Magnum on ice cream stick, its packaging print double sided, new packaging was attractive visually with high class and natural concept. Smart design with soft wrap made from selulosa and gold accent. Special processed vanilla, all the special materials of Magnum production dedicated for consumer to make them feel pleasure and become princesses. Combining the highest quality and best raw materials has bolstered magnum brand position in line with new variants that delight consumers taste. Magnum also made luxury tagline as Pleasure Seeker and exclusive distribution channel through minimarket or peritel modern.

Istijanto Oey (2008) as a marketing analyst from Prasetiya Mulya Business School said that marketing strategy applied by Unilever for Magnum was appropriate with Magnum image as premium ice cream, their distribution channel fit with Magnum characteristic of product (2011. Retrieved from <http://nasional.kontan.co.id>.)

Nowadays in strong competitor era, marketing strategy concerned to achieve high profit and make the firm sustainable. One of the greatest challenges of marketer is to understand how customer intent to buy the product and satisfy. Merely identifying consumer needs and motives is not enough to reach success, this knowledge has to be utilized and conceptualized into the marketing context.

Advertising strategy is one of marketing context whereby advertising serve as a major tool in creating product awareness in the mind of a potential consumer to take eventual purchase decision (Adeolu B A & Taiwo A & Matthew, 2005).

Besides, when a consumer make purchasing decision, consumers may need to recognize their personal needs, product information such a brand image of a product and product involvement. Some consumers may be able to make quick purchase decisions and other consumers may need to get information and be more involved in the decision process before making a purchase. The level of involvement reflects how personally important or interested you are in consuming a product and how much information you need to make a decision. The level of involvement in buying decisions may be considered a continuum from decisions that are fairly routine (consumers are not very involved) to decisions that require extensive thought and a high level of involvement (Jupiterimages Corporation, 2010). Having a strong and remarkable brand image could help establish an identity in marketplace (Aaker, 1996). This research is going to investigate what factors influence consumer purchase behavior toward Magnum Ice Cream at Purwokerto.

THEORETICAL FRAMEWORK AND HYPOTHESIS

Consumers likely purchase the products in much higher prices. As far as the same level of product quality was concerned, consumers would prefer buying brand name products (Bello and Holbrook, 1995).

Previous research suggests that favorable brand personalities are a central driver of consumer preference and usage (e.g. Freling and Forbes, 2005), as consumers are more likely to associate them with a desired group, or ideal self-image (Aaker, 1997; Lefkoff-Hagius and Mason, 1993). Symbolic attributes are captured by brand name, and by its nature product is not only a product, but more importantly it is a brand. Thus, the authors predict that when brand image are perceived to process positive and favorable brand personalities they are more likely to be purchased. The following hypothesis is proposed.

H1: Brand image has positive effect on consumer purchase behavior

Consumers look for more personal, experimental and symbolic gain in high involvement situations than they do in low involvement situations, rather than maximizing product functionality (Solomon et al., 1985). Product involvement has been extensively used as an explanatory variable in consumer behavior (Dholakia, 1998, 1997). It has been established that the level of involvement determines the depth, complexity and extensiveness of cognitive and behavioral processes during the consumer choice process (e.g., Chakravarti and Janiszewski, 2003).

H2: Product involvement has positive effect on consumer purchase behavior

Advertiser's primary objective is to reach prospective consumers and influence their awareness, attitudes and purchase behavior. Advertising and celebrity endorsement could be some useful tools for raising brand awareness. It is found that advertisement attitude is attributable to the influence on brand attitudes, affecting consumer's intention to purchase (Mackenzie et al., 1986; Tsai et al., 2008).

A firm spends a lot of money to keep individuals (markets) interested in their products. To succeed, firm need to understand what makes potential consumer behave the way they do. The advertiser goal was to get enough relevant market data to develop accurate profiles of buyers to find the common group (and symbols) for communications. This involves the study of consumer behavior: the mental and emotional processes and the physical activities of people who purchase and use goods and services to satisfy particular needs and wants (Arens, 1996). Change in a consumer behavior caused by information and experience. Therefore to change consumers' behavior about the product, need to give them new information about the product. Information gain from advertising, (Kotler, 2003) defines advertising as "any paid form of non-personal presentation and promotion

of ideas, goods or services by an identified sponsor" (p. 590).

Previous research Pujiyanto (2003) advertising is a promotion through advertisement; it would be effective because advertising give clear information to the market about the product, advertising also directing consumer about how the product works, so it can meet consumer needs. Moreover the other previous research found that advertising media used by PT Aqua Golden Mississippi was partially has positive influence toward consumer decision to purchase Aqua brand of drinking water product. The following hypothesis is proposed.

H3: Advertising media has positive effect on consumer purchase behavior.

RESEARCH METHODOLOGY AND TECHNIQUE ANALYSIS

This study was a quantitative research, the population was consumer of Magnum ice cream at Purwokerto. The sampling method was carried out by using accidental sampling whereby taking a sample of respondents by coincidence, that anyone who by chance met the researcher could be used as a sample when a person has suitable as a data source (Sugiyono, 2006).

Source of this research obtained directly from the original source. The method of collecting data was using questionnaires, consisting of specific point of questions with many indicators and distributed to the respondents.

ANALYSIS METHOD

Factors that may affect product purchase are personal and concerned with the needs, goals, activities and demographics of the consumer. On the other hand, they may be affected by the product characteristics or even level of involvement product. Further, they explored the customer purchase behavior and categorized three variable independent which depicted in the Table 1.

Table 1. The customer purchase behavior and categorized three variable independent

Variable	Conceptual Definition	Operational Definition	Indicators used
Brand Image (X1)	“How a brand is perceived by consumers” (Aaker, 1996, p. 71), which stands for the set of brand associations in consumer memories.	How a consumer perceived Magnum.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Consumer perception on brand name and logo 2. Consumer perception on quality product 3. Consumer perception on model product 4. Consumer perception on colors variation product 5. Consumer perception on size variation 6. Consumer perception on design product 7. Consumer perception on packaging 8. Consumer perception on price 9. Consumer perception on location for shop Dani Suria Eka Prasetya (2005)
Product Involvement (X2)	Product involvement involves an ongoing commitment on the part of the consumer with regard to thoughts, feelings, and behavioral response to a product category (Miller and Marks, 1996; Gordon et al., 1998).	Consumer commitment with regard to thoughts, feelings, and behavioral response to a ice cream Magnum.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Interest 2. Pleasure 3. Sign 4. Risk Importanance 5. Risk probability Laurent and Kapferer (1985, 1993)
Advertising (X3)	(Kotler, 2003) defines advertising as “any paid form of non-personal presentation and promotion of ideas, goods or services by an identified sponsor” (p. 590).	Magnum advertising as promotion of idea, goods.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Showtime frequency 2. Showtime duration 3. Language used 4. Colours of picture 5. Picture 6. Message Tariq Enda Harahap (2010)
Consumer Purchase Behavior (Y1)	Processes involved when individuals or groups select, purchase, use, or dispose or products, services, ideas, or experiences to satisfy needs and desires” (Solomon, 1996, p. 5).	Process involved when consumer select, purchase, use, to satisfy needs and desires.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Need of product 2. Search information about product 3. Information about the product fit with need and want 4. Making purchase decision because of need and want the product 5. Consumer satisfaction Dani Suria Eka Prasetya (2005)

RESEARCH INSTRUMENT

Validity test was used to test whether each item of question of the research could represent the investigated variables. Reliability test indicates the extent to which measurements could be provide result that remain relatively unchanged or consistent when measure the same object. Test of reliability was used by Alpha Cronbach (Sugiyono, 2006). Multiple regression would be applied in this research to analyze the data with degree of freedom (n-k) and significant level 95% ($\alpha = 0.05$).

Based on the hypothesis development, the regression, model could be applied as follows (Sugiyono, 2006):

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

Where :

$i = 1, 2, \dots, n$

$b_0, b_1, b_2, \dots, b_k$ and β_i is assesment for $B_0, B_1, B_2, \dots, B_k$ and β_i

The fit of regression function of assessing actual value could be measured from its goodness of fit.

Statistically it could be measured from coefficient of determination, F statistic value and t statistic value.

RESULT AND DISCUSSION

This research was a survey method research using questionnaire and spread to 100 respondents. The respondents of this research were the Purwokerto societies who have ever bought Magnum ice cream. Total of questionnaires returned and filled completely was 100 questionnaires consist of 97 returned from handed directly and 3 from social media.

The demographic questions for the study consisted of gender, age, level of education, occupation and income per month to facilitate the data analysis of consumer purchase behavior of Magnum ice cream at Purwokerto. Respondent characteristics based on gender were important because target market of Magnum ice cream not only for female but also for male. Although the brand endorsement of Magnum was a female, the consumers of Magnum include both male and female. The respondents were dominated by male respondents with 60% and the rest was female respondents with 40%. This is happened because when researcher spreads the questionnaire accidentally met more male respondent who ever bought Magnum ice cream than female respondent. The biggest percentage was the respondents in the age range 21-30 years with 73%, age range < 20 years with 24% and > 31 years with 3%. Most of consumers were 21-30 years old because the target market of Magnum ice cream was 25-35 years old. The characteristics of respondents based on educational level shows power of co-workers influence toward customer purchase behavior. Characteristic respondents were dominated by student in school and college average age both of 15 – 30 years old. Thus appropriate with target market of Magnum ice cream.

We argue that brand image had positive effect on consumer purchase behavior. In this condition consumer would buy Magnum ice cream because of their good perception on Magnum brand image. The answers of questionnaires on this variable were that most of respondents had good perception on brand image of Magnum ice cream. From the first question which talked about “Consumer perception on brand name and logo”, most

respondents tend to be more agree by cross option number 6. It meant that more respondents have good remember on Magnum name and Magnum logo. For the second indicator which was “consumer perception on quality product”, respondents ratably tend to agree by crossing option number 5. By this, the conclusion could be made was consumer have good perception on quality of Magnum ice cream. Third indicator which was “consumer perception on model of product”, most respondents tend to be neutral by cross option number 4. It meant that respondents have perception that model of Magnum ice cream has some models. The next indicator which was “consumer perception on colors variation product”, most respondents tend to be neutral by cross option number 4. It meant that respondents have perception that color variation of Magnum ice cream has many colors on their product. The fifth indicator which was “consumer perception on size variation”, most respondents tend to be disagree by cross option number 3. It meant that size variation of Magnum ice cream have no different size. Then, the sixth indicator which was “consumer perception on design product”, most respondents tend to be agree by cross option number 5. It meant that respondent have good perception toward design of Magnum ice cream. Seventh indicators which was “consumer perception on packaging”, most respondents tend to be agree by cross option number 5. It meant that consumer have good perception on Magnum ice cream packaging. Eighth indicators which was “consumer perception on price”, most respondents tend to be neutral by cross option number 4. It meant that the price of Magnum not low and high. The last indicator which was “consumer perception on location for shop”, most respondents tend to be agree by cross option number 5. It meant that the locations to buy Magnum ice cream are convenience.

Bellow we review evidence on the issues raised above. Brand image would significantly affect consumer purchase intention in positive way (Ting-Yi Lin, Ron Chuen Yeh, Pansy Chung, Liarn-Rurn Wen, Shih-Jung Chen, 2011). These findings imply that higher brand image would lead to higher level of understanding and purchase intention of the customer.

Product involvement has positive effect on consumer purchase behavior. In this condition consumer would search more information and need

some consideration such as the price of product and consequences of the product before decide to buy Magnum ice cream.

The answer of questionnaire question on this variable, most respondents have some consideration before take decision to buy Magnum ice cream. From the first question on questionnaire sheet which talked about "brand selection", most respondents tend to be agreeing by cross option number 5. It meant that respondents will select the good brand before purchase the product. For the second indicator which was "distinguish the type of ice creams", respondents ratably tend to more agree by crossing option number 6. By this, most of respondents more agree with the different quality of every different brand and type of ice cream. Third indicator which was "important decision to buy the product", most respondents tend to be disagree by cross option number 3. It meant that respondents have no important decision when they will buy Magnum ice cream or purchasing Magnum ice cream is not important thing. The next indicator which was "other consideration besides feeling before buy the product", most respondents tend to be agree by cross option number 5. It meant that respondents have some consideration besides a feeling when they would buy Magnum ice cream, such as price, need, interest. The next indicator which was "risk importance", most respondents tend to be agreeing by cross option number 5. It meant that respondents have consideration to perceived importance of the potential negative consequences associated with a poor choice before they purchase Magnum ice cream. Sixth indicator which was "impact of purchasing decision", most respondents tend to be neutral by cross option number 4. It meant that when respondent have wrong decision after buy an ice cream, it is not a bad decision for them.

The previous study provides no support to the current research in which the result of research was negative relationship between product involvement and consumer purchase intention (Xuemei Bian and Luiz Moutinho, 2009). This result indicates product involvement has no significant effect on consumer purchase intention of Counterfeits Brand Product. It meant that consumers would have a lower level of purchase intention of Counterfeits Brand Product if product involvement was high. On the other hand, consumers are more likely to

purchase a Counterfeits Brand Product if they are not seeking a personal indulgence. It was different result of research compared with current research, based on statistic calculated, the result were product involvement had positive effect on consumer purchase behavior. It meant that high involvement of Magnum ice cream influence consumer purchase intention. Respondents would take some considerations before make decision to purchase Magnum ice cream such the involvement of product, the price, and the risk.

Arifin Lubis (2006) found the product involvement in the process of decision purchasing to beauty soap in consumer perception was significant, moreover variety of beauty soap in consumer perception was significant and type of purchasing behavior of beauty soap in Menteng VII society was high and significant. The other previous research show that some of product involvement variable had significant on consumer purchase behavior of instant fried noodles at student of Management in Economy Faculty of USU Medan, and product involvement becomes dominated influence consumer purchase behavior of instant fried noodles (Asri Pasaribu, 2006).

This also establishes the relationships of consumer purchase behavior with advertising media. It was happen because of consumer intention to buy Magnum considered to advertising media. After watch Magnum ice cream advertisement on television, consumers become interest to buy Magnum. Advertising of Magnum on television was shown with attractiveness such as the ways the endorser bites the ice cream with "krek" effect and was shown the pleasure of eat Magnum ice cream.

The answer of questionnaire question on this variable, most respondents will buy Magnum ice cream after watch the Magnum advertising on television. From the first question on questionnaire sheet which talked about "showtime frequency", most respondents tend to be agreeing by cross option number 5. It meant that the frequency of Magnum advertising on television is always, so that respondent often to watch the Magnum advertising. For the second indicator which was "showtime duration", respondents ratably tend to be agree by crossing option number 5. It meant that the duration of advertising Magnum is appropriate duration. Third indicator which was "language used", most respondents tend to be agree by cross

option number 5. It meant that the language in Magnum ice cream advertising is easy to understand. Fourth indicators which was “colors of pictures”, most respondents tend to be agree by cross option number 5. It meant that the colors of pictures in Magnum advertising is match, so that respondents enjoy to watching. The next indicator which was “pictures”, most respondents tend to be more agree by cross option number 6. It meant that the picture on Magnum advertising is clear and nice to watch. The last indicator which was “message”, most respondents tend to be agree by cross option number 5. It meant that the message of Magnum advertising on television is attractive, so that influenced and persuade respondent to buy Magnum ice cream.

M. Nasir Ibrahim (2007) found that advertising media through television was appropriate to convey the advertisement in term of influencing consumer to buy.

SUMMARY AND IMPLICATION

A thorough review of literature revealed following three factors which influence customer purchase intention Magnum ice cream:

- Brand Image
- Product Involvement
- Advertising Media

From a practical point of view, this research would help management of Magnum ice cream in making decision regarding brand image, product involvement and advertising media in relation with consumer purchase behavior. From the result, it was found that brand image had effects on consumer purchase behavior. Therefore, in order to retain and develop brand image, management of Magnum ice cream concerned to innovate variance of colour ice cream, taste, shape, material and colour of packaging continuously. Besides, brand name of each variety ice cream should easily remember. Distribution channel of Magnum ice cream expand through exclusive distribution channel such open booth at shopping mall like Baskin-Robbins ice cream. As we knew Magnum cafe at Grand Indonesia always crowded of long queue before enjoy the ice cream, might be it was intentionally part of their strategy marketing. In that way, expand cafe magnum in every big city

Indonesia and expand around South East Asia is a solution.

Product involvement had a significant and positive effect on consumer purchase behavior. The management of Magnum ice cream should pay attention on quality of materials, keep brand image best and appropriate price to end user.

Advertising media had significant effects on consumer purchase behavior. It meant the advertising of Magnum was influence consumer to purchase Magnum. Management could increase a frequency of TV Ad, also message of advertising easy to understand, and more persuade/ attract people to buy. The brand ambassador on TV Ad not only has beautiful performance but also has inner beauty such multi talented, high class, smart, energetic and icon of perfect woman, it would increase image of Magnum ice cream. Enter implicit message on TV Ad such eat Magnum ice cream is needed to be enjoy, pleasure, and beauty.

Furthermore, this research would be reference for the next researchers that due to study regarding brand image, product involvement and advertising media in relation with consumer purchase behavior.

The recommendations are addressed to the future researchers who are willing to conduct the same research as this one and is purposed to produce better further research result. The recommendations for future research are:

1. Recommended to conduct the research with different characteristics of respondent.
2. Recommended to conduct the same research in big cities which have more purchasing power of Magnum ice cream.

REFERENCES

- Aaker, D.A. (1996). *Building strong brands*. New York, NY: The Free Press
- Aaker, J.L. (1997). Dimensions of brand personality. *Journal of Marketing Research*. Vol. 34. August, pp. 347-56.
- Adeolu B. A. & Taiwo A. & Matthew. (2005). The Influence of Advertising on Customer Brand Preference. *E-journal Social Science* 10(1):

- 9-16. Retrieved from <http://www.krepublishers.com>
- Belajar Strategi Pemasaran Magnum*. <http://jurnalusaha.com/marketing/belajar-strategi-pemasaran-magnum.html> (July 1, 2011).
- Bian, Xuemei and Moutinho. (2009). The role of brand image, product involvement, and knowledge in explaining consumer purchase behavior of counterfeits: direct and indirect effect. *European Journal of Marketing*. Vol. 45. No. 1/2, 2011, pp. 191-216.
- Blackwell, R. D., Miniard, P. W. & Engel, J. F. (2006). *Consumer behavior*. Mason: Thomson.
- Dholakia, R. R. & Uusitalo, O. (2002). Switching to electronic stores: consumer characteristics and the perception of shopping benefits. *International Journal of Retail and Distribution Management*. 30 (10), 459-469.
- Ibrahim, M. Nasir. (2007). Analisis pengaruh media iklan terhadap pengambilan keputusan membeli air minum dalam kemasan merek aqua pada masyarakat kota Palembang. *Jurnal Manajemen & Bisnis Sriwijaya*. Vol. 5. No 9 Juni 2007.
- Istiyanto. (2008). *Riset Sumber Daya Manusia*. PT. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta
- James Scriven, <http://www.neumann.edu/academics>
- Kotler, P., Wong, V., Saunders, J. & Armstrong, G. (2003). *Principles of marketing*. Essex: Pearson Education Limited.
- Laurent, G. and Kapferer, J-N. (1985). Measuring consumer involvement profiles. *Journal of Marketing Research*, Vol. 22. No. 1, February, pp. 41-53.
- Low-Involvement Versus High-Involvement Buying Decisions and the Consumer's Decision-Making Process. Retrieved from Jupiterimages Corporation (2010) website: <http://2012books.lardbucket.org>
- Lubis, Arifin. (2006). *Identify types of consumer behavior: case study beauty soap*. Bachelor thesis. Universitas Sumatra Utara.
- MacKenzie, S. B. and R. L. Lutz. (1989). An empirical examination of the structural antecedents of attitude toward the ad in an advertising pretesting context. *Journal of Marketing*, 53(April 1998), 48 – 65
- Pasaribu, Asri. (2006). *Analysis of consumer involvement and different brands toward consumer purchase behavior of mie goreng instan*. Bachelor thesis. Universitas Sumatra Utara.
- Prasetia, Dani Suria Eka. (2005). *Influence of c-59 brand image toward consumer purchase behavior at PT. Caladi Lima Sembilan*. Bachelor thesis. Universitas Widyatam.
- Pujianto. (2003). Strategi pemasaran produk melalui media periklanan. *Jurnal Volume 5* No. 1.
- Solomon, M., Bamossy, G., Askegaard, S. & Hogg, M.K. (2006). *Consumer behaviour: a European perspective*. Essex: Pearson Education Limited
- Strategi Marketing di Balik Kelangkaan Es Krim Magnum (2011). Retrieved from <http://nasional.kontan.co.id>
- Strategi marketing di balik kelangkaan es krim Magnum*. <http://forum.vibizportal.com/archive/index.php?t-24652.html>. Retrieved at January 9, 2012.
- Sugiyono. (2006). *Metode penelitian bisnis*. Cetakan kesembilan. CV Alfabeta: Bandung
- Ting-Yi, Ron Chuen, Pansy Chung, Liarn-Rurn and Shih-Jung. (2011). *Study of product brand image and individual's product knowledge and perceived risk affecting on consumer purchasing behavior*. <http://bai-conference.org/BAI2011/Papers/2.Marketin g/2145.pdf>. Retrieved at May, 12, 2012.
- Tsai, Tien Ming and Huang, Chen Chun. (2008). The Relationship among Ethical Climate Types, Facets of Job Satisfaction, and the Three Components of Organizational Commitment: A Study of Nurses in Taiwan. *Journal of Business Ethics*, 80 pp. 565–581.
- Unilever Future Leaders League, Retrieved from <http://www.unilever.co.id>
- Unilever Future Leaders League, Retrieved from <http://www.unilever.co.id>
- What is consumer buying behavior?*. <http://www.udel.edu/alex/chapt6.html>. retrieved at January 10, 2012.
- Freling, T. H. and L. P. Forbes (2005). An examination of brand personality through methodological triangulation. *Journal of Brand Management* 13 (2): 148-162.
- Bello, D.C., and Holbrook, M.B. (1995). Does and absence of brand equity generalize across product classes. *Journal of Business Research*. 34 (October), 125-131.
- Chakravarti, Amitav and Chris Janiszewski. (2003). The influence of macro-level

motives on consideration set composition in novel purchase situations. *Journal of Consumer Research*. 30 (September). 244-258.

MacKenzie, S.B., Lutz, R.J. & Belch, G.E. (1986). The role of attitude toward the ad as a mediator of advertising effectiveness: a test

of competing explanations. *Journal of Marketing Research*. Vol. 23 No. 2, pp. 130-143.

Arens, Williams F. (1996). *Contemporary Advertising*. USA: Richard D. Irwin, A. Times Mirror Higher Education Group Inc. Company

ANALISIS PENGARUH INDIKATOR MAKRO EKONOMI TERHADAP INDEKS HARGA SAHAM GABUNGAN DI BURSA EFEK INDONESIA

Ika Sri Wahyuni, Augustina Kurniasih, Cecep Winata

Universitas Mercu Buana, Jakarta, Indonesia

e-mail: ika_sriwahyuni_april@yahoo.com, augustina.kurniasih@gmail.com, cp_winata@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh variabel-variabel makroekonomi, yaitu: inflasi, kurs, PDB dan suku bunga terhadap IHSG di Bursa Efek Indonesia. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda terhadap data kuartalan periode tahun 2008-2014. Hasil penelitian menemukan bahwa secara bersama-sama variabel-variabel tersebut berpengaruh terhadap IHSG. Secara parsial hanya kurs dan PDB yang berpengaruh secara signifikan terhadap IHSG. Penelitian ini hanya menggunakan empat variabel makroekonomi, untuk penelitian selanjutnya dapat ditambahkan variabel makroekonomi lain, yaitu pengangguran.

Kata kunci: IHSG, Variabel Makroekonomi.

EFFECT OF MACROECONOMIC INDICATORS ON STOCK PRICE INDEX IN INDONESIA STOCK EXCHANGE

Abstract

This study aimed to examine the influence of macroeconomic variables, namely: inflation, exchange rate, GDP and interest rates on the Indonesia Stock Exchange Composite Index (JCI). The analysis technique used is multiple linear regression to quarterly data period 2008-2014. The study found that simultaneously these variables affect the JCI. Partially only interest rate and GDP are significantly affect the JCI. This study uses only four macroeconomic variables, for further research can be added other macroeconomic variables, namely unemployment.

Keywords: Indonesia Composite Index, Macroeconomic Variables.

PENDAHULUAN

Pasar modal dan industri keuangan non-bank merupakan sub sektor yang berperan penting bagi perekonomian nasional, baik sebagai sumber pembiayaan bagi badan usaha dan sebagai wahana investasi bagi investor (Bapepam, 2010). Kondisi pasar modal di Indonesia berfluktuasi, secara umum mengikuti pola pergerakan ekonomi Indonesia. Pada umumnya kinerja pasar modal ditentukan oleh bermacam-macam faktor. Kondisi ini diindikasikan dengan berbagai macam variabel makro seperti inflasi, tingkat bunga, tingkat pertumbuhan ekonomi, pendapatan perkapita, kurs tukar valas, dan sebagainya, kondisi politik saat ini dan masa yang akan datang, kondisi stabilitas dan keamanan negara, dan kondisi fundamental perusahaan yang beroperasi.

Fama (1981) menemukan bahwa ada hubungan yang signifikan antara indikator makroekonomi dengan harga saham. Hal ini didukung oleh Pal dan Mittal (2011) yang menyatakan bahwa, barometer untuk mengukur kinerja ekonomi, antara lain adalah tingkat pertumbuhan PDB riil, tingkat inflasi, nilai tukar, posisi fiskal, posisi utang dan berbagai faktor lainnya. Faktor ekonomi makro ini adalah penentu utama dari pertumbuhan ekonomi. Peristiwa ekonomi dan variabel ekonomi utama sangat mempengaruhi pasar saham setiap hari. Inflasi merupakan salah satu variabel ekonomi seperti yang mempengaruhi harga saham sampai batas tertentu (Geysler dan Lowies, (2001). Suku bunga juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi harga saham, hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rusliati dan Fathoni (2011), Wijaya (2013), Riantani dan Tambunan (2013), serta Mardiyati dan Rosalina (2013).

Bagi investor di pasar modal Indonesia, IHSG merupakan hal yang penting yang perlu diperhatikan karena IHSG dapat digunakan sebagai indikator keuntungan bagi pemodal. Jika IHSG naik, maka secara teoritis dan secara umum kekayaan pemodal akan bertambah. Begitu pula sebaliknya. Jika IHSG menurun, maka berkurang pula kekayaan pemodal.

Dalam perkembangannya, IHSG memiliki fungsi lain, pertama, sebagai tolok ukur (*benchmark*) kinerja investasi. Para pengelola reksa dana menggunakan indeks sebagai pembandingan untuk kinerja portofolio yang mereka kelola. Kedua, sebagai fasilitas pembentukan portofolio pasif. Ketiga, sebagai alat untuk menghitung risiko sistematis, yakni risiko yang tidak dapat dimitigasi melalui manajemen risiko, termasuk diversifikasi. Misalnya, jika saham A bergerak naik lima persen dan IHSG naik dua persen, maka terlihat bahwa saham A lebih fluktuatif (dan dengan demikian lebih berisiko) daripada pasar (yang diwakili oleh IHSG). Keempat, sebagai sarana mencari peluang investasi. Bagi para analis teknikal atau yang biasa disebut *chartist*, catatan indeks di masa lalu dapat digunakan untuk mencari peluang investasi. Caranya, dengan membuat grafik atau membuat garis dari titik-titik indeks di masa lalu (Djauhari, 2012).

Alwi (2003) mengungkapkan bahwa faktor yang dapat mempengaruhi pergerakan harga saham adalah kendala eksternal seperti kegiatan perekonomian pada umumnya, pajak, dan keadaan bursa saham. Harga saham sendiri sangat fluktuatif.

Kegiatan perekonomian yang berkembang biasanya diikuti dengan terjadinya inflasi. Pengaruh inflasi terhadap kegiatan di pasar modal yang diukur melalui indeks harga saham telah dilakukan baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Pal dan Mittal (2011) menemukan pengaruh inflasi terhadap indeks BSE Sensex dan S&P CNX Nifty di India. Demikian pula Bai (2014) yang menemukan pengaruh inflasi terhadap indeks harga saham di China meskipun pengaruhnya sangat terbatas namun tidak bisa diabaikan. Penelitian terdahulu di Indonesia yaitu oleh Pasaribu *et al* (2009), Rusliati dan Fathoni (2011), Wijaya (2013), Riantani dan Tambunan (2013), serta Mardiyati dan Rosalina (2013) mengenai pengaruh inflasi terhadap indeks harga

saham atau *return* saham, ternyata menyimpulkan hasil yang berbeda-beda.

Indikator lainnya dari perekonomian adalah produk domestik bruto (PDB). Kewal (2012) dan Sinaga (2013) menyatakan bahwa PDB tidak berpengaruh pada harga saham, sedangkan hasil penelitian Hooker (2004) dan Reddy (2012) membuktikan bahwa PDB berpengaruh positif terhadap harga saham.

Penelitian lain, dilaksanakan oleh Madura (2000). Salah satu variabelnya adalah kurs dan menyatakan bahwa kurs berpengaruh negatif terhadap harga saham. Serupa dengan Madura, Wijaya (2013) serta Mardiyati dan Rosalina (2013) menemukan pengaruh negatif kurs USD/rupee terhadap IHSG maupun indeks harga saham sektor property. Pal dan Mittal (2011) juga menemukan pengaruh signifikan nilai tukar terhadap indeks pasar modal di India.

Tingkat bunga merupakan indikator berikutnya dari perekonomian. Reddy (2012) menemukan pengaruh negatif tingkat bunga terhadap *return* pasar saham di India. Demikian pula Rusliati dan Fathoni (2011) menemukan pengaruh negatif suku bunga terhadap industri Barang Konsumsi di BEI. Sementara, Pasaribu *et al* (2009), Tobing (2009), serta Mardiyati dan Rosalina (2013) mengungkapkan hasil yang berbeda pada penelitian masing-masing terkait dengan pengaruh suku bunga terhadap IHSG.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diungkapkan peneliti terdahulu, dan pentingnya IHSG bagi investor, serta diketahui adanya perbedaan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis melakukan penelitian kembali terhadap masalah tersebut. Masalah yang akan dicarikan jawabannya melalui penelitian ini adalah: apakah secara parsial inflasi, nilai tukar atau kurs, PDB, dan suku bunga berpengaruh terhadap IHSG di BEI?

Penelitian ini bermaksud untuk menguji apakah faktor makro ekonomi mempengaruhi harga saham (IHSG). Faktor makro ekonomi yang dimaksud adalah inflasi, nilai tukar atau kurs rupiah terhadap USD, PDB, dan suku bunga. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi yang akurat sehingga dapat menjadi acuan investor dalam berinvestasi.

Pasar Modal. Secara formal, pasar modal yang efisien didefinisikan sebagai pasar yang memiliki harga sekuritas yang telah mencerminkan semua informasi yang relevan (Husnan, 2005). Secara umum, pasar modal adalah tempat atau sarana bertemunya antara permintaan dan penawaran instrumen keuangan jangka panjang, umumnya lebih dari satu tahun. (Samsul, 2006). Dahulu Indonesia memiliki dua pasar modal yaitu Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan Bursa Efek Surabaya (BES). Saat ini hanya ada satu pasar modal di Indonesia, yaitu Bursa Efek Indonesia (BEI).

IHSG. Menurut Samsul (2006), Indeks Harga Saham gabungan (*Composite Stock Price Indeks = CSPI*) merupakan indeks gabungan dari seluruh jenis saham yang tercatat di bursa efek. Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) diterbitkan oleh bursa efek. IHSG mengalami perubahan setiap hari, hal ini dikarenakan adanya perubahan harga pasar yang terjadi setiap hari dan karena bertambahnya saham.

Inflasi. Laju inflasi merupakan tingkat perubahan tingkat harga umum dan diukur sebagai berikut (Samuelson dan Nordhaus, 2004):

$$\text{Inflasi (th t)} = \frac{\text{Harga (th t)} - \text{harga (th t-1)}}{\text{Harga (th t-1)}} \times 100\%$$

Secara konseptual tingkat harga diukur sebagai rata-rata tertimbang dari barang-barang dan jasa-jasa perekonomian. Dalam prakteknya tingkat harga keseluruhan diukur dengan membuat indeks harga yang merupakan rata-rata harga konsumen atau produsen.

Kurs atau nilai tukar. Nilai tukar rupiah atau disebut juga kurs rupiah adalah perbandingan nilai atau harga mata uang rupiah dengan mata uang lain. Perdagangan antar negara di mana masing-masing negara mempunyai alat tukarnya sendiri mengharuskan adanya angka perbandingan nilai suatu mata uang dengan mata uang lainnya, yang disebut kurs valuta asing atau kurs (Salvatore, 2008).

Produk Domestik Bruto (PDB). PDB adalah salah satu indikator penting untuk mengetahui kondisi ekonomi di suatu negara dalam suatu periode. PDB dapat dinyatakan baik atas dasar harga berlaku maupun atas dasar harga konstan.

PDB pada dasarnya merupakan jumlah nilai tambah yang dihasilkan oleh seluruh unit usaha dalam suatu negara tertentu, atau merupakan jumlah nilai barang dan jasa akhir yang dihasilkan oleh seluruh unit ekonomi (BPS, 2014).

Suku Bunga. Pada perekonomian terdapat dua tingkat bunga yaitu tingkat bunga riil dan tingkat bunga nominal. Tingkat bunga nominal adalah bunga yang dibayar bank, sedangkan tingkat bunga riil adalah kenaikan dalam daya beli masyarakat (Mankiv, 2003).

Penelitian Terdahulu. Beberapa peneliti telah melakukan penelitian tentang pengaruh indikator makroekonomi terhadap IHSG. Fama dan French (1989) yang meneliti kaitan antara *return* saham dengan tingkat suku bunga, inflasi dan pertumbuhan ekonomi, hanya menemukan pengaruh negatif inflasi terhadap harga saham dan tidak menemukan pengaruh suku bunga dan pertumbuhan ekonomi terhadap harga saham. Rusliati dan Fathoni juga menemukan pengaruh negatif inflasi terhadap *return* saham industri barang konsumsi.

Selanjutnya, Hooker (2004) menemukan bukti empiris bahwa *return* pasar dipengaruhi secara positif signifikan oleh pertumbuhan PDB. Demikian pula hasil penelitian Reddy (2012). Madura (2000) menemukan bahwa perubahan nilai tukar mempunyai pengaruh negatif terhadap harga saham. Di Indonesia, Wijaya (2013), Riantani dan Tambunan (2013) serta Mardiyati dan Rosalina (2013) juga menemukan hal serupa.

Hasil penelitian Rusliani dan Fathoni (2011), juga Riantani dan Tambunan (2013), menunjukkan bahwa suku bunga SBI berpengaruh negatif terhadap pada indeks harga saham sektor tertentu maupun *return* saham di Indonesia. Reddy (2012) menemukan hal sama mengenai pengaruh tingkat bunga terhadap *return* pasar saham di India. Memperhatikan teori dan beberapa penelitian terdahulu di atas perumusan hipotesis pada penelitian ini adalah diduga ada pengaruh inflasi, nilai tukar, PDB dan suku bunga terhadap IHSG. Hipotesis alternatif pada penelitian ini sebagai berikut:

H1: Inflasi berpengaruh negatif terhadap IHSG.

H2: Nilai tukar berpengaruh negatif terhadap IHSG.

H3: PDB berpengaruh positif terhadap IHSG.

H4: Tingkat suku bunga berpengaruh negatif terhadap IHSG.

METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan desain penelitian kausalitas. Kausalitas merupakan prinsip sebab akibat, yaitu menunjukkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Penelitian ini menggunakan lima variabel penelitian yaitu satu variabel terikat dan empat variabel bebas. Variabel terikat adalah IHSG, sementara variabel bebas adalah nilai tukar atau kurs, PDB, tingkat suku

bunga, dan inflasi. Variabel dan definisi operasionalnya disajikan pada Tabel-1.

Seluruh data penelitian ini merupakan data sekunder. Jenis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah data skala rasio. Data yang diperlukan adalah:

1. Data Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) yang diperoleh dari yahoo.finance.com.
2. Data tingkat inflasi diperoleh dari publikasi Badan Pusat Statistik

Tabel-1. Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian.

Variabel	Formula skala pengukuran	Definisi Operasional
IHSG (Y1)	Indeks harga saham penutupan yang telah dihitung oleh bursa Efek Indonesia	Suatu indikator yang menunjukkan pergerakan harga saham secara bulanan dan akan disajikan dalam bentuk kuartal.
Inflasi (X1)	Laju Inflasi yang tercatat dan diterbitkan oleh BPS tiap akhir bulan	Ukuran aktifitas ekonomi yang digunakan untuk menggambarkan kondisi ekonomi nasional (tentang peningkatan harga rata-rata barang dan jasa yang diproduksi system perekonomian)
Nilai Tukar/Kurs (X2)	Nilai tengah antara kurs jual dan beli yang digunakan oleh Bank Indonesia	Nilai tukar yang digunakan adalah Nilai dolar Amerika Serikat terhadap rupiah secara bulanan dan akan olah dalam bentuk kuartal.
PDB (X3)	PDB diperoleh dari data pendapatan domestik bruto Indonesia yang dipublikasikan oleh Badan Pusat Statistik (BPS)	PDB adalah pendapatan perkapita penduduk Indonesia.
Suku Bunga (X4)	Suku Bunga hasil publikasi Bank Indonesia setiap bulannya	Suku bunga yang digunakan adalah suku bunga yang sudah di publikasikan oleh Bank Indonesia setiap bulannya dan akan disajikan dalam bentuk kuartal.

3. Nilai tukar atau kurs rupiah terhadap dollar Amerika diperoleh publikasi oleh Bank Indonesia
4. Data PDB diperoleh dari data pendapatan domestik bruto Indonesia yang dipublikasikan oleh Badan Pusat Statistik (BPS).
5. Data tingkat suku bunga diperoleh dari BI *rate* hasil publikasi Bank Indonesia.

Setelah data diperoleh dilakukan beberapa uji terhadap data yang telah dikumpulkan. Pengujian yang dilakukan adalah:

1. Uji Normalitas Data: Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal. Data berdistribusi normal merupakan salah satu

syarat dalam menggunakan pendekatan regresi.

2. Uji Multikolinieritas: Persyaratan lain pendekatan regresi adalah data tidak mengalami multikolinearitas. Uji untuk mengetahui apakah model mempunyai masalah Multikolinearitas adalah melalui nilai *tolerance* dan VIF.
3. Uji Heteroskedastisitas. Syarat lain pendekatan regresi adalah data bersifat homogen, yang ditunjukkan dari data tidak mengalami heteroskedastisitas. Uji ada/tidak gejala heteroskedastisitas bisa menggunakan uji *Geljser*.
4. Uji Autokorelasi. Syarat berikutnya pendekatan regresi adalah data tidak

mengalami autokorelasi. Pengambilan keputusan dilakukan menggunakan *Run Test*.

- Uji terhadap model persamaan Regresi Linier Berganda

$$\text{Model: } Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Keterangan: Y1 = Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG)

a = Konstanta

b1, b2, b3, b4 = Koefisien persamaan regresi prediktor X1, X2, X3 dan X4

X1 = Nilai tukar (kurs Rupiah)

X2 = Produk Domestik Bruto (PDB)

X3 = Tingkat Suku Bunga

X4 = Tingkat Inflasi

e = error

Pengujian terhadap persamaan Regresi dilakukan terhadap model (melalui koefisien determinasi/R² dan Uji F). Pengaruh parsial masing-masing variabel bebas dilakukan terhadap nilai koefisien regresi yang dihasilkan dan hasil Uji t.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis pertama dilakukan terhadap statistika deskriptif dari seluruh variabel penelitian. Variabel IHSG memiliki nilai rata-rata sebesar 3.465,8422. Nilai terkecil dari variabel ini adalah sebesar Rp 1.284,55 dan terjadi pada kuartal IV tahun 2008. Nilai terbesar IHSG adalah 4.973,87 yang terjadi pada kuartal II tahun 2013.

Selama tahun 2008 IHSG turun sebesar 50,7%. Memasuki kuartal III 2008, pasar finansial global mengalami kemerosotan. BEI mencetak rekor dalam sejarah yaitu turun hingga level 2.830. Kejatuhan BEI disebabkan terutama keluarnya *hot money* besar-besaran terutama pada kuartal terakhir tahun 2008 (Santosa, 2010). *Hot Money* merupakan dana panas dari investor asing yang masuk ke pasar saham Indonesia (Duniaindustri, 2014).

Sedangkan pada 2013 kuartal II, IHSG memiliki nilai tertinggi. Berdasarkan data Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI), kepemilikan saham asing perkuartal II-2013 adalah 57-58 persen dari total saham yang diperdagangkan di BEI. Angka ini

jauh lebih kecil daripada akhir 2008 yang lebih dari 70 persen. Peranan asing yang cukup tinggi di BEI berpotensi menimbulkan risiko pelarian modal besar-besaran. Agaknya *panic selling* di BEI menunjukkan betapa pengaruh asing dan QE (*quantitative easing*) tidak bisa diabaikan.

Variabel tingkat inflasi memiliki nilai rata-rata sebesar 1,2888%. Nilai terkecil dari variabel ini sebesar -0,16% pada kuartal II tahun 2009. Nilai terbesar pada variabel ini sebesar 4,06% pada kuartal III tahun 2013. Tahun 2009 menjadi tahun dengan inflasi terendah dalam hampir satu dasawarsa. Kondisi persediaan domestik yang baik dan apresiasi rupiah yang membatasi pertumbuhan harga barang yang *tradable*, membuat banyak pengecer dapat mengembalikan kenaikan harga akibat Ramadan dan Idul Fitri (Exsum, 2014).

Inflasi tertinggi selama tahun 2013 adalah pada bulan Juli (3,25%) dan pada bulan Agustus (1,12%). Inflasi tinggi terutama disebabkan oleh pengurangan subsidi BBM pada akhir bulan Juni 2013. Komoditi yang mencapai angka inflasi tertinggi selama tahun 2013 adalah bahan bakar (1,2%), transportasi di daerah perkotaan (0,8%), bawang merah (0,4%), listrik (0,4%), dan cabai (0,3%). Tiga dari lima angka inflasi tertinggi pada tahun 2013 adalah harga-harga yang ditetapkan pemerintah: BBM, transportasi (sebagai implikasi BBM) dan listrik, sementara inflasi tinggi harga bawang merah dan cabai adalah hasil kebijakan pemerintah terhadap produk-produk hortikultura pada awal tahun 2013 (TNP2K, 2014).

Variabel kurs rupiah atau nilai tukar rupiah terhadap US dollar memiliki nilai rata-rata sebesar Rp 9.835,3979. Nilai terkecil dari variabel ini sebesar Rp 8.590,37 terjadi pada kuartal II tahun 2011. Nilai terbesar pada variabel ini sebesar Rp 11.788,05 pada kuartal I tahun 2014. Nilai tukar berpotensi menguat sejalan dengan neraca pembayaran yang masih berpotensi mencapai surplus, dan memburuknya situasi di Eropa akibat krisis Yunani (Hartadi, 2011). Penjelasan terkait penguatan rupiah terhadap USD diungkapkan Bank Indonesia dalam laporan tinjauan kebijakan moneter sebagai berikut: Pada bulan Mei 2011, nilai tukar Rupiah menguat 0,33% ke level Rp 8.536 per dolar AS dengan volatilitas yang tetap terjaga. Tren apresiasi nilai tukar Rupiah tersebut sejalan dengan upaya Bank Indonesia untuk meredam tekanan inflasi, khususnya dari *imported*

inflation, dengan tetap mempertimbangkan dampaknya terhadap pertumbuhan ekonomi. Bank Indonesia memandang bahwa penguatan Rupiah yang sejalan dengan tren apresiasi mata uang di kawasan Asia tersebut sejauh ini tidak memberikan tekanan pada kinerja ekspor, seperti terlihat pada tetap kuatnya pertumbuhan ekspor sejalan dengan masih tingginya harga komoditas internasional dan kuatnya permintaan luar negeri (Bank Indonesia, 2011).

Sedangkan pada kuartal I tahun 2014 nilai tukar rupiah justru melemah karena nilai tukar rupiah terkoreksi 0,22% seiring rilis data ekonomi China dan Jepang yang di bawah perkiraan pasar. Berdasarkan kurs referensi *Jakarta Interbank Spot Dollar Rate (Jisdor)* yang dilansir Bank Indonesia, dalam sepekan nilai tukar rupiah melemah 26 poin (0,22%) ke posisi Rp 11.421 per 14 Maret 2014 dibandingkan pada 7 Maret 2014 yang berada di angka Rp 11.395 per dolar AS. Pelemahan Rupiah tersebut diantaranya terimbas pelemahan Yuan dan Yen sesuai rilis data-data makro ekonomi kedua Negara yang di bawah estimasi pasar. Selain itu, sempat dirilis data *non-farm payrolls AS* yang cukup positif sehingga memberikan ruang bagi terapresiasi dolar AS. Kurs rupiah pun sebagai mata uang *soft currency* terkena imbas pelemahannya (Hermawan, 2014). *Soft currency* adalah mata uang lemah yang jarang digunakan sebagai alat pembayaran dan kesatuan hitung karena nilainya relatif tidak stabil dan sering mengalami depresiasi atau penurunan nilai terhadap mata uang lainnya (Anna, 2012).

Variabel PDB memiliki nilai rata-rata sebesar Rp 1.845.272,7625. Nilai terkecil dari variabel ini sebesar Rp 1.290.540,6 pada kuartal IV tahun 2008. Nilai terbesar pada variabel ini sebesar Rp 2.480.807 pada kuartal II tahun 2014. Melambatnya pertumbuhan volume perdagangan dunia mengakibatkan pertumbuhan ekspor global melambat, tak terkecuali Indonesia. Ekspor serta impor barang Indonesia, bahkan mengalami gejolak selama kuartal IV tahun 2008. Hal ini menyebabkan pertumbuhan ekonomi Indonesia mengalami gejolak signifikan di kuartal IV tahun 2008 dibandingkan kuartal sebelumnya. Selama kuartal IV tahun 2008, ekonomi Indonesia tumbuh minus 3,65 persen dibandingkan kuartal III tahun 2008 (Grasindo, 2009). Sedangkan pada kuartal II tahun 2014 PDB mengalami peningkatan yang cukup signifikan karena hal ini didukung dengan

meningkatnya hampir semua sektor yang ada (BPS, 2014).

Variabel suku bunga memiliki nilai rata-rata sebesar 6,8%. Nilai terkecil dari variabel ini adalah sebesar 5,75% dan terjadi pada kuartal I tahun 2013. Nilai terbesar pada variabel ini sebesar 9,42% dan terjadi pada kuartal IV tahun 2008. Penurunan suku bunga kredit merupakan dampak positif dari diberlakukannya ketentuan Bank Indonesia yang mewajibkan bank untuk mempublikasikan data Suku Bunga Dasar Kredit (SBDK) (BI, 2013).

Suku bunga naik pada kuartal ke IV tahun 2008 ditengarai juga dipengaruhi oleh kebijakan pemerintah menaikkan harga BBM bersubsidi. Harga premium dinaikkan dari 4.500 menjadi 6.000 rupiah per liter. Akibatnya, tekanan inflasi pun meningkat dengan signifikan. Menghadapi perkembangan tersebut, BI pun dengan sigap menaikkan BI *rate*-nya. Pada Oktober 2008 BI *rate* sudah naik menjadi 9,5 persen, dari 8 persen di April 2008 (Sadewa, 2013).

Sebelum melakukan pengujian persamaan regresi dilakukan uji pendahuluan untuk memastikan bahwa pendekatan regresi bisa dilakukan.

Uji Normalitas Data. Analisis regresi menyaratkan data berdistribusi normal. Hasil pengujian normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov menghasilkan nilai Asymp.Sig. (2-tailed) $> 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian memiliki distribusi normal.

Uji Multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas menunjukkan seluruh variabel bebas memiliki nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 . Dapat disimpulkan bahwa data penelitian terbebas dari gejala multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas. Uji ini dilakukan menggunakan Uji Glejser. Hasil pengujian menunjukkan seluruh variabel memiliki signifikansi $> 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data penelitian terhindar dari gejala heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi. Uji ini dilakukan melalui *Run Test*. Hasil pengujian menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $> 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa data penelitian terhindar dari autokorelasi.

Pengujian Hipotesis. Hasil pengujian model regresi menghasilkan Nilai F sebesar 170,546 dengan nilai signifikansi 0,000. Dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi yang dibentuk sesuai.

Keragaman variabel terikat (IHSG) dapat dijelaskan melalui variabel bebas (inflasi, nilai tukar, PDB dan suku bunga). Tabel-3 berikut ini menyajikan ikhtisar hasil pengujian hipotesis.

Tabel-3. Hasil Pengujian Pangaruh Variabel Makroekonomi terhadap IHSG

Variabel	Coefficients (B)	t	Sig.
(Constant)	1392.191	2.990	0.008***
Inflasi	-21.632	-0.478	0.638
Nilai Tukar	-0.278	-4.537	0.000***
PDB	0.003	18.316	0.000***
Suku Bunga	-6589.445	-0.995	0.332
<i>Adjusted R Square</i>	0.967		
F_{hitung}	170.546		0.000 ^b ***

Keterangan: *** signifikan pada = 0,01 (1%)

Berdasarkan Tabel-3 diketahui bahwa persamaan regresi linier berganda penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\text{IHSG} = 1392,191 - 21,632 \text{ Inflasi} - 0,278 \text{ Nilai Tukar} + 0,003 \text{ PDB} - 6589,445 \text{ Suku Bunga}$$

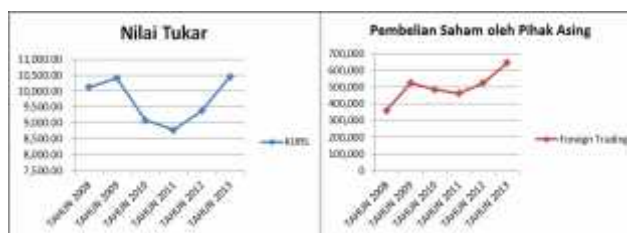
Hasil pengolahan data menunjukkan nilai *Adjusted R square* adalah 0,967. Angka tersebut menandakan bahwa 96,7% variabilitas Indeks Harga Saham Gabungan dapat dijelaskan oleh keempat variabel yaitu inflasi, nilai tukar, PDB, dan suku bunga. Selebihnya, sebesar 3,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model penelitian ini. Hasil pengujian t, atau pengujian koefisien secara parsial dapat dijelaskan sebagai berikut.

Pengaruh Inflasi terhadap IHSG. Koefisien regresi adalah sebesar -21,632 dengan nilai signifikansi sebesar 0,638. Dapat disimpulkan bahwa variabel ini mempunyai tidak berpengaruh secara signifikan terhadap IHSG. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang pernah dilakukan oleh Pasaribu *et al* (2009) tetapi bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gunasekarage *et al.* (2004) dan Bai (2014) yang

menyatakan bahwa inflasi berpengaruh signifikan terhadap harga saham di Sri Lanka dan China.

Pengaruh nilai tukar terhadap IHSG. Diketahui bahwa nilai tukar rupiah memiliki koefisien regresi sebesar -0,278. Variabel ini mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,000 yang apabila dibandingkan dengan derajat kesalahan yang telah ditentukan sebesar 5%, maka dapat disimpulkan bahwa variabel ini mempunyai pengaruh negatif signifikan terhadap IHSG. Nilai tukar rupiah mempunyai dampak negatif signifikan terhadap IHSG sehingga apabila terjadi pelemahan nilai tukar rupiah terhadap US Dollar maka akan menyebabkan kenaikan nilai dari IHSG. Ketika kurs rupiah melemah maka harga saham di Indonesia menjadi relatif semakin murah bagi investor asing. Kondisi tersebut menyebabkan para investor asing tertarik untuk membeli saham di Indonesia. Ketertarikan tersebut menyebabkan peningkatan permintaan saham. Sesuai hukum *Supply Demand*, ketika permintaan saham meningkat maka harga saham di Indonesia menjadi naik. Kenaikan harga-harga saham ini menyebabkan IHSG ikut terdorong naik.

Grafik-1 berikut ini menunjukkan nilai tukar dan transaksi pembelian saham oleh pihak asing per tahun di Bursa Efek Indonesia pada periode 2008-2013.



Sumber: Data Hasil olah dari JSE

Grafik-1. Nilai Tukar dan Pembelian Saham oleh Pihak Asing

Data pada Nilai Tukar dan Pembelian Saham oleh Pihak Asing, mendukung hasil penelitian ini. Sesuai data yang disajikan pada Grafik-1 terlihat adanya kenaikan minat investor asing terhadap pembelian saham di Indonesia terutama pada periode 2008 sampai 2009 dan pada periode 2011 hingga 2013. Pada periode tersebut kurs atau nilai tukar Rupiah terhadap USD sedang melemah. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa nilai tukar berpengaruh negatif signifikan terhadap IHSG. Jika nilai tukar naik satu satuan, maka IHSG turun 0.278 satuan. Hasil penelitian ini didukung penelitian terdahulu baik di dalam negeri sebagai mana telah dilakukan oleh Kewal (2012), Riantani dan Tambunan (2013), Wijaya (2013), serta Mardiyati dan Rosalina (2013); juga di luar negeri sebagaimana telah dilakukan oleh Madura (2000) dan Anjas (2012). Penelitian Anjas (2012) di Istanbul menemukan bahwa perubahan USD dan *Canadian Dollar* berhubungan positif dengan perubahan ISE-100 Index, sementara Saudi Arabia Riyal berhubungan negatif terhadap indeks, dan Australia Dollar, Turkish Lira, Euro, British Pound, Swiss France, 100 Japanese Yen ditemukan berpengaruh tidak nyata.

Pengaruh PDB terhadap IHSG. Diketahui bahwa nilai koefisien regresi PDB adalah 0,003 dengan signifikansi sebesar 0,000. Dapat disimpulkan bahwa variabel PDB mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap IHSG. Jika terjadi peningkatan PDB satu satuan, maka IHSG akan meningkat sebesar 0,003 satuan. Peningkatan PDB mengindikasikan terjadinya pertumbuhan ekonomi. Jika pertumbuhan ekonomi suatu negara membaik, maka daya beli masyarakat pun akan meningkat, dan ini merupakan kesempatan bagi perusahaan untuk meningkatkan penjualannya. Dengan meningkatnya penjualan perusahaan, maka perusahaan berpotensi mengalami peningkatan keuntungan. Jika perusahaan mengalami peningkatan keuntungan maka investor dan

masyarakat secara umum menilai perusahaan berkinerja baik dan menarik untuk dibeli sahamnya. Dampak selanjutnya bisa terjadi peningkatan harga saham perusahaan tersebut dan selanjutnya akan mempengaruhi IHSG di bursa. Selain itu pertumbuhan ekonomi yang baik juga mencerminkan keadaan perekonomian negara yang stabil sehingga investor tidak ragu untuk menginvestasikan dananya di pasar modal. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ogboi dan Oladipo (2012) yang menemukan adanya hubungan *unidirectional causality* antara pasar modal dengan pertumbuhan ekonomi (GDP).

Pengaruh tingkat suku bunga terhadap IHSG. Diketahui bahwa suku bunga memiliki koefisien regresi sebesar -6589,445 dengan nilai signifikansi sebesar 0,332. Mengacu derajat kesalahan sebesar 5%, maka dapat disimpulkan bahwa variabel ini tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap IHSG karena nilai signifikansi lebih besar daripada derajat kesalahan ($0,332 > 0,5$). Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Hussainey dan Ngoc (2009) di Vietnam. Mereka menyatakan bahwa dalam jangka waktu dekat maupun jangka panjang suku bunga tidak memengaruhi harga saham di Vietnam. Hasil penelitian ini juga didukung oleh Kewal (2012), Wijaya (2013), serta Mardiyati dan Rosalina (2013). Namun hasil penelitian ini berbeda dengan Rusliati dan Fathoni (2011), Reddy (2012), serta Riantani dan Tambunan (2013). Para peneliti yang disebutkan terakhir menemukan pengaruh negatif tingkat suku bunga terhadap *return* saham atau indeks harga saham.

SIMPULAN

Kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara bersama-sama inflasi, kurs, PDB, dan suku bunga berpengaruh terhadap indeks harga saham di BEI. Secara parsial ditemukan bahwa nilai tukar

atau kurs berpengaruh negatif signifikan terhadap IHSG. PDB berpengaruh positif signifikan terhadap IHSG. Inflasi dan tingkat suku bunga ditemukan berpengaruh tidak signifikan terhadap IHSG.

Saran. Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran sebagai berikut: 1) Investor perlu memperhatikan nilai tukar dan PDB pada saat akan berinvestasi di pasar modal karena berdasarkan penelitian ini nilai tukar dan PDB berpengaruh signifikan terhadap IHSG. 2) Jika nilai tukar meningkat (rupiah mengalami penurunan nilai) indeks harga turun maka sebaiknya investor yang bertujuan berinvestasi dalam jangka pendek sebaiknya segera menjual sahamnya sebelum harga semakin turun. 3) PDB yang meningkat menunjukkan kondisi perekonomian negara sedang stabil dan dapat diartikan juga bahwa risiko terjadinya kerugian investasi rendah. Pada saat PDB meningkat investor disarankan melakukan investasi karena harga saham akan meningkat sehingga berpotensi menghasilkan *capital gain*. 4) Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan menambahkan variabel makroekonomi lain yang diduga berpengaruh terhadap IHSG, seperti pendapatan per kapita.

DAFTAR ACUAN

- Alwi, Z. I. (2003). *Pasar modal teori dan aplikasi edisi pertama*. Jakarta: Penerbit Yayasan Pancur Siwah.
- Anjas, Tulin. (2012). The effects of changes in foreign exchange rate on ISE-100 index. *Journal of Applied Economics and Business Research*. *JAEBR*, 2 (1) pp 34-45
- Anna. (2012). Hard curenncy soft curenncy. <http://cutheanna.blogspot.com/2012/05/hard-curenncy.html>. (Diakses tanggal 25 November 2014)
- Bai, Zhongqiang. (2014). Study on the impact of inflation on the stock market in China. *International Journal of Business and Social Science*. Vol 5 No 7(1)
- Bank Indonesia. (2011). *Tinjauan kebijakan moneter: ekonomi, moneter, dan perbankan*. Biro Kebijakan Moneter Direktorat Riset Ekonomi dan Kebijakan Moneter Bank Indonesia. Jakarta
- Bapepam. (2010). The capital market and non bank financial industry. *Master Plan 2010-2014*. Ministry of Finance of the Republic of Indonesia. www.bapepam.go.id, www.bapepam.depker.go.id
- BI. (2013). Laporan pelaksanaan tugas dan wewenang Bank Indonesia Triwulan I-2013. http://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan-dpr/Documents/38722851732a44ff94a7e5c7acda3dblaporan_dpr_tw113.pdf. (Diakses tanggal 14 November 2014)
- BPS. (2014). Berita resmi statistik, Badan Pusat Statistik: pertumbuhan ekonomi Indonesia Triwulan II-2014, Ekonomi Indonesia Triwulan II-2014 Tumbuh 5,12 Persen. http://www.bps.go.id/brs_file/pdb_05agus14.pdf. (Diakses tanggal 14 November 2014)
- Djauhari, Ahmad Thonthowi. (2012). Manfaat indeks harga saham. *Harian Jurnal Nasional*. Edisi 5 Juni 2012
- Duniaindustri. (2014). Hot money cetak rekor, IHSG tetap bullish atau bearish?. <http://duniaindustri.com/hot-money-cetak-rekor-ihs-g-tetap-bullish-atau-bearish/> (Diakses tanggal 12 November 2014)
- Exsum. (2014). Ringkasan eksekutif: kembali melaju?. <http://siteresources.worldbank.org/INTINDONESIA/Resources/Publication/280016-1235115695188/5847179-1243851359474/6164739-1260876505486/exsum.bh.pdf> (Diakses tanggal 13 November 2014)
- Fama, E. dan French, K. (1989). Business condition and expected return on stocks and bonds. *Journal of financial Economic* 25 (1989) 23-49.
- Fama, E.F. (1981). Stock returns, real activity, inflation and money. *American Economic Review*, Vol. 71, pp. 545-65.
- Geysler, J.M dan G.A Lowies. (2001). The impact of inflation on stock prices in two SADC Countries. *Working Paper: 2001-14*. South Africa: University of Pretoria.
- Grasindo. (2009). *Indonesia economic outlook 2010: ekonomi makro, demografi, ekonomi syariah*. Balitbang Kementerian Kelautan dan Perikanan. Jakarta. <https://books.google.com>
- Gunasekarage, A., Pisedtasalasai, A. and Power, D.M. (2004). Macroeconomic influence on the stock market evidence from an emerging market in South Asia. *Journal of Emerging Market Finance*. Vol. 3, pp. 285-304.
- Hartadi. (2011). Hingga akhir tahun, nilai tukar rupiah terhadap USD diperkirakan Rp.8.650. <http://www.infobanknews.com/2011/07/bi->

- perkiraan-nilai-tukar-rupiah-terhadap-usd-sebesar-rp8-650-pada-akhir-2011/* (Diakses tanggal 14 November 2014)
- Hermawan, Andhi Setya. (2014). Perkembangan nilai rupiah sepanjang bulan Maret 2014. <http://peluangbisnisberjangka.blogspot.com/2014/03/perkembangan-nilai-rupiah-sepanjang.html> (Diakses tanggal 14 November 2014)
- Hooker, Mark A. (2004). Macroeconomic factors and emerging market equity Returns: A Bayesian model selection approach. *Emerging Markets Review*. 5:379-387.
- Husnan, Suad. (2005). *Dasar dasar Teori Portofolio dan Analisis Sekuritas*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Hussainey, Khaled dan Le Khanh Ngoc. (2009). The impact of macroeconomic indicators on Vietnamese stock prices. *The Journal of Risk Finance*. Vol. 10 No. 4, 2009, pp. 321-332.
- JSE. (2014). Market Statistics. <http://ir.jse.co.za/phoenix.zhtml?c=198120&p=irol-mktStat>. (Diakses tanggal 30 Desember 2014)
- Kewal, Suramaya Suci. (2012). Pengaruh inflasi, suku bunga, kurs, dan pertumbuhan PDB terhadap indeks harga saham gabungan. *Jurnal Economia*, Volume 8, Nomor 1, April 2012. pp 53-64
- Madura, Jeff. (2000). *Manajemen keuangan internasional*. Jakarta: Erlangga.
- Mankiw, N.Gregory. (2003). *Teori makro*. Edisi 5. Jakarta: Erlangga.
- Mardiyati, Umi dan Ayi Rosalina. (2013). Analisis pengaruh nilai tukar, tingkat suku bunga, dan inflasi terhadap indeks harga saham: suatu kasus pada perusahaan property yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* Vol 4 No 1 pp 1-15.
- Ogboi, C dan S.O Oladipo. (2012). Stock market and economic growth: The Nigerian experience. *Research Journal of Finance and Accounting*. Vol 3 No 4 pp 103-110.
- Pal, Karam dan Ruhee Mittal. (2011). Impact of macroeconomic indicators on Indian capital markets. *The Journal of Risk Finance*; Vol. 12 No. 2, 2011; pp. 84-97
- Pasaribu, Pananda, Wilson R L Tobing, dan Adler Haymans Manurung. (2009). Pengaruh variabel makroekonomi terhadap IHSG. *Jurnal Ekonomi* Vol 14 No 2.
- Reddy, D.V. Lokeswar. (2012). Impact of inflation and GDP on stock market Returns in India. *International Journal of Advanced Research in Management and Social Sciences*. ISSN 2278-6236 Vol I No 6 pp 120-136.
- Riantani, Suskim dan Maria Tambunan. (2013). Analisis pengaruh variabel makroekonomi dan indeks global terhadap return saham. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi Terapan 2013* (Semantik 2013). Semarang 16 November 2013 ISBN 979-26-0266-6 pp 532-537
- Rusliati, Ellen dan Syarah Nurul Fathoni. (2011). Inflasi, suku bunga deposito, dan return pasar terhadap return saham pada industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI 2006-2009. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi* Vol 13 No 2 pp 107-118.
- Sadewa, Purbaya Yudhi. (2013). Bunga tinggi bukan solusi untuk menjaga rupiah. *Danareksa Research Institute* <http://www.danareksa-research.com/node/341>. (Diakses tanggal 14 November 2014)
- Salvatore, Dominick. (2008). *Ekonomi internasional*. Edisi Kelima. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Samsul, Mohamad. (2006). *Pasar modal dan manajemen portofolio*. Jakarta: Erlangga.
- Samuelson, Paul A. dan William D. Nordhaus, (2004). *Ilmu makroekonomi*. Edisi Ketujuh belas. Jakarta: PT. Media Global Edukasi.
- Santosa, Perdana Wahyu. (2010). Review dan prospek pasar modal 2010 <http://www.yarsi.ac.id/web-directory/kolom-dosen/70-fakultas-ekonomi/238-review-dan-prospek-pasar-modal-2010.pdf> (Diakses tanggal 12 November 2014)
- Sinaga, Hendryson. (2013). *Pengaruh inflasi, suku bunga SBI, dan pertumbuhan PDB terhadap indeks harga saham gabungan di bursa efek indonesia (BEI) Tahun 2008-2012*. Medan: UPT Perpustakaan UNIMED.
- TNP2K. (2014). *Poverty brief: kemiskinan dan perekonomian*. Tim Nasional Percepatan Penanggulangan Kemiskinan. Jakarta Pusat
- Wijaya, Renny. (2013). Pengaruh fundamental ekonomi makro terhadap indeks harga saham gabungan pada bursa efek indonesia periode 2002-2011. *Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*. Vol 2 No 1 pp 1-15.

IMPLEMENTASI PENILAIAN PENGEMBANGAN KARIR SUMBER DAYA MANUSIA (PADA KANTOR WILAYAH USAHA TELEKOMUNIKASI JAKARTA UTARA)

Ramli Toha

Sekolah Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia

e-mail: ramlitoha54@yahoo.com

Abstrak

Tujuan Penelitian ini adalah: (1) Menganalisis Implementasi penilaian pengembangan karir sumber daya manusia pada kantor Wilayah Usaha Telekomunikasi Jakarta Utara. (2) Menganalisis faktor-faktor penghambat pengembangan karir sumber daya manusia pada kantor Wilayah Usaha Telekomunikasi Jakarta Utara. Penelitian ini dilakukan di Kantor Wilayah Usaha Telekomunikasi Jakarta Utara, dengan bentuk penelitian adalah penelitian kualitatif, adapun sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dengan teknik pemilihan informan secara purposive random sampling yang diyakini informan kunci dan informan pendukung mengetahui system penilaian pengembangan karir dikantor wilayah usaha telekomunikasi Jakarta Utara, yaitu Manajer sumber daya manusia, Assisten Manager, *Officer 2*, dan wawancara dengan informan pendukung pelaksana tugas, selebihnya adalah data tambahan dari dokumen dan lainnya. Data yang diperoleh melalui Observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi sementara analisis data melalui penyajian data dan penarikan kesimpulan. Penelitian yang dilakukan meliputi tahap persiapan, pengumpulan data, analisis data dan penyusunan laporan. Kesimpulan peneliti, Impelementasi Penilaian Pengembangan Karir pada Kantor Wilaya Usaha Telekomunikasi sudah berjalan sesuai dengan aturan Penilaian Satuan Kerja Individu dan sudah diimplementasikan. Adanya Faktor penghambat 1). Lingkungan kerja merupakan kendala di lapangan yang perlu diadakan kerja sama mengikat dengan pihak Pemerintah Daerah, 2). Perilaku bawahan perlu pendekatan sosialisasi program penilaian karakter, 3). Pendidikan dan Pelatihan perlu pendekatan dan sosialisasi, 4). Pengembangan Karir karena mengikuti salah satu persyaratan yang harus dipenuhi.

Kata kunci: pengembangan karir, sumber daya manusia, pendidikan dan pelatihan

IMPLEMENTATION ASSESSMENT CAREER DEVELOPMENT HUMAN RESOURCES (AT THE REGIONAL OFFICE OF THE TELECOMMUNICATIONS BUSINESS, NORTH JAKARTA)

Abstract

The purpose of this research is: (1) Analyze Implementation assessment of career development of human resources, the Regional Office of Telecommunications Enterprises of North Jakarta. (2) analyze the factors inhibiting the development of human resources career, at the office of the Telecommunications Business Area North Jakarta. This research was conducted at the Regional Office of Telecommunications Enterprises of North Jakarta, with the form of research is qualitative research, while the source of the data in this study was obtained from interviews with informants election technique purposive random sampling, which is believed to be supporters of key informants and informant know career development assessment system, The office of the telecommunications business areas north Jakarta, namely human resources Manager, Assistant Manager, 2 Officers, as well as interviews with the task of implementing the supporting informant, the rest is additional data from other documents. The data obtained through observation, interview and documentation, while data analysis through data presentation and conclusion. The research was conducted on the stage of preparation, data collection, data analysis and report preparation. Conclusion researchers, Implementation Assessment Career Development in the Office of the Telecommunications Business Wilaya has been run in accordance with the rules of Assessment Unit Individuals and already implemented. Their inhibitory factor 1). The working environment is a constraint on the field that needs to be held binding cooperation with the Regional Government, 2). The behavior of subordinates need to approach socialization character assessment, 3). Education and training need to approach and socialization, 4). Career development because it follows one of the requirements that must be met.

Keywords: *career development, education, human resources, training*

PENDAHULUAN

Kantor Wilayah Usaha Telekomunikasi Jakarta Utara mempunyai beberapa sentral unit pelayanan diantaranya Sentral Telekomunikasi (Sentel) Tanjung Priok, Sentel Cilincing, Sentel Marunda, sentel Mangga besar, sentel Mangga dua, sentel Cedeng, sentel Kota, Sentel Pluit, sentel Kemayoran, sentel Sunter. Kantor Wilayah Usaha Telekomunikasi Barat dan Divisi komunikasi Jakarta yang tugasnya sebagai unit pelayanan Telekomunikasi Jakarta Utara mempunyai target yang dibebankan mulai dari pemasaran produk *Aftersales* produk maupun menjaga loyalitas pelanggan dan calon pelanggan sebagai ujung tombak pelayanan dan penjualan yang bersentuhan langsung dengan pengguna jasa Telekomunikasi, *Human Resources Development* Kantor wilayah Usaha Jakarta Utara sebagai pembinaan Sumber Daya Manusia (SDM) mempunyai berbagai latar belakang dan usia dengan jumlah tenaga kerja 286 karyawan dengan latar belakang pendidikan pra kuliah 145 orang (50,7%), Diploma 65 orang (22,7%), Strata Satu 69 orang (24 %), dan Strata dua 7 orang (2,4 %). Dalam pengelolaan SDM PT. Telekomunikasi menyusun *Human Capital Master Plan*. Penyusunan *Human Capital Master Plan* berdasarkan pada analisis kebutuhan dan permintaan yang akurat, terukur yaitu dengan menggunakan data acuan, terutama data ratio produktivitas perusahaan.

Informasi yang ada dalam *Human Capital Master Plan* Telekomunikasi terdiri dari proyeksi mengenai jumlah *Human Capital* yang dihitung berdasarkan portofolio bisnis selama lima tahun ke depan. Proyeksi komposisi *Human Capital* secara rinci dengan mengacu pada komposisi, pendidikan, usia dan jabatan, rencana ketenagakerjaan yang berisi rencana SDM tahunan. Tujuannya adalah membantu memproyeksikan kebutuhan *Human Capital* secara tepat yang menyangkut aspek jumlah, kompetensi, pengalokasian, pengembangan karir dan mengukur produktivitas *Human Capital*.

Strategi pengelolaan SDM menekankan pada aspek harmonisasi, jumlah, kompetensi SDM. Rencana pengalokasian karyawan disusun paling lambat triwulan IV setiap tahun dan berlaku selama satu tahun ke depan. Rencana pengalokasian karyawan berisi berbagai informasi yaitu promosi, mutasi, status penugasan berjangka waktu dan tidak

berjangka waktu dan mutasi masuk dan keluar karyawan.

Pengembangan kompetensi SDM berdasarkan *Competency Based Human Resources Management* sebagai strategi pengembangan kompetensi SDM yang dituangkan dalam *Human Capital Plan* yang disesuaikan dengan dinamika bisnis perusahaan.

Berdasarkan pengamatan awal menunjukkan Penilaian Pengembangan Karir tidak transparan, pengembangan mutu karyawan yang diprogramkan perusahaan dalam bentuk tugas belajar kurang diminati pegawai, karena untuk mengikuti pendidikan yang lebih tinggi, pada tahap awal harus dengan biaya sendiri. Masalah SDM adalah sangat penting dalam suatu organisasi Perusahaan Telekomunikasi oleh karena itu penilaian individual karyawan merupakan bagian integral dalam manajemen pengembangan Karir.

Berdasarkan permasalahan SDM tersebut di atas maka rumusan masalah penelitian diarahkan pada (1) Bagaimana Implementasi proses penilaian pengembangan karir SDM pada kantor Wilayah Usaha Telekomunikasi Jakarta Utara (2) Apa faktor penghambat dalam penilaian pengembangan karir SDM Kantor Wilayah Usaha Telekomunikasi Jakarta Utara.

Untuk mendapatkan hasil serta keterangan dan pemahaman agar penelitian ini lebih terarah maka konsep dan teori yang digunakan untuk membangun kerangka pemikiran dan pemecahan masalah diarahkan pada konsep dan teori Implementasi, Penilaian, pengembangan karir, kompetensi, dan perencanaan.

Implementasi. Menurut Ekawati (2009) mencakup tindakan oleh individu/ kelompok privat (swasta) dan publik yang langsung pada pencapaian serangkaian tujuan terus menerus dalam keputusan yang telah ditetapkan sebelumnya. Tujuan implementasi adalah meningkatkan realisasi tujuan kebijakan publik dengan hasil kegiatan pemerintah.

Mempertimbangkan pendapat para ahli tersebut maka implementasi dalam penelitian ini diarahkan pada pelaksanaan Penilaian dan Pengembangan SDM di lingkungan Kantor Wilayah Usaha Telekomunikasi Jakarta Utara.

Penilaian. Menurut Ab. Aziz Tusuf (2005) penilaian prestasi dianggap suatu mekanisme pengurusan yang penting dan amat berkesan untuk mengawal serta memastikan prestasi kerja selaras dengan objektif yang telah ditetapkan oleh organisasi. Kemudian Robert Wood & Harry Tolly (2013) mengemukakan bahwa penilaian adalah mengamati perilaku para kandidat yang akhirnya digunakan untuk merekam dan menilai aspek-aspek tertentu berkaitan dengan pekerjaan yang ditawarkan. Mempertimbangkan pendapat tersebut, maka yang dimaksud penilaian dalam penelitian ini adalah suatu proses untuk mendapatkan peningkatan jabatan atau gaji melalui suatu pencatatan secara periodik dengan indikator hasil yang dicapai sesuai target perusahaan.

Pengembangan Karir. Menurut E. Sutrisno (2009) Pengembangan SDM adalah proses persiapan individu untuk memikul tanggung jawab yang berbeda atau lebih tinggi di dalam organisasi. Pendapat lain menurut JT. Sirait (2008) pengembangan adalah berbagai kegiatan yang berkenaan dengan peningkatan keterampilan melalui pelatihan.

Dari pendapat tersebut maka pengembangan karir dalam penelitian ini diarahkan pada suatu proses tenaga kerja untuk diberikan kepercayaan melalui peningkatan karir dengan harapan menumbuhkan kepercayaan diri secara individual karyawan dan mempunyai dampak yang positif dalam pencapaian tujuan perusahaan.

Kompetensi. Menurut J.L. Gaol (2014) kompetensi adalah keberhasilan organisasi ditentukan oleh kualitas orang-orang yang bekerja di dalamnya, perubahan lingkungan yang begitu cepat menuntut kemampuan mereka dalam menangkap fenomena perubahan tersebut. Selanjutnya pendapat B.W. Soecipto (2008) kompetensi merupakan kemampuan managerial untuk merumuskan visi dan menempatkan strategi perusahaan, serta kemampuan untuk memperoleh mengerahkan sumber daya lain. Kompetensi sebagai unjuk prestasi kerja seorang karyawan yang mampu memahami dan mengenali, penyesuaian diri secara cepat terhadap tugas yang disesuaikan dengan kompetensinya.

Perencanaan. Menurut J.J Sembiring (2010) perencanaan tenaga kerja dapat diartikan sebagai penyediaan tenaga kerja bagi kebutuhan

perusahaan. Artinya untuk memudahkan manajemen menyediakan kebutuhan tenaga kerja yang diperlukan masing-masing departemen dalam upaya pencapaian tujuan perusahaan. Perencanaan SDM sangat menentukan tujuan organisasi ke depan.

Aspek konsep. Untuk mendapatkan data yang lebih efisien dan efektif maka aspek-aspek konsep dalam penelitian ini diarahkan pada; waktu penilaian, sikap dan perilaku bawahan, prestasi bawahan, kompetensi, pendidikan dan pelatihan serta perencanaan karir.

METODOLOGI

Penelitian ini bersifat diskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono (2005) data kualitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk kata, kalimat, dan gambar. Kemudian Bogdan dan Taylor dalam Moleong J.Lexy (2007) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati.

Teknik pemilihan informan dilakukan dengan *purposive sampling* yaitu diyakini informan kunci dan informan pendukung yang dipilih mengetahui sistim penilaian dan pengembangan karir di kantor Wilayah Usaha Telekomunikasi Jakarta Utara. Teknik pengumpulan data dilakukan secara wawancara mendalam (*in-depth interviews*), observasi non partisipan, dan studi dokumentasi.

Teknik analisa dan keabsahan data dilakukan dengan teknik penjelasan. Teknik ini menjelaskan konsep teori yang ada kaitannya dengan data yang diperoleh. Menurut Bosrowi & Suwandi (2008) analisa data merupakan usaha memilih, memilah, membuang, menggolongkan data untuk menjawab permasalahan pokok penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian dengan melakukan wawancara dan observasi diperoleh data mengenai waktu penilaian, sikap dan perilaku bawahan, prestasi bawahan, kompetensi, pendidikan dan pelatihan dan perencanaan karir.

Waktu penilaian. Penilaian ini menyangkut bidang prestasi kunci masing-masing individu karyawan yang dilakukan manajemen sesuai dengan tugas sehari-hari karyawan. Dari hasil wawancara dengan kepala manajer *Human Resources Development* diperoleh informasi bahwa penilaian dilakukan setiap hari menyangkut pekerjaan sehari-hari sesuai bidang masing-masing seperti bidang perbaikan gangguan, berapa banyak penyelesaian gangguan yang dapat ditanggulangi dan selesai dalam satu hari dan mengapa terjadi gangguan serta apa penyebabnya. Disamping itu diperoleh informasi dari pelaksana lapangan bahwa setiap gangguan yang selesai di *input* di komputer dengan memuat jenis gangguan, waktu penyelesaiannya dan apabila ada masalah gangguan yang belum diselesaikan diinformasikan kepada pimpinan berikut permasalahan yang dihadapi di lapangan.

Dari hasil wawancara dengan informan kunci dan informan pendukung diperoleh gambaran bahwa penilaian prestasi kerja pada Kantor Wilayah telekomunikasi Jakarta sudah dilaksanakan dengan sistem yang telah ditetapkan.

Penilaian Sikap dan Perilaku Bawahan. Keberhasilan suatu organisasi sangat ditentukan oleh kualitas SDM di dalamnya termasuk bagaimana mereka mempunyai perilaku baik di dalam organisasi maupun diluar organisasi. Dari hasil wawancara menunjukkan penilaian karakter dilihat dari bagaimana mereka bersikap dalam melaksanakan pekerjaan sehari-hari. Upaya-upaya yang dilakukan organisasi adalah pembinaan spiritual/bimbingan rohani setiap sebulan satu kali. Disamping itu penilaian dilakukan pada pelaksana lapangan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Penilaian sikap pelaksana pada saat menerima keluhan pelanggan dan cara-cara kesantunan mereka dalam memberikan solusi pada pelanggan.

Penilaian prestasi bawahan. Penilaian dilakukan pada kemampuan pelaksana dalam melakukan inovasi dan menyelesaikan masalah lapangan dengan kemampuan kreativitas mereka. Dari hasil wawancara menunjukkan inovasi dan kreativitas pelaksana lapangan terlihat dari cara mereka melakukan perbaikan gangguan telepon kabel. Ketika kabel putus, para pelaksana tidak perlu membawa konektor yang mahal, tapi mereka melakukan upaya memanfaatkan lapisan kabel

PVC, yang digunakan selongsong PVC sebagai pengganti konektor. Hasil kreativitas pelaksana lapangan tersebut dipresentasikan dihadapan para manajemen agar hasil kreativitas tersebut diketahui oleh semua manajemen, agar dapat digunakan sebagai suatu alternatif upaya penyelesaian gangguan telepon di lapangan.

Prestasi juga dilihat dari seberapa besar karyawan dapat menyelesaikan gangguan lapangan dan masalah apa yang belum dapat diselesaikan dengan melihat laporan harian, laporan mingguan pelaksana lapangan.

Penilaian kompetensi. Para pelaksana lapangan diberi kesempatan untuk menyelesaikan masalah lapangan dan dapat menyelesaikan dengan baik sesuai prosedur yang telah ditetapkan. Untuk menyelesaikan masalah tersebut tentu diperlukan kemampuan individual terutama berbasis teknologi informasi. Penilaian dilakukan baik secara *on the spot* maupun menilai setiap langkah langkah penyelesaian yang dimuat dalam laporan harian dan laporan mingguan. Kemampuan pelaksana lapangan dalam menyelesaikan tugas secara tanggap, cepat dan pada akhirnya akan berpengaruh pada kinerja perusahaan Telekomunikasi.

Penilaian pendidikan dan keterampilan. Pendidikan dan pelatihan merupakan faktor yang penting dalam pengembangan SDM dalam mengadopsi ilmu pengetahuan dan teknologi. Dari hasil wawancara dengan manajer SDM menunjukkan bahwa dalam penempatan karyawan pada jabatan tertentu, dilakukan suatu penilaian mengenai tingkat pendidikan, tingkat keahlian mereka yang tersurat dari pelatihan-pelatihan apa yang telah mereka ikuti. Jenis sertifikat pelatihan apakah sudah sesuai dengan tugas-tugas yang mereka lakukan. Manajemen SDM memberikan kesempatan kepada karyawan untuk mengikuti pendidikan yang lebih tinggi. Namun kesempatan ini kurang diminati oleh karyawan, karena untuk biaya pendidikan formal S1 dan S2 untuk sementara menjadi tanggungan karyawan, dan setelah selesai pendidikan/lulus baru diberikan penggantian biaya.

Perencanaan Karir. Perencanaan karir adalah suatu upaya untuk menyiapkan SDM dalam menghadapi tantangan dan peluang kedepan dengan menyiapkan kompetensi karyawan baik

untuk jangka menengah maupun untuk jangka panjang. Dari hasil wawancara dengan Manajemen SDM menunjukkan bahwa untuk menghadapi lingkungan yang selalu berubah, maka kebutuhan kompetensi karyawan selalu di umum, terutama untuk mengisi jabatan tertentu. Hal ini dimaksudkan agar semua karyawan mengetahui dan mempunyai kesempatan untuk dipilih menduduki jabatan tersebut sesuai persyaratan yang telah ditetapkan.

Hasil observasi. Dari aspek sumber daya manusia terlihat petugas-petugas lapangan cukup energik dan perilakunya cukup santun dalam menghadapi pelanggan baik yang datang ke kantor Telekomunikasi maupun yang bertemu di lapangan. Usia mereka relatif masih muda dan memungkinkan untuk dapat diberi kesempatan untuk menangani pekerjaan secara individual sesuai kemampuan dan kreativitas mereka.

Dari aspek lingkungan tata ruang kantor menunjukkan tata ruang yang memenuhi syarat untuk bekerja dengan lebih baik karena dilengkapi pendingin udara (AC), penyiaran yang baik, dan didukung oleh sarana kerja yang cukup seperti komputer dan alat2 komunikasi baik yang tetap maupun yang bergerak.

Dari aspek perilaku, mereka mempunyai cara berkomunikasi cukup baik sesama karyawan maupun dengan pelanggan dan para tamu. Lingkungan kerja terlihat cukup harmonis dan sangat mendukung karyawan untuk lebih berprestasi.

Faktor penghambat penilaian pengembangan karir. Kebijakan memberikan kesempatan karyawan untuk mengikuti pendidikan formal yang lebih tinggi kurang diminati oleh karyawan, karena pada tahap awal karyawan harus dengan biaya sendiri dulu. Disamping itu beberapa karyawan telah mengikuti berbagai pelatihan sesuai dengan persyaratan untuk menduduki jabatan tertentu, belum dipromosikan.

Ada unsur-unsur yang objektif tapi tidak dijadikan syarat dalam menentukan jabatan seperti tingkat kehadiran dalam upacara bendera, olah raga, dan disiplin kerja. Sehingga menimbulkan demotivasi karyawan.

Simpulan

Tahapan (proses) penilaian pengembangan karir dari aspek waktu penilaian, penilaian sikap perilaku bawahan, penilaian prestasi bawahan, penilaian kompetensi, Penilaian Pendidikan dan Pelatihan, penilaian perencanaan karir telah dilaksanakan dengan baik, walaupun masih dihadapkan pada beberapa permasalahan seperti belum obyektifnya penilaian dalam menempatkan karyawan pada posisi jabatan tertentu. Kebijakan bidang pendidikan formal yang ditujukan untuk pengembangan karyawan belum banyak diminati, karena pada tahap awal harus dengan biaya sendiri dulu. Lingkungan kerja kantor sering kebanjiran, sehingga kurang mendukung kelancaran operasional kantor.

Dalam pengembangan SDM perlu adanya perubahan kebijakan yang mendasar terutama diadakan perubahan biaya pendidikan yaitu karyawan yang diberikan kesempatan mengikuti pendidikan formal ke jenjang lebih tinggi S1 dan S1 2, sebaiknya sejak awal sudah dibiayai oleh Perusahaan Telekomunikasi.

Karyawan yang telah memenuhi syarat untuk jabatan tertentu segera diangkat dalam jabatan, sehingga menimbulkan semangat dan motivasi karyawan yang lain. Karyawan yang menemukan teknologi dalam penyelesaian gangguan di lapangan supaya dipatenkan dan diberi penghargaan

DAFTAR ACUAN

- Bosrowi & Suwandi. (2008). *Memahami penelitian kualitatif*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Budi W, Soecipto. (2008). *HR excellence 2007 kisah sukses para kopium SDM*. Jakarta: Salemba empat
- Ekawati, Lilik Roro Mas. (2009). *Perencanaan, implementasi dan evaluasi kebijakan program (suatu kajian dan praktek)*. Surakarta: Pustaka Cakra.
- Gaol, Jemmy. (2014). *Human capital manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: PT Grasindo
- Lexy, Moleong J. (2007). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset

- Sembiring, Jemmy Joses. (2010). *SMART HRD perusahaan tenang, karyawan tenang*. Jakarta: Visi Media
- Sirait, Justine T. (2008). *Memahami aspek-aspek pengelolaan sumber daya manusia dalam organisasi*. Jakarta: PT. Grisindo
- Sugiyono. (2005). *Metode penelitian administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno, Edi. (2009). *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: PT. Kharisma Putra Utama
- Tolly, Harry., dan Robert Wood. (2013). *Test your self how to succeed at an assessment center: Persiapan menghadapi tes di pusat penilaian*. Solo: Tiga Serangkai.
- Yusuf, Ab Aziz. (2005). *Penilaian prestasi kepentingan dan permasalahan*. Kualalumpur: Shamelin Perkasa.

THE RELATIONSHIP BETWEEN WORKPLACE SPIRITUALITY AND INDIVIDUAL SPIRITUALITY WITH ORGANIZATIONAL COMMITMENT AMONG MALAYSIAN UNIVERSITY ADMINISTRATORS

Izan Khairana bt Abd. Majid & Shukran Abdul Rahman¹

Department of Psychology, International Islamic University Malaysia, Malaysia

¹e-mail: shukran@iium.edu.my

Abstract

Higher Learning Institutions (HLIs) have been undergoing many changes and development, giving impacts to the work process of university staff, and their work-related attitudes and well being. Studies have been conducted to look at relationship between organizational commitment among university administrators and its psychosocial predictors, such as spirituality at the workplace. Given the absence of such studies among non-western sample a research has been conducted to study the relationship between workplace spirituality and individual spirituality with organizational commitment. The findings of this study is useful to Human Resource managers to understand the significant role of workplace and individual spirituality in the development of organizational commitment and to design appropriate programs or interventions that will optimize the commitment of the employees.

Keywords: *organizational commitment, workplace spirituality, individual spirituality, higher education, religiosity, personality.*

INTRODUCTION

Commitment plays an important role in predicting employee behavior at the workplace, such as job performance, absenteeism and turnover intentions (Suliman & Iles, 2000; Wright & Bonett, 2002). Besides studying the consequences of commitment, there are also many studies conducted to study the antecedents of organizational commitment. According to Mowday et al. (1982), the antecedents of commitment of organizational commitment (OC) could be grouped into four categories, which are personal characteristics, job-or role-related characteristics, work experiences and structural characteristics. They argued that there are a number of personal characteristics include values, beliefs and personality. Saroglou and Munoz-Garcia (2008) have stated that individual differences in religion have been consistently found to relate to personality traits. They suggested that individual differences in religious attitudes, beliefs and

practices reflect individual differences in personality. Lockenhoff, Ironson, O’Cleirigh and Costa (2009), found that spirituality and religiousness also were shown to be associated to personality. Based on this theory and arguments from previous researchers, personality, religiousness and spirituality are related to each other.

Despite many studies conducted on the antecedents of organizational commitment, there is very limited research conducted to study spirituality as one of the possible antecedent variables of organizational commitment. A study by Mat Desa and Koh Pin Pin was conducted to examine the impact of four dimensions of workplace spirituality on affective commitment (one form of organizational commitments). In comparison with the other studies, the present study will include not only workplace spirituality but also individual spirituality. The purpose of this study is to examine whether there is relationship between workplace

spirituality and individual spirituality with organizational commitment.

Statement of problems. Malaysia has undergone a lot of changes in the higher education institutions especially the public universities, where it is experiencing expansion characterized by the rapid growth in the number of private universities and colleges. Entering the new millennium, the Malaysian government has decided to turn the country into a regional education hub. With the implementation of many critical agenda projects, a lot of changes have to be done across all levels. Inevitably, these changes have brought about challenges to the organizations and impacts to the behaviors and attitudes of the employees such as the organizational commitment of the employee, an important predictor of successful organizational change (Meyer, 2009). Given that there is a need to address the role of spirituality and religiosity in the development of employee commitment towards the organization; and that there is currently very limited knowledge and research about the relationship between spirituality and organizational commitment, it is pertinent to empirically understand the roles of both variables in predicting employee commitment.

The present study would help human resource managers to understand the underlying factors that may have influence on organizational commitment. It will add knowledge on the role of religiosity and spirituality in the development of organizational commitment among the employees. The findings may assist the practitioners in organizations to design appropriate programs or interventions that will optimize the commitment of the employees.

Research Questions. The purpose of the present study is to examine the relationship of workplace spirituality, individual spirituality and organizational commitment within the framework of the following research questions (a) To what extent workplace spirituality and organizational commitment are related?; and (b) To what extent individual spirituality and organizational commitment are related?

Relationship Between Workplace Spirituality and Organizational Commitment. Garcia-Zamor (2003) found that spirituality in the workplace may manifest itself in several ways, but at two different levels: the personal and the organizational. In the

second level, the organization emphasizes spirituality in order to improve productivity. In her review, she concludes that there are ample evidence that spirituality in the workplace creates a new organizational culture, and in turn make employees feel happier and perform better.

In the review of the literature, most of the studies conducted on the relationship between workplace spirituality and organizational commitment have reported positive findings. One of the studies is by Milliman et al. (2003), which they claimed is the first empirically based finding on the relationship between workplace spirituality and organizational behavior variables such as organizational commitment and intention to quit. Rego and eCunha (2008) have also discovered that spirituality dimensions correlate significantly with organizational commitment, especially with affective and normative commitments. In their study, spirituality dimensions are team's sense of community, alignment between individual and organizational values, sense of contribution to the community, sense of enjoyment at work and opportunities for inner life. The study involved 361 people (mean age = 33 years) from 154 organizations. Organizational commitment was measured using an instrument developed by the authors in Portugal and Brazil. Spirituality at work was assessed using 19-items of self-report scale, which was developed from two sources, which are from the works of Ashmos and Duchon (2000) and Milliman et al. (2003). They argued that people who experience a sense of spirituality at work tend to develop higher affective and normative commitment and lower continuance commitment. This is shown from the findings where very significant correlations were obtained between the spirituality dimensions and components of organizational commitment, for example sense of community with affective and normative commitment ($r = .51, p < .001$; $r = .31, p < .001$)

Most of the studies conducted on the relationship between workplace spirituality and organizational commitment were correlational studies, which do not show causal effect of the relationship. However, in one quasi-experimental study by Kinjerski and Skrypnek (2008) found that spirit at work program has successfully increased the organizational commitment of the employees. The study involved two units of long-term care facilities in Canada. In this study, spirit at work has

been conceptualized as a state characterized by profound feelings of well-being, a belief that one is engaged in meaningful work and involves a sense of connection to others and an awareness of a connection to something larger than oneself.

Relationship Between Individual Spirituality and Organizational Commitment. Kolodinsky, Giacalone and Jurkiewicz (2008) examined the relationship between personal and organizational spirituality with a number of work related attitudes including organizational identification. The findings from this study showed that personal spirituality was significantly correlated with organizational identification ($r=.33$, $p<.001$). A recent study by Pawar (2009) involved 156 (mean age = 36.63) full-time employees from various organizations. In this study, Pawar has defined individual spirituality as a search for connectedness in an organization. He measured individual spirituality using Daily Spiritual Experience Scale (DSES), a 16-item scale, which measures experiences of relationship with and awareness of the divine or the transcendent. He also used Meyer and Schoorman's subscale of value commitment dimension of organizational commitment to measure organizational commitment. From the analysis, it was found that although individual spirituality has some relationship with work attitudes, it has no significant effect on work attitudes. Although there are very limited studies conducted on the relationship between individual spirituality and organizational commitment, the few studies conducted seem to suggest a possible link between individual spirituality and organizational commitment. Thus, more studies need to be conducted to explain the relationship.

METHODOLOGY

Participants. 156 administrators from the Centre for Foundation Studies, IIUM took part in this study using purposive sampling technique. They are Muslim and permanent employees of the university. All the participants are Muslims and permanent employees of the university. From the total number of 111 participants, 107 participants completed the whole questionnaire.

Design. This study adopted cross-sectional survey design where data were collected at a single point

in time (Fink & Kosecoff, 1985). The advantage of using this design is easy to gather many data in a very short period and the disadvantage is if things change rapidly, the survey information may become outdated (Fink & Kosecoff, 1985). Also the study is correlational in nature as it tries to estimate the extent of relationship between individual spirituality, workplace spirituality and organizational commitment.

Measures. The questionnaire booklet consists of four sections: Demographic Questions, Muslim Religiosity Personality Inventory –MRPI, Spirituality at Work Scale, and Affective, Continuance and Normative Scales -ACNCS. The MRPI has the Cronbach's alpha for the Islamic Worldview scale is .82 and for the Religious Personality is .91. The items on the Spirituality at Work Scale were obtained from Ashmos and Duchon (2000) subscales. The cronbach alphas for the first two subscales are .86 and for the last subscale is .93 (Ashmos & Duchon, 2000). The Cronbach alpha for affective commitment subscale is .85, for continuance commitment subscale is .79 and for normative commitment subscale is .73 (Meyer & Allen, 1997).

Data collection procedure. Participants were asked to answer the questionnaire in the provided room and returned the completed questionnaire directly to the researcher. The completion of the questionnaire was entirely voluntary and responses were anonymous. All of the participants were able to complete the questionnaire less than 30 minutes.

RESULTS

The degree and direction of the relationships between individual spirituality, workplace spirituality and organizational commitment were identified using correlation analysis. As the variables in this study are continuous variables, Pearson product-moment correlation was used to test the following hypotheses: The result shows that there is a significant positive correlation between individual spirituality and organizational commitment ($r =.261$; $p=0.007$). There is also positive correlation between workplace spirituality and organizational commitment ($r=0.449$; $p=0.00$). So, the first and second hypotheses are supported. As a whole, workplace spirituality and individual

spirituality correlate significantly with organizational commitment.

CONCLUSION

Based on these findings it can be concluded that spirituality in the workplace can offer many benefits not only to the employees but also to the organization. Such benefits have been demonstrated by many researchers such as Giacalone, Jurkiewicz and Fry (2003), Milliman et al. (2003) and Pawar (2009) where among these benefits are increased productivity, improved ethical behavior and strong commitment towards the organization. While many of these studies were conducted in the western countries, the findings of this study has demonstrated that the same can also happen in a non-western country within a Muslim context. This study concludes with a number of important points. First, the result of this study advocates that there are relationships between workplace spirituality and individual spirituality with organizational commitment. It also shows that the interaction between workplace spirituality and individual spirituality will increase the commitment of an employee towards the organization. Thus, it is pertinent that organizations pay extra attention to the spirituality of its employee in order to maximize the employees' organizational commitment. Second conclusion to be drawn from this study is that the awareness of benefits of spirituality at the workplace is increasing with the growing numbers of research done on the issue in the western world. However, this study has demonstrated that the same benefits can be gained in a Muslim context. Third, consistent with the findings from previous studies, the results from the present study has demonstrated that there are benefits of practicing spirituality at the workplace (Mat Desa & Koh Pin Pin, 2011; Milliman et al., 2003; Pawar, 2009). The benefits can be gained by the employees and also the organization. This may suggest that encouraging spirituality at the workplace could be an advantage not only to the employees but also to the organization as a whole. Finally, based on the findings, this study would like to offer some guidelines to human resource (HR) managers in formulating their HR policies and implementing HR practices by incorporating individual and workplace spirituality in order to optimize the commitment of the employees towards the

organization. This can be done through three approaches i.e. employee selection, employee training and HR management practices.

REFERENCES

- Ashmos, D.P. & Duchon, D. (2000). Spirituality at work: A conceptualization and measure. *Journal of Management Inquiry*, 9, 134-145.
- Fink, A. & Kosecoff, J. (1985). *How to conduct survey: A step by step guide*. Newsbury Park, CA: Sage Publication.
- Garcia-Zamor, J. (2003). Workplace spirituality and organizational performance. *Public Administration Review*, 63, 355-363.
- Kinjerski, V. & Skrypnek, B.J. (2008). The promise of spirit at work: Increasing job satisfaction and organizational commitment and reducing turnover and absenteeism in long-term care. *Journal of Gerontological Nursing*, 34, 17-25.
- Kinjerski, V. & Skrypnek, B.J. (2006). Creating organizational conditions that foster employee spirit at work. *Leadership and Organization Development Journal*, 27, 280-295.
- Kolodinsky, R.W., Giacalone, R.A. & Jurkiewicz, C.L. (2008). Workplace values and outcomes: Exploring personal, organizational and interactive workplace spirituality. *Journal of Business Ethics*, 81, 465-480.
- Lockenhoff, C.E., Ironson, G.H., O'Cleirigh, C. & Costa, P.T. (2009). Five-factor model personality traits, spirituality/religiousness and mental health among people living with HIV. *Journal of Personality*, 77, 1411-1436.
- Mat Desa, N. & Koh Pin Pin, D. (2011). The workplace spirituality and affective commitment among auditors in big four public accounting firms: Does it matter? *Journal of Global Management*, 2, 216-226.
- Meyer, J.P. (2009). Commitment in the changing world of work. In H.J. Klein, T.E. Becker & J.P. Meyer (eds.), *Commitment in organizations: Accumulated wisdom and new directions* (pp. 37-68). New York: Taylor & Francis Group.
- Meyer, J.P. & Allen, N.J. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to

- the organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63, 1-18.
- Meyer, J.P. & Allen, N.J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 1, 61-89.
- Meyer, J.P. & Allen, N.J. (1997). *Commitment in the workplace: Theory, research and application*. London: Sage Publications.
- Meyer, J.P., Allen, N.J. & Topolnytsky, L. (1998). Commitment in a changing world of work. *Canadian Psychology*, 39, 82-92.
- Meyer, J. P., Irving, P.G. & Allen, N.J. (1998). Examination of the combined effects of work values and early experiences on organizational commitment. *Journal of Organizational Behavior*, 19, 29-52.
- Meyer, J.P., Stanley, D.J., Herscovitch, L. & Topolnytsky, L. (2002). Affective, continuance and normative commitment to the organization: A meta-analysis of antecedents, correlates and consequences. *Journal of Vocational Behavior*, 61, 20-52.
- Milliman, J., Czaplewski, A.J. & Ferguson, J. (2003). Workplace spirituality and employee work attitudes: An exploratory empirical assessment. *Journal of Organizational Change Management*, 16, 426-447.
- Mowday, R.T., Porter, L.W. & Steers, R.M. (1982). *Employee-organization linkages: The psychology of commitment, absenteeism and turnover*. San Diego, CA: Academic Press, Inc.
- Pawar, B.S. (2009). Individual spirituality, workplace spirituality and work attitudes: An empirical test of direct and interaction effects. *Leadership & Organization Development Journal*, 30, 759-777.
- Pawar, B.S. (2008). Two approaches to workplace spirituality facilitation: A comparison and implications. *Leadership & Organization Development Journal*, 29, 544-567.
- Rego, A. & Cunha, M.P. (2008). Workplace spirituality and organizational commitment: An empirical study. *Journal of Organizational Change Management*, 21, 53-75.
- Saroglou, V. & Munoz-Garcia, A. (2008). Individual differences in religion and spirituality: An issue of personality traits and/or values. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 47, 83-101.
- Suliman, A. & Iles, P. (2000). Is continuance commitment beneficial to organizations? Commitment-performance relationship: A new look. *Journal of Managerial Psychology*, 15, 407-426.
- Wright, T.A. & Bonett, D.G. (2002). The moderating effects of employee tenure on the relation between organizational commitment and job performance: A meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, 87, 1183-1190.

THE MODERATING EFFECT OF COPING STRATEGIES ON JOB SATISFACTION AND PSYCHOLOGICAL WELL BEING AMONG FIRE FIGHTERS

Mohd. Dahlan Hj. A. Malek¹, Ida Shafinaz Mohd. Kamil²

¹Faculty of Psychology and Education, Universiti Malaysia Sabah, Malaysia

²Faculty of Business, Economics and Accountancy, Universiti Malaysia Sabah, Malaysia

email: dellm@hotmail.com

Abstract

Sources of occupational stress and their impact on job satisfaction and psychological health were examined in a questionnaire survey of 617 Malaysian fire fighters. The role of coping strategies as moderating factor was also tested. The results indicated that the overall of sources of stress had a significant negative correlation with job satisfaction. The results also indicated that the overall of sources of stress had a significant positive correlation with overall psychological health and there were significant influence of coping strategies as a moderating variable between sources of stress and job satisfaction as well as psychological health (stress, anxiety and depression).

Keywords: Occupational Stress; Psychological Health; Coping strategies; Job satisfaction; Fire fighter

INTRODUCTION

A fire fighter is a rescuer extensively trained in firefighting, primarily to extinguish hazardous fires that threaten property and rescue people from dangerous situations. Fire fighters work to protect the community against injury, loss of life and destruction of property by fire and other disasters. In the course of their work, they can be exposed to physical, chemical and biological hazards. They also face the risk of psychological conditions such as Post Traumatic Disorder (PTSD) and physical injuries.

While there is an extensive literature on stress in policing (e.g. Alexander & Walker, 1994; Brown & Heidensohn, 2001), only a few empirical studies have systematically examined the causes and effects of stress in fire fighters' work. Most of these have concentrated on the specific effects of distressing events causing PTSD (Al-Naser & Everly, 1999; Corneil, 1993; Corneil et al., 1999) rather than the more general issue of occupational stress and its effects. This article focuses on

sources of stress as predictors of psychological health (anxiety, stress and depression) and job satisfaction among Malaysian emergency workers namely fire fighters. It also examines the roles of coping strategies as moderator between exposure to occupational stressors and its impact on psychological health and on job satisfaction.

Causes and Effects of Occupational Stress in Fire fighters. A fire fighter must be well prepared both physically and mentally, as fire fighting and emergency rescue work is a very challenging and high-risk job. According to Leigh (1988), professional fire fighting is a stressful and dangerous occupation that ranks fifth in occupational mortality in the United States. Evidence suggests that most fire-fighter mortality and morbidity are related either directly or indirectly to the stressful nature of their work (Beaton & Murphy, 1993). Furthermore, Moran (2001) found that workers in emergency service organisations such as the fire brigade, ambulance service and rescue squads, are not only exposed to everyday stressors common to many work

environments, but they can also face extreme stressors associated with emergency incidents such as traumatic accidents or disasters. Beaton and Murphy (1993) suggested that fire fighters' job stress is complicated and multifaceted. They developed the Sources of Occupational Stress Scale (SOOS) that assessed 14 different categories of occupational stress for fire fighters, (including sleep disturbance, job skill concerns, past critical incidents, management conflicts). They found that the SOOS instrument appears to have adequate reliability and concurrent validity for fire fighters in the USA and is correlated with job satisfaction and work outcomes. Young and Cooper (1997) found that poor physical health was a major stress outcome among 427 emergency service workers (fire service and ambulance services) in England. Their results also show that job dissatisfaction was revealed as a major problem for the ambulance service and fire service workers. Bartolo and Furlonger (2000) focused on the relationship between job satisfaction and supervisor leadership behaviour among fire fighters. Their sample was selected from a privatised aviation fire service in Australia and consisted of 56 fire fighters from two stations in Victoria (n=36) and New South Wales (n=20). The results indicated that there are significant positive relationships between co-worker satisfaction, supervision satisfaction, initiating structure and consideration leadership behaviour. Beaton and Murphy (1993) reported that, social support at home (with family and friends) was significantly higher than satisfaction with co-worker support and low social support and/or high relational conflict (especially work) may predict adverse health outcomes among 1,703 fire fighters and 253 paramedics in a U.S. sample.

Coping Strategies. Previous studies suggested that coping (Moran & Colles, 1995) is an important variables predicting psychological health. The ability to cope with demands is very important in our lives. Beaton et al. (1999) reported that fire fighters must cope with extraordinary and persistent occupational demands that are potentially cumulative. People adapt in different ways to the environment and these differences can influence the level of psychological health. Moran (2001) reported that appraisal of coping strategies is a complex phenomenon that can also involve expectations about how one will be affected and deal with future stressors. She suggested that the coping style of emergency workers could result from the type of work, rather than type of person. For example, emergency workers frequently describe their reactions at an emergency or disaster site similar to the following: “*we have a job to do and we have to get on with it. We can’t afford to be upset by the things around us*” (p.357). Lindy (1985) stated that this type of coping has been referred to as a “trauma membrane” that allows emergency workers to shield themselves emotionally from unpleasant or threatening scenarios.

The Objectives of the Study. The objectives of the study are: (a) to examine the sources of stress as a predictor of psychological health (anxiety, stress and depression) and job satisfaction among Malaysian fire fighters, and (b) to examine the roles of coping strategies as moderator variables. The current study will be based on the proposed theoretical framework outlined below in Figure 1. This theoretical framework of the study is based on the existing research on stress and fire fighters discussed above.

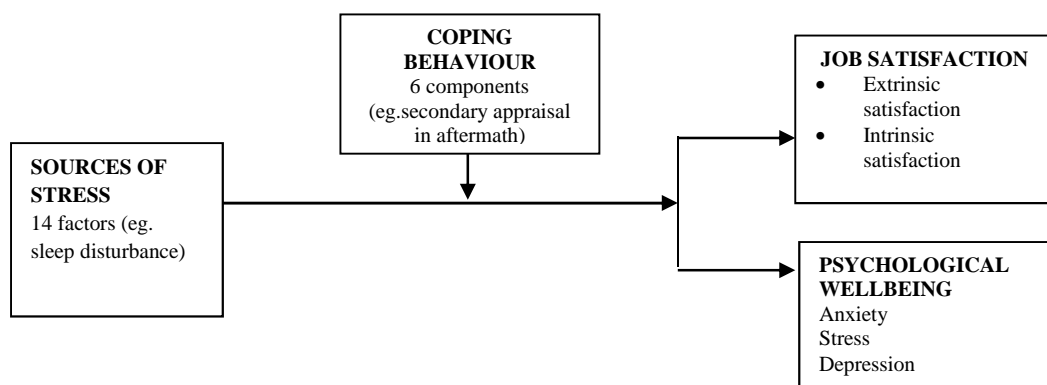


Figure 1. The theoretical framework for the study

Hypotheses of the Study. On the basis of the foregoing overview, the following hypotheses were formulated:

Hypothesis 1: It is predicted that fire fighters who report higher levels of pressure arising from sources of stress report lower job satisfaction and poorer psychological health.

Hypothesis 2: Coping strategies act as moderating variables between sources of stress with psychological health (anxiety, stress and depression) and job satisfaction. It is predicted that coping strategies contribute to psychological health and job satisfaction.

METHODS

Procedure. The questionnaire was distributed through the officers in charge in six zones of fire brigades namely Wilayah Persekutuan, Selangor, Sabah, Kelantan, Malacca and Perak. Questionnaires were sent to each station via the internal post of each brigade and were then distributed to individual members. At the time of distribution, the purpose of the survey was explained and the feedback that could be expected was described. All personal information given was treated in confidence, and no individual was identifiable.

Measures. Respondents completed a self-report questionnaire containing five scales measuring sources of stress, coping strategies, psychological health and job satisfaction. Respondents were also asked for their demographic information (age, length of service, marital status, job position and second job). Details of each scale are given below.

Sources of Stress. Sources of stress were measured with the Sources of Occupational Stress in Fire Fighters and Paramedics (SOOS; Beaton & Murphy, 1993). The SOOS has 57 items designed to assess the types and degrees of psychosocial stressors to which fire fighters are commonly exposed (overall Cronbach's α of the SOOS was 0.95 ($n=2005$) for US fire fighters). The respondents were asked to indicate whether they have experienced a particular type of occupational stressor within their past 10 work shifts and if they have, to indicate how 'bothered' they have been by this job-related stressor on a 1 to 10 rating scale

(10=extremely bothered, 5=somewhat bothered, and 0=not bothered at all). Beaton and Murphy (1993) used a 100 point scale but this was reduced to a 10 point scale for ease of completion and to fit better with the measurement used in the other subscales. The scale was chosen for fire fighters since it appears to be comprehensive and relevant (Coefficient α for the present study was 0.97).

Coping Strategies. Coping strategies were assessed with the Coping Response of Rescue Workers Inventory (CRRWI) that contains 32 items developed by Corneil (1993) to measure coping behaviours among fire fighters. The CRRWI initially was developed from The Ways of Coping Inventory, which described a broad range of behavioural and cognitive strategies that an individual might use in stressful situations. This instrument was reworded and shortened into 32 items for use with disaster victims (Horowitz & Wilner, 1981; Mc Cammon et al., 1988). Corneil (1993) adapted the 32 items for his studies on Canadian fire fighters. Beaton et al. (1999) in a study on coping responses and post traumatic stress symptomatology in US urban fire service personnel categorised this Coping Response of Rescue Workers Inventory (CRRWI) into six components namely: Secondary appraisal in aftermath; Behavioural distraction and social support seeking; Cognitive behavioural avoidance and numbing; Foster positive attitudes; Cognitive positive self-talk; and Inward search-philosophical self-contemplation. The coefficient α for sub scales of the CRRWI were in the range .61 to .85 and the overall coefficient α was .90 (Beaton et al, 1999). The CRRWI is suitable for measuring coping behavior in the current study since it has already been used in a sample of fire fighters. The version of CRRWI used here contained 32 items and respondents indicated how frequently they use the ways to handle stress with each item on a 4-point scale (1=never, 2=rarely, 3=sometimes, 4=often). Some examples include "Be more helpful to others," "Turn to religion or philosophy for help," and "Put feelings out of my mind."

Psychological Health (anxiety, stress and depression). This was measured with the Psychological Health Scale (PHS). The PHS is a 36 item scale adapted from three instruments namely, 12 items from the Clinical Anxiety Scale (CAS; Thyer, 1992) to measure level of anxiety (e.g. I feel calm), 12 items from the Index of

Clinical Stress (ICS; Hudson & Abell, 1992) to measure level of stress (e.g. I feel over panicky) and 12 items from the Generalized Contentment Scale (GCS; Hudson, 1993) to measure level of depression (e.g. I feel downhearted). Respondents indicated their degree of agreement with each item on a 4-point scale (1=never, 2=rarely, 3=sometimes, 4=often). The PHS was used in the current study since it has been shown to have high internal reliability (.88) after a pilot study conducted on Malaysian fire fighters. Furthermore Adi et al. (2003) administered the PHS to 222 female pensioners in Malaysia and the coefficient alpha reliability estimates were .92 for the Clinical Anxiety Scale (CAS), .80 for the Index of Clinical Stress (ICS) and .74 for the Generalized Contentment Scale (GCS).

Job Satisfaction. This was measured with The Job Satisfaction Scale (JSS) developed by Warr et al. (1979). The JSS was deemed to be suitable for this study as it is simple, precise and measures overall, as well as intrinsic and extrinsic job satisfaction. According to Mullarkey et al. (1999), the JSS has been used with a wide range of employees including manufacturing jobs, public service, construction work and off-shore oil installations. Respondents indicated their degree of satisfaction with each item on a 7-point scale (1=I'm extremely dissatisfied, 2=I'm very dissatisfied, 3=I'm moderately dissatisfied, 4=I'm not sure, 5=I'm moderately satisfied, 6=I'm very satisfied, 7=I'm extremely satisfied). The Intrinsic Job satisfaction sub scale comprises seven items (e.g. freedom to choose your own method of working) and the Extrinsic Job Satisfaction sub scale was made up of eight items (e.g. your rate of pay). The Cronbach's alpha coefficients for each factor show high reliability (manufacturing sample >6000), for example for overall satisfaction (0.92), for intrinsic satisfaction (0.88) and for extrinsic satisfaction

(0.83) (Mullarkey et al., 1999). Coefficient – for the present study was .89 for overall, .80 for extrinsic and .84 for intrinsic job satisfaction.

Respondents. The questionnaires were distributed to 800 personnel with 617 returned from fire fighters (all male) in operational units (77% response rate). Responses were obtained from all ranks. The length of the respondents' service ranged from less than one year (2.8%, n=17) to more than 10 years (54%, n=336). The age of the respondents ranged from 21 to 60 years old and the majority were in the range between 41 to 45 years old.

RESULTS

Descriptive Statistics. Descriptive statistics for all variables are presented in Table 1. Included are means, standard deviation, correlation coefficients and coefficient alphas. The results showed that the internal reliabilities of measures are acceptable. The Cronbach's alphas ranged from 0.86-0.97.

Correlations. Inter correlations among sources of stress, psychological health, coping strategies and job satisfaction are also presented in Table 1. The results indicated that the overall of sources of stress had a significant negative correlation with job satisfaction ($r=-.18$, $p<0.01$). The results also indicated that the overall of sources of stress had a significant positive correlation with overall of psychological health ($r=.34$, $p<0.01$) and job satisfaction ($r=.10$, $p<0.01$). In other words, the higher levels of pressure arising from sources of stress, the lower job satisfaction and the poorer psychological health (anxiety, stress and depression) Therefore, hypothesis 1 was supported by the findings.

Table 1. Means, Standard Deviation, Cronbach's alpha and Pearson Correlation Coefficients of the study

Variable	M	SD	—	1	2	3	4	5
<i>Malaysian fire fighters</i>								
1 Sources of stress	206.7	111.4	.97	-				
2 Coping behaviour	86.8	12.6	.87	.13**	.13**	-		
3 Psychological Health	61.05	9.88	.84	.34**	-.16**	.03		
4 Job satisfaction	72.34	14.73	.92	-.18**	.17**	.10*	-.27**	-

* $p<.05$; ** $p<.01$

Hierarchical Regression Analyses on the Overall of Psychological Health and Overall of Job Satisfaction. Hierarchical regression analysis with ‘Enter’ method was used to examine the extent of the influence of the overall of coping strategies on the interaction between sources of stress, psychological health (anxiety, stress and depression) and job satisfaction. Coefficient R^2 is used to measure the contribution towards psychological health (anxiety, stress and depression), meanwhile value change of R^2 is used to see the contribution of coping strategies as a moderating variable. The analysis was carried out for the dependent variable (psychological health

and job satisfaction) in which the relevant variable blocks were added in following order, step 1, step 2 and step 3.

Table 2 shows that the results of the hierarchical moderated multiple regression analysis on overall psychological health of the Malaysian fire fighters. The change in R^2 step 1 ($R^2 = .104$) and 3 ($R^2 = .007$) reached a significant level. Therefore, the hypothesis that there is a significant influence of overall coping strategies as a moderating variable between sources of stress on overall psychological health (stress, anxiety and depression) was supported for the Malaysian fire fighters.

Table 2. Summary hierarchical multiple regression analysis of the relations between sources of stress and coping strategies on psychological health for Malaysian fire fighters

Predictors	S	R	R^2	T	R^2
Step 1					
SOOS	.323	.323	.104	7.93**	.104**
Step 2					
CS	-.011	.323	.104	-.27	.000
Step 3					
Interaction term					
SOOS x CS	.557	.334	.111	2.08	.007*

* $p < .05$; ** $p < .01$

SOOS-sources of stress; SOOS-overall sources of stress; CS-overall coping strategies

Table 3 shows the results of the hierarchical multiple regression analysis of the relations between overall sources of stress and coping strategies on the overall job satisfaction for the Malaysian fire fighters. The change in R^2 from step 1 ($R^2 = .036$) and 2 ($R^2 = .018$) reach a

significant level but not for step 3 ($R^2 = .003$). Therefore, the hypothesis that there is significant influence of coping strategies as a moderating variable on job satisfaction was not supported by the findings.

Table 3. Hierarchical regression analysis of the relations between sources of stress and coping behaviour job satisfaction for Malaysian fire fighters

Predictors	S	R	R^2	T	R^2
Step 1					
SOOS	-.189	.189	.036	-4.4**	.036**
Step 2					
CS	-.206	.231	.050	3.1**	.018**
Step 3					
Interaction term					
SOOS x CS	-.333	.237	.051	-1.2	.003

* $p < .05$; ** $p < .01$

SOOS-sources of stress; SOOS-overall sources of stress; CS-overall coping strategies

DISCUSSION

The overall aim of this study was to examine the relationship of sources of stress, job satisfaction and psychological health among Malaysian fire fighters. First, the result was found to be consistent with Beaton and Murphy (1993), where the overall Source of Stress scale was found to have a significant negative correlation with job satisfaction.

The results indicated that "Job skill concerns" component was the top ranked for the sources of stress and the lowest component was "Discrimination", the same as the norm data ranking for the US sample among Malaysian fire fighters.

The result also indicated that level of depression among Malaysian fire fighters was highest, whereas level of anxiety was slightly lower and level of stress was lowest. Compared to the scoring criteria (36-71=lower, 72-108=intermediate and 109-144=high), the overall psychological health of the Malaysian fire fighters was in the lower category range (range: 36-144), so this show that overall, the fire fighters have a good level of psychological health compared to norm data. The result also indicated that overall coping strategies has a significant influence on overall job satisfaction, which meant that there was a significant influence of coping strategies as a moderating variable on job satisfaction.

The results showed that 'Cognitive positive self-talk' had the highest mean score, and 'Cognitive behavioural avoidance and numbing' had the lowest mean score. This finding was different from the norm data where the top ranked of the CRRWI component for US sample was 'Foster positives attitudes'. The lowest component of both the Malaysian and US sample were similar (Cognitive behavioural avoidance and numbing). However, the results indicated that the Malaysian fire fighters generally used more coping strategies compared to US fire fighters.

Furthermore, the results corroborated a previous study (Lou Lu, 1999), which suggested that coping strategies was one of the potential moderating variables between sources of stress and job satisfaction. The study of how the fire fighters

coped with their stress at work was very important since Lusa et al. (2002) reported that the opportunities to study how fire fighters coped their stressful situation were rare.

CONCLUSION

Despite the limitations mentioned, this study has potential implications for fire fighters' stress management programmes. It is suggested that Malaysian fire fighters can identify the best strategies to cope with their stress. Perhaps the model of job satisfaction and psychological health will give some guidelines such as which ways are the most frequently used by Malaysian fire fighters to manage stress at work, and try to identify which ways are suitable for them. For example one way to classify interventions intended to help people deal with emergency situation is to consider the level of control available to the fire fighters at that time. Moreover, the strategies for dealing with either stressors or strain outcomes ultimately require individual awareness, commitment, knowledge, skill and participation in emergency situations. In other words, the utility of stress knowledge and related skills ultimately rest in the hands of the fire fighters who are stressed and in their ability to apply their knowledge in order to cope with certain situation.

Finally, there are several limitations to this study. First, the data were self-reported responses and were based on fire fighters sample only. Therefore, it is not possible to extrapolate these findings to other occupational groups, including other emergency services. Second, this study did not deal with long-term outcomes since the respondents were asked to indicate whether they had experienced a particular type of occupational stressor within their past 10 work shifts only. Third, there is also a disadvantage in using a questionnaire design, namely that one cannot get all the data or information required, as it is very specific and focused. Goddard and Villanova (1996) have stated that, a limitation of questionnaires is that the items are preset and respondents cannot fully express their opinions. However, after some consideration, the study still used a questionnaire design because of time constraint and it was difficult to collect a great deal of specific information from a large number of fire

fighters in a very short period and given these constraints a questionnaire seemed the best option.

In conclusion, fire fighters' job satisfaction must be high for them to stay in this occupation. Thus, job satisfaction plays an important role for fire fighters in increasing their job performance. When a fire fighter has the best strategies to cope with stress, this will perhaps improve job satisfaction and psychological health. However, it depends on the individual because people are different as Lusa et al. (2002) reported that the work of fire fighters is largely based on the co-operation between them and can be problematic with individuals having different kinds of background such as education and culture.

REFERENCES

- Adi, F., Malek, Md. & Haji-Yusuf, M. (2003). *Sources of stress, coping strategies and wellbeing among female pensioners* (Top Down University Project Rep. No. 2/2000). Kota Kinabalu, Sabah: University Malaysia Sabah, Psychological Research and Social Health Unit.
- Al-Naser, F. & Everly, G. (1999). Prevalence of posttraumatic stress disorder among Kuwaiti fire-fighters. *International Journal of Emergency Mental Health*, 1(2), 99-101.
- Alexander, D.A., & Walker, L.G. (1994). A study of methods used by Scottish police officers to cope with work-induced stress. *Stress Medicine*, 9, 131-138.
- Bartolo, K. & Furlonger, B. (2000). Leadership and job satisfaction among aviation fire fighters in Australia. *Journal of Managerial Psychology*, 15(1), 87-97.
- Beaton, R.D., & Murphy, S.A. (1993). Sources of occupational stress among fire-fighter/EMT's and fire-fighter/paramedics and correlations with job-related outcomes. *Prehospital & Disaster Medicine*, 8, 140-150.
- Beaton, R.D., Murphy, S.A., Johnson C., Pike, K. & Corneil, W. (1999). Coping responses and posttraumatic stress symptomatology in urban fire service personnel. *Journal of Traumatic Stress*, 12 (2), 293-307.
- Brown, J. & Heidensohn, F. (2001). *Gender and policing: comparative perspectives*. New York: St. Martin's Press.
- Corneil, W., Beaton, R., Murphy, S., Johnson, C. & Pike, K. (1999). Exposure to traumatic incidents and prevalence of posttraumatic stress symptomatology in urban fire fighters in two countries. *Journal of Occupational Health Psychology*. 4 (2), 131-141.
- Corneil, W. (1993). Prevalence of posttraumatic stress disorder in metropolitan fire department. Unpublished doctoral dissertation, Johns Hopkins School of Hygiene & Public Health, Baltimore, Maryland.
- Goddard III, R.D., & Villanova, P. (1996). Designing surveys and questionnaires for research. In F. Leong, & J.T. Austin, (eds.) *The Psychological research handbook: a guide for graduate students and research assistants*. London: Sage.
- Horowitz, M. & Wilner, N.J. (1981). Life Events and Coping. In L. Poon (ed). *Aging in the 80's*. Washington, D.C.: American Psychological Association.
- Thyer. (1992). *The Clinical Anxiety Scale (CAS)*. Tempe, Arizona: WALMYR Publishing.
- Hudson, W. (1993). *The Generalized Contentment Scale (GCS)*. Tempe, Arizona: WALMYR Publishing.
- Hudson, W. & Abell, N. (1992). *Index of Clinical Stress (ICS)*. Tempe, Arizona: WALMYR Publishing.
- Kircaldy, B., Brown, J. & Cooper, C. (1988). The demographics of occupational stress among police superintendents. *Journal of Managerial Psychology*, Issue No? (13) 90-101.
- Leigh, J.P. (1988). *Job related deaths in 347 occupations*. San Jose: San Jose University.
- Lindy, J. (1985). The trauma membrane and other clinical concepts derived from psychotherapeutic work with survivors of natural disasters. *Psychiatric Annals*, (15), 153-160.
- Lou Lu. (1999). Work motivation, job stress and employee well-being, *Journal of Applied Management Studies*. 8(1), 61.
- Lusa, S., Hakkanen, M., Luukkonen, R. & Viikari-Juntura, E. (2002) Perceived physical work capacity, stress, sleep disturbance and occupational accidents among fire fighters working during a strike. *Work & Stress*, 16(3), 264-274.
- Malek, M.D., Mearns, K. & Flin, R. (2003). Stress and wellbeing in fire fighters: A review of

- the literature. *Fire Safety, Technology & Management*, 8(2), 1-6.
- Mc Cammon, S., Durham, T.W., Allison, E.J. & Williamson, J.E. (1998). Emergency workers cognitive appraisal and coping with traumatic events. *Journal of Traumatic Stress*, 1, 353-372. (refer page 6)
- Moran, C. (2001). Personal predictions of stress and stress reactions in fire fighter recruits. *Disaster Prevention and Management*, 10(5), 356-365.
- Moran, C. & Colless, E. (1995). Positive reactions following emergency and disaster responses. *Disaster Prevention and Management*, 4(1), 55-60.
- Mullarkey, S., Wall, T., Warr, P., Clegg, C., & Stride, C. (1999). *Measures of job satisfaction, mental health and job-related well-being; a bench marking manual*. Sheffield: Institute of Work Psychology.
- Warr, P.B., Cook, J.D. & Wall, T.D. (1979). Scales for the measurement of some work attitudes and aspects of psychological well-being. *Journal of Occupational Psychology*, 52, 129-148.
- Young, K.M. & Cooper, C.L. (1997). Occupational stress in the ambulance service: A diagnostic study. *Health Manpower Management*, 23(4), 140-147.

PENGARUH KOMPETENSI PENGURUS, KOMPETENSI KARYAWAN DAN VARIASI PRODUK/JASA KOPERASI TERHADAP PARTISIPASI ANGGOTA DAN DAMPAKNYA TERHADAP KINERJA KUD

Risman & Eddy Irsan Siregar¹

Magister Manajemen, Program Pascasarjana, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia

¹*email: siregareddy@gmail.com*

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kompetensi pengurus, kompetensi karyawan, variasi produk/jasa koperasi terhadap partisipasi anggota KUD dan untuk mengetahui pengaruh kompetensi pengurus, kompetensi karyawan, variasi produk/jasa koperasi dan partisipasi anggota terhadap kinerja KUD. Objek penelitian ini adalah KUD dengan jumlah anggota sebanyak 1.290 orang. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik proporsional random sampling. Variabel yang diteliti terdiri dari empat variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas adalah kompetensi pengurus (X_1), kompetensi karyawan (X_2), variasi produk/jasa layanan (X_3) dan partisipasi anggota (X_4), sedangkan variabel terikat adalah kinerja KUD (Y). Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jalur yang memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap kinerja adalah variabel variasi produk melalui partisipasi anggota.

Kata Kunci: kompetensi pengurus, kompetensi karyawan, variasi produk/jasa layanan, partisipasi anggota, kinerja KUD.

EFFECT OF COMPETENCE MANAGEMENT, EMPLOYEE COMPETENCE AND VARIATIONS PRODUCTS/SERVICES COOPERATIVE AGAINST MEMBERS PARTICIPATION AND ITS IMPACT ON KUD PERFORMANCE

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of competency management, employee competence, variety of products/services to the cooperative participation of members of KUD, and to determine the effect of competency management, employee competence, variety of products/services and the participation of cooperative members on the performance of KUD. Object of this study is the KUD with a total membership of as many as 1,290 people. Sampling technique using proportional random sampling. Variables examined consists of four independent variables and the dependent variable. The independent variable is the competence of the board (X_1), the competence of employees (X_2), the variety of products/services (X_3) and the participation of members (X_4), while the dependent variable is the performance of cooperatives (Y). The method used in this study is a quantitative method. The results showed that the known pathways that provide a greater influence on performance is variable of product variation through member participation.

Keywords: competency management, employee competence, variety of products/services, member participation, performance KUD.

PENDAHULUAN

Badan usaha koperasi adalah suatu badan usaha yang dibentuk secara bersama-sama berdasarkan

asas kekeluargaan. Pentingnya badan uaha koperasi ini karena koperasi sangat berperan dalam menumbuhkan dan mengembangkan potensi ekonomi rakyat serta dalam mewujudkan

kehidupan demokrasi ekonomi yang didasari oleh kebersamaan, keterbukaan dan kekeluargaan. Sebagai lembaga yang bergerak di bidang pelayanan jasa keuangan, koperasi akan membantu melancarkan arus uang dari suatu tempat ketempat lain, melancarkan transaksi antara *supply* dan *demand*, melancarkan pengadaan modal investasi dan modal kerja bagi usaha-usaha yang tergolong prioritas maupun bukan prioritas, semua memerlukan jasa koperasi.

Dalam usaha memberikan pelayanan yang memuaskan bagi anggota, telah banyak koperasi yang bersaing menawarkan keunggulan-keunggulan produk atau jasanya yang dapat membuat konsumen tertarik dan percaya untuk menanamkan modal dan bersama-sama

membangun koperasi. Untuk memperoleh keunggulan daya saing dalam skala global, selain produk atau jasa koperasi dituntut pula untuk menyajikan atau memberikan pelayanan yang berkualitas.

Kabupaten Kampar adalah salah satu daerah yang memiliki konsentrasi koperasi terbesar di Propinsi Riau, permasalahan umum koperasi di daerah ini adalah kinerja koperasi khususnya bila dilihat dari rapat anggota tahunan (RAT) yang diselenggarakan dalam rangka mempertanggungjawabkan kepengurusan pengurus kepada anggota yang telah memberikan kepercayaan kepada pengurus untuk mengelola koperasi. Berikut ini data perkembangan koperasi di Kabupaten Kampar 2010 – 2013.

Tabel 1. Perkembangan Jumlah Koperasi, Anggota, Volume Usaha, Simpanan, SHU, Aset dan Partisipasi Anggota Koperasi di Kabupaten Kampar 2010 –2013.

No	Uraian	Tahun			
		2010	2011	2012	2013
1	Koperasi (unit)	302	345	378	475
			12,50%	8,70%	20,40%
2	Anggota (orang)	54.360	57.960	67.963	73.035
			6,20%	14,70%	6,90%
3	Volume usaha (Rp. Juta)	165.470	188.635	352.892	575.078
			12,30%	46,50%	38,60%
4	Simpanan (Rp. Juta)	12.231	12.809	83.482	117.167
			4,50%	84,70%	28,70%
5	SHU (Rp. Juta)	12.594	14.311	22.369	31.427
			13,6%	56,3%	40,5%
6	Aset (Rp. Juta)	130.957	131.644	271.820	412.896
			0,5%	106,5%	51,9%
7	Partisipasi anggota (orang)	44.031	48.106	57.768	62.759
		81%	83%	85%	85%

Sumber: Dinas Koperasi Kabupaten Kampar, 2013

Dari tabel 1 di atas, dapat diketahui bahwa perkembangan unit koperasi di Kabupaten Kampar mengalami fluktuasi, kemudian juga jumlah anggotanya. Selain itu juga dilihat dari volume usaha mengalami penurunan dan juga jumlah simpanan anggota yang cenderung menurun serta partisipasi anggota terhadap koperasi yang stabil.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu terdapat banyak faktor yang mempengaruhi kinerja

KUD, sebagaimana hasil penelitian Lilis Nurlina (2010: i) kinerja KUD dipengaruhi oleh partisipasi anggotanya. Kemudian menurut Siska Ismail, Yanti Saleh, Amelia Murtisari (2013: i) bahwa kinerja KUD dipengaruhi oleh kompetensi pengurus dan karyawan serta jasa koperasi. Selain itu menurut Made Antara, Anderson Guntur Komonaung (2007: i) kinerja KUD dipengaruhi oleh kompetensi pengurus dan karyawan serta

partisipasi anggota. Menurut Kartib Bayu (2006: i) kinerja KUD dipengaruhi oleh kompetensi pengurus dan partisipasi anggota.

Kemudian dilihat dari kondisi real di lapangan dapat dilihat variasi produk atau jasa koperasi yang diberikan kepada anggota koperasi juga bervariasi yang dapat diketahui bahwa jasa koperasi mulai dari warung serba ada, kemudian simpan pinjam, angkutan tandan buah segar (TBS), jasa klinik, listrik dan penjualan pupuk serta alat pertanian.

Namun tidak semua koperasi menyediakan jasa tersebut. Selain itu juga dapat diketahui kondisi koperasi dilihat dari melaksanakan rapat anggota tahunan, kemudian pengalaman pengurus dan karyawan serta pendidikan formal dari pengurus dan pendidikan karyawan.

Untuk melihat kondisi perkembangan koperasi di Kabupaten Kampar tersebut, dapat dilihat pada data berikut ini:

Tabel 2. Kondisi Koperasi di Kabupaten Kampar 2013

No	Uraian	Jumlah
1	Melaksanakan RAT (unit)	180
2	Tidak RAT (unit)	28
3	Tidak Aktif (unit)	96
4	Tumbuh baru (unit)	171
5	Rata-rata pengalaman pengurus (tahun)	3 – 5
6	Rata-rata pengalaman karyawan (tahun)	5 – 10
7	Pendidikan Pengurus (orang)	
	- SD	28
	- SMP	214
	- SMA	1.111
	- Sarjana	72
8	Pendidikan Karyawan (orang)	
	- SD	23
	- SMP	59
	- SMA	501
	- Sarjana	85

Sumber: Dinas Koperasi Kabupaten Kampar, 2013

Dari data tersebut di atas, dapat diketahui bahwa sebagian besar koperasi tidak aktif, kemudian pengurus kurang berpengalaman yang hanya 3–5 tahun, sedangkan karyawan merupakan karyawan yang sudah cukup berpengalaman yakni 5–10 tahun dan pendidikan rata-rata pengurus adalah SMA dan karyawannya juga SMA.

Di Kabupaten Kampar terdapat 21 Kecamatan diantaranya tersebar sebanyak 475 unit koperasi

yang aktif sebanyak 379 dan yang tidak aktif sebanyak 96 koperasi. Koperasi yang terdapat di Kecamatan Tapung yang berjumlah 52 unit koperasi di tahun 2013. Koperasi tersebut yang memiliki produk yang kompetitif sesuai dengan kebutuhan konsumen dan layanan yang prima. Berikut ini data tentang kondisi KUD di Kecamatan Tapung, sebagai berikut:

Tabel 3. Kondisi KUD di Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar 2013

No	Keterangan	Tahun		
		2011	2012	2013
1	Jumlah KUD (unit)	20	19	16
			-5.0%	-15.8%
2	Perkembangan modal (Rp.juta)	8,510	8,490	9,501
			-0.2%	11.9%
3	Volume usaha (Rp.juta)	27,991	27,669	43,161
			-1.2%	56.0%
4	SHU (Rp.juta)	3,542	3,511	3,575
			-0.9%	1.8%
5	Aktif (unit)	12	13	12
			8.3%	-7.7%
6	Tidak aktif (unit)	8	6	4
			-25.0%	-33.3%
7	Jumlah anggota (orang)	4,100	4,118	3,298
			35.5%	20.6%
8	Jumlah pengurus (orang)	60	57	48
			-5.0%	-15.8%
9	Jumlah karyawan (orang)	66	53	45
			-18.8%	-15.7%

Sumber: Dinas Koperasi Kabupaten Kampar, 2013

Data pada tabel 3 di atas menunjukkan bahwa jumlah KUD di Kecamatan Tapung mengalami penurunan sebesar 15.8%. Dilihat dari jumlah pengurus juga mengalami penurunan dan juga karyawannya. Permasalahan yang muncul dari segi layanan pada konsumen baik layanan produk atau jasa adalah bagaimana memberikan pelayanan yang berkualitas dan memuaskan mengingat setiap koperasi memiliki karakteristik atau keunggulan tersendiri dari segi produk dan jasanya. Kualitas jasa semata-mata diberikan kepada konsumen/anggota, sehingga kepuasan konsumen hanya dapat dicapai dengan memberikan kualitas yang baik.

Tingkat kepentingan konsumen terhadap jasa yang akan mereka terima dapat dibentuk berdasarkan pengalaman dan saran yang mereka peroleh. Konsumen memilih pemberi jasa berdasarkan peringkat kepentingan. Dan setelah menikmati jasa tersebut mereka cenderung akan membandingkannya dengan yang mereka harapkan. Bila jasa yang mereka nikmati ternyata berada jauh di bawah jasa yang mereka harapkan, para konsumen akan kehilangan minat terhadap pemberi jasa tersebut. Sebaliknya, jika jasa yang mereka nikmati memenuhi atau melebihi tingkat kepentingan, mereka akan cenderung memakai kembali produk jasa tersebut.

Permasalahan mengenai kepemimpinan KUD menjadi perbincangan, dimana pengurus

merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja KUD, selain itu anggota juga bagian lainnya. Permasalahan pengurus yang kurang kompeten dalam mengelola koperasi menjadi kendala. Selain itu pengurus kurang baik dalam memberikan pelayanan, sehingga ada kecenderungan partisipasi anggota terhadap koperasi juga ada kesan rendah. Selain itu dari sisi anggota masih dirasakan bahwa kesadaran anggota terhadap koperasi masih rendah karena kurangnya pengetahuan mengenai perkoperasian, dan juga pengurus kurang memberikan sosialisasi kepada anggota akan keberadaan koperasi tersebut.

Kinerja KUD menjadi hal yang penting dalam rangka mencapai tujuan dibentuknya koperasi, yakni kesejahteraan anggota. Kinerja ini tidak terlepas dari pengaruh berbagai faktor baik dari pengurus itu sendiri dalam memberikan pelayanan dan kompetensinya maupun dari anggota dalam berpartisipasi dan kesadaran akan berkoperasi.

Kinerja. Menurut Prawirosentono (2008: 1) *performance* atau Kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawabnya masing-masing, dalam rangka upaya mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak

melanggar hukum dan sesuai dengan moral maupun etika.

Kemudian menurut Tika (2005: 121) sebagai hasil fungsi pekerjaan/kegiatan seseorang atau kelompok dalam suatu organisasi yang dipengaruhi oleh berbagai faktor untuk mencapai tujuan organisasi dalam periode waktu tertentu. Mangkunegara (2009: 67), mengemukakan bahwa Kinerja atau kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.

Pendapat ini sesuai dengan definisi yang dikemukakan oleh Wahjosumidjo (2001: 242), bahwa Kinerja adalah sumbangan secara kualitatif dan kuantitatif yang terukur dalam rangka membantu tercapainya tujuan kelompok dalam suatu unit kerja. Definisi tersebut dapat ditafsirkan bahwa Kinerja merupakan kontribusi yang diberikan oleh pegawai baik ditinjau dari segi kualitas atau mutu kerja maupun dari segi jumlah yang dihasilkan dari pekerjaan tersebut, terukur dalam rangka membantu tercapainya tujuan suatu organisasi kerja.

Menurut Robbin (1996: 218), Kinerja adalah hasil tugas individual, perilaku dan ciri. Hasil tugas seperti jumlah yang dihasilkan, jumlah sumber daya yang digunakan, biaya perunit, volume penjualan, kenaikan penjualan, penambahan rekening, perilaku seperti cara melayani, kepemimpinan, cuti sakit, kehadiran dan ciri seperti sikap yang baik, rasa percaya diri dan kooperatif. Dapat ditafsirkan bahwa Kinerja tidak hanya diukur dari hasil yang dicapai, tetapi juga segala tingkah laku seseorang dalam melaksanakan pekerjaan dan sikap yang ditunjukkan seseorang untuk mencapai sasaran pekerjaan. Sementara itu Martoyo (1998: 60), mengemukakan bahwa Kinerja adalah hasil pencapaian pelaksanaan tugas-tugas yang dibebankan kepada setiap pekerja.

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa kinerja adalah merupakan hasil kerja keseluruhan pekerjaan secara kualitas dan kuantitas yang telah dilakukan seorang pegawai dalam mencapai apa yang menjadi tujuan organisasi.

Manfaat Kinerja. Manfaat kinerja menurut Prawirosentono dalam Sianipar dan Entang (2001: 5) bahwa pada prinsipnya kinerja unit-unit organisasi dimana seseorang atau sekelompok orang (*group of human being*) berada didalamnya

merupakan pencerminan dari kinerja sumberdaya manusia yang bersangkutan. Dengan demikian pokok utama yang harus dinilai hasil kerjanya adalah unsur manusia, karena merekalah yang berperan didalamnya. Mereka merupakan sumber daya yang sangat berperan dalam menentukan kinerja organisasi. Kinerja dapat berupa produk akhir (barang dan jasa) dan atau berbentuk perilaku, kecakapan, kompensasi, sarana dan keterampilan spesifik yang dapat mendukung pencapaian tujuan dan sasaran organisasi.

Hal ini menurut Bacal (2001: 12) menjelaskan bahwa agar kinerja sesuai dengan yang dipersyaratkan maka perlu menerapkan manajemen kinerja yaitu komunikasi yang berlangsung terus menerus antara manajer dan setiap karyawan, untuk memperjelas tanggung jawab kerja serta meningkatkan kinerja secara berkesinambungan yakni melalui perencanaan kerja, komunikasi yang berlangsung terus-menerus dan melakukan evaluasi melalui pengumpulan data dan pengamatan serta dokumentasi.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kinerja KUD merupakan hasil kerja keseluruhan pekerjaan secara kualitas dan kuantitas yang telah dilakukan pengurus KUD dalam mencapai apa yang menjadi tujuan KUD. Dimensi Kinerja KUD adalah: 1) Produktivitas; 2) Kualitas layanan; 3) Responsivitas; 4) Responsibilitas; dan 5) Akuntabilitas.

Faktor yang mempengaruhi Kinerja.

Faktor yang mempengaruhi kinerja, secara rinci dikemukakan oleh Mangkunegara (2002: 67) antara lain: (1) individu yang memiliki kemampuan, keterampilan mencakup mental dan fisik, latar belakang: keluarga, umur dan jenis kelamin, (2) organisasi meliputi: sumber daya, kepemimpinan, imbalan dan prosedur kerja, tim work dan (3) psikologi meliputi: persepsi, sikap, kepribadian dan motivasi serta komitmen. Lebih dari itu, adapun yang mempengaruhi faktor-faktor kinerja dalam suatu organisasi adalah faktor kemampuan dan faktor motivasi.

Menurut Tika (2010: 121) kinerja adalah hasil-hasil fungsi pekerjaan, faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kinerja, pencapaian tujuan organisasi dan periode waktu. Kinerja ini dapat diukur dengan beberapa dimensi antara lain: Keterlibatan, yakni keterlibatan yang tinggi dari anggota-anggota organisasi berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, nilai dan norma, tradisi merupakan konsensus bagi anggota organisasi

untuk melibatkan diri dalam kegiatan-kegiatan organisasi; Konsistensi, yakni menyangkut masalah keyakinan, nilai, simbol dalam penerapannya untuk mencapai tujuan organisasi; Adaptabilitas, yakni penjabaran dari setiap orang yang terlibat dalam organisasi terhadap nilai dan norma yang berlaku dalam organisasi yang dilihat dari kemampuan untuk menyadari, beraksi ke dalam dan beraksi keluar; dan misi, yakni penghayatan misi dari organisasi dalam menentukan makna dan manfaat serta memberikan kejelasan arah organisasi yang akan dicapai.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kinerja KUD dipengaruhi oleh banyak hal, antara lain dari faktor organisasi yakni kompetensi pengurus dan karyawan dan variasi produk yang ditawarkan. Selanjutnya dari faktor individu yakni partisipasi anggota.

Kompetensi Pengurus. Menurut Ubaedy (2009: 4) kompetensi yang berarti kecakapan atau kesiapan. Kata saing atau persaingan atau kompetisi yang artinya mencari bersama untuk menciptakan keunggulan yang lebih unggul. Ia menegaskan untuk bisa memenangkan persaingan itu, tentulah dibutuhkan kekuatan atau kesiapan atau alat, dimana senjata yang digunakan untuk bersaing adalah mengumpulkan kesiapan atau kekuatan.

Menurut Nastiti (2004: 19) kompetensi seringkali dikaitkan dengan arti "mampu" atau berkualitas untuk mengerjakan sesuatu atau suatu pekerjaan, misal dalam pengelolaan sumber daya manusia (SDM) khususnya pada perencanaan karir, karyawan yang akan dipromosikan adalah karyawan yang dianggap memiliki kompetensi tinggi, sementara karyawan yang tidak berkualitas dianggap tidak memiliki kompetensi tinggi (tidak mampu atau tidak berkualitas). Untuk hal tersebut di atas, maka kata kompetensi membahas mengenai suatu hasil kerja karyawan atau keberhasilan seseorang dalam mengerjakan tugasnya dengan efektif (*output model*) dan mengenalnya dengan sebutan kompeten. Di sisi lain, kata kompetensi sering dianggap sebagai suatu yang dipersyaratkan/diinginkan untuk (akan) mengerjakan suatu pekerjaan pada peran dan jabatan tertentu (*input model*) disebut kompetensi/*competency*.

Menurut Safri Nurmantu (2007: 90) memberikan pengertian kompetensi adalah untuk mencapai kinerja yakni kemampuan untuk menyusun dan menggunakan sumber-sumber

manusia, uang, bakat dan waktu dalam waktu yang terbaik. Menurut Michael E. Porter (1992: 3) menjelaskan pada dasarnya tumbuh dari nilai atau manfaat yang dapat diciptakan perusahaan bagi para pembelinya yang lebih dari biaya yang harus dikeluarkan perusahaan untuk menciptakan. Nilai atau manfaat inilah yang sedia dibayar oleh pembeli, dan nilai yang unggul berasal dari penawaran harga yang lebih rendah ketimbang harga pesaing untuk manfaat setara atau penawaran manfaat unik yang melebihi harga yang ditawarkan. Sedangkan faktor yang mempengaruhi daya saing antara lain: faktor teknologi, pemilihan pesaing, segmentasi, substitusi dan strategi.

Menurut Soetjipto (2007: 97) menjelaskan bahwa pengertian kompetensi merupakan posisi unik yang dikembangkan dalam menghadapi pesaing dan berusaha mengungguli mereka secara konsisten. Menurut Moekijat (2008: 117) kompetensi seseorang membutuhkan persyaratan, dimana persyaratan ini biasanya berkaitan dengan pelatihan, pengalaman, kemampuan khusus, kecerdasan, ingatan, kegiatan yang berhubungan dengan pancaindera, perasaan, pendengaran, penglihatan dan perangan.

Kemudian Usman (2002: 14) memberikan pengertian kompetensi sebagai kemampuan dalam melaksanakan kewajiban-kewajiban secara bertanggung jawab dan layak. Dari sisi lain berkaitan dengan kompetensi Prayitno (2002: 87) mengatakan bahwa: kompetensi merupakan pengetahuan, keterampilan, nilai, sikap dasar yang direfleksikan dalam kebiasaan berpikir dan bertindak yang bersifat dinamis, berkembang, dan dapat diraih setiap waktu. Kebiasaan berpikir dan bertindak secara konsisten dan terus menerus memungkinkan seseorang menjadi kompeten, dalam arti memiliki pengetahuan, keterampilan, nilai, dan sikap dasar dalam melakukan sesuatu.

Berdasarkan uraian tersebut maka dapat diketahui kompetensi adalah suatu kecakapan atau kesiapan untuk menciptakan keunggulan yang lebih unggul dalam hal ini kecakapan yang dimiliki oleh penduduk migran dalam membangun usahanya. Kompetensi pengurus adalah suatu kecakapan atau kesiapan pengurus dalam mengelola KUD.

Indikator Kompetensi Pengurus. Dimensi kompetensi pengurus menurut Safri Nurmantu (2007: 1) dimensi kompetensi adalah jantung kinerja perusahaan dalam pasar bersaing. strategi bersaing untuk dapat mencapai keunggulan

bersaing adalah dengan keunggulan biaya, diferensiasi dan fokus. Keunggulan bersaing adalah cara yang dapat dilakukan perusahaan untuk menerapkan strategi generik.

Kompetensi pengurus adalah merupakan kompetensi manajerial menurut AB Susanto (2008:86) menyebutkan bahwa manajerial yang sukses menampakkan hal berikut : (1) Manajemen harus mampu mengkritisi diri sendiri, mampu mengakui, menerima, serta belajar dari kesalahan masa lalu, (2) Mendorong konfrontasi yang terbuka maupun konstruktif dan dipandang sebagai sebuah metode pemecahan masalah (3) Keputusan dengan konsensus, keputusan bersama yang dibuat harus didukung sepenuhnya, posisi dalam organisasi tidak menjamin kualitas ide (4) manajemen yang terbuka dan berlaku sesuai dengan etika dengan mengatakan hal yang sebenarnya dan memberikan perlakuan yang sama bagi setiap karyawannya (5) percaya pada prinsip kerja keras, dimana produktifitas yang tinggi adalah sesuatu yang dibanggakan, memiliki komitmen jangka panjang, jika terjadi masalah dengan karir pengunduran diri lebih baik daripada pemberhentian.

Berdasarkan pada uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kompetensi pengurus adalah suatu kecakapan atau kesiapan pengurus dalam mengelola KUD. Dimensinya adalah: 1) Manajemen harus mampu mengkritisi diri sendiri; 2) Mendorong konfrontasi yang terbuka maupun konstruktif; 3) Keputusan dengan konsensus; 4) manajemen yang terbuka; 5) percaya pada prinsip kerja keras.

Kompetensi Karyawan. Kompetensi karyawan adalah kemampuan yang dimiliki oleh karyawan dalam bekerja dalam sebuah organisasi. Kompetensi memiliki pengertian menyoroti aspek dan penekanan yang relatif berbeda. Kompetensi memiliki pengertian yang sama dengan *capability* (kemampuan). Seseorang yang kompeten adalah yang memiliki kemampuan, pengetahuan dan keahlian untuk melakukan sesuatu secara efisien dan efektif. Kemudian dijelaskan kompetensi teknis, yaitu pengetahuan dan keahlian untuk mencapai hasil yang telah disepakati, kemampuan untuk memikirkan persoalan dan mencari alternatif baru (Ateng, 2012: 5).

Dimensi Kompetensi Karyawan. Menurut Zaumah (2007: 22) kompetensi teknis dapat diukur melalui tiga indikator-indikator:

- a. penguasaan *job description* yang baik
- b. Keterampilan teknis yang baik

c. Penguasaan teknologi

Berdasarkan pendapat tersebut di atas, maka dapat disimpulkan kompetensi karyawan adalah kemampuan yang dimiliki oleh karyawan dalam bekerja dalam sebuah organisasi secara teknis seperti pengetahuan dan keahlian untuk mencapai hasil yang telah disepakati, kemampuan untuk memikirkan persoalan dan mencari alternatif baru. Dimensi kompetensi karyawan adalah 1) penguasaan tugas; 2) ketrampilan teknis; 3) penguasaan teknologi.

Variasi Produk/Jasa Layanan. Berbicara masalah variasi produk dalam sebuah organisasi bermacam-macam, namun konsep layanan menjadi hal yang utama menurut Moenir (2000: 16) adalah suatu proses penggunaan akal, pikiran, pancaindera dan anggota badan dengan atau tanpa alat bantu yang dilakukan oleh seseorang untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan baik dalam bentuk barang maupun jasa.

Kemudian Soesilo (2001: 4) menyatakan bahwa pelayanan merupakan suatu upaya membantu atau memberi manfaat kepada publik melalui penyediaan barang dan atau jasa yang diperlukan oleh mereka. Pada sektor publik, terminologi pelayanan Pemerintah (*government service*) diartikan sebagai pemberian pelayanan oleh agen pemerintah melalui pegawainya. Diungkapkan lebih lanjut bahwa negara dan sistem pemerintahan menjadi tumpuan pelayanan warga negara dalam memperoleh jaminan atas hak-haknya, maka peningkatan kualitas pelayanan (*quality of service*) akan semakin penting. Permintaan pelayanan jasa publik akan selalu meningkat baik kualitas maupun kuantitas, seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk, meningkatnya kesejahteraan masyarakat dan perubahan lingkungan yang terus berubah. Guna memenuhi tuntutan dan harapan tersebut, kesiapan dan kemampuan aparatur perlu semakin ditingkatkan agar tidak terjadi kesenjangan antara tuntutan dan harapan masyarakat disatu sisi dan kemampuan aparatur dalam pelaksanaan fungsi pelayanan dilain pihak. Untuk menghilangkan/mengurangi kesenjangan ini para aparatur harus memiliki kemampuan profesional yang tinggi secara terus menerus mengikuti perkembangan yang terjadi dimasyarakat. Untuk mengantisipasi keadaan seperti itu birokrasi publik harus disiapkan secara sistematis dengan menciptakan sistem kelembagaan aparatur, sistem kepegawaian serta mekanisme ketatalaksanaan yang baik dan terpadu, sehingga pada gilirannya

aparatur mampu dan siap dalam menghadapi tuntutan pengguna jasa publik semakin meningkat.

Bambang (2001: 19) menjelaskan tentang pelayanan publik ini lebih ditujukan kepada kemampuan organisasi untuk mengenali kebutuhan masyarakat, menyusun agenda dan prioritas pelayanan, dan mengembangkan program-program pelayanan publik sesuai dengan kebutuhan dan aspirasi masyarakat.

Abdul Hakim (2001: 34) menyebut pelayanan sebagai sesuatu berupa jasa yang memiliki karakteristik: tidak nyata (*intangible*), tidak dapat disimpan (*perishable*) dan bervariasi (*variable*). Agus (2001: 52) mengatakan substansi pelayanan publik selalu dikaitkan dengan suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang atau instansi tertentu untuk memberikan bantuan dan kemudahan kepada masyarakat dalam rangka mencapai tujuan tertentu.

Barata (2003: 27) mengatakan pelayanan merupakan kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya agar mereka selalu loyal kepada organisasi. Boediono (2003: 11) menjelaskan bahwa pelayanan adalah suatu proses bantuan kepada orang lain dengan cara tertentu yang memerlukan kepekaan dan hubungan interpersonal agar terciptanya kepuasan dan keberhasilan.

Berdasarkan pendapat di atas, jelas dapat diketahui bahwa jasa layanan atau variasi produk adalah bentuk atau jenis pelayanan yang diberikan pihak koperasi kepada anggotanya dalam rangka memenuhi kebutuhan anggota.

Indikator Variasi Produk/Jasa Layanan.

Menurut Suwondo (2001: 29) meningkatkan tentang esensi pelayanan publik yang mustahil dapat dilakukan semua oleh negara. Karena itu perlu ada partisipasi masyarakat didalamnya. Agus (2001: 49) mengatakan keterkaitan erat antara pelaksana pelayanan dan proses pelayanan itu sendiri sebagai sesuatu yang paling mempengaruhi. Oleh karena itu, terlihat betapa pentingnya dua faktor itu dapat menciptakan pelayanan publik yang prima.

Bambang (2002: 25) mengatakan pelayanan publik yang berkualitas merupakan salah satu pilar untuk menunjukkan berubahnya penyelenggaraan pemerintahan yang berpihak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Karena itu, hubungan antara faktor pelayanan Pemerintah/Negara dengan masyarakat dipandang sebagai sesuatu yang berhubungan erat.

Terdapat banyak pendapat yang memberikan penjelasan tentang ukuran pelayanan yang baik yang dapat diberikan kepada calon jemaah haji, seperti yang disampaikan oleh Soewarso (2002: 13) memberikan penjelasan tentang kualitas sumberdaya manusia berkaitan dengan produktivitas organisasi apabila seluruh karyawan berorientasi kepada pasar atau konsumen. Kemudian Bambang (2001: 19) menganggap perlu diperhatikan beberapa kriteria, yaitu: 1) Tepat dan relevan, artinya pelayanan harus mampu memenuhi preferensi, harapan dan kebutuhan individu dan masyarakat; 2) Tersedia dan terjangkau, artinya pelayanan harus dapat dijangkau oleh setiap orang atau kelompok yang mendapatkan prioritas; 3) Dapat menjamin rasa keadilan, artinya terbuka dalam memberi perlakuan terhadap individu atau sekelompok orang dalam keadaan yang sama; 4) Dapat diterima, artinya pelayanan memiliki kualitas apabila dilihat dari teknis/cara, kualitas, kemudahan, kenyamanan, menyenangkan, dapat diandalkan, cepat, tepat waktu, responsive dan manusiawi; 5) Ekonomis dan efisien, artinya dari sudut pandang pengguna pelayanan dapat dijangkau melalui tarif dan pajak oleh semua lapisan masyarakat; 6) Efektif, artinya menguntungkan bagi pengguna dan semua lapisan masyarakat.

Menurut Sutopo (2000: 11) kriteria pelayanan yang baik adalah: 1) *profesionalisme and skill* 2) *attitudes an behaviour* 3) *accessibilitas and flexibility* 4) *reliability and trutworthiness* 5) *recovery* dan 6) *reputation and credibility*.

Pelayanan yang baik dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain seperti yang disampaikan oleh Azhar Kasim (2002: 7) agar birokrasi pemerintah mampu meningkatkan kualitas pelayanan masyarakat terlebih dahulu perlu melakukan perubahan, antara lain: 1) reformasi ke arah daya tanggap, 2) menekankan pada aspek teknis pengelolaan internal.

Kemudian J. Basuki (2002:4) mengatakan upaya peningkatan pelayanan juga dilakukan melalui pemberian materi konsep pelayanan prima. Konsep ini menekankan pentingnya pelayanan sektor masyarakat sejajar dengan pelayanan terbaik bagi sektor swasta. Konsep pelayanan yang prima dan optimal mendorong sistem manajemen pelayanan publik menjadi lebih

berorientasi pada kebutuhan dan pemuasan konsumen dan perlunya menciptakan iklim yang kondusif untuk kepentingan masyarakat luas. Paradigma yang digunakan adalah *customer driver government*, dengan harapan dapat membalikkan mental model birokrat dari keadaan yang lebih suka dilayani menjadi lebih suka melayani.

Menurut Moenir (2000: 88) dalam pelayanan umum terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi diantaranya: Faktor kesadaran para petugas yang berkecimpung dalam pelayanan umum, faktor aturan yang menjadi landasan kerja pelayanan, faktor organisasi yang merupakan alat serta sistem yang memungkinkan berjalannya mekanisme pelayanan, faktor pendapatan yang dapat memenuhi kebutuhan hidup minimum, faktor keterampilan petugas dan faktor sarana dalam pelaksanaan tugas layanan.

Menurut pendapat Moenir (2004: 41-42) bahwa jasa layanan yang baik adalah jasa layanan yang diberikan dengan mengandung unsur 1) kemudahan, 2) kewajaran, 3) perlakuan petugas, 4) kejujuran.

Variasi produk yang diberikan koperasi antara lain berkaitan dengan jenis usaha yang diberikan dalam bentuk pelayanan seperti pelayanan jasa waserda dan kebutuhan lainnya bagi anggota dengan dimensinya adalah 1) kemudahan, 2) kewajaran, 3) perlakuan petugas, 4) kejujuran.

Partisipasi Anggota. Konsep partisipasi menurut Marbun (2003: 198) partisipasi adalah tingkat rasa keterlibatan dan keikatan seseorang berkat sumbangan pikiran dan usulnya sehingga mereka bertanggung jawab atas pekerjaannya sendiri dan ikut berusaha mencapai sasaran suatu tujuan organisasi. Bryants dan White Colorodow (dalam Friedman, 1992; 238) bahwa partisipasi masyarakat dalam pembangunan sangat diperlukan, sehingga masyarakat itu sendiri dapat mempengaruhi atau menentukan masa depannya, maka masyarakat harus dianggap sebagai potensi pembangunan yang harus dibina, dipupuk dan ditingkatkan pengetahuan dan kemampuannya sehingga mau, mampu dan sadar dalam kedudukannya sebagai pelaku atau subjek pembangunan.

Kemudian Friedman (1992: 57) menyatakan bahwa dengan keterlibatan masyarakat/partisipasi masyarakat di dalam proses pembangunan juga mengandung makna pemberdayaan masyarakat

dan sangat erat kaitannya dengan pemantapan pembudayaan dan pengalaman demokrasi, atau *“the empowerment approach, which is fundamental to an alternative development, please the emphasis an auotonomy in the decision making of territorially organized communities, local self-reliance (but not antrachy), direct (participatory) democracy and experi-mental social learning”*.

Keith Davis dalam Huneryeger dan Hecmenn (1962: 427) mengatakan bahwa *participation is defined as individuals, mental and emotional in a group situation that encourage him to contribute to group goal and to share responsibility for tham*. Maksudnya partisipasi didefinisikan sebagai keterlibatan mental dan emosional seseorang individu dalam situasi kelompok tertentu yang mendorongnya untuk mendukung atau menunjang tercapainya tujuan-tujuan kelompok serta ikut bertanggung jawab terhadapnya.

Selanjutnya Nitisemito (1982: 262) menyatakan bahwa partisipasi adalah merupakan salah satu cara untuk memotivasi yang mempunyai ciri khas yang lain daripada yang lain.

Menurut Imron (1995: 81) bahwa Partisipasi adalah suatu term yang menunjukkan kepada adanya keikutsertaan secara nyata dalam suatu kegiatan. Menurut Muhajir (dalam Imron, 1995: 81) mengatakan menggolongkan partisipasi masyarakat ke dalam tipologinya ialah partisipasi kuantitatif dan kualitatif, partisipasi kuantitatif menunjukkan kepada prekuensi keikutsertaan terhadap implementasi kebijaksanaan sementara partisipasi kualitatif menunjukkan kepada tingkat dan derajat. Menurut Koentjoroningrat (dalam Imron, 1995: 81) menggolongkan partisipasi masyarakat berdasarkan posisi individu dalam kelompoknya. Pertama, partisipasi masyarakat dalam aktivitas bersama dalam proyek khusus; kedua, partisipasi anggota masyarakat sebagai individu dalam aktivitas bersama pembangunan. Menurut Miftah Thoha (dalam Imron, 1995: 81) menggolongkan partisipasi masyarakat ke dalam tiga golongan yaitu: 1) Partisipasi mandiri yang merupakan usaha berperan serta dilakukan secara mandiri oleh pelakunya, 2) partisipasi mobilisasi dan 3) partisipasi seremoni.

Selanjutnya menurut Suhendar (2014: 1) terdapat beberapa prinsip partisipasi anggota: 1) sebagai pemilik (kontribusi dalam hal keuangan atau pendanaan koperasi, perencanaan dan pengawasan), 2) sebagai pelanggan (sebagai

pengguna koperasi, sebagai sarana dalam menjual atau membeli kebutuhan anggota).

Indikator Partisipasi Anggota. Selanjutnya menurut Siagian (1995: 2) partisipasi itu adalah bersifat aktif dan pasif. Partisipasi pasif dapat berarti bahwa dalam sikap perilaku dan tindakannya tidak melakukan hal-hal yang mengakibatkan terhambatnya suatu kejadian pembangunan. Sedangkan mengenai partisipasi aktif dapat berwujudkan:

- a. Turut memikirkan nasib sendiri dengan memanfaatkan lembaga sosial dan politik yang dimasyarakatkan sebagai penyaluan aspirasinya.
- b. Menunjukkan adanya kesadaran bermasyarakat dan bernegara yang tinggi dengan tidak menyerahkan penentuan nasib kepada orang lain seperti kepada pimpinan tokoh masyarakat yang ada baik yang sifatnya formal maupun informal.
- c. Menurut kewajiban sebagai warga negara yang bertanggung jawab seperti membayar pajak secara jujur serta berkewajiban yang lainnya.
- d. Ketaatan kepada berbagai peraturan perundang-undangan yang berlaku
- e. Kerelaan melakukan pengorbanan yang dituntut oleh pembangunan demi kepentingan bersama yang lebih luas dan penting.

Berdasarkan urian di atas mengenai partisipasi anggota KUD dapat disimpulkan bahwa partisipasi anggota merupakan salah satu cara untuk memotivasi yang mempunyai ciri khas yang lain daripada yang lain dalam rangka ikut dalam kegiatan KUD, dimensinya adalah: 1) turut memikirkan nasib sendiri dengan memanfaatkan KUD sebagai mitra; 2) kesadaran bermasyarakat dan bernegara yang tinggi dengan menyerahkan penentuan nasib kepada koperasi; 3) kewajiban sebagai warga negara yang bertanggung jawab

dalam membayar simpanan dan kewajiban anggota; 4) ketaatan kepada berbagai peraturan yang telah ditetapkan dalam koperasi; dan kerelaan melakukan pengorbanan yang dituntut KUD dalam pengembangan bersama ke depan.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode Penelitian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yaitu penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa dan kejadian yang menjadi pusat perhatiannya untuk selanjutnya dianalisis antara variabel independent (variabel bebas) dan variabel dependent (variabel terikat)

Populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota KUD di Kecamatan Tapung yang berjumlah 16 unit KUD dan diambil sebanyak 3 KUD yaitu berdasarkan UU No 17 Tahun 2000 tentang Pajak Penghasilan yang membagi KUD ke dalam tiga kelompok, yakni kelompok KUD yang memiliki SHU kurang dari Rp. 50 juta tergolong KUD kecil dan tidak dikenakan pajak badan, kemudian KUD yang memiliki SHU antara Rp. 50 juta s/d Rp. 100 juta yakni KUD menengah dan KUD yang memiliki SHU lebih dari Rp. 100 juta atau KUD besar.

Ditetapkan KUD Sawit Mekar Jaya yakni KUD besar, KUD Makmur Lestari yakni KUD sedang, dan KUD Sumber Rezeki yakni KUD kecil dengan jumlah total anggota dari ketiga KUD tersebut sebanyak 1.290 orang.

Sampel. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Mengingat relative banyaknya populasi maka ditetapkan sebagiannya sebagai sampel. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *proporsional random sampling* (Sugiyono, 2008). Besarnya sampel ditetapkan dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad n = \frac{1.290}{1 + 1.290 \times 10\%^2} \quad n = \frac{1.290}{1 + 12.90} \quad n = \frac{1.290}{13,90}$$

$$n = 92,8 \text{ dibulatkan menjadi } 93$$

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. Populasi dan Sampel

No	KUD	Kategori	Populasi	Sampel
1	Mekar jaya	Besar	465	34
2	Makmur lestari	Sedang	500	36
3	Sumber Rezeki	Kecil	325	23
Jumlah			1.290	93

Sumber: Data Olahan, 2013

Desain Penelitian. Dalam penelitian ini akan dilakukan penelitian deskriptif dengan metode survei. Rancangan instrumen yang terdiri dari variabel penelitian, indikator dan item pernyataan dari masing-masing variabel. Sedangkan kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini.

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Ujicoba penelitian dilakukan tempat yang berbeda yakni di Kabupaten Rokan Hulu yakni di KUD Tani Sejahtera, dengan pertimbangan KUD ini tergolong KUD sejenis dengan karakteristik hampir sama. Ujicoba dilakukan terhadap 20 anggota KUD. Ujicoba instrumen variabel dengan

menggunakan dua uji yakni uji validitas dan uji reliabilitas, sebagai berikut:

Uji Validitas. Uji ini digunakan untuk mengukur ketepatan instrumen yang digunakan sehingga data yang dihasilkan dapat digunakan untuk menjawab tujuan-tujuan penelitian. Uji validitas Kinerja KUD (Y), Kompetensi Pengurus (X_1), Kompetensi Karyawan (X_2) Variasi produk/jasa layanan (X_3) dan partisipasi anggota (X_4) dilakukan dengan menggunakan teknik koefisien korelasi antara skor butir soal/pernyataan dengan skor total melalui uji membandingkan nilai *corrected item-total correlation* (r_{hitung}) masing-masing item pernyataan kuesioner dengan lebih besar dari nilai nilai $r_{tabel\ 0,05\ (20)}$ sebesar 0,4444, maka item pernyataan tersebut valid. Berikut ini hasil perhitungan validitas dengan menggunakan program SPSS versi 17, sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Perhitungan Validitas

No. Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Kinerja KUD (Y)			
1.	0.831	0,444	Valid
2.	0.891	0,444	Valid
3.	0.671	0,444	Valid
4.	0.792	0,444	Valid
5.	0.242	0,444	Tidak Valid
6.	0.836	0,444	Valid
7.	0.466	0,444	Valid
8.	0.730	0,444	Valid
9.	0.807	0,444	Valid
10.	0.806	0,444	Valid
11.	0.836	0,444	Valid
12.	0.745	0,444	Valid
13.	0.408	0,444	Tidak Valid
14.	0.419	0,444	Tidak Valid
15.	0.320	0,444	Tidak Valid
16.	0.740	0,444	Valid
17.	0.676	0,444	Valid
18.	0.525	0,444	Valid
19.	0.680	0,444	Valid
20.	0.768	0,444	Valid
Kompetensi Pengurus (X_1)			
1.	0.416	0,444	Tidak Valid
2.	0.324	0,444	Tidak Valid
3.	0.462	0,444	Valid

No. Item	r hitung	r tabel	Keterangan
4.	0.202	0,444	Tidak Valid
5.	0.484	0,444	Valid
6.	0.644	0,444	Valid
7.	0.731	0,444	Valid
8.	0.522	0,444	Valid
9.	0.371	0,444	Tidak Valid
10.	0.446	0,444	Valid
11.	0.523	0,444	Valid
12.	0.388	0,444	Tidak Valid
13.	0.721	0,444	Valid
14.	0.453	0,444	Valid
15.	0.626	0,444	Valid
16.	0.648	0,444	Valid
17.	0.395	0,444	Tidak Valid
18.	0.716	0,444	Valid
19.	0.545	0,444	Valid
20.	0.526	0,444	Valid
Kompetensi Karyawan (X_2)			
1.	0.769	0,444	Valid
2.	0.814	0,444	Valid
3.	0.753	0,444	Valid
4.	0.816	0,444	Valid
5.	0.817	0,444	Valid
6.	0.759	0,444	Valid
7.	0.689	0,444	Valid
8.	0.808	0,444	Valid
9.	0.826	0,444	Valid
10.	0.579	0,444	Valid
11.	0.661	0,444	Valid
12.	0.665	0,444	Valid
13.	0.696	0,444	Valid
14.	0.814	0,444	Valid
15.	0.578	0,444	Valid
16.	0.815	0,444	Valid
17.	0.815	0,444	Valid
18.	0.906	0,444	Valid
19.	0.779	0,444	Valid
20.	0.815	0,444	Valid
Variasi Produk/Jasa layanan (X_3)			
1.	0.431	0,444	Tidak Valid
2.	0.685	0,444	Valid
3.	0.718	0,444	Valid
4.	0.884	0,444	Valid
5.	0.671	0,444	Valid
6.	0.471	0,444	Valid
7.	0.369	0,444	Tidak Valid
8.	0.752	0,444	Valid
9.	0.715	0,444	Valid
10.	0.502	0,444	Valid
11.	0.526	0,444	Valid
12.	0.454	0,444	Valid
13.	0.725	0,444	Valid
14.	0.729	0,444	Valid
15.	0.665	0,444	Valid
16.	0.463	0,444	Valid
17.	0.615	0,444	Valid
18.	0.749	0,444	Valid
19.	0.550	0,444	Valid
20.	0.415	0,444	Tidak Valid
Variasi Partisipasi anggota (X_4)			
1.	0.687	0,444	Valid
2.	0.403	0,444	Tidak Valid
3.	-0.145	0,444	Tidak Valid

No. Item	r hitung	r tabel	Keterangan
4.	0.588	0,444	Valid
5.	0.177	0,444	Tidak Valid
6.	0.303	0,444	Tidak Valid
7.	0.810	0,444	Valid
8.	0.749	0,444	Valid
9.	0.805	0,444	Valid
10.	0.770	0,444	Valid
11.	0.813	0,444	Valid
12.	0.582	0,444	Valid
13.	0.366	0,444	Tidak Valid
14.	0.008	0,444	Tidak Valid
15.	0.641	0,444	Valid
16.	0.746	0,444	Valid
17.	0.575	0,444	Valid
18.	0.620	0,444	Valid
19.	0.736	0,444	Valid
20.	0.525	0,444	Valid

Sumber: Lampiran 3

Dari tabel hasil perhitungan validitas tersebut, maka dapat diketahui untuk variabel kinerja KUD dari 20 item ujicoba terdapat 4 item tidak valid. Kemudian variabel kompetensi pengurus 6 item tidak valid, variabel kompetensi karyawan valid semua, variabel variasi produk/jasa layanan 3 item

tidak valid dan variabel partisipasi anggota sebanyak 6 item tidak valid.

Uji Reliabilitas. Untuk uji realibilitas dilakukan dengan membandingkan nilai *Cronbach's Alpha* dengan r_{tabel} apabila nilai perhitungan melebihi nilai tabel maka dapat dikatakan seluruh item pernyataan realibel.

Tabel 6. Hasil Perhitungan Reliabilitas

No.	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	r tabel	Keterangan
1.	Kinerja KUD	0,944	0,444	Reliabel
2.	Kompetensi pengurus	0,890	0,444	Reliabel
3.	Kompetensi karyawan	0,965	0,444	Reliabel
4.	Variasi produk/jasa layanan	0,930	0,444	Reliabel
5.	Partisipasi anggota	0,908	0,444	Reliabel

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan tabel hasil perhitungan reliabilitas tersebut di atas, maka dapat diketahui nilai *Cronbach's Alpha* untuk semua variabel dalam kategori reliabel.

Analisis Variabel Penelitian.

Analisis variabel penelitian yang dimaksud adalah pemaparan hasil pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden di masing-masing lokasi. Hasil perhitungan masing-masing variabel disajikan dalam bentuk tabel dengan informasi nilai rata-rata dan persentase tingkat capaian (TCR) dari masing-masing variabel, Informasi-informasi dari responden ini sangat penting untuk mengetahui besaran nilai yang sudah dicapai dari masing-masing pernyataan kemudian dilakukan analisis secara deskriptif, lebih jelas akan diuraikan sebagai berikut:

Kinerja KUD. Merupakan hasil kerja keseluruhan pekerjaan secara kualitas dan kuantitas yang telah dilakukan pengurus KUD dalam mencapai apa yang menjadi tujuan KUD. Dimensi Kinerja KUD adalah: Produktivitas, konsep produktifitas mengukur tingkat efisiensi dari penggunaan sumber daya dalam rangka menghasilkan hasil kerja yang optimal; Kualitas layanan, Isu mengenai kualitas layanan cenderung menjadi semakin penting dalam menjelaskan kinerja organisasi pelayanan publik. Dilihat dari kepuasan dari pelanggan terhadap organisasi dalam memberikan jasanya; Responsivitas, adalah kemampuan organisasi untuk mengenali kebutuhan masyarakat, menyusun agenda dan prioritas pelayanan dan mengembangkan program-program pelayanan publik sesuai dengan kebutuhan dan aspirasi pelanggan; Responsibilitas yang menjelaskan apakah pelaksanaan kegiatan

organisasi itu dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip administrasi yang benar atau sesuai dengan kebijakan organisasi, baik yang eksplisit maupun implisit; Akuntabilitas, akuntabilitas menunjuk pada seberapa besar kebijakan dan kegiatan organisasi tunduk pada para pengurus yang diangkat oleh anggota serta transparan dalam hal keuangan.

Kompetensi Pengurus. Kompetensi pengurus adalah suatu kecakapan atau kesiapan pengurus dalam mengelola KUD. Dimensinya adalah: Manajemen harus mampu mengkritisi diri sendiri, mampu mengakui, menerima, serta belajar dari kesalahan masa lalu; Mendorong konfrontasi yang terbuka maupun konstruktif dan dipandang sebagai sebuah metode pemecahan masalah; Keputusan dengan konsensus, keputusan bersama yang dibuat harus didukung sepenuhnya, posisi dalam organisasi tidak menjamin kualitas ide; manajemen yang terbuka dan berlaku sesuai dengan etika dengan mengatakan hal yang sebenarnya dan memberikan perlakuan yang sama bagi setiap karyawannya; percaya pada prinsip kerja keras, dimana produktifitas yang tinggi adalah sesuatu yang dibanggakan, memiliki komitmen jangka panjang, jika terjadi masalah dengan karir pengunduran diri lebih baik daripada pemberhentian.

Kompetensi Karyawan. Kompetensi karyawan kemampuan yang dimiliki oleh karyawan dalam bekerja dalam sebuah organisasi secara teknis seperti pengetahuan dan keahlian untuk mencapai hasil yang telah disepakati, kemampuan untuk memikirkan persoalan dan mencari alternative baru. Dimensinya adalah: penguasaan tugas merupakan pengetahuan dan pemahamannya serta apa yang seharusnya dilakukan seorang karyawan dalam bekerja benar-benar sudah diketahui dengan baik; ketrampilan teknis merupakan pengetahuan dan ketrampilan yang dimiliki dalam rangka menunjang pelaksanaan tugas yang diembannya; penguasaan teknologi merupakan penguasaan terhadap fasilitas teknologi guna menunjang tugas seperti penggunaan komputer dan sarana komunikasi.

Variasi Produk/Jasa Layanan. Variasi produk/Jasa Koperasi adalah bentuk atau jenis pelayanan yang diberikan pihak koperasi kepada anggotanya dalam rangka memenuhi kebutuhan anggota. Dimensinya adalah: Kemudahan merupakan ketersediaan semua kebutuhan dari anggota dalam KUD khususnya berkaitan dengan kebutuhan anggota; Kewajaran merupakan

penetapan langkah atau prosedur dari pengurusan oleh pengurus KUD yang sesuai dengan kondisi nyata di lapangan; Perlakuan petugas merupakan bentuk perlakuan petugas yang tidak pilih kasih dalam memperlakukan setiap anggota KUD; Kejujuran merupakan bentuk apa adanya yang diberikan petugas dalam melayani anggota KUD.

Partisipasi Anggota. Partisipasi anggota merupakan salah satu cara untuk memotivasi yang mempunyai ciri khas yang lain daripada yang lain dalam rangka ikut dalam kegiatan KUD, dimensinya adalah: Turut memikirkan nasib sendiri dengan memanfaatkan KUD sebagai mitra; Kesadaran bermasyarakat dan bernegara yang tinggi dengan menyerahkan penentuan nasib kepada koperasi; Kewajiban sebagai warga negara yang bertanggung jawab dalam membayar simpanan dan kewajiban anggota; Ketaatan kepada berbagai peraturan yang telah ditetapkan dalam koperasi; Kerelaan melakukan pengorbanan yang dituntut KUD dalam pengembangan bersama ke depan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh bukti bahwa kompetensi pengurus berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap partisipasi anggota, kompetensi karyawan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap partisipasi anggota, variasi produk/jasa layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap partisipasi anggota, kompetensi pengurus berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja KUD, kompetensi karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja KUD, variasi produk/jasa layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja KUD dan partisipasi anggota berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kinerja KUD. Penjelasan dari fakta tersebut akan dibahas secara rinci sebagai berikut:

Pengaruh Kompetensi Pengurus Terhadap Partisipasi Anggota.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kompetensi pengurus berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap partisipasi anggota hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai sig sebesar 0,488 dan nilai pengaruh sebesar -0,051. Nilai pengaruh kompetensi pengurus berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap partisipasi anggota ini berarti bahwa semakin tinggi kompetensi pengurus maka partisipasi anggota semakin rendah.

Pengaruhnya sebesar -0,051 satuan yang artinya apabila kompetensi pengurus ditingkatkan satu satuan sedangkan variabel lain dalam hal ini adalah variabel kompetensi karyawan dan variasi produk/jasa layanan tetap maka partisipasi anggota akan menurun sebesar 0,051 satuan.

Kompetensi pengurus adalah suatu kecakapan atau kesiapan pengurus dalam mengelola KUD, berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa:

- i. Sebagian anggota KUD menilai manajemen cukup mampu melakukan introspeksi diri dalam mengelola KUD dalam meningkatkan kompetensi ke depan, kemudian juga cukup siap mengakui kesalahan yang diperbuatnya demi perbaikan di masa depan, cukup mampu menerima kritikan dari anggota dan cukup mau belajar dari kesalahan masa lalu dalam memperbaiki KUD ke depan. Sehingga ada kecenderungan anggota memberikan kepercayaan yang lebih besar kepada pengurus dalam mengurus KUD.
- ii. Anggota juga menganggap pengurus KUD sudah cukup mampu menyelenggarakan rapat anggota, cukup membuka kelemahan dalam kepengurusannya, cukup mengkonfrontir kepada anggota dalam kepengurusannya dan cukup berusaha mencari pemecahan terhadap masalah yang dihadapi sehingga partisipasi anggota terhadap koperasi dipercayakan kepada pengurus yang ada.
- iii. Sebagian anggota menganggap pengurus sudah cukup mampu dalam mengambil keputusan dengan konsensus, keputusan bersama yang dibuat harus didukung sepenuhnya, posisi dalam organisasi tidak menjamin kualitas ide sehingga partisipasi anggota terhadap KUD sudah diserahkan kepada pengurus KUD.
- iv. Sebagian anggota menganggap pengurus melakukan manajemen yang cukup terbuka dan berlaku sesuai dengan etika dengan mengatakan hal yang sebenarnya dan memberikan perlakuan yang sama bagi setiap karyawannya sehingga anggota mempercayakan kepengurusan dan pengelolaan KUD kepada pengurus.
- v. Sebagian anggota menganggap pengurus cukup percaya pada prinsip kerja keras, dimana produktifitas yang tinggi adalah sesuatu yang dibanggakan, memiliki komitmen jangka panjang, jika terjadi masalah dengan karir pengunduran diri lebih

baik daripada pemberhentian sehingga pekerjaan yang melibatkan kepada anggota dipercayakan kepada pengurus.

Dari uraian di atas, dapat diketahui bahwa kompetensi pengurus berpengaruh negatif terhadap partisipasi anggota, dimana semakin kompeten pengurus atau mampu melaksanakan kepengurusan maka anggota semakin tidak ingin mencampuri kepengurusan baik dalam memberikan kritik maupun saran. Item yang paling rendah pada kompetensi pengurus adalah pada penerapan idealisme pengurus dalam melaksanakan kepengurusan. Dimana pada dasarnya pengurus yang baik adalah pengurus yang mau memintarkan anggota KUD bukan membuat anggota KUD malahan tidak mau berpartisipasi.

Hal ini, bertolak belakang dengan pendapat Suhendar (2013: 2) yang mengatakan bahwa pengurus yang baik adalah pengurus yang bisa atau mampu memintarkan anggotanya. Hal ini berarti pengurus koperasi yang ada di Kecamatan Tapung masih belum dalam kategori baik.

Pengaruh Kompetensi Karyawan Terhadap Partisipasi Anggota.

Dari hasil pengolahan data diketahui bahwa kompetensi karyawan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap partisipasi anggota hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai sig sebesar 0,091 dan nilai pengaruh sebesar -0,161. Nilai pengaruh kompetensi karyawan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap partisipasi anggota ini berarti bahwa semakin tinggi kompetensi karyawan maka partisipasi anggota semakin rendah. Pengaruhnya sebesar 0,161 satuan yang artinya apabila kompetensi karyawan ditingkatkan satu satuan sedangkan variabel lain dalam hal ini adalah variabel kompetensi pengurus dan variasi produk/jasa layanan tetap maka partisipasi anggota akan menurun sebesar 0,161 satuan.

Kompetensi karyawan kemampuan yang dimiliki oleh karyawan dalam bekerja dalam sebuah organisasi secara teknis seperti pengetahuan dan keahlian untuk mencapai hasil yang telah disepakati, kemampuan untuk memikirkan persoalan dan mencari alternatif baru. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa:

- i. Sebagian anggota menganggap penguasaan tugas oleh karyawan yang merupakan pengetahuan dan pemahamannya serta apa yang seharusnya dilakukan seorang

karyawan dalam bekerja benar-benar sudah diketahui dengan cukup baik sehingga anggota KUD sudah tidak perlu lagi ikut dan ikut mengawasi jalannya KUD.

- ii. Sebagian anggota KUD menganggap karyawan sudah memiliki ketrampilan teknis yang merupakan pengetahuan dan ketrampilan yang dimiliki dalam rangka menunjang pelaksanaan tugas yang diembannya. Sehingga anggota tidak menganggap tidak perlu lagi ikut membantu jalannya koperasi.
- iii. Sebagian anggota menganggap karyawan sudah cukup mampu atas penguasaan teknologi merupakan penguasaan terhadap fasilitas teknologi guna menunjang tugas seperti penggunaan komputer dan sarana komunikasi sehingga anggota segan untuk ikut campur karena merasa tidak lebih hebat dari karyawan.

Hal ini menunjukkan bahwa kompetensi karyawan memberikan pengaruh negatif terhadap partisipasi anggota dalam menjalankan perannya sebagai pemilik koperasi. Hal ini karena karyawan masih rendah dalam mengikuti pelatihan-pelatihan tentang koperasi.

Hal ini, bertolak belakang dengan pendapat Suhendar (2013: 2) yang mengatakan bahwa karyawan yang baik adalah karyawan yang bisa atau mampu memintarkan anggotanya dalam bentuk pelayanan kepada anggota khususnya dalam memberikan pelayanan data dan informasi. Hal ini juga berarti karyawan koperasi yang ada di Kecamatan Tapung masih belum baik dalam menjalankan tugas dan fungsinya.

Pengaruh Variasi Produk/Jasa Koperasi Terhadap Partisipasi Anggota.

Berdasarkan hasil pengolahan data diketahui bahwa variasi produk/jasa layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap partisipasi anggota hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai sig sebesar 0,000 dan nilai pengaruh sebesar 1.089. Nilai pengaruh variasi produk/jasa layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap partisipasi anggota ini berarti bahwa semakin bervariasi produk atau jasa layanan koperasi maka partisipasi anggota semakin tinggi pula. Pengaruhnya sebesar 1,089 satuan yang artinya apabila variasi produk atau jasa layanan ditingkatkan satu satuan sedangkan variabel lain dalam hal ini adalah variabel kompetensi pengurus dan kompetensi

karyawan tetap maka partisipasi anggota akan meningkat sebesar 1,089 satuan.

Variasi produk/Jasa koperasi adalah bentuk atau jenis pelayanan yang diberikan pihak koperasi kepada anggotanya dalam rangka memenuhi kebutuhan anggota. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variasi produk yang dihasilkan, sebagai berikut:

- i. Sebagian anggota koperasi menganggap cukup adanya kemudahan merupakan ketersediaan semua kebutuhan dari anggota dalam KUD sawit khususnya berkaitan dengan kebutuhan anggota. Sehingga anggota koperasi menjadi senang dalam mendapatkan pelayanan dan memenuhi kebutuhannya.
- ii. Anggota menganggap adanya kewajaran dalam memberikan pelayanan yang merupakan penetapan langkah atau prosedur dari pengurusan oleh pengurus KUD yang sesuai dengan kondisi nyata di lapangan sehingga anggota KUD menjadi gembira menerima pelayanan yang diberikan KUD.
- iii. Anggota menganggap cukup adanya perlakuan petugas merupakan bentuk perlakuan petugas yang tidak pilih kasih dalam memperlakukan setiap anggota KUD sehingga menyambut baik pelayanan yang diberikan.
- iv. Anggota menganggap adanya kejujuran merupakan bentuk apa adanya yang diberikan petugas dalam melayani anggota KUD sawit sehingga memberikan kepercayaan dalam melayani kepada anggota.

Pengaruh Kompetensi Pengurus Terhadap Kinerja KUD.

Berdasarkan hasil pengolahan data diketahui bahwa kompetensi pengurus berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja KUD, hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai sig sebesar 0,000 dan nilai pengaruh sebesar 0,448. Nilai pengaruh kompetensi pengurus berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja KUD anggota ini berarti bahwa semakin tinggi kompetensi pengurus maka kinerja KUD semakin tinggi. Pengaruhnya sebesar 0,448 satuan yang artinya apabila kompetensi pengurus ditingkatkan satu satuan sedangkan variabel lain dalam hal ini adalah variabel kompetensi karyawan dan variasi produk/jasa layanan tetap maka kinerja KUD akan meningkat sebesar 0,448 satuan.

Hasil penelitian tentang kompetensi pengurus dapat diketahui bahwa sudah cukup baiknya

manajemen harus mampu mengkritisi diri sendiri, mampu mengakui, menerima, serta belajar dari kesalahan masa lalu. Kemudian juga sudah cukup baik dalam mendorong konfrontasi yang terbuka maupun konstruktif dan dipandang sebagai sebuah metode pemecahan masalah, keputusan dengan konsensus, keputusan bersama yang dibuat harus didukung sepenuhnya, posisi dalam organisasi tidak menjamin kualitas ide sudah cukup baik dan juga manajemen yang terbuka dan berlaku sesuai dengan etika dengan mengatakan hal yang sebenarnya dan memberikan perlakuan yang sama bagi setiap karyawannya serta sudah percaya pada prinsip kerja keras, dimana produktifitas yang tinggi adalah sesuatu yang dibanggakan, memiliki komitmen jangka panjang, jika terjadi masalah dengan karir pengunduran diri lebih baik daripada pemberhentian. Hal ini berpengaruh kepada kinerja KUD dalam menjalankan kegiatan kepengurusan koperasinya.

Pengaruh Kompetensi Karyawan Terhadap Kinerja KUD.

Berdasarkan hasil pengolahan data diketahui bahwa kompetensi karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja KUD, hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai sig sebesar 0,000 dan nilai pengaruh sebesar 0,257. Nilai pengaruh kompetensi karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja KUD anggota ini berarti bahwa semakin tinggi kompetensi karyawan maka kinerja KUD semakin tinggi. Pengaruhnya sebesar 0,257 satuan yang artinya apabila kompetensi karyawan ditingkatkan satu satuan sedangkan variabel lain dalam hal ini adalah variabel kompetensi pengurus dan variasi produk/jasa layanan tetap maka kinerja KUD akan meningkat sebesar 0,257 satuan.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa karyawan sudah cukup baik dalam penguasaan tugas merupakan pengetahuan dan pemahamannya serta apa yang seharusnya dilakukan seorang karyawan dalam bekerja benar-benar sudah diketahui dengan baik, juga cukup memiliki ketrampilan teknis merupakan pengetahuan dan ketrampilan yang dimiliki dalam rangka menunjang pelaksanaan tugas yang diembannya dan cukup baik dalam penguasaan teknologi merupakan penguasaan terhadap fasilitas teknologi guna menunjang tugas seperti penggunaan komputer dan sarana komunikasi. Hal ini membuat kinerja KUD semakin baik pula karena didukung oleh baik kompetensi karyawan.

Pengaruh Variasi Produk/Jasa Koperasi Terhadap Kinerja KUD.

Berdasarkan hasil pengolahan data diketahui bahwa variasi produk/jasa layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja KUD, hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai sig sebesar 0,011 dan nilai pengaruh sebesar 0,295. Nilai pengaruh variasi produk/jasa layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja KUD anggota ini berarti bahwa semakin bervariasi produk atau jasa layanan maka semakin tinggi kinerja KUD. Pengaruhnya sebesar 0,295 satuan yang artinya apabila variasi produk/jasa layanan ditingkatkan satu satuan sedangkan variabel lain dalam hal ini adalah variabel kompetensi pengurus dan kompetensi karyawan tetap maka kinerja KUD akan meningkat sebesar 0,295 satuan.

Hasil penelitian tentang variasi produk/Jasa Koperasi adalah bentuk atau jenis pelayanan yang diberikan pihak koperasi kepada anggotanya dalam rangka memenuhi kebutuhan anggota. Diketahui sudah cukup adanya kemudahan merupakan ketersediaan semua kebutuhan dari anggota dalam KUD sawit khususnya berkaitan dengan kebutuhan anggota. Kemudian adanya kewajaran merupakan penetapan langkah atau prosedur dari pengurusan oleh pengurus KUD yang sesuai dengan kondisi nyata di lapangan, adanya perlakuan petugas merupakan bentuk perlakuan petugas yang tidak pilih kasih dalam memperlakukan setiap anggota KUD dan adanya kejujuran merupakan bentuk apa adanya yang diberikan petugas dalam melayani anggota KUD. Hal ini membuat kinerja KUD menjadi baik. Sikap wirausaha manajer dan partisipasi anggota baik secara parsial maupun secara simultan berpengaruh terhadap kinerja usaha koperasi. Implementasi strategi pemasaran berpengaruh terhadap kinerja usaha koperasi.

Pengaruh Partisipasi Anggota Terhadap Kinerja KUD.

Berdasarkan hasil pengolahan data diketahui bahwa partisipasi anggota berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kinerja KUD, hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai sig sebesar 0,943 dan nilai pengaruh sebesar 0,008. Nilai pengaruh partisipasi anggota berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kinerja KUD anggota ini berarti bahwa semakin tinggi partisipasi anggota maka semakin tinggi kinerja KUD. Pengaruhnya sebesar 0,008 satuan yang artinya apabila partisipasi anggota meningkat satu satuan sedangkan variabel lain dalam hal ini adalah

variabel kompetensi pengurus dan kompetensi karyawan dan variasi produk tetap maka kinerja KUD akan meningkat sebesar 0,008 satuan.

Berdasarkan hasil penelitian tentang partisipasi anggota merupakan salah satu cara untuk memotivasi yang mempunyai ciri khas yang lain daripada yang lain dalam rangka ikut dalam kegiatan KUD dimana anggota kadang turut memikirkan nasib sendiri dengan memanfaatkan KUD sebagai mitra. Juga ada sebagian yang memiliki kesadaran bermasyarakat dan bernegara yang tinggi dengan menyerahkan penentuan nasib kepada koperasi. Kewajiban sebagai warga negara yang bertanggung jawab dalam membayar simpanan dan kewajiban anggota cukup berjalan dan adanya ketaatan kepada berbagai peraturan yang telah ditetapkan dalam koperasi serta adanya kerelaan melakukan pengorbanan yang dituntut KUD dalam pengembangan bersama ke depan sehingga kinerja KUD membaik namun tidak nyata.

DAFTAR ACUAN

- Adisaputra, Ateng Kusnandar. (2012). *Kompetensi PNS, apa, mengapa dan bagaimana?*. Artikel. Jawa Barat.
- Bambang. (2001). *Responsivitas dan akuntabilitas sektor publik*. *Jurnal Administrasi Negara Vol. 1* No. 2 Maret 2001. Malang: FIA Unibraw.
- Barata, Atep, Adya. (2004). *Dasar-dasar pelayanan prima (persiapan membangun budaya pelayanan prima untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan)*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Basuki, J. (2002). *Pelayanan prima*. Jakarta: LAN.
- Brahmasari, Ida Ayu dan Agus Suprayetno. (2008). *Pengaruh motivasi kerja, kepemimpinan dan budaya organisasi terhadap kepuasan kerja karyawan serta dampaknya pada kinerja perusahaan (Studi kasus pada PT. Pei Hai International Wiratama Indonesia)*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. Vol 10*. No 2
- Hakim, Abdul. (2001). *Konflik dalam organisasi dan kaitannya dengan kualitas pelayanan publik*. *Jurnal Administrasi Negara. Vol. 1* No. 2 Maret 2001. Malang: FIA Unibraw.
- Hardman. (1994). *Job satisfaction of female public scholl administration in west virginia*.
- Kasim, Azhar. (2002). *Pengukuran efektifitas dalam organisasi*. Jakarta: FEUI.
- Kasim, Azhar. (2002). *Pengukuran efektifitas dalam organisasi*. Jakarta: FEUI.
- Kuntjoro, Zainuddin Sri. (2002). *Komitmen Organisasi*. Jakarta: Interner
- Luthans. (2005). *Work volvos and commitment international*. *Journal Manpower. Vol 17.3*.
- Moenir. (2000). *Manajemen pelayanan umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Riva'i. (2004). *Dampak organizational justice dan perilaku kepemimpinan transformasional terhadap kepuasan kerja karyawan*. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*.
- Soesilo. (2001). *Administrasi pelayanan publik: sebuah perbincangan awal*. *Jurnal Administrasi Negara Vol. 1* No. 2 Maret 2001. Malang: FIA Unibraw.
- Soewarso, Hardjosoedarmo. (2002). *Total quality management*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sulaeman, Suhendar. (2013). *Bahan kuliah kewirausahaan*. Jakarta.
- Susanto, A.B. (2008). *Reputation-driven corporate sosial responsibility (pendekatan strategic management dalam CSR)*. Jakarta: Esensi.
- Sutopo dkk. (2000). *Pelayanan prima*. Jakarta: LAN.
- Suwondo. (2001) *Desentralisasi pelayanan publik: hubungan komplementer antara sektor negara, mekanisme pasar dan organisasi non pemerintah*. *Jurnal Administrasi Negara. Vol. 1* No. 2 Maret 2001 Malang: FIA Unibraw.
- Tjiptono, Fandy. (2005). *Prinsip-prinsip total quality service*. Yogyakarta: Andi Offset.
- UU No. 17 Tahun 2000 tentang Pajak Penghasilan
- Wahjosumidjo. (2009). *Kepemimpinan kepala sekolah, tinjauan teoretik dan permasalahannya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada