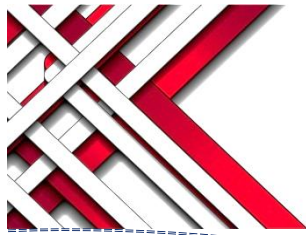




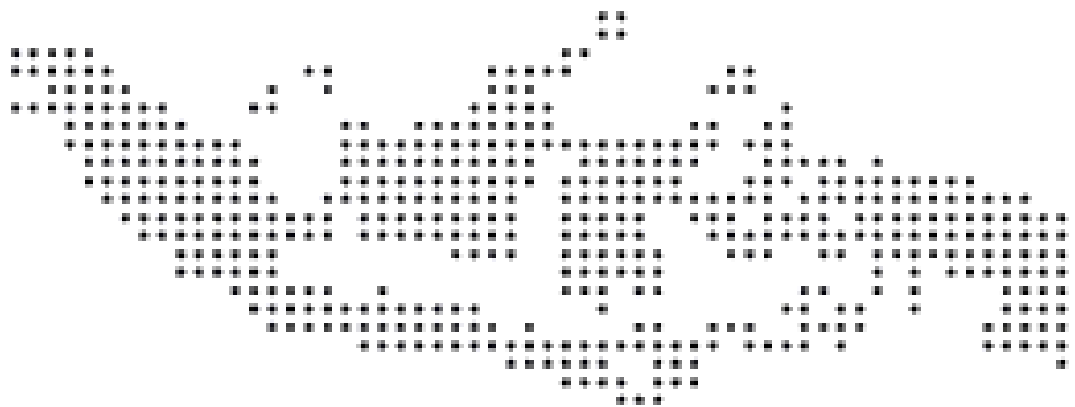
THE INTERNATIONAL CONFERENCE OF ISLAMIC
ECONOMICS AND FINANCIAL STUDIES



PROCEEDING
SEMINAR INTERNASIONAL &
CALL FOR PAPER
TAHUN 2019

Theme:

**“The Reinforcement of Islamic
Economics and Finance in the
Digital Economy Era”**



Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri
Bukittinggi

TABLE OF CONTENTS

Greeting from Dean

Of Faculty of Islamic Economics and Business IAIN Bukittinggi

Table of Contents

The Role of NPL Against the Relationship between LDR and Company Performance (Empirical Study on BUMN Banks and Syariah Banks Owned by BUMN Banks Registered on the IDX)

Laynita Sari, Erniwati dan Anne Putri

Peran Non Performing Financing terhadap Profitabilitas Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Sumatera Barat dengan Inflasi sebagai Variabel Moderasi

Muhammad Zulkarnain, Hesi Eka Putri dan Heliyani

Online and Offline Consumer Behavior on Market Segment Preference during Ramadhan 2019

DR. Jerry Heikal, ST, MM

Encouraging Sharia Financing Banks to Achieve SDGs through Poverty Alleviation

Putri Ayu, Achmad Rifa'i dan Listiono

Exploring The Determinants of Social Performance of Rural Banks

Hesi Eka Putri, Genta Sakti dan Putri Ramadhani

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produktivitas Pada KSP Payakumbuh Kabupaten Lima Puluh Kota

Apriyeni, Deltri, Wati, Nazirwan, Rahmania, Meri, Suryany, Eva dan Thamrin

THE EFFECT OF HALAL FOOD SUPPLY CHAIN IMPLEMENTATION TO SOLVE THE PROBLEM OF APPLICATION IN INDONESIA

Ilmi Mu'min Musyirifin, Khintan Anggraini dan Ni'mah Amalia Suharsono

ANALISIS PENGARUH RETURN ON EQUITY (ROE) TERHADAP HARGA SAHAM SYARIAH YANG DIMODERASI OLEH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)

Zikra Agusti Humaira, Dendra ramadhan, Hesi Eka Putri

THE EFFECT OF NPF AND BOPO ON PROFITABILITY (ROA) IN SHARIA FINANCIAL INSTITUTIONS (BPRS Haji Miskin)

Yimmi Syavardie dan Dona Amelia

Model Pengembangan Pariwisata Syariah Berbasis Kearifan Lokal di Bukittinggi

Dra. Rusyaida, M.Ag dan Siti Aisyah.

Firm Leverage Decisions: The Effect of Tangibility and Growth Opportunities

Irdha Yusra dan Rizka Hadya

i

ii

1

8

12

15

21

25

30

37

41

45

51

BUILD A GOOD UNIVERSITY GOVERNANCE
Rizka Hadya dan Irdha Yusra

54

OPINI AUDIT GOING CONCERN BERDASARKAN PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, DAN UKURAN PERUSAHAAN
Aries Tanno, Rum Mulyani, Hendra Yuharmain dan Anne Putri

57

PENGARUH INOVASI DAN KREATIVITAS PRODUK INDUSTRI KAPUK TERHADAP KETAHANAN EKONOMI MASYARAKAT
Tessa Yuliani, Iiz Izmuddin dan Anne Putri

64

Pengaruh Religiusitas Dan Budaya Terhadap Prilaku Konsumen Muslim Dalam Membeli Makanan Kafe
Rezkina Hayati, Iiz Izmuddin dan Anne Putri

70

Ammil ZakaT Institution Development Strategy in Reducing Student Drop Out Rate. Case Study LAZIS STIE Haji Agus Salim
Rusydi Fauzan, Dian Rahmawaty dan Rini Yulia

78

Effect Of Income And Work Environment Performance On The Performance Of Nagari Devices In Tanjung Raya Sub-District, Agam District
Dian Rahmawaty, SE., MM

81

NEW BUSINESS STRATEGY TO GET MORE SMEs AS CUSTOMERS: CASE OF PT. XL AXIATA TBK
Muhammad Ihsan

87

A profitability On Debt to Equity Ratio (DER) and Inventory Turnover: PT. Salim Ivomas Pratama
Andria Ningsih, Mike Triani dan Fitria

97

Pemikiran Ekonomi Abu A'la Al Maududi
Zulhendri, Fauziah Nur Hutahuruk, Elsa Monicha, Feri Irawan dan Kumaidi

100

PENGANGGURAN DALAM ASPEK EKONOMI MAKRO SYARIAH
Fauziah Nur Hutahuruk, Zulhendri, Elsa Monicha, Kumaidi dan Feri Irawan

104

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan LPG 3 Kg (Studi Kasus pada PT. Tri Fa Jaya Di Kabupaten Lima Puluh Kota)
Fitria dan Andria Ningsih

110

Distorsi Pasar; Solusi dalam Ekonomi Islam
Kumaidi, Zulhendri, Elsa Monicha, Feri Irawan dan Fauziah Nur H

118

KEMISKINAN DALAM ASPEK EKONOMI MAKRO SYARIAH
Fika Reflina

123

PERAN PEMERINTAH DALAM PASAR (PEMIKIRAN IBNU TAIMIYAH)
Elsa Monicha, Zulhendri, Kumaidi, Fauziah Nur Hutahuruk dan Feri Irawan

130



PERAN STRATEGIS PERGURUAN TINGGI ISLAM SEBAGAI PUSAT EDUKASI
PARIWISATA HALAL
Era Sonita

136

Pengaruh Prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) Terhadap Preferensi *Muzakki*
Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat IZI PKPU Kota Bukittinggi
Septria Susanti, S.Pd, M.E, Dr. Hesi Eka Putri, SE, M.Si dan Dr. Aidil Alfin, M.Ag, Ph.D

141

DETERMINANTS OF CUSTOMER SATISFACTION OF POST-SHARIA BANKING TO
BECOME CUSTOMERS REVIEWED FROM THE ASPECT OF CUSTOMER BEHAVIOR
Adriansyah

148

The Effect Of Institutional Ownership, Board Of Independent Commissioners,
Managerial Ownership, Board Of Directors, And Audit Committee On Financial
Peformance Of Manufacture Company Registered In Indonesian Stock Exchange Of
2013-2017

152

Aminar Sutra Dewi, Riri Mayliza dan Juarsa Badri

THE EFFECT OF AUDITOR'S PROFESSIONAL ETHICS ON MATERIALITY LEVELS IN
EXAMINATION OF FINANCIAL STATEMENTS (CASE STUDY OF PUBLIC
ACCOUNTANT OFFICE (KAP) IN PADANG CITY)

162

Dewi Zulvia, Lidya Martha, Maria Magdalena, Ratna Widayati dan Zusmawati

PENGARUH INKLUSI KEUANGAN SYARIAH TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM
DENGAN *FINANCIAL LITERACY* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

168

Febby Irfayunita, Fitria Astari dan Sherlly Rahmadani Rendia Sukma

MENUMBUH KEMBANGKAN JIWA KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA MELALUI
PEMBENTUKAN SIKAP DAN NILAI-NILAI KEISLAMAN

172

Harfandi

The Role of NPL Against the Relationship between LDR and Company Performance

(Empirical Study on BUMN Banks and Syariah Banks Owned by BUMN Banks Registered on the IDX)

Laynita Sari
Program Pasca Sarjana MM
STIE KBP
Padang
laynitasari4@gmail.com

Erniwati
Program Pasca Sarjana MM
STIE KBP
Padang
erniwati527@gmail.com

Anne Putri
STIE Haji Agus Salim
Bukittinggi
anne_kop10@yahoo.com

Abstract— *This study aims to determine whether NPL has a role in the relationship between LDR and the performance of state-owned banks and Islamic banks owned by state-owned banks in the 2014-2017 period. The sampling technique is all semester financial reports from state-owned banks and Islamic banks owned by state-owned banks. Data processing using SPSS with Moderated Regretion Analysis. The results of research on state-owned banks show that LDR has a significant negative effect on ROA and non-moderating NPL variables between LDR and ROA, so it can be concluded that the NPL variable is not a moderating variable. While for BUMN Sharia Banks, it was obtained that FDR had a significant positive effect on ROA and NPF variables not moderating between FDR and ROA, so it can be concluded that the NPF variable is not a moderating variable.*

Keywords— *LDR, NPL, ROA, BUMN bank, Syariah bank owned by BUMN bank*

I. INTRODUCTION

The economy as a whole will benefit from the existence of a bank. The economy benefits from an effective and efficient mechanism for allocating financial resources. This is called the intermediation function which can be said that the bank is a channel of funds from economic units that have excess funds to units that lack funds.

A state bank or also called a state-owned bank is a bank where both the deed of establishment and capital are owned by the government, so that bank profits are owned by the government too. According to Law Number 19 of 2003 concerning State-Owned Enterprises, BUMN definition is a business entity whose entire or most of its capital is owned by the State through direct participation from the separated State assets. So that state-owned banks have a higher level of customer confidence compared to private banks Commercial banks in Indonesia. State-owned enterprises are PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, PT Bank Mandiri (Persero) Tbk, PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk.

State-owned Bank also has a subsidiary engaged in sharia banking, namely Bank Rakyat Indonesia Syariah which is under PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk, Bank Negara Indonesia Syariah which is under PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, Bank Syariah Mandiri which is under PT Bank Mandiri (Persero) Tbk, and Syariah State Savings Bank under PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk.

Given the important role of state-owned banks in Indonesia, it is necessary to improve the performance of state-owned banks and subsidiaries of state-owned banks engaged in sharia banking so that banks remain healthy and efficient. Profitability is the most appropriate indicator to measure the performance of a bank (Sofyan, 2002). Return on Assets (ROA) is one of the profitability ratios that provides information on how efficient a bank is in conducting its business activities, because this ratio indicates how much profit can be obtained on average against each rupiah of its assets. The greater Return on Assets shows the company's performance is getting better, because return is greater (Siamat, 2005: 23 in Peryanto 2012: 2).

TABLE 1:
AVERAGE CHANGE (ROA) OF BUMN BANKS AND BUMN BANKS IN THE 2014-2017 PERIOD

Bank BUMN		Bank Syariah milik Bank BUMN	
TAHUN	ROA	TAHUN	ROA
2014	3,13 %	2014	0,82 %
2015	2,86 %	2015	1,22 %
2016	2,52 %	2016	1,38 %
2017	2,60 %	2017	1,22 %

When compared to the growth of ROA ratios of BUMN banks with ROA ratios of sharia banks owned by BUMN banks, the average ROA ratio of sharia banks owned by BUMN banks is under 1.5%. The ROA ratio of BUMN banks from 2014 to 2016 has always decreased, and in 2017 there has only been a slight increase. While the ROA ratio of Bank Syariah owned by BUMN banks from 2014 to 2016 always increases, and 2017 has only decreased.

Based on previous research, profitability is influenced by several internal factors, namely Non Performing Financing (Paramitha et al, 2014, Anggreni and suardika,



2014), Financing To Deposit Ratio (Sri windarti M, 2015), operational costs of operating income (Wibowo and Syaichu, 2013, Sri Muliawati, 2015), third party funds (Sri Muliawati, 2015), Capital Adequacy Ratio, (Defri, 2012), Net Interest Margin (Diana Puspitasari, 2009), Statutory Demand Minimum (Sri windarti M, 2015), Gross Domestic Gross (Agency and sustainable, 2015).

The ratio of bad loans (NPL) in BUMN banks and (NPF) in Syariah banks owned by BUMN banks is a very serious concern for banks because if this ratio is allowed to continue to increase, it will have an impact on profit decline, which in turn will reduce the Bank's financial performance.

TABLE 2 :
AVERAGE CHANGES IN NPLS AT BUMN BANKS AND SYARIAH BANKS OWNED BY BUMN BANKS IN THE 2014-2017 PERIOD

Bank BUMN		Bank Syariah milik Bank BUMN	
TAHUN	NPL	TAHUN	NPF
2014	2,45 %	2014	3,84 %
2015	2,69 %	2015	3,78 %
2016	2,98 %	2016	3,36 %
2017	2,60 %	2017	3,70 %

When compared to the growth of the NPL ratio of BUMN banks and BUMN banks owned by BUMN banks, the ratio of non-performing loans of BUMN banks is lower than that of Syariah banks owned by BUMN banks. The BUMN NPL ratio from 2014 to 2016 has always been increasing, and in 2017 it has only declined. Meanwhile, the Sharia Bank owned by BUMN Bank, its NPF ratio from 2014 to 2016, has always decreased, and in 2017 it has only increased.

In discussing this NPL ratio there is also a research gap between NPL and ROA variables. In the title of the study "Analysis of Factors Affecting the Performance of Commercial Banks in Indonesia" conducted by Sukarno and Syaichu. The results of the research conducted are Non-performing loan Variables that have a positive and significant effect on ROA, which means that the higher the NPL value, the higher the bank's income.

Anggreni and Suardika (2014) with the title "Effect of Third Party Funds, Capital Adequacy, Credit Risk and Credit Interest Rates on Profitability" explains in the results of the study that non-performing loan variables negatively affect profitability (ROA). Means showing an increase in NPL will cause a decrease in profitability. The increase in NPLs, which is reflected by bad loans, will reflect the bank's smaller income.

In addition to the ROA and NPL / FDR variables, the LDR (Financing To Deposit Ratio) is a comparison between total loans and total funds collected, the greater the LDR / FDR ratio indicates that the volume of financing distribution at the bank increases . The greater the volume of lending will increase the profitability of banks because banks obtain revenue through the revenue sharing. The activity of channeling funds or financing is the main source of bank income. The amount of funding disbursed is influenced by the amount of third party funds collected. The more funds collected, the more funding can be channeled. An increase in income will have an impact on performance improvement followed by an increase in profit.

TABLE 3 :
AVERAGE CHANGES IN LDR AT BUMN BANKS AND SYARIAH BANKS OWNED BY BUMN BANKS IN THE 2014-2017

Bank BUMN		Bank Syariah milik Bank BUMN	
TAHUN	LDR	TAHUN	FDR
2014	90,30 %	2014	94,67 %
2015	92,78 %	2015	89,79 %
2016	91,89 %	2016	84,97 %
2017	91,03 %	2017	81,41 %

If we compare the LDR ratio of BUMN Bank in 2014 until 2017 with the ratio of FDR of Syariah Bank owned by BUMN Bank from 2014 to 2017, we can see that the average ratio is good because it is between 78% -100%. The LDR ratio of BUMN banks from 2014 to 2015 has increased, and from 2015 to 2017 it has always decreased. Meanwhile, Sharia Banks that are under the BUMN Bank, their FDR ratio from 2014 to 2017, always decreases.

In discussing this LDR ratio there is a research gap between LDR and ROA research. Research entitled "The Effect of Financial Ratios on Banking Profitability in Indonesia" conducted by Widowati (2015) explains that the LDR variable has no effect on ROA. High and low LDRs of the banking system will not affect customers in using these banking services to increase banking income.

Defri (2012) "The Effect of Capital Adequacy Ratio (CAR), Liquidity and Operational Efficiency on the Profitability of Banking Companies Listed on the IDX". The results showed that liquidity (LDR) had no significant positive effect on profitability. This means that the higher the LDR of a bank is not a benchmark for the success of bank management to obtain high profits.

Based on the background description and the existence of a research gap from previous studies, the writer is interested in conducting research on the role of Non-Performing Loans on the Relationship Between Loans to Deposit Ratio and Company Performance (Empirical Study on State-Owned Banks and Sharia Banks owned by State-Owned Banks Listed on BEI Period 2014-2017). The purpose of this research is to find out whether LDR affects ROA of BUMN banks, to find out whether NPL moderates the relationship between LDR and ROA of BUMN banks, To find out whether FDR influences ROA of Islamic Banks owned by BUMN banks and to find out whether NPL moderates the relationship between LDR and ROA of Sharia Bank owned by BUMN Bank.

II. LITERATUR REVIEW

Bank

Bank is a business entity engaged in finance or financial services. The main products commonly purchased consist of current accounts, savings or time deposits. Banks are also used as a place to store loans or loans for people who need loan funds. Another function of the bank is as a place for currency transfers, money transfers (transfers), as a place of payment or deposit. According to Law Number 10 of 1998 concerning Banking, banks are financial institutions which collect funds from the public in the form of deposits and channel them back in the form of loans (credit) and / or other forms, with the aim of improving the lives of many people.



BUMN Bank / Government Bank

State-Owned Enterprises, hereinafter referred to as SOEs, are regulated in the No Law. 19 of 2003 concerning State-Owned Enterprises (hereinafter referred to as SOE Law). This law provides an understanding of the BUMN itself. Article 1 number 1 of the BUMN Law states that BUMN is a business entity whose entire or most of its capital is owned by the state through direct participation from the separated state assets.

Islamic Bank

Sharia Banks are Banks that carry out their business activities based on sharia principles and by type consist of sharia commercial banks and sharia people's financing banks. Sharia principles are Islamic legal principles in banking activities based on fatwas issued by institutions that have the authority to determine fatwas in the sharia field. (Indonesian Banking Booklet, 2011).

Bank Financial Performance

Performance evaluation of a bank can be done by analyzing financial statements. Bank financial statements in the form of a balance sheet provide information to parties outside the bank, for example the central bank, the general public, and investors about the description of its financial position, can also be used by external parties to assess the amount of risk that exists in a bank. While the income statement provides an overview of the business development of the bank concerned. The financial statements also show the bank's performance in a certain period.

ROA (Return On Asset)

In this study, banking performance is measured by ROA in which ROA measures the ability of bank management in managing its assets in order to obtain overall benefits (Lukman Dendawijaya, 2003: 120).

Return On Assets (ROA) is one of the profitability ratios used to measure the effectiveness of a company in generating profits by utilizing its total. Based on Bank Indonesia regulations, a good ROA standard is around 1.5%. The greater ROA shows the better company performance, because the greater the return.

According to SE BI No. 13/24 / DPNP dated October 25, 2011 The ROA standard set for banks in Indonesia is a minimum of 1.5%. Then the formulation to calculate Return On Assets (ROA) can be formulated as follows:

$$ROA = \frac{\text{Profit before tax}}{\text{Average Total Assets}} \times 100\%$$

LDR(Loan to Deposit Ratio)/ FDR (Financing to Deposit Ratio)

The second ratio examined in this study is the Loan to Deposit Ratio. Loan to deposit ratio (LDR) is a ratio used to measure the liquidity of a bank in repaying withdrawals of funds made by depositors by relying on financing provided as a source of liquidity, that is by dividing the amount of financing provided by banks against Third Party Funds (DPK) . The higher the Loan to Deposit Ratio (LDR), the higher the funds channeled to Third Party Funds (DPK). With a large distribution of Third Party Funds (DPK), bank income on Return On Assets (ROA) will increase, so that

the Loan to deposit ratio (LDR) has a positive effect on Return On Assets (Suryani 2011: 59).

According to SE BI No. 13/24 / DPNP dated 25 October 2011 the standard for the value of the Loan to Deposit Ratio (LDR) is 78% -100%, the LDR ratio formula is:

$$LDR = \frac{\text{Total Loans/Financing}}{\text{Total Deposits}} \times 100\%$$

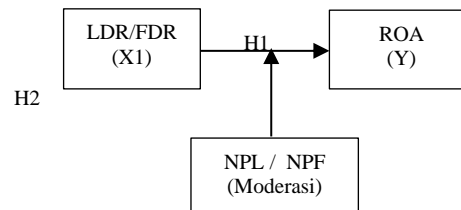
NPL(Non Performing Loan) / NPF (Non Performing Financing)

The third banking ratio under study is the Non Performing Loan (NPL) ratio. Non-Performing Loans (NPLs) are one of the key indicators to assess the performance of bank functions, because high NPLs are indicators of bank failures in managing business including liquidity problems (inability to pay third parties), Rentability (debt cannot be collected), Solvency (Reduced capital). Whereas the declining profit is one of the effects because the bank practically loses its source of income in addition to having to set aside reserves in accordance with credit collectibility. The selectivity and caution that management does in providing credit can reduce the risk of bad loans, therefore good management is needed in order to have good credit distribution.

According to SE BI No. 13/24 / DPNP dated 25 October 2011 Credit risk is the risk due to the failure of the debtor and or other parties in meeting obligations to the bank. A healthy Non Performing Loan (NPL) standard if the number of problem loans is not more than 5% of the total loans given to debtors. If it exceeds 5%, it will affect the soundness of the bank concerned. Then the NPL can be formulated as follows:

$$NPL = \frac{\text{Non Performing Loan/Financing}}{\text{Total Credit Issued}} \times 100\%$$

Conceptual Framework



Hypotheses:

- H1: There is an effect of Liquidity (LDR) on Performance (ROA)
- H2: There is an NPL role in Liquidity (LDR) and Performance (ROA)
- H3: There is an effect of Liquidity (FDR) on the Performance (ROA) of Islamic Banks owned by BUMN Banks
- H4: There is a role of NPF on Liquidity (FDR) and Performance (ROA) of Islamic Banks owned by BUMN

III. METHODOLOGY AND DATA

This research uses associative research type. According to Ulum and Juanda (2016: 78) associative research is a type of research that aims to analyze the relationship between a variable with other variables. This study aims to determine the effect of Loan to Deposit Ratio (LDR) on Return On Assets (ROA) with Non Performing Loans (NPL) as a moderating variable in State-Owned Banks, and to determine the effect of Financing to Deposit Ratio (FDR) on Return On Assets (FDR) ROA) with Non Performing Financing (NPF) as a moderating variable in Islamic Banks owned by State-Owned Banks.

Types and Data Sources

The type of data used in this study is secondary data in the form of the publication of all semiannual and annual financial reports of BUMN and Sharia Banks owned by BUMN banks registered on the Indonesia Stock Exchange from 2014 to 2017.

Data collection technique

The data in this study were obtained using the documentation method which is data collection by collecting secondary data from financial statements that have been published on the Indonesia Stock Exchange from 2014 to 2017 and processed using SPSS 16.

Research Variables and Operational Definitions of Variables

This study uses three variables, namely:

1. Dependent variable

The dependent variable is the variable that is the center of attention of the researcher. By recognizing the dependent variable used in the research model, the nature of the problem can be seen. Based on the research title, the dependent variable is Return On Assets (Y).

$$\text{ROA} = \frac{\text{Profit before tax}}{\text{Average Total Assets}} \times 100\%$$

2. Independent variable

The independent variable is a variable that affects the dependent variable, both those that have positive or negative effects. Based on the research title, the independent variable is the Loan to Deposit Ratio (X1) at the BUMN Bank and Financing to Deposit Ratio (X1) at the Sharia bank owned by a BUMN bank.

Total Loans/Financing

$$\text{LDR} = \frac{\text{Total Loans}}{\text{Total Deposits}} \times 100\%$$

3. Moderator variables

The moderator variable is an independent variable that can strengthen or weaken the relationship between the independent variable and the dependent variable. Based on the research title, the moderator variable is the Non Performing

Loan (X2) factor in BUM banks and Non Performing Financing (X2) in Islamic banks owned by BUMN.

$$\text{NPL} = \frac{\text{Non Performing Loan/Financing}}{\text{Total Credit Issued}} \times 100\%$$

Data Analysis Method

The analytical method used in this study is a moderated regression analysis or MRA. The model used is multiple linear regression with the following formula:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + e$$

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 MH + \beta_3 X_1 MH + e$$

Information:

a = constanta

Y = dependen variable (ROA)

X_1 = independent variable (LDR / FDR)

MH = moderating variable (NPL / NPF)

$\beta_{1,2,3}$ = regression coefficient

IV. EMPIRICAL RESULTS

A. BUMN Bank

1. Descriptive Statistics

TABLE4 :
DESCRIPTIVE STATISTICS
BUMN BANK

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA	32	1.11	4.89	2.7203	1.04470
LDR	32	80.28	111.49	92.3944	9.49817
NPL	32	1.69	5.01	2.8253	.85106
Valid N (listwise)	32				

From the descriptive output in the table above it can be seen that:

1. N = 32 means the amount of data processed in this study is 32 consisting of four state-owned banks with four years of observation from the semi-annual financial statements using one independent variable namely the loan to deposit ratio (LDR), one moderating variable that is the non-performing loan ratio (NPL) and one dependent company performance that is measured using the ratio of return on assets (ROA).
2. Return On Assets (ROA) has a minimum value of 1.11 and a maximum value of 4.89 and an average value of 2.7203 with a standard deviation of 1.04470.
3. Loan to Deposit Ratio (LDR) has a minimum value of 80.28 and a maximum value of 111.49 and an average value of 92.3944 with a standard deviation of 9.49817.
4. Non Performing Loans (NPLs) have a minimum value of 1.69 and a maximum value of 5.01 and an average value of 2.8253 with a standard deviation of 0.85106.

2. Classical Assumption Testing Results

- a. Normality test
significance (sig) in the Kolmogorov-Smirnov test of research data of $0.642 > 0.05$, it can be concluded that the data are normally distributed and the assumptions of the normality test are met.
- b. Multicollinearity Test
The results of the calculation of tolerance values indicate that there are no variables that have a value smaller than 0.1, which means there is no correlation between independent variables. The calculation result of the Variance Inflation Factor (VIF) value also shows that each independent variable has no correlation with each other where the VIF value is more than 10. So it can be concluded that the regression model is free from multicollinearity.
- c. Autocorrelation Test
Durbin-Watson value of 0.827 which is greater than -2 and smaller than +2. Thus it can be concluded that there is no autocorrelation in this study.
- d. Heteroscedasticity Test
Based on the Scatterplot chart above, it appears that the points that spread are unclear and are spread both above and below the number 0 on the Y axis. This shows that there is no heteroscedasticity in the regression model.

3. Moderation Regression Analysis

- a. LDR Regression Analysis of ROA (Hypothesis 1)
R Square in the table above shows a value of 0.477 or 47.7%, meaning that only 47.7% of the ROA variable can be explained by the LDR variable, the remaining 53.3% is explained by other variables not analyzed in this study.
From the SPSS output table above we get the following regression equation:
$$Y = 9.739 - 0.076$$
T test, the regression analysis results above show that the LDR variable (X1) is -5,231 with a significant t 0,000 and a regression coefficient of -0,076, this shows that the LDR has a negative and significant effect on ROA.
- b. Moderation of the role of NPL on Liquidity (LDR) and Performance (ROA) (Hypothesis II)
R Square showed 0.477 or 47.7% to 0.711 or 71.1% in the second regression model, which increased by 0.234 or 23.4%. The R Square figure of 0.711 shows that only 71.1% of the LDR variable can be explained by the ROA variable, the remaining 29.9% is explained by other factors.

From the SPSS output table above we get the following regression equation:

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
FDR	32	71.87	116.58	90.1019	10.48183
NPF	32	.88	6.84	3.7316	1.83760
ROA	32	-.04	2.54	1.1722	.72986
Valid N (listwise)	32				

$$Y = 14.965 - 0.111 - 2.855 + 0.023 X1X2$$

From the regression analysis above, the LDR t-count is -2.289 with a significance of t of 0.030 (significant) meaning that the LDR has an effect on ROA and NPL -2,100 with a significance of t of 0.045 (significant) and the LDR * NPL variable (interaction between LDR and ROA variables) tcount of 1.591 with a significance of 0.123 (not significant) this means that the NPL variable is not a moderating factor in the relationship between LDR and ROA.

B. Sharia Banks Owned by BUMN Banks

1. Descriptive Statistics

TABLE5 :
DESCRIPTIVE STATISTICS
SHARIA BANK OWNED BY BUMN BANK

From the descriptive output in the table above it can be seen that:

1. N = 32 means the amount of data processed in this study is 32 consisting of four Islamic banks owned by state-owned banks with four years of observation from the semi-annual financial statements using one independent variable, namely the financing to deposit ratio (FDR), one moderating variable is the ratio non-performing financing (NPF) and one dependent one is company performance measured using the ratio of return on assets (ROA).
2. Return On Assets (ROA) has a minimum value of -0.4 and a maximum value of 2.54 and an average value of 1.1722 with a standard deviation of 0.72986.
3. Financing to Deposit Ratio (FDR) has a minimum value of 71.87 and a maximum value of 116.58 and an average value of 90,1019 with a standard deviation of 10.48183.
4. Non Performing Financing (NPF) has a minimum value of 0.88 and a maximum value of 6.84 and an average value of 3.7316 with a standard deviation of 1.83760.

2. Classical Assumption Testing Results

- a. Normality test
significance (sig) in the Kolmogorov-Smirnov test of research data amounting to $0.945 > 0.05$, it can be concluded that the data is normally distributed and the assumption of the normality test is fulfilled.
- b. Multicollinearity Test



The results of the calculation of tolerance values indicate that there are no variables that have a value smaller than 0.1, which means there is no correlation between independent variables. The calculation result of the Variance Inflation Factor (VIF) value also shows that each independent variable has no correlation with each other where the VIF value is more than 10. So it can be concluded that the regression model is free from multicollinearity.

c. Autocorrelation Test

Durbin-Watson value of 0.450 which is greater than -2 and smaller than +2. Thus it can be concluded that there is no autocorrelation in this study.

d. Heteroscedasticity Test

Based on the Scatterplot chart above, it is seen that the points that spread are unclear and scattered both above and below the number 0 on the Y axis. This shows that there is no heteroscedasticity in the regression model.

3. Moderation Regression Analysis

a. Analysis of FDR Regression on ROA (Hypothesis 1)

R Square in the table above shows a value of 0.399 or 39.9%, meaning that only 39.9% of the ROA variable can be explained by the FDR variable, the remaining 60.1% is explained by other variables not analyzed in this study.

From the SPSS output table above we get the following regression equation:

$$Y = -2,790 + 0.044$$

T test, the regression analysis results above show that the FDR variable (X1) is 4.461 with a significant t 0.000 and a regression coefficient of 0.044, this shows that the LDR has a positive and significant effect on ROA.

b. Moderation of the role of NPF on Liquidity (FDR) and Performance (ROA) (Hypothesis II)

Based on the first regression model, the R Square figure shows 0.399 or 39.9% to 0.784 or 78.4% in the second regression model, which increased by 0.385 or 38.5%. R Square figure of 0.784 shows that only 78.4% of the FDR variable can be explained by the ROA variable, the remaining 21.6% is explained by other factors.

From the SPSS output table above we get the following regression equation:

$$Y = -1.187 + 0.38 + 0.488 - 0.009 \text{ XIX}^2$$

From the regression analysis above, it is obtained that the FDR tcount is 0.551 with a significance of t equal to 0.042 (significant)

meaning that FDR has an effect on ROA and tcount NPL 1.1 with a significance t of 0.281 (not significant) and the FDR * NPL variable (interaction between the FDR variable with ROA) with tcount equal to -1,807 with a significance of 0.082 (not significant) this means that the NPF variable is not a moderating factor in the relationship between FDR and ROA.

V. CONCLUSIONS AND SUGGESTION

Conclusion

1. BUMN Bank:

- a. LDR has a significant negative effect on ROA. So the higher the LDR (Loan to Deposit Ratio), the lower the ROA (Return on Assets).
- b. The NPL variable is not a moderator between LDR and ROA. Therefore, if the NPL (Non Performing Loan) value in a bank is high or low, it will not affect the LDR (Loan to Deposit Ratio) and ROA (Return On Asset).

2. Islamic Banks Owned by BUMN Banks:

- a. FDR has a significant positive effect on ROA. So the higher the FDR (Financing to Deposit Ratio), the higher the ROA (Return on Assets).
- b. The NPL variable is not a moderator between FDR and ROA. So, if the NPF (Non Performing Financing) value in a bank is high or low, it will not affect the FDR (Financing to Deposit Ratio) and ROA (Return On Asset).

Suggestion

1. Further research can be done using other samples.
2. Future studies can add other independent variables, using a long time series and can test with different models in order to be able to reprove the hypothesis in this thesis.

REFERENCES

- [1] D. Rezaldy, "Analisis tingkat kesehatan bank umum syariah (BNI Syariah, BRI Syariah, BTN Syariah, Bank Syariah Mandiri) periode triwulan I tahun 2016–triwulan II tahun 2017 menggunakan metode Risk-Based Bank Rating (RBBR) dalam menjaga eksistensi dan profesionalitas perbankan syariah," UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018.
- [2] Y. Y. Perwira and E. Setiawati, "Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Perbankan Syariah Dengan Perbankan Konvensional (Studi Kasus pada BNI Syariah, BRI Syariah, Bank Mandiri Syariah–BNI Konvensional, BRI Konvensional, Bank Mandiri Konvensional Periode Tahun 2011-2014)," Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015.
- [3] R. Indonesia, "Undang-undang Nomor 19 Tahun 2003 Tentang Badan Usaha Milik Negara,"

Jakarta: Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan, 2007.

- [4] S. Syofyan, "Pengaruh Struktur Pasar terhadap Kinerja Perbankan di Indonesia," *Media Riset Bisnis & Manajemen*, vol. 2, no. 3, pp. 194-219, 2002.
- [5] D. Siamat, *Manajemen Lembaga Keuangan. "Kebijakan Moneter dan Perbankan"*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2005.
- [6] F. Peryanto, "Pengaruh Capital Adequacy Ratio (CAR) dan Financing to Deposit Ratio terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah (Study pada Bank Umum Syariah Tahun 2008-2012)," 2012.
- [7] N. N. K. D. Paramitha, I. W. Suwendra, and F. Yudiatmaja, "Pengaruh Risiko Kredit dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Perbankan yang Go Public Periode 2010-2012," *Jurnal Jurusan Manajemen*, vol. 2, no. 1, 2014.
- [8] M. R. Anggreni and M. S. Suardhika, "Pengaruh Dana Pihak Ketiga, Kecukupan Modal, Risiko Kredit Dan Suku Bunga Kredit Terhadap Profitabilitas Bank BUMN Tahun 2010-2012," *E-Jurnal Akuntansi*, pp. 27-37, 2014.
- [9] S. W. Mokoagow and M. Fuady, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas Bank Umum Syariah di Indonesia," *EBBANK*, vol. 6, no. 1, pp. 33-62, 2015.
- [10] E. S. Wibowo and M. Syaichu, "Analisis pengaruh suku bunga, inflasi, car, bopo, npf terhadap profitabilitas bank syariah," *Diponegoro Journal of Management*, vol. 2, no. 2, pp. 10-19, 2013.
- [11] S. Muliawati, "Faktor-faktor penentu profitabilitas bank syariah di Indonesia," UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG, 2015.
- [12] D. DEFRI, "Pengaruh Capital Adequacy Ratio (CAR), Likuiditas dan Efisiensi Operasional Terhadap Profitabilitas Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI," *Jurnal Manajemen*, vol. 1, no. 01, 2013.
- [13] D. Puspitasari, "Analisis pengaruh CAR, NPL, PDN, NIM, BOPO, LDR, dan suku bunga SBI terhadap ROA (Studi pada bank devisa Di Indonesia periode 2003-2007)," program Pascasarjana Universitas Diponegoro, 2009.
- [14] A. Y. A. Badan and H. S. Lestari, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Profitabilitas Bank Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia," in *PROSIDING SEMINAR NASIONAL CENDEKIAWAN*, 2016.
- [15] K. W. Sukarno and M. Syaichu, "Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja Bank umum di Indonesia," *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, vol. 3, no. 2, pp. 46-58, 2006.
- [16] B. S. Sari Ayu Widowati, "PENGARUH RASIO KEUANGAN TERHADAP PROFITABILITAS PERBANKAN DI INDONESIA," *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*, 2015.
- [17] (1998). *Undang Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan*.
- [18] (2011). *Surat Edaran Bank Indonesia Nomor 13/24/DPNP Perihal*

Penilaian Tingkat Kesehatan Bank Umum.

- [19] I. Ulum, "A, Juanda. 2016," *Metode Penelitian Akuntansi; Klinik Skripsi*.
- [20] www.bri.co.id.
- [21] www.bni.co.id, ed.
- [22] www.btn.co.id, ed.
- [23] www.bankmandiri.co.id, ed.
- [24] www.idx.co.id, ed.



Peran Non Performing Financing terhadap Profitabilitas Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Sumatera Barat dengan Inflasi sebagai Variabel Moderasi

Muhammad Zulkarnain
Program Studi Magister Ekonomi Syariah
Institut Agama Islam Negeri
Bukittinggi, Indonesia
muhammadzulkarnain1002@gmail.com

Hesi Eka Puteri
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri
Bukittinggi, Indonesia
hesiekaputeri@gmail.com

Heliyani
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi
Haji Agus Salim
Bukittinggi, Indonesia
heliyani_isn@yahoo.co.id

Abstrak-Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran *Non Performing Financing* (NPF) terhadap Profitabilitas Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Sumatera Barat dengan Inflasi sebagai variabel moderasi. Populasi penelitian ini adalah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) yang terdaftar pada Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada periode tahun 2015-2018. Sampel penelitian diambil dengan cara *purposive sampling*, sehingga diperoleh sampel 7 BPRS yang ada di Sumatera Barat. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode regresi data panel (*pooled data*) yang merupakan gabungan dari data *cross section* dan data *time series* dengan menggunakan *Software Eviews8*. Hasil analisis menunjukkan *Non Performing Financing* (NPF) memiliki hubungan negatif dan signifikan terhadap Profitabilitas (ROA) BPRS di Sumatera Barat, Inflasi tidak terbukti memperlemah peran NPF terhadap Profitabilitas BPRS di Sumatera Barat pada periode tahun 2015-2018.

Kata Kunci : NPF, Inflasi, Profitabilitas, BPRS.

I. PENDAHULUAN

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) sebagai salah satu Lembaga Keuangan Mikro formal yang ada di Indonesia, berkomitmen untuk memberikan jalur kemudahan dalam mendapatkan modal bagi pengusaha kecil dan mikro, serta masyarakat berpenghasilan rendah yang tidak terlayani oleh bank-bank komersial. Hal ini sejalan dengan Ledgerwood [1] yang menyebutkan bahwa Lembaga Keuangan Mikro (*microfinance*) adalah sebagai Penyedia Layanan Keuangan bagi pengusaha kecil dan mikro serta berfungsi sebagai alat pembangunan bagi masyarakat pedesaan.

Sebagai Lembaga Keuangan Mikro, dalam operasionalnya BPRS dituntut untuk mencapai target kinerja keuangan yang sehat dan baik, terutama yang berhubungan dengan profitabilitas. Menurut Kasmir [2] menyebutkan, bank yang sehat adalah bank yang profitabilitasnya terus meningkat. Karena, Profitabilitas digunakan untuk mengukur efektifitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian dari pembiayaan dan investasi. Sehingga, penilaian kinerja keuangan pada BPRS sangat penting agar dapat memberikan kepercayaan kepada deposan dan investor guna menyimpan dananya.

Penilaian profitabilitas pada umumnya dilakukan dengan menggunakan rasio *Return On Asset* (ROA), karena Bank Indonesia lebih mementingkan penilaian besarnya profitabilitas (laba) berdasarkan rasio ROA. Rasio ROA dapat mengukur efektifitas bank di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan modal yang dimilikinya.

Perdebatan dalam upaya untuk mencapai tingkat profitabilitas yang maksimal selalu dikaitkan dengan adanya resiko pembiayaan bermasalah atau *Non Performing Financing* (NPF) pada suatu bank. Hasil penelitian tentang keterkaitan antara NPF dengan Profitabilitas (ROA) telah dilakukan Armereo [3] dan Almunawwarah dan Marlina [4] yang menyatakan bahwa NPF berpengaruh negatif terhadap ROA, yang berarti bahwa semakin tinggi pembiayaan bermasalah (NPF) akan berdampak pada semakin rendahnya laba (ROA) bank. Sebaliknya, semakin rendah pembiayaan bermasalah (NPF) akan berdampak pada semakin tingginya laba (ROA) bank.

Sedangkan hasil berbeda ditunjukkan penelitian yang dilakukan oleh Rahmi dan Anggraini [5], Mulyati dan Khoiruddin [6], dan Husaeni [7] yang menyatakan bahwa NPF berpengaruh positif terhadap ROA, yang berarti bahwa semakin tinggi pembiayaan bermasalah (NPF) akan berdampak pada peningkatan laba (ROA) bank. Sebaliknya, semakin rendah pembiayaan bermasalah (NPF) akan berdampak pada penurunan profitabilitas bank.

Adanya hasil penelitian yang tidak konsisten antara peran NPF terhadap profitabilitas bank tersebut, diduga ada pengaruh inflasi yang menyebabkannya. Karena inflasi adalah kenaikan harga-harga barang dan jasa secara terus-menerus dalam periode tertentu, atau dikatakan jugamenurunnya nilai mata uang terhadap barang dan jasa. Sehingga mempengaruhi NPF terhadap profitabilitas BPRS.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sufian [8], Chowdhury dan Rasid [9], dan Islam & Nishiyama [10] yang menyatakan bahwa Inflasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas bank. Artinya, semakin tinggi inflasi akan berdampak pada peningkatan laba bank. Sebaliknya, semakin rendah inflasi akan berdampak pada penurunan laba bank. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Dwijyanthy dan Naomi [11] menyatakan bahwa Inflasi berpengaruh negatif terhadap profitabilitas bank. Inflasi yang tinggi menyebabkan ketidakstabilan makro yang mengakibatkan meningkatnya resiko bank dan selanjutnya berdampak pada profitabilitas bank.

Berdasarkan uraian-uraian di atas, maka penelitian ini penting dilakukan, karena terdapat adanya hasil yang tidak konsisten tentang peran NPF terhadap profitabilitas (ROA) bank, seperti hasil-hasil penelitian yang telah disebutkan di atas. Tujuan kajian ini adalah untuk mengestimasi peran NPF sebagai variabel independen dan inflasi sebagai variabel moderasi peran NPF terhadap Profitabilitas BPRS di



Sumatera Barat. Untuk itu, penulis menggunakan metode regresi data panel (*pooled data*) untuk menguji variabel-variabel tersebut.

II. METODE

A. Data

Populasi dalam penelitian ini adalah semua BPRS yang ada di Provinsi Sumatera Barat pada tahun 2018 yang berjumlah sebanyak 7 BPRS. Sampel penelitian adalah semua BPRS yang merupakan populasi dari penelitian ini yang dipilih dengan cara *purposive sampling*. Data penelitian adalah data panel per triwulanan dari tahun 2015 sampai dengan 2018 yang diperoleh dari situs www.ojk.go.id yang merupakan website Otoritas Jasa Keuangan dan situs www.bi.go.id yang merupakan website Bank Indonesia.

B. Variabel Penelitian

Variabel penelitian terdiri dari tiga variabel, yaitu pertama Profitabilitas yang diwujudkan dalam bentuk *Return On Assets* (ROA) merupakan variabel dependen yang dipengaruhi oleh variabel lain, kedua *Non Performing Ratio* (NPF) merupakan variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen, dan ketiga Inflasi sebagai variabel moderasi yang merupakan variabel independen yang akan memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel NPF terhadap variabel ROA.

C. Metode Analisis

Penelitian ini akan mengestimasi peran NPF terhadap Profitabilitas BPRS dan Inflasi sebagai variabel moderasi peran NPF terhadap Profitabilitas BPRS di Sumatera Barat dengan menggunakan metode regresi data panel (*pooled data*) yang merupakan gabungan dari data *cross section* dan data *time series* dengan *software* Eviews 8.berdampak pada profitabilitas bank.

Untuk mengestimasi variabel-variabel tersebut digunakan model persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3 X_1X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen (Profitabilitas)

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X₁ = Variabel dependen 1 (NPF)

X₂ = Variabel dependen 2 (Inflasi)

X₁X₂= Moderasi antara NPF dengan Profitabilitas

e = Residual

Agus Widarjono [12] menyebutkan bahwa dalam metode estimasi model regresi data panel, menggunakan tiga model, pertama *CommonEffect Model* (CEM) merupakan suatu model estimasi regresi data panel yang paling sederhana dengan asumsi *intersep* dan koefisien regresi (*slope*) yang konstan antar waktu dan *crosssection*. Kedua *FixedEffect Model* (FEM) merupakan cara estimasi data panel dengan menggunakan variabel *dummy* untuk menangkap perbedaan antar perusahaan, namun intersepnya konstan antar waktu. Dan ketiga *RandomEffect Model* (REM) merupakan metode estimasi model regresi data panel dengan asumsi bahwa

koefisien regresi (*slope*) konstan dan *intersep* berbeda antar waktu dan antar individu (*randomeffect*).

Dari tiga model yang telah diestimasi tersebut, dipilih model yang paling tepat untuk tujuan penelitian ini dengan melakukan tiga uji, pertama *Chow Test* (*F Test*) yaitu untuk memilih model mana yang terbaik antara CEM dan FEM, kedua *Hausman Test* yaitu untuk memilih model mana yang terbaik antara FEM dan REM, dan ketiga *Lagrange Multiplier Test* yaitu untuk memilih model mana yang terbaik antara CEM dan REM.

III. HASIL

Berdasarkan hasil pemilihan model estimasi data panel dengan *Uji Chow* dan *Uji Hausman*, maka model estimasi yang terpilih pada penelitian ini adalah *Random Effect Model* (REM), dengan hasil sebagai berikut :

TABEL 1. RANDOM EFFECT MODEL

Dependent Variable: Y				
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)				
Date: 09/14/19 Time: 09:11				
Sample: 2015Q1 2018Q4				
Periods included: 16				
Cross-sections included: 7				
Total panel (balanced) observations: 112				
Swamy and Arora estimator of component variances				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.142822	0.467346	4.585083	0.0000
X1	-0.054559	0.021195	-2.574113	0.0114
X2	0.068733	0.066576	1.032410	0.3042
X1X2	-0.006071	0.003220	-1.885362	0.0621
Effects Specification				
		S.D.	Rho	
Cross-section random			0.804347	0.5778
Idiosyncratic random			0.687598	0.4222
Weighted Statistics				
R-squared	0.375512	Mean dependent var	0.265198	
Adjusted R-squared	0.358166	S.D. dependent var	0.850375	
S.E. of regression	0.681275	Sum squared resid	50.12659	
F-statistic	21.64727	Durbin-Watson stat	1.681800	
Prob(F-statistic)	0.000000			
Unweighted Statistics				
R-squared	0.582539	Mean dependent var	1.268929	
Sum squared resid	91.72915	Durbin-Watson stat	0.923071	

Sehingga persamaan regresinya menjadi :

$$Y = 2,1428 - 0,0546 X_1 + 0,0687 X_2 - 0,0061 X_1X_2 + e$$

(Sign.=0,0114) (Sign.=0,3042)(Sign.=0,0621)

Dari persamaan regresi tersebut, dapat diketahui bahwa nilai konstanta (a) adalah sebesar 2,1428 yang berarti tanpa adanya variabel NPF (X₁), dan Inflasi (X₂) maka nilai dari ROA (Y) adalah tetap, yaitu bernilai 2,1428. Koefisien regresi NPF (X₁) sebesar -0,0546 yang berarti jika tingkat NPF meningkat sebesar 1 satuan, maka akan menyebabkan penurunan ROA sebesar 0,0546 dengan asumsi variabel lainnya dianggap tetap.

Koefisien regresi Inflasi (X₂) sebesar 0,0687 yang berarti jika tingkat Inflasi meningkat sebesar 1 satuan, maka akan menyebabkan kenaikan ROA sebesar



0,0687 dengan asumsi variabel lainnya dianggap tetap demikian juga sebaliknya.

Sedangkan koefisien regresi X_1X_2 yang merupakan variabel Inflasi sebagai pemoderasi peran NPF terhadap ROA bernilai - 0,0061 (negatif) dengan signifikansi sebesar 0,0621 yang berarti bahwa variabel Inflasi memperlemah peran NPF terhadap profitabilitas dan tidak signifikan, karena nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 ($0,0621 > 0,05$).

IV. DISKUSI

A. Koefisien determinasi

Nilai koefisien determinasi (R^2) yang ditunjukkan oleh nilai *Adjusted R-squared* adalah sebesar 0,358166 (35,82 %). Artinya secara simultan besarnya pengaruh variabel NPF (*Non Performing Financing*) dan Inflasi terhadap variabel ROA adalah sebesar 35,82 %, sedangkan sisanya sebesar 64,18 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

B. Peran NPF terhadap Profitabilitas

Hasil penelitian tentang peran NPF terhadap profitabilitas BPRS ini, dilakukan dengan pendekatan *Random Effect Model* (REM). Variabel *Non Performing Financing* (NPF) memiliki nilai koefisien negatif sebesar - 0,0546 dan nilai signifikansinya (Prob.) adalah 0,0114 (Signifikansi $< 0,05$). Artinya, *Non Performing Financing* (NPF) memiliki hubungan negatif dan signifikan terhadap profitabilitas (ROA) BPRS di Sumatera Barat pada periode tahun 2015-2018. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Almunawwarah dan Marliana [4] yang menyatakan bahwa *Non Performing Financing* (NPF) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas (ROA)..

Hasil ini menunjukkan, semakin tinggi pembiayaan murabahah, mudharabah, dan musyarakah yang bermasalah (NPF) akan berdampak pada semakin rendahnya laba (ROA) Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) di Sumatera Barat. Sebaliknya, pembiayaan yang disalurkan BPRS, berpotensi menimbulkan pembiayaan murabahah, mudharabah, dan musyarakah yang bermasalah. Pembiayaan bermasalah ini dapat dilihat dari rasio *Non Performing Financing* (NPF). Sehingga apabila pembiayaan murabahah, mudharabah, dan musyarakah yang bermasalah semakin kecil, maka akan meningkatkan laba yang diperoleh Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dan akan meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk menyimpan uangnya di BPRS.

C. Inflasi sebagai Variabel Moderasi Peran NPF terhadap Profitabilitas

Inflasi sebagai variabel moderasi peran *Non Performing Financing* (NPF) terhadap Profitabilitas BPRS di Sumatera Barat pada periode tahun 2015-2018, digambarkan pada koefisien dari X_1X_2 (NPF_Inflasi) yang nilainya negatif 0,006 dengan signifikansi sebesar 0,0621 ($0,0621 > 0,05$). Artinya, Inflasi memperlemah peran *Non Performing Financing* (NPF) terhadap Profitabilitas (ROA) BPRS di Sumatera Barat pada periode tahun 2015-2018, sehingga adanya inflasi tidak menguntungkan bagi BPRS di Sumatera Barat.

Hasil ini juga menunjukkan bahwa *Non Performing Financing* (NPF) yang merupakan rasio perbandingan antara jumlah pembiayaan yang bermasalah dengan jumlah pembiayaan yang disalurkan BPRS dan digunakan untuk mengukur kemampuan BPRS dalam mengukur resiko kegagalan pengembalian pembiayaan oleh debitur [13], mempunyai pengaruh negatif terhadap terhadap profitabilitas BPRS dengan koefisien regresi sebesar - 0,0546. Hal ini berarti bahwa semakin besar rasio NPF (pembiayaan bermasalah) akan mengakibatkan semakin kecil laba yang akan diperoleh BPRS. Resiko pembiayaan murabahah, mudharabah, dan musyarakah yang bermasalah atau kesulitan pengembalian pembiayaan oleh debitur dengan nilai yang besar dapat mengakibatkan terganggunya kinerja BPRS. Besarnya pembiayaan murabahah, mudharabah, dan musyarakah yang bermasalah ini akan menyebabkan munculnya pencadangan dana yang lebih besar, karena besarnya NPF (pembiayaan bermasalah) mengakibatkan terhambatnya penyaluran pembiayaan BPRS, sehingga berdampak pada profitabilitas bank.

V. KESIMPULAN

Non Performing Financing (NPF) memiliki hubungan negatif dan signifikan terhadap Profitabilitas (ROA) BPRS di Sumatera Barat pada periode tahun 2015-2018. Sedangkan variabel Inflasi terbukti memperlemah pengaruh *Financing to Deposit Ratio* (FDR) dan *Non Performing Financing* (NPF) terhadap Profitabilitas (ROA) BPRS di Sumatera Barat pada periode tahun 2015-2018.

REFERENSI

- [1] J. Ledgerwood, *Microfinance Handbook An Institutional and Financial Perspective*. Washington DC : The World Bank, 1999.
- [2] Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Cetakan ke-12. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2013.
- [3] C. Armereo, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Profitabilitas Bank Syariah yang terdaftar di BEI," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, Vol. 06, No. 02, pp. 48-56, Desember 2015.
- [4] M. Almunawwarah dan R. Marliana, "Pengaruh CAR, NPF, dan FDR Terhadap Profitabilitas Bank Syariah di Indonesia," *Amwaluna*, Vol. 2, No. 1, pp. 1-17, Januari 2018.
- [5] N. Rahmi dan R. Anggraini, "Pengaruh CAR, BOPO, NPF, dan CSR Disclosure terhadap Profitabilitas Perbankan Syariah," *Jurnal Ilmiah Wahana Akuntansi*, Vol. 8, No. 2, pp. 171-187, 2013.
- [6] S. Muliawati dan M. Khoiruddin, "Faktor-Faktor Penentu Profitabilitas Bank Syariah di Indonesia," *Management Analysis Journal*, Vol. 4, No. 1, pp. 39-49, 2015.
- [7] U. A. Husaeni, Analisis Pengaruh Dana Pihak Ketiga dan Non Performing Financing Terhadap Return On Asset pada BPRS di Indonesia, (*Equilibrium : Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 5, No. 1, pp. 1-16, 2017).
- [8] F. Sufian, "Factors Influencing Bank Profitability in a Developing Economy : Empirical Evidence from Malaysia," *Global Business Review*, Vol. 10, Issue 2, 2009.
- [9] M. A. F. Chowdhury dan M. E. S. M. Rasid, "The determinants of the profitability of Islamic banks: a cross-sectional study from Asia and Africa," *International Journal of Business and Globalisation* (IJBG), Vol. 15, No. 3, 2015.
- [10] M. S. Islam & S. I. Nishiyama, "The Determinants of Bank Profitability: Dynamic Panel Evidence from South Asian Countries," *Journal of Applied Finance & Banking*, Vol. 6, No. 3, 2016.
- [11] F. Dwijayanthi dan P. Naomi, "Analisis Pengaruh Inflasi, BI Rate, dan Nilai Tukar Mata Uang terhadap Profitabilitas Bank Periode 2003-2007," *Karisma*, Vol. 3, No. 2, pp. 87-98, 2009.

[12] A. Widarjono,
EkonometrikadanAplikasinya.EdisiKetiga.Yogyakarta:Ekonisia,
2009.

[13] Mabruroh, “*Manfaat Pengaruh Rasio Keuangan dalam Analisis Kinerja Keuangan Perbankan,*” *Benefit*, Vol. 8,No. 1, Juni 2004

Online and Offline Consumer Behavior on Market Segment Preference during Ramadhan 2019

DR. Jerry Heikal, ST, MM
Lecturer Magister Management
STIE HAgus Salim- Bukittinggi, Indonesia
jerry.heikal@gmail.com

Abstract—The study tries to recognize the market

segments preference based on the channel of online vs offline for their purchase during Ramadhan 2019 festive in Indonesia. Observations of online and offline buyers preference is evaluated to see how the value of market segment constructed both channels. It is to recognize which market segment most influence online and offline shopping choice. Consumer shop where they want, where they are comfortable with the products and the choice of their shopping. The study finds that refer to transactions, Travel Services, Department Store and Transportation are more into Online shopping and Food Grocery, restaurant, Department Store are more into Offline. Those online market segment can be quantified as potential market segments for future Sharia Business start-up using digital platform. Within the last two years population are more aware of the technology where the online shopping increased exponentially. The millennial are more likely to shop online since they are more aware of the digital technology.

Keywords—Sharia Business, shopping behavior, market segments, Ramadhan, online, offline

I. INTRODUCTION

Earlier studies shown that if companies know the insight of the customer preference, they could identify on how customer interpret and receive information which will affect their purchasing decision. Review findings identify that different market segment have different effect on customer behavior across online and offline channel. Aron M Levin et.al. (2005) found that when attributes such as large selection and time constraint are predominant, online shopping was preferred. When attribute such as personal service and ability to see, touch and handle the product are dominant, offline shopping was preferred. Tony Ahn, Seewon Ryu and Ingoo Han (2004), explored online and offline features of internet shopping malls and their relationships with the acceptance behavior of the customers. Danaher, Wilson and Davis (2003) found that high market share brand enjoy loyalty advantage in the online store, while low market share brand enjoy greater brand loyalty in the offline store. Yaobin Lu et.al. (2011), focused on factors that influence user's intention to switch their usage from offline to online channel that offer similar services. Junhong Chu et.al. (2010) found that the online offline differences in brand loyalty, size loyalty and price sensitivity were larger for food products.

This paper makes an attempt to study different dimensions of Online and Offline Consumer Behavior which are market segments. This study can be used to provide an overview and references on some conceptual and practical work undertaken in the organizational level. This study can enable identify and measure some market segment

preference associated with Online and Offline consumer behavior.

II. OBJECTIVE

a. *To understand the basic concept of Online and Offline behavior*

Before we address the market segment preference, we will need to address online and offline channel to better understand the shopper's channel

b. *To Study the different market segment of Online and Offline consumer behavior*

To develop online or offline sharia business, we need to better understand the potential market segment that is highly needed by the customer. This group of market segment is commonly known the target market segment or target product.

c. *To provide suitable suggestion to stakeholders*

After we identify the preference of market segment during Ramadhan, we can suggest the stakeholder to enhance the appropriate market segment with all the Customer Value Proposition for payment method such as Sharia Debit Card, Sharia Credit Card or Sharia Wallet.

III. METHODOLOGY

This research is based upon secondary data crawling from several websites during Ramadhan festive in 2019.

a. *Channels*

In this study, channels are divided into 2 categories.

- Online Payment is also called ECI (Electronic Commerce) occurs when customer funds are transferred to merchants electronically which involves computer networks, internet and digital store.
- Offline Payment is also called Face-to-Face transaction that uses Debit Card or Credit Card in the merchant POS machine.

b. *Market Segments*

The market segments are divided into 20 categories encompassed of travel, department stores, airlines, retail services, food grocery, transportation, insurance, electronics, pharmacies, telecom, hotel, entertainment, apparel, home improvement, retail goods, automotive, restaurants, quick service restaurant, health and vehicle rental.

c. Ratios

In this study, ratios are divided into 3 categories.

- Spend Uplift is the spend for a customer for the year divided by the index average spend of all market segment. The objective is to identify the market segment with high potential for Spend uplift.
- Transaction Uplift is the number of transactions in the segment divided by the index average transaction for all segment. The objective is to identify the potential market segment for the transaction uplift.
- Average Ticket Size uplift is the ticket size of the market segment divided by index average ticket size of all market segment. The objective is to identify high potential market segment for ticket size uplift.

IV. CONCLUSION

The result of the research of the Online vs Offline consumer behavior during Ramadhan shows that there were significant differences between consumers attracted to purchase online vs offline.

a. Online

Travel Service, Department Store and Transportation is the online market segment preference during Ramadhan.

- i. *Transaction:* Travel service, Department Store and Transportation has the highest transaction for online customer during Ramadhan.
- ii. *Volume:*Travel Service, Department Store and Airlines has the highest volume during Ramadhan since the ticket size is quite high during the season.
- iii. *Spend per Customer Uplift:* Airline, Travel Service and Discount Store has the highest spend uplift compare to the market.
- iv. *Transaction per Customer Uplift:* Transportation, Electronics and Food Grocery has the highest transaction uplift during Ramadhan Indonesia custom is to go to their city of origin during Idul Fitri..
- v. *Ticket Size Uplift :*Airlines, Travel Services and Discount Store has the highest uplift on ticket size for online customer during Ramadhan.

For Merchants, the above market segments can address potential online sharia business Start Up accordingly with the objectives.

For Banks and Wallet, we can offer Customer Value proposition which cover the above market segments for the online type of customer base on the objectives.

b. Offline

Food & Grocery, restaurant, Department Stores are the online market segment preference for muslim during Ramadhan.

- i. *Transaction:* Food Grocery, Restaurant and Department Store has the highest transaction for online customer during Ramadhan.
- ii. *Volume:*Food Grocery, Apparel and Department Store has the highest volume during Ramadhan since the ticket size is quite high during the season.

- iii. *Spend per Customer Uplift:* Home improvement, Retail Goods and Fuel has the highest spend uplift compare to the market.
- iv. *Transaction per Customer Uplift:* Food Grocery, Restaurant and Department Store has the highest TPC uplift during Ramadhan.
- v. *Ticket Size Uplift :*Fuel, Home improvement and Retail Goods has the highest Ticket Size uplift for offline customer during Ramadhan.

For Merchants, the above market segments can also address potential offline sharia business accordingly with the objectives.

For Banks and Wallet, we can offer Customer Value proposition which cover the above market segments for the offline type of customer accordingly with the objectives.

c. Figures and Tables

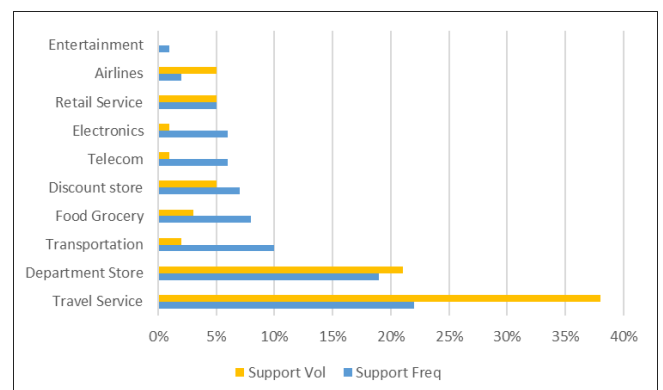
1. Online:

TABLE I. TOP 10 ONLINE MARKET SEGMENT DURING RAMADHAN

No	Online					
	Market Segment	Trx	Vol	SPC Uplift	TPC Uplift	TS Uplift
1	Travel Service	22%	38%	1.62	1.0	1.62
2	Department Store	19%	21%	0.94	0.91	1.03
3	Transportation	10%	2%	0.46	2.21	0.21
4	Food Grocery	8%	3%	0.43	1.11	0.39
5	Discount store	7%	5%	1.44	0.93	1.56
6	Telecom	6%	1%	0.12	0.9	0.13
7	Electronics	6%	1%	0.25	1.26	0.2
8	Retail Service	5%	5%	0.85	0.98	0.86
9	Airlines	2%	5%	2.33	0.68	3.43
10	Entertainment	1%	0%	0.15	0.58	0.26

^{a.} Top 10 market segment for online shopping

Fig. 1. Online Market Segment Support Vol vs Support Trx



2. Offline:

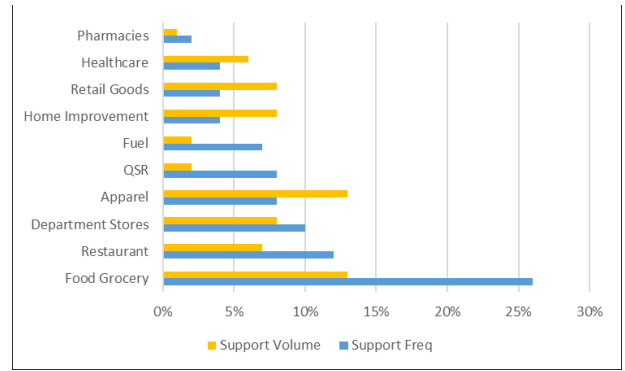
TABLE II. TOP 10 OFFLINE MARKET SEGMENT DURING RAMADHAN

No	Offline					
	Market Segment	Trx	Vol	SPC Uplift	TPC Uplift	TS Uplift
1	Food Grocery	26%	13%	0.68	1.31	0.52
2	Restaurant	12%	7%	0.66	1.07	0.62
3	Department Stores	10%	8%	0.83	1.06	0.78
4	Apparel	8%	13%	1.33	0.91	1.46
5	QSR	8%	2%	0.25	0.95	0.26
6	Fuel	7%	2%	1.55	0.76	2.05
7	Home Improvement	4%	8%	1.71	0.84	2.04
8	Retail Goods	4%	8%	1.55	0.76	1.61
9	Healthcare	4%	6%	1.30	0.87	1.49
10	Pharmacies	2%	1%	0.43	0.78	0.55

^{b.} Top 10 market segment for offline shopping

^{c.}

Fig. 2. Offline market segment Support Vol vs Support Trx



REFERENCES

Aron M. Levin, Irwin P. Levin, Joshua A. Weller, (2005). “ A Multi-Attribute of Analysis of Preferences for Online and Offline Shopping: Differences across Products, Consumers and Shopping Stages”, Journal of Electronic Commerce Research, Vol 6, No. 4

Junhong Chu, Marta Arce, Jose Calvo & Pradeep K. Chintagunta (2010), “An Empirical Analysis of Shopping Behavior across Online and Offline Channels for Grocery Products: The Moderating affects of Hushold and Product Characteristic”. Journal of Interactive Marketing 24.pp251268.

Kar, M (2010), Consumer Behavior over the last 25 years, Oxirm Research Themes, Oxford Institute of Retail Management, The retail digest, pp 46-53.

Koo, Dong-Mo, and Ji-Hoon Lee (2011), “Inter-relationships among dominance, energetic and tense arousal and pleasure and differences in their impacts under online vs offline environment”. Computer in Human Behavior 27.5 pp- 1740-1750

Encouraging Sharia Financing Banks to Achieve SDGs through Poverty Alleviation

Putri Ayu
 Faculty of Economics
 Andalas University
 Payakumbuh, Indonesia
 putri.ayu@mail.ugm.ac.id

Achmad Rifa'i
 Directorate of Macro Planning and
 Statistical Analysis
 Ministry of National Development
 Planning
 Jakarta, Indonesia
 achmadrifai186@gmail.com

Listiono
 Faculty of Islamic Studies
 Muhammadiyah University of
 Yogyakarta
 Yogyakarta, Indonesia
 listio.tl@gmail.com

Abstract— Poverty is a challenge that must be encountered by every country in the world. Therefore, it is not surprising that poverty issues occupy the first goal out of the 17 Goals in the SDGs framework. Although, in general, the trend of poverty in Indonesia continues to decline, it turns out that the indication of a more acute poverty level is still difficult to alleviate. Poverty index is reflected by the poverty severity index and poverty gap index. In this case, Islamic financing provides a more inclusive concept of poverty alleviation. The results of estimation using panel data from 32 provinces during 2014-2018 in Indonesia reveal empirically that Islamic financing contributes to poverty alleviation programs through the financing of productive working capital. Hence, the financing made by Islamic banking has greatly supported to achieve the SDGs Goal 1: No Poverty. However, the achievement of Islamic banking needs to be expanded to reach the lowest point of people suffering from poverty through financing and assisting productive economic activities.

Keywords—Financing, Islamic Banking, SDGs, Poverty, Data Panel

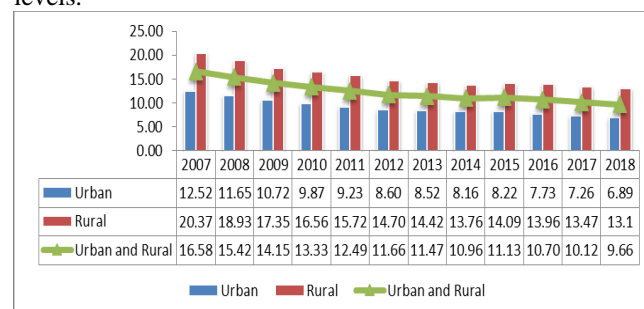
I. INTRODUCTION

The issue of poverty has always been a topic discussed in both developed and developing countries. This is because poverty is the beginning of all the vicious circles that make economy become not inclusive due to uneven growth excess. The poverty that afflicts society is very likely to continue to be inherited to the next generation. In addition, poverty also makes it difficult for society to access various basic facilities such as food, education, health, and social security which then causes poverty requiring a multi-dimensional approach in terms of policy. As a result, the community will continue to be a poor community endlessly. It is not surprisingly, that the issue of poverty occupies Goal 1 both in the era of the Millennium Development Goals (MDGs) and the Sustainable Development Goals (SDGs). It just reinforces that after the MDG era, poverty is still the main enemy of every country so that the struggle against poverty continues in the SDGs era as the main target.

Furthermore, Sirageldin (2000) explained that poverty is a complex phenomenon and this has survived at various levels in society and communities throughout the world since recorded history, regardless of available resources,

developmental stages, and technological levels, social or cultural structures. This strengthens that even in the most advanced era, the issue of poverty surely emerges. However, each country has different characteristics of poverty. In developing countries, like Indonesia, poverty has always been a top priority for every government program. It can be inferred that the success of a government is assessed from the indicator of poverty alleviation.

Furthermore, poverty is identical to low-income people who are unable to reach basic needs and result in low productivity because they do not have capital either financial or skillful capital. Judging from its location, poverty is divided into two, namely at the urban and rural levels.



Source: Central Bureau of Statistics (proceed)

Fig. 3. Percentage of Poverty in Indonesia 2007-2018

Figure 1 shows Indonesia's efforts to reduce poverty significantly. In 2007, the national poverty rate was at a rate of 16.58 percent of the total population. With various poverty alleviation programs such as Direct Cash Assistance (BLT), Poor Rice (Raskin), Expectation Health Program (PKH) and so on, the poverty rate was successfully suppressed into a single digit in 2018 at 9.66 percent. Nonetheless, if we look further, it is clear that the single digit decline in poverty at the national level is not followed by a significant decrease in the rural level. Even in the last 5 years, the magnitude of the decline in poverty levels in the rural level was quite low and stagnant at around 13 percent. It is very different from the decline in the poverty rate in the urban level which decreased significantly from 12.52 percent in 2007 to 6.89 percent in 2018. However, the poverty level in the urban level is always below the national poverty level, contrast to the poverty level on the rural level which is always above the national poverty level. Thus, the proportion of national poverty figures is more contributed by the population at the rural level compared to the urban

level. Furthermore, the characteristics of poverty in urban and rural levels is different so that government must also take distinguished policy.

The issue of poverty is not only measured by the amount of income. Instead, poverty is also a condition of poor people who are deprived of their basic abilities (Suzuki, Pramono, & Rufidah, 2016). Furthermore, by looking at the poverty level which is dominated by rural communities, poverty is a challenge for the government to find a proper solution. One of the basic capabilities of rural communities is the availability of natural resources for their daily needs. However, if it has touched the issue of education, many rural communities are not highly educated. Furthermore, many of them also find it difficult to access health facilities and very rarely among those covered by social security. Poverty in rural areas is more about the ability to manage natural resources without added value so that products sold have low value. In contrast, the low level of education makes them not have the capacity to wrap their products to be more attractive because of their low marketing ability. However, the next fundamental problem is capital constraint.

Capital constraint is a major problem for rural communities to develop their products. The products are basically part of the concept of MSMEs, especially in rural areas that are more informal. MSMEs is the backbone of the community's economy, especially at the lower levels. Nevertheless, the contribution of MSMEs in absorbing workers is better than that of large industries (Irfayanti & Azis, 2013). In addition, Irfayanti & Mulyono (2012) also explained that MSMEs is stronger against the impact of the global crisis because its main capital comes from the owner itself and that also makes the capital scale of MSMEs limited. The essence of poverty is a condition of deprivation of the basic abilities of the poor. Especially from the aspect of education, health, social security that starts from the low economy. However, capital injection from banking institutions is one of the main strategies that the government can do to alleviate poverty through working capital for MSMEs.

Banking is an institution that has an ability to provide working capital injection for MSMEs. Nonetheless, conventional banks prefer to inject loans to large companies because of greater interest margins gained if the loans given are also large. This is where the role of Islamic banking through Islamic Microfinance comes to apply Islamic values as a *Rahmatan Lil 'Alamin* meaning mercy for the universe. In circumstances where financial inclusion, especially conventional financial institutions, has not reached the poor, poverty alleviation programs must consider that microfinance institutions play an important role in empowering them. Many studies revealed that microfinance institutions have a positive impact in combating poverty, especially in increasing income and reducing the vulnerability of the poor (Masyita & Ahmed, 2013). The profit sharing scheme in sharia banking is considered more appropriate, especially due to the limited capacity of MSMEs working capital. In addition, Islamic banking will also be more sensitive through a sense of belonging towards the running of MSMEs business activities because the profit and loss of MSMEs will also affect the profit sharing received by Islamic banking.

Working capital injection through MSMEs is expected to provide good results on the issue of poverty alleviation. The multiplier effect that is impacted besides alleviating the rural poor will also contribute to the opening of employment, increasing economic growth, and implementing the concept of one-left behind in economic development. Then, it is expected that SDGs indicators,

especially Goal 1: No Poverty not only can be achieved more deeply to the community urban poor but also touches the essence of acute poverty itself, namely in rural communities.

II. LITERATURE REVIEW

Microfinance institutions are projected as institutions that provide financial services for the poor, especially in efforts to alleviate poverty. Therefore, a study of the role of microfinance in poverty becomes an interesting topic and is mostly carried out by experts, using both micro and macro data. Khandker (2005) examined the role of microfinance in poverty in Bangladesh, a country that became the pioneer of the development of microfinance using micro-level data. The results of the study show that access to microfinance has a significant impact on household welfare in terms of increases in consumption levels. It is interesting is that the impact of access to microfinance is not only enjoyed by borrowers but also has a spillover effect on the surrounding environment. Besides that micro finance is also able to reduce the rural poverty average.

Furthermore, Imai, Arun and Annum (2010) analyzed the impact of microfinance access by households on poverty reduction, using household level data in India in 2001. The results show that access to microfinance had a significant effect on reducing household poverty. Interestingly, access to microfinance for productive purposes has more impact on reducing poverty in rural areas compared to loans accessed by urban communities.

In addition to the research based on micro data above, several studies have also been conducted using macro data, including Imai, Gaiha and Thapa (2012) that analyzed the impact of access to microfinance on poverty by using macro data, namely cross-sectional data of 48 developing countries. The results show that micro-percapita financial loans affect poverty negatively, and countries with high microfinance loan portfolios tend to have low poverty rates. The results of this study also emphasize that microfinance is able to reduce the depth and severity of poverty. This is indicated by the results of estimates that are consistent with each poverty indicator used, headcount ratio, poverty gap, and squared poverty gap.

However, the share of credit to Gross Domestic Product (GDP) also has a significant effect on reducing poverty. Miled and Rejeb (2015) analyzed the effect of microfinance on poverty at the macro level using data from 57 developing countries. The results show that countries with high gross loan portfolio per capita tend to have a low poverty head count ratio. Furthermore, Donou-Adonsou and Sylwester (2016) analyzed the effect of credit on poverty, with a sample of 71 developing countries during the period 2002-2011. The results of the study show that the credit provided by banks has a negative and significant effect on poverty. Increasing bank loans by 10 percent can reduce poverty by 6.5-6.9 percent on the headcount ratio, and 5.5-5.9 percent when using the poverty gap measure.

However, there is no significant effect when the measure of poverty used is the squared poverty gap. Rewilak (2017) analyzed the role of banks in reducing poverty by adding physical indicators such as number of banks and Automatic Teller Machines (ATMs) in certain regions. The results show that financial deepening (credit)

and physical financial access have an impact on reducing poverty, but a quite interesting finding was that financial deepening had a greater impact on reducing poverty. This surely indicates that access to loans made by the poor is far more impactful than the availability of physical access. Although the existence and completeness of physical facilities also cannot be ignored.

To be more specifically, related Islamic microfinance research in Indonesia was carried out by Adnan and Ajiji (2015) who focused on the role of the Baitul Maal wat Tamwil (BMT) in reducing poverty in one BMT in East Java. The results of the study indicate that the financing carried out by BMTs is effective in reducing poverty. Most respondents who access financing for productive business activities tend to experience an increase in income. Next, Rijawanti and Asutay (2015) investigated the role of BMTs and BPRS in East Java involving 348 respondents. The results of his research show that the financing carried out by BPRS helps reduce poverty, which is to reduce the percentage of poor customers from 35.5 percent to 23.1 percent after accessing financing. In addition, more detailed research was conducted by Fianto, Gan and Roudaki (2018), that analyzed the effect of Islamic microfinance on the welfare of rural households with the Double Difference in Difference method. This study was a survey-based research involving 548 respondents during November 2014 to February 2015 in East Java. The results show that the households that accessed the equity financing contracts experienced higher income increases compared to respondents who accessed debt-based financing. This study also confirms some of the previous findings that Islamic micro finance has a significant effect on reducing poverty, in this case, indicated by increased income.

Those studies show that micro financial institutions play an important role in reducing poverty levels, at the both micro and macro levels. Although, findings at the international level tend to look from a conventional perspective in the case of Indonesia, there is strong evidence that Islamic microfinance has a significant effect on poverty alleviation. On the contrary, the development of Islamic banking such as Sharia People's Financing Banking (BPRS) in Indonesia is quite rapid so that if it can be more optimized it has great potential in helping to reduce poverty. BPRS is one form of Islamic Rural Banks that is more able to reach small communities, especially in rural areas than Islamic banking. Furthermore, the issue of poverty which is predominantly dominated by rural communities is an important capital of BPRS in implementing Islamic "Rural" Banks jargon so that no community group cannot reach Formal Financial Institutions while emphasizing the concept of no one behind in implementing SDGs and contributing significantly to Goal of Goal 1 SDGs: No Poverty.

Some studies that focus on Islamic micro finance strengthen support for the importance of poverty alleviation fairly, especially through financing productive activities as a transmission of poverty alleviation. Arguably, conventional microcredit programs do not effectively reduce poverty because borrowers remain in the cycle of interest-based debt that can exacerbate financial burdens. Meanwhile, Islamic microfinance financing is an equity-based financing structure that is considered to have a fair loan-lender agreement. This promotes an effective wealth redistribution mechanism to reach the poor, and to

encourage their participation in the productive real economic sector. This not only reduces poverty, but also increases living standards (Abdul Manap, Siththi, Long, & Muneeza, 2017).

Furthermore, Riawajanti (2013) explained that Islamic microfinance has unique features compared to conventional ones. The principle underlying Islamic microfinance is the application of Islamic values to promote social justice for all and to achieve economic development by building human capacity as the center of attention. Therefore, the contents of the moral and value aspects, emphasizing on the human side and community responsibility, tend to be more effective and comprehensive in alleviating poverty.

However, the poverty alleviation does not come by itself when Islamic banking provides assistance in sharia microfinance financing. Productive cooperation is needed, especially between Islamic banks as providers of Islamic micro finance financing to productive partners such as MSMEs. Interestingly, based on the findings of Rokhman (2016), Islamic microfinance has an important role in increasing income levels, children's education, and business progress. Nonetheless, this study did not find a significant role for microfinance in access to health care. Another interesting is that Islamic microfinance plays an important role in improving living standards, per capita income, awareness level (education level), ethical values, profitability, sustainability, infrastructure position, level of employment in society, helping to control inflation and distribution of wealth uneven (Aslam, 2014). This is allegedly because people are more interested in religious perspectives, and the prohibition of usury in Islam and in Christianity. Thus, there must be a regulation from appropriate authority to control it in order to obtain useful results through a model that can be applied.

Ultimately, both conventional and Islamic financing make a real contribution to poverty alleviation. Nevertheless, there are fundamental differences between the two types of financing. Islamic micro finance provides financing that is more humane to work partners and is not solely seeking profits from partners because Islamic micro finance is based on the Qur'an and the Sunnah in carrying out its activities.

III. RESEARCH METHODOLOGY

This study uses provincial level poverty data in Indonesia obtained from the Central Bureau of Statistics (BPS) and financing data carried out by the Sharia People's Financing Bank (BPRS) from the Financial Services Authority (OJK) during the 2014-2018 period. Some existing studies, especially in Indonesia, have analyzed the impact of Islamic microfinance at the micro level, while studies using macro data is still very limited. Therefore, this study attempts to analyze the influence of Islamic microfinance on poverty in Indonesia by using macro data. Thus the purpose of this study is to analyze the effect of financing carried out by BPRS as part of Islamic microfinance institutions against poverty in Indonesia. To analyze the effect of financing on poverty in more depth, this study uses financing variables based on the purpose of allocation of use such as working capital, investment and consumption. In addition to view the consistency of results, this study uses two poverty indicators, namely poverty

severity index and poverty gap index. Fixed-Effects and Random Effects are used as the estimation model to further analyze the consistency of the model built. Thus, the estimation is carried out using two poverty indicators in each Fixed-Random model. The Random-effects model assumes that the unobserved effect μ_i is not correlated with each explanatory variable. Meanwhile, the Fixed-effects model assumes that μ_i correlates with explanatory variables (Wooldridge, 2009). Therefore, the estimation results obtained from the random-effects model tend to be efficient, but the fixed-effects results are more consistent. The basic equations are as follows:

$$\text{LnProv_Gap}_{it} = \alpha_0 + \beta_1 \text{LnWork_capt}_{it} + \beta_2 \text{LnInvestment}_{it} + \beta_3 \text{LnConsumption}_{it} + \mu_i + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

$$\text{LnPov_Severity}_{it} = \alpha_0 + \beta_1 \text{LnWork_capt}_{it} + \beta_2 \text{LnInvestment}_{it} + \beta_3 \text{LnConsumption}_{it} + \mu_i + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

TABLE III. DESCRIPTIVE STATISTICS

Variable	Obs	Mean	Std. Dev	Min	Max
Pov_Gap	160	58.65625	34.55067	1	122
Pov_Severity	160	33.26875	21.36232	1	80
Work_Capt	113	56.17699	31.89078	1	111
Investment	97	47.36082	26.27387	1	92
Consumption	112	56.35714	32.06802	2	112

Source: authors' calculation

Figure 2 provides a descriptive explanation of the variables used. This study uses three independent variables, namely Work_Capt, which is the usage allocation purpose of BPRS in the working capital sector; Investment which is the usage allocation purpose of BPRS in the investment sector; and Consumption which is the usage allocation purpose of BPRS in the consumption sector while Pov_Gap is poverty gap index explaining a measure of the average expenditure gap of each poor person to the poverty line and Pov_Severity is poverty severity index revealing a measurement of the distribution of expenditure among the poor. The usage allocation purpose of BPRS are allocated to be used by productive partners in the micro sector, namely the community and MSMEs. According to UNDP (2014), financial and banking allocations that are part of Islamic investment will strongly support the strategic goals of one of them to improve poverty. Therefore, the authors use three pre-existing independent variables which are Islamic BPRS financing based on usage.

IV. RESULT AND DISCUSSION

A. Result

Figure 3 reveals the results of the four models described earlier in the research methodology section. Models 1 and 2 analyze the effect of capital working, investment, and consumption on the poverty severity index while models 3 and 4 are based on the poverty gap index. The model in panel estimation depends on the researchers' assumptions whether it is fixed effect or random effect (Wooldridge, 2012). Meanwhile according to Hausman, it is necessary to test the differences in the coefficient that is systematic in the research. Based on Wooldridge (2012), research can use the assumption whether fixed effect or random effect. The authors use the fixed effect assumption because this model is assumed as being consistent over time even though there

is a correlation between explanatory variables and unobserved heterogeneity. The results of fixed effects in both model 1 and 3 show that there is only one variable that has a significant negative effect on the poverty rate (Pov_Gap and Pov_Severity), namely the BPRS working capital. Increasing the BPRS working capital will reduce the poverty gap index -5.382 percent (model 2) and -6.191 percent poverty severity index (model 3).

TABLE IV. ESTIMATION RESULTS USING RANDOM AND FIXED EFFECTS DESCRIPTIVE STATISTICS

Variable	(1)	(2)	(3)	(4)
	model 1 (fe)	model 2 (re)	model 3 (fe)	model 4 (re)
Dependent variable	Pov_Gap	Pov_Gap	Pov_Severity	Pov_Severity
Work_Capt	-5.397*** (1.692)	-5.328*** (1.631)	-6.313*** (2.146)	-6.191*** (2.093)
Investment	0.740 (1.870)	0.649 (1.802)	0.711 (2.372)	0.666 (2.312)
Consumption	-1.023 (1.703)	-0.713 (1.632)	-2.211 (2.160)	-1.904 (2.100)
Constant	51.94*** (11.38)	49.87*** (11.58)	84.53*** (14.44)	80.87*** (15.75)
Observations	79	79	79	79
R-squared	0.156		0.144	
Number of id	20	20	20	20

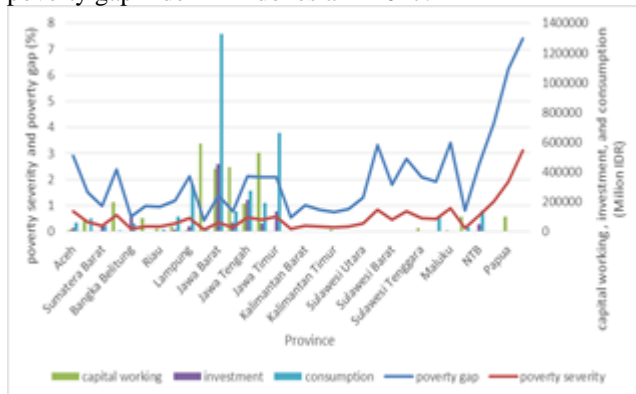
Note: Standard errors in parentheses, *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

According to Gujarati (2004), by analyzing without assumptions, a good model can use a Hausman test. Based on the Hausman test, feasible model is a random effect because the prob-Chi value is greater than the Alpha which is equal to 0.9279 (models 1 and 2) and 0.9377 (models 3 and 4). The random model shows the efficiency of a model but it is not consistent. The results are in line with the authors' assumption that using the fixed effect and shows that only the BPRS working capital has a significant negative affect on poverty (Pov_Gap and Pov_Severity). The increase in BPRS working capital will reduce the poverty severity index by -5.397 percent (model 1) and -6.313 percent of poverty depth index (model 4). However, the value of R-squared that shows a small variation in the overall effect of financing is not being our attention because it is not surprising when the authors analyze from the market share of Islamic banking in Indonesia which is only around 6 percent. In addition, the value of financing carried out by BPRS is much smaller when compared to banks in general.

The allocation of BPRS funding is directed at reaching people who need funding with a not too large value. So, in this case, BPRS is often referred to as rural Islamic banks in international literature. However, if Islamic banking is able to grow consistently, it is possible that the size of the market share will have a better impact on poverty alleviation. On the other hand, the low variation in the overall effect of financing on poverty variation shows that it is also suspected that there are variations in very important macro variables that can influence poverty but are not included in the model.

B. Discussion

The following explains the results of research on how the impact of Islamic finance as the implementation of Islamic micro finance affects poverty alleviation. Figure 4 shows the financing of Islamic Rural Banks based on Type of Usage (capital working, investment, and consumption) and poverty rates based on the poverty severity index and poverty gap index in Indonesia in 2017.



Source: Central Bureau of Statistics and Financial Services Authority (proceed)

Fig. 4. Poverty Gap Index, Poverty Severity Index and Investment, Capital Working, Consumption of BPRS in 2017

In figure 4, it can be seen that the poverty rate on the islands of Sulawesi and Papua is higher than other regions in Indonesia. Sumatra and Java Islands have a relatively low poverty rate compared to Sulawesi, while Kalimantan has the lowest poverty rate. When compared to the level of financing from sharia-based financing of type of usage (capital working, investment, and consumption) and poverty levels, at a glance, provinces in Sumatra have more total funding than provinces in Maluku and Irian Islands, where the poverty rate is more low compared to Maluku and Irian Islands. So, this area is in accordance with Riwijanti (2013) finding that Islamic micro finance is able to reduce poverty. In contrast, Lampung and the Java Island show a high level of financing along with the high level of poverty. So, this becomes an interesting consideration of how the relationship between sharia financing and Islamic microfinance is actually related to poverty reduction.

The results of the study show that the financing used for working capital will be able to reduce the unemployment rate. This is in line with the research of Imai, Arun and Annim (2010) who used household-level data in India in 2001 to analyze the impact of microfinance access by households on reducing poverty. The results show that access to microfinance has a significant effect on reducing household poverty.

In addition, Imai, Gaiha and Thapa (2012) prove the same thing that micro-percapita financial loans significantly influence poverty, countries with high microfinance loan portfolios tend to have low poverty rates in 48 developing countries. The results of this study also emphasize that microfinance is able to reduce the depth and severity of poverty. This is indicated by the results of estimates that are consistent in each indicator of poverty.

Furthermore, Sabiti & Effendi (2017) found that investment can reduce poverty. The indicator used by Sabiti & Effendi (2017) is Islamic microfinance in Bogor Regency which is aggregated itself through 90 respondents. The results of the study show a negative and significant

effect on poverty. This result is also in line with Dhaoui (2018) in Bangladesh, where Islamic microfinance has a positive impact on poverty reduction as shown by empirical studies, especially in rural areas. Various loan programs have an important role in reducing poverty, except those in the environment with sufficient material and social capital to achieve the program objectives. Islamic microfinance carried out by BPRS has gained recognition as an important strategy to fight poverty, namely an institution that is ready to serve a larger population of targeted poor individuals.

Onakoya & Babatunde (2014) also proved through his research that the ideology of Islamic microfinance institutions has the potential to have a comparative advantage because Muslims want to carry out economic activities according to their religion which can reduce poverty and sustain economic development supported by 80 percent of the population of Nigerian Muslims. Onakoya & Babatunde (2014) revealed that religion is not an inhibiting factor for the application of Islamic microfinance. Furthermore, Wajdi Dusuki (2008) revealed that one of the efforts to reduce poverty was BPRS by providing financing to the rural poor with a Special Purpose Vehicle (SPV) model. The program offered a variety of different financing according to the needs of partners and protected Islamic banks without damaging the institutional feasibility, competitiveness and sustainability of the company.

Capital working from BPRS in all provinces of Indonesia becomes a matter that needs to be considered more seriously because it can reduce poverty. Figure 5, shows how high working capital financing in an area can reduce poverty. It supports the sharia-based economy by the government which is a very meaningful achievement in the economy. Moreover, Indonesia is a population with the largest Muslim population in the world that is very likely to become an Islamic economic leader in the world.

According to Litriani (2017) capital working financing affects positively the customer's business income. This means that the higher the working capital provided by the BPRS, the higher the business income of the customer. Per capita income will increase and will be able to reduce the level of poverty. Such stimulative injections will have long-term and sustainable benefits and impacts compared to financial assistance in cash to poor households without any encouragement to make good financial turnaround efforts. However, Islamic microfinance, which is one of the core activities of BPRS, has a mission to contribute to sustainable development, one of which is poverty alleviation which specifically and strongly occupies first, namely Goal 1: No Poverty. In this case, encouraging an increase in working capital to productive partners also means encouraging government programs in poverty alleviation as well as in line with the global target of eliminating poverty in the world. However, all this can only be achieved through good cooperation by many actors, especially stakeholders.

V. CONCLUDING REMARKS

Basically, the financing allocation from sharia financing is not as big as banks in general, especially conventional banking (financing services are relatively smaller in value than other banks). Therefore, sharia financing is considered closer to the lower middle class and small people, so that it is referred to as the rural bank. Nevertheless, Islamic

microfinance carried out empirically by Islamic banks is able to contribute to efforts to reduce poverty. In this study strong evidence was found that the funding allocation carried out specifically by BPRS for capital working activities had a negative and significant effect on the poverty level. In other words, the higher the BPRS allocates funding for business capital, the lower the poverty rate will decline. This study certainly confirms several previous findings, especially in Indonesia—although this study analyzes from a different perspective, which is using macro data. However, with the share that is still lower than conventional banking, it still has a contribution in implementing the concept of inclusiveness in order to achieve the SDGs through poverty alleviation. Arguably, it is hoped that Islamic financing will play an extremely important role in the future. Eventhough sharia financing is relatively lower, it still contributes to reduce poverty. It can be said that when the share of sharia financing is greater, the poverty will be alleviated deeper by using instruments from sharia financing

VI. LIMITATION OF RESEARCH

The authors know that this research is limited by several constraints particularly the variables. However, poverty alleviation is influenced by many factors. Yet, this research focuses on sharia financing variables especially from sharia instruments. Thus, the authors decided to use capital working, investment, and consumption as proxy for Islamic microfinance as one of implementation of sharia financing products. The authors encourage in the future to use more variables to analyze deeply factors that influence poverty alleviation particularly related with sharia financing perspective.

REFERENCES

- [1]. Adnan, M. A., Ajiji, S. R. (2015). The effectiveness of Baitul Maal wat Tamwil in reducing poverty: The case of Indonesian Islamic Microfinance Institution. *Humanomics*, 31(2), 160-182.
- [2]. Aslam, M. N. (2014). Role of Islamic Microfinance in Poverty Alleviation in Pakistan: An Empirical Approach. *International Journal on Academic Research in Accounting, Finance, and Management Sciences*, 4(4), 143-152.
- [3]. Babatunde, A., & Olasunkanm, A. (2014). Alternative Financial Inclusion Strategy : Islamic Expectations from Ogun Sub National Government, Nigeria. *Singaporean Journal of Business Economics and Management Studies*, 2(11), 169-180.
- [4]. Dhaoui, I. (2018). The role of Islamic Microfinance in Poverty Alleviation: Lessons from Bangladesh Experience. *Munich Personal RePEc Archive*, (87358).
- [5]. Dusuki, A. W. (2008). Banking for The Poor: The Role of Islamic Banking in Microfinance Initiatives. *Humanomics*, 24(1),
- [6]. Donou-Adonsou, F., Sylwester, K. (2016). Financial Development and Poverty Reduction in Developing Countries: New evidence from banks and Microfinance institutions. *Review of Development Finance*, 6, 82-90.
- [7]. Fianto, B. A., Gan, C., Roudaki, J. (2018). Equity Financing and Debt-Based Financing: Evidence from Islamic Microfinance Institutions in Indonesia. *Pacific-Basin Finance Journal*, 52, 163-172.
- [8]. Gujarati, D & Porter, Dawn C. (2008). *Basic Econometrics*. fifth edition. New York: McGraw-Hill International Edition.
- [9]. Hanna, S., Manap, A., Siththi, F., & Long, S. (2017). Poverty Alleviation via Microfinance using the Concept of Mudharabah. *International Journal of Management and Applied Research*, 4(3).
- [10]. Imai, K. S., Arun, T., Annim, S. K. (2010). Microfinance and Household Poverty Reduction: New Evidence from India. *World Development*, 38(12), 1760-1774.
- [11]. Irijayanti, M., & Mulyono, A. (2012). Barrier Factors and Potential Solutions for Indonesian SMEs. *Procedia Economics and Finance*, 4(Icsmed), 3-12.
- [12]. Khandker, S. R. (2005). Microfinance and Poverty: Evidence Using Panel Data from Bangladesh. *The World Bank Economic Review*, 19(2), 263-286.
- [13]. Litriani, E., & Leviana, L. (2017). Pengaruh Pembiayaan Modal Kerja Terhadap Pendapatan Usaha Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Simpang Patal Palembang. *I-Finance*, 3(2), 123-140.
- [14]. Masyita, D., & Ahmed, H. (2013). Why is Growth of Islamic Microfinance Lower than its Conventional Counterparts in Indonesia? *Islamic Economic Studies*, 21(1), 35-62.
- [15]. Miled, K. B. H., Rejeb, J. E. B. (2015). Microfinance and Poverty Reduction: A Review and Synthesis of Empirical Evidence. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195, 705-712.
- [16]. Onakoya & Babatunde, A. (2014). Alternative Financial Inclusion Strategy : Islamic Expectations from Ogun Sub-National Government, 2(11), 169-180.
- [17]. Rewilak, J. (2017). The Role of Financial Development in Poverty Reduction. *Review of Development Finance*, 7, 169-176.
- [18]. Rijawanti, N. I., Asutay, M. (2015). The Role of Islamic Microfinance Institutions in Economic Development in Indonesia: A Comparative Analytical Empirical Study on Pre- and Post-Financing States.
- [19]. In H A El-Karanshawy et al. (Eds), Access to Finance and Human Development. Essays on *Zakah, Awqaf, and Microfinance*. Doha, Qatar: Bloomsbury Qatar Foundation.
- [20]. Riwijanti, N. I. (2013). Islamic Microfinance as an Alternative for Poverty Alleviation: A Survey. *Afro Eurasian Studies*, 2, 254-271.
- [21]. Rokhman, W. (2016). The Effect of Islamic Microfinance on Poverty Alleviation: Study in Indonesia. *Economic Review*, XI(2).
- [22]. Sabiti, M. B., & Effendi, J. (2017). Islamic Micro Finance and Its Impact on Poverty Reduction of Two Village Models in Bogor, Indonesia. *Signifikan: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 6(1), 87-102.
- [23]. Sirageldin, I. (2000). Elimination of Poverty: Challenges and Islamic Strategies. *Islamic Economic Studies*, 8(1), 1-16.
- [24]. Suzuki, Y., Pramono, S., & Rufidah. (2016). Islamic Microfinance and Poverty Alleviation Program: Preliminary Research from Indonesia. *SHARE*, 5.
- [25]. Wajdi Dusuki, A. (2008). Banking for the poor: The role of Islamic banking in microfinance initiatives. *Humanomics*, 24(1), 49-66.
- [26]. Wooldridge, J. M. (2009). *Introductory Econometrics: A Modern Approach*. USA: South -Western Cengage Learning.
- [27]. Wooldridge, Jeffrey M. 2013. *Introductory Econometrics: A Modern Approach*. 5th Edition. Amerika Serikat: South-Western Cengage Learning.

Exploring The Determinants of Social Performance of Rural Banks

Hesi Eka Puteri
Faculty of Islamic Economic and
Business
IAIN Bukittinggi
Bukittinggi, Indonesia
hesiekaputeri@gmail.com

Genta Sakti
Faculty of Islamic Economic and
Business
IAIN Bukittinggi
Bukittinggi, Indonesia
gentasakti@gmail.com

Putri Ramadhani
Faculty of Islamic Economic
and Business
IAIN Bukittinggi
Bukittinggi, Indonesia
ramadhaniputri@gmail.com

Abstract—This

study elaborated the determinants of social performance in microfinance institutions (MFIs), which aimed to predict the impact of profitability, regulation and competition on the social performance of MFIs. This research is a quantitative based on survey on conventional rural banks and islamic rural banks in west sumatera province during 2016 to 20018. The sample of this research are fifty units of rural banks. The data of this research are secondary data collected from the publication of financial report and other document at rural banks. The technique of the data analysis which is used to prove the hypothesis is panel data regression. The findings of this research showed that profitability proxied with ROA and competition proxied with prime lending rate influenced towards social performance of MFIs. Meanwhile, regulation proxied with CAR could not predict the achievement of social performance of MFIs.

Keywords—social performance, rural banks

Abstrak—Studi ini mengelaborasi faktor-faktor penentu kinerja sosial pada lembaga keuangan mikro, yang bertujuan untuk memprediksi dampak dari factor profitabilitas, regulasi dan kompetisi terhadap kinerja sosial lembaga keuangan mikro. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif berdasarkan survei pada Bank Perkreditasn Rakyat dan Bank Perekreditan Rakyat Syariah di Provinsi Sumatera Barat dalam rentang waktu 2016 hingga 2018 dengan jumlah sampel sebanyak 50 unit. Data dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang di kumpulkan dari laporan keuangan publikasi dan dokumen lainnya pada BPR dan BPRS. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis adalah regresi data panel. Temuan ini mengungkap bahwa profitabilitas yang di proksi dengan return on assets (ROA) dan kompetisi yang di proksi dengan tingkat suku bunga dasar kredit berpengaruh terhadap kinerja sosial lembaga keuangan mikro. Sedangkan regulasi yang di proksi dengan kecukupan CAR tidak dapat memprediksi capaian kinerja sosial.

Keywords—kinerja sosial, BPR, BPRS

I. INTRODUCTION

Several factors have been identified as the cause of the difference of social performance achievement at rural banks. Financial performance has been identified as the determinant factors the level of social performance. It has been identified, some rural bank which have good social performance also have financial efficiency. The commercialization's factors such as profitability, regulation and competition have been identified as the cause of the difference of social performance achievement at rural banks [8], [13], [14], [17]–[19]. MFIs can achieve the dual-objective of MFIs, there are outreach and financial

sustainability if MFIs have good strategy for both of them. [15].

This study aims to elaborate the determinants of social performance of rural banks by taking the case at rural banks in West Sumatera Province. Even though many previous studies have analyzed these determinants, but this case at non subsidized rural bank would give the new perspective towards the development of rural bank as community banking which are able to became the supporter of small and micro sectors especially at rural area. This is a kind of a policy study about the development of rural bank which sooner or later will be marginalized because of the influence of competition and regulation which in danger their existence. This research will reveal the reason why the social function run well at some rural banks in one hand but fail at others, and reveals what factors influenced it.

II. LITERATURE REVIEW

a. Social Performance of Microfinance Institutions

Social performance defined as the effective translation of a MFI's social mission into practice which includes increasing outreach, improving economic and social conditions of clients and enhancing social responsibility of MFI towards clients, employees and the community [21]. Fundamentally, social performance refers to the final assessment of the ability of microfinance institutions in carrying out social missions, overcoming poverty. Social performance in MFIs refers to the condition in which financial institutions are able to serve low-income and "excluded", ignored from formal financial institutions [22].

Social performance can be measured by the outreach and the impact assessment of a program on society. Although these two indicators can be measured, outreach is more popular to be used to reflect the extent of the influence of an MFIs on economic development, or the extent to which an MFIs has achieved its goal of providing social benefits for the poor (Schreiner, 2002b; Woller, 2006; Yaron & M.Benjamin, 1997). Although outreach is not a perfect indicator to assess the effect of MFIs on economic development, it can function as the best proxy for the extent to which an MFI has achieved its goal of providing social benefits for the poor.

b. Profitability

Return on Assets (ROA) represents an aspect of earnings in the financial performance analysis of MFIs. ROA shows the

ability of bank management in managing available assets to get net profit [26]. The greater ROA, this can indicate the level of achievement of greater profits, as an indicator of the operational efficiency of Rural Banks. Some previous studies have used ROA as a proxy for profitability in their studies at MFIs [7], [27], [28]. There is a relationship between profitability and outreach, because the decision of a bank to enter a certain market segment is driven by the expected profitability of that market segment [29], [30]. Different results were also found in several previous studies which concluded that profitability had a negative impact on outreach to the poor, then implying the presence of tradeoffs [7], [31]. Based on the inconsistencies of these findings and existing propositions, the hypotheses for the relationship between these variables are as follows: **H1. Profitability is associated to the social performance of MFIs**

c. Competition

The competition factor in Rural Banks refers to its ability to compete and survive in providing microfinance services. Several studies has analyzed the problem of commercialization in MFIs which are characterized by profitability, competition, and regulation [7], [32]. Competition encouraged the creation of product differentiation with interest rates as an instrument and interest rate was a major determinant for MFI sustainability [33]. This finding was consistent with others which concluded that excellence in competing through competitive interest rates or financing margins can expanded the outreach of MFIs [34]. Although competition rather had a positive effect on financial performance [35], several other studies also found a significant negative effect between competition and outreach [36], [37]. Based on the previous studies and preposition, the hypothesis for these relationship is : **H2. Competition is associated to the social performance of MFIs**

d. Regulation

The regulatory factor in rural banks refers to the ability of rural banks to carry out intermediaries function, namely the function of banks as recipients of deposits and channeling them to the client. The ratio used is the Capital Adequacy Ratio (CAR), with the intention of the CAR having a major influence on lending and ensuring the sustainability of financial institutions. CAR played an important role in expanding the MFI network and ensuring their sustainability [7] capital adequacy was a crucial factor in the sustainability of any kind of business organization that used public money such as banking [39]. The main function of capital is to serve, as loan support if a possible loss arises. Capital is useful as an "engine and bumper" for MFIs in the incident of a shock. The better the capital, the more able a financial institution will face losses and avoid bankruptcy. Thus, the hypothesis for this relationship is as follows: **H3. Regulation is associated to the social performance of MFIs**

III. METHODS

a. Research Design

Epistemology research was a positivist with a quantitative approach with Panel Regression. This model was used to test the effect of profitability, regulation and competition on the social performance of Rural Bank. Empirically, this

study was conducted at 50 Rural Banks in West Sumatra province during of 2016 to 2018.

b. Population and Sample

The population of this study was the rural banks in West Sumatera Province of Indonesia during of 2016 to 2018, which consisted of 92 Rural Banks and 7 Islamic Rural Banks. The sample of this research was 50 units of them. The data in this study came from secondary data, obtained from audited financial report which came from the Financial Services Authority and financial report at Rural Banks. The study was carried out in four districts and two cities which selected purposively, consist of Agam Regency, Lima Puluh Kota Regency, Tanah Datar Regency, West Pasaman Regency, Sawahlunto City and Solok City.

c. Variable and Measurement

The Dependent variable in this study is the social performance, proxied by number of clients. The independent variables in the model were profitability, regulation and competition. Profitability proxied with ROA (Return on Assets), regulation proxied with Capital Adequacy Ratio (CAR) and Competition proxied with the prime lending rate.

d. Analytical Method

Based on literature review and related theories, this study estimated the causal relationship between profitability, regulation and competition to social performance of MFIs. Following is the functional model to test the model:

$$NOC_{it} = \beta_0 + \beta_1 ROA_{it} + \beta_2 CAR_{it} + \beta_3 Rate_{it} + \varepsilon_{it}$$

Note: NOC is Number of Clients, ROA is Return on Assets, CAR is Capital Adequacy Ratio and Rate is prime lending rate

To predict the value of constant and regression coefficient, this panel data regression method considered three models, namely pooled least squared (PLS), fixed effect model and random effect model. The model selection was done with a chow test to choose an alternative choice between pooled least squared (PLS) and fixed effect models, LM test to choose a pooled least squared (PLS) or random effect model. Finally, the hausman test was an alternative choice between the fixed effect model or the random effect model. After obtaining the best model, the next step of testing was done by doing the F test, t test and R-Squared to see the effect of independent variables to the dependent variable.

IV. RESULT AND DISCUSSION

Selecting the Model of Regression Panel Data. Panel data regression in this study was conducted with three model estimation methods, namely pooled least squared (PLS), fixed effect model, and random effect model. Chow tests are performed as an alternative choice between the pooled least squared (PLS) model and the fixed effect model, then the Breusch Pagan Lagrange Multiplier (LM) test as an alternative choice between the pooled least squared (PLS) model and the random effect model. Next, hausman test was applied as an alternative choice between the fixed

effect model and the random effect model. After obtaining the best model, then F-test, t test and R2 (Adjusted R-Square) are applied to determine the effect of independent variables on the dependent variable. All panel data regression estimation methods are presented in the following table:

Table 1 .Model Estimation With Panel Regression

Model	Var.	t-stat.	Prob.
<i>Pooled least squared (PLS)</i> Prob > F = 0.000 R-Squared = 0.3189	Cons	5.34	0.000
	ROA	4.33	0.000
	CAR	-2.43	0.016
	Rate	-4.19	0.000
<i>Fixed Effect Model (FEM)</i> Prob > F = 0.0601 R-Squared = 0.3189	Cons	0.37	0.7111
	ROA	2.34	0.021
	CAR	1.01	0.315
	Rate	0.01	0.412
<i>Random Effect Model (REM)</i> Prob > chi2 = 0.0003 R-Squared = 0.2353	Cons	4.66	0.000
	ROA	2.25	0.024
	CAR	-0.56	0.574
	Rate	-3.17	0.002

After obtaining the estimation results from the three alternative models consisting of PLS, Fixed Effect Model and Random Effect Model, then to determine which model will be chosen, the several tests were applied. Some of the tests that will be carried out include the chow test, LM Test and Hausman Test.

After doing the Chow Test, it showed the Prob > F = 0.000, which meant the refusing of the PLS model and the selection of the Fixed Effect Model. Breusch Pagan Lagrange Multiplier (LM) test also resumed that Prob > F = 0.000, which also meant the refusing of PLS model and decision to use the Random Effect Model. Furthermore, Hausman test was applied for testing between two model, there were the fixed effect model and the random effect model, which then appeared with Prob>F = 0.6053. Thus, the model used is the Random Effect Model. Based on the the results of the chow test, LM test and hausman test, the model used for prediction is the random effect model, as in table 2 below:

Table 2 . Panel Regression with Random Effect Model

Variable	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	Prob.
ROA	19.13907	8.49179	2.25	0.024
CAR	-3.48685	6.20185	-0.56	0.574
Rate	-141.78470	44.71457	-3.17	0.002
constan	3000.284	643.58610	4.66	0.000

Prob > Chi2 = 0.0003
R-Squared = 0.2353

Analysis of Findings. The results of data processing showed that the significant influence between profitability (ROA), Regulation (CAR) and Competition (Rate) on

Social Performance (Probability > Chi2 = 0.0003). Overall, the results of the panel regression with the Random Effect Model revealed that the model's performance was quite good and fulfilled the criteria statistically (Probability > Chi2 = 0.0003, R-Squared = 0.2353).

Furthermore, to test the hypotheses in this study, it can be seen from the results of the z-test in table 3. The estimation coefficient showed that there was a positive influence between profitability proxied by ROA on the Social Performance of MFIs of 19.13907 (p value = 0.024). Thus, H1. Profitability is associated with the social performance of MFIs, acceptable. The increase in ROA causes an increase in the number of clients of MFIs. Thus, an increase in the profitability of Rural Banks can affect the increase in social performance of MFIs.

Based on the findings in table 3, it can also be concluded that there was no significant effect of regulation on the social performance of MFIs. The relationship between these two variables was -0.56 (p value = 0.574). Rural Bank's financial ability to increase its Capital Adequacy Ratio (CAR) as a proxy for regulation has no effect on increasing the number of clients. In other words, regulation did not affect the social performance of MFIs.

The estimated coefficient of -3.17 (p value = 0.002) showed that competition proxied by prime lending rate had a negative effect on the social performance of MFIs. Thus, H3. Regulation is associated with the social performance of MFIs, acceptable. The higher the prime lending rate causes a decrease in the number of clients, which results in a decline in the social performance of MFIs.

Finally, it can be concluded that the policy to expand outreach to the community as an effort to improve social performance of MFIs can be done by strengthening financial sustainability or strengthening financial performance. The efforts to increase profitability can increase the social performance, as well as reduce prime lending rate. Both of these policies can be best solutions to improve the social performance of MFIs. Making rural banks more than just a profit-oriented financial institution but also able to become community banking, especially for the community in rural areas.

REFERENCES

- [1] M. Schreiner, "Aspects of outreach: A framework for discussion of the social benefits of microfinance," *J. Int. Dev.*, vol. 14, no. 5, pp. 591–603, 2002.
- [2] G. Woller, "EVALUATING MFI S ' SOCIAL PERFORMANCE : A MEASUREMENT TOOL," *Micro Rep.* 35, 2006.
- [3] J. Yaron and M. Benjamin, *Rural Finance: Issues, Design, and Best Practices*. Washington D.C: World Bank, 1997.
- [4] H. J. Millson, "The trade-off between sustainability and outreach: the experience of commercial microfinance institutions," *Dr. Diss.*, 2013.
- [5] E. Rhyne, "The Yin and Yang of Microfinance: Reaching the Poor and Sustainability," *Microbanking Bull. Issue*, vol. 2, no. 1, pp. 6–8, 1998.
- [6] R. Cull, A. Demircuc-Kunt, and J. Morduch, *Microfinance*

Tradeoffs: Regulation, Competition and Financing In The handbook of microfinance. The Handbook Of Microfinance, 2011.

- [7] F. Olivares-Polanco, "Commercializing microfinance and deepening outreach? empirical evidence from Latin America," *J. Microfinance*, vol. 7, no. 2, pp. 47–69, 2005.
- [8] R. P. Christen, "Keys to financial sustainability; Strategic issues in microfinance," in *Strategic Issues in Microfinance. Aldershot, England: Ashgate*, M. S. Kimenyi, R. C. Wieland, and Jdv. Pischke, Eds. 1998, pp. 183–196.
- [9] B. I. A. Huq, M. A. K. Azad, A. K. M. Masum, P. Wanke, and M. A. Rahman, "Examining the Trade-off Between Social Outreach and Financial Efficiency: Evidence from Microfinance Institutions in South Asia," *Glob. Bus. Rev.*, vol. 18, no. 1, pp. 617–828, 2017.
- [10] A. Abdulai and D. D. Tewari, "Trade-off between outreach and sustainability of microfinance institutions: evidence from sub-Saharan Africa," *Enterp. Dev. Microfinance*, vol. 28, no. 3, pp. 162–181, 2017.
- [11] L. Arsyad, *Lembaga keuangan mikro: institusi, kinerja, dan sustainabilitas*. Penerbit Andi, 2008.
- [12] L. Arsyad, "AN ASSESSMENT OF MICROFINANCE The Importance of Institutional Environment *," *Gadjah Mada Int. J. Bus.*, vol. 7, no. 3, pp. 391–427, 2005.
- [13] B. Zerai and L. Rani, "Is There a Tradeoff between Outreach and Sustainability of Micro finance institutions? Evidence from Indian Microfinance Institutions (MFIs)," *Eur. J. Bus. Manag.*, vol. 4, no. 2, pp. 90–99, 2012.
- [14] Z. Qinlan and Y. Izumida, "Determinants of repayment performance of group lending in China," *China Agric. Econ. Rev.*, vol. 5, no. 3, pp. 328–341, 2013.
- [15] K. Gakhar and Meetu, "Financial Performance and Outreach of Microfinance Institutions: Is There a Trade -Off? - An Empirical Study of Indian," *Sona Glob. Manag. Rev.*, vol. 7, no. 4, pp. 1–10, 2013.
- [16] M. Lebovics, N. Hermes, and M. Hudon, "Are financial and social efficiency mutually exclusive? A case study of Vietnamese microfinance institutions," *Ann. Public Coop. Econ.*, vol. 87, no. 1, pp. 55–77, 2016.
- [17] J. Paxton, "Depth of Outreach and Its Relation to the Sustainability of Microfinance Institutions," *Savings Dev.*, vol. 26, no. 1, pp. 69–86, 2002.
- [18] P. Kaur, "Outreach and Sustainability of Microfinance Institutions in India in Pre and Post Andhra Pradesh Microfinance Crisis in Context of South Asia," *Glob. J. Financ. Manag.*, vol. 6, no. 6, pp. 569–574, 2014.
- [19] A. Gashayie, "Factors that Affect Financial Sustainability of Microfinance Institution: Literature Review," *Eur. J. Bus. Manag.*, vol. 7, no. 7, pp. 223–229, 2015.
- [20] M. Yunus and K. Weber, *Creating a World without Poverty: Social Business and the Future of Capitalism, Public Affairs™*. 2007.
- [21] S. Hashemi and M. Anand, "Toward a social performance bottom line in microfinance," *Washingt. DC, CGAP*, 2007.
- [22] M. Zeller, C. Lapenu, and M. Greeley, "Measuring social performance of microfinance institutions: A proposal," *Soc. Perform. Indic. Initiat. (SPI)-Final Report, Argidius Found. Consult. Gr. to Assist Poorest*, 2003.
- [23] J. Yaron and M. Benjamin, "Rural Finance: Issues, Design, and Best Practices," vol. 14, 1997.
- [24] J. Yaron, "What Makes Rural Finance Institutions Successful?," *World Bank Res. Obs.*, vol. 9, no. 1, pp. 49–70, 1994.
- [25] G. M. Woller, . "Evaluating MFI's Social Performance: a Measurement Tool," in *USAID (United States Agency International Development) Report*, 2006.
- [26] Kuncoro and Suhardjono, *Manajemen Perbankan: Teori dan Aplikasi*. BPFE. Universitas Gajah Mada, Yogyakarta, 2002.
- [27] B. B. B. Kereta, "Outreach and Financial Performance Analysis of Microfinance Institutions in Ethiopia," no. November, 2007.
- [28] I. Piot-lepetit and J. Nzongang, "Financial sustainability and poverty outreach within a network of village banks in Cameroon: A multi-DEA approach," *Eur. J. Oper. Res.*, vol. 234, no. 1, pp. 319–330, 2014.
- [29] T. F. Bresnahan and P. C. Reiss, "Entry And Competition In Concentrated Markets," *J. Polit. Econ.*, vol. 99, no. 5, pp. 977–1009, 1991.
- [30] T. F. Bresnahan, P. C. Reiss, R. Willig, and G. J. Stigler, *Do Entry Conditions Vary Across Markets?*, vol. 3. 1987.
- [31] E. F. Kipesha and X. Zhang, "Sustainability, Profitability and Outreach Tradeoffs: Evidences from Microfinance Institutions in East Africa," *Eur. J. Bus. Manag.*, vol. 5, no. 8, pp. 136–149, 2013.
- [32] R. P. Christen, "Commercialization and Mission Drift: The Transformation Of Microfinance In Latin America." Washington, DC, 2001.
- [33] P. Casini, "Competition and Altruism in Microcredit Markets," *Mimeo, ECARES, Univ. Libr. Bruxelles*, 2008.
- [34] A. Adams and D. D. Tewarib, "Determinants of microfinance outreach in Sub-Saharan Africa: A panel approach," *Acta Commer.*, vol. 17, no. 1, pp. 1–10, 2017.
- [35] N. Gwasi and M. T. Ngambi, "Competition and Performance of Microfinance Institutions in Cameroon," *Int. J. Res. Soc. Sci.*, vol. 3, no. 8, pp. 1–36, 2014.
- [36] A. De Cloet and H. Moyaert, "Microfinance: Influence of Competition on Outreach," *Publ. Thesis*, 2014.
- [37] T. D. Olsen, "New Actors in Microfinance Lending: The Role of Regulation and Competition in Latin America," *Perspect. Glob. Dev. Technol.*, vol. 9, no. 500, p. 519, 2010.
- [38] H. Kai, "Competition and Wide Outreach of Microfinance Institutions," *MPRA Pap.*, no. 17143, 2009.
- [39] A. Upchurch, *Cost Accounting: Principles and Practice*. Harlow: Financial Times/Prentice Hall, 2005.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produktivitas Pada KSP Payakumbuh Kabupaten Lima Puluh Kota

Apriyeni, Deltri
Prodi Pendidikan Ekonomi
STKIP PGRI Sumatera Barat
Padang, Indonesia
deltri.apri@gmail.com

Rahmania, Meri
Prodi Pendidikan Ekonomi
STKIP PGRI Sumatera Barat
Padang, Indonesia
rahmatullah.4jj@gmail.com

Wati, Wati
Prodi Pendidikan Akuntansi
STKIP PGRI Sumatera Barat
Padang, Indonesia
tegowati73@gmail.com

Suryany, Eva
Jurusan Administrasi Negara
STIA LPPN Padang
Padang, Indonesia
evasuryani@stia-lppn.ac.id

Nazirwan, Nazirwan
Jurusan Administrasi Negara
STIA ADABIAH
Padang, Indonesia
nazirwan360@gmail.com

Thamrin, Thamrin
Jurusan Management
Universitas Negeri Padang
Padang, Indonesia
husinthamrin@yahoo.com

Abstract—

Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan dan mendeskripsikan bahwa terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi produktivitas dalam usaha peternakan ayam ras petelur pada KSP Payakumbuh. Produktivitas yang tinggi merupakan faktor yang menentukan output yang dihasilkan memiliki daya saing pada Kawasan Sentra Produksi (KSP). Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan metode kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor produktivitas yang turut mempengaruhi dalam usaha peternakan ayam ras petelur. Diantaranya Faktor teknis, faktor kondisi lokasi usaha dan faktor manajemen produksi dan keuangan. Pada KSP Payakumbuh peternak memproduksi dalam skala ekonomis. Populasi ayam ras petelur dalam jumlah besar, dengan produktivitas yang tinggi merupakan tolok ukur berkembangnya kawasan sentra produksi. Ditunjang oleh harga output yang kompetitif di pasaran.

Keywords—Produktivitas, Kawasan Sentra Produksi, Peternakan Ayam Ras Petelur.

I. PENDAHULUAN

Berdasarkan teori ekonomi konvensional yang menjelaskan bahwa memproduksi selalu sama di semua tempat, dalam teori ekonomi wilayah (regional) memiliki perspektif yang berbeda, bahwa memproduksi ditentukan oleh lokasi mengingat kemudahan-kemudahan yang akan diperoleh dan efisiensi dalam memproduksi (Sjafrizal, 2018). Menempati lokasi usaha pada suatu kawasan akan mendatangkan berbagai keuntungan bagi produsen, baik dalam proses produksi, pemasaran dan harga output yang bersaing (Apriyeni, 2019) ; (Kornita, 2018) ; (Arman, 2018) ; (Putra, 2015). Pertimbangan dalam menentukan lokasi usaha didasarkan kepada aspek keuntungan yang maksimal dengan mempertimbangkan kedekatan dengan bahan input produksi dan lokasi pemasaran output (Smith dalam Tarigan, 2018). Sedangkan Weber dalam Sjafrizal (2018) menjelaskan bahwa penentuan lokasi usaha untuk mengoptimalkan hasil produksi. Disamping itu faktor

lingkungan, sosial ekonomi turut menjadi pertimbangan (Pittelkow, 2015).

Disisi lain, perkembangan kawasan sentra produksi yang output produksinya mampu menjangkau berbagai kota dan propinsi sebagai wilayah pasarnya, sangat ditentukan oleh produktivitas kawasan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, menjelaskan serta mendeskripsikan faktor-faktor apa saja yang memiliki pengaruh dalam produktivitas pada KSP Payakumbuh, fenomena ini perlu diungkap secara aktual. Sehingga dapat dijadikan tolak ukur dalam pengembangan KSP Payakumbuh sebagai lokomotif perekonomian masyarakat yang berbasis kepada produk lokal yang menjadi primadona perekonomian setempat. Mengingat kemajuan perekonomian wilayah sangat mempengaruhi perekonomian nasional.

II. LANDASAN TEORI

a. Pengertian Kawasan Sentra Produksi

Suatu kawasan strategis adalah suatu kawasan ekonomi yang secara potensial memiliki efek ganda (*multiplier effect*) yang signifikan secara lintas sektoral, lintas spasial (lintas wilayah) dan lintas pelaku. Dengan demikian, perkembangan wilayah strategis memiliki efek sentrifugal karena dapat menggerakkan secara efektif perkembangan ekonomi sektor-sektor lainnya, perkembangan wilayah di sekitarnya serta kemampuan menggerakkan ekonomi masyarakat secara luas, dalam arti tidak terbatas ekonomi masyarakat kelas-kelas tertentu saja (Rustiadi, 2003).

b. Pengertian produktivitas

Arsyad (2018), menjelaskan bahwa, konsep fungsi produksi merupakan hubungan antara tingkat output dengan kombinasi input-input tertentu serta teknologi yang digunakan. Sedangkan produktivitas adalah rasio dari total output dengan input yang dipergunakan dalam produksi (Heady dalam Pamoriana, 2013).

Input atau faktor produksi adalah semua pengorbanan yang diberikan dalam proses produksi, agar memberikan hasil secara optimal. Faktor produksi sangat menentukan

besar kecilnya produk yang diperoleh. Faktor produksi lahan dan modal untuk membeli bibit, pupuk, obat-obatan, tenaga kerja dan aspek manajemen adalah faktor produksi terpenting diantara faktor produksi yang lain (Widowati dalam Adhitya, 2013).

Sedangkan faktor keikutsertaan petani pada berbagai program pelatihan merupakan faktor yang turut mempengaruhi produktivitas (Isyanto, 2012). Tingkat pendidikan yang baik mempengaruhi produktivitas (Priadana, 1999).

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi produktivitas

Kemajuan suatu kawasan ditentukan oleh besarnya hasil output produksi dan produktivitas yang terjadi dalam kawasan. Sehingga menyebabkan efisiensi harga output yang menimbulkan daya saing di pasaran. Berbagai variabel merupakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi produktivitas. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Pamoriana (2013), bahwa luas lahan, jumlah produksi, modal merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi produktivitas. Faktor lain yang tidak kalah pentingnya dalam produktivitas adalah penggunaan teknologi, teknologi yang tepat guna dapat meningkatkan hasil output produksi berkali-kali lipat (Isyanto, 2012).

Senada dengan apa yang diungkapkan sebelumnya, Tambunan (2003) menjelaskan bahwa produktivitas dipengaruhi oleh kombinasi dari banyak faktor, antara lain kualitas bibit, pupuk, jenis teknologi yang digunakan, ketersediaan modal, kualitas infrastruktur dan tingkat pendidikan/pengetahuan petani/buruh tani. Selain faktor faktor tersebut, praktek manajemen (pemupukan, pemberian pestisida dan sebagainya) juga sangat mempengaruhi produktivitas. Mas'ud (2017) menambahkan bahwa, faktor-faktor yang mempengaruhi produktivitas adalah ; kemampuan, situasi dan lingkungan, motivasi, upah, tingkat pendidikan, perjanjian kerja, pakan dan teknologi.

Kawasan yang baik dan dapat berkembang dengan produktivitas yang tinggi harus dilengkapi dengan sarana dan prasarana untuk menunjang terlaksananya aktivitas ekonomi dalam kawasan. Termasuk didalamnya berbagai program pendidikan dan pelatihan yang bisa diberikan kepada pelaku ekonomi dalam kawasan. Oleh karena itu, sesuai dengan apa yang diungkapkan Suwardi (2011) yang menjelaskan bahwa, infrastruktur dan pendidikan sangat besar pengaruhnya terhadap produktivitas pertanian.

Agar kesinambungan semua kegiatan dalam kawasan dapat berjalan dengan lancar, maka perlu memperhatikan berbagai komponen yang tersedia sebagai penunjang. Sehingga produktivitas tidak berubah melainkan selalu dapat ditingkatkan. Siringo (2014), menjelaskan bahwa penggunaan input produksi dan luas lahan merupakan faktor yang menyebabkan perkembangan produktivitas mengalami perubahan

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada KSP Payakumbuh, yang terletak di Kecamatan Payakumbuh, Kabupaten Lima Puluh Kota, Propinsi Sumatera Barat. Jenis penelitian adalah penelitian deskriptif kualitatif. Pengambilan informan penelitian berdasarkan jumlah peternak yang menempati lokasi usaha peternakan ayam ras petelur yang berada dalam kawasan. Sebesar 67 peternak ayam ras petelur yang berada dalam kawasan menjadi informan penelitian. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik

observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan metode kualitatif. Teknik analisa data menggunakan 3 metode yakni 1). Reduksi data 2). Display Data, 3). pengambilan kesimpulan dan verifikasi data. Pemeriksaan keabsahan data menggunakan triangulasi menurut sumber (Moleong, 2007).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

KSP Payakumbuh merupakan kawasan produktif yang menghasilkan telur ayam ras di Kabupaten Lima Puluh Kota. Usaha peternakan ini merupakan usaha yang banyak dilakoni oleh masyarakat dan sudah berlangsung selama beberapa dekade. Disamping bergerak di bidang pertanian, masyarakat juga memelihara ayam ras petelur, dengan skala usaha yang kecil hingga sudah menjadi bisnis yang berskala besar. Karena banyaknya rumahtangga yang mengusahakan peternakan di sekitar KSP Payakumbuh, membuat usaha ini menjadi primadona bagi ekonomi wilayah di Kabupaten Lima Puluh Kota. Berbagai usaha disektor hulu dan hilir turut serta berperan dalam menopang bisnis ini, yang merupakan faktor yang mendukung dan menguatkan kawasan sentra produksi. Hal ini mendorong pergerakan ekonomi masyarakat pada Kabupaten Lima Puluh Kota.

Berikut ini adalah data terkait jumlah peternak, populasi dan hasil produksi telur ayam ras di Kabupaten Lima Puluh Kota. Kabupaten Lima Puluh Kota memiliki tiga buah KSP ayam ras petelur, yaitu ; KSP Payakumbuh, KSP Mungka dan KSP Guguk. Dari ketiga KSP tersebut KSP Payakumbuh lebih unggul dibandingkan dua KSP lainnya dalam jumlah peternak, populasi dan hasil produksi telur.

Tabel. Jumlah Peternak, Populasi, Produksi Telur Ayam Ras di Kabupaten Lima Puluh Kota.

No	Kecamatan	Jumlah Peternak	Jumlah Polulasi	Jumlah Produksi Telur/Th
1	KSP Payakumbuh	67	1.503.255	11.590.096,05
2	Akabiluru	13	178.580	1.376.851,80
3	Luak	17	349.600	2.695.416,00
4	Lareh Sago Halaban	43	536.525	4.136.607,75
5	Situjuah Limo Nagari	15	271.440	2.092.802,40
6	Harau	48	560.500	4.321.455,00
7	KSP Guguk	22	677.000	5.219.670,00
8	KSP Mungka	17	772.515	5.956.090,65
9	Suliki	7	128.775	992.701,05
10	Bukit Barisan	1	455	3.508,05
	Jumlah	250	4.978.625	38.385.198,75

Sumber : Dinas Peternakan Provinsi Sumatera Barat, 2016.

Keberhasilan KSP Payakumbuh dalam mengembangkan komoditi unggulan daerahnya, dapat terlihat dengan semakin luasnya jangkauan pemasaran output hasil produksi (telur ayam ras). Propinsi tujuannya adalah Propinsi Riau, Sumbar, Jambi, Palembang, Lampung dan DKI Jakarta. Luasnya wilayah pemasaran hasil produksi, menunjukkan bahwa jumlah produksi yang berasal dari KSP Payakumbuh lumayan besar, sehingga dapat memasok kebutuhan telur ayam ras ke daerah lain.

Walaupun beberapa tahun yang lalu pernah terjadi wabah seperti penyakit flu burung yang melanda daerah di Kabupaten Lima Puluh Kota, peternak tetap tidak menghentikan usahanya. Berbagai cara dan upaya dilakukan agar dapat mengatasi berbagai persoalan dalam wabah ini. Salah satunya adalah mendatangkan langsung vaksin dan obat-obatan dari Cina untuk mengantisipasi masalah yang terjadi oleh kelompok peternak. Kemajuan teknologi dan komunikasi yang dilakukan peternak memudahkan mereka dalam mengatasi wabah yang sempat menghancurkan usaha peternakan ayam ras petelur ini. Kondisi ini tidak menyurutkan niat peternak untuk tetap bangkit dan menjalankan usaha mereka kembali.

Pesatnya perkembangan usaha pada KSP Payakumbuh merupakan faktor penentu bahwa produktivitas dalam usaha ini cukup besar. Hal ini dapat terlihat dengan bertambahnya populasi ayam ras petelur yang dipelihara peternak dalam kawasan. Hasil produksi yang terus meningkat dan harga output produksi yang bersaing di pasaran dengan kualitas yang terjamin. Menyebabkan telur ayam ras yang berasal dari KSP Payakumbuh sangat diminati konsumen. Beberapa faktor-faktor yang turut menentukan dan berpengaruh terhadap produktivitas pada KSP Payakumbuh, dari hasil observasi dan wawancara dengan peternak dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. *Faktor Teknis*(terkait dengan lokasi peternakan ayam ras petelur)

Keadaan alam pada lokasi KSP Payakumbuh sangat menunjang untuk usaha peternakan ayam ras petelur. Topografi yang cenderung landai, iklim yang sejuk, lokasi yang tersedia masih sangat luas untuk pengembangan usaha ini. Kondisi iklim dan cuaca yang kondusif bagi ayam ras petelur menyebabkan produktivitas ayam yang tinggi dan performans yang sehat, dapat terpelihara dengan baik. Kualitas telur juga sangat baik, terutama dari segi ukuran dan ketahanan telur lebih lama pada suhu ruang. Sehingga usaha ini sangat menguntungkan bagi masyarakat yang telah menjadi usaha yang dijalani secara turun-temurun.

Pada lokasi Kawasan Sentra Produksi (KSP) Payakumbuh, terdapat penjual saprodi yang digunakan oleh peternak. Seperti kebutuhan untuk bibit, bahan pakan konsentrat , vaksin dan obat-obatan/mineral. Usaha pembuatan kandang ayam, pembuatan kemasan telur ayam, kawat untuk kandang, jasa pengangkutan, jasa keuangan seperti ; Bank, Koperasi, dll. Bagi peternak yang memiliki skala usaha yang besar, pembelian bibit ayam (DOC), pakan konsentrat, vaksin, obat-obatan /mineral, langsung ke pabrik di Kota Medan dan Kota Padang. Karena pembelian dalam jumlah yang besar dapat menghemat biaya dalam produksi. Dan harga yang lebih murah untuk setiap pembelian dalam jumlah tertentu. Karena berbagai diskon harga yang diberikan oleh pabrik kepada peternak yang telah menjadi mitra selama bertahun-tahun.

Secara keseluruhan, pada lokasi KSP Payakumbuh telah tersedia jaringan usaha dari hulu ke hilir. Kehadiran KSP ini telah membuka jaringan usaha terkait lainnya dalam satu kawasan. Hal ini akan memberikan dampak *multiplier* bagi perekonomian wilayah. Kontribusi yang diharapkan adalah bertambahnya pendapatan daerah secara umum dan dapat meningkatkan penghasilan rumahtangga peternak

khususnya. Yang pada gilirannya bermuara kepada kesejahteraan masyarakat dan kemakmuran ekonomi wilayah. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Andri (2011) bahwa pendapatan usaha peternakan ayam ras petelur memberikan kontribusi 94,02% terhadap pendapatan rumah tangga peternak dan sisanya 5,98% dari sumber pendapatan lainnya.

b. *Faktor Kondisi Lokasi*

• Fasilitas Infrastruktur

Sebagai kawasan penghasil telur ayam ras terbesar di Sumatera Barat, KSP Payakumbuh telah didukung oleh berbagai infrastruktur penunjang untuk keberhasilan dalam menjalankan usaha. Sarana jalan yang tersedia menuju lokasi kandang peternak yang bisa dijangkau oleh mobil memudahkan dalam proses pengiriman bahan baku maupun penjualan hasil output produksi. Akan tetapi kondisi jalan yang layak untuk dilalui oleh truck-truck besar untuk pengiriman bahan pakan dan penjualan telur ke daerah yang lain belum semuanya dalam kondisi baik dan memadai. Masih banyak jalan di area lokasi KSP Payakumbuh yang rusak dan kurang layak untuk dilalui oleh truck yang berkapasitas besar. Faktor ini merupakan penghambat lalu-lintas dalam area KSP. Dan beresiko bagi telur ayam ras yang rentan rusak dan pecah bila terkena guncangan selama perjalanan ke lokasi pasar yang dituju.

Disamping membutuhkan perbaikan jalan, lokasi KSP juga membutuhkan perbaikan jembatan yang terdapat dalam area KSP. Karena kebutuhan pasokan pakan dengan kapasitas yang besar tidak boleh terhalang karena rusaknya jembatan yang dilalui oleh sarana transportasi menuju kandang peternak. Keterlambatan pasokan pakan pada ayam ras dapat memicu rendahnya produksi telur ayam dan dapat berujung kepada kematian ayam ras.

Begitu juga dengan ketersediaan listrik untuk penerangan dan pemanas kandang, pengoperasian mesin dan peralatan yang digunakan dalam proses pengadukan dan pemberian pakan. Penerangan jalan menuju lokasi usaha peternakan tersedia dengan memadai. Sedangkan Fasilitas sarana air bersih yang berasal dari Perusahaan Air Minum (PAM) belum sepenuhnya tersedia pada lokasi KSP Payakumbuh. Peternak lebih banyak memanfaatkan sumber air dari sumur galian yang dibuat pada lokasi kandang. Ketergantungan peternak kepada sumber air dapat teratasi tanpa mengandalkan pasokan dari PAM.

Besarnya peran infrastruktur dalam memajukan usaha dan merupakan fasilitas yang harus tersedia, terutama pada lokasi kawasan sentra produksi. Karena suatu kawasan memerlukan aktivitas bisnis yang besar dan ritme yang relatif cepat. Tanpa tersedianya sarana infrastruktur penunjang, mustahil akan berjalannya usaha dengan lancar pada kawasan. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Bello (2017) bahwa perhatian pemerintah turut menentukan kemajuan usaha dengan menyediakan infrastruktur yang layak. Drastiani (2014) juga sependapat dengan Bello (2017) bahwa infrastruktur penunjang perlu untuk memajukan iklim berusaha.

- Kedekatan dengan lokasi pasar

Apabila ditinjau dari aspek pemasaran, posisi usaha peternakan ayam ras petelur ini berada ditengah-tengah antara Kota Pekanbaru (Propinsi Riau) dan Kota Padang yang merupakan wilayah potensial sebagai tempat pemasaran telur. Disamping Propinsi Jambi, Bengkulu, Palembang, Lampung dan DKI Jakarta. Prospek pengembangan usaha sangat baik dimasa yang akan datang karena kebutuhan akan telur ayam ras sebagai sumber protein yang terus meningkat. Dari segi harga pun tergolong sumber protein yang murah dan banyak diminati. Secara prospek usaha telur ayam ras memiliki prospek yang cerah di masa yang akan datang.

- Kedekatan dengan sumber bahan baku

Peternak yang menempati lokasi usaha pada KSP Payakumbuh memiliki lokasi yang strategis karena berdekatan dengan daerah penghasil bahan baku yang digunakan sebagai pakan ternak. Pakan ternak yang diperlukan untuk ransum setiap hari seperti ; jagung dipasok dari daerah Pasaman, karena kebutuhan untuk pakan ternak yang cukup besar setiap harinya, produksi disekitar Kabupaten Lima Puluh Kota tidak mencukupi. Begitu juga dengan dedak, disamping berasal dari daerah disekitar juga didatangkan dari Tanah Datar, Kabupaten Agam dan daerah lainnya.

Sedangkan untuk bibit DOC sebagian peternak ada yang langsung membeli ke pabrik dan sebagian lagi ada yang membeli ke pedagang sarana produksi (saprodi) yang membuka usaha pada kawasan sentra produksi. Sebagian peternak pada lokasi KSP ada yang tidak memerlukan bibit DOC karena tidak memelihara ayam pada periode starter. Peternak hanya memelihara ayam pada periode layer dan membelinya kepada peternak lain yang menjual ayam periode layer. Karena pemeliharaan DOC hingga siap berproduksi memerlukan keahlian khusus dan resiko yang relatif lebih tinggi jika tidak memahami kebutuhan khusus bagi anak ayam.

Disamping itu, kebutuhan saprodi lainnya adalah pembuatan kandang, kertas tempat telur sudah tersedia pada lokasi KSP. Peternak tidak mengalami kesulitan untuk memperolehnya. Karena jasa pembuatan kandang dan pembuatan kertas kemasan telur merupakan lahan usaha yang terbuka bagi masyarakat setempat dengan berkembangnya usaha peternakan ayam ras petelur ini.

- Tenaga kerja yang terampil

Sebagai kawasan yang merupakan pusat pertumbuhan ekonomi wilayah, keberadaan KSP Payakumbuh merupakan daya tarik bagi para pekerja yang akan mencari pekerjaan. Pekerja yang datang ke lokasi KSP berasal dari daerah setempat dan daerah lainnya bahkan ada yang berasal dari Pulau Jawa. Pembagian kerja dalam usaha ini meliputi ; bagian produksi (pekerja kandang), administrasi dan bagian pemasaran.

Usaha peternakan ayam ras petelur ini tidak menuntut pendidikan yang tinggi untuk pekerja kandang. Kedisiplinan, kerajinan, ketekunan

merupakan modal utama dalam menjalankan usaha. Mengingat penanganan dalam manajemen kandang yang baik sangat menentukan produktivitas ayam ras petelur. Kelalaian pekerja kandang dalam memenuhi kebutuhan pakan, minum, obat-obatan akan berakibat fatal bagi ternak. Tentu akan menyebabkan kerugian dalam usaha yang dijalankan. Selain itu, pekerja kandang tidak boleh sering berganti-ganti masuk kedalam kandang, mesti ditetapkan untuk kandang tertentu petugasnya masing-masing. Karena sifat ayam ras yang sangat sensitif dapat mengganggu produktivitas ayam.

Keberadaan KSP merupakan sarana dalam menciptakan tenaga kerja yang terampil bagi pekerja. Keahlian yang diperoleh dapat dengan mudah dipelajari dan dilatih. Aktivitas rutin yang dilakukan setiap hari mampu meningkatkan keterampilan pekerja. Tidak sulit untuk memperoleh tenaga kerja pada lokasi KSP karena lokasi ini selalu didatangi oleh pekerja dari daerah lain yang membutuhkan pekerjaan. Pada lokasi KSP ini terjadi transfer ilmu pengetahuan bagi pekerja, khususnya pekerja kandang.

c. Faktor Manajemen

1. Manajemen produksi

Dalam proses produksi yang dijalankan peternak, aspek penggunaan faktor-faktor produksi sangat diperhatikan. Pemberian pakan yang sesuai dengan standar gizi ternak, tata laksana kandang, sanitasi lingkungan kandang dan sekitarnya, pemanfaatan *skill* yang baik bagi tenaga kerja, khususnya pekerja kandang. Sudah ada pembagian kerja dalam proses produksi yang dijalankan. Pencampuran ransum ayam sudah mengikuti standar kebutuhan, teknik yang digunakan sebagian sudah menggunakan mesin *mixer* pakan. Bagi peternak yang berskala kecil, dengan modal yang terbatas, belum sepenuhnya melaksanakan standar produksi yang baik, seperti ; pemberian pakan jagung yang memiliki kualitas rendah dengan harga yang relatif murah. Hal ini akan menyebabkan kualitas telur yang dihasilkan kurang memuaskan. Dan masa afkir ayam ras akan lebih cepat. Sebagaimana yang diungkapkan oleh ; Rasyaf (2013) manajemen pakan yang baik akan mempengaruhi *performans* ayam ras.

Disamping itu, biaya produksi menjadi lebih tinggi karena skala usaha yang kecil dan tidak memiliki mesin untuk penggilingan jagung. Peternak harus menambah biaya penggilingan jagung sebesar Rp. 500 / kg nya. Otomatis peternak terbebani oleh tambahan biaya penggilingan jagung.

2. Manajemen keuangan

Usaha peternakan ayam ras petelur merupakan usaha yang padat modal. Biaya tetap dan biaya variabel yang dibutuhkan dalam berproduksi lumayan besar. Semakin besar skala usaha yang dijalankan semakin besar biaya yang dibutuhkan. Apalagi harga bahan pakan dapat melonjak sewaktu-waktu, membutuhkan biaya tambahan untuk menutupi biaya produksi. Peternak yang memiliki skala produksi yang besar atau diatas 10.000 ekor, umumnya sudah memiliki manajemen keuangan yang baik. Sudah menggunakan tenaga

administrasi yang mencatat keluar masuk kas setiap hari. Akan tetapi peternak yang memiliki skala yang masih kecil di bawah 10.000 ekor, masih bersifat tradisional. Tidak memiliki catatan keuangan yang rapi dan sistematis. Karena menghemat pengeluaran biaya untuk membayar tenaga administrasi. Sehingga tidak ada pemisahan antara uang yang dipakai untuk usaha dan uang untuk kebutuhan pribadi. Padahal penerapan manajemen yang baik sangat diperlukan untuk menghindari berbagai resiko yang dihadapi peternak. Sebagaimana yang dikemukakan oleh ; Rasyaf (2013) bahwa faktor manajemen, administrasi, pemasaran merupakan unsur kuat yang mendukung usaha agar tidak goyah dan ambruk bahkan bangkrut.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang dipaparkan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : berkembangnya usaha peternakan ayam ras petelur pada KSP Payakumbuh disebabkan karena besarnya produktivitas usaha pada kawasan. Dan ditunjang dengan adanya faktor-faktor yang mempengaruhi produktivitas. Diantaranya ; faktor teknis meliputi lokasi usaha peternakan. Faktor kondisi lokasi meliputi ; fasilitas infrastuktur, kedekatan lokasi pasar, kedekatan dengan sumber bahan baku, tenaga kerja yang terampil. Selanjutnya faktor manajemen meliputi manajemen produksi dan manajemen keuangan.

References

- [1]. Andri, A., Wati, R., Suresti, A. “ Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Peternak Ayam Ras Petelur Di Kecamatan Lareh Sago Halaban Kabupaten Lima 50 Kota”. Jurnal Peternakan Indonesia, Vol. 13, No. 3, Fakultas Peternakan, Universitas Andalas. p-ISSN : 1907-1760. e- ISSN : 2460-6626. 2011.
- [2]. Apriyeni, D. Sjafrizal, S., Jafrinur, J. Noer, M. “The Effect of Agglomeration on Profits and Price Efficiency in Laying Chicken Farming Enterprises in Payakumbuh Production Central Area of Lima Puluhan Kota Regency, West Sumatera, Indonesia”. Journal of Agricultural Extension Abstracted Vol. 23 (2) April, 2019 ISSN(e): 24086851; ISSN(Print); 1119944X. (references)
- [3]. Arman, I. “Pengembangan Perkebunan Inti Rakyat (PIR) Kelapa Sawit Yang Berdayasaing”. Disertasi Program Pasca Sarjana Universitas Andalas, 2015.
- [4]. Arsyad, L. ‘Pengantar Ekonomi Pembangunan”. BPFE Yogyakarta. 2016.
- [5]. Athidya, F.W., Hartono, D., Awiryana, A.A. “Determinan Produktivitas Lahan Pertanian Subsektor Tanaman Pangan di Indonesia”. Jurnal Ekonomi Pembangunan Volume 14, Nomor 1, Juni 2013, hlm. 110-125.
- [6]. Bello, M.M. et all.”The Economic Effect of Insurgency on Smoked Fish Sellers in Maiduguri Metropolis of Borno State Nigeria”. Journal of Agricultural Extension Vol. 21 (3) October, 2017. ISSN(e): 24086851; ISSN(Print); 1119944X.
- [7]. Drastiani, R. “ Pengembangan Kawasan Tangga Buntung Sebagai Creative Cluster Industry di Kawasan Wisata Tepian Ilir Sungai Musi Palembang. etd. Repository.UGM.ac.id. 2014.
- [8]. Isyanto, A.Y. “Faktor-faktor Yang Berpengaruh Terhadap Produksi Pada Usaha Tani Padi di Kecamatan Ciamis”. Cakrawala Galuh, Vol. 1, No. 8, 2012.
- [9]. Kornita, S.E. “Pembangunan Pertanian Dengan Pendekatan Wilayah : Studi Kasus Pada Kawasan Sentra Produksi Ternak Unggas di Kecamatan Mungka Kabupaten Lima Puluhan Kota”. Disertasi Program Pasca Sarjana Universitas Andalas Padang. 2017.
- [10]. Mas’ud, S.R. “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Produktivitas Kelompok Peternak Ayam Kampung Unggul Balitnak (KUB)”. (Studi Pada Kelompok Peternak Ns Makapori Di Kelurahan Jatiwangi Kota Bima). Jurnal Administrasi Negara, Volume 14 Nomor 3 Juli-Desember 2017 ; 103-117.
- [11]. Moleong, L. J. “Metodologi Penelitian Kualitatif ”. Bandung: Remaja Rosdakarya.2007
- [12]. Pamoriana, W. “ Analisis Produktifitas Tanaman Kopi di Kecamatan Gemawang Kabupaten Temanggung”.Economics Development Analysis Journal. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/edaj>. 2013.
- [13]. Pittelkow, C. M. “Productivity Limits and Potentials of The Principlesb of Conservation Agriculture”. Nature, Volume 517, pages 365-368 (15 January 2015).
- [14]. Priadana, S.M. “Pendidikan meningkatkan produktivitas dan Kualitas Kerja”. Mimbar Pendidikan, No. 3/XVIII/1999.
- [15]. Putra, U.M. “Keuntungan Aglomerasi Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Sei Mangkei Terhadap Peningkatan Efisiensi Industri Wilayah Sekitarnya. Human Falah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam/Vol.2/No.1/2015.
- [16]. Rustiadi, E. “Pengembangan Wilayah Pesisir Sebagai Kawasan Strategis Pembangunan Daerah”. Makalah disampaikan kepada Staf Dinas Perikanan dalam Pelatihan Pengelolaan dan Perencanaan Wilayah Pesisir Secara Terpadu (ICZPM), kerjasama PKSPL IPB dengan Departemen Kelautan dan Perikanan. 11 Agustus –18 Oktober 2003, di Bogor.
- [17]. Siringo, H.B., Daulay, M. “Analisis Keterkaitan Produktivitas Pertanian dan Impor Beras di Indonesia”. Jurnal Ekonomi dan Keuangan. Vol, 2 No. 8.
- [18]. Sjafrizal, S. Ekonomi Regional, Analisis dan Aplikasi. Jakarta: PT. Rajawali Pers, 2018.
- [19]. Suwardi, A. “Pengeluaran Pemerintah Daerah, Produktivitas Pertanian, dan Kemiskinan di Indonesia”. Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia, Vol. 12 No. 1, Juli 2011: 39-55 ISSN 1411-5212.
- [20]. Tambunan, T.TH. *Perkembangan Sektor Pertanian di Indonesia*. Ghalia. Jakarta. 2003.
- [21]. Tarigan, R. *Regional Economy: Theory and Application*, Jakarta: Bumi Aksara 2018.
- [22]. Widowati, E. ”Analisis Ekonomi Usahatani Padi Organik di Kabupaten Sragen”. Tesis. MESP UNS 2007. Surakarta

THE EFFECT OF HALAL FOOD SUPPLY CHAIN IMPLEMENTATION TO SOLVE THE PROBLEM OF APPLICATION IN INDONESIA

Ilmi Mu'min Musyrifin
Muhammadiyah University of
Yogyakarta
Yogyakarta, Indonesia
Ilmimumin17@gmail.com

Khintan Anggraini
Muhammadiyah University of
Yogyakarta
Yogyakarta, Indonesia
Khintananggraini12@gmail.com

line 1: Ni'mah Amalia Suharsono
Muhammadiyah University of
Yogyakarta
Yogyakarta, Indonesia
nimahamalia@gmail.com

Abstract— Indonesia is a country with the largest Muslim population in the world. With the population the most Muslim in the world, Indonesia has a large market potential for the world's halal industry. For that, the purpose of this study is to provide legal certainty for those who consume the institutions that oversee the course of food from upstream to downstream. But the regulations are still there it seems sectoral, partial and inconsistent and not systemic and halal certificates are not mandatory for businesses, but voluntary. This research uses explanatory method research. This research uses nonprobability sampling with a purposive sampling technique. DataThe research used is primary data and secondary data. The results of this study are partial large-small traders, fatwa institutions see the confidence of the people of Indonesia is still very big towards halal labeling and certification. They believe the logo can work to foster more trust in halal food. From these results, it can be said that the government can provide a new draft on the food process towards halal production which will be determined by the government as regulator and supervisor in implementation, so that it can creating legal certainty.

Keywords—Supply Chain, Halal Food, Halal Industry, Halal Supply Chain, MUI

I. INTRODUCTION

Today's business world continues to compete to create a variety of consumer needs that are increasingly high and smarter. Indonesia is a country with the largest Muslim population in the world. Based on data from the Central Statistics Agency (BPS) in 2010 Indonesia's population reached 237.6 million with Muslim population reaching 207 people or around 87 percent. With the largest Muslim population in the world, Indonesia has a large market potential for the global halal industry. The 2016/2017 State of The Global Islamic Economy report published by Thomson Reuters places Indonesia first in the list of halal food product consumers, which is \$ 154.9 billion. However, the Indonesian government has not been able to maximize the market potential because Indonesia is still ranked 10th in the category of halal food producers. (Waharini, F. M., & Purwantini, A. H. (2018)

The high demand for halal products from both the domestic and foreign markets is not accompanied by support from the Indonesian government. One example is the halal product certification. Like most countries with a majority Muslim population, halal certification bodies are less than optimal because there is an assumption that every food product produced in that country is halal so there is no need for halal

certification on these products (Gillani et al, 2016). Halal certification is one of the instruments that must be considered by the government so that Indonesia is able to compete in the halal industry. In addition, there are still pros and cons of halal certification between the government and the Indonesian Institute of Food, Drugs and Cosmetics Research Institute.

Based on 2018/2019 Global Islamic Economy data, Indonesia spent 170 billion US dollars on halal food products or equivalent to Rp2,465 trillion (exchange rate of Rp14,500) / year. The data shows, Indonesia is in the first position of 10 countries with the largest amount of halal food expenditure in the world.

Therefore, the application of halal supply chain management is needed to guarantee the halal quality of a product and service. The product handling must also be separated between halal and non-halal and the process must be guaranteed from upstream to downstream. The concept of halal logistics must be immediately developed and implemented by all industry players involved in the halal supply chain, which is not only limited to halal food.

The development of the nation's modernization has an effect on people's lifestyles. The difficulty of the economy makes it difficult for people to meet the needs of life that are secondary, it must be fulfilled with health values that are in accordance with standards. The philosophy that exists in poor communities is "what is important to eat", whether the food is suitable for consumption or not is not important.

Food labeling is seen from the viewpoint of the community, so we will face the fact that 90% of the population is Muslim because food security for 90% of the Indonesian people must be fulfilled, it will indirectly be relatively safe for non-Indonesian Muslim consumers. For Muslim consumers, safe food is not only free from chemicals or microbiology, but there is also a very essential element that is safe from the dangers of prohibited and doubtful goods and how the management and processing of food are complete and can be served. Food quality and nutrition security as mandated by the Food Law No. 70 of 1996 is an effort of the government in food development to meet the basic needs of the Indonesian people in a fair and equitable manner based on independence and does not contradict public beliefs.

The importance of the legal aspect of food labeling is related to the increasing demands of consumers, especially regarding this halal aspect. In general, this problem has been regulated by the government both in the food laws, consumer protection laws and government regulations that govern more technically. The existence of halal certification on food products that are consumed by Muslim communities, in addition to being seen from the point of view of people's beliefs, labeling of food products circulating in the community

can show that the food is also suitable for consumption by both Muslims and non-Muslims. Unlike other Muslim countries such as Malaysia and Singapore, Indonesia has the right roadmap and regulations to deal with food that is produced or circulated in Indonesia. Therefore up to now, there is still a lot of food in Indonesia that is not halal, and the current regulations are less stringent and still unable to follow up on such matters. With this problem, the researchers conducted research to find out the halal food supply chain in Indonesia so that it can run well. The unclear status of food production in Indonesia is still often questioned, do people need halal certification in Indonesia? This has now been answered and given proof and legality. But with the development of time and the increasingly sophisticated technology and the increasing knowledge of new problems also arise with the question, is the process of making food production is really halal? Therefore, the researcher ignores the problem, do we need a roadmap or is it sufficient for halal labeling?

So the existence of halal certification and labeling is not only aimed at providing peace of mind to Indonesian Muslims but also producing calm for producers in the face of economic globalization. Halal certification and labeling are increasingly needed to fend off competition from outside. For this reason, the purpose of this study is to provide legal certainty for those who consume it with an institution that oversees the course of food from upstream to downstream. However, the existing regulations still seem sectoral, partial and inconsistent and not systemic and halal certificates are not mandatory for business operators but are voluntary.

Halal supply chains are vulnerable to contamination, contamination risk, and perceptual problems, providing reputational risk for supply operations for Muslim market chain owners. At the same time, new halal standards are being developed by Muslim countries outside of slaughter and food production, covering areas such as animal welfare, cosmetics, pharmaceuticals, medical equipment, logistics, food services, retail, banking, and Islamic finance, etc. Indeed, halal requires a supply chain approach to ensure the integrity of halal products, similar to food safety. Therefore, a company's halal guarantee system must go beyond materials and the production process.

In line with the existing problems, the MUI's attitude requested that the inclusion of halal certificates become an obligation for food producers, not just voluntary efforts. In addition to satisfying consumers, it can also improve product quality in the local and international markets. Having a certificate and halal mark can become a standard measure of

the quality of food product quality for producers. The process from the beginning of making until the food is ready to eat and the process of buying and selling is now a new problem, what if the halal certification is not just food that is halal or not, but the ingredients contained and the manufacturing process must also be halal.

Furthermore, it was said that all this time the MUI was limited to providing certification, while the product labeling process remained with the Food and Drug Supervisory Agency (BPOM). This request is certainly not excessive, considering that during the 25 years of carrying out the mandate in the field of halal certification, LPOM MUI has shown its role and performance well. It has even been recognized by halal certification institutions from various countries.

II. LITERATURE REVIEW

a. *Halal certification in Indonesia*

Halal certification is the process of certification of products or services in accordance with Islamic sharia provisions. Halal certification was first carried out in the United States in the 1960s as a guarantee for Muslims living in non-Muslim countries to be able to meet the needs in accordance with the provisions of their religion.

Halal is a mandatory requirement for every product and service consumed by Muslims and is currently considered a product quality standard. Halal quality standards are applied to the process of supplying and producing food, cosmetics, medicines, and medical products and also applied to services related to these halal products (Noordin et al, 2014).

In Indonesia, halal product certification is given by the Indonesian Food and Drug Administration and the Indonesian Ulema Council (LPPOM MUI). The validity period of the halal certificate is two years. During this period, companies/producers must be able to convince MUI and consumers that the halal level of the products produced will always be maintained.

Therefore LPPOM MUI requires each company to create and document Halal Assurance System (HAS) in accordance with the needs of each company when they want to apply for product certification. HAS is a system developed, implemented and maintained by companies that have obtained halal certification. HAS is needed by companies to be able to maintain the halal of the production process in accordance with the rules of LPPOM MUI. Maintaining the Integrity of the Specifications

The template is used to format your paper and style the text. All margins, column widths, line spaces, and text fonts are prescribed; please do not alter them. You may note peculiarities. For example, the head margin in this template measures proportionately more than is customary. This measurement and others are deliberate, using specifications that anticipate your paper as one part of the entire proceedings, and not as an independent document. Please do not revise any of the current designations.



b. Definition of Halal Food Supply Chain

Lambert & Cooper (1998) defines the supply chain as the business process integration of the main processes of end-user through original suppliers who provide products, services, and information that add value to customers and other stakeholders. In a simple understanding, the supply chain is a series of the flow of goods/physical, information and processes used to send products or services from the source location (supplier) to the destination location (customer or buyer). *Abbreviations and Acronyms*.

Food supply chains are different from supply chains of other products and services. The fundamental difference between the food supply chain and other supply chains is a continuous and significant change in the quality of food products throughout the supply chain to the endpoint, the product is consumed. In the food supply chain in Figure 1, food (products) move continuously from producers to consumers through the processes of production, processing, distribution, retail, and consumers; thus, food flows from farmers to consumers (from farm to table). In addition, specifically for food products that are perishable or rotten, the risk of producing waste/loss at each stage of the supply chain has a very high potential which in turn will reduce the profitability and quality of the product in the food supply chain.

1. Supply Chain of Fresh Food Products (such as fresh vegetables, flowers, fruits). In general, the supply chain includes farmers, collectors, wholesalers, importers and exporters, retailers and specialty shops. Basically, all stages of the supply chain have special characteristics, products are grown or produced from the countryside. The main processes are handling, storing, packing, transporting, and especially trading this product.
2. Supply Chain Processed Food Products (such as snacks, serving food, canned food products). In this supply chain, agricultural and fishery products are used as raw materials in producing food products that have higher added value (Figure 2). In many cases, the preservation and cooling process will extend the shelf life of the food product produced.

The success of the food supply chain depends very much on strong and effective interactions between ingredient suppliers, contact packaging providers, re-packers, co-manufacturers, co-manufacturers, intermediary traders and other suppliers.

c. Halal Logistics

Logistics plays an important role in maintaining the halal level of a product through a proper transportation system, storage, and handling of products to the destination end. Separation of halal and non-halal products to prevent contamination for halal products is the main key to the success of halal logistics activities (Tan, Razali, & Husny, 2013).

In this case, the halal logistics service provider company plays an important role in maintaining product integrity.

Halal logistics that can guarantee the halalness of the product, requires consideration of several factors, including comprehensive hygiene standards, quality, and also product safety. Services halal logistics require specific procedures for handling the supply chain. Therefore the company providing halal logistics services must consider several important things (Jaafar, Endut, Faisol, & Omar, 2011), including:

1. halal logistics service providers must have a comprehensive understanding of halal products and basis and guidelines before implementing. The halal status will be obtained if all activities (SCM) have been implemented. The company can apply product handling standards to maintain the halal product. If the product experiences direct contact with non-halal products, then the halal products become-halal products. However, if non-halal products are made, experience contact with equipment or storage and shipping facilities, the purification procedure can be carried out in accordance with Islamic provisions.

2. Separation of halal and non-halal products can be done in various ways, for example, based on the compartment, ranking system or appropriate packaging for the product. Halal and non-halal do not mix. Handling procedures must also be applied to employees in charge of handling products, as well as equipment, machinery and facilities used.

3. Guarantee of the halal product can be realized if the product is below the supervision of halal logistics service provider companies. When goods are transferred to the company other halal logistics service providers, then the opportunity to still maintain product integrity will be reduced. This situation will get worse at the level of retailers because of the declining level of control and supervision. (A. Rejeb - Acta Technica Jaurinensis, Vol. 11, No. 4, p. 218-247, 2018)

d. The Role of MUI and BPOM on Food Labeling Today

LPPOM-MUI (Institute for Food, Drug and Cosmetic Study of the Ulema Council Indonesia) was established on January 6, 1989, to coincide with 26 Jumadil Awal 1409 Based on Decree No. 18 / MUI / 1989. This institution was formed to assist the Assembly Indonesian scholars in determining policy, formulating provisions, recommendations and guidance regarding food, medicine, and cosmetics according to teaching Islamic religion, which was established to provide peace to the people about the product consumed.

As an institution under MUI, in carrying out the halal certification process, LPPOM-MUI uses standard procedures as guidance for implementation, which then set forth in the form of SOP (Standard Operation Procedure). This guide is always developed and continuously improved, according to the needs and development of science and technology. (LPPOM-MUI, 2019)

e. Definition of Labeling

Halal certification is a written MUI fatwa stating the halal status of a product in accordance with Islamic law. This halal certificate is a requirement for labeling lawful. What is meant

by halal products are products that meet the halal law in accordance with Islamic law, namely:

- i. Does not contain pork and ingredients derived from pigs
- ii. Does not contain prohibited ingredients such as: originating ingredients from human organs and dirt and so on.
- iii. All materials derived from halal animals are slaughtered according to Sharia procedures Islam.
- iv. All storage, sales, processing, transportation places should not be used for pigs. If ever used for pigs or goods no other halal must be cleaned first with the procedures set in Islamic law
- v. All foods that do not contain khमार.

MUI halal certificate holders are responsible for maintaining the halal product that it produces. And this halal certificate is transferable. Government Regulation No.69 of 1999 in article 1 paragraph 3 "Food label is any information about food in the form, image, writing, combination of both, or other forms included in food, put in, pasted on, or is part of food packaging, hereinafter referred to as government regulation label".

Article 1 paragraph 5 Halal food is food that does not contain elements or ingredients which is forbidden or prohibited for consumption by Muslims, both concerning raw materials food, food additives, auxiliary materials and other supporting materials including ingredients food processed through genetic engineering and food irradiation, and which its management is carried out in accordance with the provisions of Islamic religious law. Food safety is the conditions and efforts needed to prevent food from possible contamination biological, chemical and other objects that can interfere, food security is a condition and efforts needed to prevent food from possible biological, chemical, and contamination other objects that can disturb, harm and endanger human health

.Government regulation (PP) regarding halal product guarantee. That policy adds costs, extending the bureaucratic path of certification, and not in accordance with regulatory requirements Government Number 69 of 1999 concerning food labels and advertisements based on Law Number 7 of 1996 concerning food.

Technical regulations governing the issue of halal labeling include decisions together with the Minister of Health and the Minister of Religion of the Republic of Indonesia Number 427 / Men.Kes / SKB / VIII / 1985 (No.681985) concerning the Inclusion of Halal Writing on Food Labels. So, it is clear that the writing Halal labeled on the label or food marking on the product is considered by the law that halal product certification procedures from LPPOM MUI. But if it turns out proven conversely, producers can be prosecuted for the lay public.

Halal certification activities in Indonesia have only been carried out since LPPOM MUI was established in 1989, while the technical provisions regarding the implementation of labeling are based on results Halal certification, only issued in

1996, namely the Decree of the Minister of Health of the Republic of Indonesia No.82 / Menkes / SK / I / 1996 concerning the inclusion of "Halal" writing on food labels. Related with this the Ministry of Health of the Republic of Indonesia Number 82 / Menkes / SK / I / 1996, expressly stated in article 17. Based on the decision, the permit for the inclusion of halal label is issued by the directorate general of Drugs and Food Supervision of the Republic of Indonesia (now a Drug Oversight Agency and Food / BPOM) position, duties, functions, and authority based on certificates law issued by MUI. (MUI.or.id)

III. RESEARCH METHODS

THIS RESEARCH WAS CONDUCTED IN JAKARTA AND YOGYAKARTA WITH A SAMPLE OF 3 INSTITUTIONS AND 25 OTHER SMALL TRADERS NAMED MUI, LPPOM, LPKI. RESPONDENT CRITERIA ARE THE HEAD OF THE INSTITUTE OR REPRESENTATIVES OF INSTITUTIONS IN THE FIELD OF FATWA AND HALAL FOOD PRACTITIONERS

The type of research used is explanatory research. This research used nonprobability sampling with a purposive sampling technique. The research data used are primary data and secondary data. Primary data obtained directly from the field through interviews, while secondary data were obtained from literature or research reports beforehand.

This research method uses descriptive comparative qualitative research methods with the Secondary Data Analysis (ADS) approach. ADS is a method with using secondary data as the main data source. Make use of secondary data meant by using a statistical test technique that is suitable to forget the desired information from data that has been obtained at the agency or certain institutions and then processed systematically and objectively. In this research will describe what HFSC is and how it is implemented in Indonesia and also will compare with countries that have already implemented the HFSC first

Data collection in this research is using secondary data from various types of sources such as BPS, MUI, and various interviews with a discussion afterward this study the researchers classify the data and then will do comparative descriptive research.

This study uses data reduction technique analysis which is a form sharpening, classifying, directing, removing unnecessary analysis and organizing data in such a way that final conclusions can be drawn. Data obtained from the field quite a lot, so it needs to be recorded carefully and in detail. Reducing data means summarizing, choosing the main things, focusing on things important things, and look for the pattern.

Data Source is a place where the data is obtained that is needed in problem solving efforts in this study. Data Sources from this research are:

1. Central Statistics Agency
2. Indonesian Ulema Council
3. Halal Industry Players in Indonesia
4. Reports of Halal Industry Companies in Indonesia

In qualitative research do not always look for cause and effect, but can understand certain situations and try to explore the symptoms by interpreting the problem or conclude a combination of various meanings of the problem as presented by the situation that happened in sequence and real (Darumurti, 2013). Analysis techniques data used is descriptive analysis technique, explaining the phenomenon briefly by going through three stages, namely: data reduction, data presentation, and conclusion (Moleong, 2009: 280). For the sake of ensuring the accuracy of the data, the researcher will conduct data validity. Incorrect data will result in drawing wrong conclusions, and vice versa, Valid data will yield conclusions from correct research results. Alwasilah in Bachri (2010: 54) explains that "the challenge for all types of research is ultimately the realization of the production of knowledge that is valid, valid, true and ethical ". author chooses the validity of the data with the source triangulation approach to uncover and analyze the problems that are used as research objects. Thus data analysis using the triangulation observers method

IV. RESULTS AND DISCUSSION

Based on the results of the study, the analysis of the researcher's literature draws important points that are successfully obtained in interviews and analysis, related to roadmap, regulations, and methods to socialize about the Halal Food Supply Chain. The effect of applying Halal Food Supply Chain to solve the problem of its application in Indonesia. Halal food concepts far have a strategic position. Consumers' spiritual understanding of the importance of halal food as food in accordance with sharia law is maintained, cleanliness and quality safety of its products opens opportunities for new market developments. Halal certainty food products not only in the final product but also in raw materials and processes production. To maintain consumer confidence in the halal nature of the product, the government establishes a guarantee certification body. Indonesia as a country with a population the largest Muslim in the world is becoming a very large market for halal food products, therefore this research was conducted to encourage entrepreneurs to develop products halal food, this is not only as an economic problem but also to maintain consumer confidence.

From the results of the interview and the analysis of the literature, it is concluded that the chain certification halal supply in the future, need for better risk management all supply chain and more adequate management of the company's reputation. However, we need to clearly limit the beginning and end of each supply chain and specify the process link managed and monitored, without creating unnecessary difficulties for the industry. existing enterprise resource planning and supply chain management systems do not support complex halal requirements, blockchain technology can provide infrastructure to facilitate effective halal supply chain audits and certifications. However, this requires a strong international halal supply of globally recognized chain standards, which distinguishes between halal supply chain management for Muslims (more stringent) and non-Muslim (more to the country), and help meet the

possibility of additional requirements for Muslim destination countries (such as cleaning containers for shipping to Southeast Asia). Because of the current situation where halal certification bodies do not

recognize each other, different halal standards are being practiced and halal certification agencies lack understanding of the supply chain. This creates difficulties for the industry, especially when halal certification bodies try to impose corporate requirements based on limited supply chain knowledge and local fatwa conflicts with fat as other countries. Therefore, until there is an international halal supply chain standard accepted by all countries of the Islamic Cooperation Organization (OIC), there must be initiatives that are driven by the private sector to achieve a higher level of halal maturity benefits from the chain closed halal supply is proven in terms of halal risk and reputation management finally won the trust and loyalty of Muslim consumers through bidding hall products are better by design.

From raw materials to reach consumers, halal food can face risk cross-contamination with illicit products, non-compliance with slaughter and intentions other evil. Therefore, there is a problem of mistrust of halal supply chain actors. Respond to trust in halal food products, halal logos or certifications on packaging the product is presented as the best way to inform consumers about compliance food products to Halal guidelines and Sharia legal principles. The halal logo becomes very popular customers to re-check the integrity of Halal products and support purchasing decisions for Muslims and Non-Muslims. However, it is likely that consumers misleading through fake logos or certificates still exist. This is because there are a variety of hall authorities or agents in some Muslim and non-Muslim countries that produce several halal standards and doubtful halal certifications. To reduce all meat supply chain risks, the level of collaboration between different chain partners must be maintained to ensure the trustworthiness of halal food integrity said that a trusted platform was based on exchanging information, mutuality, and transparency requires mutual benefits throughout the halal chain. In the same way, Many technologies are applied to Halal traceability and concurrent supply chain visibility by responding to this problem.

Indonesia must develop a halal supply chain because it will be one determinant of product competitiveness that is important in globalization, including in society ASEAN Economy (MEA). The world's Muslim population is around 1.75 billion or 24% of the population the world shows the potential of the important halal supply market as a considerable development of the halal supply chain in Indonesia.

The halal supply chain can be Indonesia's opportunity to increase competitiveness products. This opportunity is not only for producers but also for logistics service providers in Indonesia. However, to make it an opportunity, implement a halal supply chain requires coordination and collaboration between related parties, both government, producers, logistics service providers, retailers, and related certification bodies.

Finally, so far the Indonesian people do not really need regulation and a roadmap to strengthen and solve the problem of halal food in Indonesia alone. Because most traders are small, fatwa institutions see trust Indonesian society is still very large towards the halal labeling and certification.

They believe that the logo can foster more trust towards halal food and related to the demand side of the public or consumers that Halal logistics is not a necessity or need. According to the community conditions halal in Indonesia is more directed towards the content of a food or ingredient certain, not yet to process the product up to consumers. The process starts with warehousing, transportation, and so on. But there are still many risks that will continue faced by the people of Indonesia if the regulations and roadmap do not exist. Of several examples of other Muslim countries and providing advice for fatwas institutions and governments in Indonesia that supervision in the field should be more tightened, structured and has a firmness to the cheating food offenders. There is a strategy displayed concisely with high-level visuals that map the direction of the product with clear from time to time and from one place to another. Order Halal Food Supply Chain in Indonesia can be tried according to the rules and conditions that apply in accordance with the Act, MUI Fatwa, Islamic Sharia and applicable Norms.

The implementation of the halal supply chain has the potential to increase costs and prices product. The role of government is needed in the form of strategy, policy, and program implementation of the halal supply chain that supports the competitiveness of national products. For example, incentives in halal supply chain certification, infrastructure development and chain facilities halal supply, such as warehousing and port, and others.

The hope of this research is to immediately enact a law and provide authorization to MUI to carry out halal certification through LPPOM MUI and Fatwa Commission and with an appropriate roadmap and regulation such as an Institution that oversees food details. From these results, it can be said that the government can provide a new draft on the food process towards halal production stipulated by the government as regulator and supervisor in implementation so that it can create legal certainty

V. CONCLUSION

The results in this study indicate that the market in Indonesia is not needed regulation and roadmap for the halal food supply chain because the community already believes that food in Indonesia is halal rather than more supported by certification and labeling lawful by the MUI. Therefore the researcher did not follow up on the suitable roadmap as well as the right regulations applied in Indonesia. But researchers provide advice to Fatwa Institutions and the Government to pay more attention to Halal Food supply The chain is in the form of an audit or inspection by the MUI or the Institution below it for each product Supply Chain sector.

VI. IMPLICATION

The theoretical implications of the results of this study are that it can be empirical evidence that explains the positive influence on Halal Food Supply Chain in Indonesia. This research signifying that the Fatwa Institute and the government are the keys to the supply chain Halal food that provides solutions for fatwas and government agencies enhance the confidence and trust of the halal food supply chain. This research too can be a reference for future research interests with the theme of solving the implementation of Halal Food Supply Chain in Indonesia. The results of this study have implications important for policymakers in companies, especially in the food industry. From the results of this study, it can be seen that the regulation and roadmap for the supply chain this halal food can improve the welfare of halal food products Indonesia. Follow-up that will be done by researchers is to bring the results of this study to provide impacts and input on the MUI and the Government that this must be followed up and denied because Indonesia must be able to develop the economy from the beginning to the end.

VII. LIMITATIONS AND SUGGESTIONS

There are several limitations/weaknesses in research that must be corrected in future research, researchers must first be able to dig up information to second government Respondents who are targeted must really understand about halal food and the law, when you want to research something like this you must have time enough and many relationships. For further research is expected to be able to take data directly in order to convince research respondents.

REFERENCES

- [1]. Ab Talib, MS, & Hamid, ABA (2014). Logistik halal di Malaysia: A SWOT analisis. *Jurnal Pemasaran Islam* , 5 (3), 322–343. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2013-0018>
- [2]. Abdullah, AN Bin. (2006). Persepsi dan Awarness Among Food Manufactureess And Marketers on Halal Food in The Klang Valley . *Universiti Putra Malaysia*. Anggara, FSA (2017). Perkembangan dari Indonesia Halal Agroindustry Global Market in ASEAN: Strategic Assesment. *Al Tijarah* ,3 (1), 82. <https://doi.org/10.21111/tijarah>.
- [3]. Abdullah, R., Daud, MSM, Ahmad, F., & Shukti, AA (2016). Logistik Hijau Adopsi antara 3PL Perusahaan
- [4]. Afifi, M., Halim, A., & Ahmad, AA (2017). Penegakan Hukum Perlindungan Konsumen tentang Produk Halal: Pengalaman Malaysia, 10 (3), 9–14. <https://doi.org/10.5539/ass.v10n3p9>
- [5]. Arif, S., & Sidek, S. (2015). Aplikasi dari tayyiban halalan dalam referensi standar untuk menentukan makanan halal Malaysia. *Asia Int. J Sup. Rantai. Mgt Vol. 7, No. 4, Agustus 2018 Sosial Sains* , 11 (17), 116-129. <https://doi.org/10.5539/ass.v11n17p116>
- [6]. Asming, Y., Najib, SOSM, Asmidah, A., Alisa, AA, & Ariff, MKMI (2013). Perlindungan Konsumen atas Produk Halal di Indonesia Institut Halal dan Penelitian Malaysia Manajemen (IHRAM), *Universiti Sains Islam Malaysia (USIM), Fakultas Syariah dan Hukum, Universiti Sains Islam Malaysia (USIM)* , 13 , 22–28. <https://doi.org/10.5829/idosi.mejsr.2013.16.s>.
- [7]. Farouk, MM, Pufpaff, KM, & Amir, M. (2016). Produksi daging dan industri halal kesejahteraan hewan: Ulasan. *Ilmu Daging* , 120 , 60–70. <https://doi.org/10.1016/j.meatsci.2016.04.023>
- [8]. Fathin, N., # 1, R., Rahman, FA, Ahmad, F., Noor, # 3, & Ngadiman, I. (2016). Halal Sertifikat Logistik di Malaysia: Tantangan dan Praktek. *Int. J Sup. Rantai. Mgt*, 5 (3).
- [9]. Gaveau, DLA, Wich, S., Epting, J., Reilly, JP, Diamant, AM, & Comeaux, J. (nd). Penegakan Hukum Perlindungan Konsumen untuk



Kemasan Makanan Aman dalam Keputusan Pidana Keadilan.
<https://doi.org/10.1088/1757-899X/193/1/012055>

Econ. Kebijakan. 34 (2015) hlm. 60–75. doi : 10.1111 / 1759-3441.12101

- [10]. Hafaz Ngah, A., Zainuddin, Y., & Thurasamy, R. (2014). Adopsi halal Rantai Pasokan Halal Malaysia Pabrik: Sebuah Studi Eksplorasi. *Procedia - Ilmu Sosial dan Perilaku* , 129 , 388–395. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.03.692>
- [11]. Hashim, HIC, & Shariff, SMM (2016). Pelatihan Manajemen Rantai Pasokan Halal: Masalah dan Tantangan. *Ekonomi Procedia dan Keuangan* 37 (16), 33–38. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30089-2](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30089-2)
- [12]. JAJ Wilson, Fenomena halal: Perluasan atau paradigma baru? *Soc. Bis.* 4 (2014) hlm. 255–271. doi: 10.1362 / 204440814X14103454934294
- [13]. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi dan Pembangunan*, 19 (1), 2018, 102-113
- [14]. *Jurnal Internasional Rantai Pasokan Manajemen* , 5 (3), 82-85. Diterima dari <http://www.ojs.excelingtech.co.uk/index.php/IJSCM/artikel/view/1277>
- [15]. Melissa, W., & Hassan, W. (2015). Halal Food in New Zealand Restaurants : An Exploratory Study Halal Food in New Zealand Restaurants : An. *Int.Journal of Economics and Management* , 3 (October), 385–402.
- [16]. MH Zulfakar, C. Chan, F. Jie, kekuatan institusional pada daging halal Australia operasi rantai pasokan (AHMSC), *J. Islam. Menandai*. 9 (2018) hlm. 80–98. doi : 10.1108 / JIMA-01-2016-0005
- [17]. MS Ab Talib, SS Md. Sawari, AB Abdul Hamid, T. Ai Chin, Muncul Pasar makanan halal: Teori Kelembagaan sertifikat halal implementasi, *Manag. Res. Rev.* 39 (2016) hlm. 987–997. doi : 10.1108 / MRR-06-2015-0147
- [18]. S. Kabir, Menumbuhkan Permintaan Daging Halal: Apakah Australia kehilangan potensi Peluang Perdagangan? *Econ. Pap. A J. Appl.*

ANALISIS PENGARUH RETURN ON EQUITY (ROE) TERHADAP HARGA SAHAM SYARIAH YANG DIMODERASI OLEH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)

Zikra Agusti Humaira
Mahasiswa Magister Ekonomi Syariah
Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi
zikra.humaira01@gmail.com

Hesi Eka Putri
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Bukittinggi
hesiekaputri@gmail.com

Dendra Ramadhan
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi
Haji Agus Salim Bukittinggi
dendra_r@yahoo.co.id

Abstrak- Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Return On Equity* (ROE) Terhadap Harga Saham Syariah Sektor Properti Yang Dimoderasi Oleh *Corporate Social Responsibility* (CSR). Populasi penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor properti yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011 hingga 2017. Sampel penelitian diambil menggunakan metode *purposive sampling*, sehingga diperoleh sampel sebanyak 12 perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode regresi data panel yang merupakan gabungan dari data *cross section* dan data *time series* dengan menggunakan software *Eviews 7*. Hasil analisis menunjukkan *Return On Equity* (ROE) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap harga saham syariah sektor properti dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terbukti memperkuat pengaruh ROE terhadap harga saham syariah sektor properti.

Kata Kunci : Harga Saham Sektor Properti, ROE, CSR

I. Pendahuluan

Investasi berperan penting dalam pembangunan ekonomi dalam konteks makro maupun mikro. *Financial investment* (investasi keuangan) merupakan salah satu jenis investasi. *Financial investment* dilakukan di pasar modal sebagai sarana untuk memobilisasi dana yang bersumber dari masyarakat ke berbagai sektor yang melaksanakan investasi. Keuntungan yang diharapkan oleh investor dalam melakukan investasi di pasar modal adalah *dividen* dan *capital gain*. Saham adalah salah satu jenis investasi di pasar modal yang banyak diminati masyarakat saat ini. Saham adalah surat tanda kepemilikan perusahaan. Dalam memilih saham, investor memperhatikan kinerja keuangan perusahaan dengan melihat laporan keuangan yang dipublikasikan setiap tahunnya. Dari laporan keuangan tersebut, investor dapat memperoleh informasi mengenai tingkat profitabilitas perusahaan.

Pada umumnya, investor menggunakan teknik analisis fundamental untuk melakukan penilaian terhadap kinerja perusahaan guna mengukur tingkat keuntungan. Analisis fundamental berguna untuk memeriksa laporan keuangan perusahaan dengan memperhitungkan kinerja keuangan dan mengetahui penilaian terhadap harga saham di pasar [1]. Rasio yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Return On Equity* (ROE). ROE merupakan rasio yang

digunakan untuk mengukur kemampuan dari modal sendiri dalam menghasilkan keuntungan bagi seluruh pemegang saham. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Diko Fitriansyah yang menyebutkan bahwa dengan tingginya ROE maka harga saham juga akan meningkat [2]. Tingginya ROE mengartikan bahwa kemampuan perusahaan dalam memberikan keuntungan yang tinggi terhadap modal yang diinvestasikan. Penelitian senada juga dilakukan oleh Kms Muamar dan Edin Surdi menunjukkan bahwa ROE memiliki pengaruh signifikan terhadap harga saham. Berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Jaqualine dan Sri Murni, menyatakan bahwa pengaruh ROE terhadap harga saham adalah negatif [3]. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat ROE meningkat maka harga saham akan mengalami penurunan. Penelitian Rita Widayanti dan Fredella Colline menunjukkan bahwa ROE tidak berpengaruh terhadap harga saham [4].

Hasil beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *return on equity* (ROE) tidak konsisten mempengaruhi harga saham. Sedangkan dalam teori Brigman yang dikemukakan oleh Rahmi Pamel menyatakan bahwa apabila nilai dari rasio profitabilitas terlihat baik dan menunjukkan keadaan yang stabil, maka kemungkinan harga saham akan naik. Pada beberapa penelitian menunjukkan ketidakkonsistenan mengenai pengaruh ROE terhadap harga saham. Ketidakkonsistenan tersebut, diduga terdapat faktor yang memoderasi hubungan antara ROE terhadap harga saham. Variabel yang diduga adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR sebagai variabel moderasi karena masyarakat atau investor mengenal perusahaan dari tanggungjawab sosial yang diberikan kepada masyarakat luas, terutama masyarakat dan lingkungan disekitar perusahaan itu sendiri. Tanggungjawab sosial yang diberikan perusahaan akan memberi image positif kepada investor.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu pertanggungjawaban yang diberikan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan para *stakeholder* baik internal maupun eksternal. CSR merupakan salah satu faktor non keuangan yang perlu dipertimbangkan oleh perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan dan apabila dilaksanakan secara konsisten dalam jangka panjang akan meningkatkan legitimasi masyarakat terhadap kehadiran perusahaan. Disamping kinerja keuangan yang dilihat investor sebelum memutuskan untuk berinvestasi dalam suatu perusahaan, adanya pengungkapan CSR diharapkan akan menjadi nilai plus yang akan menambah kepercayaan para investor, bahwa

perusahaan tersebut akan terus berkembang dan berkelanjutan (*sustainable*).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka topik ini penting untuk diteliti dan menguji hipotesis. Penulis tertarik untuk meneliti dengan judul “Analisis Pengaruh *Return On Equity* (ROE) Terhadap Harga Saham Syariah Sektor Properti Yang di Moderasi Oleh *Corporate Social Responsibility* (CSR)”. Rumusan masalah dalam penelitian ini ; 1) Bagaimana pengaruh ROE terhadap harga saham syariah sektor properti ? 2) Apakah CSR mampu memperkuat atau memperlemah pengaruh ROE terhadap harga saham syariah sektor properti ?. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh ROE terhadap harga saham syariah sektor properti dan untuk mengetahui CSR mampu memperkuat atau memperlemah pengaruh ROE terhadap harga saham. Ruang lingkup penelitian ini adalah : 1) Penelitian ini dibatasi pada perusahaan properti yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI). 2) Periode jangka waktu penelitian adalah 7 tahun, yaitu tahun 2011 hingga 2017. 3) Variabel yang digunakan adalah harga saham syariah sebagai variabel terikat, *Return On Equity* (ROE) sebagai variabel bebas dan *corporate social responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi. Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat untuk mengembangkan investasi saham di pasar modal dan rujukan untuk memilih investasi yang menguntungkan.

II. Tinjauan Teoritis

A. Pasar Modal

Pada dasarnya, pasar modal merupakan pasar untuk berbagai instrumen keuangan jangka panjang yang bisa diperjualbelikan, baik dalam bentuk utang, ekuitas (saham), instrumen derivatif maupun instrumen lainnya. Pasar modal adalah pasar tempat diperjualbelikannya instrument keuangan jangka panjang baik yang dikeluarkan oleh pemerintah maupun oleh perusahaan swasta seperti saham dan obligasi. Bentuk instrumen di pasar modal disebut efek, yaitu surat berharga yang berupa saham, obligasi, bukti right, bukti *warrant* dan produk turunan atau yang biasa disebut *derivative*. Saham adalah tanda bukti memiliki perusahaan dimana pemilikinya disebut juga sebagai pemegang saham (*shareholder* atau *stockholder*). Bukti bahwa seseorang atau suatu pihak dapat dianggap sebagai pemegang saham adalah apabila mereka sudah tercatat pemegang saham dalam buku yang disebut Daftar Pemegang Saham (DPS) [5].

B. Saham

Saham (*stock* atau *share*) dapat didefinisikan sebagai tanda penyertaan atau pemilikan seseorang atau badan dalam suatu perusahaan atau perseroan terbatas. Saham berwujud selembar kertas yang menerangkan bahwa pemilik kertas adalah pemilik perusahaan yang menerbitkan surat berharga tersebut. Harga saham merupakan harga jual dan beli yang sedang berlaku di pasar efek yang ditentukan oleh permintaan dan penawaran. Para ulama kontemporer

sepakat bahwa jual beli saham dibolehkan secara syariah dan hukum positif yang berlaku. Saham sesuai dengan terminologi yang melekat padanya, maka saham yang dimiliki oleh seseorang menunjukkan bahwa bukti kepemilikan atas perusahaan tertentu yang berbentuk aset, sehingga saham merupakan cerminan kepemilikan atas aset tersebut. Logika tersebut dijadikan dasar pemikiran bahwa saham dapat diperjualbelikan sebagaimana layaknya barang [6].

C. Kinerja Keuangan

Untuk melihat kinerja keuangan suatu perusahaan, maka dilihat dari laporan keuangan perusahaan tersebut. Laporan keuangan adalah catatan informasi keuangan suatu perusahaan pada suatu periode akuntansi yang dapat digunakan untuk menggambarkan kinerja perusahaan tersebut [7]. Dalam prakteknya, terdapat beberapa macam jenis rasio keuangan yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja suatu perusahaan. Rasio tersebut adalah : 1) Rasio Likuiditas (*Liquidity Ratio*), 2) Rasio Solvabilitas (*Leverage Ratio*), 3) Rasio Aktifitas (*Aktifity Ratio*), 4) Rasio Profitabilitas.

Rasio Profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan mencari keuntungan. *Return On Equity* (ROE) adalah termasuk kepada rasio profitabilitas. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini maka akan menunjukkan kinerja perusahaan semakin baik.

D. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan wujud tanggungjawab yang diemban oleh perusahaan untuk menyelesaikan masalah sosial yang ada ditengah masyarakat. Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) : CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerjasama dengan para karyawan, keluarga mereka, komunitas setempat dan masyarakat umum demi meningkatkan kualitas kehidupan yang bermanfaat baik untuk bisnis maupun pembangunan [8].

III. Metode

A. Data

Data yang digunakan adalah data sekunder berupa data panel dari tahun 2011 hingga tahun 2017. Data diakses melalui situs Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan properti yang listing di Bursa Efek Indonesia semenjak tahun 2011 hingga 2017 sebanyak 26 perusahaan. Sampel penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, sehingga dapat diambil sampel sebanyak 12 sampel perusahaan dengan jumlah observasi sebanyak 84 observasi.



B. Variabel Penelitian

Variabel penelitian terdiri dari tiga variabel, yaitu Harga Saham Syariah Sektor Properti sebagai variabel dependen, *Return On Equity* (ROE) sebagai variabel independen dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi yang akan memperkuat atau memperlemah pengaruh ROE terhadap harga saham.

C. Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan metode estimasi data panel yaitu gabungan antara data *time series* dan data *cross section*. Estimasi menggunakan *software Eviews 7*. Untuk melakukan estimasi variabel, digunakan persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_1X_2 + e$$

Keterangan :

- Y : Variabel dependen (harga saham)
- a : Konstanta
- b : Koefisien Regresi
- X₁ : Variabel dependen (ROE)
- X₂ : Variabel dependen (CSR)
- X₁X₂ : Moderasi antara ROE dengan harga saham
- e : Residual

Metode estimasi data panel antara lain : 1) Pooled Least Square (PLS) atau *Common Effect Model* (CEM) merupakan suatu model estimasi regresi data panel yang paling sederhana dengan asumsi *intersep* dan koefisien regresi (*slope*) yang konstan antar waktu dan *cross section*. 2) *Fixed Effect Model* (FEM) merupakan teknik estimasi data panel menggunakan variabel *dummy* untuk menangkap adanya perbedaan *intersep* yang didasarkan adanya perbedaan antar perusahaan namun *intersep* konstan antar waktu. Selain itu, diasumsikan koefisien regresi (*slope*) konstan antar perusahaan dan antar waktu. 3) *Random Effect Model* (REM) merupakan metode estimasi model regresi data panel dengan asumsi bahwa koefisien regresi (*slope*) konstan dan *intersep* berbeda antar waktu dan antar individu (*random effect*). Dalam memilih model terbaik, perlu dilakukan 3 pengujian, diantaranya : Uji Chow (FEM dan PLS), Uji LM (PLS dan REM) dan Uji Hausman (FEM dan REM).

IV. Hasil

Berdasarkan hasil estimasi data panel menggunakan Uji Chow dan Uji Hausman, maka terpilih *Random Effect Model* (REM), dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 1. Random Effect Model

Dependent Variable: Y				
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)				
Date: 08/18/19 Time: 17:42				
Sample: 2011 2017				
Periods included: 7				
Cross-sections included: 12				
Total panel (balanced) observations: 84				
Swamy and Arora estimator of component variances				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
X1	-24.00504	34.78484	-0.690101	0.4921
X2	-0.540029	0.129209	-4.179483	0.0001
X1X2	0.050813	0.005709	8.900845	0.0000
C	1310.127	898.0353	1.458881	0.1485
Effects Specification				
			S.D.	Rho
Cross-section random			2555.750	0.4852
Idiosyncratic random			2632.568	0.5148
Weighted Statistics				
R-squared	0.506286	Mean dependent var	797.1563	
Adjusted R-squared	0.487772	S.D. dependent var	3766.101	
S.E. of regression	2695.402	Sum squared resid	5.81E+08	
F-statistic	27.34576	Durbin-Watson stat	1.568810	
Prob(F-statistic)	0.000000			
Unweighted Statistics				
R-squared	0.518147	Mean dependent var	2197.238	
Sum squared resid	1.24E+09	Durbin-Watson stat	0.735862	

Berdasarkan hasil estimasi *Random Effect Model* (REM), maka diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_1X_2 + e$$

$$Y = 1310,127 - 24,00504X_1 - 0,54002X_2 - 0,05081X_1X_2 + e$$

Persamaan regresi diatas, dapat dijelaskan bahwa nilai konstanta (a) sebesar 1310,127, dengan asumsi ROE dan CSR adalah 0 maka harga saham adalah 1310,127. Koefisien regresi ROE sebesar -24,005, berarti jika tingkat ROE meningkat sebesar 1 satuan, maka akan menyebabkan penurunan harga saham sebesar 24,005 dengan asumsi bahwa variabel lain adalah tetap.

Koefisien regresi CSR sebesar -0,54002 menunjukkan, jika tingkat CSR meningkat 1 satuan maka harga saham akan mengalami penurunan sebesar 0,54002 dengan asumsi variabel lain dianggap tetap. Sedangkan koefisien regresi X₁X₂ yang merupakan variabel moderasi antara ROE dengan harga saham yang bernilai 0,05081 dengan signifikansi 0,0000 menunjukkan, jika tingkat CSR meningkat sebesar 1 satuan, maka akan menyebabkan peningkatan harga saham sebesar 0,05081 dengan asumsi variabel lain dianggap tetap. Hal ini menunjukkan bahwa

CSR sebagai variabel moderasi dapat memperkuat ROE sehingga mampu meningkatkan harga saham.

V. Diskusi

A. Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi (R^2) yang ditunjukkan pada nilai *Adjusted R-squared* adalah sebesar 0,487772 (48%). Hal ini menunjukkan bahwa besaran pengaruh variabel ROE dan CSR terhadap harga saham adalah sebesar 48%. Sedangkan sisanya sebesar 52% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

B. Peran ROE terhadap Harga Saham

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan pendekatan *Random Effect Model*, maka diperoleh hasil bahwa variabel *Return On Equity* (ROE) memiliki nilai koefisien sebesar -24,00504 dan nilai signifikansi (Prob.) sebesar 0,4921 ($0,4921 > 0,05$). Hal ini dikarenakan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ROE tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap harga saham syariah tahun 2011-2017. Hal ini disebabkan karena ROE bukan merupakan indikator mutlak untuk menilai sebuah perusahaan. Tidak adanya pengaruh yang signifikan, mengindikasikan bahwa ROE tidak dapat digunakan oleh investor atau pemegang saham dalam melakukan prediksi harga saham dimasa yang akan datang dan rasio ini tidak dapat menarik minat investor untuk melakukan pembelian terhadap harga saham.

C. Peran *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai Variabel Moderasi Pengaruh ROE Terhadap Harga Saham

Berdasarkan hasil pengujian, variabel *corporate social responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi antara *return on equity* (ROE) terhadap harga saham periode tahun 2011-2017 memiliki nilai signifikansi sebesar 0,0000. Hal ini menunjukkan bahwa variabel CSR sebagai variabel moderasi antara ROE terhadap harga saham berpengaruh signifikan yang terlihat dari nilai signifikansi CSR lebih kecil dari 0,05 ($0,0000 < 0,05$). Pada penelitian ini menunjukkan bahwa CSR terbukti mampu menjadi variabel moderasi sehingga dapat memperkuat pengaruh ROE terhadap harga saham.

Meskipun ROE tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham secara partial, namun jika perusahaan melakukan dan mengungkapkan CSR maka investor akan tertarik dan berminat untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut sehingga harga saham akan mengalami peningkatan.

VI. Kesimpulan

Return On Equity (ROE) tidak berpengaruh signifikan terhadap harga saham syariah sektor properti pada periode 2011-2017. *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi terbukti dapat memperkuat pengaruh *return on equity* (ROE) terhadap harga saham syariah sektor properti periode 2011-2017.

REFERENSI

- [1] Diestra Perdana dan raden Rustam Hidayat, *Analisis Fundamental Dalam Penilaian Harga Saham Dengan Menggunakan Metode Dividend Discounted Model dan Price Earning Ratio*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 37 No. 2 Agustus 2016
- [2] Diko Fitriansyah Azhari dkk, *Pengaruh ROE, DER, TATO dan PER Terhadap Harga Saham Perusahaan Properti dan Real Estate Yang Go Publik di Bursa Efek Indonesia*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 32 No. 2 Maret 2016
- [3] Jaqualine Ponggohong, *Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Harga Saham*, Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Vol. 16 No. 01 Tahun 2016
- [4] Rita Widayanti dan Fredella Coline, *Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Harga Saham Perusahaan LQ45*, Jurnal Bina Ekonomi Vol. 21 Nomor. 1 Tahun 2017
- [5] Mohamad Samsul, *Pasar Modal dan Manajemen Portofolio*, (Jakarta:Erlangga 2006)
- [6] Ahmad Faqih, *Praktik Jual Beli Saham Syariah Dalam Perspektif Hukum Islam*, Jurnal Iqtisad, Vol. 5, Nomor 1, Juni 2018
- [7] Swita Angelina Kaunang, "Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan Pada PT. Cipta Daya Nusantara Manado", Jurnal EMBA, Vol. 1 No. 4 Desember 2013
- [8] Wenni Wahyuandari, *Pengaruh Tingkat Profitabilitas Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR Perusahaan*, Jurnal Universitas Tulungagung Bonorowo Vol. 2 No. 2 Tahun 2015.

THE EFFECT OF NPF AND BOPO ON PROFITABILITY (ROA) IN SHARIA FINANCIAL INSTITUTIONS (BPRS Haji Miskin)

Yimmi Syavardie
Management Dept.
STIE H. Agus Salim
Bukittinggi, Indonesia

yimmisyavardie678@gmail.com

Dona Amelia
Management Dept.
STIE H. Agus Salim
Bukittinggi, Indonesia

yimmisyavardie678@gmail.com

Abstract—The development of the economy and technology in Indonesia greatly influences the way companies operate. When viewed from the financial ratios namely Non Performing Financing (NPF) and Operating Expenses Against Operating Income (BOPO), BPRS Haji Miskin has NPF and BOPO which experience fluctuations from year to year so that it can affect Profitability (ROA). Data is collected through the documentation method, namely collecting financial statements of BPRS Haji Miskin from 2012-2018 and using secondary data with quantitative analysis methods that estimate and calculate the effect of a change from other changes using the normality test, autocorrelation test, and heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing consisting of T-test and F-test, correlation coefficient, and determinant coefficient. To analyze using SPSS 18 software. The results of research conducted on the BPRS Haji Miskin, it can be concluded as follows: Non Performing Financing (NPF) has a significant effect on profitability (ROA) on BPRS Haji Miskin ($\text{sig} = 0,019 < = 0,05$), it can be concluded that H_0 rejected and H_a accepted. Operating expenses on operating income (BOPO) significantly influence profitability (ROA). At the BPRS Haji Miskin ($\text{sig} = 0,019 < = 0,05$), it can be concluded that H_0 is rejected and H_a accepted. Then it can be concluded that H_0 is rejected and H_a is accepted. From the results of the F test it can be explained that together NPF (X_1) and BOPO (X_2) have a significant effect on profitability (ROA) on the BPRS Haji Miskin with a value ($\text{sig} F = 0,030 < = 0,05$) it can be concluded that H_0 is rejected and H_a accepted.

Keywords— NPF, BOPO, Profitability (ROA).

Introduction

The development of the Islamic economy in Indonesia be marked with the development of banks and Islamic financial institutions. Government policies towards Islamic banking are contained in Banking Law No. 7 of 1992 concerning banking which some articles regulate Islamic banking. Then in government regulation No 72 regarding banks based on the principle of profit sharing.

The development of the economy and technology in Indonesia at this time can be a big influence on the way the company in carrying out its operations so that it always runs well. The better the banking conditions of a country, the better the economic conditions of a country. The effectiveness and efficiency of the banking system in a country will facilitate the country's economy. The bank is also a financial intermediary institution between the parties who have funds

with parties who need funds as well as institutions that function to facilitate the flow of payment traffic. So the bank's activities are always related to financial problems, namely raising funds and channeling funds.

Thus the bank must always maintain public confidence in order to increase the profitability of the banking sector itself. Bank financial statements are the end result of the accounting process, financial statements provide information that is useful for decision making by various parties such as owners and creditors. This financial report can be used to assess banking developments by analyzing the financial statements.

So that BPRS HajiMiskin can continue to grow, then the company able to meet and keep up with changing market needs and demands. With the increase in the company, the company is demanded to always be active in managing the funds available to run the company's operations. The funds invested in running the company's operations are called working capital. So this working capital is always spinning so that it gets a profit. Working capital is short-term corporate investment, such as cash, securities, accounts receivable, and inventory or all current assets. Given the importance of working capital in the company, financial managers must be able to plan well the amount of working capital that is appropriate and in accordance with the needs of the company, because if there is excess or lack of funds, it will affect the level of profitability of the company. If the company overworked capital will cause many funds to be unemployed, so that it can reduce profitability.

Meanwhile, if lacks working capital, it will hamper the company's operational activities. The three components of working capital, namely cash, accounts receivable, and inventory. The three components of working capital can be managed in different ways to maximize profitability or to increase company growth. The amount of operational costs in order to obtain income also affects the level of profitability of the bank, the smaller the operational costs, it shows the more efficient a bank is in running its business activities to increase profitability.

NPF (Non Performing Financing) is a problem financing or bad credit at the bank. if the NPF is lower the bank will increase its profitability, if the NPF in the bank is more numerous then the bank cannot increase its profitability. NPF is measured by the ratio of non-performing financing to the total financing provided. The smaller the NPF, the smaller the

risk of financing to be borne by the bank. Bank Indonesia stipulates that the quality of the problematic financing is a maximum of 5% and the total financing provided, therefore, the NPF ratio must always be below 5% to avoid the risk of financing or financing which is substandard or non-performing. As for the criteria for the soundness of NPF health determined by the bankIndonesia is as follows :

Table. 1. Bank Health Level

Ranking	NPF value	Predicate
1	$NPF < 2\%$	Very Good
2	$2\% \leq NPF < 5\%$	Good
3	$5\% \leq NPF < 8\%$	Pretty Good
4	$8\% \leq NPF < 12\%$	Not Good

Source: Bank Indonesia

The size of the NPF and BOPO can show the efficiency of the use of NPF / bad credit to the company. The more bad financing available in a company means that it is less effective and this can have an impact on profitability. Likewise, BOPO / operational costs to operating income, the higher the operational costs of operating income, the impact on increasing profitability / banking profitability.

Allah SWT does not forbid human beings from seeking profit or profit. Forbidden is to consume or obtain property in a vanity manner. As for vanity trading if there are elements of maysir, gharar usury and vanity itself. The measuring tool used to measure the level of profitability in this study is to use a return on asset (ROA) measurement tool. The size of the operational costs / BOPO has a direct effect on the size of the funds invested in financing. The smaller the BOPO, the more cash there is in the company. The smaller the operational costs, the higher the profitability in the company.

Table. 2. NPF, BOPO and Profitability

Year	NPF %	BOPO %	Profitability %
2011	1,56	88	4,79
2012	2,46	92	2,12
2013	1,49	91	3,19
2014	3,37	91	2,35
2015	1,77	92	2,20
2016	2,42	92	0,56
2017	7,52	88	1,36
2018	8,15	93	1,34

Source: BPRS Haji Miskin, 2019

Based on the table above it can be seen that every year for the past eight years profitability at BPRS Haji Miskin has fluctuated. By looking at the current unstable financial economic conditions and can also affect the development of the banking sector itself, especially BPRS Haji Miskin whose profits from year to year are unstable and can also affect the health of the bank itself.

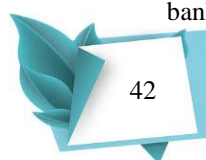
If banks pay attention to sound financing principles in channeling financing, there will be various risks to be borne by the bank, including: principal financing obligations not paid, profit sharing, fees not paid, swelling costs incurred, The decline in bank health. These risks can result in the emergence of problem financing (NPF) caused by internal bank factors.

In general, problematic financing is caused by internal and external factors. Internal factors are factors that exist within the company itself, and the main factor most dominant is managerial factors. The emergence of corporate financial difficulties caused by managerial factors can be seen from several things, such as weaknesses in buying and selling policies, weak oversight of costs and expenses, inaccurate accounts receivable policies, excessive placement of fixed assets, and insufficient capital. External factors are factors beyond the control of the company's management, such as natural disasters, wars, changes in economic and trade conditions, technological changes and others.

BOPO or operational operating costs to operating income is a financial ratio used to measure the level of efficiency and effectiveness of banks in carrying out operations. This ratio measures the ability of bank management in controlling operational costs to operating income. Operating costs represent costs incurred by banks in the course of running their business activities such as marketing costs, labor costs, and other operating costs. Operating income is the main income of the bank, which is the income obtained from the placement of funds in the form of financing and other operating income. The smaller this ratio means the more efficient operational costs incurred by banks so that the possibility of a bank in a troubled state. The smaller this ratio, the better the bank's performance. Thus the operating efficiency of a bank which is proxied by the BOPO ratio will affect the performance of the bank. Operational risk is the risk due to lack of information systems or internal control systems that will produce unexpected losses. This risk is related to human error, system failure, and inadequate procedures and controls.

Relationship between NPF and Profitability. NPF is a financial ratio related to the magnitude of the problematic credit / financing risks experienced by banks. In this case what is meant by credit / financing risk is the possibility of default and the non-payment of financing received from customers, the higher the NPF at a bank means that the bank has a risk of financing borne by the bank. So that the greater the NPF of a bank will cause bank profitability (ROA) to fall. This is due to the increased costs incurred by banks, namely the cost of providing productive assets needed to be higher.

A high NPF will increase costs, so that the potential for bank losses, the higher this ratio, the worse the quality of bank loans which causes the number of problem loans is



greater, and therefore banks must bear losses in their operational activities so that it affects the profit decline (ROA) obtained by the bank. Thus it can be formulated that the NPF has a significant negative effect on ROA.

BOPO Relationship to Profitability. BOPO is the ratio of operating costs to operating income, the lower the BOPO ratio means the better the bank's management performance. If the BOPO ratio increases, it can reflect the lack of level of ability of banks in their operational costs which can cause losses because banks are less efficient in using / managing their business. BOPO is also used to measure the level of efficiency and ability of banks to carry out operational activities.

Considering that the main activity of a bank is to act as an intermediary, namely collecting and distributing public funds, the costs and operating income of a bank are dominated by revenue sharing costs. Any increase in operating costs will result in reduced profit before tax which will ultimately reduce ROA. Thus it can be formulated that BOPO has a significant negative effect on ROA.

Financial statement analysis is the decomposition of financial statement items into smaller units of information and see the relationship that is significant or has meaning between one and the other, namely between quantitative data and non-quantitative data that aims to find out the financial condition in the process of producing decisions that right.

As a financial institution based on the Qur'an and As-Sunnah, PT. BPR Syariah Haji Poor has a vision and mission to be achieved so that PT. BPR Syariah Haji Poor has always been a competent financial institution and is always trusted by its customers.

Funding based on contract.

Murabaha is a contract of buying and selling goods by stating the acquisition and profit (margin) agreed by the seller and buyer. This contract is a form of natural certainty contract (that is, providing financing certainty in terms of both amount and time, the cash flow can be predicted with relative certainty, because it has been agreed by both parties who transact at the beginning of the contract).

It is categorized as a natural certainty contract because in the murabaha it is determined how much the required rate of profit (the agreed amount of profit). The murabaha principle is generally applied in financing procurement of investment goods.

In practice at Islamic Financial Institutions (LKS) included in BPRS Haji Miskin, the form of murabaha is a sale and purchase transaction where a customer comes to the bank to buy a commodity with certain criteria, and he promises to buy the commodity / goods murabaha, i.e. according to the cost of purchase plus the agreed profit level by both parties, and the customer will make an installment payment (periodic installments) in accordance with their financial capabilities.

Musarakah is a contract of cooperation between two or more parties for a particular business where each party contributes funds or charity (expertise) with the agreement that the benefits and risks will be borne together in accordance with the agreement. In financing this musharaka,

BPRS Haji Miskin provides half of the total capital. Banks and customers can make an agreement, what percentage of capital spent by each. For example, banks issue capital at 60% and customers at 40%. Profit sharing is divided based on the amount of capital provided.

Qardh is a loan property given to people in need who are then paid or returned. Or in other words qard is giving loans to other people and returned according to the amount borrowed. In general, qard is lending wealth to others without expecting anything in return. In order to realize its social responsibility, BPRS Haji Miskin provides a facility called Qardul Hasan, namely the provision of loan funds for parties who are required to accept it or need it. This product is used to help customers finance quickly in the short term. And to help small businesses and social needs. Funds obtained from zakat, infaq and shadaqah.

Table. 3. Normality Test

	Unstandardize
N	8
Normal Parameters ^a	Mean
	Std. Deviation
Most Extreme Differences	Absolute
	Positive
	Negative
Kolmogorov-SmirnovZ	
Asymp. Sig.(2-tailed)	

Source : SPSS Processed Data, 2019.

Based on the SPSS calculation above, it is known that the regression equation calculated in this study meets the data normality requirements because Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05.

Table. 4. Calculation of Data Autocorrelation Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.910 ^a	.828	.742	.68574

Source : SPSS Processed Data, 2019

The results of the regression calculation can be seen that the coefficient of determination (Adjusted R Square) obtained is 0.742. This means that 74.2% profitability is influenced by NPF and BOPO. While the remaining 25.8% profitability is influenced by other variables not examined in this study.

Table. 5. Simultaneous Test Calculation (f Test) ANOVA

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	9.036	2			
Residual	1.881	4	4.518	9.608	.030 ^a
Total	10.917	0			

Source : SPSS Processed Data, 2019.

f Test is used to determine the relationship of independent variables simultaneously (together) to the dependent variable. The test results in the above table show all significant numbers, because of the profitability level of Sig.0.030. <0.05, it can be concluded that there is a significant effect between NPF and BOPO on profitability (ROA).

From the F test results it can be explained the Fcount value is 9.068 with a significance level of 0.030 smaller than 0.05, which means that together with the NPF and BOPO, it has a significant effect on profitability (ROA).

Based on this research NPF and BOPO variables simultaneously have an F-statistic value of 9.608 and a significant value of 0.030 <0.05 which means that the NPF and BOPO variables together have a significant effect on profitability (ROA) at BPRS Haji Miskin..

Table. 6. Partial Test Calculation (t Test)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	65.581	16.494	-	3.976	.016
NPF (X1)	-.588	153	.925	-3.834	.019
BOPO (X2)	-.679	180	.912	-3.782	.019

Source : SPSS Processed Data, 2019.

The regression equation model that can be written from these results in the form of a regression equation is as follows;

$$Y = 65.581 - 0,588 X_1 - 0,679 X_2 + e$$

The equation shows that every decrease in NPF will increase profitability (ROA) of BPRS Haji Miskin. This is consistent with the theory. Whereas with the decrease in BOPO which has a negative trend, this means that the greater the BOPO ratio means that it will reduce bank profitability (ROA).

NPF has a significant effect on profitability (ROA) at BPRS Haji Miskin. This is indicated by the results of the output equation constant value 65,581 which means that the NPF variable value is constant (constant) then the output value rises by 65,581%. other than that the probability value (F-statistic).

Conclusion

Based on the results of data analysis, it can be concluded that the effect of NPF and BOPO on profitability (ROA) is the Tcount for NPF (X1) is 3,834 with a significance level of 0.019 less than 0.05, which means that NPF has a significant effect on ROA. Which means the smaller the level of NPF, it will increase the profitability (ROA), and vice versa if the higher the NPF will reduce the level of profitability at BPRS Haji Miskin. Therefore banks must be able to minimize their NPF so that profits at the bank increase .

For BOPO (X2) is 3,782 with a significance level of 0.019 less than 0.05, it means that BOPO has a significant effect on ROA. Where the operational burden is more than the income it will reduce the profit / profitability of the bank. Vice versa. to achieve high profitability, banks must be able to efficiently operate operational expenses to be incurred by banks.

In terms of NPF, it has a significant and negative effect whose NPF variable has a coefficient value - 0.588, which means that with a decrease in NPF of 1%, the output decreases by - 0.588% and a probability value of 0.019 <0.05, this means that H0 is rejected and Ha is accepted. So it can be concluded that the lower the NPF value will increase the profitability (ROA) at BPRS Haji Miskin.

Based on the above research, the BOPO variable has a coefficient value - 0,679 and a probability value of 0.019 <0.05. This means that H0 is rejected and Ha is accepted, it can be concluded that the BOPO variable has a negative and significant effect on profitability (ROA). This is because the level of efficiency of the bank in carrying out its operations affects revenue generated by the bank. If the bank's operational activities are carried out efficiently, the revenue generated by the bank will increase.

REFERENCES

- [1]. Asnawi, Nur Masyuri, 2011, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, Malang: UIN Maliki Press.
- [2]. Basuki, Agus Tri dan Nano Prawoto. 2016. Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis dilengkapi Aplikasi SPSS dan Eviews, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- [3]. Djamil, Faturrahman, 2012, *Penyelesaian Pembiayaan Bermasalah Di Bank Syariah*, Sinar Grafika: Jakarta.
- [4]. Halim, Abdul, 2010, *Manajemen Keuangan Bisnis*, Bogor: Ghalia.
- [5]. Prihadi, Toto, 2008, *Analisis Rasio Keuangan*, Jakarta: Penerbit PPM.
- [6]. Kasmir, 2015, *Analisis Laporan Keuangan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. Lukman, Dendiwijaya, 2005, *Manajemen Perbankan*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- [7]. Muhammad, 2015, *Manajemen Dana Bank Syariah*, PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- [8]. Sasmitasari, Analisis Pengaruh CAR, BOPO, NPF Dan Inflasi Terhadap Profitabilitas Bank Syariah Studi Kasus BPRS Buana Mitra Perwira Di Purbalingga, 2015. Jurnal IAIN Purwokerto.
- [9]. Sulham, Mdansiswanto, Ely, 2015, *Manajemen Bank Konvensional Dan Syariah*, Malang: UIN Malang.

Model Pengembangan Pariwisata Syariah Berbasis Kearifan Lokal di Bukittinggi

Dra. Rusyaida, M.Ag.
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi
Bukittinggi, Sumatera Barat Indonesia
rusyaida1969@gmail.com

Abstract—Bukittinggi city keeps improving itself to develop halal tourism by getting the support from local government and communities which has indigenous identity Basandi Syara', syara' basandi kitabullah as local wisdom. But the fact, the local wisdom related to tourism activities in the field has several obstacles in fulfilling syariah principles. The method used in this research was qualitative descriptive. To collect the data, the researcher used instrumentation such as observation, interviews and focus group discussions. The model of syaria tourism in Bukittinggi in general is still based on local wisdom. Generally its application accord with syaria values as stated in the DSN Fatwa of MUI, in term of destinations, culinary, hospitality and travel agencies. The local wisdom is largely in line with syaria principles, which are oriented to welfare

Keywords—halal tourism, Minangkabau, values of syariah, local wisdom

I. PENDAHULUAN

a. Latar Belakang masalah

Wisata halal sebagai pasar yang terus membesar adalah sangat kompetibel dengan masyarakat Indonesia, lebih lagi Sumbar. Wisata halal dan wisata syariah adalah konsep yang mengintegrasikan nilai-nilai syariah dengan menyediakan pelayanan dan fasilitas yang sesuai syariah. Dalam realisasinya sudah ada nota kesepahaman Dewan Nasional DSN-MUI tahun 2012. Pengembangan destinasi, industri, pemasaran dan kelembagaan pariwisata disesuaikan dengan syariat. Pada tahun 2016 lahir Fatwa DSN MUI no 108 tahun 2016 yang mengatur secara jelas tentang aturan penyelenggaraan terkait pengembangan pariwisata Syariah. Respon yang cepat dilakukan oleh propinsi Lombok yang serius membenahi daerahnya terkait pengembangan pariwisata syariah dan terbukti tahun 2017 sudah melahirkan aturan operasional yang jelas terkait pariwisata syariah yaitu perda pariwisata syariah

Badan Pusat Statistik (BPS) Sumbar [1] mencatat sebanyak 4.405 wisatawan asing berkunjung ke provinsi itu pada Februari 2017 atau naik 0,62 persen dibandingkan Januari yang berjumlah 4.020 orang “Wisatawan asal Malaysia masih mendominasi kunjungan ke Sumbar yang mencapai 3.484 orang pada Februari,” kata Kepala BPS Sumbar Sukardi di Padang. Selain dari Malaysia kunjungan wisatawan juga berasal dari Australia 77 orang, Perancis 35 orang, Singapura 30 orang, Jepang 24 orang, Inggris 22 orang, Jerman 18 orang, Amerika Serikat 18 orang, Thailand 18 orang dan negara lainnya 150 orang.[2]

Sumatera Barat punya potensi dan identitas yang berbeda dengan daerah lain, penduduknya mayoritas beragama Islam, budayanya yang sejalan dengan agama yaitu “Adat Basandi Syara' Syara' Basandi Kitabullah” (ABS-SBK), terkenal dengan falsafah “syara' mangato adat mamakai”. perlu diamati kearifan

lokal yang telah dimiliki dan menjwai kehidupan masyarakat Minangkabau [3]. Apakah memang adat dimaksud telah jadi budaya sebagai kearifan lokal, dan apa saja bentuknya dalam dunia pariwisata. Namun karena keterbatasan waktu penulis akan membatasi lokasi penelitian dan menfokuskan penelitian di daerah kota Bukittinggi. Untuk menganalisisnya penulis akan meninjau dengan fatwa DSN MUI no 108 th 2016 tentang pariwisata syariah.

Kepariwisataan ditetapkan sebagai potensi unggulan daerah Kota Bukittinggi adalah berangkat dari kondisi alam dan geografis Kota Bukittinggi itu sendiri. Posisinya yang sangat strategis yaitu segitiga perlintasan menuju daerah utara, timur dan selatan Sumatera yang dikelilingi oleh tiga gunung yaitu Gunung Marapi, Singgalang dan Sago sebagai tonggak penyangga untuk memperkokoh kota Bukittinggi. Bukittinggi juga dilengkapi dengan peninggalan sejarah yang harus dilestarikan seperti, Lobang Jepang, benteng Fort De Kock, jam Gadang, rumah Gadang Baanjuang di taman margasatwa

Bukti sejarah menunjukkan Kota Bukittinggi pada zaman kolonial Belanda disebut dengan *Fort de Kock* dan dahulunya dijuluki sebagai *Parijs van Sumatra* selain kota sejarah kota Bukittinggi juga dikenal akan pariwisatanya dengan pemandangan yang indah, pegunungan yang elok, ngarai yang eksotis[4], kota ini memiliki hubungan persaudaraan yang baik dengan Seremban di Negri Sembilan, Malaysia yang disebut juga dengan kota kembar.

Sejalan dengan itu, didukung visi misi dinas kebudayaan dan pariwisata dalam pengembangan kepariwisataan di kota Bukittinggi. yaitu: “*Terwujudnya Kota Bukittinggi sebagai destinasi pariwisata yang berdaya saing*”. Di samping pesona panorama alam yang mendukung, potensi yang sangat kuat yaitu kearifan lokal /local wisdom, berbeda dengan daerah lain. Masyarakat yang beradat sesuai syara', syara' mangato adat mamakai. Antara lain masyarakat terbiasa baju yang menutup aurat, bertutur kata yang sopan, tidak boleh bergaul bebas, yang terkenal dengan mengetahui adat nan ampek dan harus memahami sumbang dua belas.[5]

Untuk itu nilai –nilai yang ada di kearifan lokal yang sangat sejalan dengan konsep Islam memperkuat untuk pariwisata syariah perlu dilestarikan. Dari uraian di atas prospek pariwisata syariah merupakan isu besar dan akan berkembang pesat di Sumatera Barat termasuk di Bukittinggi. Untuk itu penulis meyakini isu yang tepat untuk diteliti karena banyak faktor pendukung pariwisata syariah akan menjadi berkembang pesat dari tahun ke tahun. Juga didukung dengan kehadiran jurusan pariwisata syariah di IAIN Bukittinggi.

Namun setelah observasi awal penulis lakukan di Bukittinggi melihat kegiatan pariwisata syariah masih diketahui secara tataran konsep, sebagian masih masyarakat masih asing dengan istilah pariwisata syariah. Namun berbagai pihak terkait wisata sudah

mempunyai aturan lokal atau SOP agar sejalan dengan nilai-nilai Islam untuk ditaati masyarakat seperti aturan kebersihan, aturan keamanan, aturan etika kesopanan, menyediakan fasilitas ibadah. Sekalipun Terlihat dari beberapa objek wisata, perhotelan, atau pelayanan dan kuliner yang kurang mencerminkan nilai-nilai syariah. Menurut penulis perlu penelitian yang mencermati hal ini untuk melihat bagaimana model pariwisata syariah yang berkembang, apakah pariwisata yang berjalan dengan kearifan lokal ini sudah sesuai dengan prinsip ajaran Islam untuk mewujudkan kemashlahatan umat dan terhindar dari kemudharatan, kemusyrikan sebagaimana yang termuat dalam fatwa DSN MUI. Dengan demikian penulis akan mencoba meneliti dengan judul *Model Pengembangan Pariwisata Syariah berbasis kearifan lokal di Bukittinggi*(Tinjauan Fatwa DSN MUI no 108 th 2016)

b. Rumusan Masalah

- Bagaimana perkembangan pariwisata syariah di Bukittinggi
- Bagaimana bentuk kearifan local yang terkait pariwisata yang dikembangkan di Bukittinggi

c. Tujuan penelitian

- Untuk mengetahui perkembangan pariwisata syariah di Bukittinggi
- Untuk mengetahui bentuk kearifan local yang terkait pariwisata yang dikembangkan di Bukittinggi

d. Kontribusi Penelitian

- Dengan mengetahui model pariwisata syariah dengan kearifan lokal di daerah Bukittinggi, akan memberikan kontribusi positif ke daerah lain yang ada di Sumatera Barat
- Menjadi masukan dan rekomendasi bagi pengambil kebijakan dan pelaku wisata halal di Bukittinggi

e. Landasan Teori

i. Pariwisata dalam Islam

Dapat diketahui bahwa dalam kaca mata Islam terdapat beberapa akar kata yang mempunyai arti setara dengan pariwisata, Di antaranya adalah *siihu*, *siiru*, *rihlah*, dan *safar*, *intisyar*, *al-ziarah* dan juga termasuk *taafa*, *maasya* dan *zaara*. Istilah-istilah ini di jumpai dalam Al-Quran, antara lain adalah [6]

1. فسحوا (Q.S 9: 2) artinya berjalanlah terambil dari kata siyahah,
2. سرف artinya pergi, berjalan. Sesuatu jalan untuk lepas dari rasa yang ditakuti atau mencari yang diharapkan [7]
3. Kata yang lain misalnya, “ibnussabiil” (orang yang sedang melakukan perjalanan) di dalam al-Qur’an Surat Attaubah : 60 yang memasukkan “ibnussabiil” tersebut ke dalam salah satu kelompok dari delapan golongan yang berhak menerima zakat.
4. Juga al-Quran menganjurkan kepada orang mukmin agar melakukan hijrah ketika menghadapi kesulitan dan kekalahan (al-ankabut:56), ardhhi waasiatun (bumi Allah luas),

Dari beberapa ayat dalam al-Quran yang berkaitan dengan pariwisata tersirat makna anjuran/perintah untuk melakukan wisata yang berorientasi kepada hukum/mubah [8], karena lafaz amar dalam ayat tentang wisata seperti lafaz سيروا hanya menfaedahkan mubah bukan wajib, tidak didapatkan ancaman bagi orang yang tidak melakukannya. Dengan demikian perjalanan dalam Islam hanya dianjurkan, karena dengan melakukan perjalanan dapat melihat dan menyaksikan tanda-tanda kebesaran Allah SWT, dan sejarah-sejarah pada masa lalu. Dengan tujuan mengambil i’tibar dari perjalanan itu. Menurut Quraish Syihab bahwa pariwisata yang dibolehkan dalam Islam adalah untuk menebalkan keimanan, buka karena motivasi komersil, hura-hura tanpa mengambil manfaat. Jika ada keuntungan setelah melakukan wisata secara materil bagi suatu individu ataupun Negara itu adalah hikmah dari wisata itu sendiri. Menurut Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dan BPH DSN-MUI, Pariwisata Syariah mempunyai criteria umum sebagai berikut [9] :

- Berorientasi kepada kemashlahatan umum
- Berorientasi kepada pencerahan, penyegaran dan ketenangan
- Menghindari Kemusyrikan dan khurafat
- Menghindari maksiat, seperti zina, pornografi, pornoaksi, minuman keras, narkoba dan judi
- Menjaga perilaku, etika, dan nilai luhur kemanusiaan seperti mnghindari perilaku hedonis dan asusila
- Menjaga amanah, keamanan, dan kenyamanan
- Bersifat universal dan inklusif
- Menjaga kelestarian lingkungan
- Menghormati nilai-nilai social budaya dan kearifan local

ii. Kearifan Lokal Minangkabau

Kearifan local (*local wisdom*) secara etimologi, terdiri dari kata : kearifan (*wisdom*) dan lokal (*local*). Dalam kamus Inggeris-Indonesia, local berarti setempat sedangkan wisdom berarti kebijaksanaan [10]. Kearifan lokal atau local wisdom adalah gagasan-gagasan setempat yang bersifat bijaksana, penuh kearifan, bernilai baik, yang tertanam, menjadi tradisi dan diikuti oleh masyarakatnya/ Contoh : hukum adat, nilai-nilai budaya dan kepercayaan, tatakelola dan prosedur yan didalamnya terdapat anjuran, maupun persyaratan adat yang ditetapkan sesuai fungsinya dalam kehidupan masyarakat setempat, sedangkan makna kearifan lokal menurut masyarakat modern adalah motivasi kebaikan dari perpaduan antara nilai agama dan berbagai nilai luhur yang ada dan pantas menjadi pegangan hidup. jadi kearifan local menjadi bagian penting dalam menghadirkan dan memperkuat identitas daerah itu sendiri. Oleh karena itu Kearifan local merupakan entitas yang menentukan identitas, harkat, martabat manusia dan komunitasnya. Bagaimana dengan kearifan local Minangkabau. Dalam adat Minangkabau adat dikonsepsikan sebagai adat basandi syara’ syara’ basandi Kitabullah, syara’ mangat adat memakai. Salah satu bentuk kearifan local berupa petatah petitih, pantun, nyanyian, nilai musyawarah, matrilineal, budi pekerti, gotong royong, social kemasyarakatan. kearifan local penting untuk dilestarikan dalam suatu masyarakat guna menaga keseimbangan dengan lingkungannya dan dapat melestarikan budaya dan lingkungannya.

II. PEMBAHASAN

Sebelum penulis mengemukakan hasil penelitian, berkenankan penulis untuk memperkenalkan monografi kota Bukittinggi sebagai objek penelitian secara ringkas. Kota Bukittinggi merupakan salah satu kota di Provinsi Sumatera Barat yang merupakan bagian dari bekas Kerajaan Minangkabau yang terkenal dengan sebutan **Ranah Minang**. Masyarakatnya terkenal dengan tata kehidupan yang menggunakan sistem Matrilineal dengan adat istiadatnya yang unik. Dalam sistem ini harta pusaka, gelar dan nama suku, diturunkan menurut silsilah garis keturunan ibu.

Mayoritas penduduk Kota Bukittinggi adalah pemeluk agama Islam yang taat dan pemegang adat yang kuat. Karakter masyarakatnya yang mandiri, dinamis, kritis dan unggul dalam mengembangkan kewirausahaan. Kaidah-kaidah agama dan adat terpadu secara serasi di dalam tata kehidupan.

Dalam perspektif sejarah permukiman masyarakat Minangkabau asli, Kota Bukittinggi bermula dari suatu perkampungan awal (Koto Jolang, pusat pertumbuhan awal), yang berada di Jorong Tigo Baleh. Daerah ini merupakan daerah awal dari perintisan daerah baru yang dilakukan oleh para perintis (peneruka) yang berasal dari Pariangan, Padang Panjang yang kemudian berkembang menjadi nagari, yaitu Nagari Kurai. Pada tahapan perkembangan berikutnya, terbentuk struktur ruang yang terdiri dari lima jorong, menunjuk kepada beberapa elemen ruang yang menjadi cikal bakal perkampungan awal yang dapat dikembangkan menjadi sebuah nagari, seperti permukiman penduduk, mesjid, balai adat dan pasar. Walaupun sampai saat ini Bukittinggi telah menjadi kawasan urban namun secara budaya masyarakat Bukittinggi masih memegang teguh adat-istiadat yang dapat dilihat dari kehidupan sehari-hari dimana prinsip utama masyarakat Minangkabau "*Adaik Basandi Syarak, Syarak Basandi Kitabullah*" sangat menonjol. Kaitan budaya dan agama dapat juga dilihat dari ungkapan "*Syarak Mangato Adaik Mamakai*".

Ciri sosial budaya masyarakat Kota Bukittinggi terlihat dari tatanan kehidupan masyarakat yang disebut Kurai Limo Jorong. Karakteristik tatanan kehidupan masyarakat Kurai Limo Jorong tersebut dapat digambarkan dengan adanya :

- a. Nilai-nilai adat istiadat yang terintegrasi dengan nilai agama yang disebut dengan "*Sarak Mangato Adaik Mamakai*".
- b. Pola kepemimpinan informal yang disebut dengan Tali Tigo Sapilin dan Tungku Tigo Sajarangan yaitu ninik mamak, alim ulama, dan cerdik pandai.
- c. Adanya sistem pemerintahan adat (struktur keruangan dan kelembagaan nagari yang masih hidup) yang secara hirarkis terlihat dari adanya Penghulu Pucuk yang dikenal dengan Panghulu Pucuk Nan Duo Puluh Anam, Ninik Mamak Pangka Tuo Nagari serta Ninik Mamak Saratuih.
- d. Alim ulama sebagai unsur pimpinan masyarakat yang mempunyai peranan dalam mengendalikan dan meningkatkan pemahaman dan pengamalan nilai-nilai agama. Lembaga keagamaan yang utama di Kota Bukittinggi yaitu terdapat 8 sidang mesjid sebagai bentuk pilar lembaga keagamaan dalam hal ini Agama Islam.

- e. Sistem matriakat yang menempatkan keberadaan Bundo Kandung sangat penting dalam kehidupan masyarakat sebagai tumpuan sistem keturunan dan pewarisan.
- f. Semangat dan jiwa kewirausahaan yang telah tumbuh dan berkembang sampai saat ini.

Nilai dan semangat kebersamaan serta kegotongroyongan yang diliputi oleh suasana keakraban yang tinggi dan pembauran antara masyarakat asli dan masyarakat pendatang. Struktur Kota Bukittinggi yang bersifat konsentrik cenderung mengarah ke pola pembauran sektoral yang terintegrasi tanpa zonasi yang jelas batas-batasnya. Terjadi pemusatan kegiatan-kegiatan utama seperti kegiatan perdagangan, perkantoran, perhotelan dan kepariwisataan, pendidikan dan kesehatan dengan konsentrasi tinggi pada pusat kota.

Potensi Bukittinggi sebagai daerah pariwisata ditetapkan sebagai potensi unggulan daerah Kota Bukittinggi adalah berangkat dari kondisi alam dan geografis Kota Bukittinggi itu sendiri. Kota bukittinggi saat ini mempunyai luas ± 25.239 km² terletak ditengah-tengah Propinsi Sumatera Barat dengan ketinggian antara 909 M – 941 M diatas permukaan laut. Suhu udara berkisar 17, 1° C sampai 24,9° C, merupakan iklim udara yang sejuk. Posisinya yang strategis merupakan segitiga perlintasan menuju ke utara , timur dan selatan Sumatera.

Demikian secara ringkas Kota Bukittinggi kota wisata yang tergolong kecil tapi indah dan padat dengan keragaman hasil karya budaya dan istiadat. Selanjutnya penulis akan uraikan hasil penelitian penulis bagaimana tinjauan Fatwa DSN MUI tentang model pariwisata syariah berbasis kearifan local di kota Bukittinggi.

a. Model Pariwisata Syariah Berbasis Kearifan local di Bukittinggi

Bila dikaitkan dengan fatwa DSN MUI bahwa pada umumnya sudah sejalan dengan prinsip umum penyelenggaraan pariwisata syariah., yaitu pariwisata syariah harus terhindar dari kemusyrikan, kemaksiatan,

Dinas pariwisata Bukittinggi selalu melakukan pembinaan pariwisata syariah sesuai Fatwa DSN MUI terhadap para pelaku pariwisata dengan cara sosialisasi, pelatihan-pelatihan sertamenghimbau bagaimana caranya mengembangkan pariwisata ituagar sesuai dengan kearifan lokal dan nilai-nilai syara'. Diantaranya dengan pelatihan dan sosialisasi pariwisata syariah ke berbagai elemen yang terkait wisata seperti hotel dengan fasilitasnya hendaklah memenuhi untuk beribadah dan pelayanan yang baik serta makanan yang memenuhi unsur halal dan bersertifikat.

Menurut Dinas Pariwisata Bukittinggi mengatakan hampir disemua rumah makan atau restoran sudah berupaya untuk memperhatikan kehalalan, kebersihan dan kesehatan makanan dan minuman, namun belum semua industri yang mempunyai sertifikat halal. Pariwisata syariah yang identik dengan pariwisata halal di Bukittinggi, menurut bapak Dinas Pariwisata Sumatera Barat mengatakan bahwa sebenarnya daerah Bukittinggi yang punya budaya adat basandi syara basandi kitabullah ini sudah berpariwisata sesuai syariah sebelum didengungkannya regulasi syariah oleh pemerintah dan fatwa MUI. Hal ini Sesuai pengamat wisata halal Asyari dalam tulisannya bahwa Wisata halal bagi Sumatera Barat merupakan barang lama bungkus baru. Wisata halal yang

menempatkan nilai agama sebagai basis pengelolaan dan layanan wisata merupakan hal yang inheren dalam kehidupan masyarakat. Didukung oleh nilai adat/budaya yang dinyatakan bak kuku dengan daging dan aur dengan tebing. Keduanya saling menguatkan dan mendukung.

Selain masjid, kita memiliki ratusan surau yang tersebar di nagari-nagari. Surau menjadi pusat pengembangan ajaran-ajaran tasawuf oleh para pemimpin surau. Surau-surau juga memiliki dan menyimpan banyak manuskrip/naskah-naskah kuno yang dapat dieksplorasi dan dieskpos sebagai magnet bagi wisatawan. Pengembangan ini merupakan pengembangan umum dari potensi yang dimiliki. Selain itu, di setiap Kabupaten dan Kota yang ada di Sumatera Barat, perlu dibuat dan ditetapkan keunikan wisata halal yang dimiliki.

Bukittinggi memiliki Tokoh Sjech M Djamil Djambek yang sangat mumpuni Ilmu Falak (ilmu menentukan arah kiblat, jadwal shalat, penetapan 1 Syawal dan Idul Adha). Nama besar Inyiah Djambek dalam ilmu falak dan keberadaan ilmu falak itu sendiri nyaris lenyap dari kehidupan. Pemkot Bukittinggi dapat bekerja sama dengan IAIN Bukittinggi menggagas rumah Ilmu Falak Inyiah Djambek. Rumah ini akan menjadi tempat koleksi karya-karya besar Inyiah Jambek dalam Ilmu Falak dan menjadi pusat kajian Ilmu Falak satu-satu di Indonesia. Daerah-daerah lainnya dapat dikembangkan sesuai kekhasan yang dimiliki. Dibutuhkan kajian yang melibatkan unsur akademik, masyarakat, dunia usaha dan pemerintah dalam memformulasikan secara tepat keunikan tersebut. Sehingga terwujud *one region one superior* (satu daerah miliki satu keunikan).

Inilah istimewanya Minangkabau, punya adat yang diatur sejalan dengan agama, Wisata termasuk kepada adat istiadat karena mengalami perubahan sewaktu-waktu, namun harus sejalan dengan adat nan sabana adat. Bila dilestarikan adat tersebut, maka menjadilah sebuah budaya dan wisatawan juga ingin mengamati terhadap budaya yang ada pada suatu daerah.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi di lapangan, peneliti dapat memperoleh informasi mengenai inventarisasi kuliner sebagai oleh-oleh khas Bukittinggi yang terdapat pada tujuan penelitian yang meliputi: jenis, kualitas dan kemasan.

b. Nilai nilai kearifan lokal di Bukittinggi

Nilai-nilai kearifan lokal yang diterapkan yang bersentuhan dengan pariwisata di Bukittinggi: 1) di bidang kuliner, 2) di bidang seni dan budaya, 3) di bidang destinasi, dan 4) di bidang perhotelan.

Diakui oleh Dinas Perindustrian bahwa sebagian besar industri/usaha yang sudah bersertifikat halal dari MUI adalah industri/usaha dengan hasil produk berupa makanan/kuliner [11]

Ini sejalan yang telah diterapkan oleh kuliner sanjai ummi afa, mulai visi yaitu menjadikan bisnis yang bermanfaat dan diberkahi Allah SWT. Misi nya dengan sumberdaya manusianya yang taat menjalankan agama. Dari cara pengolahan, kebersihan, dan tidak pakai penyedap rasa, pengawet. Mengutamakan pelayanan yang ramah, kepuasan pelayanan dan tutur kata Islami. Harganya sesuai harga pasar

dan kerjasama dengan pariwisata halal, atau travel agent. Dan produk Ummi Afa sudah dapat penghargaan OVOP (one village one produk) bintang 4 dan juga sudah ada sertifikat halal dari MUI.

Begitu juga dengan makanan atau masakan yang dijual di restoran-restoran sudah berupaya untuk menjaga kehalalannya, mulai dari cara pengolahan masakan, malah dari cara menyembelih, kebersihan, jenis makanan serta sumberdaya manusianya yang bekerja mengutamakan yang punya karakter yang bagus dan taat beragama. Begitupun harga sudah ada standar harganya. Sekalipun belum banyak yang mengurus sertifikat halal. Karena ada beberapa faktor : karena pengurusan yang mahal juga tidak merasa penting dengan sertifikat tersebut. Di antara yang sudah memiliki sertifikat ada dua restoran yaitu restoran Simpang Raya dan restoran Family benteng.[12]. Adapun rumah makan lainnya hanya mendapat sertifikat dari dinas kesehatan artinya terjaga dari aspek kesehatan dan kebersihan.

Namun masih terdapat di lapangan beberapa kendala dari perilaku masyarakat selaku pedagang kuliner , masih terdapatnya kuliner yang kurang terjaga kebersihan, dan harganya yang masih mencekik konsumen. Diantara industry kuliner : Indusrti Kerupuk Sanjai, industry karak kaliang, aneka makan restoran : Masakan khas tradisional seperti rendang, gulai pangek, gulai cancang, gulai itiak lado mudo, gulai cubadak, goreng baluik, goreng ikan, ikan panggang, Sambal Tokok Maco Baledang dan berbagai macam sambal lado. Dan juga terdapat aneka masakan modern seperti ayam pop, ayam bumbu, ayam lado hijau, ayam kecap dll. masakan lain khas Bukittinggi yaitu : Pisang Kapit, Ampiang Dadih, Bika, Katupek Kapau, Lamang Tapai, los lambung, karupuk jangek, dendeng kering dan belut kering. minuman aia aka dan minuman kawa daun.

Dibidang seni dan budaya, yaitu Kesenian adat Minang antara lain, bidang Seni : Saluang, Bansi, Talempong, Rabab, Gandang Tabuik, rebana, randai, tari piring, tari pasambahan, tari payang, nyanyian ayam den lapeh, badindin, bareh solok **Pakaian** : Baju Kurung, Tengkuluk Tanduk/Tengkuluk Ikek, Kain Balapak . **Tempat, Benda, dan Bangunan** : Rumah Gadang, Benteng Fort de Kock, Jembatan Limpapeh, Jam Gadang, Lembah Ngarai, Sianok, Lubang Jepang. Salah satu bentuk pelestarian seni dan dilaksanakannya pekan seni dan budaya yang terkenal dengan PEDATI oleh Disbudpar kota Bukittinggi, ini merupakan *event* akbar tahunan, yaitu Pesta Budaya Seni Pameran Dagang dan Industri (Pedati) Nusantara XI-2011. Kegiatan tersebut dilaksanakan sejak tanggal 24 Oktober-2 November 2011 dan dipusatkan di lapangan Kantin Wirabaja, Bukittinggi, dengan tema "Pesta Budaya Rakyat Pemersatu Bangsa.

Taman Marga Satwa Budaya dan Kinantan (TMSBK) kota Bukittinggi, Sumatera Barat (Sumbar) menyediakan paket wisata budaya bagi pengunjung yang data kersasama dengan PHRI (Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia). sistem paket wisata ini yakni bagi pengunjung yang datang ke Bukittinggi yang melakukan penginapan di hotel, kemudian pihak hotel menawarkan paket wisata tersebut untuk jadi paket lengkap wisata di Bukittinggi disamping wisata alamnya. "Selanjutnya pengunjung akan di ajak berwisata budaya di TMSBK Bukittinggi atau tepatnya di rumah Gadang Baanjuang".

Dirumah Gadang Baanjuang, disediakan seni budaya minang klasik seperti Rabab, Tupai Janjang, Gadumbak, Makan Bajamba, Panitahan, Saluang, Sijontiak, dan Salawaik Dulang. seni tradisional yang berisikan petatah, pantun dan kata-kata kiasan yang mempunyai makna yang dalam, Begitu juga pakaian baju kurung, baju adat serta berbagai model baju sopan yang menutup aurat. Sesuai dengan pendapat H. Idrus Hakimi Dt Rajo Pangulu : Adat Minangkabau adalah tata nilai yang mengatur kehidupan masyarakat, baik kehidupan pribadi, maupun kehidupan bermasyarakat yang didasarkan kepada budi pekerti yang mulia sehingga terwujud keamanan, ketertiban, bahagia, sejahtera lahir dan bathin [13]. Jalan adat ada dua: jalan dunia yaitu beradat, balimbago, bacupak jo gantang, jalan akhirat yaitu beriman kepada Allah beragama Islam, bertauhid dan beramal.

Nilai-nilai kearifan lokal bidang destinasi yang sudah dikembangkan dengan adanya jam gadang, yaitu terjaga dan dilestarikannya nilai sejarah, nilai seni dan budaya juga nilai pesona alam, menikmati keindahan objek wisata tidak dipungut biaya, dilokasi ini ajang untuk menampilkan kesenian tradisional dalam event-event tertentu, terdapatnya larangan untuk bermaksiat, berkhalwat, maka dinas pariwisata memasang CCTV, wisatawan harus berpakaian sopan, tapi belum mengatur secara detail dan memenuhi unsur syara', untuk meningkatkan kelestariannya maka pemerintah kota sekarang melakukan renovasi besar-besaran.

Nilai-nilai kearifan lokal yang dapat dikembangkan di destinasi benteng fort De Kock dan Taman Marga Satwa adalah nilai pendidikan sejarah bagi anak-anak sekolah dengan adanya peninggalan bersejarah masa penjajahan. Di samping itu terdapat fasilitas yang memadai, setiap destinasi ada mushalla tempat shalat, air bersih untuk berwudhu, kebersihan terjaga, tempat parkir ada, menjaga adab dan kesopanan bagi orang yang berwisata/wisatawan. Tidak bolehnya bergaulan bebas antara muda mudi yang bukan muhrim, tidak diperkenankan berkhalwat muda mudi, untuk itu tidak lagi disediakan tempat mojak, bila ada yang ketahuan maka akan diperingati dan malah ada sanksinya, sesuai menurut keterangan dari pak Iqbal/ Petugas Dinas Satuan Marga Satwa dan Budaya Kinantan. Tujuan dari objek wisata ini ada tiga: untuk rekreasi, edukasi (pendidikan dan bermain anak-anak) dan konservasi.

Adapun Nilai kearifan lokal yang terdapat Tour De Singkarak menampilkan budaya ramah masyarakat, peduli lingkungan tertib, menjaga kelestarian lingkungan, peduli olahraga dan saling menghormati antar suku, ras dan agama, dan mendidik sportifitas masyarakat, nilai ekonomi, nilai budaya.

Begitu juga nilai yang sudah dikembangkan ada di ngarai sianok geo park terdapatnya tiga nilai yaitu nilai pendidikan, nilai sejarah dan nilai alam. Artinya adanya ngarai sianok untuk mewedahi adanya tempat belajar di alam bagi anak-anak sekolah. Nilai sejarah bagaimana masyarakat bisa menggali sejarah yang ada di ngarai sianok dan sekitarnya, juga nilai alam yaitu tempat untuk tadabbur alam indahnya ciptaan Allah artinya untuk menguatkan keimanan. [14]

Begitu juga dalam menerima wisatawan sangat berperan control masyarakat artinya masih mempertahankan adanya

budaya malu, budaya kesopanan, artinya yang berbaur asusila dicegah dan dilarang karena masyarakat ngarai masih 90 % penduduknya asli pribumi, adapun yang berkaitan dengan sumber daya manusia sebagai pengelola sudah ada nya kelompok Sadar Wisata, dan pihak dinas pariwisata selalu melakukan pembinaan – pembinaan kepada masyarakat untuk dapat mengetahui tentang pariwisata, tujuan dan dampak positif serta aturan-aturan agama dan hal-hal yang harus diterapkan dalam pengembangan pariwisata secara syariah dan budaya lokal. Salah rintisan sudah dibangunnya sebuah rumah yang bernuansa adat dan agama yaitu rumah inyiak atau rumah pohon

Menurut Dinas Pariwisata [15] bahwa Ngarai Sianok akan disiapkan menjadi “perkampungan Islami yang bercorak adat dan budaya minangkabau” ini sudah dirintis dan dianggarkan serta sudah dilakukan pendataan. Sebagai masyarakat sudah setuju 47 kk, namun sebagian lagi (41 kk belum) masih tahap pendekatan. Ini merupakan program walikota dengan target tahun 2019 insyaallah terwujud. Kendala yang ditemukan kesadaran masyarakat, keterbatasan sumber dana, infrastruktur dan sumberdaya manusianya.

Kemudian nilai kearifan lokal yang terdapat di panorama lobang jepang adalah menjaga kebersihan dan ketertiban, menyediakan fasilitas ibadah atau mushalla, ketersediaan air, sapa pesona, adanya security atau pihak keamanan, dilarangnya berbuat maksiat atau pergaulan bebas antara muda mudi dengan memasang Baleho dengan slogan dilarang berbuat maksiat dan juga dipasangnya CCTV. Menurut Keterangan pak Erwin Umar, bahwa panorama salah satu icon destinasi yang sudah memenuhi pariwisata syariah/halal [16]. Begitu juga dibidang perhotelan dapat penulis gambarkan nilai kearifan lokal di hotel-hotel sekalipun belum semua bersertifikat halal, namun pada prinsipnya sudah berupaya untuk menjalankan standar pelayanan sesuai norma kesopanan, adat istiadat juga nilai-nilai agama serta fasilitas yang memadai untuk beribadah.

c. Tinjauan Fatwa DSN MUI tentang model Pariwisata Syariah Berbasis Kearifan Lokal di Bukittinggi.

Sesuai dengan hasil observasi dan wawancara yang penulis lakukan bahwa Pariwisata yang sudah berkembang di Bukittinggi, berkembang sejalan dengan suasana alam, adat, agama dan budaya yang ada, yaitu budaya alam minangkabau yang dipadu dengan nuansa religius [17]. Ini nampak dari keramah-tamahan, sopan santun, pakaian dan berkembangnya destinasi, kuliner, perhotelan, dan juga traveling. Memang sangat berbeda dengan daerah lain apalagi daerah Lombok, Bukittinggi kota wisata merupakan bagian wilayah dari Sumatera Barat sangat kental dengan kearifan lokalnya. Inilah daya tarik dan daya jualnya Bukittinggi, di samping potensi alam yang sejuk, asri, indah dan letaknya strategis sebagai pusat lalu lintas Sumatera.

Merujuk kepada regulasi yang ada Bukittinggi sudah memcerminkan pariwisata syariah sesuai aturan pemerintah daerah tentang badan promosi pariwisata kota Bukittinggi tanggal 10 april 2014 dan UU Pariwisata tahun 2012 serta visi kota Bukittinggi yaitu terwujudnya Bukittinggi Kota Tujuan Pariwisata, Pendidikan, Kesehatan, Perdagangan dan Jasa Berlandaskan Nilai-Nilai Agama dan Budaya” dan misi kota Bukittinggi yaitu Meningkatkan kualitas pelayanan

pariwisata, pendidikan, kesehatan, perdagangan dan jasa serta kesejahteraan social masyarakat.

Artinya dari visi kota Bukittinggi terlihat tujuannya adalah mengembangkan kota dengan berdasarkan kepada nilai agama dan budaya adat minangkabau. Ini terlihat dalam pembenahan lebih kurang 3 tahun belakangan sudah mengarah ke wisata syariah. seperti pengembangan wisata ngarai Sianok (geopark) mempunyai nilai pendidikan, nilai sejarah dan nilai alam, dan lain-lain

Namun regulasi/aturan pemda yang detail belum ada berkenaan dengan pariwisata syariah sesuai fawa DSN MUI no 108 th 2018, namun bagaimanapun sudah adanya respon tentang wisata halal apalagi setelah diperolehnya word halal destinasi, word halal kuliner dan word halal hotel pada tahun 2016.

Sesuai dengan upaya yang telah dilakukan oleh ketua Dinas Pariwisata Bukittinggi dua tahun terakhir ini, dengan berbagai hal baik berupa sosialisasi, edaran dan pendampingan, malah sebenarnya menurut beliau bahwa sebelum dicanangkan pariwisata syariah, Bukittinggi sudah lebih dahulu menerapkan pariwisata sesuai syariah, karena kearifan lokal atau adatlah mengharuskan demikian tapi tetap saja punya kendala dalam berbagai aspek.

Justu itulah indikator kenapa wilayah Sumatera Barat menjadi halal destinasi, halal kuliner dan halal hotel nya, padahal sebenarnya belum lagi ada aturan atau regulasi sebagai pedoman dalam penyelenggaraan pariwisata secara syariah. Hal ini juga diakui oleh berbagai pihak baik pihak masyarakat, tokoh agama maupun pihak terkait di pariwisata sendiri.

Sepertinya destinasi wisata sudah diarahkan pada ikhtiar untuk mewujudkan kemaslahatan umum; Pencerahan, penyegaran dan penyenangan; Memelihara amanah, keamanan dan kenyamanan; Mewujudkan kebaikan yang bersifat universal dan inklusif; Memelihara kebersihan. kelestarian alam, sanitasi, dan lingkungan; Menghormati nilai-nilai sosial-budaya dan kearifan lokal yang tidak melanggar prinsip syariah sesuai pasal 3 Fatwa DSN MUI.

Di bidang perhotelan di Bukittinggi, sudah banyak yang menerapkan syariah, seperti menyediakan fasilitas shalat, mushalla, tempat berwudhu', pelayanan yang ramah, pakaian pelayan yang menutup aurat, restorannya yang halal terjaga kebersihannya, namun masih belum maksimal dari beberapa hotel. Bagi hotel yang berbasis syariah seperti hotel Dimens dan Bunda tidak menyediakan tempat hiburan, begitu juga Nikita hotel, Kharisma dan Ambunsuri, namun Rocky, Denai dan Novotel masih berusaha untuk lebih menerapkan prinsip yang sesuai syara'. Dan belum memiliki sertifikat halal MUI.

Berkaitan dengan restoran dapat diketahui, baru dua restoran yang punya sertifikat yaitu RM Simpang Raya dan Restoran Family Benteng, namun yang lainnya mempedomani aturan yang ada masing-masing restoran. Bahwa pada umumnya sekalipun belum ada sertifikat halal tapi ke halalan kuliner atau masakan selalu dijaga baik dari proses, jenis makanan maupun harga yang ditetapkan.

Dengan demikian dapat dikatakan Bukittinggi, secara adat dan budaya yang sudah mengurat berakar di masyarakat, adat Minangkabau, yang mana adat tersebut aturan-aturannya selalu mengacu dan berpedoman ke agama, baik dalam hubungan manusia dengan manusia yang lain apalagi hubungan dengan Allah, Syara' mangato adat mamakai. Maka dengan kehadiran wisata halal adalah sangat kompatibel, cocok dengan alam dan adat yang ada di Bukittinggi dan merupakan suatu opportunity dibidang ekonomi yang harus dilakukan, dalam rangka memperkuat identitas masyarakat Minangkabau sebagaimana diungkap oleh Asyari pengamat ekonomi dan pariwisata di Sumatera Barat.

Artinya masyarakat Minangkabau pada umumnya sudah banyak berbuat sesuai dengan tuntutan Fatwa DSN MUI no 108 th 2016 karena kearifan lokalnya yang menjadi aturan, namun sertifikat halalnya masih banyak yang belum dengan beberapa aspek, baik dari juknisnya, aspek pengetahuan sumber daya manusia pengelola maupun infrastruktur serta kesadaran masyarakat untuk menerapkannya. Hal ini terlihat dari belum adanya aturan peraturan daerah dalam penyelenggaraan syariah, sehingga pengelola maupun masyarakat dengan konsep pariwisata syariah yang akan dikembangkan belum utuh dan maksimal karena masih terkendala dari berbagai aspek baik keterbatasan aturan, sumber daya manusia, sarana prasarana, dana dan sebagainya.

REFERENCES

- [1]. BPS Sumatera Barat th 2017.
- [2]. Banyaknya wisatawan tahun 2017 Ayo Ke Sumbar
- [3]. Dr Yasrul Huda dan Ahmad Wira, Phd. FGD Minangkabau dan kearifan lokal tanggal 27 Agustus 2018 di Padang
- [4]. <http://www.bukittinggikota.go.id>.
- [5]. Ibrahim Dt Sanggoeno Diradjo, "Tambo alam minangkabau tatanan adat warisan nenek moyang orang minang", Krista Multi Media Buku Alam Minang Kabau, Bukittinggi, 2018, hal 145.
- [6]. Quraish Syihab, "Membumikan al-quran", Mizan, Bandung, cet VII hal 350
- [7]. Mukhtasar Manhaj al-Qashidin, hal 119
- [8]. Quraish Syihab, "Membumikan al-quran, hal. 352
- [9]. Riyanto Sofyan BSEE, MBA, "Prospek bisnis pariwisata syariah", Buku Republika, Jakarta Selatan, hal. 57
- [10]. Amijoyo, Purwono Sastro, 2007. "Kamus Inggris Indonesia", Semarang, Widya Karya h. 226
- [11]. Wawancara dengan bapak Erwin Umar September 2018
- [12]. Wawancara dengan pimpinan restoran bpk Alfianus, Bapak Ade, Ibu Adelina, bpk faisal November 2018
- [13]. Muhammad Jamil, "Pendidikan adat berbasis nagari, sebuah konsep meminangkan orang minangkabau", CV Minang Lestari Padang panjang, buku ke 2, th. 2017 hal.7
- [14]. Wawancara dengan ibu Lurah Kelurahan Kayu Kubu Nagari Ngarai Maaram Bukittinggi 6 September 2018
- [15]. Wawancara dengan bu April bagian pariwisata halal, September 2018
- [16]. Wawancara dengan bapak Erwin Umar tanggal 6 September 2018
- [17]. Asyari dalam FGD, pariwisata syariah di Sumatera Barat sejalan dengan budaya dan memperkuat identitas adat basandi syara' basandi kitabullah, 17 November 2018 di Bukittinggi

Firm Leverage Decisions: The Effect of Tangibility and Growth Opportunities

Irdha Yusra¹
Department of Management
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP
Padang, Indonesia
irdhayusra@gmail.com

Rizka Hadya²
Department of Management
Universitas Ekasakti
Padang, Indonesia
rizkahadya@gmail.com

Abstract - The company is a group that has the aim to get the maximum benefit possible by utilizing existing resources as optimally as possible. Companies in general will not be able to finance all of their operational activities by using their own capital, because of limited funds from the leadership of the company. Hence the company tries to utilize the resources they have such as tangibility and growth opportunities to obtain additional capital. This study aims to determine how much tangibility and growth opportunities can influence companies in setting capital structures. The population in this study are all companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the end of the 2013-2017 period. In this study using purposive sampling technique in sampling and obtained a sample of 19 companies with 95 observations. Panel data regression analysis in this study uses the help of the E-Views 8 application and tests CEM, FEM and REM to determine the best model. The test results state that tangibility has a positive and significant effect on company leverage, while the growth opportunities does not significantly influence company leverage.

Keywords - leverage, tangibility, growth opportunities

I. INTRODUCTION

To achieve the company's main objective in the midst of the competition in the increasingly restrictive business world that is getting the optimal profit as possible, the company is required to be able to outperform its competitors. Therefore, to achieve this goal, the appropriate funding decision is required from the management of the company. The use of debt has advantages and disadvantages. The advantage of the use of debt is to reduce the tax paid by the company because there is interest to be paid, while the weakness from debt among others will raise the interest rate because of the effects of debt use is increasingly Large[1]. With the situation in which the company has too much debt, the company will be difficult to develop and make investors think back when investing.

The external Funding decision of a company is determined by the structure of the company's assets Or Tangibility , as fixed assets owned by the company can be used as collateral or collateral on the parties Creditors in applying for a loan[2]. In making funding decisions, management also pays attention to the growth rate of the company. Companies with high growth are likely to use revenues as a source of funding[3], so That his company's Leverage is low.

Some previous studies have been empirically conducted on the influence of tangibility and growth rates on the company's leverage. Tangibility has a Positive and significant influence on Leverage[4], it is in accordance with trade off theory, which states that the form of assets owned by the company Influence its capital structure and growth rate has an insignificant positive influence on leverage, it is in accordance with signaling theory, where the growing company is very

much investing In projects that are at risk for the future of the company, this concludes that if the rate of establishment increases it causes a rise also on the leverage. Similar studies provide different results, where the results of his research show that asset structure has a negative and significant effect on the capital structure of the company's construction construction sub-sector on the IDX[5].

Given the many empirical studies that state that there is an effect of tangibility and growth rates on corporate leverage a n. Therefore, the researcher conducted an in-depth study, especially to answer the problem of the size of the influence of tangibility and growth rates on the leverage of companies listed on the Indonesian Stock Exchange.

II. LITERATUR REVIEW

This article is explored using *Pecking order theory* . This theory states that companies will use more debt for working capital, as collateral for creditors, the company will guarantee its fixed assets in order to obtain debt. This is in accordance with research states that companies that have many assets will be easier to get external funding because these assets can be used as collateral if the company cannot pay off its obligations.

Tangibility (proxied by long-debt to asset leverage) has a positive and significant correlation to leverage , because the higher the guarantee will make the company increase its debt. Because based on trade off theory debt interest expense will reduce income tax and allow companies to increase its value[3].

Furthermore, it was emphasized that the greater *tangibility of assets* owned by the company, the greater the loan that the company can obtain for guarantees given to creditors[2].

Based on the explanation above, the first hypothesis can be constructed as follows:

H1: Tangibility has a positive and significant effect on leverage

Companies that have higher growth rates , resulting in information asymmetry is also higher. Compared issuing new shares, the company will choose the first debt[1]. The greater funds needed indicate the company's growth rate is higher and will open up opportunities for the company to grow higher .

Companies that are experiencing growth will tend to try to develop their business or assets, because it can increase the value of the company. However, due to high growth rates, income will also be taxable, while companies will develop

their businesses. Of course this will be a problem for company management.

Trade off theory states that the level of income that is subject to tax will be reduced if there is a debt interest expense that must be paid by the company. Therefore the researcher assumes that a company with a certain growth rate will use debt to finance its working capital so that the profits gained in the previous period can be used to develop its business.

This is supported by research which states that the higher the level of growth experienced by the company, the higher the proportion of debt used by the company [1].

From the description above, the second hypothesis can be constructed, as follows:

H2: Growth rate has a positive and significant effect on leverage

III. METHODOLOGY

This research was conducted on all companies listed on the Indonesia Stock Exchange. Some companies listed on the Stock Exchange during the period from 2013 to 2017 is set as population. Meanwhile, sample selected by applying the purposive sampling. The criteria referred to include: 1) Companies listed on the Indonesia Stock Exchange at the end of the observation period; 2) Companies listed successively on the Indonesian Stock Exchange during the observation period; 3) The company has complete financial statements during the observation period; and 4) The company has financial data in accordance with the variables to be tested, namely, Debt to Equity Ratio, FATA and Percentage in Total Assets. Based on these criteria, a total of 19 companies or 95 observations were obtained.

In this study used panel data regression analysis with the help of Application Eviews. The panel data regression equation used in this study is:

$$LEV_{it} = \alpha + \beta_1 TANG_{it} + \beta_2 GROW_{it} + e$$

Where LEV_{it} is the company's *leverage* at time t ; α is a constant; β_1 , β_2 is a regression coefficient; $TANG_{it}$ is *tangibility* at time t ; $GROW_{it}$ is the growth rate at time t ; and e is an *error* or fault tolerance. To test the significance of each regression coefficient of the *independent* variable on the *dependent* variable, the t -test was used. The basis for drawing conclusions for a hypothesis is done by comparing t -counts with t -tables at a significance level of 5%. If the t -count is large from the t -table ($t \text{ count} > t \text{ table}$) it means that there is a significant difference, in the sense of the word Beta (β) able to reduce the risk (predictable). Conversely, if a small t -count from a t -table ($t \text{ count} < t \text{ table}$) means that there is no significant difference, in the sense that the word Beta (β) is not able to reduce risk (cannot be predicted) [6].

IV. RESULTS AND DISCUSSION

Selection of Panel Data Regression

In panel data regression, the best model selection will be used between the common effect, fixed effect and random effect. The statistical test results obtained in estimating the CEM, FEM and REM models are as follows:

Table 1. Panel Data Regression Estimation Results

Variable	Common Effect		Fixed Effect		Random Effect	
	t-statistik	prob	t-statistik	prob	t-statistik	Prob
C	-2.717	0.007	-5.739	0.000	-4.080	0.000
TANG	-2.729	0.007	2.028	0.046	0.802	0.424
GROW	0.714	0.511	1.608	0.111	1.606	0.116

Table 1 shows the estimation results of each model that have different significance values. Therefore, Chow Tests are performed to determine the best model to be used between common effects and fixed effects. In this study, the Hausman Test was not carried out further because the estimation results on the random effect did not meet the normality requirements. The chow test results are as in the table below:

Table 2. Chow Test

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	61.816550	(18,74)	0.0000
Cross-section Chi-square	263.612152	18	0.0000

Table 2 shows that the prob value in the Chi-square Cross-section is smaller than alpha ($0.00 < 0.05$). Thus, it can be interpreted that the fixed effect model is better used than the common effect model.

Effect of Tangibility on Company Leverage

The first hypothesis states that *tangibility* has a positive and significant effect on corporate *leverage*. Based on the test results in Table 1, *tangibility* has a calculated T value greater than T_{table} ($2.02 > 1.98$) or a *probability* smaller than *alpha* ($0.04 < 0.05$). This means that tangibility has a positive and significant effect on corporate leverage. Thus, these results are consistent with trade off theory, where asset structure has a positive influence on capital structure. With the interest expense on the debt, the level of income that is subject to tax will be reduced and allows the company to increase its value. The greater the structure of assets owned by the company, the greater the capital that will be given creditors.

This is relevant to previous research conducted which states that the amount of fixed assets owned by the company can be used as collateral for corporate debt [6]. The greater the assets owned by the company, the greater the loan obtained by the company for collateral given to the creditor Cahyani, (2017). Furthermore, the greater the tangibility of assets owned by a company, the greater the loan that a company can obtain for guarantees given to creditors [2].

Table 3. Panel Data Regression Estimation Results

Variable	t-Statistic	Prob.	Conclusion
TANG	2.028	0.046	H1 Accepted
GROW	1.608	0.111	H2 Rejected

Effect of Growth Rate on Leverage



Table 3 also shows the test results for the second hypothesis. Based on the research results obtained that the second hypothesis is rejected because statistically the growth rate shows the $T_{\text{calculated}}$ value is smaller than T_{table} ($1,608 < 1,985$) or the *probability* is greater than α ($0.1119 > 0.05$). This means that the growth rate does not significantly influence the company's leverage. In the sense of the word, growth rate is not a factor in determining corporate leverage.

In implicit companies that have high growth rates continue to use internal funds rather than having to use debt for working capital were filled with uncertainty and risk. In connection with leverage, companies with high growth rates prefer to use internal funds as a source of funding to avoid agency costs between investors and corporate management.

This is supported by the results of previous research which states that the company will avoid the use of debt, because it is feared that the company will not be able to return the debts because the use of debt will only pose risks [4]. Companies that have high potential growth rates will tend to generate greater cash flow so that these companies will ultimately rely more on internal funding.

V. CONCLUSION

Based on the results and discussion that has been described, it can be concluded that the First, *Tangibility* positive and significant impact on the *leverage* enterprise companies listed in Indonesia stock exchange. That is, if the company has a high or strong asset structure, it will be able to influence the company in getting an external loan of funds by pledging the assets. Second, the growth rate significantly and negatively related to *leverage* the companies listed in Indonesia stock exchange. That is, companies with a certain level of growth will not affect the company in the use of debt to finance operational activities.

ACKNOWLEDGMENT

The authors would like to "KBP" School of Economics and Ekasakti University that has provided support, permission and assignments to the author of conduct research and writing this paper. A thank you is also arranged for

the Indonesia Stock Exchange which has provided data, making it easy to collect data in accordance with the author's data needs.

REFERENCES

- [1] G. Indrajaya, Herlina, and R. Setiadi, "Pengaruh struktur aktiva, ukuran perusahaan, tingkat pertumbuhan, profitabilitas dan risiko bisnis terhadap struktur modal: studi empiris pada perusahaan sektor pertambangan yang listing di Bursa Efek Indonesia periode 2004-2007," *Akurat J. Ilm. Akunt.*, no. 6, 2011.
- [2] N. K. S. M. Dewi and I. B. Badjra, "Pengaruh likuiditas, profitabilitas, tangibility assets, ukuran perusahaan dan pajak terhadap struktur modal," *E-jurnal Manaj. Unud*, vol. 3, no. 10, pp. 3017–3033, 2004.
- [3] T. K. A. Bonifasius, "Pengaruh profitabilitas, tangibility, growth opportunity, corporate tax, non-debt tax shield, dan inflation rate terhadap struktur modal pada perusahaan manufaktur yang listing di BEI tahun 2006 - 2009," *Thesis*, 2010.
- [4] B. S. Sutejo, P. A. Muhadwartha, and Yenni, "Pengaruh profitabilitas, assets tangibility, size, growth terhadap struktur modal pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2013," *Jurnal Ilm. Mhs. Univ. Surabaya*, vol. 4, no. 1, 2015.
- [5] N. P. Y. Prastika and M. R. Candradewi, "Pengaruh profitabilitas, struktur aktiva, dan likuiditas terhadap struktur modal perusahaan subsektor konstruksi bangunan di BEI," *E-Jurnal Manaj.*, vol. 8, no. 7, pp. 4444–4473, 2019.
- [6] I. Yusra, R. Hadya, N. Begawati, and L. Istiqomah, "Panel data model estimation: the effect of managerial ownership, capital structure, and company size on corporate value Panel data model estimation : the effect of managerial ownership, capital structure, and company size on corporate value," *J. Phys. Conf. Ser.*, vol. 1175, pp. 1–6, 2019.

BUILD A GOOD UNIVERSITY GOVERNANCE

Rizka Hadya ¹

Faculty of Economy, Management in Finance Program
Universitas Ekasakti
Padang, Indonesia
rizkahadya@gmail.com

Irdha Yusra ²

Management in Finance Program
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP
Padang, Indonesia
irdhayusra@gmail.com

Abstract

Standpoint of economic education sees education as a process of investment in human resources, so that need for efficiency and competition in the organization of teaching. This is the basis emergence a discourse of good university governance in the administration of the institutions, proposed by Aristo, A.D. (2005). Because university education is seen in the industrial economy, the concept of good governance and proper can be applied to college through various adjustments based on noble values both in terms of academic and social values. This relates to the purpose of the collage on the development of education, scientific academic and development a whole human.

The principles of good governance; transparency, accountability, responsibility, independency, and fairness very relevant to be applied within the concept of good university governance to support the functions and purpose of the collage. Because in principle the implementation of institutions must fulfill the principles of participation, consensus orientation, accountability, transparency, responsive, effective and efficient, equity and inclusiveness and the rule of law. Good corporate governance policy aims to college parties involved in running the university management to understand and perform the functions and role of appropriate authority and responsibility, so that it becomes a system that strengthens the competitive advantage.

Keywords : *good university governance, university, competitive advantage.*

I. INTRODUCTION

The terms "government" and "governance" are often considered to have the same meaning, namely how to apply authority in an organization, institution or country. The term "governance" has been known in the administration and political science literature since Woodrow Wilson introduced the field of study about 125 years ago. But as long as that governance is only used in the context of managing corporate organizations and high institutions. However, the concept of good governance in the last decade developed into a concept that is understood in a broad context.

The OECD and the World Bank synonymous good governance with the implementation of solid and responsible development management. UNDP provides a definition of good governance as a synergistic and constructive relationship between the state, private sector and society. UNDP provides characteristics of good governance, namely: Participation, Rule of Law, Transparency, Responsiveness, Consensus Orientation, Equity, Effectiveness and Efficiency, Accountability, and Strategic Vision (LAN and BPKP, 2000). The World Bank defines good corporate governance as "the exercise of political power to manage a nation's affair"

(Davis & Keating, 2000). Then add the normative characteristics of good governance, namely: "... an efficient public service, an independent judicial system and legal framework to enforce contracts; the accountable administration of public funds; an independent public auditor, responsible to a representative legislature; respect for law and human rights at all levels of government; a pluralistic institutional structure; and free press".

Meanwhile according to the Indonesia Institute for Corporate Governance (IICG, 2001), good corporate governance mengacu kepada: "The process and structured used to direct and manage business and affairs of company towards enhancing business prosperity and corporate accountability with the ultimate objective of realizing long-term shareholder value, whilst taking into account the interest of other stakeholders".

Good corporate governance consists of a set of legal instruments that explain the relationship between shareholders, managers, creditors, the government, and parties with an interest in the company (stakeholders). This understanding also means as a mechanism that helps companies in enforcing laws and regulations that explain the relationship between the parties associated with the company. The concept of good corporate governance is one concept that is currently becoming mainstream in the administration of public companies.

II. LITERATURE REVIEW

The question that arises, can the tertiary institution as an educational institution apply the concept of good corporate governance? Is the operation of a tertiary institution comparable to that of a state or corporation? If we look at the nature and basic objectives of higher education in a country, we can quite firmly say "no".

Traditionally, the role of higher education institutions has focused on the transfer or conservation of knowledge and is expected to be a strong community of values that are considered ideal or held in high esteem by a nation. However, along with the times, this traditional role is considered to be too placing the institution of higher education into exclusive. A more modern understanding adds to its social position in the community. Higher education is demanded to better balance its role as an intellectual center while keeping it relevant to the surrounding social conditions or the social conditions of the nation that shelter it. Higher education outputs are expected not only to have qualified and ready-to-work human resources, but to become agents of the nation capable of managing and directing change.

Based on these objectives, the management of a tertiary institution cannot be equated with the management of a state or corporation. There are certain corridors related to noble values (values), both in terms of academic and social values that must be maintained therein. While other things in



the implementation must be placed as means or tools to support the achievement of these basic objectives.

However, in terms of the economic aspects of education the education process is recognized as an investment in human resources which ultimately contributes greatly to the development of socioeconomic life. So that there is a need for efficiency and competition in the administration of teaching. The educational process also requires sacrifices in the form of costs that are directly in contact with the quality component of education to be achieved. Education costs include routine and development (capital) expenses. The world of education recognizes direct costs (by schools, students and / or students' families, for example additional costs for rooms, blackboards, clothing, transportation, books, stationery, sports equipment, etc.), and indirect costs (for example opportunity cost).

This is the basis for the emergence of good university governance discourse in the administration of a tertiary institution, as stated by Aristo, A.D. (2005). Because Higher Education in the economic concept of education is an industry, the concept of good governance can be and appropriately applied to universities.

Put simply, good university governance can be seen as the application of the basic principles of the concept of "good governance" in the system and process of governance in tertiary institutions. Its application is carried out through various adjustments based on values that must be upheld in the implementation of higher education specifically and education in general. Based on the goals of the development of education and academic science, development of whole people. Tilaar (2012) states that there are differences and similarities between the management of higher education institutions and the business world. The equation lies in efficiency and effectiveness. Both want the output of their institutions to be of high quality. While the difference lies in the vision and mission, where in the world of higher education the players are professors, students and the object of commodity is science.

III. RESULTS AND DISCUSSIONS

The National Committee on Corporate Governance Policy (KNKCG) in 2001 issued five basic principles of good corporate governance. These principles include 1) Transparency, openness in carrying out the decision making process and presenting material and relevant information, 2) Accountability, clarity of functions, structure, systems, and accountability so that organizational management is carried out effectively, 3) Responsibility, suitability in management of the principles a healthy corporation and the applicable laws and regulations, 4) Independence, professionalism of management without conflict of interest and pressure from management that is not in accordance with the applicable laws and regulations and 5) Fairness, fair and equal treatment in fulfilling rights stakeholders that arise based on agreements and applicable laws and regulations.

The basic principles or characteristics of good governance are very relevant to be applied in the concept of good university governance. Because in principle the implementation of higher education institutions must meet the principles of participation, orientation to consensus, accountability, transparency, responsiveness, effectiveness and efficiency, equity and inclusiveness as well as law

enforcement / supremacy. The managerial principles are applied to support the basic functions and objectives of higher education. The specialty of higher education institutions compared to other institutions lies in their basic functions related to education, teaching and research. These functions define the role of higher education in society.

In connection with the organization of higher education discourse that is often raised is academic excellence and higher education management, including in terms of financing. The answer to these two discourses depends very much on how the understanding of tertiary institutions in implementing good university governance.

Good university governance is actually not a standard concept in its application, except in terms of its basic managerial principles. The practice of good university governance in many universities in the world is very different, adapted to the conditions and understandings adopted by the country. For example, good university governance in the United States is implemented by giving full autonomy, both in terms of academic and managerial and financing of tertiary institutions as long as it can still be accounted for. Consequently, the influence of the government is relatively weak and vice versa, the authority of the executive manager and the board of a tertiary institution is very strong. This practice is different in most European countries, where good university governance is implemented by granting autonomy in academic matters but not completely in managerial and financing matters, so that the state's influence in managerial matters is quite large. Some countries such as Austria even bear the full cost of higher education so that students of a college do not need to pay tuition fees. While the countries of Southeast Asia in general are still looking for the best form between the two points earlier.

In the university environment, there should be a growing awareness that the demand for good corporate governance is not only an obligation, but rather a necessity. Because basically the policy of good corporate governance in tertiary institutions is intended so that those who play a role in carrying out the management of tertiary institutions understand and carry out functions and roles according to their authority and responsibilities, so that it becomes a system that strengthens competitive advantage. Along with the increasingly fierce competition situation, universities must continue to strive to realize good university governance as a system that is inherent to the dynamics of higher education. The application of good corporate governance values in higher education can be internalized into culture.

An important principle that must be upheld in the application of good university governance is that the implementation of higher education cannot be equated with the administration of a country or corporation. So that the measure of whether a university has implemented good university governance or not is the extent to which the university is able to respond to the dynamics that occur in its implementation without betraying the noble values and the mandate it carries from the community, nation and state that shelter it. Tilaar (2012) states that in the world of business the existence of corporate culture is known while in the world of universities it is known as university culture. Seeing this difference, caution is needed in adopting management principles in accordance with educational institutions. Because just adopting the principles of management from the

world of business to the world of education can cause loss or failure in achieving the vision and mission of higher education. Conversely, if higher education closes itself to the inclusion of positive principles from the business world, it can result in inefficiency and ineffectiveness in the management of sizable investments in 21st century knowledge-based society. Based on the analysis that universities as an industry, in the future it should be it is ensured that good corporate governance can be applied to every aspect in all levels within the tertiary institution.

IV. CONCLUSIONS

As globalization flows and demands for transparency and openness place the world of education in a crucial situation, so that many state governments are concerned about the practice of education and developing strategies to place education within the framework of economic development. The aim is to provide a more adequate response to 1) the development of educational market competition, 2) the growing demands for privatization in the world of education, 3) the thunderous competitive individualism in the practice of education and 4) the development of a strategy that places education in a locomotive of economic development (Muchlis, 2012). This then puts education into an industry (in the economic view of education).

This view then gave birth to the demands of good university governance as applied in the business world. It's just that the application of good governance in the world of education requires caution because of the fundamental philosophical differences between the business world and the world of education.

V. REFERENCES

- [1] Alsa, Asmadi. (2007), Quantitative and Qualitative Approach and Its Combinations in Psychology Research, Yogyakarta: Student Literature.
- [2] Bullivant, John. et al, Good Governance Handbook : From the Good Governance Institute and Healthcare Quality Improvement Partnership, www.good-governance.org.uk.
- [3] Bungin, Burhan (2003), Qualitative Research Data Analysis, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- [4] Cleveland, Gary. (1998). Digital Libraries: Definitions, Issues, and Challenges. Occasional Paper 8. Ottawa: Universal Dataflow and Telecommunications Core Program, International Federation of Library Associations and Institutions (IFLA). Available at <http://www.ifla.org/udt/op/> accessed on January 5, 2007.
- [5] D. Anggraini T. Kurniawan D. Holidin "Whistleblowing System in Indonesia's Directorate General of Tax" Advances in Social Science Education and Humanities Research pp. 138-144 2017.
- [6] G. Koch R. Zernel R. Salakhutdinov "Siamese Neural Network for one-shot image recognition" Deep Learning Workshop vol. 2 2015.
- [7] H. Abelson G. J. Sussman J. Sussman Structure and Interpretation of Computer Programs 1996.
- [8] Hadi, Amirul, and Haryono (2005), Educational Research Methodology, Bandung: CV. Faithful Library.
- [9] Harter, Stephen P. (1996). What is a Digital Library? Definitions, Content, and Issues: a paper presented at KOLISS DL 96: International Conference on Digital Libraries and Information Services for the 21st Century, September 10-13, 1996. Seoul, Korea. Available at <http://php.indiana.edu/%7Eharter/korea-paper.html>.
- [10] Iskandar W., Adiwalujo D. (2016), Qualitative Research Method, Unesa University Press, Surabaya.
- [11] J. O'Brien Pengantar Sistem Informasi Perseptif Bisnis dan Manajerial Salemba 2005.
- [12] John Fielden, (2008) Global Trends in University Governance, Education Working Paper Series Number 9, The World Bank.
- [13] Leiner, Barry M. (1998). The Scope of the Digital Library: draft prepared for the Dlib Working Group on Library Metrics January 16, 1998. Revised October 15, 1998. Available at <http://www.dlib.org/metrics/public/papers/dig-lib-scope.html>.
- [14] Limb, Peter. (2004). Digital Dilemmas and Solutions. Oxford: Chandos Publishing.
- [15] Loina Lalolo Krina P, (2003) Indikator dan Alat Ukur Prinsip Akuntabilitas, Transparansi dan Partisipasi, Jakarta: Sekretariat Good Public Governance BAPENAS.
- [16] Mariani E. H. Pituringsih "Good University Governance and Its Implication to Quality of Financial Reporting in the Public Service Agency" International Conference and Call for Papers pp. 395-417 2017.
- [17] M. Hussien T. Yamanaka "Whistleblowing at work can ICT encourage whistleblowing?" Journal of Information Knowledge Society. 2017.
- [18] Moleong, Lexy J. (2009), Qualitative Research Methodology, Bandung: PT. Youth Rosdakarya.
- [19] M. Team Microsoft Application Architecture Guide Microsoft Press 2009.
- [20] Muchlis R Luddin, (2012) Oligarki Kebijakan Pendidikan, Jakarta: Bina Bangsa Nusantara.
- [21] Nugroho Riant, (2011), Public Policy, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- [22] Strauss, Anselm, and Corbin, Juliet. (2007), Basics of Qualitative Research, Yogyakarta: Student Literature.

OPINI AUDIT GOING CONCERN BERDASARKAN PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, DAN UKURAN PERUSAHAAN

Aries Tanno

Universitas Andalas

Padang

ariestanno@eb.unand.ac.id

Hendra Yuharmain

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP

Padang

hendra.yuharmain@gmail.com

Rum Mulyani

STIE Haji Agus Salim

Bukittinggi

rum_muyani@gmail.com

Anne Putri

STIE Haji Agus Salim

Bukittinggi

anne_kop10@yahoo.com

Abstak

The purpose of this study was to examine the effect of Profitability, Liquidity, and Company Size on Going Concern Audit Opinions on Manufacturing Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2014-2017. The purposive sampling method is used in the sampling technique and produces data that is analyzed by 136 companies. Data analysis techniques using logistic regression. The results of the study indicate the profitability and size of the company influence in giving Going Concern audit Opinions for auditors, while liquidity has no effect for auditors in granting Going Concern Audit Opinions for auditors.

Keywords: profitability; liquidity; Company size; going concern audit opinion.

I. PENDAHULUAN

Laporan keuangan digunakan oleh investor untuk memperoleh informasi mengenai perusahaan dalam mengambil keputusan bisnis dan investasi. Informasi yang diperoleh melalui laporan keuangan dapat digunakan dengan tepat, maka laporan keuangan yang berkualitas berguna bagi perusahaan menarik minat investor untuk menginvestasikan dana ke perusahaan. Apabila informasi yang disajikan baik membuat investor percaya untuk berinvestasi perusahaan.

Peran auditor digunakan dalam mencegah penerbitan laporan keuangan yang dapat menyesatkan. Auditor bertanggung jawab terhadap penilaian mengenai adanya keraguan terhadap perusahaan selama periode waktu tidak lebih dari satu tahun sejak tanggal laporan audit dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya (*opini going concern*) [1]. Asumsi manajemen bahwa segala

sesuatunya berjalan dengan baik, tidak bisa lagi diterima auditor.

Penilaian *going concern* pada perusahaan berdasarkan pada kemampuannya dalam melanjutkan operasinya selama jangka waktu 12 bulan mendatang. Kesimpulan auditor mengenai apakah perusahaan akan atau tidak mempunyai *going concern* dikeluarkan setelah auditor melakukan penilaian dan evaluasi secara kritis terhadap rencana dan kebijakan yang dilakukan manajemen [2]. Ketika kondisi perekonomian merupakan hal yang tidak pasti, investor berharap auditor akan memberikan *warning* atau peringatan awal mengenai indikasi adanya masalah keuangan perusahaan [3]. Oleh karena itu auditor diandalkan untuk memberikan informasi laporan keuangan yang baik bagi investor [4].

Going concern merupakan kemampuan suatu usaha selama periode pantas yaitu tidak lebih dari 1 (satu) tahun sejak tanggal laporan keuangan yang diterbitkan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya [1]. *Opini audit going concern* diberikan auditor apabila menurut pertimbangan profesional mereka terdapat keraguan pada perusahaan dalam jangka waktu 12 bulan untuk dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya mendatang. Apabila ada keraguan pada perusahaan untuk dapat mempertahankan hidupnya, auditor berhak memberikan pendapat *going concern* dalam laporan audit yang akan dinyatakan dalam paragraf penjelas atau paragraf pendapat.

Auditor harus memperhatikan dan mempertimbangkan berbagai aspek untuk melakukan evaluasi terhadap suatu perusahaan apakah memiliki keraguan yang besar terhadap

kemampuannya dalam mempertahankan kelangsungan hidup (*going concern*), diantara adalah profitabilitas, solvabilitas, likuiditas serta pertumbuhan perusahaan. Kondisi keuangan yang dimiliki perusahaan dapat memberikan gambaran tentang kemampuan perusahaan bertahan hidup pada periode tertentu. Perusahaan-perusahaan yang memiliki nama besar cenderung memiliki kemampuan hidup yang lebih baik [5]. Perusahaan yang memiliki nama besar di pandang lebih baik dimata investor.

Profitabilitas memberikan gambaran tentang kemampuan untuk memperoleh laba selama periode tertentu bagi perusahaan. Semakin tinggi nilai profitabilitas maka semakin besar kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Tingkat profitabilitas yang positif menandakan bahwa perusahaan menghasilkan laba, sebaliknya dengan tingkat profitabilitas yang negatif berarti menunjukkan kerugian, sehingga profitabilitas akan berpengaruh bagi auditor dalam memberi opini audit *going concern* perusahaan [6]. Namun [3] menyebutkan bahwa rasio profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pemberian opini *going concern*. Tidak adanya hubungan yang signifikan antara profitabilitas terhadap opini *going concern* dapat disebabkan oleh *finansial leverage* ditanggung oleh perusahaan relatif besar, yakni meningkatkan laba usaha tidak diikuti dengan menurunnya utang perusahaan. Hal tersebut juga diperkuat dengan penelitian [7]. Berbeda dengan penelitian [2] yang menyebutkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pemberian opini *going concern*. Semakin rendah nilai ROA maka semakin besar peluang mendapatkan opini selain WTP, dan berpengaruh terhadap pemberian opini *going concern*.

Likuiditas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Perusahaan yang tidak mampu memenuhi kewajibannya akan menimbulkan ketidakpastian terhadap kelangsungan hidup perusahaannya. Pada penelitian [8] menguji bagaimana pengaruh rasio keuangan tahun sebelumnya terhadap pemberian *opini going concern*. Hasil penelitian menyimpulkan rasio likuiditas tahun

sebelumnya secara signifikan berpengaruh terhadap pemberian opini *going concern*. Penelitian Januarti and Fitrianasari [3] menemukan bukti bahwa rasio likuiditas dengan menggunakan proksi *current ratio* berpengaruh dalam penentuan pemberian opini *going concern*. Berbeda dengan penelitian [2] dan [7] yang membuktikan rasio likuiditas tidak berpengaruh terhadap pemberian opini audit *going concern*.

Ukuran perusahaan dilihat dari kondisi keuangan perusahaan pada total aset. [9] menemukan bahwa *size* (ukuran perusahaan) berpengaruh pada opini *going concern*. Januarti and Fitrianasari [3] membuktikan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap opini *going concern* yang dikeluarkan oleh auditor.

Berdasarkan inkonsistensi hasil penelitian sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh auditor yaitu profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan dalam pemberian opini audit *going concern*.

Opini wajar tanpa pengecualian dengan paragraf penjelas mengenai keberlangsungan usaha perusahaan (*going concern*) merupakan salah satu opini yang dikeluarkan oleh Akuntan Publik. Pada Standar akuntansi keuangan dalam pembuatan laporan keuangan perusahaan *going concern* adalah salah satu asumsi dasar. Tangung jawab utama direktur adalah menentukan kelayakan dari kesiapan laporan keuangan menggunakan asumsi *going concern* dan auditor bertanggung jawab meyakinkan dirinya bahwa penggunaan dasar *going concern* oleh perusahaan layak dan diungkapkan secara memadai dalam laporan keuangan [10]. Opini *going concern* sangat penting karena berguna bagi pemakai laporan keuangan untuk membuat keputusan investasi yang tepat dalam berinvestasi. Sebab, ketika seseorang investor dalam melakukan investasi, investor tersebut harus memahami kondisi keuangan perusahaan. Terutama sekali hal yang berkaitan dengan keberlanjutan hidup perusahaan. Hal inilah yang membuat auditor memiliki tanggung jawab besar untuk membuat opini *going concern* dan konsisten dengan keadaan perusahaan yang sesungguhnya. Menurut Altman and McGough

[11] menyatakan masalah yang terkait opini *going concern* terbagi (2) dua, yaitu masalah yang terkait dengan keuangan perusahaan meliputi kekurangan (defisiensi) pada likuiditas, defisiensi pada ekuitas, penunggakan utang, kesulitan dalam memperoleh dana, dan masalah yang terkait dengan operasi perusahaan yang meliputi adanya kerugian operasi perusahaan yang terus menerus, adanya prospek pendapatan yang meragukan, ancaman terhadap kemampuan operasi, lemahnya pengendalian atas operasi perusahaan. *Audit report* yang memuat modifikasi mengenai opini *going concern* mengindikasikan adanya resiko perusahaan tidak dapat bertahan dalam bisnis dalam penilaian auditor. Auditor harus membuat pertimbangan mengenai hasil operasi, kondisi ekonomi yang dapat mempengaruhi perusahaan, kemampuan dalam pembayaran utang, serta kebutuhan likuiditas perusahaan di masa mendatang [12]. Bila adanya kesangsian akan kelangsungan hidup perusahaan benar-benar ada, di sini auditor harus membuat pertimbangan untuk mengeluarkan opini audit *going concern*. PSA Seksi 341, PSA No. 30 [1] memuat pertimbangan-pertimbangan auditor untuk menerbitkan opini audit *going concern* atas kelangsungan usaha suatu entitas. Opini audit yang termasuk dalam opini *Going Concern* (GC) menurut SPAP adalah *Unqualified with Explanatory Language/Emphasis of Matter Paragraph, Qualified Opinion, Adverse Opinion* dan *Disclaimer Opinion*. Berikut adalah panduan bagi auditor dalam menerbitkan opini *going concern* [1].

Ada beberapa kriteria perusahaan yang diberikan opini *going concern* [5]. Kriteria tersebut adalah: apabila perusahaan mempunyai kendala pada pendapatan, pada reorganisasi, adanya ketidakmampuan dalam pembayaran bunga, tahun sebelumnya juga memperoleh opini *going concern*. Termasuk juga pada perusahaan yang berada dalam proses likuidasi, perusahaan yang memiliki modal negatif, mempunyai arus kas negatif, memiliki pendapatan operasi negatif, memiliki modal kerja yang negatif, dua sampai dengan 3 tahun berturut-turut mengalami kerugian, serta

laba ditahan negatif. Auditor dapat mengidentifikasi kondisi, peristiwa, atau keadaan tertentu yang dapat menunjukkan kesangsian besar kemampuan entitas dalam jangka waktu pantas mempertahankan kelangsungan hidup, dalam pelaksanaan prosedur audit. Signifikan atau tidak kondisi atau peristiwa tersebut bergantung pada keadaan dan beberapa diantaranya kemungkinan akan menjadi signifikan jika ditinjau bersama-sama dengan kondisi peristiwa lain [1].

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan selama periode tertentu untuk mendapatkan laba. Mengukur tingkat efisiensi usaha yang mampu diraih oleh perusahaan yang bersangkutan merupakan salah satu tujuan analisis profitabilitas. Analisis ini digunakan juga untuk mengetahui pengaruh timbal balik pos-pos yang ada di neraca perusahaan untuk memperoleh berbagai indikasi yang digunakan untuk menilai efisiensi serta profitabilitas perusahaan yang bersangkutan.

Profitabilitas digunakan juga dalam menilai kemampuan manajemen perusahaan untuk memperoleh target laba dan kemampuan efisiensi manajerial secara keseluruhan. Menurut Lie, et al. [6] dan Komalasari [2] semakin besar rasio profitabilitas menunjukkan bahwa kinerja perusahaan menjadi semakin baik, hal ini mengakibatkan *going concern* tidak akan diberikan oleh auditor bagi perusahaan yang memperoleh laba tinggi. Dari uraian tersebut, maka dapat disimpulkan, profitabilitas berpengaruh terhadap pemberian opini audit *going concern*, dengan demikian maka dirumuskan hipotesis:

H1 : Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap opini audit *going concern*.

Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan membayar semua kewajiban jangka pendek dengan aset lancar yang dimiliki. Dalam hubungannya dengan likuiditas semakin kecil Likuiditas, perusahaan yang tidak likuid adalah perusahaan tidak dapat membayar para kreditur jangka pendeknya maka kemungkinan bagi auditor untuk memberikan opini *going concern*. Banyak perusahaan yang mempunyai *Working Capital* sangat kecil apabila dibandingkan dengan total asset, secara konsisten mengalami

kerugian operasi [11]. Kaitan antara likuiditas dan opini *going concern* yaitu perusahaan yang kurang likuid akan mengakibatkan banyak kredit macet sehingga auditor harus menambahkan keterangan mengenai *going concern*, demikian juga sebaliknya perusahaan yang mempunyai likuiditas yang tinggi, maka akan semakin mampu perusahaan membayar kewajiban-kewajiban jangka pendeknya tepat waktu [3, 8]. Dengan demikian, maka dapat dirumuskan hipotesis.

H2 : Likuiditas berpengaruh signifikan terhadap opini audit *going concern*.

Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan aset positif dan diikuti peningkatan hasil operasi akan menambah kepercayaan terhadap perusahaan dan memberikan suatu tanda bahwa perusahaan tersebut jauh dari kemungkinan mengalami kebangkrutan. Semakin besar total aset milik perusahaan, maka akan dianggap sebagai perusahaan besar yang akan mampu menjaga keberlangsungan hidupnya sehingga kecil kemungkinan diberikan opini *going concern*. Auditor cenderung mengeluarkan opini *going concern* terhadap perusahaan yang lebih kecil, hal ini dikarenakan auditor memandang bahwa perusahaan yang lebih besar memiliki kemampuan lebih dalam menyelesaikan permasalahan-permasalahan keuangan yang dimilikinya jika dibandingkan dengan perusahaan yang berukuran kecil.

Hasil penelitian Santosa and Wedari [9] tentang faktor-faktor yang memengaruhi kecenderungan pemberian opini *going concern*. Hasil dari penelitian tersebut membuktikan pemberian opini audit *going concern* dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Hasil ini sesuai dengan penelitian [5] yang membuktikan secara empiris bahwa antara ukuran perusahaan dengan penerimaan opini audit *going concern* terdapat hubungan negatif. Berdasarkan uraian di atas maka dirumuskan hipotesis:

H3 : Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap opini audit *going concern*.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diambil dari dokumen

perusahaan yang berupa laporan keuangan dan tahunan yang telah diaudit oleh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia di Website resmi www.idx.co.id. Proses analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan aplikasi *IBM SPSS versi 16*.

Objek dari penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2014-2017. Metode pemilihan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *Purposive Sampling* supaya mendapatkan sampel yang mewakili sesuai dengan kriteria yang ditentukan sebagai berikut :

1. Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode pengamatan, yaitu tahun 2014-2017.
2. Perusahaan tidak keluar (*delisting*) dari BEI selama periode pengamatan 2014-2017.
3. Perusahaan yang menerbitkan laporan Keuangan yang telah di audit selama tahun 2014-2017 dan terdapat laporan auditor independen atas laporan keuangan perusahaan.

Perusahaan yang mengalami laba bersih setelah pajak yang negatif sekurang-kurangnya dua periode laporan keuangan dalam tahun pengamatan 2014-2017, karena auditor cenderung tidak akan memberikan opini audit *going concern* pada perusahaan yang memiliki laba bersih positif. Data primer dari kuesioner yang disebar.

Definisi Operasional Variabel

Variabel Independen merupakan variabel yang dapat mempengaruhi perubahan dalam variabel dependen dan mempunyai hubungan yang positif ataupun negatif bagi variabel dependen [13]. Dalam penelitian ini variabel independen terdiri dari Profitabilitas (X1), Likuiditas (X2), Ukuran Perusahaan (X3).

Variabel Dependen adalah variabel yang menjadi perhatian utama dalam sebuah penelitian [13]. Variabel Dependen dalam penelitian ini adalah Opini audit *Going Concern* (Y). Opini Audit *going concern* merupakan opini audit yang dalam

pertimbangan auditor terdapat ketidakmampuan atau ketidakpastian signifikan atas kelangsungan hidup perusahaan selama kurun waktu yang pantas, tidak lebih dari satu (1) tahun sejak tanggal laporan keuangan yang sedang di Audit dalam menjalankan operasinya (IAPI, 201). Variabel ini diukur dengan *variabel dummy*. Kode 1 (satu) diberikan pada perusahaan yang menerima *Opini Audit going concern*, sedangkan kode 0 (nol) bagi perusahaan dengan *opini audit Non going concern*.

Profitabilitas merupakan suatu alat ukur untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam kaitannya dengan penjualan, aset, dan saham sendiri. Rasio profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Return On Asset.

$$ROA = \frac{\text{Net Profit}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan dalam melunasi utang jangka pendek perusahaan dengan cara penjualan aset perusahaan untuk mendapatkan kas dalam waktu singkat. Tingkat likuiditas perusahaan dapat diukur melalui Current Ratio.

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Utang Lancar}} \times 100\%$$

Ukuran perusahaan adalah gambaran dari suatu perusahaan dapat dikategorikan sebagai perusahaan besar atau kecil yang dapat dilihat melalui total aset, penjualan bersih, dan kapitalisasi pasar. Indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat ukuran perusahaan menggunakan total aset. Variabel ukuran perusahaan disajikan dalam bentuk Logaritma Natural. Karena nilai dan sebarannya yang besar dibandingkan variabel yang lain. Adapun pengukurannya dengan menggunakan rumus : **Size = Ln Total Asset**

Metode analisis yang digunakan adalah Statistik Deskriptif dan Regresi Logistik. Statistik deskriptif merupakan bagian dari ilmu statistik yang memiliki peran untuk memberikan penjelasan terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya. Statistik deskriptif memberi gambaran atau deskriptif suatu data yang dapat dilihat dari nilai rata-rata (*mean*),

standar deviasi, varians, dan maksimum-minimum [14].

Dalam pengujian hipotesis, penelitian ini menggunakan regresi logistik yaitu metode yang mendeskripsikan hubungan antara variabel dependen yang bersifat dikotomik/biner dengan variabel independen yang bersifat kategorik / data yang bersifat interval. Berikut persamaan regresi logistik :

$$\text{SWITCH} = b_0 - b_1ROA + b_2CR - b_3SIZE + e$$

III. HASIL

Objek pada penelitian ini yaitu laporan keuangan dari seluruh perusahaan dari tahun 2014-2017 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Terdapat 150 perusahaan yang menjadi jumlah populasi penelitian namun yang melengkapi syarat untuk menjadi sampel sebanyak 34 perusahaan.

Data yang diolah sebelum dilakukan pengujian telah lulus uji kualitas dan dan pengujian asumsi klasik.

Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu model regresi logistik binery untuk menguji signifikan pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap opini audit going concern pada periode 2014-2017. Berdasarkan hasil pengujian diperoleh hasil uji model *-2Log Likelihood* menghasilkan 77,724^a dari koefisien determinasi yang dilihat dari *Nagelkerke R Square* adalah 0,517 (51,7 %) dan nilai *COx & Snell R Square* sebesar 0,318 (31,8 %). Artinya variabel independen profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan mampu menjelaskan variasi dari variabel dependen Opini Audit Going Concern sebesar 51,7% sedangkan sisanya 48,3 % dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini.

Berdasarkan penilaian kelayakan regresi (*goodness of test*), nilai signifikan *Hosmer and Lemeshow Goodness-of-fit test* menunjukkan angka lebih besar dari tingkat signifikan $\alpha = 0,05$ yaitu sebesar 0,225. Hasil ini membuktikan bahwa model dapat diterima atau model layak dalam menjelaskan variabel penelitian.

Hasil Uji Hipotesis

Hasil uji hipotesis dari regresi logistik benery dapat dilihat dari tabel hasil uji koefisien logistik pada kolom signifikan. Nilai signifikan yang tertera dibandingkan dengan tingkat signifikan yaitu jika nilai signifikan < 5%, maka H1 tidak dapat ditolak atau diterima, sedangkan jika tingkat signifikan > 5%, maka H1 tidak dapat diterima atau ditolak.

Tabel 1
Hasil Uji Hipotesis Regresi Logistik
Variables in the Equation

	B	S.E.	Wal d	Df	Sig.	Exp(B)	95,0% C.I.for EXP(B)		
							Lower	Upper	
Step 1 ^a	X1	-.45	.114	15.7	1	.000	.636	.509	.795
	X2	.004	.005	.714	1	.398	1.004	.994	1.014
	X3	-.62	.228	7.26	1	.007	.541	.345	.846
Constant	9.66	3.25	8.85	1	.003	1.564E4			

Sumber : Data sekunder yang diolah (2018)

Hasil uji hipotesis tabel 1 diatas menunjukkan dua dari tiga variabel independen memiliki nilai uji (Sig.) < 0,05 yaitu Profitabilitas (X1) sebesar 0,000 dan ukuran perusahaan (X3) sebesar 0,003. Hasil tersebut membuktikan bahwa hipotesis satu (H01) dan hipotesis tiga (H03) diterima yang artinya variabel profitabilitas dan ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap opini audit going concern.

Persamaan regresi yang dibentuk pada pengujian hipotesis ini sebagai berikut ;

$$\ln = \frac{F}{1-F} = 9,657 - 0,453X1 + 0,004X2 - 0,615X3 + e$$

H1: Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap opini audit going concern

Hasil uji hipotesis satu (H1) menunjukkan bahwa variabel profitabilitas (ROA) memberikan pengaruh signifikan dalam pemberian opini audit *going concern* dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Hasil penelitian ini menunjukkan semakin besar rasio Profitabilitas menunjukkan bahwa kinerja perusahaan semakin baik, sehingga auditor tidak memberikan opini *Going Concern* pada perusahaan yang memiliki laba tinggi. Hasil

penelitian mendukung penelitian yang dilakukan oleh [6] yaitu Profitabilitas, dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Opini Audit *Going concern*, sedangkan Likuiditas tidak berpengaruh.

H2 : Likuiditas berpengaruh signifikan terhadap opini audit going concern

Hasil uji hipotesis dua (H2) menunjukkan bahwa variabel likuiditas (CR) tidak berpengaruh signifikan terhadap pemberian opini audit *going concern* dengan tingkat signifikan 0,398. Penelitian ini menunjukkan bahwa berapapun ukuran likuiditas yang dimiliki perusahaan tidak akan mempengaruhi Auditor untuk pemberian opini audit *going concern*. Hasil ini searah dengan penelitian yang dilakukan oleh [2, 6, 7], yang membuktikan bahwa tidak ada pengaruh variabel likuiditas (CR) terhadap opini audit *going concern*.

H3 : Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap opini audit going concern

Hasil uji hipotesis ketiga (H3) membuktikan bahwa variabel ukuran perusahaan (LN) memiliki pengaruh signifikan terhadap pemberian opini audit *going concern* pada angka 0,007 sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap opini audit *going concern*.

Santosa and Wedari [9] dalam penelitiannya berhasil membuktikan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap opini audit *going concern* dimana keadaan ini disebabkan oleh besar atau kecilnya ukuran perusahaan dapat menentukan kemungkinan perusahaan untuk bangkrut atau mampu bertahan hidup. Auditor lebih sering memberikan opini non *going concern* kepada perusahaan yang memiliki ukuran besar, perusahaan besar mempunyai manajemen yang lebih baik dalam mengelola perusahaan dan lebih mampu menghadapi kondisi keuangan yang tidak stabil [15].

IV. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan diatas dapat di simpulkan bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan

terhadap opini audit going concern. Sedangkan likuiditas yang diukur dengan CR tidak memberikan pengaruh signifikan

DAFTAR PUSTAKA

- [1] I. A. P. I. IAPI, *Standar Profesional Akuntan Publik*. Jakarta: Salemba Empat, 2012.
- [2] A. Komalasari, "Analisis Pengaruh Kualitas Auditor dan Proxy Going Concern terhadap Opini Auditor," *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, vol. 9, pp. 1-15, 2004.
- [3] I. Januarti and E. Fitrianasari, "Analisis Rasio Keuangan dan Rasio Nonkeuangan yang Memengaruhi Auditor dalam Memberikan Opini Audit Going Concern pada Auditee (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEJ 2000-2005)," *Jurnal MAKSI*, vol. 8, pp. 43-58, 2008.
- [4] M. Fanny and S. Saputra, "Opini Audit Going Concern: Kajian Berdasarkan Model Prediksi Kebangkrutan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Reputasi Kantor Akuntan Publik (Studi Pada Emiten Bursa Efek Jakarta)," in *Simposium Nasional Akuntansi VIII*, Purwokerto, 2005, pp. 966-978.
- [5] J. F. Mutchler, "Auditor Perceptions of the Going-Concern Opinion Decision. Auditing," *A Journal of Practice & Theory* vol. 3, pp. 17-30, 1984.
- [6] C. Lie, R. P. Wardani, and T. W. Pikir, "Title," unpublished|.
- [7] R. Azizah, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Debt Default, Dan Kondisi Keuangan Perusahaan Terhadap Penerimaan Opini Audit Going Concern," *Accounting Analysis Journal*, vol. 3, 2014.
- [8] Setyarno, E. Budi, I. Januarti, and Faisal, "Pengaruh Kualitas Audit, Kondisi Keuangan Perusahaan, Opini Audit Tahun Sebelumnya, Pertumbuhan Perusahaan terhadap Opini Audit Going Concern," in *Simposium Nasional Akuntansi IX*, Padang, 2006.
- [9] A. F. Santosa and L. K. Wedari, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kecenderungan Penerimaan Opini Audit Going Concern," *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*, vol. 11, 2007.
- [10] S. Setiawan, "Opini Going Concern dan Prediksi Kebangkrutan Perusahaan," *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, vol. 1, pp. 59-67, 2006.
- [11] E. Altman and T. McGough, "Evaluation of A Company as A Going Concern," *Journal of Accountancy*, pp. 50-57, 1974.
- [12] A. A. Arens and J. K. Lobbecke, *Auditing: Pendekatan Terpadu (Auditing an Integrated Approach)*. Jakarta: Salemba 4, 2010.
- [13] M. Kuncoro, *Metode Riset Bisnis & Ekonomi: Bagaimana Meneliti & Menulis Tesis*, 2 ed. Jakarta: Erlangga, 2005.
- [14] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IMB SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.
- [15] Ballesta, P. S. Juan, and E. Garcia-Meca, "Audit Qualifications and Corporate Governance in Spanish Listed Firms," *Managerial Auditing Journal of Accountancy*, vol. 20, pp. 725-738, 2005.

PENGARUH INOVASI DAN KREATIVITAS PRODUK INDUSTRI KAPUK TERHADAP KETAHANAN EKONOMI MASYARAKAT

Tessa Yuliani
Program Studi Magister Ekonomi Syariah
Institut Agama Islam Negeri
Bukittinggi, Indonesia
yulianitessa2@gmail.com

Iiz Izmuddin
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri
Bukittinggi, Indonesia
iizmudin@yahoo.co.id

Anne Putri
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi
Haji Agus Salim
Bukittinggi, Indonesia
Annekop10@yahoo.com

Abstrak-Latar belakang penelitian ini adalah Jorong Batu Limbak merupakan sentral pembuatan industri kapuk. Hal ini di latar belakang oleh faktor alam nagari tersebut yang merupakan penghasil kapuk. Bagi masyarakat Jorong Batu Limbak industri kerajinan kapuk merupakan kegiatan industri yang harus di kembangkan agar ketahanan ekonomi masyarakat dapat meningkat. Dari awalnya hanya mengolah kapuk saja, sampai akhirnya ada kasur santai, boneka dan lain-lain. Melihat pertumbuhan dari tahun ke tahun menjadi hal yang menarik untuk diteliti, Sehingga tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisis pengaruh inovasi kreativitas produk industri kapuk terhadap ketahanan ekonomi masyarakat di Jorong Batu Limbak. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research) dengan metode kuantitatif, sampel penelitian ini adalah pengusaha kapuk yang melakukan inovasi dan kreativitas produk industri kapuk. Pengumpulan data melalui angket dan pengolahan data yang diperoleh dari lapangan menggunakan SPSS, teknis analisa yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Setelah penulis melakukan penelitian, maka dapat dikemukakan bahwa Inovasi dan Kreativitas Produk Industri Kapuk di Jorong Batu Limbak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap ketahanan ekonomi masyarakat dibuktikan dengan hasil regresi linear berganda $Y = 12,962 + 0,22X_1 + 0,628X_2 + e$ dimana angka ini menunjukkan nilai yang positif yang menandakan adanya hubungan yang searah dan tingkat signifikannya sebesar $(0,000 < 0,05)$, hal ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variable bebas (Inovasi Produk) (X_1), Kreativitas produk (X_2) terhadap variable terikat (Ketahanan Ekonomi Masyarakat) (Y), dan dilihat dari uji korelasi yang telah dilakukan Pengaruh Inovasi dan kreativitas produk industri kapuk terhadap ketahanan ekonomi Masyarakat di Jorong Batu Limbak sebesar 51,2% dan 48,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Inovasi, Kreativitas, Ketahanan Ekonomi Masyarakat.

I. PENDAHULUAN

Memaknai Ketahanan Nasional adalah kondisi dinamika disuatu negara yang telah meliputi semua aspek dalam kehidupan nasional yang berintegrasi memiliki ketangguhan dalam mengembangkan kekuatan nasional menghadapi dan mengatasi semua permasalahan baik yang datang dari dalam maupun pihak luar. Ketahanan nasional Indonesia juga merupakan

pengembangan kekuatan nasional melalui pengaturan dan penyelenggaraan kesejahteraan dan keamanan yang seimbang serasi dalam seluruh aspek kehidupan secara utuh dan menyeluruh berlandaskan Pancasila, dan UUD 45. Ketahanan nasional dari berbagai bidang sangat dibutuhkan oleh negara agar bisa maju dan berkembang, salah satunya adalah dalam bidang ekonomi yang bertujuan untuk menjaga dan memelihara ketahanan Ekonomi Nasional agar tercapai tingkat ketahanan Ekonomi yang baik. Sebagaimana kita ketahui bersama bahwa sistem perekonomian Indonesia bertujuan untuk mewujudkan kemakmuran dan kesejahteraan yang adil dan merata di seluruh wilayah negara kesatuan Republik Indonesia (NKRI) [1].

Kabupaten Tanah Datar khususnya pada Jorong Batu Limbak yang terletak di Kecamatan Rambatan merupakan sentral pembuatan industri kasur. Hal ini di latar belakang oleh faktor alam nagari setempat yang merupakan penghasil kapuk yang digunakan untuk bahan mengisi kasur. Masyarakat disana juga memiliki perkebunan kapuk yang di jadikan bahan pembuat isi kasur.

Jumlah penduduk di Jorong Batu Limbak menurut jenis kelamin terdapat 625 berjenis kelamin laki-laki dan 581 berjenis kelamin perempuan dan jumlah penduduk jorong 1206 jiwa dengan jumlah kepala keluarga 336 [2]. Dimana keseluruhan jumlah penduduk di Jorong Batu Limbak 80% menjadi pengrajin industri kapuk artinya sebanyak 965 jiwa merupakan pengrajin industri kapuk [3]. Di jorong Batu Limbak terdapat 50 toko lebih yang menjual kasur, yang mana toko penjual terletak di pinggir jalan raya Solok-Bukittinggi. Pengrajin merupakan warga Batu Limbak dan warga luar daerah seperti dari Solok, Bukit Kandung dan Batipuh. Mereka melakukan proses proses kasur di gudang yang mereka miliki dan sebahagian yang membawa bahan mentah pembuatan kasur untuk di kerjakan di rumah.

Ada beberapa fenomena-fenomena yang pernah terjadi di Jorong Batu Limbak ini. Sebelum beralih ke industri kasur awalnya masyarakat bermata pencarian paling banyak sebagai petani kapuk dimana saat itu kehidupan masyarakat tergolong sulit hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya anak-anak yang tidak sekolah. Kemudian dengan kondisi yang demikian membuat para petani melakukan inovasi dari petani kapuk menjadi penjemur kapuk, pada masa ini

kehidupan masyarakat mulai terangkat karena Jorong Batu Limbak ini dijadikan tempat pengolahan kapuk mentah menjadi kapuk yang siap dipakai untuk membuat benang ataupun menjadi bahan baku pembuatan kasur hingga akhirnya sekarang masyarakat berkembang dan menjadikan daerah Batu Limbak sebagai sentral Industri Kasur yang cukup terkenal [4]. Kemajuan timbul dari adanya inovasi dan kreativitas industri kasur ini adalah lahirnya produk-produk baru seperti boneka, aksesoris, mobil, bantal dengan berbagai ukuran dan bentuk, tukar plastik dan sebagainya.

Berdasarkan pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rika Devi Kurniasari (2018) tentang Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing mengatakan bahwa pendapat para konsumen terhadap kreatifitas produk, keunggulan produk dan inovasi bersaing pada kerajinan enceng gondok "AKAR" berada dalam katagori sedang, kemudian inovasi prodek secara individual berpengaruh positif terhadap signifikan keunggulan bersaing. Kontribusi pada penelitian ini melihat pengaruh inovasi dan kreativitas industri kapuk terhadap pendapatan masyarakat, sehingga variabel dependen berubah menjadi pendapatan masyarakat.

Alasannya dipilihnya variabel ketahanan ekonomi masyarakat pada penelitian sebelumnya Lili Marlinah (2017) menyatakan bahwa Ekonomi Kreatif sebagai pemanfaatan keterampilan, kreatifitas, dan bakat individu dalam menciptakan kesejahteraan masyarakat serta dapat membuka lapangan pekerjaan, dengan menghasilkan dan mengeksplorasi daya kreasi dan daya cipta masyarakat [5]. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu, penelitian ini meelaborasi lebih jauh variabel kreativitas menjadi variabel yang sangat berpengaruh terhadap ketahanan ekonomi masyarakat, sedangkan dalam penelitian terdahulu variabel inovasi menjadi variabel yang paling signifikan.

Melihat pertumbuhan serta perkembangan ini dari tahun ke tahun, menjadikan suatu hal ini menarik untuk dapat diteliti. Bagi masyarakat Jorong Batu Limbak industri kerajinan kasur merupakan kegiatan industri yang harus di kembangkan agar kondisi ekonomian masyarakat kearah lebih baik. Kegiatan masyarakat ini mengentuh langsung kebutuhan masyarakat yang pada dasarnya industri ini merupakan pencarian utama masyarakat. Melihat peluang yang ada di sekitar saja, tidak cukup menjadi seorang pengusaha (*entrepreneur*) yang sukses, mereka harus berfikir kreatif yang di dasari pola pikir kreatif, hal ini yang nantinya akan memecahkan masalah ketika mereka memulai sebuah usaha [6]. Sesuai dengan firman Allah dalam surat An-Nahl : 17

أَفَمَنْ يَخْلُقُ كَمَنْ لَا يَخْلُقُ أَفَلَا تَذَكَّرُونَ

Artinya: "Maka apakah (Allah) yang menciptakan sama dengan yang tidak dapat menciptakan (sesuatu)? Mengapa kamu tidak mengambil pelajaran?"

Oleh karena itu penulis tertarik lebih lanjut untuk melakukan penelitian dengan judul: "Pengaruh inovasi

produk dan Kreativitas produk industri kapuk terhadap ketahanan ekonomi masyarakat studi kasus Jorong Batu Limbak Nagari Simawang Kecamatan Rambatan Kabupaten Tanah Datar".

II. METODE

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research) merupakan usaha pengumpulan data yang dilakukan langsung di lapangan atau lokasi penelitian dengan melakukan wawancara atau observasi. Penelitian ini bersifat *correlation study* (kuantitatif) yang bermaksud untuk mengetahui sejauh mana Pengaruh inovasi produk dan kreatif produk industri kapuk terhadap ketahanan ekonomi masyarakat Jorong Batu Limbak.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Jorong Batu Limbak, kecamatan Rambatan, Kabupaten Tanah Datar. Waktu penelitian dilakukan pada Oktober 2018 sampai data ini dapat disajikan dalam ujian tesis.

C. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yaitu variabel bebas (X), variabel terikat (Y). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Inovasi Produk dan Kreativitas Produk. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah ketahanan ekonomi masyarakat.

D. Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh masyarakat Jorong Batu Limbak yang memiliki usaha industri kapuk. Sampel dalam penelitian ini adalah pengusaha kapuk yang melakukan inovasi dan kreativitas produk industri kapuk yang berada di Jorong Batu limbak. Teknik yang digunakan ialah *Purposive Sampling*. Penentuan sampel penelitian dilakukan dengan kriteria sebagai berikut: masyarakat Jorong Batu limbak yang mempunyai usaha industri kapuk dan pernah mencoba melakukan inovasi serta kreativitas produk industri kapuk.

E. Defenisi Operasional

Variabel dependen merupakan variabel yang menjadi inters utama bagi peneliti. Tujuan dari peneliti memahami dan mendeskripsikan variabel dependen atau menjelaskan variabilitasnya / meramalkannya [7]. Ketahanan ekonomi masyarakat merupakan variabel independen (Y).

Ketahanan ekonomi diartikan sebagai suatu kondisi dinamik kehidupan perekonomian bangsa yang berisi keuletan dan katangguhan, memiliki kemampuan untuk mengembangkan kekuatan ekonomi nasional dalam menghadapi segala hambatan, tantangan, ancaman dan gangguan yang datang dari dalam maupun luar negeri untuk menjamin kelangsungan perekonomian bangsa dan negara Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan UUD 1945 [8]. Indikator yang digunakan dimonifikasi serta dielaborasi dari penelitian yang dilakukan oleh

Anisa Cahyaningsih dkk dalam buku yang berjudul “Ketahanan Keluarga”. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah (1) tempat tinggal keluarga/ masyarakat (2) Pendapatan (3)Pembiayaan pendidikan anak (4) Jaminan keuangan keluarga [8].

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi dan menjadi sebab atas perubahan atau timbulnya variabel dependen [9]. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah Inovasi produk dan Kreativitas produk.

Inovasi Produk (X_i) merupakan perubahan ide dalam suatu kumpulan informasi yang berhubungan antara masukan dan luaran [9]. Pada penelitian ini Inovasi Produk dipandang sebagai kreasi dan implementasi ‘kombinasi baru’ artinya inovasi produk adalah upaya mengkreasikan dan mengimplementasikan sesuatu menjadi satu kombinasi dengan memadukan cara dan metode baru [10].

Indikator yang digunakan dimodifikasi dan dielaborasi dari penelitian yang dilakukan oleh Hubeis dalam bukunya yang berjudul “*Manajemen Kreativitas dan Inovasi Dalam Bisnis*”. Pada penelitian ini digunakan indikator : (1) Penemuan, (2) pengembangan, (3) duplikasi, dan (4) sintesis [11].

Kreativitas produk adalah penyatuan pengetahuan dari berbagai macam bidang pengalaman berlainan untuk menghasilkan ide baru yang lebih baik. Selain itu kreativitas merupakan keterampilan untuk menentukan pertalian baru, kemudian melihat subjek dari perspektif baru dan juga untuk membentuk kombinasi-kombinasi baru dari dua atau lebih konsep yang telah dicetak dalam pikiran dan juga merupakan pembangkit ide-ide baru dimana inovasi sebagai penerjemah dari ide baru dan juga menjadi perusahaan baru, produk baru kemudian jasa bar dan proses baru atau metode baru dalam memproduksi tersebut [12].

Indikator yang digunakan dimodifikasi dan dielaborasi dari penelitian yang lakukan oleh Winardi dalam bukunya yang berjudul “*Entrepreneur dan Entrepreneurship*”. Pada penelitian ini digunakan indikator: (1) Mencoba menggunakan ide-ide atau gagasan-gagasan yang asli dengan membuat keterkaitan baru diantara hal-hal yang sudah diketahui, (2) indikator perhatian terhadap hal-hal yang tidak diduga, (3) mempertimbangkan karakteristik pribadi yaitu fleksibilitas serta spontanitas dalam pemikiran, (4) indikator kerja keras untuk dapat membentuk gagasan sehingga orang lain pun dapat melihat nilai yang ada dalam dirinya [13].

F. Teknik Analisa Data

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan persamaan regresi linier berganda yaitu analisis yang digunakan untuk lebih dari satu variabel independen/variabel bebas. Teknik analisis regresi linear berganda digunakan dalam pengolahan penelitian ini karena dengan ini dapat dihasilkan kesimpulan secara langsung mengenai pengaruh tiap-tiap variabel bebas yang digunakan secara parsial maupun secara bersama-sama atau simultan.

III. HASIL

Tabel 1
Ringkasan hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Inovasi Produk	X1.1	0,714	0,254	Valid
	X1.2	0,812	0,254	Valid
	X1.3	0,808	0,254	Valid
	X1.4	0,858	0,254	Valid
	X1.5	0,657	0,254	Valid
	X1.6	0,888	0,254	Valid
	X1.7	0,802	0,254	Valid
Kreatifitas Produk	X2.1	0,707	0,254	Valid
	X2.2	0,847	0,254	Valid
	X2.3	0,833	0,254	Valid
	X2.4	0,871	0,254	Valid
	X2.5	0,594	0,254	Valid
Ketahanan Ekonomi	Y.1	0,495	0,254	Valid
	Y.2	0,484	0,254	Valid
	Y.3	0,818	0,254	Valid
	Y.4	0,382	0,254	Valid
	Y.5	0,418	0,254	Valid
	Y.6	0,828	0,254	Valid
	Y.7	0,817	0,254	Valid

Sumber: Data primer, diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa r hitung lebih besar dari r tabel. Artinya semua butir pernyataan yang ada hubungannya dengan inovasi dan kreativitas produk terhadap ketahanan ekonomi masyarakat dinyatakan valid.

Tabel 2
Ringkasan Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Inovasi	0,904	0,6	Reliabel
Kreatifitas	0,836	0,6	Reliabel
Ketahanan Ekonomi	0,762	0,6	Reliabel

Sumber: Data primer, diolah, 2019

Dilihat dari tabel 2 diatas, nilai dari Cronbach's Alpha dari variabel inovasi produk, kreativitas produk dan ketahanan ekonomi masyarakat lebih besar dari 0,60. Artinya jawaban dari responden adalah reliabel.

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,00704663
Most Extreme Differences	Absolute	,097
	Positive	,097
	Negative	-,054
Kolmogorov-Smirnov Z		,755
Asymp. Sig. (2-tailed)		,619
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber: Data Primer, diolah, 2019



Dilihat dari tabel 3 nilai signifikansi Asymp. Sig 92-tailed) berjumlah 0,619 > 0,05. Artinya sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas kolmogorov-smirnov di maka dapat disimpulkan data berdistribusi dengan normal. Asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi dapat terpenuhi.

Tabel 4
Hasil Uji Multikolonieritas

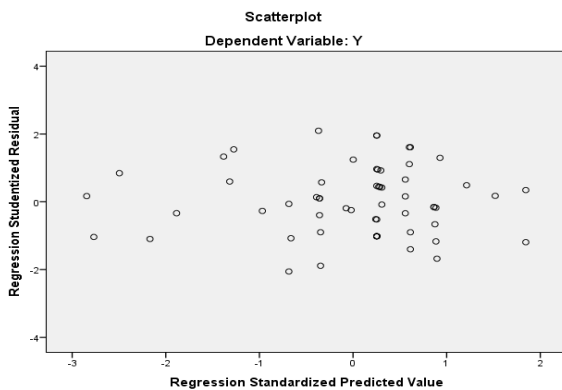
Coefficients ^a					
Model		T	Sig.	Collinearity Statistics	
				Tolerance	VIF
1	(Constant)	5,401	,000		
	Inovasi_Produk	,209	,835	,762	1,312
	Kreativitas_Produk	6,645	,000	,762	1,312

a. Dependent Variable: Ketahanan_Ekonomi_Masyarakat

Sumber: Data Primer, diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4 dapat dilihat hasil *tolerance* dan *VIF* dari variabel inovasi produk (X1) berjumlah 0,762 dan 1,312, sedangkan variabel kreativitas produk (X2) berjumlah 0,762 dan 1,312. Ini menandakan bahwa persamaan model regresi tidak terdapat masalah multikolonieritas. Hal ini menunjukkan tidak ada korelasi diantara variabel bebas sehingga layak digunakan untuk menganalisis lebih lanjut, dikarenakan nilai tolerance berada di atas 0,1 sedangkan nilai VIF berada dibawah angka 10.

Diagram 5
Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber: Data Primer, diolah, 2019

Dari diagram diatas dapat terlihat *Scatterplot*, jelas tidak tampak pola tertentu hal ini terjadi karena titik menyebar tidak beraturan di atas dan di bawah sumbu 0 pada sumbu Y. Maka bisa ditarik kesimpulan tidak terdapat gejala heterokedastisitas.

Tabel 6
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b	
----------------------------	--

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,715 ^a	,512	,495	2,042	1,771

a. Predictors: (Constant), Inovasi_produk, Kreativitas_produk
b. Dependent Variable: Ketahanan_ekonomi_masyarakat

Sumber: Data Primer, diolah, 2019

Berdasarkan output SPSS, dapat dilihat nilai Durbin Watson berjumlah 1,771 sesuai dengan dengan table Durbin Watson nilai du berjumlah 1,652. dikarenakan nilai du < dw sebesar 1,652 < 1,771 maka dapat diasumsikan tidak terjadinya autokorelasi terpenuhi.

Tabel 7
Hasil Persamaan Linear

Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	12,962	2,400	
	INOVASI	,022	,106	,022
	KREATIFITAS	,628	,094	,704

a. Dependent Variable : KETAHANAN EKONOMI

Sumber: Data Primer, diolah, 2019

Dilihat dari tabel 7 dapat diperoleh persamaan regresi yaitu:

$$Y = 12,962 + 0,22X_1 + 0,628X_2 + e$$

Penjelasan analisis pengaruh variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Konstanta
Nilai konstanta dari persamaan regresi ini sebesar 12,962 memperlihatkan bahwa jika tidak ada variabel inovasi produk, dan kreativitas produk maka ketahanan ekonomi masyarakat sebesar 9,786.
2. Koefisien Variabel X₁ berjumlah 0,022 menyatakan bahwa jika inovasi produk naik satu satuan maka ketahanan ekonomi masyarakat akan meningkat sebesar 0,022 satuan, dalam hal ini faktor lain yang mempengaruhi ketahanan ekonomi dianggap konstan.

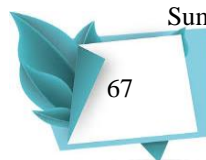
Koefisien Variabel X₂ sebesar 0,682 menyatakan bahwa jika kreativitas produk naik sebesar satu satuan maka ketahanan ekonomi masyarakat akan naik sebesar 0,682 satuan, dalam hal ini faktor lain yang mempengaruhi ketahanan ekonomi masyarakat dianggap konstan.

Tabel 8
Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	249,267	2	124,634	29,891	,000 ^b
Residual	237,666	57	4,170		
Total	486,933	59			

a. Dependent Variable: Ketahanan_ekonomi_masyarakat
b. Predictors: (Constant), Inovasi_Produk, Kreativitas_Produk

Sumber: Data Primer, diolah, 2019



Berdasarkan tabel 8 diperoleh F hitung berjumlah 29,891 > F tabel berjumlah 3,16 dengan nilai Sig sebesar 0,000 < 0,05. Dapat disimpulkan, inovasi dan kreativitas produk secara simultan berpengaruh terhadap ketahanan ekonomi masyarakat.

Tabel 9
Pengujian Hipotesa

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12,962	2,400		5,401	,000
Inovasi_produk	,022	,106	,022	,209	,835
Kreativitas_produk	,628	,094	,704	6,645	,000

a. Dependent Variable: Ketahanan_ekonomi_masyarakat

Sumber : Data Primer, diolah, 2019

1. Pengaruh inovasi produk terhadap ketahanan ekonomi masyarakat.

Menurut hasil analisis regresi berganda yang telah dilakukan menggunakan aplikasi SPSS dapat diketahui bahwa variabel bebas inovasi produk (X1) memperoleh nilai signifikansi sebesar (0,835 > 0,05). Maka inovasi produk tidak berpengaruh terhadap ketahanan ekonomi masyarakat, dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa inovasi produk tidak berpengaruh terhadap ketahanan ekonomi masyarakat, ditolak.

2. Pengaruh kreativitas produk terhadap ketahanan ekonomi masyarakat.

Dari hasil pengujian terlihat nilai signifikansi untuk variabel kreativitas produk (X2) sebesar (0,000 < 0,05). dapat disimpulkan bahwa kreativitas produk berpengaruh positif terhadap ketahanan ekonomi masyarakat, dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa kreativitas produk berpengaruh terhadap ketahanan ekonomi masyarakat, diterima.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Ernani Hadiyati, [16] dan Lili Marlinah [17] bahwa Kreativitas produk berpengaruh positif terhadap ketahanan ekonomi masyarakat. Kreativitas produk yang diciptakan akan meningkatkan ketahanan ekonomi masyarakat, karena membuat penjualan produk kapuk yang meningkat.

Tabel 10
Hasil Uji Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,715 ^a	,512	,495	2,042

a. Predictors: (Constant), Inovasi_produk, Kreativitas_produk

b. Dependent Variable: Ketahanan_ekonomi_masyarakat

Sumber: Data Primer, diolah, 2019

Dapat dilihat pada output SPSS diatas, terlihat nilai koefisien determinasi atau R Square sebesar 0,512. Nilai R Square 0,512 berasal dari pengkuadratan dari nilai koefisien korelasi atau R yaitu $0,715 \times 0,715 = 0,512$. Angka koefisien determinasi (R Square) yaitu 0,512 setara dengan 51,2%. Artinya bahwa variabel inovasi dan kreativitas produk secara simultan berpengaruh terhadap ketahanan ekonomi masyarakat sejumlah 51,2%. Sedangkan sisanya (100% - 51,2% = 48,8%) dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

IV. DISKUSI

Dilihat dari hasil yang diperoleh dengan Uji Asumsi Klasik menyatakan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini memiliki data yang normal karena sudah memiliki kriteria sesuai dengan teori yang ada, sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini normal.

Sedangkan dari pengujian statistik dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel Inovasi Produk memiliki pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan terhadap variabel terikat yaitu ketahanan ekonomi masyarakat. Inovasi produk memiliki nilai signifikansi sebesar 0,835 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Maka inovasi produk tidak berpengaruh terhadap ketahanan ekonomi masyarakat, dengan demikian hipotesis yang mengatakan bahwa inovasi produk tidak berpengaruh terhadap ketahanan ekonomi masyarakat, ditolak. Artinya, dengan inovasi produk yang sudah ada sekarang tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap ketahanan ekonomi masyarakat.

Sedangkan variabel Kreativitas Produk secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu ketahanan ekonomi masyarakat Jorong Batu Limbak, artinya jika kreativitas Produk industri kapuk ditingkatkan maka ketahanan ekonomi masyarakat juga akan meningkat, dibandingkan dengan tingkat ketahanan ekonomi masyarakat tanpa adanya kreativitas produk.

Kemudian uji koefisien korelasi antara variabel inovasi produk, kreativitas produk dengan ketahanan ekonomi masyarakat memiliki hubungan yang cukup erat artinya saling keterkaitan antara inovasi produk,

keaktivitas produk dengan ketahanan ekonomi masyarakat Jorong Batu Limbak, apabila inovasi dan kreativitas produk yang diciptakan lebih menarik maka ketahanan ekonomi masyarakat akan meningkat.

Hasil pengolahan data dengan uji t diketahui bahwa nilai hasil uji t variabel inovasi produk tidak signifikan. Jika nilai signifikansi dibandingkan dengan tingkat signifikan yang digunakan dalam penelitian maka terbukti bahwa nilai signifikansi lebih besar dari tingkat signifikansi yang digunakan yaitu ($0,835 > 0,05$). Sedangkan variabel kreativitas produk memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Maka kreativitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap ketahanan ekonomi masyarakat. Dengan demikian variabel inovasi dan kreativitas produk secara simultan berpengaruh terhadap variabel ketahanan ekonomi masyarakat sebesar 51,2%, sedangkan sisanya 48,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi atau variabel yang tidak diteliti.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian Pengaruh Inovasi dan Kreativitas Produk Industri Kapuk berpengaruh signifikan Terhadap Ketahanan Ekonomi Masyarakat Studi Kasus Jorong Batu Limbak Nagari Simawang Kecamatan Rambatan Kabupaten Tanah Datar, dengan beberapa temuan:

1. Inovasi produk tidak signifikan terhadap Ketahanan Ekonomi Masyarakat Jorong Batu Limbak (Sig sebesar $0,835 > 0,05$). Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Kreativitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap ketahanan ekonomi masyarakat Jorong Batu Limbak (Sig sebesar $0,000 < 0,05$). Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.
3. Inovasi dan Kreativitas Produk Industri Kapuk Terhadap Ketahanan Ekonomi Masyarakat Jorong Batu Limbak secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap ketahanan ekonomi masyarakat (Sig $> \alpha = 0,05$). Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak.

REFERENSI

- [1]. Lili Marlinah, Meningkatkan Ketahanan Ekonomi Nasional Melalui Pengembangan Ekonomi Kreatif, *Jurnal Cakrawala*, Vol. XVII, No, 2, 2017, Hal. 4
- [2]. Data kependudukan Nagari Simawang per 31 Desember 2018
- [3]. Sumber: Wawancara dengan Isro', Kepala Jorong Batu Limbak dan pengusaha kasur di Batu Limbak 27 Oktober 2018 Pukul 15.20 wib
- [4]. Sumber: Wawancara dengan Isro', Kepala Jorong Batu Limbak 27 Oktober 2018 Pukul 15.45 wib
- [5]. Lili Marlinah, Meningkatkan Ketahanan Ekonomi Nasional Melalui Pengembangan Ekonomi Kreatif, *Jurnal Cakrawala*, Vol. XVII, No, 2, 2017
- [6]. Dumary, *Perekonomian Indonesia*, Jakarta: Penerbit Erlangga, 1999. Hal 230
- [7]. Imam Ghozali, *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif untuk Akuntansi, Bisnis dan Ilmu Sosial Lainnya* (Semarang: Yoga Pratama, 2013) hlm.51
- [8]. Lili Marlinah, "Meningkatkan Ketahanan Ekonomi Nasional Melalui Pengembangan Usaha Kreatif", *Jurnal Cakrawala*, Vol. XVII, No. 2, 2017, hal. 2.
- [9]. Anisah Cahyaningsih dkk, "*Ketahanan Keluarga*", (Jakarta: CV. Lintas Kulturalistiwa, 2016) Hal.79
- [10]. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Jakarta: Alfabeta, 2008)
- [11]. Drucker, Peter F, "*Innovation and Entrepreneurship, Practice and Principles*", (New York: Harper and Row Publisher, 1985), hal. 48.
- [12]. Deden A. Wahab Sya'roni, Janivita J. Sudirman "*Kreativitas dan Inovasi Penentu KOMPETENSI Usaha Kreatif*", *Jurnal Unikom* Vol. XI, No. 2, 2017, hal. 17.
- [13]. M. Hubeis, "*Manajemen Kreativitas dan Inovasi Dalam Bisnis*" (Jakarta: Mitra Utama, 2005), hal. 17
- [14]. Stoner, James At, Edward Freman, Daniel Gillert, "*Manajemen*" (New York: Sixth edition, Prentice-Hall Inc, 1995), hal. 62
- [15]. Winardi, "*Entrepreneur dan Entrepreneurship*", (Jakarta: Prenada Media, 2003), hal. 21
- [16]. Ermani Hadiyati, "Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil", *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, Vol.13, No.1 2011.
- [17]. Lili Marlinah, "Meningkatkan Ketahanan Ekonomi Nasional Melalui Pengembangan Usaha Kreatif", *Jurnal Cakrawala* Vol. XVII, No. 2, 2017

Pengaruh Religiusitas Dan Budaya Terhadap Prilaku Konsumen Muslim Dalam Membeli Makanan Kafe

Rezkinah Hayati
Mahasiswa Magister Ekonomi Syariah
IAIN Bukittinggi
rezkinahayati@gmail.com

Iiz Izmuddin
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Bukittinggi
iizmudin@yahoo.co.id

Anne Putri
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi
Haji Agus Salim Bukittinggi
Annekop10@yahoo.com

Abstrak-Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh religiusitas dan budaya terhadap keputusan pembelian dalam membeli makanan kafe di Bukittinggi secara parsial atau simultan. Desain penelitian ini adalah kuantitatif korelasional. Populasi adalah remaja muslim kota Bukittinggi, Sampel penelitian ini adalah remaja muslim kota bukittnggi yang membeli makanan kafe. Selanjutnya penentuan pengambilan sampel yang akan dijadikan responden dilakukan secara *purposive sampling*, dengan mengambil dan memilih remaja muslim yang ada di Bukittinggi sebagai responden. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa : secara parsial *Religiusitas* dan Budaya berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dalam membeli makanan kafe, sedangkan *Religiusitas* dan Budaya secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dalam membeli makanan kafe dimana kontribusi koefisien determinasi (*R Square*) adalah 38,8% dan sisanya 61,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam regresi kesamaan ini atau variabel yang tidak diteliti.

Kata kunci — *Religiosity, culture, Purchasing Decisions*

I. PENDAHULUAN

Manusia sebagai makhluk hidup pasti melakukan kegiatan konsumsi. Mengartikan konsumsi sebagai suatu kegiatan penggunaan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan manusiawi (*The Use Of Good And Service In The Satisfaction Of Human Want*). Dalam perkembangan sistem periklanan saat ini mampu mempengaruhi psikologi konsumen sehingga membuat masyarakat menjadi berlebihan dalam melakukan konsumsi yang pada bidang psikologi disebut sebagai sikap konsumtif. Dalam perilaku berkonsumsi tentu tidak dapat dipisahkan dengan peranan ketaatan terhadap agama sebagai tolak ukur cara pandang kehidupan dunia yang cenderung mempengaruhi gaya hidup, perilaku dan selera. Maka saat itu muncul sifat *israf* atau berlebih-lebihan, yang mana Allah memberi batasan kepada hambanya dalam berkonsumsi [1].

Selama beberapa dekade negara-negara muslim telah mengikuti suatu pola konsumsi yang dijiplak dari budaya konsumen barat yang mengukur nilai seseorang berdasarkan kemewahan hidup dan frekuensi belanjanya. Dengan begitu, gaya hidup mahal yang bahkan beberapa negara industri yang kaya pun hampir tidak

menjangkaunya, telah menjadi simbol *prestise* (gaya hidup) di negara-negara muslim yang miskin. Ini semua bersamaan dengan sejumlah kebiasaan, berlangsung sejak lahir sampai mati, telah mengarah pada pola konsumsi yang tidak realistis dan tidak berdasar dipandang dari sudut pandang nilai-nilai Islami dan sumber dayanya. (Chapra, 1999). Islam mengajarkan umatnya untuk berkonsumsi dengan cara menjauhi produk yang haram, sederhana, sesuai dengan kebutuhan, dan lain-lain. Hal ini terdapat dalam Al-Qur'an Surat Al-A'raf ayat 31 yang artinya:\

"Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.

Seorang muslim yang berakal (memahami) seharusnya dapat mengamalkan ilmu yang dimilikinya dalam kehidupan sehari-hari sebagai wujud ketaatan seorang hamba kepada Allah SWT. Kemampuan masyarakat atau seseorang dalam mengamalkan ajaran agama yang dianutnya dapat dilihat dari tingkat ketaatan atau *Religiusitas* yang dimiliki. Oleh karena itu *Religiusitas* dianggap dapat mewakili bagaimana seorang muslim dapat mengimplementasikan apa yang diyakini dan dipahami dari ajaran agamanya dalam kehidupan sehari-hari termasuk dalam kegiatan konsumsi [2].

Konsumen melihat diri mereka sendiri dan bereaksi terhadap lingkungan mereka, karena setiap individu mempersepsikan dunia dengan pendapat dan cara pandang masing-masing. Singkatnya, budaya dapat memuaskan kebutuhan, budaya bisa dipelajari, dan yang paling penting adalah budaya berkembang, karena semakin berkembangnya budaya atau yang biasa kita dengar dengan istilah *Up To Date* maka akan berkembang pula daya beli seseorang.

Penelitian terdahulu yang mengungkapkan adanya pengaruh *religiusitas* dan budaya terhadap perilaku konsumen antara lain, penelitian yang dilakukan oleh Syed Syah Alam, [3] menyatakan bahwa agama memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap keputusan pembelian konsumen Muslim. Umat Islam di Shah Alam dan Bangi Selangor Malaysia mempertimbangkan Islam sebagai sumber referensi dalam konsumsi, mereka

memenuhi kebutuhan mereka secara sederhana, seperti yang diperintahkan Allah dalam Al-Qur'an.

Kemudian Anton Bawono mengungkapkan bahwa tingkat konsumsi seorang muslim di Yogyakarta masih tergolong rasional dan tidak berlebihan. Salah satu penyebab rasionalnya konsumsi seorang muslim adalah tingkat religiusitas, sehingga konsumsinya tidak berlebihan, [4] Selanjutnya Muhammad Reza Hermanto, Aflit Nuryulia Praswati mengungkapkan bahwa tingkat keagamaan memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumen, terutama dalam konsumsi produk (barang dan jasa) yang halal, Yolanda Hani Putriani Putriani menemukan hasil yang sama bahwa mahasiswa yang memiliki *religiusitas* yang Islami memiliki pola perilaku konsumsi yang juga Islami, dalam memilih makanan yang halal dan baik, Namun demikian ada juga yang mengatakan bahwa religiusitas ini tidak mempengaruhi terhadap perilaku konsumen seseorang, hal ini terbukti dengan penelitian yang dilakukan oleh Dwiwiyati Astogini, Wahyudin dan Siti Zulaikha Wulandari, di dalam penelitian itu disebutkan bahwa aspek religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk halal.[5]

Selanjutnya Jojo De'lyma juga mengungkapkan bahwa budaya mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumen. Hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa memang benar budaya sangat mempengaruhi perilaku manusia, tidak hanya dari segi aspek pola hidup saja tetapi dari daya belinya, Selanjutnya Abdul Ghani, [6] Dan Tri Bodroastuti, Kussudyarsana. Namun demikian ada mengatakan bahwa budaya tidak mempengaruhi seseorang dalam melakukan kegiatan konsumsi, sebagaimana terbukti pada penelitian Mariani Shoshana Giantara Dan Jesslyn Santoso, hasil dalam penelitian tersebut mengatakan bahwa berdasarkan analisis mean budaya memiliki rata-rata yang tinggi tetapi tidak mendorong perilaku keputusan pembelian. [7]

Dengan menjamurnya pembangunan pusat perbelanjaan apalagi setingkat mall atau plaza di kota-kota besar dan tidak terkecualinya kota Bukittinggi hal tersebut menunjukkan tingginya budaya konsumtif di kalangan masyarakat. Lebih-lebih seiring berjalannya waktu, fungsi mall telah mengalami pergeseran yang awalnya sekedar tempat berbelanja kini pihak pusat perbelanjaan mulai melebarkan sayapnya dengan menambah lini usaha yang ditujukan sebagai tempat makanan atau kafe.

Kafe bukanlah hal yang baru dalam dunia bisnis. Kafe pada saat sekarang ini banyak dinikmati oleh masyarakat, khususnya anak muda atau remaja di daerah perkotaan. Kafe tidak hanya menjadi tempat untuk makan dan minum, tetapi juga menjadi tempat berkumpul atau *hangout* anak muda atau remaja bahkan kafe sering juga dijadikan tempat *meeting* bagi beberapa kalangan masyarakat. Keberadaan kafe saat sekarang ini sudah sangat berkembang. Hal itu terlihat banyaknya muncul kafe baru dengan berbagai menu andalan dan memiliki ciri khas masing-masing. Selain itu banyak juga kafe yang mengombinasikan berbagai jenis makanan dan minuman untuk menarik perhatian anak

muda atau remaja atau target *audince* masing-masing. Hal ini dapat kita lihat banyaknya kafe tersebar dikota Bukittinggi yaitu *Hau's Tea, Cafe And Resto Rumah Pohon Abdul, Soerabi Enhaii, Ck Center Resto, Kawali Square, Minori Bento, pizza hut* dll, Hal semacam ini tentu mengakibatkan timbulnya perilaku konsumtif bagi masyarakat, tak terkecualinya kalangan remaja-remaja. [8]

Kelompok masyarakat yang cenderung bersikap konsumtif adalah remaja, karena mereka menganggap bahwa penampilan dan gaya hidup mewah memiliki status lebih tinggi dalam kelompok, dan juga lebih di akui dalam kelompok mereka sangat mudah dipengaruhi oleh lingkungan pergaulan ataupun budaya. [9] Sebagaimana remajayang penulis maksud yaitu pengertian remaja menurut Depkes RI (2009) yaitu seseorang yang rentang umurnya antara 12 tahun sampai 25 tahun. Remaja ini ada masa remaja awal yang mana umurnya antara rentang 12 tahun sampai 16 tahun, dan ada juga masa remaja akhir yang usianya rentang antara 17 tahun dan 25 tahun.

Sebagaimana yang kita lihat pada saat ini khususnya remaja muslim kota Bukittinggi yang lebih senang membeli makanan di tempat-tempat atau kafe yang menjamur di kota Bukittinggi, yang mana biaya makanan di tempat tersebut lebih mahal di banding makanan-makanan yang tradisional dan juga ada pajaknya, dengan membeli makanan di tempat atau di kafe tersebut mereka beranggapan merupakan suatu trend dan gaya hidup saat ini, dan merupakan keinginan nafsu belaka tanpa memfikirkan apakah itu merupakan kebutuhan atau hanya sekedar mengikuti trend atau keinginan saja. Dan juga di kafe-kafe tersebut di sediakan *Wife* gratis oleh pemilik kafe tersebut, hal tersebut akan dapat menghabiskan waktu untuk memanfaatkan *wife* gratis tersebut, dan juga dapat terjerumus kepada membuang-buang waktu pada hal yang tidak bermanfaat seperti mendownload-dowlod hal-hal yang tidak penting yang mana hal tersebut akan mubazir, sebagaimana kita ketahui bahwa Allah SWT sangat melarang hal-hal yang berkaitan dengan mubazir tersebut, firman Allah SWT dalam surat Al-Isra': 27 yang artinya

"Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.

Dan juga kebanyakan dari remaja-remaja saat ini khususnya remaja muslim kota Bukittinggi melakukan kegiatan konsumsi di kafe dengan membeli makanan kafe tersebut dilihat adanya dilandasi sifat pamer kepada orang lain yaitu dengan makan di kafe tersebut mereka berselfi-selfi yang mana di apolod yang di beranggapan dengan makan di kafe tersebut akan memiliki gaya hidup yang lebih di banding dengan yang lainnya. Dan makan di Kafe tersebut hanya juga mengikuti budaya yang berkembang pada saat ini yang mana makan atau membeli makanan di kafe sebagaimana yang penulis sebutkan di atas agar terlihat kekinian dan juga mengikuti gaya hidup yang semakin modern ini, Tanpa mempertimbangkan apakah tercapai tujuan dari melakukan konsumsi tersebut yaitu *maslahah*. Kalau kita

dalam melakukan konsumsi (makan di kafe) tersebut tidak lagi memperhatikan manfaat dari kegiatan konsumsi kita maka tujuan dari konsumsi tersebut tidak lah tercapai. [10]

Penelitian dilakukan pada remaja muslim kota Bukittinggi, pemilihan Bukittinggi karena daerah ini masih merupakan bagian dari wilayah adat Minangkabau, yang mana masyarakat Minangkabau tersebut sangat berpegang teguh dengan adat, budaya dan ajaran agama Islam. Dimana masyarakat Minangkabau memegang kata-kata adat “*Adat basandi syarak, syarak basandi kitabullah*” yang artinya setiap adat dan kebiasaan yang berlaku berdasarkan Syariat Islam (Al-Qur’an dan Hadits). Dengan nilai-nilai atau budaya yang religius yang tinggi ini diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap keputusan pembelian seseorang dalam membeli makanan kafe.

Namun di sisi lain kota Bukittinggi merupakan sebuah kota yang memiliki perkembangan yang sangat pesat terutama dalam kegiatan perdagangan. Dimanikota ini merupakan salah satu sentra perdagangan terbesar di Sumatera Barat, karena banyak terdapat pusat perbelanjaan baik grosir maupun eceran. Kemudian kota Bukittinggi juga merupakan kota wisata. Sehingga kota ini banyak menyediakan tempat-tempat perbelanjaan, restoran, kafe dan tempat-tempat makanan yang dapat menjadi pilihan bagi konsumen untuk membeli makanan. [11]

Masyarakat perkotaan merupakan masyarakat yang rentan dengan budaya *konsumerisme* atau konsumsi yang berlebihan hal ini disebabkan karena yang pertama banyaknya pusat-pusat perbelanjaan, yang kedua perubahan gaya hidup masyarakat perkotaan yang dibentuk secara sistematis oleh media massa khususnya televisi dan penampilan serta gaya pajangan pusat-pusat perbelanjaan yang diadopsi dari berbagai model, dan yang ketiga bagi masyarakat kota yang berpenghasilan rendah akan mengakibatkan menurunnya kualitas hidup yang tidak jarang menghasilkan perbuatan kriminal dan kerusakan rumah tangga. [12] Namun jika masyarakatnya memiliki tingkat *Religiusitas* yang baik dan perilaku konsumsi yang Islami tentu hal ini tidakakan terjadi.

Melihat fenomena terindikasinya prilaku konsumtif dikalangan remaja dan terdapat gaya hidup meniru model, orang lain, atau trend saat ini dan juga adanya ketidakkonsistenan pengaruh religiusitas dan budaya terhadap prilaku konsumen yang dilihat pada penelitian terdahulu, maka peneliti tertarik memilih judul *Pengaruh Religiusitas Dan Budaya Terhadap Prilaku Konsumen Muslim Dalam Membeli Makanan Kafe (Studi Kasus Remaja Muslim Kota Bukittinggi)*

II. METODE

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional (*Correlation Research*). Dalam penelitian ini digunakan penelitian korelasional untuk mengetahui hubungan antara pengaruh religiusitas dan budaya terhadap prilaku konsumen muslim dalam membeli makanan kafe. Lokasi penelitian ini dilakukan

di kota Bukittinggi, Provinsi Sumatera Barat. Dan penelitian ini di tujukan kepada remaja muslim (konsumen) makanan kafe.

Data penelitian ini berupa data yang diperoleh dari kuesioner dan merupakan data primer yang diperoleh dari sampel penelitian yaitu remajamuslim kota bukittinggi, yang mana di ukur dengan menggunakan skala likert 5 poin, untuk variabel religiusitas adalah sangat setuju (SS), Setuju (S), Kurang Setuju (KS), tidak Setuju (TS), sangat tidak Setuju (STS). Kemudian untuk analisis kuantitatif maka pilihan jawaban tersebut diberi skor : sangat Setuju (5), setuju (4), kurang setuju (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1). Sedangkan untuk variabel Budaya dan Keputusan Pembelian di sediakan pilihan jawaban selalu (SL), Sering (SR), Kadang- kadang (KD), Jarang (JR), Tidak pernah (TP). Pilihan jawaban tersebut diberi skor : selalu (5), sering (4), kadang-kadang (3), jarang (2) dan tidak pernah (1).

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji kualitas data yang terdiri dari uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heterokedastisitas dan uji autokorelasi. Selain uji tersebut, penelitian ini juga menggunakan uji hipotesis yang meliputi analisis regresi berganda, uji kelayakan model menggunakan uji F, uji t dan uji koefisien determinasi (R²).

III. HASIL

a. Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Dalam penelitian ini jumlah sampel penelitian sebanyak 100 responden. Dengan nilai df dari 100 maka diketahui r tabel hitung sebesar 0,1946 Suatu pernyataan dikatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel. Hasil uji validitas variabel religiusitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1
Hasil Perhitungan Uji Validitas Instrumen
Variabel Religiusitas

Di mensi	Butir pertanyaan	R hitung	R tabel	keputusan
Aki dah	R1	0,8 50	0,19 46	Valid
	R2	0,7 78	0,19 46	Valid
	R3	0,8 17	0,19 46	Valid
	R4	0,7 89	0,19 46	Valid
	R5	0,7 85	0,19 46	Valid

Syariah	R6	0,78	0,1946	Valid
	R7	0,778	0,1946	Valid
	R8	0,759	0,1946	Valid
	R9	0,41	0,1946	Valid
	R10	0,85	0,1946	Valid
Akidah	R11	0,698	0,1946	Valid
	R12	0,797	0,1946	Valid
	R13	0,754	0,1946	Valid
	R14	0,623	0,1946	Valid
	R15	0,929	0,1946	Valid

Sumber : Data Primer diolah

Berdasarkan tabel 1 dapat di ketahui, bahwa semua butir pernyataan yang digunakan dalam instrumen dinyatakan valid, sehingga butir-butir pernyataan tersebut dapat digunakan untuk mengukur tingkat religiusitas berdasarkan dimensi akidah, syariah, dan akhlak. Sedangkan hasil uji validitas untuk instrumen budaya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2
Hasil Perhitungan Uji Validitas Instrumen Variabel Budaya

Butir pertanyaan	R hitung	R tabel	keputusan
B1	0,64	0,1946	Valid
B2	0,627	0,1946	Valid
B3	0,671	0,1946	Valid
B4	0,752	0,1946	Valid
B5	0,81	0,1946	Valid
B6	0,764	0,1946	Valid
B7	0,068	0,1946	Valid
B8	0,617	0,1946	Valid
B9	0,776	0,1946	Valid
B10	0,656	0,1946	Valid

Sumber : Data Primer, diolah

Dari tabel 2 dapat diketahui bahwa semua butir pernyataan yang digunakan dalam instrumen dinyatakan valid, sehingga butir-butir pernyataan tersebut dapat digunakan untuk mengukur tingkat budaya, sub budaya dan kelas sosial. Sedangkan hasil uji validitas untuk instrumen keputusan pembelian dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3
Hasil Perhitungan Uji Validitas Instrumen Variabel Keputusan Pembelian

Butir Pertanyaan	R hitung	R tabel	keputusan
KP1	0,647	0,1946	Valid
KP2	0,526	0,1946	Valid
KP3	0,571	0,1946	Valid
KP4	0,537	0,1946	Valid
KP5	0,629	0,1946	Valid
KP6	0,733	0,1946	Valid
KP7	0,718	0,1946	Valid
KP8	0,673	0,1946	Valid
KP9	0,796	0,1946	Valid
KP10	0,718	0,1946	Valid
KP11	0,65	0,1946	Valid
KP12	0,66	0,1946	Valid

Sumber : Data Primer, diolah

Dari tabel 3 dapat diketahui bahwa semua butir pernyataan yang digunakan dalam instrumen dinyatakan valid. Dari hasil uji validitas di atas, dapat diperoleh kesimpulan bahwa nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel. Sehingga dapat dikatakan semua butir pernyataan yang berhubungan dengan *religiusitas*, budaya terhadap keputusan pembelian adalah valid.

Uji Realibilitas

Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus koefisien *Cronbach Alpha*. Dimana kuesioner dinyatakan reliabel apabila hasil koefisien *Alpha* (α) > taraf signifikansi 60% atau 0,6. Hasil uji reliabilitas telah diringkas dalam tabel 4 berikut:

Tabel 4
Ringkasan Hasil Uji Realibilitas

No	Variabel	Cronbach alpha	Nilai kritis	Keterangan
1	Religiusitas	0,769	0,6	Reliabel
2	Budaya	0,837	0,6	Reliabel
3	keputusan pembelian	0,768	0,6	Reliabel

Sumber : Data Primer, diolah

Dari tabel 4 di atas, diperoleh *Cronbach's Alpha* dari variabel religiusitas, budaya dan keputusan pembelian lebih besar dari 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban dari responden adalah reliabel.



b. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Apabila ingin mengetahui apakah residual berdistribusi normal residual yang normal adalah yang memiliki nilai signifikan 0,05. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel 5 berikut.

Tabel 5
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	633.574.401
Most Extreme Differences	Absolute	.112
	Positive	.051
	Negative	-.112
Kolmogorov-Smirnov Z		1.121
Asymp. Sig. (2-tailed)		.162
a. Test distribution is Normal.		

Sumber : Data Primer, diolah

Diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,162 lebih besar dari 0,05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas kolmogorov-smirnov di atas, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Multikolonieritas

Apabila ingin menguji adanya multikolonieritas dapat dilihat melalui nilai *Varian Inflation Factor (VIF)* < 10 dan yang *tolerance* > 0,1. Apabila terdapat korelasi yang tinggi sesama variabel atau menambah variabel bebasnya. Hasil uji multikolonieritas dapat dilihat pada tabel 6 berikut:

Tabel 6
Ringkasan Hasil Uji Mutikolonieritas

Variabel	Tolerance	VIP	Kesimpulan
Religiusitas	0,991	1,009	Tidak terjadi multikolonieritas
Budaya	0,991	1,009	Tidak terjadi multikolonieritas

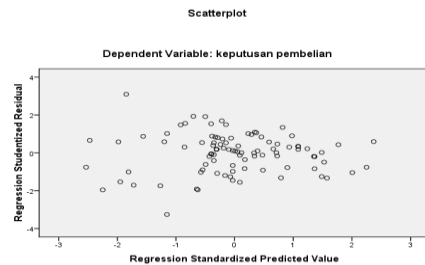
Sumber : Data Primer, diolah

Dari tabel 6 di atas, hasil perhitungan nilai *tolerance* menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *tolerance* yang kurang dari 0,10 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen. Hasil perhitungan nilai VIF juga menunjukkan hal yang sama tidak ada satupun variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel bebas (independen) dalam model regresi.

Uji Heteraskedastisitas

Metode yang digunakan adalah metode chart (diagram *Scatterplot*). Dimana jika ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar keatas dan dibawah 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada diagram 1 berikut:

Diagram 1
Hasil Uji Heteraskedastisitas



Berdasarkan diagram *Scatterplot* di atas, jelas bahwa tidak ada pola tertentu karena titik menyebar tidak beraturan di atas dan di bawah sumbu 0 pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Uji autokorelasi

Pengujian autokorelasi dilakukan dengan uji *run test*, yang mana dasar pengambilan keputusan dalam uji run test ini yaitu :

1. jika nilai *asymp.sig. (2-tailed)* lebih kecil < dari 0,05 maka terdapat gejala autokorelasi.
2. sebaliknya, jika nilai *Asymp.sig. (2-tailed)* lebih besar > dari 0,05 maka tidak terdapat gejala autokorelasi

Hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada tabel 7 berikut :

Tabel 7
Hasil Uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.72089
Cases < Test Value	50
Cases >= Test Value	50
Total Cases	100
Number of Runs	42



Z	-1.809
Asymp. Sig. (2-tailed)	.070
a. Median	

Sumber : Data Primer, diolah

Dari tabel 10 di atas, di ketahui nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,70 lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala atau masalah autokorelasi, sehingga analisis refresi berganda dapat dilanjutkan.

Uji Hipotesis

Dari hasil uji normalitas data yang telah dilakukan maka diketahui bahwa data yang digunakan dalam persamaan regresi ini terdistribusi secara normal, tidak terdapat multikolonieritas dan bebas heterokedastisitas sehingga memenuhi persyaratan untuk melakukan analisis regresi berganda dengan baik.

Analisis Regresi Berganda

Tabel 8
Hasil Persamaan Linier

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	14,294	3.968	
X1	.204	.050	.323
budaya	.534	.085	.502

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber : data primer, diolah

Berdasarkan tabel 8 di atas, maka diperoleh persamaan regresi yaitu:

$$Y = 14,294 + 0,204X_1 + 0,534X_2 + e$$

Penjelasan mengenai analisis pengaruh masing - masing variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Konstanta, Nilai konstanta dari persamaan regresi ini sebesar 14,294 menyatakan bahwa jika tidak ada variabel *religiusitas*, dan budaya maka keputusan pembelian sebesar 14,294.
2. Koefisien, Variabel X_1 sebesar 0,204 menyatakan apabila variabel *religiusitas* naik satu satuan maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,204 satuan, dalam hal ini faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian dianggap konstan.
3. Koefisien Variabel X_2 sebesar 0,534 menyatakan bahwa apabila variabel budaya sebesar satu satuan maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,534 satuan, dalam hal ini faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian dianggap konstan.

Uji F

Uji F dapat digunakan untuk melihat model regresi yang digunakan sudah signifikan atau belum, dengan ketentuan bahwa jika $p \text{ value} < (\alpha) = 0,05$ dan $f \text{ hitung} > f \text{ tabel}$, berarti model tersebut signifikan dan bisa digunakan untuk menguji hipotesis. Dengan tingkat kepercayaan untuk pengujian hipotesis adalah 95% atau $(5\%) = 0,05$. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel 9 berikut:

Tabel 9
Hasil uji F
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F
1 Regression	2.515.286	2	1.257.643	30.697
Residual	3.974.024	97	40.969	
Total	6.489.310	99		

a. Predictors: (Constant), budaya, X1

Sumber : Data Primer, Diolah

Dari tabel 9 di atas, diperoleh F hitung sebesar $30,697 > F \text{ tabel}$ sebesar 2,70 dan nilai Sig sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa, religiusitas dan budaya secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Uji t

Jika signifikan nilai t hitung yang dapat dilihat dari analisis regresi menunjukkan kecil dari $\alpha = 5\%$, berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Dengan tingkat kepercayaan untuk pengujian hipotesis adalah 95% atau $(\alpha) = 0,05$ (5%). Uji t dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS Statistic 16. Hasil pengujian hipotesa dapat dilihat pada tabel 10 berikut:

Tabel 10
Pengujian hipotesis coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	14.294	3.968		3.603	.000
X1	.204	.050	.323	4.047	.000
budaya	.534	.085	.502	6.285	.000

Sumber : Data Primer, diolah

Penjelasan mengenai analisis pengaruh masing-masing variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini akan dijelaskan dibagian selanjutnya.

1. Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian



Berdasarkan hasil analisis regresi berganda melalui aplikasi SPSS diketahui bahwa variabel bebas *religiusitas* memiliki nilai signifikasnsi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Maka *religiusitas* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa religiusitasberpengaruh terhadap keputusan pembelian dalam membeli makanan kafe, diterima. Hasil penelitian ini sesuai dengan Aflit Nuryulia Praswati Dkk, Yolanda Hani Putri, Muhammad Reza, Hermanto Reza Hermanto, Syed Syah Alam. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa Religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, ditolak.

2. Pengaruh Budaya Terhadap Keputusan Pembelian
 Hasil pengujian signifikansi pada variabel budaya memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0.05. Maka budaya berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa budaya berpengaruh terhadap kepatuhan pemebelian makanan kafe, diterima. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian jojor De' lyma, Abdul Ghani Dan Tri Bodroastuti, Kussudyarsana.

Koefesien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.

Tabel 11
Hasil Uji Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.623 ^a	.388	.375	6.401

a. Predictors: (Constant), budaya, X1

b. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber : Data Primer, diolah

Berdasarkan tabel 11 di atas, diketahui nilai koefisien determinasi atau R Square sebesar 0,388. Nilai R Square 0,388 ini berasal dari pengkuadratan nilai koefisien korelasi atau R yaitu $0,623 \times 0,623 = 0,388$ (38,8%) berarti variabel religiusitas dan budaya bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian makanan kafe

IV. DISKUSI

Berdasarkan tabel output SPSS di atas, diketahui nilai koefisien determinasi atau R Square sebesar 0,388. Nilai R Square 0,388 ini berasal dari pengkuadratan nilai koefisien korelasi atau R yaitu $0,623 \times 0,623 = 0,388$. Besarnya angka koefisien deternnasi (R Square) adalah 0,388 atau sama dengan 38,8%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel religiusitas, budaya secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 38,8%. Sedangkan sisanya ($100\% - 38,8\% = 61,2\%$) dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

Dari analisis regresi berganda di atas melalui aplikasi SPSS di ketahui bahwa variabel religiusitas nilai signifikasnsi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Maka *religiusitas* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dalam membeli makanan kafe itu, berarti ketika remaja muslim memiliki religius yang tinggi maka keputusan pembeliannya juga akan semakin islami, dan sebaliknya jika *religiusitas* remaja muslim tersebut kurang islami maka keputusan pembelinnnya juga akan kurang islami.

Selanjutnya pada variabel budaya, budaya memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0.05. Maka budaya berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dalam membeli makanan kafe itu berarti jika budaya berkembang maka keputusan pembelian remaja dalam membeli makanan kafe tersebut juga akan bertambah. Dan sebaliknya budaya tidak berkembang maka keputusan pembelian remaja muslim kota bukittinggi juga berkurang.

Jadi kontribusi keilmuan dalam penelitian ini adalah faktor religiusitas dan budaya mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen seseorang, maka dari itu produsen barang dan jasa di harapkan bisa menggunakan dua faktor ini dalam menghasilkan produk barang dan jasa.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel religiusitas terhadap keputusan pembelian remaja muslim kota Bukittinggi dalam membeli makanan kafe. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 4.047 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi ($p < 0,10$ dan koefisien regresi mempunyai nilai positif, maka dapat disimpulkan bahwa semakin *religius* remaja muslim kota bukittinggi maka keputusan pembelinnnya juga akan semakin islami, dan sebaliknya jika *religiusitas* remaja muslim tersebut kurang maka keputusan pembelinnnya juga akan kurang islami. Dan juga Terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel budaya terhadap keputusan pembelian remaja muslim kota Bukittinggi. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 6,285, dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi ($p < 0,10$ dan koefisien regresi mempunyai nilai positif, maka dapat disimpulkan bahwa jika budaya berkembang maka keputusan

pembelian remaja dalam membeli makanan kafe tersebut juga akan bertambah. Dan sebaliknya budaya tidak berkembang maka keputusan pembelian remaja muslim kota bukittinggi juga berkurang.

REFERENSI

- [1]. Doli H. Ritonga Haroni, (2010), Pola Konsumsi Perspektif Ekonomi Islam, *Jurnal Ekonomi*, Vol. 13. No. 3
- [2]. Jalaluddin, (2001), *Psikologi Agama*, Jakarta : PT Raja Grafindo
- [3]. Shah Alam Syed, (2011), "Is Religiosity An Important Determinant On Muslim Consumer Behaviour In Malaysia?", *Journal of Islamic Marketing*. Vol. 2 No. 1, pp. 83-96J
- [4]. Bawono Anton, (2014), "Kontribusi Religiusitas Dalam Rasionalitas Konsumsi Rumah Tangga Muslim", *Inferensi, Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*. Vol. 8, No. 2, Desember: 287-308
- [5]. Astogini Dwiwiyati, (2011). Wahyudin dan Siti Zulaikha Wulandari, "Aspek Religiusitas Dalam Keputusan Pembelian Produk Halal", *Fakultas Ekonomi Universitas Jendral Soedirman*, Vol. 13, No. 1
- [6]. Ghani Abdul dan Tri Bodroastuti, (2007) "Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Prilaku Konsumen (Studi Pada Pembelian Rumah Di Perumahan Griya Utama Banjardowo Semarang)", *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi : Semarang*, Vol. 2. No. 1
- [7]. Shoshana Giantara Mariani Dan Jesslyn Santoso, (2011), "Pengaruh Budaya, Sub Budaya, Kelas Sosial, Dan Persepsi Kualitas Terhadap Prilaku Keputusan Pembelian Kue Tradisional Oleh Mahasiswa Di Surabaya", *Jurnal : Manajemen Perhotelan*, Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia. Vol. 13. No 2
- [8]. Badan Pusat Statistik Kota Bukittinggi 2016
- [9]. Alfitri, (2007), "Budaya Konsumerisme Masyarakat Perkotaan", *Jurnal Majalah Empirika*, Volume XI, No: 01
- [10]. Huda Nurul, (2006), "Prilaku Konsumsi Islami", *Jurnal : Diskusi Bulanan Fak. Ekonomi Univ. Yarsi*
- [11]. Badan Pusat Statistik Kota Bukittinggi 2016
- [12]. Alfitri, "Budaya Konsumerisme Masyarakat Perkotaan", *Jurnal : Majalah Empirika*, Vol, XI, No: 01, 2007

Ammil ZakaT Institution Development Strategy in Reducing Student Drop Out Rate. Case Study LAZIS STIE Haji Agus Salim

Rusydi Fauzan
Department of Management
STIE Haji Agus Salim
Bukittinggi, Indonesia
rusydifauzan@gmail.com

Dian Rahmawaty
Department of Management
STIE Haji Agus Salim
Bukittinggi, Indonesia
dianrahmawaty88@gmail.com

Rini Yulia
Department of Accounting
STIE Haji Agus Salim
Bukittinggi, Indonesia
riniyulia580@gmail.com

Abstract— STIE Haji Agus Salim is one of the private university which is experiencing problems increasing student dropout rates. The reason behind the high dropout rate for students is because they cannot afford to pay tuition fee. Zakat, infaq and sadakah are important instruments at STIE Haji Agus Salim to reduce student dropout rates. Various innovations have been made by LAZIS STIE Haji Agus Salim to optimize the collection and distribution of zakat, infaq and sadaqah such as LAZIS piggy bank product launches, LAZIS infaq boxes, and LAZIS cash deposits. This study aims to determine priority strategies that can be implemented by LAZIS STIE Haji Agus Salim to optimize the collection and distribution of zakat, infaq and sadaqah, so that the number of students who drop out can decrease. This study uses IFE Matrix, EFE Matrix, SWOT Matrix and QSP Matrix analysis with 111 respondents who are STIE Haji Agus Salim's academic community who play the roles as Amil Zakat, Muzakki, and Mustaqih. This study found that the strategy for optimizing zakat is to provide a special program for Muzakki. Where LAZIS STIE Haji Agus Salim needs to increase the trust and satisfaction of muzakki, so that zakat can be collected and distributed regularly and the amount increases from time to time.

Keywords—zakat, infaq, sadaqah, student drop out rate (key words)

I. INTRODUCTION (HEADING 1)

Zakat, infaq, and sadaqah is one of the practices in Islam that has a very large role in the welfare of the people and reducing poverty. Muzakki (giver of zakat), Mustahiq (recipient of zakat) and Amil (zakat collector) play an important role so that the flow of zakat, infaq and sadaqah funds runs smoothly. Al Quran has explained in many letters about the function of zakat, infaq and sadaqah in distributing wealth so that wealth distribution occurs evenly among the people.

There have been many studies conducted on zakat, Hashem and El Sha'er (2015) which state that the zakat program has proven to be effective in reducing poverty levels. In addition, Canggih et al. (2017) states that there are still a lot of zakat funds that can be collected but have not been maximized properly. Chaniago (2017) also states that the role of the government and all institutions is very important in collecting zakat, but it works well.

It is expected that the implementation of various studies can increase the amount of zakat that can be collected and distributed back to those in need.

II. LITERATURE REVIEW

Zakat is the third pillar of faith in Islam. This worship not only provides a great reward for those who practice it but also has a great social and economic impact on society. Zakat is an important pillar that plays a large role in community welfare, poverty reduction and economic improvement of a society. One of the main functions of zakat is to improve the quality of the recipients of zakat or Mustahiq.

III. METHODOLOGY

This study use a descriptive analysis, studying the internal and external factors of the idea use zakat, infaq, and sadaqah to reduce student drop out rate. This study use IFE Matrix, EFE Matrix, SWOT Matrix, and QSP Matrix.

IV. RESULT AND DISCUSSION

a. IFE & EFE Matrix

TABLE 1. TABLE IFE MATRIX

IFE Matrix				
No	Strength	Weight	Score	Total Score
S1	Excellent products and services	0,06618	2,84685	0,18839
S2	Provide zakat consultation	0,06687	2,83784	0,18975
S3	Various payment method	0,05974	2,77477	0,16577
S4	Operational effectiveness and efficiency	0,06985	3,15315	0,22026
S5	Active role by Advisory Board and Supervisory Committee	0,06353	3,08108	0,19575
Total Strength		0,32617	-	0,95993
No	Weaknes	Weight	Score	Total Score
W1	Lack of Amil zakat member	0,05515	2,75676	0,15203
W2	Lack of Amil zakat knowledge	0,05584	3,07207	0,17153



W3	Lack of Amil certification by BAZNAS	0,05285	2,54955	0,13474
W4	Low Salary and Incentives receive by Amil zakat	0,04665	2,57658	0,12018
W5	Poor IT Knowledge of Amil zakat	0,05342	3,03604	0,16220
W6	Incomplete Muzakki database	0,06032	2,96396	0,17878
W7	Incomplete Program to maintain Muzakki	0,05917	3,00000	0,17750
W8	Limited Operational funds	0,05296	2,81982	0,14935
W9	Lack of Promotion	0,05756	3,00901	0,17320
W10	Without android application	0,05607	2,43243	0,13638
W11	Incomplete long term and shor term plan	0,05997	3,00901	0,18046
W12	Most aid are still consumptive aid not productive aid	0,06388	2,79279	0,17840
Total Weaknes		0,67383	-	1,91475
Total IFE		1,00000	-	2,87468

In table 1 above, it is seen that the most influential internal factor is S4, namely operational effectiveness and efficiency followed by S5, namely the existence of the Advisory Board and the Supervisory Committee and S2, namely the existence of zakat consulting services. The Total Score for Strength is 0.95993, the Total Weakness Score is 1.91475, and the IFE Box Score is 2.87468.

TABLE II. TABLE EFE MATRIX

EFE Matrix				
No	Opportunity	Weight	Score	Total Score
O1	Great support from community	0,13560	2,88288	0,39093
O2	Big amount of Muzakki candidates	0,12946	3,00901	0,38956
O3	Collaboration with another institution	0,12388	2,80180	0,34710
Total Opportunity		0,38895	-	1,12758
No	Threats	Weight	Score	Total Score
T1	Low public knowledge about Zakat	0,11384	2,56757	0,29229
T2	Community distribute their zakat by themselves	0,12109	2,92793	0,35455
T3	Unknown Muzakki trust and satisfaction	0,13281	3,09009	0,41040
T4	Lack of knowledge in managing zakat by Mustahiq	0,12277	2,90090	0,35614
T5	Muzakki provide irregular zakat assistance	0,12054	2,93694	0,35401
Total Threats		0,61105	-	1,76739
Total EFE		1,00000	-	2,89497

In table 2 above, it can be seen that the most influential external factor is T3, which is the level of Muzakki's trust and satisfaction, followed by O1, which has great support by the community, and O2, which is the number of Muzakki candidates. The Total Score for Opportunity is 1.12758, the Total Threats Score is 1.76739, and the EFE Box Score is 2.89497.

b. SWOT Matrix

TABLE III. TABLE SWOT MATRIX

Internal/External	Opportunity (O) 1.Great support from community 2.Big amount of Muzakki candidates 3.Collaboration with another institution	Threats (T) 1.Low public knowledge about Zakat 2.Community distribute their zakat by themselves 3.Unknown Muzakki trust and satisfaction 4.Lack of knowledge in managing zakat by Mustahiq 5.Muzakki provide irregular zakat assistance	
	Strength (S) 1.Excellent products and services 2.Provide zakat consultation 3.Various payment method 4.Operational effectiveness and efficiency 5.Active role by Advisory Board and Supervisory Committe	SO Strategy SO1.Promote products and services by collaborating with other institutions to get greater public attention (Market Penetration Strategy, S1, O1, O3) SO 2.Improve the quality of zakat consulting services to get bigger prospective customers (Product Development Strategy, S2, O2,)	ST Strategy ST1.Giving seminars, training and workshops to increase public knowledge about zakat while providing information about LAZIS products and services (Product Development Strategy, S1, O1) ST2.Create a zakat fund management program for mustahiq so that mustahiq can maximize the use of zakat funds (Product Development Strategy, S1,T4)
	Weakness (W) 1.Lack of Amil zakat member 2.Lack of Amil zakat knowledge 3.Lack of Amil certification by BAZNAS 4.Low Salary and Incentives receive by Amil zakat 5.PoorIT Knowledge of Amil zakat 6.Incomplete Muzakki database 7.Incomplete Program to maintain Muzakki 8.Limited Operational funds.	WO Strategy WO1.Increase the number of amil zakat members and the number of volunteers to increase the amount of zakat funds that can be collected (Product Development, W1, W6, O2) WO2.Provide training to amil so competence in amil performance increases (Product Development, W2, W3,W5,O3)	WT Strategy WT1.Create a special program to muzakki so that muzakki satisfaction and trust increases and muzakki always distributes zakat through LAZIS (Product Development Strategy, W6,W7,T2,T3,T5)

9.Lack of Promotion 10.Without android application 11.Incomplete long term and shor term plan 12.Most aid are still consumptive aid not productive aid		
---	--	--

In table 3 above, there are seven strategy variants consisting of SO1, SO2, WO1, WO2, ST1, ST2, and WT1 strategies.

c. *QSP Matrix*

TABLE IV. TABLE SUMMARY QSP MATRIX

Strate gy	Description	Total Attracti ve Score	Rank
SO1	Promote products and services by collaborating with other institutions to get greater public attention	1,76277	4
SO2	Improve the quality of zakat consulting services to get bigger prospective customers	1,79274	3
WO1	Increase the number of amil zakat members and the number of volunteers to increase the amount of zakat funds that can be collected	1,70124	5
WO2	Provide training to amil so competence in amil performance increases	1,67521	6
ST1	Giving seminars, training and workshops to increase public knowledge about zakat while providing information about LAZIS products and services	1,91454	2
ST2	Create a zakat fund management program for mustahiq so that mustahiq can maximize the use of zakat funds	0,97150	7
WT1	Create a special program to muzakki so that muzakki satisfaction and trust increases and muzakki always distributes zakat through LAZIS	2,13390	1

In table 4 above it can be concluded that the first strategy must be implemented by LAZIS STIE Haji Agus

Salim is WT1 by creating a special program to increase the trust and satisfaction of Muzakki, so that Muzakki always channels their ZIS assistance through LAZIS STIE Haji Agus Salim. The second strategy is continued by giving a seminar to increase public knowledge of the LAZIS STIE Haji Agus Salim products. And the third is to improve the quality of consultations that makes Muzakki and the community better understand LAZIS products.

d. *Conclusion*

In choosing a strategy, each organization must choose an alternative strategy that has the most impact on the organization. There are so many strategies and not all strategies can be implemented at the same time because of the limited resources possessed by an organization. Therefore, every organization must be able to understand the strengths and weaknesses of each strategy and their impact on organizational performance.

REFERENCES

- [1]. EA. Hashem, and S. El Sha'er, "Can Zakah help to enhance financial inclusion? Case study Egypt", International Journal of Education and Research. Vol. 3(3), 2015
- [2]. C. Canggih, K. Fikriyah, & A. Yasin, "Inklusi Pembayaran Zakah di Indonesia (Inclusion of Zakah payments in Indonesia)", Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. Vol. 3(1): 1-11, 2017
- [3]. SA. Chaniago, "Pemberdayaan Zakat Dalam Mengentaskan Kemiskinan", Jurnal Hukum Islam. Vol. 13, No.1, Juni 2015, pp. 47 - 56., 2018
- [4]. K. Andiani, D. Hafidhuddin, IS. Beik, & KM. Ali, "Strategy of BAZNAS and Laku Pandai For Collecting and Distributing Zakah in Indonesia", Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah (Journal of Islamic Economics) Volume 10 (2), July 2018
- [5]. IR. Santoso, "Strategy for Optimizing Zakat Digitalization in Alleviation Poverty in the Era of Industrial Revolution 4.0", Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Volume 4, No. 1, pp 35-52, 2019
- [6]. N. Akbar, & S. Kayadibi, "Opportunity and Challenges to Integrate Zakat Into Indonesian Fiscal System in The Light of Siyasa Shar'iyah", Global Review of Islamic Economics and Business, Vol. 1, No.1 (2013) 057-069
- [7]. RH. Lubis, & FN. Latifah, "Analysis of Zakat, Infaq, Shadaqoh and Wakaf Development Strategies in Indonesia", Islamic Banking and Finance Journal. 3:1., 2019

Effect Of Income And Work Environment Performance On The Performance Of Nagari Devices In Tanjung Raya Sub-District, Agam District

Dian Rahmawaty, SE., MM
Lecturer Management
STIE Haji Agus Salim Bukittinggi, Sumatera Barat, Indonesia
dianrahmawaty88@gmail.com

Abstract— Nagari is the main dominant social unity institution. As a unit of an autonomous community institution, Nagari is a mini republic with clear members. Nagari has a government of its own, has its own customs and the way of life of its membership is recognized. The purpose of this research is First, to find out and analyze the Effect of Income Allowances on the Performance of Nagari Devices in Tanjung Raya District, Agam Regency. Second, to find out and analyze the Effect of Income and Work Environment Allowances on the Performance of Nagari Equipment in Tanjung Raya District, Agam Regency. The population in this study were all non-civil servant employees at the Wali Nagari Office in Tanjung Raya Sub-District, Agam Regency as many as 44 people. All populations will be sampled (total sampling). The analytical method used is quantitative analysis and qualitative analysis using multiple linear regression analysis with data processing using SPSS ver.16.0 for windows. Then do the analysis with existing data using validity, reliability, classic assumption test, multiple regression analysis and hypothesis testing using the *f* test and *t* test so that there is an equation $Y = 24.863 + 0.254 X_1 + 0.548 X_2$. The results showed that there was a positive and significant effect between income allowance and work environment on the performance of Nagari instruments in Tanjung Raya District, Agam Regency.

Keywords— Income allowances; work environment; Nagari device performance Introduction

PRELIMINARY

Nagari is a customary law community unit in the area of West Sumatra Province which consists of a group of several tribes that have certain boundaries, has their own assets, has the right to regulate and manage their own households in electing their government leaders, (Regional Regulation of Agam No. 31 Year) 2001). Nagari is also a family unit that is larger than a tribe, the nagari usually consists of more or less 4 tribes, namely a large family of blood from several lungs according to maternal lineage, (Soeroto, 2005). In this case Nagari is the main dominant social unity institution. As a unit of

an autonomous community institution, Nagari is a mini republic with clear members. Nagari has a government of its own, has its own customs and the way of life of its membership is recognized.

Employee's work ability will easily reach the level of achievement expected if supported by high appreciation (Thoah, 2000). Ability is a condition that shows an element of maturity that is also related to knowledge (Mangkunegara, 2000). Work performance is the quality and quantity of work achieved by an employee in carrying out their duties in accordance with the responsibilities given to him (Sugiono, 2011). The welfare benefits provided by one organization are to increase the morale of its employees so that they feel safe, comfortable and calm in their work which will increase their productivity (Sigit, 2003). Hasibuan (2001) states that employee welfare benefits are remuneration for complementary services (Material and Non Material) provided based on wisdom, the aim is to maintain and improve the physical and mental condition of employees so that their work productivity increases.

The work environment has an influence on the performance of company employees in an effort to complete the tasks assigned to it which ultimately affect the productivity of employee performance, a good environment will improve work, and vice versa if the work environment is less calm, it will be able to increase the level of mistakes they do (Nitisemito, 1992). The work environment is everything that is around the employee at work, both physical and non-physical, directly or indirectly, which can affect him and his work at work (Nitisemito, 2005)

Nagari is led by a Wali Nagari who is democratically elected by the nagari children (nagari residents) with direct care for a term of 6 years and can then be re-elected for one more term. In running his government, Wali Nagari is assisted by the Secretary of Nagari (Seknag), Wali Jorong and several Nagari Devices whose jurisdiction depends on the needs of the nagari government.

The Nagari apparatus is an element of staff and an element of field technical implementation that assists the Wali Nagari in carrying out his duties and authorities. Nagari devices work according to their respective functions and positions that are governed by their main duties and functions. Same is the case with employees in private companies, in addition to the reason for community service, the village will certainly work harder if the results achieved are rewarded, rewarded or rewarded. In general, one form of reward given is a fixed income allowance each month taken from the balanced funds of the central and regional governments in the form of the Nagari General Allocation Fund (DAUN) or also we are familiar with the Nagari Fund Allocation (ADN) and additional from Nagari Original Revenues (ADN) PAN). Fair and proper benefits are a driving force and will stimulate the creation of maintenance of employees (Nagari Devices) who work in an organization, because with it they feel they get attention and recognition of the work performance they have achieved. So that morale and loyalty will be better and ultimately affect the performance improvement.

After initial observation by the researcher, here the researchers found several problems in the Nagari Toolkit in Tanjung Raya Sub-District, Agam District, including:

1. With a small allowance, the title as the spearhead of future government feels so heavy.
2. Lack of a sense of responsibility towards the work entrusted to each employee. (for example: in serving the community is less responsive, many stalling jobs).
3. During business hours, there are still many employees who leave the office without any clear reason. (For example: shopping for home needs both to the shop and to the market, out without a clear reason).
4. A decrease in performance can be seen from employee discipline that is considered still lacking in the implementation of employee work. (For example: often arriving late and returning quickly).
5. The level of attendance of employees who are still not on time (for example: office hours should come at 08.00 instead of entering at 09.00).

From some of the problems above that are found in the field, that's why the author wants to conduct research with the title "The Effect of Income and Work Environment Allowances on the Performance of Nagari Devices in Tanjung Raya District, Agam Regency.

Based on the background stated above, the problem can be formulated, namely: First, the Effect of Income and Work Environment Benefits on the Performance of Nagari Equipment in Tanjung Raya District, Agam Regency? Second, the effect of the work environment on the performance of the Nagari apparatus in Tanjung Raya sub-district, Agam regency?

The benefits of this research are: 1) For writers, can increase knowledge as a provision in applying the knowledge that has been obtained on the bench in the real world of work as well as additional knowledge for writers, especially to support expertise in work. 2) For local governments and nagari instruments, they can be used as material for consideration in making policies and

know the constraints that affect the performance of the nagari apparatus in serving the community, while for the nagari apparatus can be one vehicle for achieving messages to local governments.

Performance is an organizational behavior that is directly related to the production of goods or the delivery of services. Information about organizational performance is a very important thing used to evaluate whether the performance process carried out by the organization has been in line with the expected goals or not. However, in reality many organizations that actually lack or even rarely have information about performance in their organizations. According to (Mangku State: 2004) the term performance comes from the word job performance or actual performance (work performance or actual achievement achieved by someone). So it can be defined that performance is the work of quality and quantity achieved by an employee in carrying out their duties in accordance with the responsibilities given to him.

Performance as a result achieved from the work functions / activities of a person or group in an organization that is influenced by various factors to achieve organizational goals that are influenced by various factors to achieve organizational goals within a certain time period Tika (2006). Meanwhile, according to Rivai (2005) performance is the willingness of a person or group of people to do something they want and perfect it in accordance with responsibilities with the results as expected.

To measure performance, several measures can be used which include; work quantity, work quality, knowledge of work, ability to express opinions, decision making, work planning and work area organization. Performance measures that are more simplified there are three criteria for measuring performance, first: the quantity of work, which is the amount that must be done. Second, the quality of work, namely the quality produced and third, the timeliness, namely its suitability with the time that has been set.

Benefits are compensation given by the company to its employees, because the employee is considered to have participated in transportation, housing and so on (Sutrisno, 2009). Benefits are more associated with providing welfare and creating working conditions so that workers feel more comfortable and feel they are getting the attention of their superiors (Wibowo).

Income benefits are any additional payments from legal income or salaries that include family benefits, health benefits, rice benefits, etc. received by employees that are routinely or periodically given. Income allowance is one form of indirect compensation given to improve performance (Sahat Maruli Tua S. in Hasibuan, 2005).

Incentives are compensation given to certain employees, because of the success of their achievements (Sutrisno, 2009). Meanwhile, according to Kwotha and Leng (in Sutrisno, 2009) incentives are one type of award associated with work performance. The higher the work performance, the greater the incentives provided. Incentive programs can be in the form of individual

incentives, incentives for the whole company, and benefit programs that are designed to increase workers' work motivation.

According to Mardiana (2005) Work environment is an environment where employees do their daily work. A conducive work environment provides a sense of security and allows employees to work optimally. The work environment in which he works, the employee will feel at home in his workplace to carry out activities so that working time is used effectively and optimally the employee's work performance is also high. The work environment includes work relationships that are formed between fellow employees and work relationships between subordinates and superiors and the physical environment in which the employee works. According to Nitisemito (2001) the work environment is anything that exists around workers that can influence themselves in carrying out the tasks entrusted.

This research is classified in the type of descriptive research that uses a quantitative approach that is trying to describe, determine and interpret an allowance and work environment in the form of concepts. According to Nana Sudjana (1999) descriptive research is research that describes a phenomenon, event and events that occur at the present time. This type of research is a quantitative descriptive study, to the agreement or disagreement on the subject matter studied.

This research was conducted at the Wali Nagari Maninjau Office, Bayur, Duo Koto, Paninjau, Koto Gadang, Koto Kaciak, Koto Malintang, Tanjung Sani, and Batang River in Tanjung Raya Subdistrict, Agam Regency. The author conducted this research in December 2018. The population in the study these are all non-PNS employees at the Wali Nagari Office in Tanjung Raya Sub-District, Agam Regency, as many as 44 people. All populations will be sampled (total sampling).

Data analysis method

Test Instrument

1. Test Validity

Validity is a measure that shows the levels of validity or validity of an instrument (Arikunto, 2000). The method used in testing the level of validity is with internal variables, i.e. testing whether there is a match between the instrument parts as a whole. To measure it using item analysis. The tool used to test the validity of the questionnaire in this study is based on the product moment correlation coefficient formula (Sugiyono, 2007), namely:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x) - (\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Information :

r = Product moment correlation coefficient

x = free variable

y = Dependent variable

n = Number of respondents

(Sugiyono, 2007) states that the minimum requirement to be considered to meet the validity requirements is $r_{calculate} > 0.3$. So if r_{count} is

obtained greater than 0.3 then the statement item in the research instrument is declared valid.

2. Reliability Test

The reliability test is intended to determine the extent to which the measurement results remain consistent, if measurements are made twice or more of the same symptoms using the same measuring device. The reliability test was carried out using the internal consistency method. The reliability of the research instrument in this study was tested using the alpha formula or Cronbach's alpha coefficient, an instrument that has reliability.

Classic assumption test

a. Normality test

Normality test aims to test whether in the regression model, confounding or residual variables have a normal distribution (Imam, 2012). To detect whether residuals are normally distributed or not can be done using non-parametric tests (Kolmogorov-smirnov test (KS)).

b. Multicollinearity Test

Multicollinearity test aims to test whether the regression model found a correlation between independent variables (independent). A good regression model should not occur correlation between independent variables. The method is used to detect the presence of multicollinearity, in this study can use the tolerance value and the opposite variance inflation factor (VIF) (Imam, 2012).

c. Autocorrelation Test

Autocorrelation test is testing assumptions in regression where the dependent variable does not correlate with itself. The purpose of correlation with oneself is that the value of the dependent variable is not related to the value of the variable itself, either the value of the previous variable or the value of the period afterwards (Santoso and Ashari, 2011).

Serial correlation (autocorrelation) between disturbance terms (e) estimation results of a regression model can be tested using the Durbin Watson Statistics. According to Santoso (2011), the auto correlation testing procedure by seeing the Durbin Watson value is done by looking at the D-W table on the results of the analysis. In this autocorrelation / serial correlation test the writer uses SPSS version 19.00.

In general, autocorrelation decision making can be taken as a benchmark that:

- 1) D-W values below -2 mean there is a positive autocorrelation
- 2) D-W value between -2 to +2 means there is no autocorrelation
- 3) D-W value diats +2 means there is a negative autocorrelation

d. Heteroscedasticity Test

Imam (2002) proposed a heteroscedasticity test aimed at testing whether a regression model of variance inequality occurred from one residency observation to another fixed, then it is called homoscedasticity and if different is called heteroscedasticity.

Multiple Linear Regression Analysis

Multiple Linear Regression Analysis

Regression analysis is an analytical tool that falls into the parametric statistical category so as a parametric statistical tool the regression analysis uses the Ordinary Least Square (OLS) estimation method and requires assumptions that need to be fulfilled before an analysis is known as the classic assumption test (test for normality distribution, heteroscedasticity test, multicollinearity test and autocorrelation test). In this study the equation of the linear regression model can be stated as follows (Bilson, 2013).

$$Y_i = \alpha + \beta_1 X_{i1} + \beta_2 X_{i2} + \dots + \beta_k X_{ik} + e_i$$

Meanwhile, to analyze the effect of the allowance and work environment variables on the performance of the nagari equipment in Tanjung Raya District (Case Study: Nagari Sungai Batang, Nagari Maninjau and Nagari Bayua), which can be systematically formulated as follows: (Supranto, 2000).

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Where :

Y = Device Performance

X₁ = Influence of Allowances

X₂ = Work Environment

α = Constant

β₁, β₂ = Coefficient of the regression line

e = Error / confounding variable

In this linear regression test, the writer uses SPSS version 16.00

b) Determination coefficient

The coefficient of determination is used to find out how big is the relationship of several variables in a clearer sense, the coefficient of determination will explain how much change or variation in a variable can be explained by changes or variations in other variables (Sentosa and Ashari, 2010).

Partial Test (T Test)

To test hypotheses 1 and 2 the t test was used, which is to find out whether the independent variable individually had a significant effect on the dependent variable, by comparing the t-count and t-table variables. Simultaneous Test (F Test)

Used to determine the effect of two independent variables (Effect of allowances and work environment) together on the dependent variable (Device Performance).

RESEARCH RESULT

Multiple linear regression analysis is used to see the effect of independent variables on the dependent variable and at the same time in order to prove the hypothesis proposed in the study. The multiple linear regression equation is useful to see the effect of each independent variable on the dependent variable using the Ordinary Least Square (OLS) approach. To test this effect, multiple linear regression analysis is used. The results of multiple linear regression analysis can be explained in the following Table 1:

Table I Results of Multiple Regression Analysis

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	24.863	7.646		3.252	.002
Fringe benefits (X1)	.254	.102	.227	2.513	.038
Work environment (X2)	.548	.193	.424	2.832	.007

a. Dependent Variable: Performance (Y)

Source: Primary Data Processing Results, 2019

Then the regression coefficient values of each of the above variables can be substituted into the multiple linear regression equation as follows:

$$Y = 24,863 + 0,254 X_1 + 0,548 X_2$$

Information:

Y = Performance

X₁ = Benefits

X₂ = Work Environment

From the above equation can be explained below:

1) The constant value of 24.863 units shows that before being influenced by the allowance and work environment variables as an independent variable, the performance value of the Nagari apparatus in Tanjung Raya Subdistrict of Agam Regency was 24,863 units assuming other variables were zero.

2) The coefficient of allowance (X₁) gives a value of 0.254 units which means that there is a positive influence between the allowance and the performance of the Nagari apparatus in Tanjung Raya Subdistrict, Agam Regency, if the allowance increases or is better then the performance of the nagari device in Tanjung Raya Subdistrict Agam Regency will also increase by 0.254 or vice versa.

3) The coefficient of work environment (X₂) gives a value of 0.548 units, which means that if the work environment is improved by one unit, the performance of the Nagari apparatus in Tanjung Raya Subdistrict, Agam Regency will also increase by 0.548 units assuming other variables are fixed.

Hypothesis test

Hypothesis Testing (t test)

T test is used to determine whether the independent variables partially affect or not on the dependent variable. Based on the calculations in Table 4.16 above, the hypothesis test results can be described as follows:

The first hypothesis in this study is "There is a positive and significant effect between allowances (X₁) on the performance of the Nagari apparatus in Tanjung Raya District, Agam Regency. The results of data

processing by t test is known that the value of the t test results of the allowance variable (X1) with a significance value of 0.038. If the significance value is compared with the significant level used in this study ($\alpha = 0.05$), it is proven that the significance value is smaller than the significant level used ($0.038 < 0.05$). This means that the allowance has a positive and significant impact on the performance of Nagari apparatus in Tanjung Raya District, Agam Regency. Thus the first hypothesis proposed in this study was accepted at the 95% confidence level.

The second hypothesis in this study is "There is a positive and significant influence between the work environment (X2) on the performance of the nagari in Tanjung Raya District, Agam Regency. The results of data processing by t test revealed that the significant value of the t test results of the work environment variable (X2) was 0.007. If the significance value is compared with the significant level used in this study ($\alpha = 0.05$) then it is proven that the significance value is smaller than the significant level used ($0.007 < 0.05$) so that the hypothesis proposed in this study can be accepted with the level 95% confidence.

F Test (Testing Hypotheses Together)

To test the effect of the independent variables jointly tested using the F test. The results of the regression calculations are jointly shown in table II:

TABLE II: Simultaneous F Test Results

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. Regression	91.341	2	45.670	4.230	.021 ^a
Residual	442.659	41	10.797		
Total	534.000	43			

a. Predictors: (Constant), Work Environment (X2), Benefits (X1)

b. Dependent Variable: Performance (Y)

Source: Primary Data Processing Results, 2019

From the F test results obtained a significance value of 0,000 and F calculated 4.230. This means that the regression model can be used to predict the dependent variable ie allowances and work environment to have a positive and significant influence on the performance of the Nagari apparatus in Tanjung Raya District, Agam Regency, because the significance value is < 0.05 , so that hypothesis testing together can be accepted.

From the Determinant Coefficient test results obtained an R (R square) value of 0.671, which means that the contribution of the allowance and work environment variables to the performance of the Nagari apparatus in Tanjung Raya Subdistrict, Agam Regency is 67.1% while the remaining 32.9% is influenced by

variables others that are not included in this research by the author.

Based on the test results statistically it can be clearly seen that partially (individually) the allowance and work environment variables have a positive and significant influence on the dependent variable, namely the performance of Nagari apparatus in Tanjung Raya Subdistrict, Agam Regency, meaning that if the allowance is raised, the performance of Nagari apparatus Tanjung Raya Subdistrict, Agam Regency, because with allowances that are in accordance with the work performed can motivate someone to work better in the future the more benefits obtained the better they are produced.

Work environment variables partially have a positive and significant effect on the performance of Nagari apparatus in Tanjung Raya District, Agam Regency, the better the existing work environment, the more work results obtained because a comfortable working environment or work environment will be able to produce performance the better future if the work atmosphere or work environment is not good then the work results or performance will also get worse or not optimal.

Judging hypothesis testing together, the results can be obtained that the variable allowance and work environment together have a positive and significant effect on the performance of the Nagari apparatus in Tanjung Raya Subdistrict, Agam Regency, because it has a significantly smaller value than the alpha level established so that the hypothesis put forward jointly can be accepted.

Judging from the results of the total achievements of respondents showed that the author's variables such as the average allowance of respondents' answers have quite good criteria, meaning that the existing benefits of Tanjung Raya Subdistrict Agam Regency need to be improved again to a better level because of the respondents' answers the benefits obtained are not appropriate with the results of the work they gave to the Subdistrict of Tanjung Raya Agam, so that this item was included in the quite good category according to the average respondent's answers.

Then the second is the work environment also has a pretty good keriteria according to respondents' answers to the fifteen items in question, this is because the existing environment is not optimal for the nagari devices so that the Nagari apparatus in Tanjung Raya Subdistrict Agam Regency has not been maximally employed because the environment which is not good, it is expected that the leadership of Nagari Devices in Tanjung Raya Subdistrict of Agam Regency to pay more attention to the existing work environment so that it can provide better work results in the future.

CONCLUSION

From the analysis and discussion described in the previous chapter, the writer draws a conclusion: there is a positive and significant effect between income allowance and work environment on the performance of

the Nagari Toolkit in Tanjung Raya District, Agam Regency.

From the optimal TCR results that is equal to 90 found in the variable allowances have a positive and significant effect on the performance of the Nagari Toolkit in Tanjung Raya District, Agam Regency.

1. The variable income allowance for the nagari apparatus in Tanjung Raya Sub-district, Agam Regency is the lowest with TCR 65.8 with the Indicator "Allowances received will motivate the Nagari apparatus to work". So it is hoped that the government will always provide motivation both material and non-material to the Nagari Toolkit.

2. The work environment variable for the nagari apparatus in Tanjung Raya Subdistrict, Agam Regency is the lowest with TCR 63 with the indicator "Suggestions and criticisms from my supervisor if I make mistakes make me comfortable at work". And it is hoped that the work environment will be further improved both in facilities and infrastructure so that the Devices are more comfortable and free to work without any interference from the environment in which the Devices work.

3. The employee performance variable for the nagari apparatus in Tanjung Raya Subdistrict, Agam Regency is the lowest with TCR 67.2 with the indicator "The work of Mr / Mrs sometimes exceeds the targets given by the leadership / government". With the good performance of the Nagari Toolkit, the government should improve the welfare of the Nagari Toolkit.

REFERENCES

- Antony, Robert.N & Govendarajan, 2003. Banking Management
- F, Ferdinan, 2006. Introduction to the social psychology of book publishing libraries. Yogyakarta
- Ghozali, 2009. Basics of research methodology. Yogyakarta
- Hasibuan, Malayu, 2001. Job Performance.
- Handoko, Hani, 2008. Human Resources Management. Jakarta
- <https://aguspurwowicaksono.wordpress.com/2013/09/20/program-performance-people-some-view/>
- Ishak and Tanjung, 2003. Motivation Management. Jakarta
- Mangkunegara, Anwar Prabu, 2000. Employee Professionalism. Jakarta
- Mardiana, 2005. Production Management. Publisher of the IPWI agency. Jakarta
- Newstrom, Jon W. Organizational Behavior (Jakarta: Erlangga, 1985)
- Nitisemito, Alex. Personnel Management. (Jakarta: Erlangga Publisher, 1992)
- Regional Regulation of Sumatra Baran Province Number 2 Year 2007 concerning the Principles of Nagari Government
- Provincial Regulation of Sumatra Baran Number 9 of 2000 concerning Basic Provisions of Nagari Government
- Agam Regency Regulation No. 31 of 2001 concerning the Nagari administration
- Priyatno, Dwi, 2010. Easy and fast technique of analyzing research data with spps. Yokyakarta
- Robbins, 2002. Organizational Behavior. Jakarta
- Sarwono, 2005. Business management. Jakarta
- Sedarmayanti, 2007. Human resources and work productivity. Bandung
- Sigit, Soehardi. 2003. Organizational Behavior. Yokyakarta: Publishing Section of the Faculty of Economics, University of Sarjanawiyata Taman Siswa.
- Sinungun, Muchdarsah, What productivity and how (Jakarta: Bumi Aksara, 2003)
- Sondang, Siagian. Human Resource Management. (Jakarta: Earth Literacy, 2002)
- Sudjana, Nana. Language research methodology (Bandung: Sinar Baru Agesindo, 1994)
- Sugiono, 2011. Quantitative, Qualitative, and R&D Research Methods. Bandung: Alfabeta
- Sutrisno, Edy.2009. Human Resource Management. Jakarta: Kencana.
- Thoha, Miftah, 2000. Organizational Behavior of Basic concepts and Their Applications. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- W.Gulo 2002. Research Methodology. Jakarta: Grasindo.
- Wibowo, 2011. Performance Management. Jakarta: Raja Grafindo Persada

NEW BUSINESS STRATEGY TO GET MORE SMEs AS CUSTOMERS: CASE OF PT. XL AXIATA TBK

¹Muhammad Ihsan
Management
STIE H Agus Salim
Bukittinggi, Indonesia
muhammad.ihsan.h@gmail.com

Abstract—This research will analyze a business case of PT. XL Axiata Tbk. (XL), a mobile telecommunication operator, with specific focus on penetration market of the SMEs to get more new subscribers. Therefore, the objective of writing the paper is to identify how XL could possibly increase new subscribers of SMEs through business strategy formulation and new business model generation for XL in order to achieve sustainable competitive advantage.

In order to achieve the research objectives, the data has been collected from literature study and conducted interview session with 37 SMEs. With that data, conduct further analysis using environment analysis, strategy formulation, business model and implementations plans.

Based on analysis of data that has been collected, some key points that capture that the actor of SME is in millennial age which more adaptable possibility with new technology and product that offered. Digitalization should be an alternative to offer to them, such platform with integrated system to the digital media, third party system (delivery, packaging), cloud system that can be used to record any transaction, stock list. And the interested thing that the SME need capital loan which can be provided by XL.

Keywords— *business strategy, business formulation, small medium enterprise, focus strategy*

I. INTRODUCTION

The Indonesian telecommunication sector is first and foremost a mobile market, and the 278m mobile subscribers completely overshadow the 9m fixed lines and 12m fixed-wireless subscribers. So, any discussion of telecommunication in Indonesia inevitably has a primary focus on mobile.

At a headline level, the Indonesian mobile market is characterized by:

1. Prepaid (98% of subscribers are prepaid users)
2. A huge data market (115m data users in 2012)
3. Rising data revenues (already over 30% of the average users spend)
4. High volumes of messaging and mobile ads

In the beginning of 2000, telecommunication cost was expensive, especially in cellular. Not every people can use

hand phone as their cellular device. As seen below, in 2005 total mobile subscribers around 47 million.

Growth was rapid throughout the 2000s, with the subscriber base growing at an average of 37% per year from 2005. The market hit its saturation point in 2010 as penetration hit 100%, and as a result growth slowed down to 12% in 2011 and 2012.

While underlying growth is forecast to continue in mobile (130% penetration – 330m mobile subscribers – is the consensus forecast for 2015), the primary focus of the mobile operators is now to drive the growth of data subscribers and the associated data revenues.

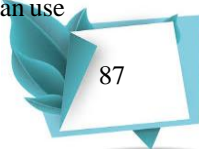
A. Company Profile

1) History

PT. XL Axiata, Tbk (XL) is one of the big company provider in Indonesia that has main business in mobile telecommunication network provider. XL was established on 6 October 1989 under the name of PT Grahametropolitan Lestari and originally was a trading and general services company. It was started commercially on 8th October 1996 and has become first private company which provide mobile telecommunication network service in Indonesia. On 16th November 2009, Extraordinary General Meeting of Shareholders decided changes of company name from PT. Excelcomindo Pratama Tbk to PT. XL Axiata Tbk.

2) Vision and Corporate Culture

XL have identified and recognized that Indonesia is undergoing a journey towards a digital lifestyle. To lead this development and building on XL's strength in execution, XL continued its on-going transformation initiatives. These initiatives focus on shifting to Data, enhancing service quality, intensifying programs to increase customer retention, and strengthening brand positioning. These are aimed to provide a complete, enjoyable and relaxed digital experience for XL customers. With the ever-changing consumer behavior towards a digital lifestyle where Data is part of daily lives, XL is well positioned to meet those needs.



Therefore, XL's vision is:

"To be a leader in providing easy-to-use mobile internet experience at a lower price to Indonesians, with the XL brand having strong appeal to the Emerging Middle-Class segment."

To achieve that Vision, XL put its corporate culture with XL's four core values are captured in "ITS XL" with stands for:

a. Uncompromising Integrity

Having high standards, having no tolerance for unethical behavior.

b. Team Synergy

Vigorously working together, ensuring all processes are done to achieve a common goal

c. Simplicity

Doing our best to provide a solution that easy-to-use and beyond customer's expectations

d. Exceptional Performance

Always be enthusiastic in providing the best performance

B. Company Challenge

XL's basic service (Voice and Short Message Service) already entered the phase of saturation. The number of retail subscriber has been decreased from 60,000,000 into around 45,000,000. In beginning of 2015, total subscriber for four big operators (Telkomsel, Indosat, Three, XL) was 312,000,000. Compare with total population of Indonesia which were 254,900,000, as reported by BPS, number of all subscriber in this industry already reach 125% of total population. Increasing number of subscriber could not be used as a company strategy, because price war to took more customer is not effective anymore. Implication of price war is only swap customer from one company to another company. And there is no loyal customer that was taken. Customers only find operator which gives them cheaper price.

Along 2015, total cellular subscriber was decreasing significantly from 59,643 thousand in 2014 become 42,100 in 2015. The condition also happens on corporate customer.

In another side, Small and Medium Enterprises (SMEs) have recognized the existence and contribution as the support of the country's economy. Growth of SME in Indonesia shown in below graph.

II. CONCEPTUAL FRAMEWORK

In recent years, the telecommunication industry has advanced from social occasion and giving essential fixed line telephony to an industry that offers mobile telecommunication services, and integrates IT and media into its associations and now the trend of telecommunication is known as "connected everything" era.

The challenge in telecommunication market now is the growing market in small medium segment. PT. XL Axiata has an opportunity to enter this market with basic telecommunication service. In undertaking a business, one needs to be aware about general environment and understand the impact it might have on the industry and markets.

There is the enormous arranged quality in the definition and classification of small firms across over institutions and countries; it depends on upon the domestic condition. Requesting endeavors into littler scale, little, or medium endeavors can be based on an affiliation's advantages, affiliation's trademark, the number of laborers and yearly arrangements. There is moreover assortment in portraying the upper and lower size cutoff purposes of a SME.

Innovative strategy for entering new market is needed to make the company sustain in this business. Business sustainability depends on the company ability to grow over the long term. Long lasting business should continuously innovate and create new values to customers.

The main purpose of this research is to develop and design the strategy to compete, survive, grow, and win the competition for the company, and to implement the proposed strategies that suitable with company's conditions. Wheelen & Hunger (2012) stated there are four basics stages in company's strategic planning; environmental scanning, strategy formulation, strategy implementation, and evaluation and control. In order to scan and monitor the environment, its requires tools of analysis that will allow the company to factor in the changes. By doing the internal and external environment analysis, it will help the company to identify the suitable strategies that can be used and implemented in the future in order to stay competitive in the market.

This research framework starts with the business opportunity that PT. XL Axiata has to enter small medium enterprise segment with the new concept using existing product such as voice, data, and other infrastructure as service.

Analogy as a journey of human life philosophy, building a strategy is about process to becoming. Building strategy consist of three steps; the first step is self-awareness; second step is strategy formulation, the purpose is to choose what level of strategy (Business level, corporate level, or international level) and how to enter the battle field. The last is strategy implementation, how to align the business model with the strategy.

The first step, self-awareness is the basic importance thing, which the foundation of company growth and success. Ireland, Hoskisson, and Hitt (2011), called this awareness as analyzing internal organization. Self-awareness is about understanding company resources, capabilities, and core competencies. Self-awareness is also about analyzing external organization. PESTLE analysis is one of the tool to understand the general environment. Porter's five force model also needed as a tool to analyze the industrial environment.

PESTLE analysis is used as a tool by companies to track the environment they are operating in or are planning to launch a new project or product or service. PESTLE is mnemonic which in its expand from denotes P for Political, E for Economic, S for Social, T for Technological, L for Legal and E for Environmental. It gives a bird's eye view of the whole environment from many different angles that one wants to check and keep a track while contemplating on a certain idea/plan.

The Porter's Five Forces model is used to analyze the attractiveness of a particular industry. The Porter's Five Forces tool is a simple but powerful tool for understanding where power lies in a business situation. This is useful, because it helps to understand both the strength of the current competitive position, and the strength of a position which are considering moving into. Five Forces Analysis assumes that there are five important forces that determine competitive power in a business situation.

III. ANALYSIS OF THE SITUATION OF THE COMPANY

a. PESTLE Analysis

i. Political

The Indonesian government has determined that SMEs in the market are defined by their annual sales as per the following levels: Small-annual sales of IDR. 300 million on up to a maximum of IDR. 2.5 billion, while medium businesses have annual sales of IDR. 2.5 billion up to a maximum of IDR. 50 billion.

ii. Economic

Indonesia is still a predominantly hardware-driven country, with more than 85 percent of IT spending occurring in the hardware category as storage, servers, client devices, printers, projectors and other similar items, which represents the highest bulk of purchasing from both enterprises and small and medium enterprises (SMEs). Media and communications, banking, finance and insurance (BFSI), and manufacturing represent the top sectors when it comes to IT spending, accounting for more than \$1 billion. The spending in these verticals is heavily driven by cost pressures, and the ultimate need is to expand their markets in the wake of hyper-competition. Now with all this said, it is clear that the majority of business IT spending comes from larger enterprises, with both the media and communications and BFSI verticals taking up more than \$5.5 billion in IT spending. This leaves a segregation of \$3.5 billion spread across the remaining verticals.

Based on IDC surveys, very few IT vendors hold true to the definitions listed above. The majority of IT vendors prefer to follow their own definition of the SME market, and this has led to major confusion among end-user SMEs

iii. Social

The use of social media in e-commerce is various. Its main function is as transmitter of information, e.g. the buyer "A" buy to sellers "X", then the buyer "A" tells the buyer "B". Furthermore, the buyer "B" will contact the seller "X". This increases the confidence of other buyers

to buy items in a vendor. According to OTX's social media and the purchase intention research report in 2008, 70% of consumers visit social media websites such as message boards, social networking sites and blogs to get information about a company, a brand or a product. Further, nearly half (49%) of these consumers made purchase decision based on the information they gathered from social media sites [9].

iv. Technological

The previous discussion based on results from large firms needs to be supplemented by a discussion of technology channels in smaller firms in order to fully appreciate the various sources of technology transfer in the Indonesian economy.

Fortunately, a survey of small and medium sized enterprises (SMEs) has been made by Berry and Levy (1994). They studied successful exporters in the garment, rattan furniture, and carved wooden furniture industries in Indonesia. The results for these SMEs are quite similar to those discussed previously for big textile companies; private external channels have been pivotal for acquiring technology. For instance, foreign buyers play a dominant role in establishing and sustaining linkages with export markets for the small and medium sized enterprises. Moreover, domestic producers and foreign buyers share a strong mutual interest in improving the quality of the product. Foreign buyers therefore supply designs and assist firms in finding the best ways to produce those items. In addition, employment of foreign expatriates is critical in acquiring new technical know-how: foreign experts from Hong Kong and Korea help facilitate the introduction of advanced technical know-how.

v. Legal

It is crucial for economic stakeholders - government, banking and financial community, industry associations and chambers of commerce and service providers SMEs - collaborate to encourage the growth and sustainability of SMEs. One contributing factor to the development of SMEs is corporate governance by improving the operation's accountability and transparency, therefore SMEs will be more bankable and investable.

b. Porter Five Forces Analysis

For analyze the industry environment, porter five forces could be used.

i. Threat of new entrant

For the vast majority of its history, the telecommunications industry has been overwhelmed by a modest bunch of extensive organizations. The cost of laying wires, setting up antennas, registering subscribers and getting government licenses makes it hard for new players to get into a business commanded by previous restraining infrastructures with profound pockets.

The cellular business is one of the few parts of the industry that has experienced sustained competition in the last two decades. The governments license the use of certain radio frequencies, named spectrum, to radio, TV, and cellular companies.

As in other network based industry with high barriers to entry, enormous cellular organizations innate focal points over littler ones. For instance, they can request better costs from technology owners and can bear to spend more cash on their systems, all of which enables them to draw in more clients and turn out to be much more beneficial.

ii. Bargaining power of suppliers

It might look like telecom equipment suppliers have considerable bargaining power over telecom operators. Indeed, without high-tech broadband switching equipment, fiber-optic cables, mobile handsets, and billing software, telecom operators would not be able to do the job of transmitting voice and data from place to place. However, there are actually a number of large equipment makers around. There are enough vendors, arguably, to dilute bargaining power. The limited pool of talented managers and engineers, especially those well versed in the latest technologies, places companies in a weak position in terms of hiring and salaries.

iii. Bargaining power of buyers

With increased choice of cellular products and services, the bargaining power of buyers is rising. Telephone and data services do not vary much, regardless of which companies are selling them. For the most part, basic services are treated as a commodity. This translates into customers seeking low prices from companies that offer reliable service. At the same time, buyer power can vary somewhat between market segments. While switching costs are relatively low for residential telecom customers, they can get higher for larger business customers, especially those that rely more on customized products and services.

iv. Threat of substitutes

Products and services from non-traditional telecom industries pose serious substitution threats. Cable TV and satellite operators now compete for buyers. The cable provider companies, with their own direct lines into homes, offer broadband internet services, and satellite links can substitute for high-speed business networking needs. Railways and energy utility companies are laying miles of high-capacity telecom network alongside their own track and pipeline assets. Just as worrying for telecom operators is the internet: it is becoming a viable vehicle for cut-rate voice calls. Delivered by ISPs - not telecom operators - "internet telephony" could take a big bite out of telecom companies' core voice revenues.

v. Competitive Rivalry

New technology is prompting a raft of substitute services. Nearly everybody already pays for phone services, so all competitors now must lure customers with lower prices and services that are more exciting. This tends to drive industry profitability down. In addition to low profits, the telecom industry suffers from high exit barriers, mainly due to its specialized equipment. Networks and billing systems cannot really be used for much else, and their swift obsolescence makes liquidation pretty difficult.

c. Value Chain Analysis

The value chain consists of two activities which are primary activities and support services. The primary activities directly add value. The activities such transform from raw materials through operation to sales and marketing and finally after sales services. The support services, in other way add value indirectly, such as procurement, information system, human resources, finance, accounting which support each of primary activities.

Based on internal company analysis, below figure of XL as cellular company value chain:



Figure 1 XL Value Chain

d. Resources

Currently XL operated 58,879 BTS which cover around Indonesia. XL successfully records another year of business growth, backed by well-planned network expansion and service transformation in line with customers' needs.

Operation and maintenance of the network station (BTS) is conducted by Managed Service Partner. Managed Service Partner will provide any field operation people and network operation people to maintain and monitor all network element.

There are also business solution sales team which conduct as account manager for corporate customer. Each streamline corporate category was handled by each account manager team. The account managers currently have skill to maintain for higher enterprise customer. Thus, need specific team to handle SME's customer as the revenue not as much as higher enterprise and the number of SME more than enterprise.

As telecommunication company, XL have permit and license of mobile network provider, mean it can build BTS or mobile network facilities at any area within Indonesia. This is very important resource so that XL may contribute to any SME place area. XL also have good reputation as one of mobile data service in Indonesia.

In general, XL has below product and service:

- Cellular mobile network
- Internet Service Provider
- Voice over internet protocol
- Content provider

- Money remitter service for Non-Bank
- E-Money issuance services
- Internet interconnection services
- Closed fixed network

Human capital team conduct wide of range function such as pay salary, compensation and benefit, insurance, talent management, retaining capability, career development and training.

In every year human capital hold an event called XL Life. In this event employee has been facilitated to have a coaching, one on one discussion, healthcare benefit socialization, apply on internal vacancies, have some seminar such as parental seminar, health seminar, technical skill development and soft skill development.

Business is about networking, all aspect in the business, from A to Z, from big value of activities such as new project achievement into small detail activities such as procurement, operation activities, etc., need networking. Any level of organization structure need networking outside the organization, from director to office boy. Networking capability of XL come from tacit knowledge of the people rather than systemic result, there is no development effort by company to broaden employee networking capability.

Promotion is part of marketing function. There is specific marketing position in XL's organizational structure, thus there are practically promotion effort.

Core competencies is resources and capabilities that serve as sources of competitive advantage for a firm over its competitors. Capabilities have four characteristics – valuable, rare, costly to imitate, and non-substitutable will become core competency. Moreover, when the key capabilities are interlock each other, then the core competency will be costlier to imitate.

The analysis uses frameworks provided by each strategy tools explained above. The analysis takes into consideration inputs to company from the interviews, as well as gathering some facts of the business and related industry where XL, and its services XL perform its business on, and put those inputs, facts, information into each of the strategy tools employ for this research. In addition to above key variables that are collected from literature review, annual reports, survey and research results presentation publicly available, primary data collection is performed by interviewing SME key persons as representative from SME segment market.

IV. RESULTS AND DISCUSSION

a. SME Background

There is the immense decent variety in the definition and characterization of small medium enterprise over organizations also, nations, it relies upon the residential condition. Characterizing undertakings into smaller scale, little, or medium undertakings can be founded on a

company's benefits, association's trademark, the quantity of workers and yearly deals. There is likewise variety in characterizing the upper and lower measure breaking points of a SME.

The definition of SMEs that be used in this research is enterprise with classified as individual/firms with total assets of up to US\$ 100,000, total annual sales of up to US\$ 15 million and employ up to 300 people. And the data collected from SMEs with that definition.

The interviews are conducted from 37 random sampling SMEs actor who are currently active in Small and Medium Business sector. Majority respondents (50%) have age between twenty-five (25) to thirty-four (34). This profile is needed by this research to formulate the strategy to be used and adoptable by match segment target. Based on result above, majority respondent in millennial ages which have more adoptable for new product.

Next depth information need is experience of business which SMEs actor has been cultivated. The author asks the interviewee with five option which are; up to 2 years, 3 years, 4 years, 5 years and more than 5 years. Based on experienced, majority respondents have more than 5 years in business. But also, the same condition that new SME comers in this survey has been captured.

To strength business strategy, the author also asks the interviewee regarding educational background. This background needed to know education background distribution of SMEs actor. The result show that more undergraduate people try to be an entrepreneur. This fact should part of observation to make some initiatives action to be taken in business strategy.

In running business, there are four types that possible in running business, particularly in related with product. They are business in produce own product, reseller the product, only drop shipper and authorized distributor. the author captured producing product business still have more number rather than reseller business. It's mean the businessman should have some employee to produce the product also. In production sector business, the business tool requirement will have some differentiation with another sector business, like material control, production control and another production specific requirement.

Based on author's experienced, the question was developed to gather which sector that business actor conducted the business. The option that offer to interviewee are fashion sector, electronic sector, book sector, home appliance sector and food sector. But also captured another business sector.

Traditional list of basic needs of human being is food, shelter and clothing. And based on survey, the clothing business sector still have significant number. And next number of business related with basic need also, is food.

Another terminology used frequently in small enterprise is small office home office (SOHO). This terminology has been used as much business running at home. That's why this research also conduct survey related place of SME actors run their business, whether in home, rent a shop house or have a small office. This is to

identify existing coverage area and as part of consideration to extend network coverage by XL.

The result show business at home still big contributor while rent a shop house still have great number. It's mean this two location should be input to network expansion planning or another product development.

Related with above question while much business running from house, the author asks the interviewee how they reach the customer while still have possibility to open the door of the house to attract customer but it has limitation. And after they has been asked whether using online media or not. The higher number of answer which around 65% is using online media. They could use social media, chatting application such Whatsapp, BBM and other online media application.

The result is aligning with vision of XL to be the most preferred data connectivity provider by 2020. This fact could be boost XL strategy that data connectivity is increase while growth of SME increasing.

XL have license ISP (Internet Service Provider). It is not easy and not cheap to gather the license. One of benefit is XL could provide cloud based service in internet such as software as a service (SaaS). With this service, XL could offer website to the customer. And as XL has own ecommerce named elevenia, it could be another opportunity to embrace the SME to register and sale their product or service through that.

The power of community in influencing people on a brand, product or service is enormous. Because of that, to see correlation community with SME actor, the author put question regarding interviewee activity in community, how actively they were in community.

Based on data shown above, the actor in community still not much actively in community from offline meet up until in online social media. This mean community marketing is not much effectively to be used.

Related with online shop, this survey also captured interviewee's experienced in sales their product/service in online media. Majority respondent said that they have sold their product/service through online media.

Another question that has been asked regarding number of employee which will being an information to the author to give some feedback in formulate the business strategy in this research. Having employee means coordination with them is needed also.

The result of survey that their running the business their own self and have 1-5 employee in same number. This means that there is still possibility some product regarding communication or control their employee could be arisen.

Related with product, checked stock is one of important thing to do. This information could be considered as source to develop some strategy to offer to SME. Mostly (34 of 40) respondent stock up their product. And 79% respondent checked stock periodically.

Mostly (34 of 40) respondent stock up their product. And 79% respondent checked stock periodically.

The survey has been conducted also to know about awareness of promoting the product. In survey, respondent show that they promoted their business using chatting application such as BBM, WhatsApp, LINE, Wechat, Snapchat or KakaoTalk at 14 of 40 in daily basis. Related with these findings, data connectivity required more since chatting application used data connectivity.

In result of survey, 17 of 40 respondent used social media (Facebook, Twitter, Path, Instagram and other social media application) to promote their product/service in daily basis. It shown that there is some condition which social media as promoting product media.

Result of survey shown that only 3 of 30 know and use classifieds website such as WebKlan.com and iklantuban.com. Because this promoting media was not interested anymore, so maybe this area could not be used as strategy formulation.

Related with question before regarding ownership online shop account in ecommerce, from 11 of 14 using e-commerce has utilized its feature to promote their product/service such as push feature in bukalapak.com, top-ads in tokopedia.com and sundul feature in kaskus.com.

It is common in some business to respond the trend which happening at the time. Gathering trend information in this internet era is more easily. Just search in some search engine provider web such Google, Bing, etc. and the result could be found.

Because of that, the author also asks the interviewee how often they check the trend, and 67% of respondents often check the trend. With this information, they can elaborate more their business. Also in the survey, author gather information which more respondent use mobile device (Android Device at 12 persons, and 2 iOS Device and also using PC 2 persons.)

Disruptive behavior of buyer is happening. Traditional offline market has been declined. Some e-commerce as a mall for online shop has being growth significantly. Because of this condition, the interviewee has been asked about their desire to know more becoming online seller. The count of answer from this question 22 of 41 interviewee still learn to understand every step to sell in online media.

Another thing related with business is to increase the revenue. Increasing revenue means boost selling products/services. It is better to know how to boost selling the product. And in this survey also conduct a question which the interviewees know how to do this. And the answer is 14 of 41 respondent do not know how to boost selling product.

Talking about marketing is also probably talking about cost. Marketing process need some effort. In this research, the author wants to gather the potency of marketing spending from SME. The author tried to give five options to the interviewee in connection with

spending potency; start from less than IDR 100.000 until more than IDR 2.500.000 a month.

Based on result, but 27 of 40 respondent will spend to marketing with table illustration below:

Table 1 Spending in Marketing

Spend to marketing	Number of respondent
Less than IDR 100.000	9
Between IDR 100.000 and IDR 500.000	8
Between IDR 500.000 and IDR 1.000.000	5
Between IDR 1.000.000 and IDR 2.500.000	2
More than IDR 2.500.000	3

Despite the interviewee has been asked about their spending potency, another question in connection with marketing activity has been asked. This information could be useful in next chapter to formulate the strategy.

While text messaging revenue has been declined in XL, it is good to know that somehow this basic cellular feature was still used in marketing process by SME. This is could be give some input to offer the SME with such a bundling plan with text messaging service included. In another condition, the result shown that SME also has marketing in digital media actively. They should need data connectivity as another basic cellular feature to do that activity. Although join event offline participant not so much, this event could be as a consideration to be hold.

In the survey, only 10 have known the digital marketing and 8 respondents used it. While challenge to them about the digital marketing which will be provided by XL, most of them want to pay not more than IDR 100.000.

In the survey, respondent has been asked regarding their behavior about splitting between personal number and business number. The result show that 9 respondents split the number and 19 respondents in another way use same number for both purpose. This question has been asked related with one of XL product that one physical SIM card could be attached more than one number. It is better to know is this condition could offer to SME.

Currently telecommunication spending is like a human need. Although this is not basic human need, but people behavior has been changed. Based on some research that has been conducted, people interact more

with their mobile device, do more activity using data connectivity in their mobile device.

Some people eventually check their mobile device, read the messenger, watch the youtube, access the facebook at the beginning of their day. This condition leads the author to ask the interviewee about their spending in telecommunication cost such buy some balance for their cellular number to register data plan, calling their relative, texting their team.

The result of survey shows that various spending in telecommunication cost that the respondents spend. Author give four range spending telecommunications as shown below:

Table 2 Spending in Communication

Spending category in monthly basis (IDR)	Number of respondent
Less than 50.000	7
Between 50.000 to 100.000	19
Between 100.000 to 250.000	7
More than 250.000	1

Based on this finding, the author gets a point that cost at IDR 100K per a month is still psychological prices. Besides that, based on above data still has opportunity to make some layers cost that will have different benefit.

In beginning telephony feature was only calling feature using fixed line cable. In second generation, it has been enhanced to wireless calling cellular. It has been improved with text messaging feature. After that, the next generation has been expanded to data connectivity feature as be perceived today. Correlated with this, the author wants to get real condition has been happens to two feature (voice call and text messaging) that has been used frequently by user for basic feature that they get from their mobile device.

Another service that has been used increasingly is internet. Internet access could be provided by cellular and fix line cable. The respondent has been asked about fix lined internet access that has been used. 33% of respondent use it. The provider varies from speedy, fastmedia, myrepublik, and firtsmedia.

Related with above finding, the next question related with the internet spending combine with internet spending using mobile device, below result of interview:

Table 3 Monthly Internet Spending

Spending in monthly	Number of respondent
Less than IDR. 50.000	12

Between IDR 50.000 and IDR 100.000	5
Between IDR 100.000 and IDR 250.000	6
More than IDR 250.000	3

Based on result above spending in internet not more than IDR 250.000 still have big number.

Author asked the respondent if XL provide such a service to support their business such as financial management, email, how much the respondent will accept the fee. The result show as below:

Table 4 Value Add Service Fee Plan

Value Add Service Fee in monthly basis (IDR)	Number of respondent
Less than 50.000	15
Between 50.000 to 100.000	11
Between 100.000 to 250.000	5
More than 250.000	4

The first question regarding loan to respondent is "Have you ever borrowed at a bank or other party for your venture capital?". And 45% respondent said yes, 58% of them still borrowed it. 46% of respondent who have ever borrowed choose loan with tenor six month to 1 year period. 58% respondent would pay installment in range between IDR 750.000 to IDR 5.000.000 per month. Most of them prefer to have fixed installment.

Based on survey, almost of them (82% of respondent) record every transaction. The result show that they need to record of product/service that has been sold. Correlate with another question that they also will conduct stock checklist.

The last question is about the respondent feedback regarding what they want XL to offer business solution to them. The answer as below

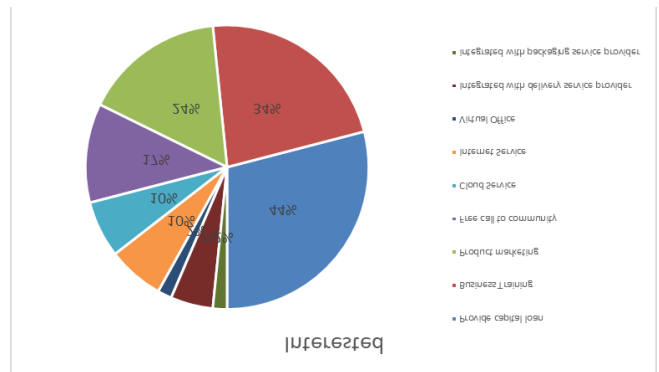


Figure 2 (Service Required)

Interested finding that the interviewee expectation XL to provide loan service and business training. It could be possible while XL has partnership with some finance company to give loan balance to its subscriber before. Another thing that arise the SME also want to XL provide some system which integrated with delivery and packaging service company.

V. RECOMMENDATION

Following are recommendation for business strategy of XL to get more SME customer:

On business level strategy, XL to achieve its strategic position through focus strategy by advancing value creation of the business through improvement in value drivers as follows:

Introducing product that has free call to same XL community number. To anticipate the fraud and to have some revenue stream, it is possibly to limited this benefit with some term such the subscriber should recharge their balance with IDR 50K each month and give them free call to same XL community number and some limited free call to competitor number. This scenario beside to fulfill their expectation, also to get new subscriber from competitor that has no free call to not-same-provider-number.

Based on vision of XL to be data connectivity provider in 2020, and voice revenue has been declined while in competitor the voice revenue still has the big revenue stream, it could be one of successful strategy to catch up XL vision in 2020.

New entrepreneur and SME expectation to have some business training could be a media to get more SME subscriber. XL could provide some training event to accommodate this.

With this event, engagement with XL could be increased. And perhaps that mouth to mouth marketing and community marketing could be happens. And it is big chance to XL while XL has good brand before.

Because majority of SME running their business from home or shop house, the strength network should be provided in residences and shop house area. Another opportunity is to enter the fixed line to residences as XL also has this license nationwide. The first attempt could be with strategic partnership with local players which only have license to the cable but not have license to provide the internet.

Introducing new product features that lead to increase adoption of elevenia as e-commerce tools by SME. The features could be free some quota to access elevenia for the SME customer.

Although other e-commerce is not subsidiary of XL like elevenia, co-creation with other e-commerce to get new SME customer is possible to do. Such the SME customer can buy some feature in promoting using e-commerce feature through their balance or XL Tunai, or SME customers will receive their money from selling in e-commerce to XL Tunai's account.

As shown in above that SME need some loan. And based on light discussion with some banking professional, the bank also need more SME's portfolio to give some loan. This opportunity could XL take to be a platform to give some bank to reach SME customer who need loan. XL could have some just transaction fee as revenue.

As some start up conduct business in specific platform provider such as Point of Sales Application, Financial Tools Application. Collaborate with startup also give benefit to XL to more SME engagement.

Introduce complements to the SME ecosystem to increase adoption and usage by means of online hub or portal accessible from any devices where SME's ecosystem is consolidated.

On corporate level strategy, XL to specify suitable scope of business through following strategy:

- Reconstruction current value-chain business process
- Selecting and strengthening value-chain elements which best to be taken internally by XL, and think to extend for partnership opportunities to roles that best handled by other parties
- Monetizing the reconstruction business processes and technology platform as new value proposition to the industry SME players wannabe
- Distinction through combination between developing core competence and future market, align to

VI. CONCLUSIONS

Implementation plan for new business model generation can be performed following framework, that provides roadmap of product/ services diversification, begin with XL existing basic service. The phases of implementation follow roadmap of diversification as suggested by the framework using combination of two main parameters, they are: existing and new core competence combined with current and future markets.

In order to make the recommendation successfully, below the implementation plan should be prepared:

i. Free Call Community

Related with free call community product, the first thing to do is to prepare development of the product. This product need some resource that contribute in development process. The resource such as IT Team to develop the benefit in billing system, deploy the benefit to system. And finance team to calculate the minimum recharge balance that applicable to get this benefit.

Another thing before launch the product, existing corporate sales team could be empowered for first penetration of this customer. They have experienced to handle non-consumer customer. Because of that, they will be given the task force to reach SME customer.

In marketing also need to prepare some event and or marketing effort in penetration of this product. The effort could be put some advertising on TV, billboard, in social media, SMS Broadcast.

As this product is especially to SME customer, the product limited only to SME. The SME need to registered to SME sales team. Then they will have new bundling product or could be used existing XL number if it applicable. While all SME has been registered, the SMEs could have benefit to call each other freely with condition they have recharge the balance in such a mount in monthly basis.

ii. Business Training

As part of launching ceremony, the training could be used as first engagement with the SME. This event will be held by Marketing and Corporate Communication Team. The business training could be presented by experienced SME actors which has been success in running business. The event could be held on some big city around Indonesia to reach more SME. This event could be placed on XL's office around Indonesia to minimize the cost and SME could just buy a XL SME SIM Card to get free entrance.

iii. Network Coverage

Some optimization could be done to enhance network coverage. The prerequisite is the SME's location. This is an input for the network and operation team to optimize network in customer location. Other scenario is for fixed line cable to the home (FTTH), using fixed cable is more reliable than using wireless. It is not disturbed by weather or obstacle. For the first penetration could collaborate with local fiber optic provider. The collaboration consists of XL to provide the internet, the party will provide the cable until the house or shop house of SME. After evaluation of the penetration, it could be to next phase XL will invest some money to roll out the fiber optic in other residence. So, XL will have end-to-end control within the service.

iv. Value Add Service

In order to give more value to the SMEs, bundling package with some services could be processed. The bundling package could be consisting of stock application, point of sales application, platform to integrate with delivery and packaging service provider. To make this successfully implemented, partnership with third party provider could be build. XL in this position could get some transaction fee or subscription fee and get revenue also from data connectivity.



v. *Loan*

XL has no capabilities in financial sector industry, but it could use bank or multi finance company in order to serve the SMEs needed. XL in this position only provide the platform, the loan agreement should be directly between SMEs and the finance company.

Because limitation to calculate the cost and startup that has capability with recommendation above, the next research could continue the price should be offer to SME with complete bundling solution. Other topic that could be research is how to collaborate financing between SMEs. Because they need some capital with not much amount and also there is possibility other SMEs have specific budget to invest. If it is possible to crowdfunding,

- [1]. Anthony, E Henry, 2011, *Understanding Strategy Management*, New York, Oxford University Press Inc.
- [2]. Business-fundas, 2011, Michael Porter's 5 force model, Business-fundas. Available from <http://business-fundas.com/2011/michaelporters-5-forces-model/>
- [3]. David W Cravens & Nigel F Piercy, 2009 *Strategic Marketing* Ninth Edition, New York, McGraw Hill.
- [4]. Gary Armstrong, Philip Kotler , 2003, *Theory of the Marketing-Marketing An Introduction* Upper Saddle River, New Jersey, Prentice Hall.
- [5]. Ireland, R. Duane., Hoskisson., Robert E., Hitt., Michael A., 2013. *The Management of Strategy: Concepts and Cases*. 10th Edition. South-Western Cengage Learning
- [6]. Joseph P Cannon, Ph.D William D. Perreault, Jr., Ph.D. E. Joreome McCarthy Ph.D. New York, 2008, *Basic Marketing A Global Managerial Approach* Sixteenth Edition, New York, McGraw Hill Irwin.
- [7]. Kwahk, K. Y., Ge, X. *The Effect of Social Media on E - Commerce : A Perspective of Social Impact Theory*. IEEE; 2012
- [8]. Mason A. Carpenter and Wm. Gerard Sanders, 2009 *Strategic, Management A Dynamic Perspective Concepts and Cases* Second Edition, Upper SaddleRiver, New Jersey, Pearson Education Inc.
- [9]. Osterwalder, Alexander., Pigneur, Yves., 2010. *Business Model Generation*, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- [10]. PT XL Axiata Tbk., 2014. *2014 Annual Report: Unleashing Indonesia's Potential through Mobile Internet Leadership*
- [11]. PT XL Axiata Tbk., 2015. *2015 Annual Report: Integrating Competency to Transform*
- [12]. Thomas L. Wheelen and J. David Hunger, 2008, *Strategic Management & Business Policy Concept and Cases*, Eleven Edition, Upper Saddle River New Jersey, Pearson Education Inc.
- [13]. Yumiko Okamoto and Fredrik Sjöholm : *TECHNOLOGY DEVELOPMENT IN INDONESIA*,2001.

A profitability On Debt to Equity Ratio (DER) and Inventory Turnover: PT. Salim Ivomas Pratama

1stAndria Ningsih
Department of Economics
STIE. H. Agus Salim Bukittinggi
Bukittinggi, Indonesia
andrianingsih56@gmail.com

2ndMike Triani
Department of Economics
Universitas Negeri Padang
Padang, Indonesia
miketriani@fe.unp.ac.id

3rdFitria
Department of Economics
STIE. H. Agus Salim Bukittinggi
Bukittinggi, Indonesia
Fitriaedwar85@gmail.com

Abstract: The achievement of overseas share market has increased over time. Increase in the number of new issuers also accompanied with an increase in the number of investors. Competition to that occurs in business does that trying to develop his company. Is competition company happened to each the subjects they control, noted for his imagery and an increase in the company performance receive full attention the business players. The most form the basis of the company to go public because companies need supplies a significant amount of capital with the money that minimalism. So, get fund when companies have go public could be done by selling corporate stock. With the addition of the company once suggested was capital obtained from additional capital that is can improve the structure of the underlying corporate strength, so the company capable of repairing its performance. Whereas PT. Salim Ivomas Pratama Tbk is the company one of the largest agribusiness integrated a vertical synchronization in Indonesia. PT. Salim Ivomas Pratama Tbk, has become the object of research. This report aims to understand: 1) influence supplies to profitability two companies, 2) influence debt to equity ratio (DER) to supply and two, 3) two influence supplies and debt to equity ratio (DER) to profitability company. But figures in research taken in the annual financial report company of 2011 years to 2017 next analyzed using SPSS 15. This research was conducted at the use of descriptive. But the research is quantitative research. This research result indicates that based on the results of the study in full data analysis, variable means the one that the circulation of supplies (X_1) Influential insignificant to the dependent variable profitability (Y). In partial, the independent variable namely debt to equity ratio (X_2). Influential insignificant to the dependent variable profitability (Y). Simultaneously, independent variable the two supplies (X_1) and DER (X_2). Together influential insignificant on variables dependent namely profitability (Y).

Keywords: The circulation of supplies, debt to equity ratio (DER) and company profitability

I. INTRODUCTION

The capital market in state in 2018 increased and made Indonesia has the highest in Asia go-publik company in

addition, known that this figure capable of being beyond IPO in the Singapore. The country is known that for the Singapore is the main financial companies find and through a IPO or initial public offering (IPO). Although 2018 years this title move to the Vietnam.

Recorded until early November 2018 as much as 50 (fifty), company and makes sure will be additional considering there 14 (fourteen) potential pipeline company on the registration of BEI. This is a truly historic achievement since privatization years 1992. This can happen because supported by Indonesia economic climate that is conducive and support the financial services authority (OJK) that triggers company took advantage of the capital market in the marketing of. The enhancement of the issuers with the number of also accompanied the increasing number of investors. 2018 there are early \pm 1,6 million investors. According to Darmin Nasution (coordinating minister) that Indonesia economic to quite good respond to current uncertainty global, and able to survive very well when is its time fixed conflict economic pressures the world. This can be seen from IHSG capable of moving in the green zone with increased by 8,15 points to 0,12 % of last year. The basis for the establishment of companies based on an objective, either in the form of profit or profit in carrying out their respective businesses. On the other side, profitability to benchmark the level of success of an enterprise and useful to look at the level of health or useful company performance to attract investors to invest. Because the assessment is fundamental to investors invest productivity and profitability of the company, and this also be considered from the creditors within have a partnership. The higher the company to profitability attraction for stakeholders. Let alone accompanied by an increase in profitability from time to time will be most attention for them. Energy will be positive for the company for the company obtain funds to expand and also investment will be bigger. Each company, have family problems which is getting the scale of the efforts of the organization be it for profit oriented and wo not be the bigger. his managerial control a restraint that was done to no good will cause a big deal for the organisation is. Known as are many problems that arise in the company when. run its business. Often a problem will arise in working capital. Management One

of the working capital is supplies. Supplies is one of the assets well the numbers are quite large in an enterprise [3]. According to [5] products supplies is the company has for resale or used in the company. Supplies to be very important considering the importance of will smooth the activity of a business. On the 12 august was PT. Salim Ivomas Pratama Tbk. PT. Salim Ivomas Pratama start commercial activity in 1994. A an effort from salim ivomas pratama tbk is indofood sukses makmur tbk (INDF) and indofood agri resources ltd (INDOAGRI), Singapore where INDF and INDOAGRI each having 6,47 % and 72 % of ditepatkan over full of simp, 60,5 % of share and indoagri indirectly owned by indf, so effective indofood ownership in simp was 52 %.And a a final effort of Salim Ivomas Pratama tbk is first pacific company limited (FP). Hongkong, scope activities and the son was simp entitas-entitas oil producers and by-products and vegetable fats in vertical synchronization integrated, main breeding activities includes seed oil palm, maintain oil palm plantation, the production and distillation palm oil and coconut oil raw, the management and supervision a rubber plantation and the process of the final product marketing and selling regarding this basic tertusng in the company. On the 27 may 2011, simp have effective bank statement to conduct public offering of stock to simp masyarakat 3.163.260.000 rp with a face value of.200- per share for rp offering.1.100- persaham and carrying at on the stock exchange 09 june 2011. Group SIMP is one of the largest agribusiness group diversified and integrated vertically in indonesia .The main activity of group SIMP covering the whole of supply chain of research and development, seed breeding seeds, hatcheries for producing palm oil processing and product marketing is to production and cooking oil , margarine and shortening. Agribusiness who diversified urban economies as a group, group simp also conducted hatcheries for producing commodities sugar cane, rubber and other plants . Group SIMP including publicly-listed plantation company largest palm oil as well as any the market leader cooking oil, margarine and shortening branded in Indonesia. In accordance with the background and phenomena above, because of the importance of supplies including supplies at a management at the in the management of the firm operations, and some the influence of debt and equity against its satisfactory profitability as a company that one becomes critical attention in the management of and prospective investors in the new company.

II. RESEARCH METHODS

he quantitative methods was used in the study .The quantitative methods is an analyzer can be measured with a scale numbers (numerical).

As for variable in this study can be calculated as follows:

a. Independent Variable

1) stock turnover

$$\text{Stock Turnover} = \frac{\text{cost of goods sold}}{\text{Stock}}$$

2)Debt to Equity Ratio

$$\text{Debt to Equity Ratio (DER)} = \frac{\text{Total Responsibility}}{\text{Total Equity}}$$

3)Profitability

$$\text{ROA} = \frac{\text{profit after tax}}{\text{Total asset}} \times 100\%$$

Total asset

The analysis used in this study is the classic assumptions and analyses of multiple regression to know the influence of the independent variable the circulation of cash and the circulation of receivables against the dependent variable profitability which is both a partial (t-test) and simultaneously (F-test).

III. RESULT AND DISCUSSION

Regression analysis multiple linear used to test hypotheses about the effects of the independent variable simultaneously and partial .The analysis regression seen in table below.

Table Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	-252,844	117,969		-2,143	,099
	X1	35,705	16,457	,798	2,170	,096
	X2	135,541	52,479	,950	2,583	,061

a Dependent Variable: Y

a. The influence of the company to profitability supplies

From table built with the sweat of then made the regression equation is as follows $Y = -252,844 + 35,705 \text{ circulation of supplies} + 135,541 \text{ debt to equity ratio} + e$

The results of the study showed the circulation of supplies have had a positive impact not significant impact on company profitability .According to [1] the circulation of supplies measuring the relationship between volume of the number of trade are sold ddengan supply possessed under a period of walk.

b. The impact of debt to equity ratio to corporate profitability

[8] to debt sense equity ratio is equity and a debt and once in % or times. Debt to equity ratio or often called leverage ratio because assumed to measure the impact success investment an enterprise. In table 4.2 can be seen that to ebt equity ratio came less than 1 or 100 % and this indicates good company in managing his utang and equity. As telahdijelaskan renddah der explained that as better for company. From table 4.2 show der lowest occurred in 2013 and the highest occurred in 2016 in that direliti in this research. Although occurring low and high DER in research this looks that firms is still good in managing utang equity, and his because of a der there is no more than 1 % or 100.



CONCLUSION

Based on the results of the study data analysis on this fact, the two independent variable (supplies X_1) influential insignificant to the dependent variable profitability (Y). On this fact, the independent variable debt to equity ratio (X_2) influential insignificant to the dependent variable profitability (Y). Simultaneously, the two independent variable supplies (X_1 and X_2) in DER together influential insignificant to the dependent variable profitability (Y).

ACKNOWLEDGMENT (Heading 5)

The authors would like to thank the parties who have assisted in the implementation of Research Beginner Lecturers, hopefully with the results of this study can help in A profitability On Debt to Equity Ratio (DER) and Inventory Turnover: PT. Salim Ivomas Pratama.

REFERENCES

- [1] Fred Weston, J. dan E. Copeland, Thomas. 1995. *Manajemen Keuangan*, Jilid 1, Edisi Kesembilan, Binarupa Aksara, Jakarta.
- [2] Made Sudana, I. 2011. *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori Praktis*, Erlangga, Jakarta.
- [3] Sartono, Agus R. 2000. *Manajemen Keuangan: Ringkasan Teory soal dan Penyelesaian*, Edisi Ketiga, BPFE, Yogyakarta.
- [4] Singapurwoko, Arif. 2001. *The Impact of Financial Leverage to Profitability Study of non Financial Companies in I ndonesia STOCK Exchange. Europen Journal of Economics, Finanace and Administrarive Science*, (32), PP:136-148.
- [5] Soemarso (2002). Pengantar Paling Komprehensif kepada Pemikiran Pierre Bourdieu(Yogyakarta: Jalasutra, 2009)
- [6] Arief Sugiono & Edy Untung (2008), *Panduan Praktis Dasar Analisa Laporan Keuangan (Cetakan ke 2)*, Jakarta PT. Grasindo
- [7] Astuti dan Maelona (2012), *Pengaruh modal kerja perputaran piutang terhadap Likuiditas (study kasus pada PT. Mayora Tbk yang terdaftar di bursa efek Indonesia Periode 2001-2012)*
- [8] Bambang Riyanto (2008), *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*, Yogyakarta (Cetakan Kedelapan), Penerbit : BPFE-Yogyakarta
- [9] Dermawan Sjahrial (2007), *Pengantar Manajemen Keuangan (Edisi 2)* Jakarta Mitra Wacana Media.
- [10] Hery, (2012), *Akuntansi Keuangan Menengah I (Cetakan Kedua)* Jakarta : PT Bumi Aksara
- [11] Rudianto (2012), *Pengantar Akuntansi*, Jakarta : Penerbit, (Erlangga), Jakarta
- [12] Suryadi Prawirosentono, (2007), *Manajemen Operasi Analisis Dan Studi Kasus (Edisi 4)*, Jakarta PT. Bumi Aksara
- [13] Sugiyono (2007), *Metode Penelitian Bisnis Bandung* Penerbit : Alfabeta
- [14] Supiandi (2012), *Pengaruh Perubahan Anggaran Kas Terhadap Tingkat Likuiditas Pada PT. PLN (Persero) Jawa Barat*.
- [15] Yesi Ezwita (2014), *Pengaruh Perputaran Piutang, Perputaran persediaan, Return On Asset dan Rasio Utang Terhadap Likuiditas pada Perusahaan Industri Dasar dan Kimia yang Listing di Bursa Efek Indonesia Priode 2010-2013*



” Pemikiran Ekonomi Abu A’la Al Maududi ”

Zulhendri
Program Magister Ekonomi Syariah
Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi,
Indonesia sutanrajoalamhen@gmail.com

Elsa Monicha
Program Magister Ekonomi
Syariah Institut Agama Islam
Negeri Bukittinggi,
Indonesia elmonicha0295@gmail.com

Kumaidi
Program Magister Ekonomi
Syariah Institut Agama Islam
Bukittinggi, Indonesia
aaidie8@gmail.com

Fauziah Nur Hutahuruk
Program Magister Ekonomi Syariah
Institut Agama Islam Negeri
Bukittinggi, Indonesia
fauziahnur336@gmail.com

Feri Irawan
Program Magister Ekonomi Syariah
Institut Agama Islam Negeri
Bukittinggi, Indonesia
feri.irawan.jr@gmail.com

Abstrak-Adalah Sayyid Abu al-A’la al Maududi, salah seorang dari para tokoh pemikir tersebut yang patut dicermati hasil pemikirannya karena memiliki kontribusi penting dalam ekonomi Islam. Dalam masalah perbankan konvensional misalnya, al-Maududi dengan tegas menyatakan penolakannya. Pinjaman dengan sistem bunga yang menjadi bagian dari sistem operasional perbankan konvensional menurut alMaududi adalah sistem riba, karena itu harus sadapat mungkin dihindari. AlMaududi menolak pendapat sebagian pemuka Islam yang menyatakan bahwa bunga pinjaman yang tercela dan pantas menjadi sasaran kritik adalah bunga pinjaman untuk konsumsi atau untuk menutup kebutuhan pribadi lainnya.

Atas dasar itu maka artikel ini membahas tentang relevansi pemikiran ekonom Islam al-Maududi dengan fenomena perkembangan perbankan syariah di Indonesia. Suatu hal yang diakui oleh masyarakat Muslim, menurut alMaududi adalah bahwa riba, apapun macamnya (termasuk juga bunga) merupakan salah satu kekuatan destruktif masyarakat manusia, dan menjadi salah satu sebab dari kerusakan dan kebinasaan peri kehidupan moral dan materiil. Karena itu, hampir tidak ada seorang pun yang dikaruniai akal sehat akan ragu-ragu bahwa sistem riba perlu dihapus dan diharamkan.

Kata kunci pemikiran ekonomi, al Maududi

I. PENDAHULUAN

Ekonomi Islam” ada satu hal yang harus dicatat dari keberhasilan sistem ekonomi Islam yang terjelma dalam perbankan syariah tersebut adalah bahwa keberhasilan tersebut bukanlah hasil jerih payah sesaat yang dicapai oleh para ahli ekonomi Islam kontemporer, tetapi lebih dari itu merupakan rintisan panjang dari refleksi masalah ekonomi dan analisis ekonomi yang tak pernah berhenti di dunia Islam mulaizaman klasik seperti Ibn Taimiyah (1263 –1328), Ibn Khaldun (1332 –1406), alMaqrizi (1364–1441), Jalaludin Dawwani (1427–1501), Shah Waliyullah al-Dihlawi (1703–1776), sampai al-Maududi dan para pemikir zaman modern ini seperti; Mannan, Shiddiqi, Chapra, dan lain sebagainya.

Sayyid Abu al-A’la al Maududi, salah seorang dari para tokoh pemikir tersebut yang patut dicermati

hasil pemikirannya karena memiliki kontribusi penting dalam ekonomi Islam. Dalam masalah perbankan konvensional misalnya, al-Maududi dengan tegas menyatakan penolakannya. Pinjaman dengan sistem bunga yang menjadi bagian dari sistem operasional perbankan konvensional menurut alMaududi adalah sistem riba, karena itu harus sadapat mungkin dihindari.

Menurut al-Maududi, apabila sistem keuangan dan perbankan yang Islami berhasil ditegakkan, maka akan dapat memberikan dampak yang lebih baik terhadap kondisi sosial ekonomi umat. Artinya, kalau sistem keuangan dan perbankan konvensional hanya akan melahirkan konglomerasi dan terpusatnya asset ekonomi pada segelintir orang, maka sistem keuangan dan perbankan yang Islami akan dapat menciptakan keadilan ekonomi dan akan berpihak pada usaha kecil. Disamping itu, demikian menurut al-Maududi, resiko kerugian dan kebangkrutan pada perbankan Islami nanti akan lebih kecil dibanding resiko yang sama pada perbankan konvensional yang sekarang.

Menurut Al-Maududi, masyarakat harus diorganisasikan berdasarkan Al-Qur’an dan Sunah Nabi, yang berarti bahwa nilai-nilai, prinsip-prinsip, hukum-hukum, dan aturan-aturan yang terkandung didalam Al-Qur’an dan Sunah harus dipegang disemua aspek kehidupan, termasuk aspek ekonomi.[1].

This template, modified in MS Word 2007 and saved as a “Word 97-2003 Document” for the PC, provides authors with most of the formatting specifications needed for preparing electronic versions of their papers. All standard paper components have been specified for three reasons: (1) ease of use when formatting individual papers, (2) automatic compliance to electronic requirements that facilitate the concurrent or later production of electronic products, and (3) conformity of style throughout a conference proceedings. Margins, column widths, line spacing, and type styles are built-in; examples of the type styles are provided throughout this document and are identified in italic type, within parentheses, following the example. Some components, such as multi-leveled equations, graphics, and tables are not prescribed, although the various table text styles are provided. The formatter will need to create these



components, incorporating the applicable criteria that follow.

II. PEMBAHASAN

A. Biografi Al-Maududi

Dilahirkan pada 3 Rajab 1321 H atau 25 September 1903 di Aurangbad, India. Cendekiawan ini merupakan putra dari Abu Hasan, seorang pengacara yang berketurunan dari sufi besar tarekat Christiyah yang banyak berperan dalam penyeberan Islam di India.

Pendidikannya diawali di Madrasah Furqoniyah, sebuah sekolah menengah yang mencoba menerapkan sistem pendidikan nalar modern dan islam tradisional. Kemudian, orang tua al-Maududi lebih memilih mendidiknya di rumah dengan menggunakan bahasa Arab Persia, Urdu dan Inggris, sebab mereka tidak ingin al-Maududi pergi ke sekolah inggris. Dalam konteks inilah, dapat dipahami kenapa Al Maududi menjadi seorang tradisionalis fundamentalis (dengan latar belakang pendidikan yang anti barat)[2].

Tulisan Abu A'la Al Maududi banyak mencakup bidang politik, sosial, ekonomi, kebudayaan dan Agama. Salah satunya, ia pernah menulis buku perbandingan antara Islam, Sosialisme dan Kapitalisme, dalam bahasa Urdu. Kemudian diterjemahkan ke dalam bahasa Arab oleh Muhammad 'Ashim al-Haddad dengan judul: "Usus Al-Iqtishad Baen Al-Islam wa Al-Nuzum Al-Mu 'ashirah" (Dasar-Dasar Ekonomi Antara Islam dan Sistem-Sistem Ekonomi Modern). Selanjutnya secara khusus, ia juga menulis buku tentang Riba dalam pandangan Islam dengan pendekatan ekonomi yang kuat secara teoritis [3].

B. Latar Belakang Pemikiran

Pemikiran Maududi didasarkan keyakinannya bahwa Islam bukanlah sekumpulan gagasan yang tidak saling berkaitan satu sama lain, tetapi Islam adalah agama yang paripurna, sempurna, dan satu kesatuan bulat yang didasarkan pada prinsip-prinsip yang jelas dan pasti. Semua ajarannya, baik yang pokok maupun yang terinci secara logis digali dari prinsip-prinsip dasar dan tidak terlepas dari ikatan prinsip tersebut.. Dari prinsip-prinsip dasar inilah semua rancangan kehidupan Islam muncul dan berkembang, sehingga segala aspek yang akan dikaji tidak bisa lepas dari pengkajian prinsip dasarnya.[4]

Pendapat-pendapat Maududi yang melatarbelakangi pemikiran-pemikirannya antara lain adalah:

1. Asas terpenting dalam Islam adalah *Tauhid*. Seluruh nabi dan rasul mempunyai tugas pokok untuk mengajarkan tauhid kepada umat manusia. Tauhid itu sangat *revolutioner* dan mempunyai implikasi yang amat jauh dalam mengubah tata sosial, politik dan ekonomi.

2. Sistem politik Demokrasi memiliki kelemahan, yakni kelompok penguasa bisa saja bertindak atas nama rakyat, meskipun bukan untuk rakyat melainkan untuk dirinya sendiri.

. Penyebab kemerosotan ekonomi adalah egoisme dan sistem politik yang tidak benar. Untuk itu Ia mengajukan tiga kaidah dalam pemecahan dalam masalah ekonomi, yaitu:

a. Pemecahannya jangan sampai bertentangan dengan fitrah manusia.

b. Perbaikan sosial bukan hanya menyangkut hukum tetapi juga akhlak.

c. Pemerintah jangan menggunakan kekerasan kecuali bila itu merupakan satu-satunya alternatif.

III. PEMIKIRAN EKONOMI

A. Format sistem ekonomi Islam Al-Maududi

Menurut Al-Maududi, Islam telah menerangkan sebuah system ekonomi. Akan tetapi, Islam hanya menentukan landasan dasar yang bisa membuat kita menyusun sebuah rancangan ekonomi yang sesuai di setiap masa. Dalam bidang ekonomi, Islam telah membuat beberapa peraturan dan menyusun sejumlah batasan dimana kita boleh membuat suatu system. Sebagaimana perkembangan yang ada, kita harus menyimpulkan peraturan baru yang berada pada batasan-batasan yang ditemukan oleh Islam.[5].

Dalam menggambarkan masalah ekonomi manusia, S.A.A. Maududi mengatakan bahwa masalah ekonomi menempati hari-hari pusat kehidupan intelektual dan sebelumnya belum pernah menonjol sehingga banyak atau diasumsikan pentingnya, sekarang ini. Kata yang digunakan terkenal sebagai soal fakta pentingnya ekonomi yang secara alami dalam kehidupan umat manusia selalu dimiliki di setiap zaman.

Pada awal zaman, masalah ekonomi hampir sama sederhana bagi manusia seperti pada hewan. Berarti tidak ada keterbatasan dalam hidup yang telah tersebar di bumi Allah yang baik. Semua yang diperlukan untuk menyokong kehidupan manusia tersedia dalam kelimpahan. Setiap orang pergi keluar mencari bagiannya dan mendapatkannya dari harta tersebut. Tidak ada yang harus membayar harga kebutuhannya, juga porsi satu orang bukan dalam cengkeraman lain. Berpegang pada yang baik bahkan sampai hari ini sejauh hewan yang bersangkutan. Tapi manusia memiliki jenis baru dari masalah[6].

B. Tujuan organisasi

a. Kebebasan Individu (Individual Freedom)

Tujuan yang pertama dan utama dari Islam ialah untuk memelihara kebebasan individu dan untuk membatasinya ke dalam tingkatan yang hanya sesuai dengan nilai-nilai kemanusiaan.. Tujuan semua ini adalah menyediakan kebebasan kepada setiap individu dan mencegah munculnya sistem tirani yang bisa mematikan perkembangan manusia.

b. Keselarasan dalam Perkembangan Moral dan Materi

Yang kedua, perkembangan moral manusia adalah kepentingan dasar bagi Islam. Jadi penting bagi individu di dalam masyarakat untuk memiliki kesempatan mempraktekkan kebaikan secara sengaja. Maka kedermawanan, kemurahan hati, dan kebaikan lainnya menjadi suatu yang hidup dalam masyarakat.

c. Kerjasama, Keserasian dan Penegakkan Keadilan
Islam menjunjung tinggi persatuan manusia dan persaudaraan serta menentang perselisihan dan konflik. Maka dari itu Islam tidak membagi masyarakat ke dalam kelas sosial.. Adapun Islam tidak menciptakan kelas



seperti itu dan bahkan membasminya. Yang kedua, kelas yang tercipta secara alami, karena adanya rasa hormat menghormati dan perbedaan kemampuan dan kondisi dari masyarakat.

C. Prinsip Dasar

a. Kepemilikan Pribadi dan Batasannya (Private Property and Its Limits)

Ajaran Islam mengakui hak manusia untuk mencari penghidupan di atas bumi Allah ini sesuai dengan kesanggupan, kecakapan, dan bakat yang dimilikinya. Akan tetapi, Islam tidak memberikan hak kepada manusia untuk mencari penghidupan dengan cara-cara yang akan menyebabkan timbulnya kekacauan dalam memperoleh harta kekayaan.[7].

Ajaran Islam menegakkan perbedaan antara “halal” (yang sah) dan “haram” (tidak sah) dalam menilai berbagai cara yang merugikan dan merusakkan moral. Untuk keperluan ini, Islam menetapkan dengan jelas cara-cara yang dianggap merugikan moral.

b. Keadilan Distribusi (Equitable Distribution)

Peraturan penting dalam ekonomi Islam ialah membangun suatu system distribusi yang adil. Kemudian dalam hal pengeluaran, Islam menentukan kondisi yang tidak menyebabkan kerugian moral dari individu atau yang membahayakan public secara umum. Islam juga tidak menyetujui seseorang untuk menahan hartanya dari sirkulasi.

c. Hak-hak Sosial

Islam kemudian menghubungkan kembali hak sosial dengan kekayaan individu dalam berbagai bentuk, salah satunya yaitu seseorang yang memiliki harta lebih mempunyai kewajiban untuk memberikan bantuan kepada kerabatnya yang tidak bisa memenuhi kebutuhan hidup. Semua ini bertujuan untuk menanamkan moral kedermawanan, lapang dada dan mencegah sifat egoism dan kikir.

d. Zakat

Dalam perekonomian konvensional, dikenal istilah pajak. Sedangkan dalam Islam, dikenal istilah zakat yang dipungut sesuai dengan besarnya pengeluaran atau dengan kata lain pungutan yang ditarik melalui harta yang diakumulasikan, perdagangan, pertanian, peternakan dan berbagai macam bisnis lainnya. Namun pada dasarnya, zakat sangatlah jauh berbeda dengan pajak. Karena dana zakat tidak disalurkan untuk pembangunan sarana umum, melainkan untuk memenuhi hak-hak orang yang telah ditentukan oleh Allah, yakni mustahiq.

e. Hukum Waris (Law of Inheritance)

Hukum waris pada intinya ialah mendistribusikan kekayaan yang dimiliki oleh almarhum. Hukum waris dimaksudkan agar harta yang dimiliki oleh almarhum tidak terpusat pada satu orang atau satu keturunan, tetapi terdistribusi kepada pihak-pihak yang berhak menerimanya.

f. Peran Tenaga Kerja, Modal dan Pengelolaan (Role of Labor, Capital and Management)

Islam mengenali hak pemilik tanah dan pemodal, begitu pula terhadap pekerja dan pelaku bisnis yang menerangkan secara jelas bahwa Islam

menganggap keduanya sebagai faktor ekonomi. Kemudian dari faktor-faktor tersebut harus adil dalam pembagian keuntungan. Intinya, Islam melepaskan kepada kebiasaan dalam pembagiannya.

g. Ekonomi Bebas Riba (Interest-Free Economy)

Sistem ekonomi ini sebenarnya sudah tercipta pada masa lalu ketika pertama kali riba dilarang di wilayah Arab, dan setelah itu wilayah Islam berkuasa. Karena riba telah diharamkan terhadap seluruh operasi pada sistem ekonomi. Maududi telah menjelaskan bahwa tidak ada kesulitan yang berat untuk mencapai tujuan ini. Masalahnya jelas dan praktis, modal tidak punya hak untuk memungut bunga yang tetap, meskipun peminjam untung atau rugi.

Dalam Islam, ekonomi terendam di dasar sosial dan etika agama. Dengan kata lain, ekonomi Islam bukan positif, maupun ekonomi normatif. Secara umum, ekonomi positif mempelajari masalah ekonomi sebagaimana adanya. Sedangkan ekonomi normatif memperhatikan apa yang seharusnya. Ekonomi Islam memerlukan tujuan dan sarana yang harus Islami yang sah.[8]

D. Teori Bunga

Maulana Abu al a'la Maududi telah membicarakan secara panjang lebar aspek-aspek positif dan negatif dari institusi bunga serta telah menunjukkan kejahatan-kejahatannya secara fundamental. Suatu usaha telah dilakukan untuk meringkas argumentasinya.

1. Aspek negative bunga

Masalah yang pertama kali harus kita putuskan adalah apakah bunga itu merupakan pembayaran yang beralasan? Apakah para kreditor itu adil apabila menuntut untuk membayar bunga atas hutang yang diberikan? dan adilkah jika penghutang dituntut membayar bunga terhadap pemberi pinjaman sesuatu yang melebihi pinjaman pokok? Jawaban atas pertanyaan-pertanyaan tersebut akan menyelesaikan separuh dari masalah bunga.

Mengapa peraturan yang tak beralasan tersebut tetap dibiarkan berlangsung beraada di tengah masyarakat? Terdapat perbedaan pendapat yang menyolok di antara para ahli yang mendukung doktrin bunga, yaitu untuk apakah bunga itu dibayarkan? Sebagian mengatakan bunga itu merupakan harga, tetapi harga untuk apa? Benda berharga apakah yang dibayarkan oleh kreditor sehingga ia menuntut imbalan uang setiap bulan ataupun setiap tahun? Para pelopor institusi bunga mendapat kesulitan besar untuk memperoleh kesepakatan dalam masalah ini.[9]

2. Teori Piutang Menanggung Resiko

Pelopori teori ini bahwa kreditor menanggung resiko karena meminjamkan modalnya. Ia sendiri menanggukkan keinginannya semata-mata untuk memenuhi keinginan orang lain. Ia meminjamkan modalnya yang mestinya dapat mendatangkan keuntungan. Jika penghutang menggunakan modalnya itu untuk memenuhi keinginan pribadinya, ia harus membayar sewa atas modal yang dipinjam itu, sama halnya ia membayar sewa terhadap sebuah rumah atau perabotan maupun kendaraan. Sewa merupakan kompensasi terhadap resiko yang ditanggung oleh

kreditor karena memberi pinjaman dan sekaligus imbalan karena ia memberikan pinjaman modalnya. Dan apabila peminjam menginvestasikan modalnya pada usaha-usaha yang dapat memberikan keuntungan maka tidak berlebihan dan adil apabila pemberi pinjaman menuntut sebagian dari keuntungan tersebut.

3. Teori Peminjam Memeroleh Keuntungan

Para pelopor pemikiran ini mengatakan bahwa dengan “menunggu” atau dengan “menahan diri” dalam suatu periode tertentu dan tidak menggunakan modalnya sendiri untuk memenuhi keinginannya sendiri, kreditor memberikan “waktu” kepada peminjam untuk menggunakan modalnya untuk memeroleh keuntungan. “Waktu” itu sendiri mempunyai “harga” yang meningkat sejalan dengan periode waktu. Jika peminjam tidak diberikan batasan waktu untuk mendapatkan keuntungan dari penggunaan modal yang dipinjamnya, ia tidak akan mampu memeroleh keuntungan dan bahkan seluruh bisnisnya bisa hancur karena kekurangan modal. Masa dimana peminjam menginvestasikan modalnya, mempunyai “harga” tertentu baginya dan ia akan menggunakannya untuk memeroleh keuntungan. Maka tidak ada alasan mengapa kreditor tidak boleh menikmati sebagian dari keuntungan peminjam. Selanjutnya, mereka mengatakan bahwa kemungkinan naik turunnya, keuntungan sejalan dengan naik turunnya waktu dan tidak ada alasan mengapa kreditor tidak boleh mengenakan harga(waktu) sesuai dengan lamanya waktu.

Para pendukung teori bunga ini tidak mampu memberikan jawaban yang masuk akal terhadap masalah tersebut.

4 Teori produktivitas modal

Sebuah pendapat menegaskan “produktivitas modal” sebagai jumlah yang diwariskan yang memungkinkan kreditor menarik suatu imbalan (dalam bentuk bunga) dari peminjam atas penggunaan modal tersebut. Ada beberapa ahli ekonomu menekankan aspek fungsi modal tersebut dalam produksi. Menurut pandangan tersebut, modal dikatakan “produktif”. Secara jelas ini berarti bahwa “terdapat suatu pasaran terhadap jasa mesin produktif (modal) dan bentuk konkrit modal itu sendiri.” Pendapat ini memandang bahwa modal adalah produktif yang dapat diartikan bahwa modal mempunyai daya untuk menghasilkan barang yang jumlahnya lebih banyak daripada yang dapat dihasilkan tanpa modal itu, atas modal mempunyai daya untuk menghasilkan tanpa modal tersebut, atau bahwa modal mempunyai daya untuk menghasilkan nilai tambah daripada nilai yang telah ada itu sendiri. Dan bunga merupakan imbalan atas pelayanan produktif tersebut atas modal kepada peminjam dalam proses produksi

Jika diakui bahwa modal itu memiliki suatu kualitas produktivitas yang diberikan kepada pemilik modal sebagai bagian keuntungan, tidak ada cara untuk mengetahui secara tepat dan pasti jumlah yang sebenarnya dari keuntungan yang dibayarkan setiap bulan atau setiap tahun. Di samping itu, tidak ada metode untuk menghitung atau memperkirakan keuntungan dari penggunaan modal untuk jangka waktu sepuluh tahun atau dua puluh tahun yang akan datang sehingga memungkinkan untuk mendapatkan jangka waktu bunga.

Karena demikian halnya, tidak adil kiranya mengenakan sejumlah bunga terhadap sejumlah uang yang dipinjamkan dimuka untuk jangka waktu sepuluh atau dua puluh tahun jika besarnya keuntungan actual yang dapat diperoleh dimasa yang akan datang tidak diketahui.

KESIMPULAN

Abul A'la al Maududi adalah seorang cendekiawan muslim yang bisa dibilang paling produktif mengeluarkan ide-ide pembaharuannya, termasuk dalam bidang ekonomi, sekaligus pejuang yang menginginkan terwujudnya negara Islam yang di dalamnya betul-betul berjalan sesuai dengan tuntutan syari'ah Islam. Dan prinsip-prinsip dasar yang dipakai beliau diantaranya adalah:

1. Kepemilikan pribadi dan batasannya (private property and its limits)
2. Keadilan distribusi (equitable distribution)
3. Hak-hak social
4. Zakat
5. Hukum waris (law of inheritance)
6. Peran tenaga kerja, modal, dan pengelolaan (role of labour, capital, management)
7. Zakat dan kesejahteraan sosial (zakat and social welfare)
8. Ekonomi bebas riba (interest-free economy)
9. Hubungan antara ekonomi, politik dan aturan sosial

Al-Maududi juga menerangkan bahwa bunga yang dipungut oleh bank itu haram hukumnya. karena, terdapat pembayaran lebih dari uang yang di pinjamkan dan sangat menyengsarakan masyarakat. Sedangkan uang yang lebih dari itu adalah Riba, dan riba itu adalah haram hukumnya. Kemudian jika dilihat dari segi lain, bahwa Bank itu hanya tahu menerima untung, tanpa menanggung resiko apa-apa. Bank meminjamkan Uang kemudian rentenya dipungut, sedangkan rente itu semata-mata menjadi keuntungan Bank yang sudah ditetapkan. Dan pihak Bank tidak mau tahu apakah orang yang meminjam uang itu rugi atau untung.

REFERENCES

- [1]. Hasim, *Relevansi pemikiran al maududi dengan perkembangan perbankan syariah di Indonesia*, Gema THN XXX/52/agustus 2016-januari 2017
- [2]. Abularaq, *Sayyid Abu A'la Maududi*: Sawanih, Tahrik, Lahore, 1971. Penerjemahan resmi tentang kisah hidup Maududi
- [3]. Kamal, Mustafa. *Wawasan Islam dan ekonomi*. Jakarta: Lembaga Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. 1997. Hal.103
- [4]. RA Gunadi dan M. Shoelhi. *Dari Penakluk Jerussalem Hingga Angka Nol*, Jakarta: Penerbit Republika, 2002, hlm 179.
- [5]. Syed Abu A'la Maududi, *Economic system of Islam*, Islamic Publication Ltd. Pakistan. 1994, h.82
- [6]. Badre Alam Khan, *Economic Right Of Women Under*, New Delhi, Adam Publishers & Distributors, 2005. Hal 11
- [7]. Abul A'la Al-Maududi, *Masalah Ekonomi dan Pemecahannya Menurut Islam*, Jakarta: Media Da'wah, 1985, h.45.
- [8]. Wazir Akhtar, *Economics In Islamic Law*, New Delhi, Kitab Bhavan, 1992. Hal 3
- [9]. Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam*, Dana Bhakti Wakaf, Yogyakarta:1996, hal. 57

PENGANGGURAN DALAM ASPEK EKONOMI MAKRO SYARIAH

Fauziah Nur Hutahuruk
Program Studi Magister Ekonomi Syariah
Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi, Indonesia
fauziahnur336@gmail.com

Elsa Monicha
Program Studi Magister Ekonomi Syariah
Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi, Indonesia
elmonicha0295@gmail.com

Kumaidi
Program Studi Magister Ekonomi Syariah
Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi, Indonesia
aaidie8@gmail.com

Zulhendri
Program Studi Magister Ekonomi Syariah
Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi, Indonesia
sutanrajoalamhen@gmail.com

Feri Irawan
Program Studi Magister Ekonomi Syariah
Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi, Indonesia
feri.irawan.jg@gmail.com

Abstrak-Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Begitu pentingnya pengangguran ini untuk segera diatasi, maka penulis akan membahas tentang Pengangguran Dalam Aspek Ekonomi Syariah yang dikaji didalamnya mengenai konsep pengangguran, sebab akibat terjadinya pengangguran, dampak pengangguran itu sendiri serta solusi yang akan dilakukan untuk mengatasi pengangguran tersebut

Kata Kunci : Pengangguran

I. PENDAHULUAN

Pengangguran merupakan masalah ketenagakerjaan yang dialami oleh banyak Negara, termasuk dinegara kita sendiri yaitu Indonesia. Begitu seriusnya masalah ini sehingga dalam setiap rencana pembangunan ekonomi masyarakat, selalu dikatakan dengan tujuan menurunkan angka pengangguran, namun pengangguran tetap saja terjadi, baik kota maupun desa, yang disebabkan oleh kurangnya kesempatan kerja. Pengangguran yang tinggi berdampak langsung maupun tidak langsung terhadap kriminalitas dan juga masalah sosial politik yang juga semakin meningkat dengan jumlah angkatan kerja yang cukup besar, arus migrasi yang terus mengalir serta dampak krisis ekonomi yang berkepanjangan sampai saat ini, membuat persoalan tenaga kerja menjadi sangat besar dan kompleks. Disamping itu, pertumbuhan ekonomi yang terjadi sekarang tampak belum cukup untuk menyerap pertumbuhan angkatan kerja.

Pengangguran terjadi disebabkan karena adanya kesenjangan antara penyedia lapangan kerja dengan jumlah tenaga kerja yang mencari pekerjaan. Pengangguran bisa juga terjadi meskipun jumlah kesempatan kerja tinggi akan tetapi terbatasnya informasi, perbedaan dasar keahlian yang tersedia dari yang dibutuhkan atau bahkan dengan sengaja memilih untuk menganggur.

Sekolah tinggi tidak menjamin kemudahan mendapatkan pekerjaan. Penganggur terdidik justru meningkat. Lulusan sekolah rendah malah cepat mendapatkan pekerjaan. Lapangan pekerjaan untuk kaum terdidik meluas, tetapi banyak yang tak mampu memenuhi persyaratan kerja.

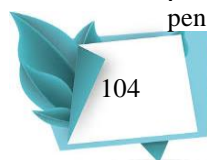
Ketika tingkat pengangguran di suatu negara sangat buruk, maka kekacauan politik dan sosial selalu berlaku dan menimbulkan efek yang buruk bagi kepada kesejahteraan masyarakat dan prospek pembangunan ekonomi dalam jangka panjang. Berikut perkembangan pengangguran yang ada di Indonesia.

Tabel 1 : Tingkat Pengangguran Terdidik di Indonesia

TK. Pendidikan	Tahun	
	Feb 2018	Feb 2019
SD	2.67%	2.65%
SMP	5.18%	5.04%
SMA	7.19%	6.78%
SMK	8.92%	8.63%
Diploma	7.92%	6.89%
Universitas	6.31%	6.24%

Sumber : Badan Pusat Statistik

Dilihat dari tingkat pendidikan, pengangguran paling tinggi adalah tamatan sekolah menengah kejuruan (SMK), 8,63%, turun tipis dari posisi 8,92% pada Februari 2018. Pengangguran terbuka tertinggi juga juga terjadi di kalangan tamatan diploma I, II, dan III yang mencapai 6,89% dan SMA 6,78%. Yang memegang ijazah universitas, minimal S-1, ada 6,24% pengangguran terbuka. Pengangguran dengan pendidikan maksimal SD hanya 2,65%. Itu karena



mereka tidak memilih-milih pekerjaan. Pekerjaan apa pun mereka jalani.

Kondisi ini cukup memprihatinkan. SMK didesain untuk mencegah pengangguran. SMK menjadi *link* atau jembatan antara pendidikan formal dan perusahaan agar tamatannya bisa langsung bekerja. Kurikulum dan mata pelajaran di SMK harus *match* atau sesuai dengan kebutuhan dunia usaha.

Namun, dalam kenyataan, SMK justru menghasilkan paling banyak penganggur terbuka. Itu berarti *link and match* tidak jalan. Alumni SMK tidak mampu memenuhi kebutuhan dunia usaha. SMK gagal menjadi *link* ke dunia usaha akibat kualitas pendidikannya yang tidak *match* dengan dunia usaha.

Oleh karena itu, bisa dimengerti apabila laju pertumbuhan ekonomi Indonesia hanya 5% dalam lima tahun terakhir. Penduduk yang bekerja didominasi oleh mereka yang berpendidikan rendah. Sekitar 40,51% pekerja Indonesia hanyamengenyam pendidikan SD dan 17,75% berpendidikan SMP. Jika digabung, 59% tenaga kerja Indonesia adalah mereka yang berpendidikan maksimal SMP.

Besar kecilnya tingkat pengangguran dapat dikatakan sangat penting dalam mengukur keberhasilan pembangunan ekonomi. Hal ini dikarenakan pengangguran merupakan salah satu indikator untuk menunjukkan tingkat kesejahteraan akibat dari tingkat pembangunan ekonomi. Jumlah penduduk yang semakin meningkat diikuti pula dengan angkatan kerja yang meningkat akan meningkatkan jumlah pengangguran apabila tidak diimbangi dengan peningkatan kesempatan kerja.

Salah satu faktor yang mengakibatkan tingginya angka pengangguran di negara kita adalah terlampau banyak tenaga kerja yang diarahkan ke sektor formal sehingga ketika mereka kehilangan pekerjaan di sektor formal, mereka kelabakan dan tidak bisa berusaha untuk menciptakan pekerjaan sendiri di sektor informal. Pengangguran intelektual ini tidak terlepas dari persoalan dunia pendidikan yang tidak mampu menghasilkan tenaga kerja berkualitas sesuai tuntutan pasar kerja sehingga seringkali tenaga kerja terdidik kita kalah bersaing dengan tenaga kerja asing.

Fenomena inilah yang sedang dihadapi oleh bangsa kita di mana para tenaga kerja yang terdidik banyak yang menganggur walaupun mereka sebenarnya menyandang gelar. Salah satu kelemahan dari sistem pendidikan kita adalah sulitnya memberikan pendidikan yang benar-benar dapat memupuk profesionalisme seseorang dalam berkarier atau bekerja. Saat ini pendidikan kita terlalu menekankan pada segi teori dan bukannya praktek.

Pendidikan seringkali disampaikan dalam bentuk yang monoton sehingga membuat para siswa menjadi bosan. Kita hanya pandai dalam teori tetapi gagal dalam praktek dan dalam profesionalisme pekerjaan tersebut. Rendahnya kualitas tenaga kerja terdidik kita juga adalah karena kita terlalu melihat pada

gelar tanpa secara serius membenahi kualitas dari kemampuan di bidang yang kita tekuni.

Masalah ketersediaan lapangan kerja di Indonesia sekarang ini sudah mencapai kondisi yang cukup memprihatinkan ditandai dengan jumlah pengangguran yang besar dan pendapatan yang relatif rendah. Pengangguran dapat menjadi beban keluarga dan masyarakat, sumber utama kemiskinan, dapat mendorong peningkatan keresahan sosial dan kriminal, serta dapat menghambat pembangunan dalam jangka panjang.

Tingkat pengangguran yang tinggi dapat membawa berbagai dampak pada proses pembangunan ekonomi. Agar tidak terus berlanjut, pemerintah harus mengatasi masalah pengangguran, karena masalah pengangguran ini adalah masalah yang sangat vital dan sensitif bagi kestabilan ekonomi dan keamanan suatu negara. Pengangguran dapat membawa dampak yang sangat berbahaya jika tidak diatasi. Pengangguran berdampak dalam bidang ekonomi, sosial maupun secara individual pada pelaku pengangguran itu sendiri. Begitu pentingnya pengangguran ini untuk segera diatasi, maka penulis tertarik bahwa makalah ini akan membahas tentang Pengangguran Dalam Aspek Ekonomi Syariah yang dikaji didalamnya mengenai konsep pengangguran, sebab akibat terjadinya pengangguran, dampak pengangguran itu sendiri serta solusi yang akan dilakukan untuk mengatasi pengangguran tersebut.

II. Hasil dan Pembahasan

A. Definisi dan Konsep Pengangguran

Pengangguran adalah seseorang yang tergolong angkatan kerja dan ingin mendapatkan pekerjaan tetapi belum dapat memperolehnya. Orang yang sedang tidak bekerja contohnya : Ibu rumah tangga, pelajar, mahasiswa dan lain sebagainya yang karena sesuatu hal tidak/belum membutuhkan pekerjaan. Masalah pengangguran menyebabkan tingkat pendapatan nasional dan tingkat kemakmuran masyarakat tidak mencapai potensi maksimal yaitu masalah pokok makro ekonomi yang paling utama.

Untuk mengukur tingkat pengangguran pada suatu wilayah bisa didapat dari persentase membagi jumlah pengangguran dengan jumlah angkatan kerja.

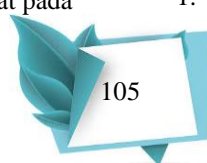
$$\text{Tk. Pengangguran} = \frac{\text{Jumlah Yang Nganggur}}{\text{Jumlah Angkatan Kerja}} \times 100\%$$

Tingkat pengangguran yang tinggi menggambarkan banyaknya masyarakat yang kehilangan pendapatan, hal ini akan berdampak pada pertumbuhan perekonomian.

Jenis Dan Macam Pengangguran

Berdasarkan pendekatan angkatan kerja, pengangguran terbagi tiga jenis, yaitu :

1. Pengangguran Friksional / *Frictional Unemployment*



Pengangguran Jenis ini adalah pengangguran yang muncul karena pencari kerja masih mencari pekerjaan yang sesuai jadi ia menganggur bukan karena tidak ada pekerjaan, pengangguran ini tidak menimbulkan masalah dan bisa diselesaikan dengan pertumbuhan ekonomi.

2. Pengangguran Struktural / *Struktural Unemployment*

Pengangguran structural adalah pengangguran yang muncul karena perubahan struktur dan komposisi perekonomian. Pengangguran struktural adalah keadaan dimana penganggur yang mencari lapangan pekerjaan tidak mampu memenuhi persyaratan yang ditentukan pembuka lapangan kerja.

3. Pengangguran musiman / *Seasonal Unemployment*

Pengangguran ini terjadi karena faktor musim, misalnya para pekerja di industri yang mengandalkan hidupnya dari pesanan. Pengangguran jenis ini juga tidak banyak menimbulkan masalah.

4. Pengangguran Siklikal

Pengangguran yang dihubungkan dengan turunya kegiatan perekonomian suatu Negara atau keadaan sebuah Negara mengalami resesi. Kegiatan perekonomian mengalami kemunduran, daya beli masyarakat menurun

5. Pengangguran terdidik

Pengangguran angkatan kerja berpendidikan menengah ke atas dan tidak bekerja. Jika didasarkan pada kebijakan pemerintah tentang wajib belajar 9 tahun, maka golongan terdidik adalah golongan di mana telah menempuh kewajiban pendidikan dasar dan kemudian memutuskan untuk melanjutkan ke tingkat pendidikan yang lebih tinggi.

Pengangguran menurut lama waktu kerja dapat dibedakan menjadi :

1. Pengangguran Terbuka (*open unemployment*)

Pengangguran terjadi dimana situasi seseorang sama sekali tidak bekerja dan berusaha mencari pekerjaan.

2. Setengah Menganggur (*under unemployment*)

Pengangguran terjadi karena situasi dimana orang bekerja, tetapi tenaganya kurang dimanfaatkan bila diukur dari jumlah jam kerja, produktivitas kerja dan pendapatan yang diperoleh, seorang pekerja lepas (*freelance*) tidak ada kepastian waktu dalam mengerjakan pekerjaan.

3. Pengangguran Terselubung (*disguised unemployment*)

Pengangguran tersebut terjadi karena tenaga kerja bekerja tidak bekerja secara optimal. Ketidaksesuaian posisi pekerjaan yang dikerjakan tenaga kerjanya akan berpengaruh produktivitas kerja dan penghasilan rendah

Faktor – Faktor Terjadinya Pengangguran

Faktor yang mempengaruhi tingkat pengangguran, yaitu sebagai berikut :

1. Kekakuan Upah/Tingkat upah, dimana tingkat upah memegang peranan penting atau sangat berpengaruh besar dalam kondisi ketenagakerjaan.
2. Teknologi, Pengangguran dapat pula ditimbulkan oleh adanya pergantian tenaga manusia oleh mesin-mesin dan bahan kimia.
3. Fasilitas modal, fasilitas modal mempengaruhi permintaan tenaga kerja melalui dua sisi. Pengaruh substitutif, dimana bertambahnya modal akan mengurangi permintaan tenaga kerja
4. Struktur perekonomian, perubahan struktur ekonomi menyebabkan penurunan permintaan tenaga kerja.

Selanjutnya beberapa penyebab terjadinya pengangguran yang lain sebagai berikut :

1. Penduduk relatif banyak sedangkan kesempatan kerja/ lapangan kerja relatif rendah
2. Pendidikan dan keterampilan yang rendah
3. Teknologi yang semakin maju yang belum terimbangi oleh kemampuan manusia
4. Pengusaha yang selalu ingin mengejar keuntungan dengan cara melakukan penghematan seperti penerapan rasionalisasi
5. Adanya lapangan kerja yang dipengaruhi oleh musim

Dampak - Dampak Pengangguran Terhadap Perekonomian

Selanjutnya Akibat buruk pengangguran terhadap perekonomian adalah :

a. Pengangguran menyebabkan masyarakat tidak dapat meminimumkan tingkat kesejahteraan yang mungkin dicapainya. Pengangguran menyebabkan output aktual yang dicapai lebih rendah dari atau dibawah output potensial. Keadaan ini berarti tingkat kemakmuran masyarakat yang di capai adalah lebih rendah dari tingkat yang akan dicapainya.

b. Pengangguran menyebabkan pendapatan pajak pemerintah berkurang, pengangguran yang disebabkan oleh rendahnya tingkat kegiatan ekonomi, pada gilirannya akan menyebabkan pendapatan pajak yang diperoleh pemerintah akan menjadi sedikit. Dengan demikian tingkat pengangguran yang tinggi akan mengurangi kemampuan pemerintah dalam menjalankan berbagai kegiatan pembangunan.

c. Pengangguran yang tinggi akan menghambat, dalam arti tidak menggalakkan pertumbuhan ekonomi. Keadaan ini jelas bahwa pengangguran tidak akan mendorong perusahaan untuk melakukan investasi di masa yang akan datang

Kebijakan Ekonomi Mikro dan Makro Terhadap Pengangguran



Solusi masalah pengangguran di Indonesia dilihat dari 2 (dua) kebijakan diantaranya kebijakan mikro (khusus) dan kebijakan makro.

Berikut merupakan kebijakan mikro ada 10 solusi yaitu (1) Pengembangan *mindset* dan wawasan penganggur; (2) segera melakukan pengembangan kawasankawasan khususnya yang tertinggal dan terpinggirkan sebagai prioritas dengan membangun fasilitas transportasi dan komunikasi; (3) segera membangun lembaga sosial yang dapat menjamin kehidupan penganggur; (4) segera menyederhanakan perizinan karena dewasa ini terlalu banyak jenis perizinan yang menghambat investasi baik Penanaman Modal Asing (PMA), Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN) dan investasi masyarakat secara perorangan maupun berkelompok; (5) mengaitkan secara erat (sinergi) masalah pengangguran dengan masalah diwilayah perkotaan lainnya seperti sampah, pengendalian banjir dan lingkungan yang tidak sehat; (6) mengembangkan suatu lembaga antar kerja secara professional. Lembaga itu dapat disebutkan sebagai job senter yang dibangun dan dikembangkan secara professional sehingga dapat membimbing dan menyalurkan para pencari kerja; (7) menyeleksi Tenaga kerja Indonesia (TKI) yang akan dikirim keluar negeri. Perlu seleksi lebih ketat terhadap pengiriman TKI keluar negeri; (8) segera harus disempurnakan kurikulum dan system pendidikan nasional (Sisdiknas). System pendidikan dan kurikulum sangat menentukan kualitas pendidikan; (9) upayakan untuk mencegah perselisihan hubungan industrial (PHI) dan pemutusan hubungan kerja (PHK); (10) segera mengembangkan potensi kelautan kita.

Sedangkan kebijakan makro tentang solusi masalah pengangguran mengenai moneter seperti jumlah uang beredar, tingkat suku bunga, inflasi dan nilai tukar yang melibatkan Bank Indonesia (Bank Sentral), fiscal (Departemen Keuangan) dan lainnya.

B. Definisi Pengangguran Dalam Islam

Definisi pengangguran sebagaimana yang ada dalam ekonomi konvensional yang membatasi penganggur hanya pada pencari kerja yang tidak mendapatkan pekerjaan, adalah definisi yang sangat sempit bila dilihat dari kacamata ajaran islam tentang kerja. Dalam perspektif Islam kerja menyangkut segala aktivitas kegiatan manusia baik yang bersifat badaniah maupun rohaniah yang dimaksudkan untuk mewujudkan atau menambah suatu manfaat yang dibolehkan secara Syar'i. Ketika seseorang tidak mau menggunakan potensinya maka itulah pengangguran yang amat membahayakan diri dan masyarakatnya.

Secara moral islam orang yang demikian adalah menganggur yang memikul dosa. Sedangkan yang terus memfungsikan potensinya baik modal, tenaga maupun pikiran tidak termasuk kategori menganggur yang menyalahi ajaran Islam. Ketika seseorang tidak bekerja namun ia masih terus berfikir keras bagaimana ia bisa memproduktivitasikan dirinya sehingga bisa menghasilkan kerja yang produktif maka ia secara moral islam memenuhi kewajiban kerja dalam islam dan tidak menanggung dosa pengangguran.

Jenis Pengangguran Dalam Islam

Pengangguran dapat dibagi menjadi dua kelompok, yaitu:

1. Pengangguran jabariyah (terpaksa)

Suatu pengangguran di mana seseorang tidak mempunyai hak memilih status sehingga harus terpaksa menerimanya. Pengangguran seperti ini umumnya terjadi karena seseorang tidak mempunyai skill sedikitpun, yang sebenarnya bisa dipelajari sejak kecil sebagai modal untuk masa depannya, atau seseorang telah mempunyai skill tetapi skillnya tidak berguna sedikitpun karena adanya perubahan lingkungan dan perkembangan zaman.

2. Pengangguran khiyariyah

Seseorang yang memilih untuk menganggur padahal pada dasarnya dia mampu untuk bekerja, namun pada kenyataannya dia memilih untuk berpangku tangan dan bermalas-malasan. Dia memilih hancur dengan potensi yang dimiliki dibandingkan menggunakannya untuk bekerja. Dia tidak pernah berusaha dan mengusahakan suatu pekerjaan apapun, kepribadiannya malas hingga menjadi "sampah masyarakat".

Penyebab Pengangguran Dalam Islam

Penyebab pengangguran bisa disebabkan oleh dua hal, yaitu faktor individu dan faktor sistem sosial dan ekonomi :

1. Faktor Individu penjelasan sebagai berikut :

a. Faktor Kemalasan

Pengangguran yang berasal dari kemalasan individu sebenarnya sedikit. Namun dalam sistem materialis dan politik sekularis banyak mendorong masyarakat menjadi malas, seperti sistem penggajian yang tidak layak atau maraknya perjudian. Banyak orang yang miskin menjadi malas bekerja karena berharap menjadi kaya mendadak dengan cara menang judi atau undian.

b. Faktor cacat/uzur

Dalam sistem kapitalis hukum rimba. Karena itu tidak ada tempat bagi mereka yang cacat / Uzur untuk mendapatkan pekerjaan yang layak

c. Faktor Rendahnya Pendidikan dan Keterampilan

Rendahnya pendidikan menyebabkan rendahnya juga keterampilan yang mereka miliki. Belum lagi sistem pendidikan Indonesia yang tidak fokus pada persoalan praktis yang dibutuhkan dalam kehidupan dan dunia kerja. Pada akhirnya mereka menjadi pengangguran intelektual.

2. Faktor Sistem Sosial dan Ekonomi

Faktor ini merupakan penyebab utama meningkatnya pengangguran di Indonesia, diantaranya :



- a. Ketimpangan antara penawaran tenaga kerja dan kebutuhan

Misalnya tahun depan diperkirakan akan muncul para pencari tenaga kerja baru sekitar 2 juta orang, sedangkan yang bisa ditampung saat ini dalam sektor formal hanya 30%. Sisanya di sektor informal atau menjadi pengangguran.

- b. Kebijakan pemerintah yang tidak berpihak kepada rakyat

Banyak kebijakan pemerintah yang tidak berpihak kepada rakyat dan menimbulkan pengangguran baru. Kebijakan pemerintah yang lebih menekankan pertumbuhan ekonomi bukan pemerataan ekonomi juga mengakibatkan banyaknya ketimpangan dan pengangguran. Banyaknya pembukaan industri tanpa memperhatikan dampak lingkungan telah mengakibatkan pencemaran mematikan lapangan kerja yang sudah ada juga mengakibatkan terjadinya pengangguran.

- c. Pengembangan Sektor Ekonomi non Real

Dalam sistem ekonomi kapitalis muncul transaksi yang menjadikan uang sebagai komoditas yang disebut sektor non real serta bursa efek dan saham perbankan sistem ribawi maupun asuransi. Sektor ini tumbuh pesat bahkan nilai transaksinya bisa mencapai 10 kali lipat dari pada sektor real.

- d. Banyaknya Tenaga Kerja Wanita

Peningkatan jumlah tenaga kerja wanita mengakibatkan persaingan pencari kerja antara wanita dan laki-laki. Akan tetapi, dalam sistem kapitalis untuk efisiensi biaya biasanya diutamakan adalah wanita karena mereka mudah diatur dan tidak banyak menuntut, termasuk dalam masalah gaji. Kondisi ini mengakibatkan banyaknya pengangguran di pihak laki-laki.

Dampak Pengangguran Dalam Islam

Dampak Pengangguran dari sisi agama sebagai berikut :

1. Membahayakan terhadap akidah.

Para penganggur harus selalu hati-hati atau waspada terhadap kondisinya. Hal ini disebabkan keadaannya yang serba kekurangan dapat menggodanya untuk melakukan kemaksiatan guna memenuhi kebutuhan-kebutuhan hidupnya.

2. Membahayakan terhadap akhlak.

Orang miskin lebih-lebih yang hidup di tengah-tengah orang kaya akan banyak mendorong mereka untuk berbuat yang tidak dibenarkan syara' dan akhlak mulia.

3. Membahayakan terhadap kelangsungan rumah tangga.

Pengangguran dapat mengancam keluarga dalam beberapa segi, baik segi pembinaan, kelangsungannya maupun pemeliharannya. Dalam segi pembinaan menuju rumah tangga semisal seorang jejak yang ingin menikah, ia harus memikirkan bagaimana membayar mahar dan memberi nafkah, dengan ia pada posisi

pengangguran ia mengalami kesulitan untuk mewujudkan impiannya menuju ke pelaminan.

Cara Mengatasi Pengangguran Dalam Islam

Cara mengatasi pengangguran dalam islam dapat dilakukan dengan cara :

- a. Melalui kegiatan pendidikan dan dakwah yang efektif dan membangun pemahaman fiqh serta pemahaman ajaran Islam dengan memberikan dorongan kepada masyarakat tentang pentingnya bekerja.

Banyak alquran dan Hadits mengenai pentingnya kita bekerja untuk mendapatkan keuntungan didunia dan pahala di akhirat nanti , hal ini ada dalam salah satu firman Allah yaitu ; QS. At-Taubah [9]:105

Artinya : *Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mu'min akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.*

Selain menjadi sebuah kewajiban, Islam juga memberikan penghargaan mulia untuk setiap pemeluknya yang dengan ikhlas dalam bekerja dan mengharapkan keridhaan Allah SWT dan penghargaan tersebut tertuang dalam beberapa riwayat hadits berikut ini :

Ibnu Abbas ra berkata, Aku mendengar Rasulullah SAW bersabda, *'Barang siapa yang merasakan kelelahan pada sore hari, karena pekerjaan yang dilakukan oleh kedua tangannya, maka ia dapatkan dosanya diampuni oleh Allah SWT pada sore hari tersebut.'* (HR. Imam Tabrani, dalam Al-Mu'jam Al-Ausath VII/ 289).

- b. Menciptakan dan menanamkan jiwa wirausaha para warga melalui kegiatan pendidikan dan iklim yang kondusif bagi pengembangan usaha mandiri dan mendukungnya dengan aliran modal yang memadai. Ini bisa ditempuh dengan memberdayakan instrument perekonomian Islam seperti zakat, infaq, sedekah maupun wakaf yang lebih berorientasi pada produktifitas, dengan didukung lembaga keuangan Islam yang sudah ada semisal perbankan Syari'ah dan Baitul Mal Wat-Tamwil (BMT) yang tentunya harus beroperasi Islami secara substansial bukan formalnya saja.

- c. Dan ketiga yang tidak kalah pentingnya adalah membangun dan menegakkan landasan hukum yang mampu mengatasi tindakan-tindakan kontraproduktif bagi kebijakan-kebijakan pemberantasan pengangguran tersebut.

Selain itu cara lain dalam mengatasi pengangguran dalam islam dan Menciptakan Lapangan Pekerjaan dapat dilakukan dengan dua mekanisme, yaitu mekanisme Individu dan mekanisme sosial ekonomi.

1. Mekanisme Individu

Dalam mekanisme ini pemerintah secara langsung memberikan pemahaman kepada individu, terutama melalui sistem pendidikan tentang wajibnya

bekerja dan kedudukan orang-orang yang bekerja dihadapan Allah SWT, serta memberikan keterampilan dan modal bagi mereka yang membutuhkan. Banyak nash Alquran maupun assunnah yang memberikan dorongan kepada individu untuk bekerja, hal ini terdapat dalam firman Allah SWT QS Al-mulk ayat 15

Artinya : *Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, Maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezki-Nya. dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.*

Jelas, Islam mewajibkan kepada individu untuk bekerja. Ketika individu tidak bekerja, baik karena malas, cacat atau tidak memiliki keahlian dan modal untuk bekerja maka pemerintah berkewajiban untuk memaksa individu bekerja serta menyediakan sarana dan prasarananya, termasuk didalamnya pendidikan.

2. Mekanisme Sosial Ekonomi

Mekanisme ini dilakukan melalui sistem dan kebijakan, baik kebijakan di bidang ekonomi maupun bidang sosial yang terkait dengan masalah pengangguran yaitu :

- a. Negara wajib menciptakan lapangan kerja agar setiap orang yang mampu bekerja dapat memperoleh pekerjaan.
- b. Negara menjamin jaminan sosial berupa jasa pendidikan, kesehatan dan keamanan.
- c. Negara harus berpihak kepada pengusaha maupun buruh secara adil

III. Kesimpulan

Pengangguran atau tuna karya adalah istilah untuk orang yang tidak bekerja sama sekali, sedang mencari kerja, bekerja kurang dari dua hari dalam seminggu, atau seseorang yang sedang berusaha mendapatkan pekerjaan yang layak. Tingkat pengangguran dapat dihitung dengan cara membandingkan jumlah pengangguran dengan jumlah angkatan kerja yang dinyatakan dalam persen.

Pengangguran umumnya disebabkan karena jumlah angkatan kerja tidak sebanding dengan jumlah lapangan kerja yang ada yang mampu menyerapnya. Ketiadaan pendapatan menyebabkan penganggur harus mengurangi pengeluaran konsumsinya yang menyebabkan menurunnya tingkat kemakmuran dan kesejahteraan.

Pengangguran juga Tidak hanya berdampak pada perekonomian saja, namun juga berdampak pada masyarakat. Pengangguran akan menimbulkan ketidakstabilan sosial. Tingkat pengangguran yang tinggi menggambarkan banyak masyarakat yang kehilangan pendapatan. Namun mereka tetap dituntut untuk memenuhi hidup diri sendiri dan keluarganya, sehingga mereka akan melakukan apa saja untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Inilah yang memicu terjadinya pencopetan, perampokan, dan tindak kriminal lainnya.

Pengangguran dapat diatasi dengan melakukan peningkatan efisiensi pasar tenaga kerja dalam

menciptakan lapangan kerja yang berkualitas serta memperkuat daya saing tenaga kerja dalam dalam memasuki pasar tenaga kerja secara global.

Pengangguran dalam islam dapat diatasi dengan mengeksplorasi pesan-pesan normatif dari Alquran dan Hadits dengan cara menanamkan lebih dalam lagi mengenai agama tentang pemahaman pentingnya bekerja untuk kebutuhan di dunia dan memberikan dorongan kepada masyarakat untuk keuntungan di akhirat nanti serta menciptakan jiwa wirausaha yang bisa produktif secara mandiri, bukan yang hanya mengharapkan kesempatan diberi kerja.

REFERENSI

- [1] Naf'an, (2014), *Ekonomi Makro Tinjauan Ekonomi Syariah*, Yogyakarta: Graha Ilmu
- [2] Sukirno, Sadono. *Makro Ekonomi Teori Pengantar*, Raja Grafindo Persada, Depok, 2013
- [3] Hasanah, Norfaath, *Pengaruh Migrasi Masuk Dan Investasi Terhadap Pengangguran Di Kota Pekanbaru*, Jomfekon, Vol. 2 no. 1 Februari 2015
- [4] Hasbiyah, Sitti, *Penguatan Ekonomi dalam Mengatasi Pengangguran di Kota Makassar*, Jurnal Ekonomi Volume 2 Nomor 1 Juni 2014
- [5] Hia, Yulna Dewita, *Strategi dan Kebijakan Pemerintah Dalam Menanggulangi Pengangguran*, Journal of Economic and Economic Education Vol.1 No.2, 2013
- [6] Linggi, Dian, *Analisis Tingkat Pengangguran di Kab. Bangai Tahun 2009-2013*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Volume 1, Nomor 2, September 2016
- [7] Mada, Muhammad, *Analisis Variabel Yang Mempengaruhi Jumlah Pengangguran Terdidik Di Indonesia*, JIEP-Vol. 15, No 1 Maret 2015
- [8] Murtadho Ali, *Solusi Problem Pengangguran Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Jurnal Ilmu Dakwah, Vol 28 No 1, Juni 2013
- [9] Subhan, *Pengangguran Dan Tawaran Solutif Dalam Perspektif Islam*, JES, Volume 3, Nomor 1, September 2018
- [10] Suraji, *Pengangguran Dari Perspektif Ekonomi dan Pemikiran Ibn Khaldun*, Jurnal Mimbar, vol 8 n0 17, 2015
- [11] Syahril, *Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Dan Kesempatan Kerja Terhadap Pengangguran Di Kabupaten Aceh Barat*, Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik, Volume 1 Nomor 2, November 2014
- [12] Wardiansyah, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pengangguran*, e-Jurnal Ekonomi Sumberdaya dan Lingkungan Vol. 5. No.1, Januari – April 2016
- [13] Zarkasi, *Pengaruh Pengangguran Terhadap daya Beli Masyarakat Kalbar*, Jurnal Khatulistiwa – Journal Of Islamic Studies Volume 4 Nomor 1 Maret 2014, hal 52
- [14] Nasri, Warda, *Analisis Pengaruh Inflasi, Pertumbuhan Ekonomi, dan Upah Terhadap Pengangguran Terdidik di Indonesia*, hal 7,

PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN LPG 3 KG (STUDI KASUS PADA PT. TRI FA JAYA DI KABUPATEN LIMA PULUH KOTA)

**FITRIA
STIE HAS BUKITTINGGI
ANDRIA NINGSIH
STIE HAS BUKITTINGGI**

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap : 1)Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Tri Fa Jaya 2)Pengaruh Distribusi Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Tri Fa Jaya. Sampel dalam penelitian ini adalah Pelanggan PT. Tri Fa Jaya sebanyak 55 orang. Penarikan sampel dengan menggunakan metode sensus, dengan melakukan penelitian kepada seluruh sampel sebanyak 55 orang. Alat analisis yang digunakan adalah Regresi Linier Sederhana dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package For Social Science*).

Hasil Penelitian ini adalah:Hargaberpengaruh Negatif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Tri Fa Jaya

Latar belakang masalah.

Dewasa ini, tingkat ketergantungan masyarakat indonesia terhadap gas LPG sangat besar. Ini dapat dilihat dari jumlah konsumsi gas LPG yang meningkat terus dari tahun ke tahun. Kenaikan harga eceran tertinggi dan kelangkaan Gas LPG telah menimbulkan keresahan di kalangan masyarakat. Sebagian besar masyarakat Indonesia terbiasa menggunakan gas LPG 3 Kg untuk kehidupan sehari hari

Harga gas LPG 3 kg yang harganya telah disubsidi oleh, pemerintah, dapat membantu kalangan masyarakat menengah ke bawah karenaharganya terjangkau bagi masyarakat tersebut dalam program konversi dariminyak tanah ke gas. Walaupun masih ada masyarakat yang belum merasakandampak positif karena kebijakan tersebut. Faktanya, masih banyak masyarakatyang mengeluhkan harga karena ketersediaan pasokan gas yang masih terbatassehingga menjadi langka dan harga

tidak sesuai dengan apa yang ditetapkanpemerintah.

Selama ini pemerintah terus memberikan subsidi gas LPG 3 Kg kepada masyarakat. Tujuannya memberikan subsidi adalah untuk mendorong dan merangsang sektor industri di Indonesia dan membantu masyarakat menengah kebawah yang mayoritas menggunakan LPG 3 Kg dalam kehidupan sehari hari. Namun kenyataannya pemerintah harus mengeluarkan dana APBN yang sangat besar dalam memberikan subsidi ini.

Pada periode 2007-2008 pertamina telah berhasil menyediakan dan mendistribusikan LPG ukuran 3 Kg kepada masyarakat.

Distribusikan LPG ukuran 3 Kg

Tahun	Kemasan			
2015	3 Kg	5,5 Kg	12 Kg	50 Kg
Agustus	4250	-	5750	7255
Juli	4250	5250	5250	6878

Tabel diatas menunjukkan bahwa harga LPG 3 kg ditetapkan Rp 4.250 per Kg, sehingga harga LPG 3 kg Rp 12.750. di sisi lain harga gas LPG 12 Kg dan 50 Kg mulai dinaikkan. Apabila dihitung selisihnya dapat mencapai lebih dari 18.000 untuk tabung 12 Kg dan hingga 150.250 untuk ukuran 50 Kg (media Pertamina 2010).

Harga LPG 3 Kg yang telah ditetapkan ternyata tidak sesuai dengan harga yang terjadi dipasaran berkisar Rp 17.000, Rp 18.000 dan ada di beberapa daerah mencapai Rp 30.000 dan Rp 31.000. hal ini dikarenakan proses distribusi LPG 3 Kg yang panjang, dan setiap tahapannya distribusi mengutip keuntungan tersendiri sehingga harga yang diterima konsumen jauh berbeda dengan yang ditetapkan. Harga adalah unsur bauran pemasaran yang secara langsung mempengaruhi suatu sumber daya pengeluaran (Martin Consuegra et. Al 2007), harga juga

diartikan sebagai sejumlah uang yang harus dikorbankan oleh konsumen untuk mendapatkan barang atau service (Bei et al. 2006).

Rumusan masalah

Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?

Tujuan penelitian

Bedasarkan masalah di atas dapat disimpulkan tujuan penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh harga dan distribusi gas lpg 3kg di kabupaten lima puluh kota terhadap kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka (Kotler & Keller, 2008).Menurut Mowen dan Minor (2002) yang mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya.

Menurut Kotler & Keller (2016), *“Satisfaction is a person’s feelings of pleasure or dissapointment that result from comparing a product’s perceived performance or outcome to expectations. If the performance falls short of 37 expectations, the outcome is dissatisfied. If it matches expectations, the customer is satisfied or delighted”*.Kepuasan konsumen (Kotler dan Keller (2009) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Sedangkan menurut Gaspersz (2011) Kepuasan konsumen adalah suatu keadaan dimana kebutuhan – kebutuhan, keinginan-keinginan , dan harapan-harapan konsumen dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi.

Dari beberapa teori yang dikemukakan dapat dikatakan bahwa kepuasan masyarakat adalah respon, evaluasi, dan tingkat emosi masyarakat terhadap pelayanan publik yang telah dinikmati pada tingkat hasil (*outcome*) sama atau melewati batas penilaian persepsi masyarakat.

Beberapa Macam-macam Kepuasan pelanggan menurut Umar (2005) terbagi menjadi 2 :

- a. Kepuasan Fungsional, merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi suatu produk yang dimanfaatkan. Misal : karena makan membuat perut kita menjadi kenyang.
- b. Kepuasan Psikologikal, merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak berwujud. Misal : Perasaan bangga karena mendapat pelayanan yang sangat istimewa dari sebuah rumah makan yang mewah .

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan

Menurut Irawan (2009) terdapat lima faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Kualitas produk, yaitu Pelanggan akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, yaitu di bidang jasa akan membuat pelanggan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang mereka harapkan.
3. **Emosional**, yaitu Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
4. **Harga**, Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.
5. **Kemudahan**, Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Indikator Kepuasan pelanggan

Menurut teori Kotler dalam jurnal Suwardi (2011), menyatakan kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Indikator Kepuasan pelanggan dapat dilihat dari :



1. *Re-purchase* : membeli kembali, dimana pelanggan tersebut akan kembali kepada perusahaan untuk mencari barang / jasa.
2. Menciptakan *Word-of-Mouth* : Dalam hal ini, pelanggan akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain
3. Menciptakan Citra Merek : Pelanggan akan kurang memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing
4. Menciptakan keputusan Pembelian pada Perusahaan yang sama : Membeli produk lain dari perusahaan yang sama.

Menurut Kotler & Keller (2012) menjelaskan ada sejumlah metode untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya dan pelanggan pesaing. Metode tersebut di antaranya yaitu:

1. Sistem keluh dan saran
Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer – oriented*) perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya guna menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan.
2. *Ghost shopping (mystery shopping)*
Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing.
3. *Lost customer analysis*
Perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.
4. Survei kepuasan pelanggan
Sebagian besar riset kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik survei melalui pos, telepon, *email*, halaman web, maupun wawancara langsung.

Menurut Fandy Tjiptono (2012) pengukuran kepuasan dilakukan dengan berbagai macam tujuan, di antaranya :

1. Mengidentifikasi keperluan (requirement) konsumen (importance ratings), yakni aspek-aspek yang dinilai penting oleh konsumen dan mempengaruhi apakah ia puas atau tidak
2. Menentukan tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja organisasi pada aspek-aspek penting.
3. Membandingkan tingkat kepuasan konsumen terhadap perusahaan dengan tingkat kepuasan konsumen terhadap organisasi lain, baik pesaing langsung maupun tidak langsung.
4. Mengidentifikasi PFI (Priorities for Improvement) melalui analisa gap antara skor tingkat kepentingan (importance) dan kepuasan.
5. Mengukur indeks kepuasan konsumen yang bisa menjadi indikator andal dalam memantau kemajuan perkembangan dari waktu ke waktu.

Menurut Amir (2005), harga adalah jumlah keseluruhan nilai yang diperlukan konsumen untuk manfaat yang didapatkan atau digunakannya atas produk dan jasa. Tjiptono (2002) mendefinisikan harga dari dua sudut pandang, yaitu dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Sementara itu, dari sudut pandang konsumen, harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Kotler (2003) menyatakan bahwa terdapat enam usaha utama yang dapat diraih suatu perusahaan melalui harga, yaitu: bertahan hidup (*survival*), maksimalisasi laba jangka pendek, maksimalisasi pendapatan jangka pendek, maksimalisasi pertumbuhan penjualan, unggul dalam pangsa pasar, dan unggul dalam mutu produk. Lupiyoadi (2001; dalam Gutomo,

2005) menyatakan bahwa keputusan penetapan harga sangat penting dalam menentukan seberapa jauh sebuah layanan jasa yang dapat dinilai oleh konsumen, dan juga dalam proses membangun citra, serta dapat memberikan persepsi tertentu dalam hal kualitas.

Penetapan harga ini biasanya mempunyai beberapa tujuan bagi produk yang dihasilkannya. Tujuan tersebut antara lain :

1. Mendapatkan laba maksimum
2. Mencegah atau mengurangi persaingan
3. Memperbaiki atau mempertahankan pangsa pasar

Menurut (Swastha, 2001) dalam prosedur penetapan harga ada lima tahap yaitu :

1. Mengantisipasi permintaan untuk produk tersebut
2. Mengetahui lebih dahulu reaksi dalam persaingan.
3. Menentukan market share yang ditentukan.
4. Memilih strategi harga untuk mencapai target pasar. Ada dua strategi penetapan harga yang dianggap paling ekstrim yaitu :
 - a. Strategi penetapan harga yang setinggi-tingginya. Strategi ini cocok untuk barang-barang baru.
 - b. Strategi penetapan harga yang serendah-rendahnya, yang bertujuan untuk mencapai hasil penjualan sebesar-besarnya dalam waktu yang singkat.
5. Mempertimbangkan politik pemasaran perusahaan.

Indikator Harga

Menurut Kotler dan Armstrong terjemahan Sabran (2012), didalam variabel harga ada beberapa unsur kegiatan utama harga yang meliputi daftar harga, diskon, potongan harga, dan periode pembayaran. Menurut Kotler dan Armstrong terjemahan Sabran (2012), ada empat indikator yang harga yaitu:

1. Keterjangkauan harga.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.
3. Daya saing harga.
4. Kesesuaian harga dengan manfaat.

Dimensi harga menurut Mursid (2014), yaitu :

1. *Cost oriented pricing*, adalah penetapan harga yang semata-mata untuk memperhitungkan biaya-biaya dan tidak berorientasi pada pasar. terdiri dari dua macam:
 - a. *Mark up pricing* dan *cost plus pricing* cara penetapan harga yang sama, yaitu menambahkan biaya perunit dengan laba yang diharapkan.
 - b. *Target pricing*, yaitu suatu penetapan harga jual berdasarkan target rate of return dari biaya total yang dikeluarkan ditambah laba yang diharapkan pada volume penjualan yang diperkirakan.
2. *Demand oriented pricing*, penentuan harga dengan mempertimbangkan keadaan permintaan, keadaan pasar dan keinginan konsumen. Terdiri dari:
 - a. *Perceived value pricing*, yaitu berapa nilai produk dalam pandangan konsumen terhadap yang dihasilkan perusahaan.
 - b. *Demand differential pricing* atau *price discrimination*, yaitu penetapan harga jual produk dua macam harga atau lebih.
3. *Competition oriented pricing*, menetapkan harga jual yang berorientasi pada pesaing. Terdiri dari :
 - a. *Going rate pricing*, suatu penetapan harga dimana perusahaan berusaha menetapkan harga setingkat dengan rata-rata industri.
 - b. *Sealed bid pricing*, yaitu suatu penetapan harga didasarkan pada penawaran yang diajukan pedagang.

Indikator harga menurut Mursid (2014) adalah sebagai berikut:

1. Harga yang kompetitif yaitu harga yang ditawarkan lebih kompetitif dari pesaing.
2. Kesesuaian harga dengan harga pasar yaitu kesesuaian harga dengan harga pasar.
3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk yaitu harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk.
4. Angsuran yaitu pembayaran yang bisa diangsur sampai jangka waktu tertentu.

Penelitian ini tergolong penelitian deskriptif yang menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu mencoba untuk menggambarkan, menentukan, dan menafsirkan suatu objek dalam bentuk konsep.

Penelitian dilakukan kepada konsumen PT. Tri Fa Jaya yang berlokasi di Kanagarian Sungai Kamuyang Kabupaten 50 Kota yang akan dilaksanakan dari bulan Februari – Juli 2019.

Data Primer merupakan data yang di dapat atau di kumpulkan oleh penelitian dengan cara langsung dari sumbernya. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung oleh peneliti melalui kuesioner yang berisikan sederatan pertanyaan yang dibagikan kepada seluruh pelanggan LPG 3Kg.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua cara dalam mengumpulkan data antara lain :

1. Survey
2. Questionnaire (angket)

Untuk mendapatkan rata-rata skor masing-masing indikator dalam pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam kuisisioner dipakai rumus berikut:

$$\text{Rata-rata skor} = \frac{(5.SS) + (4.S) + (3.N) + (2.TS) + (1.STS)}{SS + S + N + TS + STS}$$

Di mana:

- SS = Sangat Setuju
- S = Setuju
- KK = Kadang-Kadang
- TS = Tidak Setuju
- STS = Sangat Tidak Setuju.

Sedangkan untuk mencari tingkat pencapaian jawaban responden digunakan rumus berikut:

$$\text{TCR} = \frac{\text{Rata - Rata Skor}}{5} \times 100$$

Dimana: TCR = tingkat pencapaian jawaban responden

Sudjana (1996) menyatakan bahwa kriteria nilai tingkat capaian responden (TCR) dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

Persentase Pencapaian	Kriteria
90 % - 100 %	: Sangat Baik
80 % - 89,99 %	: Baik
65 % - 79,99 %	: Cukup baik
55 % - 64,99 %	: Kurang baik
0 % - 54,99 %	: Tidak baik

Penelitian ini menggunakan konsumen pada PT TRI FA JAYA sebagai responden penelitian. maka profil responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Profil Responden Penelitian

Variabel	Kategori	Frekuensi	(%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	42	76%
	Perempuan	13	24%
Jumlah		55	100%
Status	Belum Kawin	6	11%
	Kawin	46	84%
	Duda	3	5%
	Janda	0	0%
	Jumlah	55	100%
Usia	17 -25 tahun	3	5%
	26 – 35 tahun	12	22%
	36 – 45 tahun	13	24%
	> 45 tahun	27	49%
Jumlah		55	100%
Pendidikan	SMP	8	15%
	SMA/ SMK	39	71%
	D III	5	9%
	S1	3	5%
Jumlah		55	100%

Uji Validasi

Sugiyono (2007) menyatakan bahwa syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat validitas adalah r hitung > r tabel , yang mana r tabel pada penelitian ini adalah 0,3610. Jadi, apabila diperoleh r hitung lebih besar dari 0,3610 maka butir pernyataan dalam instrumen penelitian dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi adalah pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya (reliable). Untuk menguji reliabilitas atau

kehandalan Harga (X1) dan Kepuasan Pelanggan (Y) digunakan nilai *croanbach's alpha* minimal 0,60. (Nunnely, 1978)

1) Uji Normalitas

Dari uraian Tabel 4.10 diketahui bahwa nilai Asym.Sig (2-tailed) untuk variabel Harga (X1) sebesar 0,248 dan Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,479. Jadi, dapat disimpulkan bahwa nilai Asym.Sig (2-tailed) dari semua variabel penelitian nilainya lebih besar dari tingkat signifikan yang digunakan pada penelitian ini ($\alpha = 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel penelitian berdistribusi normal, berarti analisis regresi dapat dilaksanakan karena data telah berdistribusi normal.

Hasil Analisis Regresi

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients(a)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	27,020	4,125		6,550	,000
HARGA	-,227	,120	-,314	-2,894	,012

a Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dari hasil pengolahan data untuk analisis regresi linear berganda sebagaimana yang terlihat pada Tabel 4.12 terlihat nilai koefisien regresi dari masing-masing variabel penelitian, koefisien regresi dari variabel Harga(X1), adalah - 0,227 dan nilai konstanta sebesar 27,020. Kemudian, nilai koefisien regresi masing-masing variabel di atas dapat disubstitusikan ke dalam persamaan regresi berganda sebagai berikut:

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

$$Y = 27,020 - 0,227 X_1$$

Nilai koefisien yang disubstitusikan ke dalam persamaan di atas dapat diartikan sebagai berikut :

- 1) Nilai konstanta sebesar 27,020, hal ini menunjukkan bahwa sebelum dipengaruhi oleh Harga (X1), maka nilai Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 27,020.
- 2) Koefisien regresi dari Harga (X1) sebesar -0,227 yang bertanda Negatif, menunjukkan bahwa dengan penurunan Harga (X1) dalam setiap satuannya akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,227 dalam setiap satuan dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan (*catteries paribus*).

Uji Hipotesis Atau Uji t

Dapat dilihat bahwa uji t variabel Harga(X1) sebesar -0,227 dengan α sebesar 0,012, maka dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa Distribusi memiliki pengaruh yang dominan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pembahasan

Hasil pengolahan data dengan analisis regresi linear berganda diketahui bahwa nilai koefisien regresi dari variabel Harga(X1) adalah sebesar -0,227. Nilai signifikansi dari variabel Harga(X1) adalah sebesar 0,012. Jika nilai signifikansi dibandingkan dengan tingkat signifikan yang digunakan dalam penelitian ini ($\alpha = 0,05$) maka terbukti bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikan yang digunakan ($0,012 < 0,05$). Dari koefisien regresi diketahui bahwa variabel Harga (X1) sebesar -0,227 bertanda Negatif, yang menunjukkan bahwa dengan penurunan Harga (X1) dari setiap satuan akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,227 dalam setiap satuan dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan (*catteries paribus*). Hal ini berarti terdapat pengaruh yang Negatif dan signifikan Harga(X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT. Tri Fa Jaya. Dengan demikian hipotesis yang diajukan ditolak pada tingkat kepercayaan 95%.

Kesimpulan

Harga(XI) berpengaruh Negatif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT. Tri Fa Jaya pada tingkat kepercayaan 95%.

Saran

Harga harus tetap disesuaikan dengan keadaan dan kondisi masyarakat sehingga Kepuasan Pelanggan akan meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- AL Haryono Yusuf. 1997, Dasar – Dasar Akuntansi , Yogyakarta : STIE YKPN.
- Amir M.Taufiq, 2005. Dinamika Pemasaran: Jelajahi dan Rasakan, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Anto Dajan, 1997. Pengantar Metode Statistik Jilid kedua, LP3ES, Jakarta.
- Augusty. Ferdinand. 2006. Metode Penelitian Manajemen. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Danang Sunyoto, 2013. Dasar – dasar manajemen Pemasaran, Yogyakarta : CAPS.
- Daryanto. 2011, Manajemen Pemasaran, Sari Kuliah . Bandung : satu nusa
- Engel, Henry. 2001. *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Etzel Michael J, Walker.J.W, Stanton W.J. 2001, Marketing edisi ke 12 , New York, USA : Mc Graw – Hill Irwin.
- Gaspersz Vincent. 2011. Total Quality Manajement. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, Imam. 2005. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gujarati Damodor, 1999. Ekonometrika Dasar, erlangga , Jakarta
- Irawan, H. 2009. *Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Gramedia, Jakarta.
- Kotler Philip, dan Armstrong. 2006. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi kedua jilid pertama. A Jakarta: Erlangga
- Kotler Philip, dan Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi kedua jilid ketiga. A Jakarta: Erlangga
- Kotler Philip, dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jilid Ketiga. Jakarta: Indeks
- Kotler Philip, dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jilid ketujuh. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler Philip, dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jilid sebelas. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Prenhallindo
- M. Suyanto. 2007, Marketing Strategi TOP Brand Indonesia, Yogyakarta : CV.Andi.
- Mowen, John C dan Michael Boyd. 2002. *Perilaku Konsumen*, Jilid 1 Edisi ke 5. Jakarta : Erlangga.
- Singgih, Santoso . 2000, Latihan SPSS Statistik Parametrik. Gramedia, Jakarta.
- Stanton, William.J. 2004. Dasar- dasar Pemasaran Manajemen, Yogyakarta : Danang Sunyoto.
- Stanton, William.J. 2012. Dasar- dasar Pemasaran Manajemen, Yogyakarta : Danang Sunyoto.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta, Bandung.

Suwandi, Joko. 2011. *Penelitian Tindakan Kelas*. Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Swastha, Basu. 2012. *Pengantar Bisnis Modern Edisi Ketiga*. Yogyakarta : Liberty.

Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*, Edisi I. Yogyakarta : Andi.

Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*, Edisi II. Yogyakarta : Andi.

Tjiptono, Fandy. 2005. *Strategi Pemasaran*, Edisi V. Yogyakarta : Andi.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi VIII. Yogyakarta : Andi.

Tjiptono, Fandy. 2010. *Strategi Pemasaran*, Edisi X. Yogyakarta : Andi.

Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*, Edisi XII. Yogyakarta : Andi.

Umar, Hamdani. 2005. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta : Gramedia.

Widyanto.I.D , 2008. *Manajemen*, Mitra Cendikia Press, Yogyakarta.

Distorsi Pasar; Solusi dalam Ekonomi Islam

Kumaidi
Program Studi Magister Ekonomi Syariah
Institut Agama Islam Negeri
Bukittinggi, Indonesia
aaidie8@gmail.com

Zulhendri
Program Studi Magister Ekonomi Syariah
Institut Agama Islam Negeri
Bukittinggi, Indonesia
sutanrajoalamhen@gmail.com

Elsa Monicha
Program Studi Magister Ekonomi
Syariah
Institut Agama Islam Negeri
Bukittinggi, Indonesia
elmonicha0295@gmail.com

Feri Irawan
Program Studi Magister Ekonomi Syariah
Institut Agama Islam Negeri
Bukittinggi, Indonesia
feri.irawan.jg@gmail.com

Fauziah Nur H
Program Studi Magister Ekonomi Syariah
Institut Agama Islam Negeri
Bukittinggi, Indonesia
fauziahnur336@gmail.com

Abstrak- Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi perihal distorsi pasar dalam literatur ekonomi Islam. Pendekatan historis dan filosofis dipakai dalam analisis untuk menawarkan solusi atas persoalan distorsi. Berdasarkan hasil penelitian ini distorsi disebabkan oleh rekayasa permintaan (*bai' najazy*) dan rekayasa penawaran (*ihthikar*), penipuan (*tadlis*), ketidakpastian (*taghdir*). Adapun cara yang ditempuh dalam mengatasi distorsi pasar yaitu Market intervention, larangan ikhtikar, keterbukaan informasi pasar dan Regulasi Harga.
Kata Kunci : Distorsi Pasar, Tadlis, Informasi Pasar, Ihthikar.

I. PENDAHULUAN

Pasar dalam pengertian ilmu ekonomi adalah pertemuan antar permintaan dan penawaran, kita sebut sebagai pertemuan antara *Supply and Demand*. Dalam pengertian ini, pasar bersifat interaktif, bukan fisik. Adapun mekanisme pasar adalah proses penentuan tingkat harga berdasarkan kekuatan permintaan dan penawaran.

Pertemuan antara permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*) dinamakan *equilibrium price* (harga keseimbangan). Pasar merupakan tulang punggung perekonomian masyarakat, baik masyarakat yang berada di kalangan kelas bawah ataupun masyarakat yang berada di kalangan kelas atas. Semua unsur yang berkaitan dengan hal ekonomi berada di pasar, mulai dari unsur produksi, distribusi, ataupun unsur konsumsi. Aktivitas yang dilakukan di pasar pada dasarnya akan melibatkan produsen dan konsumen.

Masing-masing dari mereka mempunyai peranan yang sangat penting terhadap pembentukan harga dalam pasar. Pembahasan terkait dengan Pasar, negara, individu dan masyarakat selalu menjadi diskursus hangat dalam ilmu ekonomi. Menurut ekonomi kapitalis (*klasik*) pasar memainkan peranan yang sangat penting dalam sistem perekonomian. Ekonomi kapitalis menghendaki pasar bebas untuk menyelesaikan permasalahan ekonomi, mulai dari produksi, konsumsi sampai distribusi.

Berbeda dalam konsep ekonomi Islam, memandang bahwa pasar, negara, dan individu berada dalam keseimbangan. Pasar dijamin kebebasannya dalam Islam. Pasar bebas menentukan cara-cara produksi dan harga, tidak boleh ada gangguan yang mengakibatkan rusaknya keseimbangan pasar. Dalam konsep ekonomi

Islam adalah penentuan harga dilakukan oleh kekuatan-kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dan penawaran. Pertemuan antara permintaan dan penawaran tersebut harus terjadi rela sama rela, sehingga tidak ada pihak yang merasa terpaksa, tertipu ataupun adanya kekeliruan dalam melakukan transaksi barang tertentu pada tingkat harga tertentu sehingga tak ada pihak yang merasa dirugikan. Dengan demikian, Islam menjamin pasar bebas dimana para pembeli dan penjual bersaing satu sama lain dengan arus informasi yang berjalan lancar dalam kerangka keadilan.

Namun keadaan pasar yang ideal menurut prinsip Islam tersebut, tidaklah sesuai dengan keadaan yang sebenarnya dilapangan, karena seringkali adanya gangguan yang terjadi terhadap mekanisme pasar ini, dan gangguan-gangguan inilah yang disebut dengan distorsi Pasar.

Distorsi pasar yang sering terjadi dalam sebuah transaksi adalah *tadlis*, *gharar*, *maysir*, *ihthikar* dan *bay'najasy*. Distorsi pasar ini sering dilakukan oleh para pelaku pasar untuk mencari keuntungan cepat atau di atas wajar dengan merugikan pihak lain. Distorsi ini menciptakan ketidakadilan dan ketidakseimbangan di pasar. Menguntungkan bagi satu pihak tetapi merugikan bagi pihak lain. Agar tercipta pasar yang Islami di, bentuk-bentuk distosi ini akan dibahas satu persatu dan bagaimana wujudnya di pasar dengan berbagai pandangan dan pendapat para ahli.

II. PEMBAHASAN

A. Pengertian Distorsi Pasar

Makna *distorsi* dalam kamus bahasa Indonesia yang adalah sebuah gangguan yang terjadi atau pemutar balikan suatu fakta, aturan dan penyimpangan dari fakta yang seharusnya terjadi. Sedangkan pasar secara umum dapat dikatakan sebagai suatu tempat bertemunya antara penjual dengan pembeli.[1]

Sedangkan menurut Al-Ghazali, pasar adalah tempat bertemunya antara penjual dan pembeli dan melakukan transaksi barang atau jasa. Pasar merupakan sebuah mekanisme pertukaran barang dan jasa yang alamiah dan telah berlangsung sejak awal peradaban manusia. Dalam Islam pasar sangatlah penting dalam perekonomian,

pasar telah terjadi pada masa Rasulullah dan Khulafaur Rasyidin dan menjadi *sunatullah* yang telah di jalani selama berabad-abad. Menurut Rahmi Ain, pernyataan ini menunjukkan bahwa pasar adalah tempat yang menampung hasil produksi dan menjualnya kepada mereka yang membutuhkan. Pernyataan tersebut juga menyebutkan bahwa pasar timbul dari adanya *double coincidence* yang sulit bertemu. Maka, untuk memudahkan adanya tukar-menukar dalam memenuhi kebutuhan diciptakanlah pasar. [2]

Sedangkan menurut Addiarahman, pasar secara sederhana dapat dipahami sebagai bertemunya permintaan dan penawaran dan terjadilah pertukaran barang dan jasa. Dari situ, harga terbentuk dan lazim disebut sebagai titik *equilibrium*, yaitu titik keseimbangan harga dan kuantitas dari permintaan dan penawaran. Terbentuknya harga dari proses tersebut disebut sebagai mekanisme pasar. Secara umum dengan demikian pasar atau mekanisme pasar adalah interaksi sosial yang dilakukan manusia dalam rangka memenuhi kebutuhannya, yaitu dengan melakukan permintaan dan penawaran terhadap suatu barang.

Jadi pengertian distorsi pasar ialah sebuah gangguan yang terjadi terhadap mekanisme pasar yang sempurna menurut prinsip Islam. Ataupun bisa juga dikatakan bahwasanya distorsi pasar adalah suatu fakta yang terjadi dilapangan (mekanisme pasar), yang mana fakta tersebut tidak sesuai dengan teori-teori yang seharusnya terjadi didalam sebuah mekanisme pasar. [3]

B. Bentuk-Bentuk Distorsi Pasar

Pasar menentukan harga dan cara berproduksi, tidak boleh ada gangguan yang mengakibatkan rusaknya keseimbangan pasar tersebut. Namun dalam kenyataannya sulit ditemukan pasar yang berjalan sendiri secara adil (*fair*), kondisi demikianlah kita sebut sebagai distorsi pasar. Dalam kenyataannya, distorsi pasar tetap sering terjadi sehingga dapat merugikan para pihak yang terlibat sebagai pelaku pasar.

Maka sehubungan dengan mekanisme pasar di atas, dalam sistem ekonomi itu harus menyesuaikan dengan apa yang terkandung dalam sistem ekonomi Islam. Karena secara umum dapat dikatakan bahwa dalam sistem ekonomi Islam terdapat nilai-nilai yang masuk dalam keilmuan berdasarkan norma dan kaidah yang berasal dari Al-Qur'an dan Hadis.

Dalam konsep ekonomi Islam, interaksi antara sisi penawaran dan permintaan (*Supply demand*) haruslah terjadi rela sama rela (*antaradin*) dalam melakukan transaksi, keadaan rela sama rela tersebut merupakan kebalikan dari keadaan aniaya (*Zhulm*) yang mana dalam keadaan tersebut salah satu pihak berbahagia diatas penderitaan orang lain. Distorsi pasar ini sering dilakukan oleh para pelaku pasar untuk mencari keuntungan cepat atau di atas wajar dengan merugikan pihak lain.

Distorsi ini menciptakan ketidakadilan dan ketidakseimbangan di pasar. Menguntungkan bagi satu pihak

tetapi merugikan bagi pihak lain. Beberapa tindakan yang bersifat kezaliman (*zhulm*) di pasar dapat menyebabkan kondisi terjadinya distorsi baik dari sisi penawaran maupun permintaan. Kondisi ini mengakibatkan harga berada dalam kondisi ketidakseimbangan, dimana pertemuan *supply* dan *demand* terjadi karena ada faktor-faktor kejahatan, bukan disebabkan oleh faktor yang bersifat alamiah yang tidak dapat dihindari oleh manusia, seperti: cuaca, bencana alam, dan lainnya.

Beberapa tindakan bukan alamiah tetapi karena tindakan kejahatan seseorang atau sekelompok orang di pasar yang menjadi pemicu terjadinya distorsi pasar :

1. Ikhtikar

Sejak semula para pemikir Islam sudah menemukan tentang kemungkinan terjadinya distorsi harga. Karena banyaknya nash, baik dari al-Qur'an maupun As-Sunnah yang mengindikasikan tentang distorsi harga. Distorsi harga dalam istilah yang digunakan oleh Ibn Taimiyyah sendiri dengan istilah *zhulm* yang artinya penyesatan atau kejahatan. Salah satu distorsi harga yang sering ditemukan di pasar adalah akibat penimbunan komoditas. Penimbunan terhadap beberapa komoditas menjadi permasalahan dalam masalah perdagangan komoditas hasil pertanian sampai saat ini. Masalah penimbunan ini terjadi sejak masa silam, dan dalam hadits pun dinyatakan bahwa Nabi bersabda: *Tidak lahorang yang melakukan ikhtikar itu kecuali ia berdosa.* (HR Muslim, Ahmad & Abu Dawud dari Sa'id ibn al Musayyab). Larangan ikhtikar ini terkait dengan sabda Nabi: *"barang siapamenimbun bahan makanan selama empat puluh malam, maka sesungguhnya ia telahberlepas diri dari Allah, dan Allahpun berlepas darinya"*. (HR Hakim, Ahmad, Syaibah).

Hadits di atas adalah menyimpan bahan makanan untuk menyiasati kelonjakan harga barang agar bisa mengambil keuntungan. Sehingga di hadits yang lainnya Rasulullah bersabda: *Sejelek-jelek manusia ialah orang yang suka menimbun, jika mendengar harga murah merasa kecewa dan jika mendengar harga naik, ia merasa gembira* (Ibn Razih).

Permainan ini dengan cara, seorang penjual bersepakat untuk menyimpan komoditas dalam waktu yang lama, ketika persediaan barang di pasar habis, maka permintaan semakin meningkat, hingga terjadilonjakan harga, kemudian penjual melepaskan barang dengan harga yang jauh lebih tinggi untuk memperoleh laba sebesar-besarnya. Hal ini tidak diperbolehkan dalam Islam, karena menyebabkan kesengsaraan padakonsumen. Dalam hal ini Ibn Taimiyyah menyatakan bahwa jika penjual menimbun sejumlah barang komoditas, dan menjualnya dengan harga yang jauh lebih tinggi daripada modal, maka ia diwajibkan untuk menjualnya dengan tingkat harga ekuivalen. [4]

Tetapi, jika Penimbunan barang tidak untuk mengambil keuntungan berlipat ganda dengan cara curang, diperbolehkan. Misalnya penimbunan makanan yang dilakukan oleh Nabi Yusuf as, untuk menyasiasi terjadinya kekeringan. Penimbunan semacam ini bertujuan baik, untuk menyediakan kebutuhan pokok dalam waktu yang lama. Misalnya penimbunan untuk stok/persediaan barang tanpa maksud berbuat curang.

2. *Taghrir*

Taghrir berasal dari kata bahasa arab *gharar*, yang berarti akibat, bencana, bahaya, risik dan ketidakpastian. Dalam istilah fikih muamalah, *taghrir* berarti melakukan sesuatu secara membabi buta tanpa pengetahuan yang mencukupi, atau mengambil risiko sendiri dari suatu perbuatan yang mengandung risiko tanpa mengetahui dengan persis apa akibatnya atau memasuki kancah risiko tanpa memikirkan konsekuensinya. Jual beli *gharar* ialah suatu jual beli yang mengandung ketidak-jelasan atau ketidak pastian. Jual beli *gharar* dan *tadlis* sama-sama dilarang, karena keduanya mengandung *incomplete information*. Namun berbeda dengan *tadlis*, dimana *incomplete information*nya hanya dialami oleh satu pihak saja (*onknown to oneparty*), misalnya pembeli saja atau penjual saja, dalam *gharar incomplete information* dialami oleh dua pihak, baik pembeli maupun penjual. Jadi dalam *gharar* terjadi ketidakpastian (ketidakjelasan) yang melibatkan dua pihak (*unknown to both parties*). Contohnya jual beli ijon, jual beli anak sapi yang masih dalam kandungan induknya, menjual ikan yang ada di dalam kolam.

Sebagaimana *tadlis*, jual beli *gharar* juga terjadi pada empat hal, yaitu: kualitas, kuantitas, harga dan waktu. *Gharar* terdapat dalam :

1. Barang yang diperdagangkan belum ada;
2. Penjual tidak dapat menyerahkan barang;
3. Penjualan barang dilakukan dengan cara penipuan untuk menarik minat pembeli supaya tertarik untuk melakukan transaksi.
4. Kontrak tidak jelas sehingga menggiring pembeli kepada praktek penipuan dari segi kualitas, kuantitas dan harga. ketidakpastian dalam akad *gharar* meliputi pembeli dan penjual, harga, objek yang ditransaksikan, waktu penyerahan dan kualitasnya.

Ketidakpastian dalam hal-hal di atas akan menimbulkan kezaliman kepada salah satu pihak dengan perolehan keuntungan yang tidak dibenarkan, rusaknya akad dan menimbulkan perselisihan di antara kedua belah pihak, juga menguatkan bahwa pelanggaran unsur *gharar* disebabkan karena menimbulkan perolehan yang tidak adil di antara pihak yang tidak terlibat. Oleh karena itu sebelum melakukan suatu akad, harus jelas unsur di atas sehingga tidak ada pihak-pihak yang dirugikan di kemudian hari.[5]

Menurut Gusniarti, *gharar* juga mempunyai tingkatan dan dibagi kepada beberapa macam:

1. *Gharar al-kathir*, yaitu *gharar* yang jumlah dan kuantitasnya banyak, hukumnya dilarang karena merusak transaksi. Hal ini berdasarkan ijma'

seperti menjual ikan yang masih dalam air, burung yang masih terbang di udara.

2. *Gharar al-yasir* yaitu *gharar* yang jumlah dan kuantitasnya sedikit, hukumnya dibolehkan menurut ijma' seperti menjual fondasi rumah dan lain lain.
3. *Gharar al-Mutawassit* yaitu *gharar* yang jumlah dan kuantitasnya pertengahan, hukumnya masih diperbincangkan, namun ukuran untuk mengetahui banyak atau sedikitnya dikembalikan kepada kebiasaan.

Ibn Rushd menjelaskan bahwa *gharar al-kathir* pada mulanya terdapat pada kecurangan dan pengurangan informasi tentang sifat dan barang yang diperjualbelikan, keraguan akan adanya, keraguan dalam kuantitasnya dan informasi tentang harga yang tidak wajar dalam bentuk pembayaran. *Gharar al-kathir* juga berkaitan dengan masalah pembayaran dan penyerahan barang berdasarkan waktu yang telah disepakati. Jenis *gharar al-kathir* ini dilarang dalam syariah.

Sedangkan Al-Baji membagi kategori *gharar* kepada dua macam yaitu kategori berat dan ringan. Kategori berat yaitu *gharar* yang sangat mempengaruhi sahnya akad seperti jual beli janin binatang yang masih dalam perut induknya karena kedua belah pihak, penjual dan pembeli tidak mengetahui dengan pasti bagaimana kondisi janin sebenarnya setelah dilahirkan nanti, apakah dalam kondisi sehat atau cacat atau malah mati. Kedua, kategori ringan yaitu *gharar* yang tidak mempengaruhi sahnya akad secara signifikan seperti kontrak rumah sebulan yang tidak dijelaskan jumlah hari perbulan apakah 28, 29, 30 atau 31 hari. Ibn Rushd juga memperkuat pendapat Al-Baji dengan menjelaskan bahwa *gharar* ringan tidak merusak struktur akad sehingga tidak dikategorikan *gharar* yang diharamkan karena pihak-pihak yang bertransaksi dalam *gharar* ringan mengetahui kemungkinan kemungkinan tersebut dan secara signifikan tidak merugikan kedua belah pihak yang bertransaksi setelah berlangsungnya akad. Tidak berbeda dengan Ibn Rushd, Yusuf Qaradhawi juga berpendapat jika kualitas barang yang diperjualbelikan sedikit maka tidak haram, karena sudah difahami melalui 'urf. Para ulama sepakat bahwa *gharar* yang diharamkan adalah *gharar* yang mempengaruhi akad (*gharar al-kathir*) dan berbeda pendapat dalam hal *gharar* yang sedikit mempengaruhi akad. Ulama klasik membedakan *gharar* yang membatalkan akad dan *gharar* yang dimaafkan. Berdasarkan dengan ini mayoritas ulama memberikan persyaratan terhadap *gharar* yang dimaafkan yaitu *gharar* tersebut kecil, barangnya diperlukan oleh masyarakat dan *gharar* tidak mampu dilakkan kecuali dengan mashaqqah yang dilegitimasi oleh syara'. [6]

C. Solusi Terhadap Gangguan Pasar: *Islamic Solution*

Ekonomi Islam memandang bahwa pasar, negara dan individu berada dalam keseimbangan (Iqtishad), tidak boleh ada sub-ordinat, sehingga salah satunya menjadi dominan dari yang lain. Pasar dijamin kebebasannya dalam Islam. Pasar bebas menentukan cara-cara produksi dan harga, tidak boleh ada gangguan yang mengakibatkan rusaknya keseimbangan pasar. Dalam konsep Ekonomi Islam, penentuan harga dilakukan oleh kekuatan-kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dan penawaran. Pertemuan antara permintaan dan penawaran tersebut harus taterjadi rela sama rela, sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan dalam melakukan transaksi barang tertentu (Q) pada tingkat harga tertentu (P). Namun keadaan yang terjadi dilapangan, tidaklah sesuai dengan pasar yang ideal menurut prinsip Islam. Sehingga ada beberapa solusi yang di tawarkan bagaimana Islam menyikapi permasalahan distorsi pasar yang terjadi saat ini :

1. Market Intervention

Terjadinya monopoli, penipuan, ketidak pastian pasar dan gangguan pasar lainnya seperti yang terjadi pada pasar modern, ini disebabkan karena PPS yang dipercayai oleh ekonomi konvensional adalah PPS tanpa adanya intervensi pemerintah secara menyeluruh. Sehingga apapun yang terjadi di pasar pemerintah tidak ikut campur, dengan demikian pasar dibiarkan bekerja bebas meskipun terjadi kecurangan, kezaliman dan monopoli yang dapat merugikan orang lain.

Berbeda dengan pasar Islam, meskipun pemerintah tidak turut campur menetapkan harga namun pemerintah tetap berkewajiban mengawasi pasar bagi memastikan keadilan dan keseimbangan pasar. Sebagaimana penjelasan di atas, bahwa pemerintah dalam pasar Islam tidak boleh turut campur (*intervention*) dalam menentukan harga pasar apabila kenaikan harga terjadi secara alami. Namun apabila penyebabnya bukan karena kekuatan *supply* dan *demand*, maka pemerintah diperbolehkan melakukan intervensi pasar untuk mengembalikan harga keseimbangan.

Intervensi pasar yang dilakukan oleh Rasulullah SAW dan Khulafaurrasyidin ialah melalui intervensi permintaan dan penawaran, misalnya Umar bin Khattab mengimpor gandum daripada Mesir bagi mengendalikan harga gandum di Madinah, ia juga melakukan pengawasan pasar dengan ketat agar tidak terjadi kecurangan. Sedangkan Rasulullah SAW sendiri mengajarkan sikap sederhana, membeli sesuai keperluan dan tidak berlebih-lebihan, hal ini sangat baik untuk mengatur pola permintaan di pasar Islam.

2. Larangan Ikhtikar

Rasulullah SAW telah melarang ikhtikar, yaitu secara sengaja menahan atau menumpuk barang, terutama pada waktu terjadi kelangkaan, dengan tujuan untuk menaikkan harga di kemudian hari. Perilaku menimbun barang ini menzalimi manusia, Umar bin Khattab dengan tegas dan

keras melarang para penumpuk barang berdagang di pasar. Umar bin Khattab. berkata, “*Janganlah menjual di pasar kami seorang penimbun barang*”. Namun tidak termasuk ikhtikar adalah penumpukan yang terjadi sewaktu barang sedang banyak di pasar, misalnya penimbunan atau penahanan pada waktu panen raya, dan segera menjualnya pada saat pasar memerlukan.

3. Keterbukaan Informasi Pasar

Untuk menghindari kecurangan dan ketidakadilan maka setiap penjual dan pembeli haruslah mengetahui harga dan kualitas serta kuantitas barang dengan jelas sehingga transaksi dapat dilakukan dengan suka sama suka dan adil. Rasulullah SAW bersabda: “*Dan janganlah orang yang tahu menjual kepada orang yang tidak tahu*”. Umar bin Khattab RA. berkata, “*Tunjukkan mereka jalan ke pasar, dan beritahu mereka tentang harga.*”

Beberapa larangan ini antara lain: *talaqi rukhban* (membeli barang dengan cara mencegat para penjual di luar kota), *bay' anajasyi* (berpura-pura menawar lebih tinggi untuk menaikkan harga), *ghaban fahisy* (menyembunyikan informasi harga dengan sengaja untuk memperoleh keuntungan yang tinggi).

4. Regulasi Harga

Pada dasarnya jika pasar sudah bekerja dengan sempurna, maka pemerintah tidak boleh turut campur mengatur harga. Jadi regulasi harga dapat dilakukan pada keadaan tertentu saja. Pemerintah dapat melakukan regulasi harga apabila pasar bersaing tidak sempurna dan keadaan darurat. Apabila terpaksa menetapkan harga, maka konsep harga yang adil harus menjadi pedoman.

Adapun beberapa keadaan darurat menurut Ibnu Taimiyah diantaranya adalah harga naik sedemikian tinggi di luar kewajaran, sementara masyarakat sangat memerlukannya. Selain itu pemilik jasa, misalnya tenaga kerja menolak bekerja kecuali pada harga yang lebih tinggi daripada harga pasar yang terjadi, sementara masyarakat sangat memerlukan jasa tersebut, maka pemerintah dapat menetapkan harga yang wajar (*reasonable price*).

Rasulullah SAW sebagai pendiri pasar Islam sangat menghargai mekanisme yang terjadi di pasar, dimana beliau menyerahkan harga pasar pada kekuatan penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*) sehingga baginda dengan tegas menolak intervensi harga selama harga yang terjadi telah secara adil. Keseimbangan harga pasar hanya dapat dicapai apabila terjadinya persaingan secara sehat dan tidak terjadi monopoli, tidak ada riba, *ihtikar* dan jual beli *gharar* selain itu bisnis mestilah didasari kejujuran (*honesty*), keterbukaan Dengan pandangan yang berbeda, mekanisme pasar Islam telah memberikan konsep yang jelas dan sempurna untuk mekanisme pasar dengan memberikan jalan tengah seperti yang telah diuraikan di atas, bahkan sampai pada

kemungkinan terjadinya distorsi pasar dan cara mengatasinya. [7]

III. Kesimpulan

Distorsi dapat terjadi atas tiga hal, yaitu melalui rekayasa permintaan (*bai' najazy*) dan rekayasa penawaran (*ihthikar*), penipuan (*tadlis*) dan ketidakpastian (*taghrir*). Distorsi pasar adalah suatu gangguan yang terjadi terhadap sebuah mekanisme pasar yang ideal atau sempurna. Sehingga karena adanya gangguan tersebut, mengakibatkan terjadinya beberapa kecurangan dalam hal pelaksanaan mekanisme pasar serta ada pula pihak yang merasa dirugikan yang mana hal tersebut terjadi akibat dilakukannya tiga perilaku yang sebenarnya memang dilarang dalam teori ekonomi islam.

Dengan menghindari unsur-unsur yang dilarang di atas dalam proses transaksi di pasar sekunder, maka proses transaksi menjadi lebih mendekati Islami dan mencapai tujuan ekonomi Islam itu sendiri yaitu *maqasid syri'ah* yang menolak kemudharatan dan memberikan kemaslahatan kepada semua pihak. Untuk mewujudkan tujuan tersebut perlu langkah-langkah yang lebih mendekati ke arah tujuan. Para ekonom Muslim

banyak memberikan masukan untuk terwujudnya pasar yang Islami.

REFERENSI

- [1] Departemen Pendidikan Nasional (2002), Kamus Besar Bahasa Indonesia (Edisi Ketiga). Jakarta. Balai Pustaka.
- [2] Rahmi, Ain. *Mekanisme Pasar dalam Islam*. Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan. Tahun 2015, Vol. 4, No. 2, 177-192.
- [3] Addiarrahman. *Adakah Sistem Pasar Bebas Islami...?*. Jurnal. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Volume 5 Nomor 1, Juni 2014.
- [4] Hakim, Lukmanul, *Distorsi Pasar dalam Pandangan Ekonomi Islam*. JurnalEkomadania. Volume 1. Nomor 1. Juli 2017.
- [5] Singgih Muheramtohad, *Perlindungan Terhadap Harga Komoditas Pasar (Telaah Pemikiran ibn Taimiyyah)*, Jurnal At-Taqaddum, Volume 10, Nomor 1, Juli 2018.
- [6] Gusniarti. *Distorsi Pasar dalam Proses Transaksi Sekuritas Syariah di Pasar Sekunder*, Etikonomi Volume 14 (2), Oktober 2015 P-ISSN: 1412-8969. E-ISSN: 2461-0771.
- [7] Suwandi. *Pasar Islam (Kajian Al-Quran dan Sunnah Rasulullah SAW)*. Al-RisalahForum Kajian Hukum dan sosial Kemasyarakatan Vol. 16, No. 1, Juni 2016. ISSN: 1412-436x.

KEMISKINAN DALAM ASPEK EKONOMI MAKRO SYARIAH

Fika Reflina
Program Studi Magister Ekonomi Syariah
Institut Agama Islam Negeri
Bukittinggi, Indonesia
fika.fika68@yahoo.co.id

Abstrak-Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Begitu pentingnya Kemiskinan ini untuk segera diatasi, maka penulis akan membahas tentang Kemiskinan Dalam Aspek Ekonomi Syariah yang dikaji didalamnya mengenai konsep Kemiskinan, sebab akibat terjadinya Kemiskinan, dampak Kemiskinan itu sendiri serta solusi yang akan dilakukan untuk mengatasi Kemiskinan tersebut

Kata Kunci : Kemiskinan

I. PENDAHULUAN

Kemiskinan merupakan masalah global yang dihadapi dan menjadi perhatian orang di dunia. Negara miskin masih dihadapkan antara masalah pertumbuhan dan distribusi pendapatan yang tidak merata sementara itu, banyak negara berkembang yang mengalami pertumbuhan ekonomi yang tinggi namun, kurang memberikan manfaat bagi penduduk miskinnya. Sedangkan Pembangunan erat kaitannya dengan pemenuhan kebutuhan masyarakat agar tercipta sebuah kesejahteraan. Dalam mewujudkan sebuah kesejahteraan masyarakat, pemerintah harus juga memperhatikan masalah kemiskinan. Karena kemiskinan merupakan hal yang tidak dapat dilepaskan dari masalah pemenuhan kebutuhan hidup.

Kemiskinan di Indonesia merupakan permasalahan yang cukup pelik. Meskipun ekonomi tumbuh dan berkembang selama beberapa tahun terakhir dan berbagai langkah kebijakan pengurangan kemiskinan telah dilakukan, namun nampaknya belum membuahkan hasil yang signifikan. Target kemiskinan yang ditetapkan oleh pemerintahpun hampir tidak pernah tercapai. Kemiskinan tetap menjadi masalah sosial yang paling persistence yang sulit ditanggulangi sebagaimana kemiskinan “abadi” yang terjadi di Afrika (Korankye, 2014).

Bagian ini merupakan bagian utama makalah dan biasanya merupakan bagian terpanjang dari suatu makalah. Hasil pembahasan dalam bagian ini adalah hasil sesuai dengan rumusan persoalan yang dibahas di latar belakang.

Kemiskinan merupakan permasalahan yang mendasar dalam pembangunan ekonomi, terutama pada negara berkembang seperti Indonesia. Kemiskinan didefinisikan sebagai Ketidak mampuan seseorang

dalam memenuhi kebutuhan dasarnya karena ketidak berdayaan

dalam mengakses atau menguasai sumber-sumber ekonomi. Ketidak merataan pembangunan ekonomi menjadi salah satu penyebab terjadinya kemiskinan. Oleh karena itu, pengentasan kemiskinan dan pemerataan pembangunan menjadi aspek yang penting dalam agenda kebijakan pemerintah.

Dalam konteks Indonesia, konstitusi negara secara eksplisit menyatakan melalui UUD 1945 pasal 34 bahwa masyarakat miskin menjadi tanggung jawab negara. Pun begitu dengan al-Qur’an yang menjadi kitab suci mayoritas masyarakat Indonesia telah memberi pesan-pesan bagaimana menanggulangi kemiskinan. Alih-alih kemiskinan menjadi semakin berkurang, kemiskinan malah semakin bertambah pesat.

Peran pemerintah kembali dipertanyakan, paradoksi ayat-ayat normatif al-Qur’an dengan realitas sehari-hari juga tidak terhindarkan. Realitas kemiskinan tersebut pada akhirnya kembali menarik perhatian guna melahirkan tawaran untuk menanggulangi problem kemiskinan, termasuk al-Qur’an yang berusaha melakukan revolusi bagi masyarakat Arab sebagai salah satu bentuk membangun kesejahteraan masyarakat Arab pada waktu itu. Demikian ini karena al-Qur’an yang terkenal dengan adagiumnya shalihin likulli zaman wa makan harus mampu keluar dari nilai-nilai normatifnya sebagai teks dan bisa mentransformasikan nilai-nilai sosialnya agar solusi al-Qur’an tentang kemiskinan benar-benar dapat diartikulasikan dalam kehidupan sehari-hari.

Masalah kemiskinan selalu memperoleh perhatian utama di Indonesia. Hal ini terjadi karena adanya kesadaran pemerintah bahwa kegagalan mengatasi persoalan kemiskinan akan dapat menyebabkan munculnya berbagai persoalan sosial, ekonomi, dan politik di tengahnya masyarakat. Upaya serius pemerintah untuk mengatasi kemiskinan sudah dilakukan sejak era Orde Baru.

II. Hasil dan Pembahasan

C. Definisi dan Konsep Pengangguran

Kemiskinan adalah suatu kondisi ketidak mampuan secara ekonomi untuk memenuhi standar hidup rata-rata masyarakat di suatu daerah. Kondisi ketidakmampuan ini ditandai dengan rendahnya kemampuan pendapatan untuk memenuhi kebutuhan pokok baik berupa pangan, sandang, maupun papan. Kemampuan pendapatan yang rendah ini juga akan berdampak berkurangnya kemampuan untuk memenuhi standar hidup rata-rata seperti standar kesehatan masyarakat dan standar pendidikan.

Kemiskinan memiliki banyak definisi, dan sebagian besar sering mengaitkan konsep kemiskinan dengan aspek ekonomi. Berbagai upaya untuk mendefinisikan kemiskinan dan mengidentifikasi kemiskinan sebenarnya menghasilkan suatu konsep pemikiran yang dapat disederhanakan. *Pertama*, dari sudut pandang pengukuran, kemiskinan dibedakan menjadi dua yaitu kemiskinan absolut dan relatif. *Kedua* dari sudut pandang penyebab, kemiskinan dapat dikelompokkan menjadi kemiskinan alamiah dan struktural. Salah satu syarat penting agar suatu kebijakan pengentasan kemiskinan dapat tercapai maka harus ada kejelasan mengenai kriteria tentang siapa atau kelompok masyarakat mana yang masuk ke dalam kategori miskin dan menjadi sasaran program. Salain itu ada syarat yang juga harus dipenuhi yaitu harus dipahami secara tepat mengenai penyebab kemiskinan itu sendiri di masing-masing komunitas dan daerah/wilayah. Karena penyebab ini tidak lepas dari adanya pengaruh nilai-nilai lokal yang melingkupi kehidupan masyarakatnya

D. Bentuk-Bentuk Kemiskinan

1. Kemiskinan Subjektif

kemiskinan yang terjadi karena setiap orang mendasarkan pemikirannya sendiri dengan menyatakan bahwa kebutuhannya tidak terpenuhi secara cukup walaupun sebenarnya tidak terlalu miskin

Contoh : Pengemis musiman di Jakarta

2. Kemiskinan Absolut

seseorang (keluarga) yang memiliki pendapatan dibawah garis kemiskinan sehingga kurang mencukupi untuk memenuhi kebutuhan sandang,pangan,papan,kesehatan,dan pendidikan mereka.

Contoh : Keluarga yang kurang mampu

3. Kemiskinan Relatif

kemiskinan yang terjadi karena adanya pengaruh kebijakan pembangunan yang belum menjangkau seluruh lapisan masyarakat sehingga menyebabkan adanya ketimpangan pendaptan atau ketimpangan standar kesejahteraan.

Contoh : kurangnya lapangan kerja menimbulkan banyak pengangguran

4. Kemiskinan Alamiah

kemiskinan yang terjadi karena keadaan alam yang miskin atau langka sumber daya alam (SDA),sehingga produktivitas masyarakat menjadi rendah.

Contoh : Orang-orang yang ada di Zimbabwe sana kekurangan SDA,karena disekitarnya hanya tanah yang tandus.

5. Kemiskinan Kultural

kemiskinan yang terjadi karena sikap dan kebiasaan seseorang atau masyarakat yang umumnya berasal dari budaya atau adat istiadat yang relatif tidak mau untuk memperbaiki taraf hidup dengan tata cara modern.

Contoh : Suku Badui yang menolak ajaran-ajaran modern dan tetap teguh dengan adat istiadatnya

6. Kemiskinan Struktural

Kemiskinan yang terjadi karena ketidak mampuan sistem atau struktur sosial menghubungkan seseorang dengan sumber daya yang ada.

Contoh : Malas bekerja,kasus Freeport

C . Kemiskinan dalam Prespektif Islam

Kemiskinan adalah salah satu sebab kemunduran dankehancuran suatu bangsa. Bahkan Islam memandang kemiskinan merupakan suatu ancaman dari setan. Allah berfirman:

“Syaitan menjanjikan (menakut-nakuti) kamu dengan kemiskinan dan menyuruh kamu berbuat kejahatan (kikir); sedang Allah menjanjikan untukmu ampunan daripada-Nya dan karunia. Dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha Mengetahui.”

Karena itulah, Islam sebagai risalah paripurna dan sebuah ideologi yang shahih, sangat consen terhadap masalah kemiskinan dan upaya-upaya untuk mengatasinya. Dalam fiqih, dibedakan antara istilah Fakir dan Miskin. Menurut pengertian syara', Fakir adalah orang yang sama sekali tidak mempunyai apa-apa. Sedangkan Miskin adalah orang yang tidak mempunyai kecukupan harta untuk memenuhi kebutuhan pokoknya seperti makanan, pakaian dan tempat tinggal. Dari pengertian kedua istilah di atas, nampak bahwa kriteria Fakir sebenarnya telah mencakup kriteria Miskin.

Syariat Islam telah menetapkan kebutuhan pokok (primer) bagi setiap individu adalah pangan, sandang, dan papan. Allah swt menyatakan bahwa kewajiban ayah memberikan makan dan pakaian kepada para ibu dengan cara ma`ruf Para ibu hendaklah menyusukan anak-anaknya selama dua tahun penuh, yaitu bagi yang ingin menyempurnakan penyusuan. Dan kewajiban ayah memberi makan dan pakaian kepada para ibu dengan cara yang ma`ruf. Seseorang tidak

dibebani melainkan menurut kadar kesanggupannya. Janganlah seorang ibu menderita kesengsaraan karena anaknya dan juga seorang ayah karena anaknya, dan warispun berkewajiban demikian. Apabila keduanya ingin menyapih (sebelum dua tahun) dengan kerelaan keduanya dan permusyawaratan, maka tidak ada dosa atas keduanya.

Dan jika kamu ingin anakmu disusukan oleh orang lain, maka tidak ada dosa bagimu apabila kamu memberikan pembayaran menurut yang patut. Bertakwalah kepada Allah dan ketahuilah bahwa Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan. Tempatkanlah mereka (para istri) di mana kamu bertempat tinggal sesuai dengan kemampuanmu.

D. Langkah Islam Mengatasi Kemiskinan

Allah SWT. sesungguhnya telah menciptakan manusia, sekaligus menyediakan sarana-sarana untuk memenuhi kebutuhannya. Bahkan tidak hanya manusia; seluruh makhluk yang telah, sedang, dan akan diciptakan, pasti Allah menyediakan rizki baginya. Tidaklah mungkin, Allah menciptakan berbagai makhluk, lalu membiarkan begitu saja tanpa menyediakan rizki bagi mereka.

“Allah-lah yang menciptakan kamu, kemudian memberimu rizki, kemudian mematikanmu, kemudian menghidupkanmu (kembali). Adakah di antara yang kamu sekutukan dengan Allah itu yang dapat berbuat sesuatu dari yang demikian itu? Maha Suciilah Dia dan Maha Tinggi dari apa yang mereka persekutukan”.

“Dan tidak ada suatu binatang melatapun di bumi melainkan Allah-lah yang memberi rezkinya, dan Dia mengetahui tempat berdiam binatang itu dan tempat penyimpanannya”. Semuanya tertulis dalam kitab yang nyata (Lauh Mahfuzh). Jika demikian halnya, mengapa terjadi kemiskinan? Seolah-olah kekayaan alam yang ada, tidak mencukupi kebutuhan manusia yang populasinya terus bertambah.

E. Langkah-langkah pengentasan Kemiskinan dalam Upaya Membangun Kesejahteraan Umat

Perlu disadari, bahwa harta merupakan pit fall seluruh lapisan masyarakat, terkecuali orang-orang tertentu yang dijamin kema'sumannya. Kemiskinan tidak lahir begitu saja, melainkan ada latar belakang dan penyebabnya. Walaupun para ahli ilmu-ilmu sosial sependapat bahwa sebab utama yang melahirkan kemiskinan adalah sistem ekonomi yang berlaku dalam masyarakat yang bersangkutan, tetapi kemiskinan itu sendiri bukanlah suatu gejala terwujud semata-mata hanya karena sistem ekonomi.

F. Langkah-Langkah Penanggulangan Kemiskinan Bisa Dijalankan Melalui Tiga Hal, Yaitu:

1. Rekonstruksi Teologi Kemiskinan. “Kemiskinan yang disandang oleh orang miskin dan kekayaan yang dimiliki oleh orang kaya merupakan kehendak dan takdir Tuhan. Jika Tuhan berkehendak, Dia bisa menjadikan semua manusia menjadi Qarun. Tetapi Tuhan sengaja membatasi rezeki untuk orang yang dikehendaknya, untuk menguji mereka”. Ungkapan tersebut merupakan bentuk pembelaan yang sering dilontarkan oleh orang miskin. Hal tersebut disebabkan karena keyakinan mereka bahwa kemiskinan adalah takdir dan kuasa Tuhan, sebuah keyakinan fatalistik. Rekonstruksi teologis yang penulis maksud, adalah bagaimana merubah cara pandang dan logika berpikir tentang kemiskinan. Kemiskinan lahir bukan semata-matadisebabkan oleh faktor takdir, melainkan lebih kepada penganiayaan terhadap diri sendiri. Hal ini senada dengan arti etimologis ‘miskin’ itu sendiri, yaitu ‘diam atau tidak bergerak’.

Dari sini diperoleh kesan bahwa faktor utama penyebab kemiskinan adalah sikap berdiam diri, enggan, atau tidak mau bergerak atau berusaha, dan keengganan berusaha adalah bentuk penganiayaan terhadap diri sendiri.20 Padahal Allah swt. telah menjamin rizki setiap orang di muka bumi. Kewajiban setiap individu adalah berusaha mencarinya dan keluar dari rongrongan kemiskinan. Allah berfirman dalam QS. Hud ayat 6 dan QS. Al- Dzariyat ayat 58:

Artinya: “dan tidak ada suatu binatang melatapun di bumi melainkan Allah-lah yang memberi rezkinya...”. (QS. Hud [11]: 6). Artinya: “Sesungguhnya Allah Dialah Maha pemberi rezki yang mempunyai kekuatan lagi sangat kokoh.” (QS. Al-Dzariyat [51]: 58). Maka tidak heran jika Rasulullah pernah berdo'a sebagaimana yang terekam dalam salah satu hadisnya: “Ya Allah, aku berlindung kepadamu dari kekufuran dan kefakiran”. (HR. Abu Daud). Nabi saw. mengucapkan do'a tersebut berarti mewajibkan setiap individu untuk keluar dari kemiskinan. Kemiskinan itu sama celanya dengan kekufuran, dan karena setiap individu harus memerangi kekufuran, berarti juga harus memerangi kemiskinan. Manusia memiliki kuasa atas dirinya sendiri, tidak terkecuali kuasa atas dirinya keluar dari kemiskinan dan melakukan perubahan sosial. Ayat yang sering dirujuk kaitannya dengan hal tersebut

adalah QS. Al-Ra'd ayat 11:

Artinya: “Sesungguhnya Allah tidak merobah Keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri....” (QS. Al-Ra'd [13]: 11)



Ayat ini berbicara tentang konsep perubahan masyarakat, yang menurut Quraish Shihab, ditafsirkan sebagai sebuah proses perubahan yang memberi posisi manusia menjadi pelaku perubahan. Dalam posisinya sebagai pelaku perubahan, di samping manusia bergerak sebagai wujud personal, juga bagian dari komunitas dan masyarakat.²¹ Berdasarkan ayat tersebut, betapa Allah menegaskan bahwa perubahan sosial, baik personal maupun masyarakat, juga lahir dari kuasa diri.

Dalam konteks kemiskinan, rekonstruksi teologis yang dimaksud penulis adalah melakukan perubahan sosial. Perubahan sosial harus dimulai dari perubahan individu yang meliputi pola pikir, motivasi, pandangan hidup, dan segala aspek terkait lainnya. Jika pola pikir masyarakat miskin meniscayakan bahwa miskin adalah takdir Allah, maka keluar dari cengkeraman kemiskinan adalah juga takdir Allah.

2. Membangun Kesadaran Kolektif Pemberantasan Kemiskinan

Konsep yang sangat mendasar dalam ajaran Islam adalah bahwa setiap orang harus memerangi kemiskinan dengan cara berusaha dan bekerja. Masalahnya sekarang, apa dosa orang-orang yang lemah yang sudah tidak mampu lagi bekerja? Apa kesalahan para janda yang ditinggal mati suaminya, sementara mereka tidak memiliki simpanan harta yang cukup? Apa kesalahan para orang tua jompo? Apa kesalahan orang-orang yang memiliki penyakit kronis? Fenomena tersebut menegaskan bahwa kemiskinan bukan hanya menjadi beban pribadi, tetapi juga menjadi beban dan tanggung jawab bersama untuk menanggulangnya.

Dalam konteks ini, hemat penulis, sangat diperlukan adanya kesadaran bersama yang harus dibangun guna menanggulangi kemiskinan, baik kesadaran tersebut sifatnya personal atau individu yang dilakukan oleh masyarakat, maupun kesadaran penuh yang menjadi tanggung jawab pemerintah melalui kebijakannya. Pertama, kesadaran personal. Kesadaran personal atau individu dalam upaya mengentaskan kemiskinan merupakan salah satu instrumen yang tidak kalah penting. Bahkan kesadaran personal tersebut telah digagas pula oleh al Qur'an.

Cukup banyak ayat al-Qur'an yang mengupayakan pembentukan pribadi luhur, dermawan, dan berani berkorban. Hal itu bisa tumbuh, berangkat dari kesadaran bahwa harta bukan tujuan, melainkan sebatas sarana untuk bersedekah dan berbuat baik kepada orang lain.

Artinya: "Maka berikanlah kepada kerabat yang terdekat akan haknya, demikian (pula) kepada fakir miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan. Itulah

yang lebih baik bagi orang-orang yang mencari keridhaan Allah; dan mereka Itulah orang-orang beruntung." (QS. Al-Rum [30]: 38). Dalam ayat yang lain, betapa Allah menjanjikan balasan yang sangat besar kepada setiap individu yang mendermakan hartanya kepada sesama, khususnya kepada masyarakat yang hidup dalam kemiskinan. Allah menegaskan dalam QS. Al-Baqarah ayat 245:

Artinya: "siapakah yang mau memberi pinjaman kepada Allah, pinjaman yang baik, maka Allah akan melipat gandakan pembayarannya dengan lipat ganda yang banyak. dan Allah menyempitkan dan melapangkan (rezki) dan kepada-Nya-lah kamu dikembalikan." (QS. Al-Baqarah [02]: 245). Secara etimologis, lafadz qardan dalam ayat tersebut bermakna 'pinjaman' suka rela yang didermakan seseorang kepada orang lain. Sedangkan makna yang dimaksud dalam ayat tersebut, menurut Ibn Katsir, sebagaimana pendapat yang bersumber dari Umar dan beberapa ulama lainnya, adalah infak di jalan Allah. Selain itu ada pula yang mengatakan bahwa yang dimaksud ayat tersebut adalah pemberian kepada keluarga.

Dengan demikian, maksud ayat tersebut adalah barang siapa yang membantu sesama, baik orang lain maupun keluarga, maka Allah akan melipatgandakan pemberian tersebut sebagaimana yang ditegaskan dalam QS. Al-Baqarah ayat 26

Kedua, peran pemerintahan. Telah penulis singgung sebelumnya, aspek pemerintahan bukan merupakan sarana utama. Namundemikian, peran pemerintah sangat menentukan, baik dalam membuat masyarakat menjadi miskin, maupun keluar dari kemiskinan. Kebijakan yang kurang tepat dan ketidakberpihakan terhadap masyarakat miskin akan menciptakan kemiskinan yang semakin akut.

3. Membangun Etos Kerja Individu Tawaran

yang terakhir dalam memberantas kemiskinan adalah dengan cara membangun etos kerja. Berbeda dengan dugaan sementara orang yang beranggapan bahwa Islam kurang menyambut baik kehadiran harta. Pada hakikatnya, pandangan Islam terhadap harta sangat positif. Manusia diperintahkan Allah swt. untuk mencari rezeki bukan hanya untuk mencukupi kebutuhan hidupnya, tetapi juga untuk mencari apa yang diistilahkan dengan fadlullah, yang secara harfiah berarti 'kelebihan' yang bersumber dari Allah swt.²⁵ Kelebihan yang bersumber dari Allah tersebut hanya bisa digapai melalui faktor etos kerja yang dimiliki seseorang.

Etos kerja dalam Islam dengan demikian merupakan refleksi pribadi seseorang yang bekerja

dengan bertumpu pada kemampuan konseptual yang bersifat kreatif dan inovatif.

F. Dampak Kemiskinan dan Kesenjangan

Dampak dari kemiskinan terhadap masyarakat umumnya begitu banyak dan kompleks.

1. **Pengangguran.** Dengan banyaknya pengangguran berarti banyak masyarakat tidak memiliki penghasilan karena tidak bekerja. Karena tidak bekerja dan tidak memiliki penghasilan mereka tidak mampu memenuhi kebutuhan pangannya. Secara otomatis pengangguran telah menurunkan daya saing dan beli masyarakat. Sehingga, akan memberikan dampak secara langsung terhadap tingkat pendapatan, nutrisi, dan tingkat pengeluaran rata-rata. Meluasnya pengangguran sebenarnya bukan saja disebabkan rendahnya tingkat pendidikan seseorang. Tetapi, juga disebabkan kebijakan pemerintah yang terlalu memprioritaskan ekonomi makro atau pertumbuhan.

2. **Kekerasan.** Sesungguhnya kekerasan yang marak terjadi akhir-akhir ini merupakan efek dari pengangguran. Karena seseorang tidak mampu lagi mencari nafkah melalui jalan yang benar dan halal. Ketika tak ada lagi jaminan bagi seseorang dapat bertahan dan menjaga keberlangsungan hidupnya maka jalan pintas pun dilakukan. Misalnya, merampok, menodong, mencuri, atau menipu [dengan cara mengintimidasi orang lain] di atas kendaraan umum dengan berpura-pura kalau sanak keluarganya ada yang sakit dan butuh biaya besar untuk operasi. Sehingga dengan mudah ia mendapatkan uang dari memalak

3. **Pendidikan.** Tingkat putus sekolah yang tinggi merupakan fenomena yang terjadi dewasa ini. Mahalnya biaya pendidikan membuat masyarakat miskin tidak dapat lagi menjangkau dunia sekolah atau pendidikan. Jelas mereka tak dapat menjangkau dunia pendidikan yang sangat mahal itu. Sebab, mereka begitu miskin. Untuk makan satu kali sehari saja mereka sudah kesulitan. Tingginya tingkat putus sekolah berdampak pada rendahnya tingkat pendidikan seseorang. Dengan begitu akan mengurangi kesempatan seseorang mendapatkan pekerjaan yang lebih layak. Ini akan menyebabkan bertambahnya pengangguran akibat tidak mampu bersaing di era globalisasi yang menuntut keterampilan di segala bidang.

4. **Kesehatan.** Seperti kita ketahui, biaya pengobatan sekarang sangat mahal. Hampir setiap klinik pengobatan apalagi rumah sakit swasta besar menerapkan tarif atau ongkos pengobatan yang biayanya melangit. Sehingga, biayanya tak terjangkau oleh kalangan miskin.

5. **Konflik** sosial bernuansa SARA. Tanpa bersikap munafik konflik SARA muncul akibat ketidakpuasan dan kekecewaan atas kondisi miskin yang akut. Hal ini

menjadi bukti lain dari kemiskinan yang kita alami. M Yudhi Haryono menyebut akibat ketiadaan jaminan keadilan “keamanan” dan perlindungan hukum dari negara, persoalan ekonomi-politik yang obyektif disublimasikan ke dalam bentrokan identitas yang subjektif.

G. Solusi Untuk Mengatasi Kemiskinan dan Kesenjangan Pendapatan

1. Memperhatikan Sektor UMKM

Menurut Puspayoga, kesalahan itu terletak pada belum diperhatikannya upaya pemberdayaan terhadap para pelaku UMKM di Tanah Air. "Selama ini UKM belum tersentuh upaya pemberdayaan dengan optimal," katanya.

Ia berpendapat, pertumbuhan ekonomi yang tinggi tidak akan ada artinya jika pemerataan pendapatan tidak terdistribusi dengan baik. Dengan kata lain bahwa kesejahteraan hanya dirasakan oleh segelintir kalangan saja.

Oleh karena itu, pihaknya mendorong semua pihak untuk turut serta dalam upaya pemberdayaan dan pengembangan para pelaku UMKM di Tanah Air melalui berbagai cara. Pihaknya sendiri salah satunya mengembangkan skema kredit usaha rakyat (KUR) untuk para pelaku usaha mikro dengan suku bunga 9 persen per tahun.

2. Kebijakan Anti Kemiskinan

Kebijakan anti kemiskinan dan distribusi pendapatan mulai muncul sebagai salah satu kebijakan yang sangat penting dari lembaga-lembaga dunia, seperti Bank Dunia, ADB, ILO, UNDP, dan lain sebagainya.

Untuk mendukung strategi yang tepat dalam memerangi kemiskinan diperlukan intervensi-intervensi pemerintah yang sesuai dengan sasaran atau tujuan perantaranya dapat dibagi menurut waktu, yaitu :

Intervensi jangka pendek, berupa :

Pembangunan sektor pertanian, usaha kecil, dan ekonomi pedesaan Manajemen lingkungan dan SDA Pembangunan transportasi, komunikasi, energi dan keuangan Peningkatan keikutsertaan masyarakat sepenuhnya dalam pembangunan Peningkatan proteksi sosial

Intervensi jangka menengah dan panjang, berupa :

1. Pembangunan/penguatan sektor usaha
2. Kerjasama regional
3. Manajemen pengeluaran pemerintah (APBN) dan administrasi
4. Desentralisasi
5. Pendidikan dan kesehatan

6. Penyediaan air bersih dan pembangunan perkotaan
7. Pembagian tanah pertanian yang merata

Persentase dan Jumlah Penduduk Miskin Menurut Pulau Pada Maret 2018 Tabel 1

Menunjukkan persentase dan jumlah penduduk miskin menurut pulau pada Maret 2018. Pada tabel tersebut terlihat bahwa persentase penduduk miskin terbesar berada di wilayah Pulau Maluku dan Papua, yaitu sebesar 21,20 persen, sementara persentase penduduk miskin terendah berada di Pulau Kalimantan, yaitu sebesar 6,09 persen. Dari sisi jumlah, sebagian besar penduduk miskin masih berada di Pulau Jawa (13,34 juta orang), sedangkan jumlah penduduk miskin terendah berada di Pulau Kalimantan (0,98 juta orang).

Persentase dan Jumlah Penduduk Miskin Menurut Pulau, Maret 2018

Tabel 1: Tingkat Kemiskinan Indonesia

Pulau	Persentase Penduduk Miskin		
	Perkotaan	Pedesaan	Total
Sumatera	8.65	11.66	10.39
Jawa	6.82	12.81	8.94
Bali Dan Nusa Tenggara	9.18	17.77	14.02
Kalimantan	4.33	7.6	6.09
Sulawesi	5.83	13.68	10.6
Maluku Dan Papua	5.03	29.15	21.20
Indonesia	7.02	13.2	9.82

Sumber : Badan Pusat Statistik

Kesimpulan

Kemiskinan adalah suatu kondisi ketidak mampuan secara ekonomi untuk memenuhi standar hidup rata-rata masyarakat di suatu daerah. Kondisi ketidakmampuan ini ditandai dengan rendahnya kemampuan pendapatan untuk memenuhi kebutuhan pokok baik berupa pangan, sandang, maupun papan. Kemampuan pendapatan yang rendah ini juga akan berdampak berkurangnya kemampuan untuk memenuhi standar hidup rata-rata seperti standar kesehatan masyarakat dan standar pendidikan.

Seperti yang sudah kita ketahui dan kita lihat pada saat sekarang ini tingkat kemiskinan di Indonesia masih berada dibawah dan banyaknya kemiskinan yang disebabkan oleh banyaknya pengangguran dan sempitnya lapangan pekerjaan, sehingga banyak pengangguran dan membuat orang-orang tidak takut untuk bertindak kriminal agar mereka dapat memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari.

Dari masalah kemiskinan diatas kita bisa menyimpulkan bahwa kemiskinan dapat diatasi dengan cara menambah lapangan pekerjaan, meningkatkan akses masyarakat miskin terhadap pelayanan dasar, memberikan pelatihan wirausaha kepada masyarakat, dan memberi bantuan kepada masyarakat miskin.

Oleh karena itu salah satu upaya pemerintah yang sudah di laksanakan melalui program-program bantuannya haruslah diawasi dan diperhatikan agar tepat sasaran dan pembagiannya yang merata kedaerah-daerah yang sulit dijangkau sekalipun.

karena banyaknya program yang membantu dalam menanggulangi tingkat kemiskinan di Indonesia membuat masyarakat antusias dan sangat berharap agar mereka juga mendapatkan bantuan sesuai dengan keadaan ekonomi keluarganya yaitu bagi mereka yang menengah kebawah, meskipun tidak secepat yang kita bayangkan untuk menurunkan tingkat kemiskinan akan tetapi upaya pemerintah sangatlah berpengaruh besar terhadap penanggulangan kemiskinan masyarakat Indonesia apalagi dengan adanya bantuan Program Keluarga Harapan yang sudah berlangsung semenjak tahun 2007 sampai sekarang.

Peserta PKH adalah rumah tangga sangat miskin/keluarga sangat miskin (RTSM/KSM) yang sesuai dengan kriteria BPS dan memenuhi satu atau beberapa kriteria program, yaitu:

1. Memiliki ibu hamil/ibu nifas/anak balita.
2. Memiliki anak usia 5-7 tahun yang belum masuk pendidikan dasar (anak pra sekolah)
3. Memiliki anak SD/MI/Paket A/SDLB (usia 7-12 tahun)
4. Memiliki anak SMP/Mts/Paket B/SMLB (usia 12-15 tahun)
5. Memiliki anak SMA/SMK/Paket C/Sederajat (usia 15-18 tahun)
6. Memiliki Anak atau anggota keluarga Penyandang Disabilitas Berat
7. Memiliki Anggota keluarga atau orang tua Lansia umur 60 Tahun ke atas

Adapun jumlah bantuan yang diterima setiap rumah tangga miskin peserta PKH dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2
Skenario Bantuan PKH

Skenario Bantuan	Jumlah Bantuan
Bantuan Tetap	Rp. 550.000/ Tahun
Bantuan bagi RTSM yang memiliki:	Rp. 2.400.000/ Tahun



anak usia dibawah 6 tahun, ibu hamil	
anak usia 5-7 tahun yang belum masuk pendidikan dasar (anak pra sekolah)	Rp. 2.400.000/ Tahun
Anak peserta pendidikan setara SD/MI/Paket A/SDLB	Rp. 900.000/ Tahun
Anak peserta pendidikan setara SMP/Mts/Paket B/SMLB	Rp. 1.500.000 / Tahun

PKH diharapkan mampu merubah pola pikir orang tua tentang pentingnya pendidikan sehingga mereka mampu mengarahkan anak-anak mereka untuk terus belajar demi masa depan dan diharapkan para orangtua mampu memanfaatkan bantuan yang diberikan dengan sebaik-sebaiknya.

REFERENSI

- [1] Badan Pusat Statistik
Direktorat Jaminan Sosial, Direktorat Jenderal Perlindungan dan jaminan Sosial Kementerian Sosial RI, *Pedoman Umum Program Keluarga Harapan*, hal 23
- [2] Rini, Ayu Setyo *Faktor-Faktor Penentu Kemiskinan Di Indonesia: Analisis Rumah Tangga*, Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan Desember 2016; 01(2): 17-33 Issn 2085-4617 Hal 17
- [3] Nurwat, Nunung i, *Model Pengukuran, Permasalahan dan Alternatif Kebijakan* Jurnal Kependudukan Padjadjaran, Vol. 10, No. 1, Januari 2008, Hal 3
- [4] Putri ,Arya Dwiandana, *Pengaruh Umur, Pendidikan, Pekerjaan Terhadap Pendapatan Rumah*
- [5] Girsang ,Silvieni, *Analisis Faktor-Faktor Penyebab Kemiskinan Di Provinsi Riau*, Jom Fekon Vol. 2 No. 2 Oktober 2015, Hal 5-6
- [6] Mujahidin ,Akhmad, *Pengentasan Kemiskinan Dalam Prespektif Ekonomi Islam*, Jurnal Ilmiah Keislaman, Vol. 7, No. 1, Januari-Juni, Hal 176-178
- [7] Lubi,Fauzi Arif s,*Miskin Menurut Pandangan Al-Qur'an*,Tansiq, Vol. 1, No. 1, Januari – Juni 2018 Hal 81

PERAN PEMERINTAH DALAM PASAR (PEMIKIRAN IBNU TAIMIYAH)

Elsa Monicha
Program Studi Magister Ekonomi Syariah
Institut Agama Islam Negeri
Bukittinggi, Indonesia
elmonicha0295@gmail.com

Zulhendri
Program Studi Magister Ekonomi Syariah
Institut Agama Islam Negeri
Bukittinggi, Indonesia
sutanrajoalamhen@gmail.com

Kumaidi
Program Studi Magister Ekonomi
Syariah
Institut Agama Islam Negeri
Bukittinggi, Indonesia
aaidie8@gmail.com

Fauziah Nur Hutahuruk
Program Studi Magister Ekonomi Syariah
Institut Agama Islam Negeri
Bukittinggi, Indonesia
fauziahnur336@gmail.com

Feri Irawan
Program Studi Magister Ekonomi Syariah
Institut Agama Islam Negeri
Bukittinggi, Indonesia
feri.irawan_jr@gmail.com
fauziahnur336@gmail.com

Abstract—Kegiatan pasar tidak bisa dibiarkan bebas tanpa campur tangan Negara. Peranan pemerintah yang sangat urgen untuk melakukan regulasi harga pada tingkat yang adil antara produsen dan konsumen, dengan tidak ada pihak yang dirugikan atau dieksploitasi kepentingannya oleh pihak lain. Di lain pihak ia katakan bahwa kemungkinan penguasa ikut campur dalam perdagangan ini adalah dalam keadaan terdesak atau memaksa. Menurut Ibnu Taimiyah Intervensi Negara mempunyai peranan yang sangat menentukan dalam pelaksanaan nilai-nilai islam itu sendiri. Kerangka pikir ekonomi dari Ibn Taymiyah sejalan dalam pendapat yang menyatakan bahwa ekonomi syari'ah, baik sistem maupun hukumnya merupakan bagian tidak terpisahkan dari sistem pemerintahan dan ketatanegaraan

Keywords—peran pemerintah, pasar, regulasi, intervensi, Ibnu Taimiyah

I. PENDAHULUAN

Kehidupan manusia tidak bisa dipisahkan dengan masalah ekonomi yang mana melibatkan hubungan antar manusia dengan manusia lainnya, hubungan itu harus didasarkan pada norma-norma agama islam yang mengatur segala aspek kehidupan termasuk yang berkaitan dengan masalah mua'amalah. Pasar memiliki peranan yang penting dalam ekonomi, karena kemaslahatan manusia dalam mata pencarian tidak mungkin terwujud tanpa adanya saling tukar-menukar. Pasar dapat didefinisikan sebagai tempat yang mempunyai aturan di mana aturan tersebut dibuat untuk melakukan tukar-menukar hak milik dan menukar barang antara produsen dengan konsumen. Sedangkan menurut pengertian modern, pasar dapat diartikan sebagai suatu situasi di mana penjual dengan pembeli dapat melakukan negosiasi pertukaran komoditi. [1]

Dalam pandangan islam pasar merupakan wahana transaksi ekonomi yang ideal. Pasar mendapat kedudukan yang sangat penting dalam perekonomian islam. Pasar dijadikan katalisator hubungan antara muslim dengan Tuhannya. Dengan kata lain, bertransaksi dalam pasar merupakan ibadah seorang muslim dalam kehidupan ekonomi. Sehubungan dengan perdagangan, pasar memainkan peranan yang sangat penting dalam menentukan

jenis dan jumlah komoditi yang hendak diproduksi. Begitu juga dengan konsumen yang juga merupakan faktor penting dalam menentukan kedudukan pasar. Konsumen akan mencari segala keutuhan di pasar, dalam hal ini agar tidak terjadi perbuatan-perbuatan yang merusak di pihak penjual dalam perdagangan dan penentuan harga di pasar-pasar, perlu adanya ide dan gagasan tentang mekanisme pasar tersebut, sehingga semua kegiatan-kegiatan di pasar dapat terealisasi sesuai dengan ketentuan-ketentuan islam.

Ibnu Taimiyah mengatakan bahwa naik turunnya harga tidak selalu disebabkan oleh tindakan sewenang-wenang dari penjual. Bisa jadi penyebabnya adalah penawaran yang menurun akibat inefisiensi produksi, penurunan jumlah impor barang-barang yang diminta, atau juga tekanan pasar. Ibnu Taimiyah menyebutkan dua sumber persediaan, yaitu produksi lokal dan impor barang-barang yang diminta. Untuk menggambarkan permintaan terhadap suatu barang tertentu, ia menggunakan istilah *raghbah fi al-syai'* yang berarti hasrat terhadap sesuatu/barang. Hasrat merupakan salah satu faktor terpenting dalam permintaan, selain pendapatan. Perubahan dalam supply digambarkannya sebagai kenaikan atau penurunan dalam persediaan barang-barang, yang disebabkan oleh dua faktor, yakni produksi lokal dan impor.

Pernyataan Ibnu Taimiyah di atas menunjuk apa yang sekarang dikenal dengan perubahan fungsi penawaran dan permintaan, yaitu ketika terjadi peningkatan permintaan pada harga yang sama dan penurunan persediaan pada harga yang sama atau sebaliknya penurunan permintaan pada harga yang sama dan penambahan persediaan pada harga yang sama. Jika terjadi penurunan persediaan yang disertai dengan kenaikan permintaan, harga-harga dipastikan akan mengalami kenaikan, dan begitu pula sebaliknya. Namun demikian, kedua perubahan tersebut tidak selamanya beriringan. Ketika permintaan meningkat sementara persediaan tetap, maka harga-harga akan mengalami kenaikan. Ibnu Taimiyah menyebut kenaikan harga terjadi karena penurunan jumlah barang dan peningkatan jumlah penduduk. Penurunan jumlah barang dapat disebut juga sebagai penurunan persediaan, sedangkan peningkatan jumlah penduduk dapat disebut juga sebagai kenaikan

permintaan. Suatu kenaikan harga yang disebabkan oleh penurunan supply atau kenaikan demand dikarakteristikan sebagai perbuatan Allah SWT untuk menunjukkan mekanisme pasar yang bersifat impersonal.

Ketika menganalisis implikasi perubahan supply dan demand terhadap harga, Ibnu Taimiyah tidak memperhatikan pengaruh tingkat harga terhadap tingkat supply dan demand. Lebih jauh, ia mengemukakan bahwa penetapan harga yang dilakukan pemerintah dengan cara menghilangkan keuntungan para pedagang akan menyebabkan terjadinya kerusakan harga, penyembunyian barang oleh para pedagang serta rusaknya kesejahteraan masyarakat. Dengan kata lain, kebijakan pemerintah yang demikian dapat menyebabkan hilangnya persediaan barang-barang dari peredaran. Ia menyadari bahwa persediaan barang-barang yang semakin menipis akan mengakibatkan jatuhnya harga secara drastis. Oleh karena itu, ia begitu teliti dalam mengamati hubungan langsung antara harga dengan supply yang ada [2]

Untuk menghadapi masalah di atas Ibnu Taimiyah berpendapat bahwa kegiatan pasar tidak bisa dibiarkan bebas tanpa campur tangan Negara. Disinilah letak peranan pemerintah yang sangat urgen untuk melakukan regulasi harga pada tingkat yang adil antara produsen dan konsumen, dengan tidak ada pihak yang dirugikan atau dieksploitasi kepentingannya oleh pihak lain. Di lain pihak ia katakan bahwa kemungkinan penguasa ikut campur dalam perdagangan ini adalah dalam keadaan terdesak atau memaksa. Jelaslah disini bahwa menurut konsep Ibnu Taimiyah, pemerintah hanya memiliki wewenang menetapkan harga apabila terjadi praktek kezaliman di dalam pasar, sedangkan di dalam pasar yang adil (sehat) harga diserahkan kepada mekanisme pasar atau tergantung kepada kekuatan supply dan demand.

Pernyataan Ibnu Taimiyah di atas menunjukkan bahwa suatu perdagangan yang banyak dianut pada zamannya adalah kenaikan harga barang disebabkan oleh perbuatan yang merusak dipihak penjual yang melakukan manipulasi, sehingga membawa ketidak seimbangan dalam pasar, seperti penimbunan barang (al-ihthakar). Sehubungan dengan ini, menurut Ibnu Taimiyah Intervensi Negara mempunyai peranan yang sangat menentukan dalam pelaksanaan nilai-nilai islam itu sendiri. Peranan itu diperlukan dalam aspek hukum, pengaturan produksi, pengawasan, pendistribusian barang-barang kebutuhan, dan penentuan harga, serta pemerataan, stabilitas, dan kesejahteraan hidup masyarakat. Untuk menjamin agar kriteria ini tetap terjaga Ibnu Taimiyah mengusulkan adanya petugas yang mengawasi pasar yang disebut al-mustashib atau secara kelembagaan dinamakan al-hisbah.. Al-mustashib memiliki peran aktif dan permanen dalam menjaga mekanisme pasar yang islami sehingga banyak dijadikan model bagi pemerintah terhadap pasar.

Islam masa kini membutuhkan pandangan ekonomi yang jernih tentang apa yang diharapkan dan bagaimana sesuatu itu bisa dilakukan. Untuk mewujudkan hal tersebut diperlukan kebebasan dalam berusaha dan hak milik, yang dibatasi oleh hukum moral dan diawasi oleh negara yang adil dan mampu menegakkan hukum syariat. Seluruh kegiatan ekonomi dibolehkan, kecuali yang secara tegas dilarang oleh syaria'at.

Berdasarkan masalah yang telah dijelaskan di atas, maka hal yang musti dikaji lebih dalam adalah pemikiran Ibnu Taimiyah tentang peran pemerintah dalam pasar.

II. PEMBAHASAN

A. Profil Ibnu Taimiyah (1263-1328)

Nama lengkapnya Taqiuddin Ahmad bin Abdul Halim. Dilahirkan di Harran pada 10 Rabiul Awwal 661 H/ 22 Januari 1263 M. Hidup di masa Khalifah al-Hakim I sampai Khalifah al-Mustakfi. Ibnu Taimiyah lebih dikenal sebagai Mujaddid (pembaharu) dan ulama besar fiqh yang bermazhab Hanbali dan bermanhaj salaf sehingga dijuluki sebagai "Syaiikhul Islam" yang mendedikasikan seluruh hidupnya untuk memurnikan agama dan menentang segala bentuk kebid'ahan, khurafat dan tahayul serta mengkritik segala pemikiran yang bertentangan dengan Al-Qur'an dan Al-Hadits.

Pemikiran Ibn Taimiyah mengenai mekanisme pasar banyak dicurahkan melalui bukunya, yaitu Al-Hisbah fi'l Al-Islam dan Majmu' Fatawa. Pandangan Ibn Taimiyah mengenai hal ini sebenarnya terfokus pada masalah pergerakan harga yang terjadi pada waktu itu, tetapi ia letakan dalam kerangka mekanisme pasar. Secara umum, beliau telah menunjukkan the beauty of market (keindahan mekanisme pasar sebagai mekanisme ekonomi) [3]

Intisari dari konsep ekonominya adalah keadilan sosial ekonomi. Keadilan ini harus dirasakan semua umat, tanpa terkecuali. Meski menekankan pendekatan normatif dalam ekonomi, Ibnu Taimiyah juga adalah sosok ekonom yang brilian dan memahami kondisi ekonomi yang terjadi. Konsep pasar sempurna yang dia tawarkan menunjukkan bahwa melakukan pendekatan positif dalam memahami ekonomi. Meski, bingkainya disertai dengan moralitas dan nilai-nilai Islam.

Ibnu Taimiyah mendambakan suatu masyarakat yang dibekali dengan baik, terorganisir pada basis kebebasan berusaha, dan kekayaan pribadi dengan batas-batas yang ditetapkan oleh pertimbangan moral dan diawasi oleh suatu ketentuan yang adil yang menegakkan syariah dan bekerja untuk masyarakat..

B. Mekanisme Pasar

Pasar adalah bertemunya permintaan dan penawaran atas satu macam barang/ jasa. Yaitu posisi di mana terdapat sejumlah barang tertentu yang mau dan mampu dibeli oleh pembeli. [4] Pasar merupakan hukum alam (sunnatullah) yang harus dijunjung tinggi. Tak seorangpun secara individual dapat mempengaruhi pasar, sebab pasar adalah kekuatan kolektif yang telah menjadi ketentuan Allah.

Pelanggaran terhadap harga pasar, misalnya penetapan harga dengan cara dan karena alasan yang tidak tepat merupakan suatu ketidak adilan yang akan dituntut pertanggungjawabannya di hadapan Allah. Sebaliknya, dinyatakan bahwa penjual yang menjual dagangannya dengan harga pasar adalah laksana orang yang berjuang di jalan Allah, sementara yang menetapkan sendiri termasuk sebuah perbuatan ingkar kepada Allah. Penghargaan Islam terhadap mekanisme pasar berdasar pada ketentuan Allah bahwa perniagaan harus dilakukan secara baik dengan rasa suka sama suka. [5]

Adapun prinsip-prinsip mekanisme pasar Islam adalah: *Ar-Ridha* (kerelaan antar masing-masing pihak), Berdasarkan persaingan sehat, Kejujuran dan Keterbukaan serta keadilan.

Pelaksanaan prinsip ini adalah transaksi yang dilakukan dituntut untuk berlaku benar dalam pengungkapan kehendak dan keadaan yang sesungguhnya. Islam mengatur agar persaingan di pasar dilakukan dengan adil. Setiap bentuk yang dapat menimbulkan ketidakadilan itu dilarang, seperti: Talaqqi rukban, mengurangi timbangan, menyembunyikan barang yang cacat, menukar kurma kering dengan kurma basah, menukar kurma kualitas bagus dengan dua takar kurma kualitas sedang, transaksi najasy, ikhtikar, dan ghaban faa-hisy (menjual di atas harga pasar)

Dalam Islam, etika dalam kegiatan ekonomi harus sesuai syariah dan berlandaskan iman kepada Allah dan Rasul-Nya. Tujuannya adalah untuk mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat (falah) melalui suatu tata aturan yang baik dan terhormat, serta selalu menjaga asas keseimbangan antaradimensi material dan spiritual serta individual dan sosial. Etika ekonomi sangat dibutuhkan untuk mengatur tata pola kegiatan ekonomi, karena di satu pihak sumber-sumber ekonomi yang terbatas, dan di lain pihak permintaan ekonomi yang tidak terbatas. Konflik antar sesama dalam memperebutkan sumber-sumber ekonomi tersebut akan sering terjadi, bila etika tidak mampu memainkan power dan peranannya.

Permintaan

Permintaan adalah sejumlah barang atau jasa yang ingin dibeli atau dimiliki pada berbagai tingkat harga pada waktu tertentu. Fungsi permintaan dalam ilmu ekonomi adalah menunjukkan hubungan antara harga barang dan jumlah barang yang diminta oleh masyarakat [7]

Dalam ekonomi islam, setiap keputusan ekonomi seorang manusia tidak terlepas dari nilai-nilai moral dan agama karena setiap kegiatan senantiasa berhubungan kepada syariat. Permintaan merupakan salah satu elemen yang menggerakkan pasar, istilah yang digunakan oleh Ibnu Taimiyah untuk menunjukkan permintaan ini adalah keinginan. Keinginan yang muncul pada konsumen sesungguhnya merupakan sesuatu yang kompleks, dikatakan berasal dari Allah. [8]

Pada dasarnya faktor-faktor penentu permintaan adalah sebagai berikut: [9]

- Harga barang yang bersangkutan
- Pendapatan Konsumen
- Harga barang lain yang terkait
- Selera konsumen
- Ekspektasi (pengharapan)
- Mashlahah

Dalam kitab Fatawa. Ibnu Taimiyah menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan (ekonomi Islam) dan konsekuensinya terhadap harga: [10]

- Ar-Raghabah (keinginan) atas barang-barang berbeda
- Jumlah orang yang meminta.
- Kuat atau lemahnya permintaan.
- Kualitas pembeli (al-mu'awid).
- Jenis uang yang digunakan.
- Besarnya biaya transaksi

Hal diatas dapat terjadi karena tujuan dari suatu transaksi harus menguntungkan penjual dan pembeli. Jika pembeli memiliki kemampuan untuk membayar dan dapat memenuhi janjinya, maka transaksi akan lebih mudah/lancar.

Penawaran

Defenisi ini menurut Ibnu Taimiyah adalah kekuatan penting dalam pasar sebagai ketersediaan barang yang ada di pasar. Menurutny penawaran bisa dari impor dan produksi lokal sehingga kegiatan ini dilakukan oleh produsen maupun penjual. Dalam pencapaian masalah penawaran sendiri dibutuhkan keimanan yang ada pada diri produsen, apabila jumlah masalah yang terkandung dalam barang yang diproduksi maka akan meningkatkan jumlah produksinya. Selain itu sebagai faktor dari penawaran sendiri tercermin dari keuntungan yang didapat dan yang menjadi unsur dari keuntungan ini adalah harga barang dan biaya produksi. Harga barang ini mempunyai pengaruh kepada nilai keadilan, sebab dengan harga yang tidak adil akan menurunkan penawaran di pasar yang akan berdampak buruk pada mekanisme pasar. Sedangkan untuk biaya produksi yang menyesuaikan harga merupakan hal yang wajar terjadi apabila mengalami kenaikan dengan penilai situasi dan kondisi yang ada. [11]

Dalam khasanah pemikiran ekonomi Islam Klasik, pasokan (penawaran) telah dikenal sebagai kekuatan penting di dalam pasar. Ibn Taimiyah mengistilahkan penawaran ini sebagai ketersediaan barang di pasar.

C. Mekanisme Harga

Mekanisme harga adalah proses yang berjalan atas dasar gaya tarik menarik antara konsumen dan produsen baik dari pasar *output* (barang) ataupun *input* (faktor-faktor produksi). Adapun harga diartikan sebagai sejumlah uang yang menyatakan nilai tukar suatu unit benda tertentu. Dalam membahas persoalan yang berkaitan dengan harga, ia sering kali menggunakan dua istilah, yakni kompensasi yang setara (*iwadh al-mitsl*), dan harga yang setara (*tsaman al-mitsl*). Ia menyatakan, “*Kompensasi yang setara akan diukur dan ditaksir oleh hal-hal yang setara, dan inilah esensi keadilan (nafs al-‘adl).*” [12]

Keadilan yang dikehendaki oleh Ibnu Taimiyah berhubungan dengan prinsip *la dharar* yakni tidak melukai dan tidak merugikan orang lain. Maka dengan berbuat adil akan mencegah terjadinya kezaliman. Konsep Ibnu Taimiyah tentang kompensasi yang adil dan harga yang adil, memiliki dasar pengertian yang berbeda. Karena merupakan sebuah konsep hukum dan moral, Ibnu Taimiyyah mengemukakan konsep kompensasi yang setara berdasarkan aturan hukum yang minimal harus dipenuhi dan aturan moral yang sangat tinggi. Ia menyatakan,

“*Mengompensasikan suatu barang dengan yang lain yang setara merupakan keadilan yang wajib (‘adl wajib) dan apabila pembayaran yang dilakukan secara sukarela itu dinaikkan, hal tersebut adalah jauh lebih baik dan merupakan perbuatan baik yang diharapkan (ihsan mustahab). Namun, jika mengurangi kompensasi tersebut, maka hal tersebut adalah kezaliman yang diharamkan (zhulm muharram). Begitu pula halnya menukar barang yang cacat dengan yang setra merupakan keadilan yang diperbolehkan (‘adl jaiz). Meningkatkan kerusakannya justru melanggar*

hukum(muharram) dan mengurangnya merupakan perbuatan baik yang diharapkan (ihsan mustahab).

Tentang perbedaan kompensasi yang setara dengan harga yang adil, ia menjelaskan:

“Jumlah yang tertera dalam suatu akad ada dua macam. Pertama, jumlah yang telah dikenal baik di kalangan masyarakat. Jenis ini telah dapat diterima secara umum. Kedua, jenis yang tidak lazim sebagai akibat dari adanya peningkatan atau penurunan kemauan (rugbah) atau faktorlainnya. Hal ini dinyatakan sebagai harga yang setara.”[13]

Tampak jelas bagi Ibnu Taimiyah bahwa kompensasi yang setara itu relatif merupakan sebuah fenomena yang dapat bertahan lama akibat terbentuknya kebiasaan, sedangkan harga yang setara itu bervariasi, ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran serta dipengaruhi oleh kebutuhan dan keinginan masyarakat.

D. Regulasi Harga dan Intervensi Pasar

Regulasi harga adalah pengaturan terhadap harga barang-barang yang dilakukan pemerintah. Dalam penetapan harga di pasar atas produksi, faktor yang sangat berpengaruh adalah permintaan dan penawaran. Regulasi harga ini merupakan hal yang tidak populer dalam khasanah pemikiran ekonomi Islam sebab harga yang tidak tepat justru dapat menciptakan ketidakadilan. Regulasi harga menunjukkan tiga fungsi dasar, yaitu: [14]. *Pertama*, Fungsi ekonomi yang berhubungan dengan peningkatan produktivitas dan peningkatan pendapatan masyarakat miskin melalui alokasi dan realokasi sumber daya ekonomi. *Kedua*, Fungsi social dalam memelihara keseimbangan social antara masyarakat kaya dan miskin. *Ketiga*, Fungsi moral dalam menegakkan nilai-nilai syariah Islam, khususnya yang berkaitan dalam transaksi ekonomi.

Menurut Ibnu Taimiyah, keabsahan pemerintah dalam menetapkan kebijakan intervensi dapat terjadi pada situasi dan kondisi sebagai berikut:[15]. *Pertama*, Produsen tidak mau menjual produknya kecuali pada harga yang lebih tinggi dari pada harga umum pasar, padahal konsumen membutuhkan produk tersebut. *Kedua*, Terjadi kasus monopoli (penimbunan). *Ketiga*, Terjadi keadaan Al-Hasr (pemboikotan). *Keempat*, Terjadi koalisi dan kolusi antar penjual (kartel). *Kelima*, Produsen menawarkan produknya pada harga yang terlalu tinggi menurut konsumen, sedangkan konsumen meminta pada harga yang terlalu rendah menurut produsen.

Kekuasaan ekonomi yang dimiliki pemerintah dapat dibedakan berdasarkan 3 (tiga) fungsi utama yaitu: [16]. *Pertama*, Fungsi alokasi, adalah peran pemerintah untuk ikut serta mengarahkan produksi apa yang hendaknya disajikan kepada masyarakat dan berapa jumlahnya. *Kedua*, Fungsi distribusi, adalah fungsi untuk meratakan pendapatan antar warga negara, dan menjamin warga negara termiskin untuk dapat memenuhi kebutuhan minimalnya. *Ketiga*, Fungsi stabilisasi, adalah untuk menjaga terutama agar terdapat kontinuitas bekerja bagi seluruh warga negara.

Ibnu taimiyah, seperti halnya para pemikir Islam lainnya menyatakan bahwa pemerintah merupakan institusi yang sangat dibutuhkan. Ia memberikan dua alasan dalam menetapkan negara dan kepemimpinan negara seperti apa adanya. Penekanan dari pembahasannya lebih pada karakter

religius dan tujuan dari sebuah pemerintahan; *“Tujuan terbesar dari negara adalah mengajak penduduknya melaksanakan kebaikan dan mencegah mereka berbuat munkar”*. Amar ma’ruf nahi munkar, merupakan tujuan yang sangat komprehensif. Termasuk di dalamnya mengajak manusia melakukan praktik-praktik sosial dan ekonomi yang buruk.

Demi merealisasikan tujuan yang akan dicapai dalam perencanaan ekonomi, suatu negara membutuhkan institusi yang gunanya untuk mengawasi laju pertumbuhan ekonomi negara tersebut yang dikenal dengan sebutan Institusi Hisbah. Ibnu Taimiyah mendefinisikannya sebagai lembaga yang berfungsi untuk memerintahkan kepada kebaikan dan mencegah keburukan.

Secara rinci, peran dan tugas institusi hisbah dalam konteks regulasi pasar adalah:

- Pengawasan industri.
Peran yang muhtasib dalam kasus ini adalah untuk melakukan standarisasi produk, memberlakukan larangan industri yang berbahaya, dan mencegah penipuan dan penyembunyian barang-barang cacat yang dapat terjadi dalam industri makanan atau industri pakaian;
- Memfasilitasi pasokan dan penyediaan kebutuhan masyarakat dengan melakukan pemeriksaan ketersediaan barang dan jasa yang diperlukan;
- Pengawasan perdagangan; muhtasib melakukan pengecekan terhadap timbangan, ukuran dan kualitas produk untuk mencegah kecurangan atau eksploitasi terhadap konsumen. Muhtasib juga bertanggung jawab untuk memastikan bahwa setiap transaksi dalam perdagangan tidak didasarkan pada transaksi riba;
- Penimbunan; penimbun atau hoarder adalah "orang yang sengaja menimbun makanan, sehingga ketika ada orang lain membutuhkan, maka ia menetapkan kenaikan harga". Penimbunan kebutuhan atas barang itu dilarang, dan muhtasib bertanggung jawab untuk mencegah hal itu. Muhtasib memberikan ketetapan untuk memperbaiki harga barang penimbun, sehingga dapat mengurangi kesempatan untuk penetapan harga yang tinggi.

Dalam ekonomi Islam, pasar dapat berperan aktif dalam kehidupan ekonomi apabila prinsip persaingan bebas dapat berlaku secara efektif. [17]

E. Peran Pemerintah dalam Ekonomi menurut Pemikiran Ibnu Taimiyah

Peran pemerintah dalam ekonomi menurut Ibnu Taimiyah didasari oleh 3 bentuk pemikiran yaitu: [18]

- Bagaimana kebutuhan dari Negara (Daulah)
Keberadaan Negara adalah wadah yang wajib ada. Kewajiban adanya negara sebagai wadah untuk tujuan mengatur kesempurnaan kehidupan manusia. Lebih lanjut karna wajib wadah, maka wajib juga adanya pemimpin. Sebab, mereka saling membutuhkan satu sama lain dan masyarakat seperti itu, sangat membutuhkan pemimpin. Dalam Sabda Rasulullah SAW tentang adanya pemimpin yaitu: *“Jika tiga orang melakukan perjalanan bersama, mereka harus mengangkat seorang di antara mereka sebagai pemimpin.”*

Tugas itu tak bisa disempurnakan pelaksanaannya tanpa kekuatan (*quwwah*) dan otoritas kepemimpinan (*imarah*). Pelaksanaan yang sama dari kewajiban agama, seperti *jihad* (perang suci), keadilan menunaikan ibadah haji dan ibadah

wajib lain, membantu orang yang bersalah (untuk memperoleh jalan yang benar) dan menjamin adanya penghukuman sesuai dengan hukum (*iqamah al-hudud*). Semua tugas itu tak mungkin ditangani dengan baik, tanpa adanya pemerintahan dan kekuasaan. Karena itu, institusi pemerintahan dan negara, sangat dibutuhkan, dalam pandangan agama.

Ibnu Taimiyah menekankan pentingnya sasaran yang jelas dari otoritas (*wilayat*) untuk mengembangkan kondisi material dan agama, untuk menyiapkan penduduk menghadapi kehidupan yang lebih baik. Beliau menyatakan, perlu adanya kerjasama secara erat antara otoritas dan penduduk.

Dalam pandangan Ibnu Taimiyah, kewenangan pemegang kekuasaan itu tak bersifat absolut. Itu merupakan amanat dari Allah dan dilaksanakan sesuai dengan cara yang berpijak pada syari'at.

Ibnu Taimiyah tak membahas bentuk bentuk pemerintahan. Juga tidak membahas bagaimana pemerintahan itu didirikan. Beliau menerima keberadaan sebuah negara, seperti apa adanya." Tujuan terbesar dari negara adalah mengajak penduduknya berbuat kebaikan dan mencegah mereka berbuat mungkar.

Karakteristik kesejahteraan negara adalah penerimaan secara eksplisit tanggung jawab hukum demi kesejahteraan seluruh anggotanya. Kesejahteraan negara Islam diperlukan untuk menjamin keadilan ekonomi dan sosial bagi seluruh warga negaranya. Tugas utama untuk memenuhi setiap kebutuhan pokok atas pangan, sandang, papan, kesehatan dan pendidikan dan kemudian pengawasan atas harga, penetapan upah kerja dan penyediaan lapangan kerja, intervensi (bila ia dibutuhkan) dalam pemilikan hak milik dan pelarangan atas kegiatan bisnis yang mengandung unsur riba. Negara harus berusaha keras untuk menghilangkan kemiskinan dan mewujudkan perekonomian yang stabil dan menetapkan tujuan tujuan organisasi dan kebutuhan perencanaan untuk mencapai semua itu. Ibnu Taimiyah sangat menghormati keadilan sebagai sesuatu yang fundamental dan krusial. Tanpa kondisi itu setiap manusia tak bisa mencapai kehidupan yang layak di dunia dan di hari akhir. Dalam pandangan Taimiyah, itulah tujuan utama pemegang otoritas untuk mengatur negara dengan adil dan menyumbangkan tenaga dan pikirannya kepada siapa saja yang memintanya dan mengatur prinsip-prinsip esensial dari pemerintahan yang adil (*al-siasah al-adilah*) dan lebih mengutamakan kebaikan urusan publik (*al-wilayah al-salihah*).

Salah satu aspek sangat penting dari keadilan adalah diperlukannya pejabat yang baik dan mampu memelihara keseimbangan antara kesejahteraan spiritual dan material penduduk secara bijaksana. Tanpa keseimbangan seperti itu, negara akan gagal memenuhi kebutuhan kesejahteraan negara yang islami, secara kualitatif Ibnu Taimiyah juga menekankan adanya tanggungjawab ganda dari negara. Fungsi yang sangat penting dari negara adalah mencari kehidupan yang baik (*islah*) dalam kehidupan agama dari penduduk juga meningkatkan kesejahteraan material sebagai prakondisi untuk memperkuat dasar agama.

- **Institusi Al-Hisbah**

Tujuan dari al-hisbah seperti didefinisikan Ibnu Taimiyah adalah untuk memerintahkan apa yang sering disebut sebagai kebaikan (*al-ma'ruf*) dan mencegah apa yang secara umum diketahui sebagai keburukan (*al-munkar*) di

dalam wilayah yang menjadi kewenangan pemerintah untuk mengaturnya, mengadili dalam wilayah urusan umum khusus lainnya, yang tak bisa dijangkau oleh institusi biasa. Pejabat yang bertanggung jawab atas lembaga hisbah disebut *muhtasib*. Karena peranan mengawasi pasar menjadi tanggung jawab seorang *muhtasib*, sesekali ada anggapan bahwa lembaga itu memiliki keserupaan dengan sebuah lembaga yang ada pada masa kekuasaan Imperium Romawi Timur. Asal-usul adanya lembaga *hisbah*:

"Dan, hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebaikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung.

Hisbah tetap bertahan sepanjang bagian terbesar dari Dunia Islam, sampai sekitar awal abad ke-18. Selama periode Dinasti Mamluk, institusi seperti itu tampaknya memegang peranan sangat penting, terbukti dari sejumlah hasil yang dicapai selama periode itu. Di Mesir, sistem itu tetap bertahan sampai masa pemerintahan Muhammad Ali (1805-1849). Di Maroko, lembaga serupa masih ditemukan sampai awal abad ke-20 ini. Di Romawi Timur, yang telah melakukan kontak dengan Dunia Islam melalui perang suci (Perang Salib), lembaga serupa juga diadopsi yang secara jelas dikenal dengan istilah *mathessep* yang berasal dari istilah *muhtasib*. Kerja Hisbah ada dua macam yaitu: *Pertama*, Sebuah sistem yang secara umum digambarkan pelaksanaan kebajikan dan kewajiban oleh *muhtasib* dan berkaitan dengan aspek agama dan yuridis, dalam pengurusannya. *Dua*, Digambarkan sebagai praktik dan teknik pengawasan secara detail. Ibnu Taimiyah mengaitkan institusi hisbah dengan penegakan fungsi negara. Beliau mengaitkan masalah teoritik mengenai asal usul esensial dari institusi. Pengembangan intervensi negara terhadap usaha privat dan pembatasan atas hak-hak individual.

Melalui hisbah, negara menggunakan lembaga untuk mengontrol kondisi sosio-ekonomi secara komprehensif atas kegiatan perdagangan dan praktik-praktik ekonomi, dan yang lebih penting lagi adalah mengawasi industri, jasa profesional, standarisasi produk, mencek penimbunan barang, praktik riba dan perantara. *Muhtasib* juga perlu mengawasi perilaku sosial penduduk, kinerja mereka dalam melaksanakan kewajiban agama dan kerja untuk pemerintah. Fungsi ekonomisnya: *Pertama*, memenuhi dan mencukupi kebutuhan. *Muhtasib* harus selalu mencek ketersediaan suplai barang-barang kebutuhan pokok (misalnya bahan makanan) dan jasa (misalnya konstruksi, budidaya pertanian, dan pembuatan pakaian, dll). Dalam kasus terjadi kekurangan dan penyediaan kebutuhan jasa, *muhtasib* memiliki kekuasaan, melalui otoritas negara, untuk memenuhi kebutuhan itu secara langsung. *Kedua*, pengawasan terhadap industri. Dalam industri, tugas utama *muhtasib* adalah mengawasi standarisasi produk, beliau juga memiliki otoritas untuk menjatuhkan sanksi terhadap industri yang merugikan. *Ketiga*, pengawasan atas jasa. *Muhtasib* mempunyai wewenang untuk mencek apakah seorang dokter, ahli bedah, ahli farmasi dan sebagainya telah melaksanakan tugasnya secara layak atau tidak dan apakah mereka tak melakukan muslihat dalam melaksanakan kerjanya. *Keempat*, pengawasan atas perdagangan. *Muhtasib* harus mengawasi pasar secara umum dan berbagai praktik dagang yang berbeda-beda secara khusus.

Muhtasib harus mencek keputusan (intersepsi) supply yang sangat potensial merusak praktik perdagangan. Penimbunan barang juga dipertimbangkan sebagai subyek yang memerlukan intervensi oleh *muhtasib*. Ia harus menggunakan wewangnya untuk menetapkan harga dari barang yang ditimbun, sehingga bisa memangkas harapan mereka untuk menaikkan harga.

Ibnu Taimiyah mengikhtisarkan peran religius, sosial dan ekonomi dari *muhtasib*, sebagai berikut:

Muhtasib harus memerintahkan semua yang berada di bawah wewangnya untuk melaksanakan shalat jum'at, menunaikan shalat wajib, menegakkan kebenaran, membayar kembali simpanan, melarang perbutan buruk seperti berkata dusta, tidak jujur, mengurangi timbangan dan takaran, melakukan penipuan pada masalah industri, perdagangan, agama dan sebagainya.

- Kesejahteraan Sosial Negara dalam Islam

Konsep Ibnu Taimiyah tentang Negara dan Perannya dalam kehidupan ekonomi secara umum adalah untuk menciptakan kesejahteraan penduduk sebagai tekanan utamanya, dimana karakteristiknya lebih ditekankan pada dasar kesejahteraan spiritual dan material. Kesejahteraan sosial negara dalam Islam seperti bisa dilihat: *pertama*, Pemerintah melakukan kepastian dengan adanya kebutuhan dan kepastian adanya supply. *kedua*, Pengawasan Industri dalam bentuk standarisasi, alasannya pada pihak di pasar akan terjadi a Simatrik informasi dalam rangka kesejahteraan. *ketiga*, Pengawasan ke atas jasa-jasa. *keempat*, Jangan dipisahkan moral dengan unsur materia, artinya terjadi integrasi. Beliau juga tak pernah melupakan bahwa dasar nilai moral adalah kejujuran, kesucian, dan kerja sama, akan membimbing pengikutnya ke arah kemakmuran dan kesehatan sebuah masyarakat. Beliau tak pernah memisahkan ekonomi dari kesehatan moral dari masyarakat.

Ibnu Taimiyah menegaskan tentang tugas, fungsi, dan peran pemerintah adalah sebagai pelaksana amanat untuk kesejahteraan rakyat yang disebut ada' al-amanah ahliha. Pengelolaan negara serta sumber-sumber pendapatannya menjadi bagian dari seni olah negara (as-siyasa'i syar;'iyah) pengertian siyasah al-dusturiyyah maupun as-siyasa'i alma'liyyah. Tampaknya Ibnu Taimiyah menurut Juhaya, mempunyai kerangka pikir yang sejalan dalam pendapat yang menyatakan bahwa ekonomi syari'ah, baik sistem maupun hukumnya merupakan bagian tidak terpisahkan dari sistem pemerintahan dan ketatanegaraan. Kebijakan pemerintah harus berpijak pada kemaslahatan umat, seperti bunyi kaidah: "*Kebijakan seorang pemimpin terhadap rakyatnya harus berorientasi pada kemaslahatan*". [19]

III. KESIMPULAN

Para ulama klasik tidak hanya berkuat sebatas persoalan ibadah ritual saja, tetapi telah menaruh perhatian pada masalah perekonomian masyarakat. Bahkan diindikasikan teori-teori ekonomi konvensional modern merupakan adopsi dari hasil pemikiran mereka (Islam), salah satu dari mereka adalah Ibn Taymiyah. Ia telah memberikan inspirasi tentang bagaimana persoalan tentang peran pemerintah dalam mekanisme pasar. Ibn Taymiyah memiliki

pandangan yang jernih bagaimana dalam sebuah pasar bebas, harga dipertimbangkan oleh kekuatan permintaan dan penawaran. Ibn Taymiyah memberikan penjelasan yang rinci tentang beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan dan tingkat harga, Ia mengakui mekanisme pasar dengan syarat berjalan fair, wajar, suka sama suka dan tidak ada distorsi. Namun Ibn Taymiyah juga mengakui bahwa mekanisme pasar tidak selamanya berjalan sempurna, seringkali terjadi distorsi. Untuk itu ia memandang penting peran pemerintah. Pemerintah dibolehkan untuk melakukan intervensi hanya jika pasar dalam keadaan janggal. Intinya dalam intervensi pemerintah terhadap pasar diperbolehkan jika ada kejanggalaan dalam pasar. Dengan kata lain kemungkinan penguasa ikut campur dalam paerdaganagn dalam keadaan terdesak atau terpaksa. Dengan demikian kerangka pikir ekonomi dari Ibn Taymiyah sejalan dalam pendapat yang menyatakan bahwa ekonomi syari'ah, baik sistem maupun hukumnya merupakan bagian tidak terpisahkan dari sistem pemerintahan dan ketatanegaraan.

REFERENSI

- [1]. Mul Irawan, *Mekanisme Pasar Islami dalam Konteks Idealita dan Realita*. (Studi Analisis Pemikiran Al-Ghazali dan Ibn Taimiyah JEBIS Vol1, No.1, 2015) pp 68
- [2]. M.A. Hakim, *Peran Pemerintah dalam Mengawasi Mekanisem Pasar dalam Prespektif Islam*. Itishadia, Vol 8, No.1, 2015. pp 28-30
- [3]. U.J.Farida, Telaah Kritis Pemikiran Ekonomi Islam Terhadap Mekanisme Pasar dalam Konteks Ekonomi Islam Kkinian. La_Riba, Vol VI, No.2 2012. pp 260
- [4]. Y.S.J.Nasution, Mekanisme Pasar dalam Prespektif Ekonomi Islam. Meddia Syariah. Vol.14.No 1. 2012. pp 249
- [5]. M.A. Hakim, *Peran Pemerintah dalam Mengawasi Mekanisem Pasar dalam Prespektif Islam*. Itishadia, Vol 8, No.1, 2015. pp 22
- [6]. Mul Irawan, *Mekanisme Pasar Islami dalam Konteks Idealita dan Realita*. (Studi Analisis Pemikiran Al-Ghazali dan Ibn Taimiyah JEBIS Vol1, No.1, 2015) pp 68
- [7]. S.N.Fatoni, *Pengantatr Ilmu Ekonomi*. Bandung: Pustaka Setia, 2014), pp 43
- [8]. A.Rahmi, Mekanisme Pasar dalam Islam. Jurnal Kewirausahaan 2015, Vol.4, No.2, pp 180
- [9]. U.J.Farida, Telaah Kritis Pemikiran Ekonomi Islam Terhadap Mekanisme Pasar dalam Konteks Ekonomi Islam Kkinian. La_Riba, Vol VI, No.2 2012. pp 262
- [10]. U.J.Farida, Telaah Kritis Pemikiran Ekonomi Islam Terhadap Mekanisme Pasar dalam Konteks Ekonomi Islam Kkinian. La_Riba, Vol VI, No.2 2012. pp 268
- [11]. A.Rahmi, Mekanisme Pasar dalam Islam. Jurnal Kewirausahaan 2015, Vol.4, No.2, pp 181
- [12]. A.A.Karim. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. (Jakarta: Prt.Raja Grafindo Persada, 2004). pp 354
- [13]. A.A.Karim. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. (Jakarta: Prt.Raja Grafindo Persada, 2004). pp 357
- [14]. Y.S.J.Nasution, Mekanisme Pasar dalam Prespektif Ekonomi Islam. Meddia Syariah. Vol.14.No 1. 2012. pp 272
- [15]. A.Rahmi, Mekanisme Pasar dalam Islam. Jurnal Kewirausahaan 2015, Vol.4, No.2, pp 182
- [16]. A.jaelani, *Markets and hisbah Institution*, 2013. pp 19
- [17]. A.jaelani, *Markets and hisbah Institution*, 2013. pp 68
- [18]. A.A.Islahi, *Konsepsi Ekonomi Ibnu Taimiyah*, Surabaya: PT,Bina Ilmu, 1970) pp 215-244
- [19]. S. Dedi, *Ekonomi dan Penguasa (Pemikiran Ibnu Taimiyah tentang Mekanisme Pasar)*. Al-Falah: Vol,3. No.1, 2018. pp 90

PERAN STRATEGIS PERGURUAN TINGGI ISLAM SEBAGAI PUSAT EDUKASI PARIWISATA HALAL

Era Sonita
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)
Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Bukittinggi
Sumatera Barat
esonitha@yahoo.com

Abstract

Tourism, which is used as a new trend in lifestyle, is used by many countries to make the concept of halal tourism as a tourist product. For countries where the majority of the population is not Muslim, it is one of the countries that aggressively makes halal tourism products. Halal tourism is a new way of introducing and developing tourism that upholds regional cultural values and sharia values. Understanding and knowledge of the public who are still lay, especially for people around the halal tourism area in the concept of halal tourism become an inhibiting factor in the process of acceleration of the implementation of halal tourism in Indonesia. Islamic tertiary institutions that can provide an understanding of halal products, by building market awareness of halal tourism products. This paper aims to see how the position of Islamic Higher Education as an educational institution based on Islam can contribute to the development of halal tourism in the form of education and outreach to the community. The method used is literature review, which is a search of both international and national literature. The initial stage of searching journal articles with keywords Islamic universities, the concept of tourism education, the concept of halal tourism. The search results found that Islamic universities have a central role in the education of halal tourism. Through collaboration with Islamic universities, it is expected to be able to socialize halal tourism in the internal and external environments of Islamic universities.

Keywords— *Islamic collage, halal tourism, education*

INTRUDUCTION

Increased tourist interest in halal tourism has led to trends in the development of halal-based businesses, where the focus and development and provision of tourism service products to meet the requirements of Muslim tourists according to their religious teachings (Battor & Ismail, 2016), (Mayock, 2015)

This fact is directly proportional to the development of the number of the world's Muslim population that continues to experience growth. In 2015 there were 1.8 billion or around 24.1% of the world's population and is projected to increase in 2017 to 31.1% of the 3 billion world population in 2060 (Pew Research Center, 2017). Based on Global Muslim Travel research, 2016, in 2020 there was an increase of 168 million with a range of revenues in the tourism area of more than USD 200 billion. Where the biggest destinations for tourism are China and the United States, with tourism revenues of USD 131.3 million and USD 121.3 million. Sources from Muslim tourists as contributors to the coffers of the State income amounting to USD 140 million or around 11.6% of the global market share. The commercial factors of the Muslim travel market and adherence to the code of conduct adhered to by their religion, demand different forms of service demands by tour operators (Life, 2015), (Pan, B., & Fesenmaier, 2006), (Index, 2017), (Henderson, 2016a), (Kim, S., Im, HH, & King, 2015), (Mayock, 2015)

Tourism, which is used as a new trend in lifestyle, is used by many countries to make the concept of halal tourism as a tourism product. For countries like Japan, Australia, New Zealand and Thailand, where the majority of the population is not Muslim, this includes countries that are aggressively making halal tourism products. Halal tourism is a new way of introducing and developing tourism that upholds local cultural values and sharia values (Henderson, 2016a).

Indonesia as a country with the largest Muslim majority population is a potential land and in the development of halal tourism. If you see the position of Indonesia in the tourism sector now which is still in the range above 30, it needs to continue to boost to be the best. Growth in the number of foreign tourists by 21.2% for the third quarter of 2015 and the third quarter of 2016 the number of tourist arrivals amounted to 1,023,793 visits. The increasing number of visits increased the country's foreign exchange, where in 2013 the contribution of tourism to the country's foreign exchange reached 10,041 million US dollars and increased by 11,761.7 US dollars in 2016 (Hall, C. M., & Sharples, 2003a)

Indonesia's position when compared to other countries in the ASEAN region, ranks fourth after Thailand, Malaysia and Singapore. The biggest tourist contributor countries are Malaysia, China and Singapore. Countries outside Asia are dominated by British and American Australian States (Henderson, 2016b), (Jaelani, 2017) EASE OF USE

In the world of halal tourism, Indonesia holds an important role as a first player. However, this potential has yet to be realized, the government needs to promote tourism by collaborating with institutions from the community as stakeholders. The element is with the term pentahelix in the halal tourism industry consisting of academics, business, government, communities and the media. Academics consist of educational institutions especially Islamic educational institutions. One Islamic educational institution that can provide an understanding of a product is an Islamic tertiary institution. To be able to build halal tourism acceleration, it is necessary to build market awareness of halal tourism products. Through collaboration with Islamic universities, it is expected to be able to socialize halal tourism in the internal and external environments of Islamic universities.

Understanding and knowledge of the public who are still lay, especially for people around the halal tourism area in terms of the concept of halal become an inhibiting factor in the process of accelerating the implementation of halal tourism in Indonesia (Hall, C. M., & Sharples, 2003b)

The community's view also becomes very important to support sustainable halal tourism. Based on social exchange theory (SET; Ap, 1992), people can support halal tourism activities according to their positive and negative views. Communities in this case as critical stakeholders can influence in terms of tourism planning, development and support based on their perceptions about the impact of tourism (Lundberg, 2015). The attitude of the population towards tourism development can change from positive to negative (Lin, L., & Mao, 2015)

To provide education about halal tourism to the community, it is expected that the role of Islamic tertiary institutions as an institution in daily activities is in direct contact with the community. the existence of this Islamic tertiary institution cannot be separated from the community. According to Didin Hafidhudin "Islamic tertiary institutions are one of the institutions among

other iqamatuddin institutions that have two main functions, namely as tafaqquh fi-al-din (teaching, understanding and deepening of Islamic teachings), as well as indzhar functions (conveying and preaching teachings) to the public)".

This article aims to see how the position of Islamic tertiary institutions as educational institutions based on Islam can contribute to the development of halal tourism in the form of socialization to the community. Some halal tourism research is still on the development of halal tourism in Muslim-majority countries, for example Malaysia (Henderson, 2016; Zailani Omar & Kopong, 2011), Indonesia (Mohsin, A., Ramli, N., & Alkhulayf, 2016)

HALAL TOURISM

The UNWTO definition, "Tourism consists of the activities of people who travel and live in places outside their usual environment for no more than one year in a row for vacation, business and other destinations" (Goeldner & Ritchie, 2006). Cook et.al (2014) defines tourism as a temporary movement of people to destinations outside of their workplaces and normal places of residence, activities carried out while they are living in these destinations, and facilities designed to meet their needs".

(Carboni, M., Perelli, C., & Sistu, 2014) defines Islamic tourism "as tourism that is in accordance with Islam, which involves people of Muslim faith who are interested in maintaining their personal religious habits while traveling". This definition considers Islamic law, target customers (Muslims), location of activities, but not for food, facilities (Carboni, M., Perelli, C., & Sistu, 2014), recommending that Islamic tourism is not limited to religious purposes and for Muslim country.

Islamic tourism and halal tourism are the same concept and define Islamic tourism as tourism solely because Muslims prefer to be in their culture. This understanding means that Islamic tourism is tourism for Muslims with locations in Muslim areas (Zamani-Farahani, H., & Musa, 2012). Meanwhile (Council, 2014) halal tourism as a type of religious tourism in accordance with Islamic teachings on behavior, clothing. So that Islamic tourism attracts travelers because it is interested in Islamic culture. A different view was conveyed by Shakiry (2006) who claimed "the concept of Islamic tourism is not limited to religious tourism, but extends to all forms of tourism except those that conflict with Islamic values".

If we conclude some opinions then halal tourism is "all tourism objects or actions that are permitted according to Islamic teachings to be used or involved by Muslims in the tourism industry". As a basis for consideration that tourism products and services are in accordance with sharia such as sharia hotels, halal restaurants and halal travel.

ISLAMIC COLLEGE

Higher education as an educational institution has an important role in the sustainability of halal tourism in

Indonesia through the contribution of academics in the development and improvement of indicators of the sustainability of halal tourism. The contribution of higher education can not be separated from the role as a facilitator in socializing halal tourism through the role of education to the community.

Higher education can be a partner of the government in conducting a midterm review of tourism policies to measure the success of tourism. In the case of tertiary institutions identifying problems and obstacles that hinder the implementation of halal tourism, as well as providing alternative solutions so that the target is achieved.

In addition, universities consisting of academics and scientific experts in various fields of science can develop centers of excellence, which are in accordance with the needs of sustainable tourism development. It is hoped that this center will become a driving force in achieving superior halal tourism. So it is necessary for the government to encourage the emergence of leading centers in accordance with the uniqueness of each tertiary institution

It is time for universities in Indonesia, especially Islamic higher education, to support the government in promoting halal tourism for sustainable development. Islamic Universities together with other stakeholders take a role in monitoring and evaluating the implementation of halal tourism development policies.

The function of Islamic Higher Education is (Zumaroh, 2015):

1. "As an educational institution; it means that Islamic Higher Education as an educational institution is responsible in educating the life of the nation and the religious life of the people in particular

2. As a social institution; as a social institution Islamic Higher Education accept prospective students from all walks of life. Sometimes Islamic Higher Education as a spiritual treatment center for problematic behavior such as drugs, psychology and other deviant behavior.

3. Da'wah institutions; Islamic tertiary institutions are often used as centers of study, religious discussion, majlis taklim activities by the community. So the existence of Islamic tertiary institutions indirectly has a positive influence on the surrounding community. "

Besides its function, Islamic Universities also play a role in empowering and transforming activities effectively, including:

1. The instrumental and facilitator roles

The existence of Islamic Higher Education in the community through religious education activities is also at the same time as developing the potential and empowerment of the people

2. The role of mobilization

The existence of public trust in Islamic Universities as educational institutions and agents of good morals and character change.

3. The role of empowering human resources

4. Islamic Higher Education Curriculum in addition to providing religious education also provides skills in the

form of special skills training and apprenticeship activities aimed at developing human resources. Here it is very visible that Islamic Higher Education has the role of facilitator and instrumental.

5. As an agent of development

The presence of Islamic higher education also responds to social developments in society in the form of a decline in moral morals. The presence of this Islamic Higher Education instituted social changes towards liberating moral ugliness, political oppression, and scientific and economic poverty.

6. Center of excellence

To answer the challenges of changing times the Islamic Higher Education develops its role not only as an educational and religious institution but also as a community development institution

7. Center for populist economic development

Islamic tertiary institutions have become one of the centers of Islamic-based democratic economic development. The birth of Islamic microfinance institutions, Sharia-based community cooperatives provided education for the community to migrate from a capitalist economy to an Islamic economy.

METHODOLOGY

The method used in writing articles uses literature review, which is a search of both international and national literature using the ScienceDirect database, GoogleScholar. The initial stage of searching for journal articles was obtained 55 articles from 2015 to 2018 using the keywords of higher education, the concept of tourism education, the concept of halal tourism. Of these only about 30 are considered relevant.

RESULTS

In recent decades the goals of tertiary institutions have changed towards meeting the needs of the national economy with the aim of meeting the gap in employment, innovation, and increasing competitiveness (Olssen, M., & Peters, 2005). When education is considered a public need, education is driven by the market because the budget and education are reduced. Education is oriented towards developing work skills in areas such as accounting, finance, marketing (Caton, 2014). In accordance with the concept of neoliberalism theory that academics move towards market-based higher education institutions, education becomes training for the global tourism industry. Courses are seen as facilitators or trainers to prepare generations of workers to be employed (Jankowski, N., & Provezis, 2014). traditional nature needs to be changed with a system of approaches that are centered on students who hold an open and active mind in encouraging greater involvement in the learning process (Dredge, D., Benckendorff, P., Day, M., Gross, MJ, Walo, M ., Weeks, P., & Whitelaw, 2013a)

Halal tourism development through the concept of sustainable development involves stakeholders and needs to be well represented for the future together (Brundtland & World Commission, 1987). The meaning

of sustainable tourism can be measured from the relationship with ecosystem conservation, promotion activities, human welfare, intergenerational justice and community participation in decision making (Bramwell, 2015). The concept of sustainable tourism covers a broad spectrum from upstream to downstream involving all components in society (Harris, 2005)

The concept of halal tourism in principle there is no difference with the concept of tourism in general, the concept that emphasizes balanced development includes ecology, social and economic. Halal tourism activities are the transfer from ideology to implementation where the concepts of justice, equality and democracy in policy making are still indicators of success (Dredge, D., Benckendorff, P., Day, M., Gross, MJ, Walo, M., Weeks, P., & Whitelaw, 2013b). The importance of a clear policy concept is because tourism development is able to integrate tourism with other sectors, shape and control the physical patterns of development, preserve significant resources and even provide a framework for the purpose of selling (Williams, 1988).

Community participation is very much needed in making tourism development policies. A lot of research has been done. In (Arnstein, 1969) there are three levels of citizen involvement: non-participation (manipulation & therapy), transfer (informing, consulting & placement) and citizen power (partnerships, delegation power and citizen control). Furthermore, these three levels were developed into five stages by IAP2 in 2000, namely: providing information, consulting, engaging, collaborating, empowering. The five-tier process of tertiary institutions contributed to the five stages as a source of information, consultancy, involvement, collaboration and empowering people directly involved in halal tourism.

The form of participation expected from the community towards tourism development, according to Tosun (1999): pseudo community participation, passive community participation, spontaneous community participation. According to Habermas (1984) community participation is an effective process of creating more effective, equitable and legitimate tourism. Subsequent research also agrees that collaboration provides better results, research Bramwell & Lane, 2000); Bramwell & Sharman, 1999; Jamal & Getz, 1995) which defines tourism as a joint decision-making process among governments, stakeholders in solving problems related to planning and development. In the process of halal tourism collaboration involving web forums, discussion groups, educational institutions especially Islamic education so that the planning and development of halal tourism is achieved as intended. Difficulties of higher education in collaboration with other related parties, because there are differences in perceptions with stakeholders (Araujo & Bramwell, 2002). This is due to limitations in the legitimacy and imbalance of power embedded in society, institutional limitations, constraints of the ability to participate in knowledge and technical gaps between participants (Frisk & Larosn, 2011).

Furthermore, other studies discuss the collaboration system of networks and governance. How the network forms a sense of community and enhances communication, knowledge transfer and learning among individual actors and how collaboration between companies is achieved through networking. (Beritelli, 2011).

Kimbu and Ngoasong (2013) explored a collaborative tourism development model through centralized and centrally coordinated tourism through networks where representative stakeholders were mobilized into action systems. In this tourism system stakeholders can be categorized into four types (Murphy & Murphy, 2004): consumers, tourism business operators, local residents and public government bodies. The same thing was conveyed in the study of Nogueira & Pinho, (2015), identifying categories of public authorities (all levels of government, educational institutions, human resource management), tourism developers (local, regional actors, government sector, informal sector), residents of destination areas (tourism participants, not participants) and others (government organizations, research groups, financial and credit institutions, competitors).

CONCLUSION

In an effort to develop halal tourism in Indonesia in the form of the spread and application of the concept of halal tourism, it is necessary for the government to collaborate with Islamic education institutions. This fact is seen from the religious and social context of society, Islamic tertiary institutions are able and ready to become educational institutions, social institutions and propaganda institutions to bring change to society. Islamic tertiary institutions are able to promote halal tourism as a promotional and educational area for the spread of halal tourism through its function as an agent of development, center of excellence, facilitator, instrumental, mobilizer, community empowerment. This capability is based on the quality and quantity of Islamic tertiary institutions spread throughout Indonesia, with a total of 58 Islamic tertiary institutions and around 260 private tertiary institutions. Islamic Higher Education is ready to collaborate with the government to provide education so that Indonesia can become the center of world halal tourism.

ACKNOWLEDGMENT

We thank the Head of Bukittinggi State Islamic Institute (IAIN), the head of the Faculty of Islamic Economics and Business (FEBI) who provided space and motivation to always produce written works

REFERENCES

- [1]. Carboni, M., Perelli, C., & Sistu, G. (2014). Is Islamic tourism a viable option for Tunisian tourism: Insights from Djerba. *Tourism Management Perspectives*, 11, 1–9.



- [2]. Caton, K. (2014). Underdisciplinarity: Where are the humanities in tourism education. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 15, 24–33.
- [3]. Council, W. T. and T. (2014). Holidays going halal: The wave of Muslim tourists. <http://www.wtc.org/global-news/articles/2014/mar/holidays-going-halal-the-wave-of-muslim-tourists> (Last retrieved 14.01.2014).
- [4]. Council, W. T. and T. (2014). Holidays going halal: The wave of Muslim tourists. <http://www.wtc.org/global-news/articles/2014/mar/holidays-going-halal-the-wave-of-muslim-tourists> (Last retrieved 14.01.2014).
- [5]. Dredge, D., Benckendorff, P., Day, M., Gross, M. J., Walo, M., Weeks, P., & Whitelaw, P. A. (2013a). *Drivers of change in tourism, hospitality, and event management education*.
- [6]. Dredge, D., Benckendorff, P., Day, M., Gross, M. J., Walo, M., Weeks, P., & Whitelaw, P. A. (2013b). Drivers of change in tourism, hospitality, and event management education: An Australian perspective. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 25, 89–102.
- [7]. Hall, C. M., & Sharples, E. (2003a). (2003). The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste. In C. M. Hall, E. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis, & B. Cambourne (Eds.). *Food tourism around the World: Development, management and marke*.
- [8]. Hall, C. M., & Sharples, E. (2003b). The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste. In C. M. Hall, E. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis, & B. Cambourne (Eds.). *Food tourism around the World: Development, management and markets* (pp. .
- [9]. Harris, S. (2005). (2005). Rethinking academic identities in neoliberal times. *Teaching in Higher Education*, 10, 421–433.
- [10]. Harris, S. (2005). (2005). Rethinking academic identities in neoliberal times. *Teaching in Higher Education*, 10, 421–433.
- [11]. Henderson, J. C. (2016a). Muslim travellers, tourism industry responses and the case of Japan. *Tourism Recreation Research*, 41(3), 339–347.
- [12]. Henderson, J. C. (2016b). Muslim travellers, tourism industry responses and the case of Japan. *Tourism Recreation Research*, 41(3), 339–347.
- [13]. Index, G. M. T. (2017). MasterCard-crescent rating global muslim travel index 2017. Retrieved from <https://newsroom.mastercard.com/asia-pacific/files/2017/05/Report-Mastercard-CrescentRating-GMTI-2017-20mb.pdf>, Accessed date: 25 July 2017.
- [14]. Jaelani, A. (2017). “Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospects”, dalam <https://mpira.ub.uni.muenchen.de/76237/>.
- [15]. Jankowski, N., & Provezis, S. (2014). Neoliberal ideologies, governmentality and the academy: An examination of accountability through assessment and transparency. *Educational Philosophy and Theory*, 475–487.
- [16]. Kim, S., Im, H. H., & King, B. E. M. (2015). Muslim travelers in Asia: The destination preferences and brand perceptions of Malaysian tourists. *Journal of Vacation Marketing*, 21(1), 3–21.
- [17]. Life, P. R. C. F. on R. & P. The future of world religions: Population growth projections, 2010–2050. , (2015).
- [18]. Lin, L., & Mao, P. C. (2015). Food for memories and culture—A content analysis study of food specialties and souvenirs. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 22, 19–29.
- [19]. Mayock, P. (2015). Hotel News Now: Muslim market a formidable force in travel. Retrieved from <http://www.hotelnewsnow.com/Article/16249/Muslim-market-aformidable->.
- [20]. Mohsin, A., Ramli, N., & Alkhulayfi, B. A. (2016). Halal tourism: Emerging opportunities. *Tourism Management Perspectives*, 19, 137–143.
- [21]. Olssen, M., & Peters, M. A. (2005). Neoliberalism, higher education and the knowledge economy: From the free market to knowledge capitalism. *Journal of Education Policy*, 20, 313–345.
- [22]. Pan, B., & Fesenmaier, D. R. (2006). Online information search: Vacation planning process. *Annals of Tourism Research*, 33(3), 809–832.
- [23]. Zamani-Farahani, H., & Musa, G. (2012). The relationship between Islamic religiosity and residents’ perceptions of socio-cultural impacts of tourism in Iran: Case studies of Sarre’in and Masooleh. *Tourism Management*, 33(4), 802–814.
- [24]. Zumaroh, Y. (2015). “Peran Pondok Pesantren dalam Masyarakat” dalam www.kompasiana.com/25-Mei-2015.

Pengaruh Prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) Terhadap Preferensi Muzakki Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat IZI PKPU Kota Bukittinggi.

Septria Susanti, S.Pd, M.E
Alumni Pascasarjana Ekonomi
Syariah IAIN Bukittinggi
Sumatera Barat, Indonesia
susantiseptria@gmail.com

Dr. Hesi Eka Putri, SE, M.Si
Dosen IAIN Bukittinggi
Sumatera Barat, Indonesia

Dr. Aidil Alfin, M.Ag, Ph.D
Dosen IAIN Bukittinggi
Sumatera Barat, Indonesia

Abstract— Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah prinsip *Good Corporate Governance* yaitu prinsip *transparency*, *accountability*, *responsibility*, *independency*, dan *fairness* mempengaruhi preferensi muzakki membayar zakat ke lembaga pengelola zakat. Studi ini menggunakan sampel jenuh dengan melibatkan seluruh anggota populasi sebanyak 30 orang muzakki tetap yang rutin membayarkan zakatnya ke Lembaga Amil Zakat IZI PKPU Bukittinggi. Penelitian di analisis menggunakan teknik PLS (*Partial Least Square*) dengan *software WarpPLS 5.0*. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa secara parsial prinsip *transparency*, *accountability* dan *independency* berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi muzakki membayar zakat ke Lembaga Amil Zakat IZI PKPU Bukittinggi. Sedangkan prinsip *responsibility* dan *fairness* tidak berpengaruh terhadap preferensi muzakki membayar zakat ke Lembaga Amil Zakat IZI PKPU Bukittinggi. Dan lima prinsip secara simultan berpengaruh terhadap preferensi muzakki membayar zakat di Lembaga Amil Zakat IZI PKPU Bukittinggi. Hasil temuan ini menawarkan bukti empiris bahwa betapa pentingnya penerapan prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) dalam sebuah organisasi pengelola zakat untuk menciptakan preferensi muzakki. Dengan adanya sistem pertanggung jawaban dan pelaporan yang jelas serta penerapan prinsip-prinsip organisasi yang sehat membuat muzakki tetap memilih menyalurkan zakatnya ke lembaga pengelola zakat itu sendiri.

Keywords— *transparency*, *accountability*, *responsibility*, *independency*, *fairness*, preferensi muzakki

I. PENDAHULUAN

Sejak dikeluarkan undang-undang pengelolaan zakat Nomor 38 tahun 1999, pengelolaan zakat di Indonesia mulai dibenahi dan dikelola secara profesional, hal ini ditandai dengan di dirikan organisasi resmi untuk pengelolaan zakat. Organisasi tersebut terdiri dari dua, Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) yang dikelola oleh pemerintah, dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang dikelola oleh Masyarakat. Pengelolaan zakat secara profesional dan optimal oleh organisasi pengelola zakat diharapkan berpotensi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia. Hal ini senada dengan Moch.Chotib dkk yang mengatakan bahwa bila zakat dikelola secara optimal dalam pengumpulan dan penyalurannya berpotensi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Moch Chotib, 2018). Untuk

mendorong optimalisasi zakat pemerintah Indonesia telah mengeluarkan Undang-Undang (UU) Nomor 23 tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat yang bertujuan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan lembaga pengelola, serta meningkatkan potensi dana zakat di Indonesia. Namun kenyataannya meski organisasi pengelolaan zakat ini sudah berdiri 20 tahun lamanya, potensi dana zakat di Indonesia belum tercapai secara optimal. Data memperlihatkan bahwa potensi dana zakat di Indonesia 217 triliun pertahun, namun dana zakat yang terhimpun secara nasional hanya mencapai 6 triliun pertahun yang jika dipersantekan hanya 0,6 persen dari potensi yang ada (Bambang Suherman, 2019). Jumlah ini masih jauh dari potensi yang ada. Potensi zakat hanya akan bisa dicapai jika adanya penguatan peran lembaga dari segi pengumpulan dan penghimpunan dana zakat. Penguatan peran lembaga dalam segi penghimpunan akan berdampak kepada peningkatan jumlah muzakki dan pemaksimalan potensi dana zakat (Hafizah Zainal, 2016)

Sebagai organisasi yang dikelola oleh swasta, LAZ memiliki kesempatan untuk mengoptimalkan potensi zakat dari tahun ke tahun. Dalam hal peningkatan jumlah muzakki LAZ harus berupaya mencari strategi yang tepat, karena LAZ merupakan organisasi yang memiliki muzakki beragam dan heterogen (Roshaiza Taha, 2016). LAZ harus mampu menciptakan kepercayaan muzakki melalui efisiensi dan efektifitas pelayanan (Moch Chotib, 2018), sehingga dapat membuat muzakki menyukai dan memutuskan untuk membayar zakat ke lembaga tersebut tanpa paksaan. Kesukaan dan keputusan muzakki (konsumen) ini di istilahkan dengan preferensi.

Preferensi muzakki membayar zakat di Lembaga Amil Zakat sangat tergantung kepada tata kelola organisasi tersebut. Sebagai organisasi masyarakat kinerja lembaga zakat khususnya tata kelola adalah tolak ukur bagi pertumbuhan preferensi public (Eus Amalia, 2017). Secara umum preferensi di defenisikan sebagai kesukaan konsumen dari beberapa pilihan produk jasa yang ada (Philip Kotler, 2000). Muzakki dikatakan suka apabila memilih lembaga amil zakat untuk menyalurkan dana zakatnya. Kesukaan muzakki tersebut dapat diidentifikasi dengan muzakki membayarkan dana zakatnya tiap tahun ke lembaga amil zakat serta adanya respon positif dari muzakki terhadap lembaga amil zakat tersebut (Anton Bawono, 2010). Untuk mendapatkan respon positif dari muzakki perlu adanya upaya dari lembaga amil zakat untuk membangun hubungan baik antara muzakki dengan pihak

berkepentingan di dalam lembaga. Hal ini menjadi alasan diperlukannya organisasi yang baik secara manajemen maupun sumberdaya yang ada didalamnya.

Untuk memastikan manajemen di dalam sebuah organisasi berjalan dengan baik maka diperlukan adanya *Good Corporate Governance* (GCG). Secara umum GCG terkait dengan sistem dan mekanisme hubungan yang mengatur dan menciptakan insentif yang sesuai di antara para pihak yang mempunyai kepentingan suatu perusahaan agar mencapai tujuan-tujuan usahanya secara optimal (Abdul Gofur Anshari, 2008). GCG adalah seperangkat prinsip yang memandu dan mengendalikan perusahaan mencapai keseimbangan antara kekuasaan dan wewenang perusahaan dalam memberikan pertanggungjawabannya terutama kepada pemegang saham, dan kepada para pemangku kepentingan pada umumnya (Hamonangan Siallagan, 2014). Dengan adanya GCG dalam sistem pengelolaan organisasi dapat mendorong terwujudnya pola kerja manajemen yang bersih, transparan, dan profesional. Ada beberapa prinsip dalam mengukur penerapan GCG dalam sebuah organisasi sebagaimana sesuai yang telah ditetapkan oleh *Organization of Economic Cooperation and Development* (OECD) ada lima prinsip untuk mengukur penerapan GCG yaitu prinsip keterbukaan (*transparency*), akuntabilitas (*accountability*), pertanggungjawaban (*responsibility*), kemandirian (*independency*), dan kewajaran (*fairness*) (Achmad Daniri, 2012).

Salah satu organisasi pengelola zakat yang telah menerapkan prinsip GCG dalam manajemen lembaganya adalah IZI PKPU Bukittinggi. Berdasarkan observasi pada IZI PKPU Bukittinggi dan informasi dari Diko selaku kepala perwakilan IZI PKPU Bukittinggi, IZI PKPU Bukittinggi sudah menerapkan prinsip GCG di lembaga, yaitu dengan mengadakan rapat pada akhir periode yang membahas mengenai pengelolaan zakat, evaluasi kinerja amal untuk mewujudkan kinerja yang profesional, laporan yang jelas tentang penghimpunan, penyaluran dan pengelolaan dana zakat, dan semua *muzakki* yang menyalurkan dana zakatnya di IZI PKPU memiliki hak dan perlakuan yang sama.

Tabel 1.1.

Presentase Capaian Penghimpunan Dana Zakat

Tahun	Target	Capain
2016	500 Juta	97,12%
2017	600 Juta	98,33%
2018	700 Juta	99,85%

Sumber : Data Keuangan IZI PKPU

Dari tabel 1.1 terlihat bahwa ada peningkatan target dan peningkatan pencapaian jumlah penghimpunan dana zakat rata-rata sebesar 1,4 % setiap tahunnya. Ini membuktikan bahwa jumlah *muzakki* meningkat setiap tahunnya. Peningkatan jumlah *muzakki* ini diindikasikan karena mereka merasa suka dan senang terhadap perlakuan dari lembaga. Wawancara dengan beberapa *muzakki* mengatakan bahwa dengan adanya laporan penggunaan dana zakat serta kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan dana zakat kepada *muzakki* melalui grup media sosial, perlakuan yang terhadap semua *muzakki*, serta terbukanya organisasi dalam menerima kritik dan saran demi peningkatan

keprofesionalan membuat *muzakki* puas, senang dan memutuskan untuk memilih menyalurkan dana ke IZI PKPU Bukittinggi. Hal ini menjadi bukti bahwa prinsip *Good Corporate Governance* sangat terkait dengan preferensi *muzakki* dalam menyalurkan zakat ke lembaga pengelola zakat.

Namun demikian, beberapa penelitian terdahulu menyebutkan bahwa faktor internal *muzakki* seperti pengetahuan (Dede Abdul Fattah, 2008) dan pemahaman berpengaruh terhadap preferensi *muzakki* dalam membayar zakat ke lembaga zakat (Asmaniar, 2017). Melihat Bukittinggi sebagai daerah yang mayoritas penduduknya berpendidikan tinggi apalagi kota Bukittinggi merupakan kota pendidikan, pengetahuan dan pemahaman diindikasikan tidak cocok lagi untuk mengkaji preferensi *muzakki* di kota Bukittinggi. Meski faktor internal *muzakki* seperti pengetahuan dan pemahaman merupakan faktor penting dalam membangun preferensi *muzakki*, tidak berarti bahwa faktor internal lembaga seperti *Good Corporate Governance* tidak mempengaruhi preferensi *muzakki* membayar zakat di lembaga pengelola zakat. Aspek ini perlu di elaborasi lebih lanjut mengingat *Good Corporate Governance* memiliki peran penting dalam upaya menciptakan perusahaan yang sehat serta melindungi dan menciptakan nilai tambah untuk semua kepentingan *stakeholder* (Ro'fah Setyowati, 2015). Urgensi *Good Corporate Governance* dalam suatu organisasi pengelola zakat adalah untuk menimbulkan keyakinan kepada *muzakki* bahwa zakat yang dibayarkan ke lembaga digunakan secara efisien. Sebagai organisasi publik, kinerja lembaga zakat terutama dalam pengelolaan dan layanan adalah patokan utama dalam pertumbuhan kepercayaan publik.

Studi terdahulu dilakukan oleh Moch. Chotib, Hary Yuswadi, Akhmad Toha, dan Edy Wahyudi mengungkapkan bahwa penerapan prinsip GCG merupakan aspek penting yang harus dibangun oleh lembaga zakat dalam mengoptimalkan fungsi organisasi (Moch. Chotib, 2018). Lebih lanjut Lu'liyatul Mutmainah mengungkap bahwa prinsip GCG seperti akuntabilitas dan transparansi mempengaruhi niat *muzakki* dalam membayar zakat (Lu'liyatul Mutmainah, 2015). Sani Adamu Muhammad dan Ram Al jafri Saad juga mengelaborasi bahwa tata kelola publik dan akuntabilitas berpengaruh terhadap niat *muzakki* membayar zakat (Sani Adamu Muhammad, 2016). Sedangkan Yanuar Adinda Islamey mengatakan dengan penerapan GCG akan meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada badan dan lembaga zakat (Yanuar Adinda Islamey, 2016). Semua opini ini mengarah pada kesimpulan bahwa prinsip GCG merupakan aspek penting dalam mempengaruhi preferensi *muzakki*. Meskipun demikian studi terdahulu hanya menyorot 3 prinsip GCG saja dan tidak mengkuantifikasi secara jelas pengaruh prinsip GCG terhadap preferensi *muzakki*.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh prinsip *Good Corporate Governance* terhadap preferensi *muzakki*. Studi ini berkontribusi mengelaborasi lebih lanjut secara kuantitatif prediktor baru yang merupakan

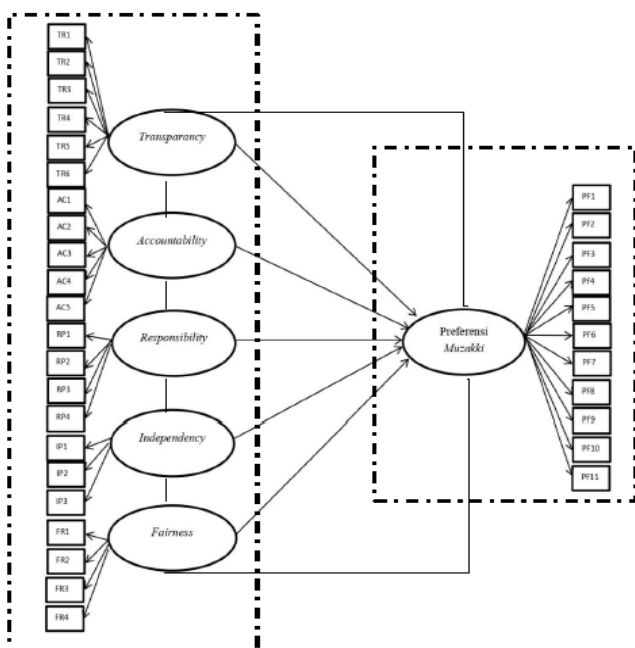
perluasan dari dimensi *Good Corporate Governance* (GCG) dalam membangun preferensi *muzakki* berzakat di lembaga pengelola zakat. Variabel yang digunakan adalah prinsip dari *Good Corporate Governance* (GCG) tersebut yaitu : *accountability*, *transparency*, *responsibility*, *independency*, dan *fairness*. Kelima prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) ini diindikasikan merupakan faktor dominan yang menyebabkan *muzakki* senang dan memutuskan untuk menyalurkan dana zakatnya ke Lembaga Amil Zakat IZI PKPU Bukittinggi. Maka dari itu, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut dengan judul : **Pengaruh Prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) Terhadap Preferensi *Muzakki* Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat IZI PKPU Kota Bukittinggi.**

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk penelitian metode kuantitatif. Dalam penelitian ini peneliti ingin melihat keterkaitan antara lima prinsip *Good Corporate Governance* dengan preferensi *muzakki* membayar zakat di Lembaga Amil Zakat IZI PKPU Bukittinggi. Lokasi penelitian dilakukan di Kota Bukittinggi yang terdiri dari kecamatan Mandiangin Koto Selayan, ABTB, dan Guguk Panjang khususnya di Lembaga Amil Zakat IZI PKPU Bukittinggi. Waktu penelitian dilaksanakan pada semester genap tahun akademik 2018-2019. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yaitu data yang diambil dari sumber data pertama di lapangan dan dikumpulkan oleh peneliti sendiri, yaitu *muzakki* tetap dan rutin membayar zakatnya di Lembaga Amil Zakat IZI PKPU Bukittinggi. Sampel yang digunakan merupakan sampel jenuh dengan melibatkan seluruh anggota populasi sebanyak 30 orang *muzakki*.

Penelitian ini menggunakan analisis data dengan software WarpPLS. PLS merupakan analisis persamaan struktural (SEM) berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran sekaligus pengujian model struktural. Berikut gambar model analisis jalur pada penelitian ini:

Gambar 1 Analisis Jalur



III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian ini membahas tentang pengaruh prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) terhadap preferensi *muzakki* membayar zakat yang dilaksanakan di Lembaga Amil Zakat IZI PKPU Bukittinggi. Penelitian ini melibatkan semua anggota populasi untuk dijadikan sampel. Kuisioner penelitian disebarakan sejak tanggal 02 April 18 April sebanyak 30 kuisioner. Indikator kuisioner yang diujikan ada 33 pertanyaan yang terbagi dalam dua bagian. Bagian yang pertama tentang data diri responden, bagian kedua berkaitan dengan judul penelitian

1. Karakteristik Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin: 63,33% responden dengan jenis kelamin perempuan, dan 36,67% responden dengan jenis kelamin laki-laki.
2. Karakteristik Reponden Berdasarkan Usia : Responden berusia antara 20-30 tahun dengan frekuensi 12 orang (40%). Kemudian responden dengan usia 41-50 tahun pada frekuensi 41-50 orang (33,33%), setelah itu dengan responden pada usia 31- 40 tahun dengan frekuensi 5 orang (16,67%).Dan responden dengan urutan paling terakhir adalah dengan usia >50 tahun sebanyak 3 orang (10%).
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan :responden dengan tingkat pendidikan S1 dengan frekuensi 17 orang (56,67 %). Kemudian responden dengan tingkat pendidikan D3 dan S2 denga masing frekuensinya berjumlah 5 orang (16,67%). Dan responden dengan urutan paling akhir dengan tingkat pendidikan SMA/ sederajat dengan frekuensi sebanyak 3 orang (10%).

Uji Kecocokan Model (Model Fit)

Uji kecocokan digunakan untuk melihat model yang dibentuk apakah layak atau tidak untuk dasar pengujian hipotesis. Dalam penelitian ini, uji kecocokan model (*model fit*) dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2 Uji Model Fit

No	Jalur	Direct Effect	
		Koefisien	P-Value
1.	APC	0,331	0,010
2.	ARS	0,909	<0,001
3.	AVIF	2,115	<5

Sumber : Data Diolah 2019

Hasil uji kecocokan model yang disajikan pada tabel 2 menunjukkan hasil estimasi memenuhi kriteria *goodness of fit* yaitu nilai *P-Value* dari APC dan ARS kecil dari 0,05 sehingga nilai dari APC dan ARS signifikan secara statis, dan AVIF kurang dari 5 (Mahfud Sholihin, 2019).

Uji Instrumen Penelitian

Pada uji instrumen penelitian terdapat beberapa evaluasi yang harus di uji , evaluasi yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu : Uji *Convergent Validity*, Uji *Discriminant validity*, Uji *composite reliability*, dan Uji *Cronboachs alpha*.

1. Uji Convergent Validity

Untuk pengujian validitas variabel *Transparency* (TR) dapat di lihat pada tabel 3 di bawah ini:

Tabel 3
Nilai Outer Loading Variabel Transparency (TR)

Indikator	Transparency	AVE	P-Value
TR1	0,576	0,591	<0,001
TR2	0,629		<0,001
TR3	0,791		<0,001
TR4	0,741		<0,001
TR5	0,651		<0,001
TR6	0,788		<0,001

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 3 di atas, memperlihatkan bahwa variabel telah memenuhi *convergent validity* pada variabel *transparency*, oleh karena itu tidak dibutuhkan proses respesifikasi indikator. Untuk pengujian validitas variabel *accountability* (AC) dilihat pada tabel 4 di bawah ini :

Tabel 4
Nilai Outer Loading Variabel Accountability (AC)

Indikator	Accountability	AVE	P-Value
AC1	0,763	0,628	<0,001
AC2	0,872		<0,001
AC3	0,847		<0,001
AC4	0,736		<0,001
AC5	0,734		<0,001

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 4 di atas, memperlihatkan bahwa variabel telah memenuhi *convergent validity* pada variabel *accountability*, oleh karena itu tidak dibutuhkan proses respesifikasi indikator. Untuk pengujian validitas variabel *responcibility* (RP) dilihat pada tabel 5 dibawah ini :

Tabel 5
Nilai Outer Loading Variabel Responsibility (RP) Sebelum Direspesifikasi

Indikator	Responsibility	AVE	P-Value
RP1	0,457	0,529	0,002
RP2	0,757		<0,001
RP3	0,748		<0,001
RP4	0,879		<0,001

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 5 di atas, memperlihatkan bahwa pada variabel *responcibility* tidak memenuhi nilai *outer loading*, sehingga diperlukan respesifikasi indikator. Hasil respesifikasi indikator pada variabel RP dapat dilihat pada tabel 6 berikut :

Tabel 6
Nilai Outer Loading Variabel Responsibility (RP) yang Direspesifikasi

Indikator	Responsibility	AVE	P-Value
RP2	0,788	0,666	<0,001
RP3	0,699		<0,001
RP4	0,942		<0,001

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Dilihat dari hasil respesifikasi pada tabel 6 di atas, memperlihatkan bahwa variabel telah memenuhi *convergent validity* pada variabel *responcibility*, untuk pengujian validitas variabel *independency* (IP) dilihat pada tabel 7 di bawah ini :

Tabel 7
Nilai Outer Loading Variabel Independency (IP) Sebelum Direspesifikasi

Indikator	Independency	AVE	P-Value
-----------	--------------	-----	---------

Indikator	Independency	AVE	P-Value
IP1	0,853	0,517	<0,001
IP2	0,448		0,002
IP3	0,790		<0,001

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Berdasarkan pengelolaan data di atas, memperlihatkan bahwa pada variabel *independency* tidak memenuhi nilai *outer loading*, maka dibutuhkan respesifikasi indikator. Hasil respesifikasi indikator pada variabel RP dapat dilihat pada tabel 8 berikut :

Tabel 8
Nilai Outer Loading Variabel Independency (IP) yang Direspesifikasi

Indikator	Independency	AVE	P-Value
IP1	0,858	0,736	<0,001
IP3	0,858		<0,001

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Dilihat dari hasil respesifikasi pada tabel 8 di atas, memperlihatkan bahwa variabel telah memenuhi *convergent validity* pada variabel *independency*, untuk pengujian validitas variabel *fairness* (FR) dilihat pada tabel 9 di bawah ini :

Tabel 9
Nilai Outer Loading Variabel Fairness (FR) Sebelum Direspesifikasi

Indikator	Fairness	AVE	P-Value
FR1	0,434	0,521	0,003
FR2	0,871		<0,001
FR3	0,772		<0,001
FR4	0,735		<0,001

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 9 di atas, memperlihatkan bahwa pada variabel *fairness* tidak memenuhi nilai *outer loading*, sehingga diperlukan respesifikasi indikator. Hasil respesifikasi indikator pada variabel *Fairness* dapat dilihat pada tabel 10 berikut :

Tabel 10
Nilai Outer Loading Variabel Fairness (FR) yang Direspesifikasi

Indikator	Fairness	AVE	P-Value
FR2	0,871	0,658	<0,001
FR3	0,772		<0,001
FR4	0,735		<0,001

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Dilihat dari hasil respesifikasi pada tabel 10 di atas, memperlihatkan bahwa variabel telah memenuhi *convergent validity* pada variabel *independency*, untuk pengujian validitas variabel preferensi *muzakki* (PF) dilihat pada tabel 11 di bawah ini :

Tabel 11
Nilai Outer Loading Variabel Preferensi Muzakki (PF) Sebelum Direspesifikasi

Indikator	Preferensi Muzakki	AVE	P-Value
PF1	0,720	0,421	<0,001
PF2	0,769		<0,001
PF3	0,739		<0,001
PF4	0,721		<0,001
PF5	0,452		0,002
PF6	0,608		<0,001
PF7	0,542		<0,001
PF8	0,405		0,006
PF9	0,679		<0,001
PF10	0,452		0,002
PF11	0,798		<0,001

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 11 di atas, memperlihatkan bahwa pada variabel *fairness*

tidak memenuhi nilai *outer*, sehingga diperlukan respesifikasi indikator. Hasil respesifikasi indikator pada variabel preferensi *muzakki* dapat dilihat pada tabel 12 berikut :

Tabel 12
Nilai *Outer Loading* Variabel Preferensi *Muzakki* (PF) yang Direspesifikasi

Indikator	Preferensi <i>Muzakki</i>	AVE	P-Value
PF1	0,658	0,517	<0,001
PF2	0,729		<0,001
PF3	0,649		<0,001
PF4	0,754		<0,001
PF6	0,722		<0,001
PF7	0,505		<0,001
PF9	0,553		<0,001
PF11	0,714		<0,001

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Dilihat dari hasil respesifikasi pada tabel 12 di atas, memperlihatkan bahwa variabel telah memenuhi *convergent validity* pada variabel preferensi *muzakki*.

2. Uji *Discriminant Validity*

Berdasarkan hasil pengujian *convergent validity* terhadap variabel *transparency* (TR), *accountability* (AC), *responsibility* (RP), *independency* (IP), *fairness* (FR), dan Preferensi *muzakki* (PF) uji *discriminant validity* dapat dilihat pada tabel 13 di bawah ini:

Tabel 13
Correlation Among Latent Variables :

	TR	AC	RP	IP	FR	PF
TR	(0,781)	0,746	0,631	0,639	0,087	0,501
AC	0,746	(0,793)	0,499	0,499	0,245	0,614
RP	0,613	0,499	(0,816)	0,408	0,394	0,388
IP	0,639	0,499	0,408	(0,858)	0,223	0,498
FR	0,087	0,245	0,394	0,223	(0,811)	0,332
PF	0,501	0,614	0,388	0,498	0,332	(0,719)

Sumber : Data Primer Diolah 2019

Tabel 13 di atas menunjukkan bahwa kriteria *discriminant validity* telah terpenuhi, hal ini terlihat dengan akar kuadrat AVE lebih besar dari pada koefisien korelasi antar konstruk pada masing-masing kolom. Sehingga dapat diartikan bahwa masing-masing indikator dari setiap variabel dapat mengukur variabel tersebut secara tepat daripada dengan variabel lain.

3. Uji *Composite Reliability* dan *Cronbach Alpha*

Reliabilitas instrumen dalam penelitian ini diukur dengan dua kriteria yaitu nilai *composite reliability* dan *cronbachs alpha* untuk setiap variabel pada konstruk reflektif. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *composite reliability* dan *cronbachs alpha* > 0.70 (Imam Ghazaly, 2015). *Composite reliability* dan *cronbachs alpha* dari setiap variabel dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel 14 di bawah:

Tabel 14
Composite Reliability dan Cronbachs Alpha

No	Variabel	<i>Cronbachs Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	Ket
1	<i>Transparency</i>	0,788	0,851	Reliabel
2	<i>Accountability</i>	0,850	0,894	Reliabel
3	<i>Responsibility</i>	0,739	0,855	Reliabel
4	<i>Independency</i>	0,741	0,848	Reliabel

5	<i>Fairness</i>	0,738	0,852	Reliabel
---	-----------------	-------	-------	----------

Sumber : Data Primer Diolah 2019

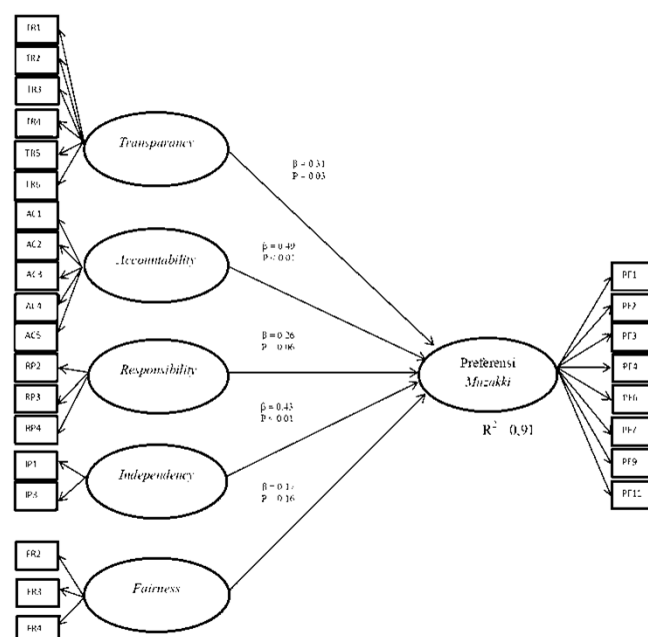
Berdasarkan tabel 14 di atas, dapat disimpulkan bahwa kelima variabel dalam penelitian ini telah memenuhi *composite reliability* dan *cronbachs alpha*'s dengan nilai skor > 0,70

Evaluasi Struktural

1. Estimasi *Direct Effect*

Prosedur pengujian pengaruh prinsip *transparency* (TR), *accountability* (AC), *responsibility* (RP), *independency* (IP), dan *fairness* (FR) terhadap preferensi *muzakki* (PF) dilakukan dengan estimasi *direct effect* TR, AC, RP, IP, dan FR terhadap PF. Estimasi TR, AC, RP, IP, dan FR terhadap PF terlihat dari gambar 4.2 dibawah ini :

Gambar 2
Direct Effect



Dari hasil pengujian *direct effect* pada gambar 2 di atas dapat disimpulkan bahwa prinsip *transparency* (TR), *accountability* (AC), dan *independency* (IP) berpengaruh signifikan terhadap preferensi *muzakki*, sedangkan prinsip *responsibility* (RP) dan *fairness* (FR) tidak berpengaruh terhadap preferensi *muzakki* membayar zakat ke Lembaga Amil Zakat IZI PKPU Bukittinggi. Dan secara bersama-sama semua prinsip ini berpengaruh terhadap preferensi *muzakki* membayar zakat ke Lembaga Amil Zakat IZI PKPU Bukittinggi.

Pengujian Hipotesis

Berdasarkan pengujian analisis jalur dengan menggunakan *software WarpPLS 5.0* untuk masing-masing variabel yaitu : *transparency* (TR), *accountability* (AC), *responsibility* (RP), *independency* (IP), *fairness* (FR), dan preferensi *muzakki* sebagai berikut :

- Hipotesis 1: Hasil pengujian menunjukkan bahwa *direct effect* variabel *transparency* ke variabel preferensi *muzakki* adalah sebesar 0,31 dan

signifikan dengan P-value 0,03. Hal ini menunjukkan bahwa (H_1) diterima yaitu ada pengaruh *Transparency* terhadap preferensi *muzakki* membayar zakat di Lembaga Amil Zakat IZI PKPU Bukittinggi.

2. Hipotesis 2: Hasil pengujian menunjukkan bahwa *direct effect* variabel *accountability* ke variabel preferensi *muzakki* adalah sebesar 0,49 dan signifikan dengan P-value <0,01. Hal ini menunjukkan bahwa (H_2) diterima yaitu ada pengaruh *Accountability* terhadap preferensi *muzakki* membayar zakat di Lembaga Amil Zakat IZI PKPU Bukittinggi.
3. Hipotesis 3: Hasil pengujian menunjukkan bahwa *direct effect* variabel *responsibility* ke variabel preferensi *muzakki* adalah sebesar 0,26 dengan P-value 0,06. Hal ini menunjukkan bahwa (H_3) ditolak yaitu ada pengaruh *Responsibility* terhadap preferensi *muzakki* membayar zakat di Lembaga Amil Zakat IZI PKPU Bukittinggi.
4. Hipotesis 4: Hasil pengujian menunjukkan bahwa *direct effect* variabel *independency* ke variabel preferensi *muzakki* adalah sebesar 0,43 dan signifikan dengan P-value <0,01. Hal ini menunjukkan bahwa (H_4) diterima yaitu ada pengaruh *Independency* terhadap preferensi *muzakki* membayar zakat di Lembaga Amil Zakat IZI PKPU Bukittinggi.
5. Hipotesis 5: Hasil pengujian menunjukkan bahwa *direct effect* variabel *fairness* ke variabel preferensi *muzakki* adalah sebesar 0,17 dengan P-value =0,16. Hal ini menunjukkan bahwa (H_5) ditolak yaitu ada pengaruh *fairness* terhadap preferensi *muzakki* membayar zakat di Lembaga Amil Zakat IZI PKPU Bukittinggi.
6. Hipotesis 6: Hasil pengujian menunjukkan bahwa *direct effect* variabel *transparency*, *accountability*, *responsibility*, *independency*, dan *fairness* terhadap preferensi *muzakki* adalah sebesar 0,91. Hal ini menunjukkan bahwa (H_6) diterima yaitu : Secara simultan prinsip *transparency*, *accountability*, *responsibility* , *independency*, dan *fairness* berpengaruh terhadap motivasi *muzakki* membayar zakat di Lembaga Amil Zakat IZI PKPU Bukittinggi.

V.KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan pada pembahasan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial prinsip *Transparency*, *Accountability*, dan *Independency* berpengaruh positif terhadap preferensi *muzakki* membayar zakat di Lembaga Amil Zakat IZI PKPU Bukittinggi. Sedangkan prinsip *Responsibility* dan *Fairness* tidak berpengaruh terhadap preferensi *muzakki* membayar zakat di Lembaga Zakat IZI PKPU Bukittinggi. Sementara secara bersama-sama prinsip *Good Corporate Governance* berpengaruh sebesar 91% terhadap preferensi *muzakki*.

hal ini berarti bahwa jika sebuah lembaga menerapkan prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) maka akan berpengaruh terhadap preferensi *muzakki* dalam membayar zakat di lembaga amil zakat tersebut.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka saran dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi pelaksana lembaga pengelola zakat agar menerapkan semua prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) yang merupakan pilar-pilar terwujudnya manajemen organisasi yang transparan, bersih dan profesional agar *muzakki* bisa menjadikan lembaga pengelola zakat sebagai tempat menyalurkan zakatnya.
2. Bagi pemerintah agar lebih memberikan penguatan dan perhatian kepada lembaga pengelola zakat khususnya lembaga pengelola zakat yang dikelola zakat terutama dibidang manajemen pengelolaan.
3. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat lebih memperluas jangkauan wilayah penelitian serta menambah variabel penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Eus and Syarif Hidayatullah. 2017. *The Shari'ah Governance Framework For Strengthening Zakat Management in Indoensia*. Andavance in Social Scieince, Education and Humanities Research. h.133
- Anshari, Abdul Gofur. 2008. *Perbankan Syari'ah di Indoensia*, Yogyakarta : Universitas Gajah Mada.
- Asmaniar. 2017. *Pengaruh Pemahaman, Transparansi, dan peran pemerintah terhadap motivasi dan Keputusan Membayar Zakat Pada BAZNAS Kota Binjai*, Jurnal At-Tawassut, h.276.
- Bungin, M. Burhan. 2013. *Metodologi Penelitian sosial & Ekonomi*, Jakarta : Fajar Interpratama Mandiri.
- Chotib, Moch., Hary Yuswadi, Akhmad Toha, Edy Wahyudi. 2018. *Implementation of Good Amil Governance At Amil Zakat Institution*. International Journal of Homanities and Social Invention, Vol.7 Issue 01, h.93.
- Daniri, Mas Achmad. 2005. *Good Corporate Governance, Konsep dan Penerapannya dalam konteks Indonesia*, Jakarta : PT. RAT Indonesia.
- Fattah, Dede Abdul. 2008. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Karyawan Muslim Pertamina Dalam Membayar Zakat Profesi Melalui Baituzakkah Pertamina*, Jurnal EKSIS, Vol.4 No.2, h.198
- Ghozaly, Imam dan Hengky Latan. 2015. *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Warp PLS 6.0 untuk Penelitian Empiris*, Semarang : Badan Penerbit UNDIP.

- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta :Prehalindo.
- Muhammad , Sani Adamu, Ram Al Jaffri Saad. 2016. *The impact of public governance quality, accountability and Effectiveness on intention to pay zakat: moderating effect of Trust on zakat institution*, International Journal of Management Research & Review, Vol.6, No.1, h.5.
- Mutmainah, Lu'liyatul. 2015. *The Influence of Accountability, Transparency, And Responcibility of Zakat Institution on Intention to Pay Zakat*, (*Global Review of Islamic Economic and Business*, Vol.3, No.2, h.116.
- Setyowati, Ro'fah dan Bedjo Santoso. 2015. *Implementation Of Good Corporate Governance In Indonesian Islamic Banking*, ASEAN International Conference On Islamic Finance
- Sholihin, Mahfud, Dwi Ratmono.2013. *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 untuk Hubungan Nonlinier dan Penelitian Sosial dan Bisnis*, Yogyakarta: Andi.
- Siallagan, Hamonangan. 2014. *The Effect Of Good Corporate Governance Implementation And Proportion Of State Ownership On Banking Firm Market Value*, International Journal of Bussiness, Economics,and Law, Vol 5 Issue 1, h. 28.
- Taha, Roshaiza, Fadzli Adam. 2017. nurul Nurhidayatie dan Akamlia M. Ariff , *Religiosity And Transparency In The Management Of Zakat Institutions*. Journal Of Legal, Ethical and Regulatory Issues. h.2.
- Zainal, Hafizah, Azizi Abu Bakar dan Ram Al Jafri Saad. 2016. *Reputation,Satisfaction of Zakat distribution, and service quaiy as determinant of stakeholder trust in zakat intitutions*, International Journal Of Econ

DETERMINANTS OF CUSTOMER SATISFACTION OF POST-SHARIA BANKING TO BECOME CUSTOMERS REVIEWED FROM THE ASPECT OF CUSTOMER BEHAVIOR

Adriansyah
Akuntansi
STIE H Agus Salim
Bukittinggi Indonesia
uncudd@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di kota Bukittinggi, pelanggan Perbankan Syariah di kota Bukittinggi, dengan populasi semua pelanggan perbankan syariah di Kota Bukittinggi, sampel menggunakan *accidental sampling*. Teknik analisis variabel deskriptif menggambarkan tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan analisis pencapaian responden, sedangkan untuk menganalisis statistik menggunakan analisis Regresi Logistik Biner. Dengan model regresi logistik $Y = 1.527X_1 + 2.390X_2 - 3.798X_3$ di mana reliabilitas, Assurance, efek positif dan signifikan, efek nyata, negatif dan signifikan sementara empati dan responsif tidak mempengaruhi perilaku pelanggan secara signifikan setelah menjadi pelanggan. Secara parsial, reliabilitas, jaminan dan pengaruh nyata dalam mencapai kepuasan pelanggan di Perbankan Syariah di Kota Bukittinggi. Dari lima variabel yang diteliti, variabel jaminan memiliki pengaruh dominan dengan nilai yang diharapkan (B) sebesar 10.914 terhadap perilaku pelanggan pasca-nasabah di Perbankan Syariah di Bukittinggi dibandingkan dengan variabel lainnya.

Kata kunci: Kepuasan Pelanggan, Keandalan, Jaminan, Tangible, Emphaty and Responsiveness, Perilaku Pelanggan

ABSTRACT

This research was conducted in the city of Bukittinggi, the Sharia Banking customers in the city of Bukittinggi, with a population of all sharia banking customers in the city of Bukittinggi, the sample used accidental sampling. Descriptive variable analysis techniques describe the level of customer satisfaction based on an analysis of respondents' achievements, whereas to analyze statistics using Binary Logistic Regression

analysis. With a logistic regression model $Y = 1.527X_1 + 2.390X_2 - 3.798X_3$ where reliability, assurance, positive and significant effect, tangible, negative and significant effect while empathy and responsiveness do not significantly influence customer behavior after becoming a customer. Partially, reliability, assurance and tangible influence in achieving customer satisfaction in Islamic Banking in the City of Bukittinggi. Of the five variables examined, the assurance variable has a dominant influence with an expected value (B) of 10,914 to post-customer customer behavior in Islamic Banking in Bukittinggi compared to other variables.

Keywords: Customer Satisfaction, Reliability, Assurance, Tangible, Emphaty and Responsiveness, Customer Behavior

I. INTRODUCTION

The presence of Islamic financial institutions is an implementation of the understanding of Muslims towards the principle of muamalah in Islamic economic law which is then represented in the economic institutions of a kind of Islamic financial institutions in the form of banks and non-banks. During its development, Islamic financial institutions in Indonesia have experienced a significant increase, both in terms of banking and non-banking. From the banking side, based on 2019 Financial Services Authority Statistics (OJK) in West Sumatera there are 10 Branch Offices (KC) and 28 Supporting Branch Offices (KCP) out of 636 branch offices throughout Indonesia and 1,375 KCP throughout Indonesia. The total assets of BUS and UUS per year in July 2019 amounted to Rp 481,174 billion, and in 2018 amounted to 477.37 billion in 2017 which was only Rp 427,181 billion. The significant increase in the financial industry, has brought Indonesia to rank first in the Islamic financial market. Based on the 2019 Global Islamic

Finance Report (GIFR), Indonesia is ranked first in the Global Islamic Financial Market (GIFR). Last year, Indonesia was ranked sixth. In 2018 successfully recorded a score of 81.93 on the Islamic Finance Country Index (IFCI). When viewed from the total assets of Islamic banking in the City of Bukittinggi amounted to Rp. 1,134 billion, financing of Rp. 738 billion third party funds 1,087 billion and FDR 67.88. The increase proves that the appeal of the community to choose Islamic financial institutions in Indonesia, especially in the city of Bukittinggi, the Islamic financial industry needs to collaborate on Islamic financial products and contracts, to provide solutions to lift the weakening of the real sector. Customers are very essential stakeholders and modern businesses. A business is not possible to run, if there are no customers who use products or services that are created or offered by business people. The customer in his role is certainly not only once when purchasing a product, so that ordinary business grows continuously, it is very much needed by customers who routinely use and buy the product / service and in the future will become a loyal customer.

II. RESEARCH METHODS

The population in this study is the Sharia Banking Customers in the City of Bukittinggi.

Sample

Sample respondents using accidental sampling is a sampling technique based on coincidence. where when seen by people who happen to be found it appropriate as a source of data.

Research Variables and Operational Definitions

The variables in this study consisted of two independent variables and one dependent variable, namely:

1. The independent variable in the study is customer satisfaction as seen from the service indicators include: Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy, Responsiveness.
2. The dependent variable is customer behavior (Y) with the indicator: customer satisfaction as seen from how the disposition of services to Islamic Banking products. With the criteria to remain a customer and stop being a customer

Binary Logistic Regression Analysis

The model in this study uses the following equation:

$$y = \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + \beta_3x_3 + \beta_4x_4 + \beta_5x_5$$

Where :

Y = Customer Behavior

X1 = Reability

X2 = Assurance

X3 = Tangible

X4 = Empathy

X5 = Responsiveness

$\beta_1 \beta_2 \beta_3 \beta_4 \beta_5$ = Regression coefficient

Seeing a significant value can eliminate the constant because it determines which model is used as long as the eligibility criteria (substance and statistics) are met, that is the art, the art of statistics (Ferdifadly, 2012).

The use of binary scale in this study will be the basis for processing the results of the questionnaire that has been distributed to Bukittinggi City Syariah Banking Customers In this Binery Analysis using the Wald test aims to test the influence between variables with the formulation:

$$W = \left[\frac{\beta_j}{S\&\beta_j} \right]^2$$

Simultaneous testing using the G test formulation

$$G^2 = -2 \ln \frac{L_o}{L_p}$$

III. RESULTS AND DISCUSSION

Binary Logistic Analysis Test Results

The logistical binery test results can be seen in table 1.1 below :

Table 1.1

Logistic Regression Analysis Test

Variables in the Equation							
	B	S.E.	Wald	Df	Sig.	Exp(B)	
Step 1 ^a	x1	1.527	.488	9.774	1	.002	4.604
	x2	2.390	1.012	5.582	1	.018	10.914
	x3	-3.798	1.292	8.639	1	.003	.022
	x4	-.028	.422	.004	1	.948	.973
	x5	.830	.504	2.707	1	.100	2.293
a. Variable(s) entered on step 1: x1, x2, x3, x4, x5.							

A logistic regression model is presented where logistic regression can be substituted into the equation as follows:

$$Y = \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + \beta_3x_3 + \beta_4x_4 + \beta_5x_5 + \text{error}$$



$$Y = 1.527X_1 + 2.390X_2 - 3.798X_3$$

From the above equation it is explained that:

1. The satisfaction variable for the reliability indicator (X1) has a positive and significant effect on the behavior of Sharia Banking Customers in Bukittinggi City with a coefficient of 1.527, a significant value of $0.002 < 0.05$, and the hypothesis is accepted.
2. The satisfaction indicator satisfaction variable (X2) has a positive and significant effect on the behavior of Sharia Banking Customers in Bukittinggi City with a coefficient of 2.390 with a significant level of $0.018 < 0.05$. So the hypothesis in this study can be accepted
3. Variable customer satisfaction indicator physical facilities (X3) has a negative and significant effect on customer behavior with a coefficient of -3.798. With a significant level of 0.003. So the hypothesis of this research can be accepted.

In the expectation test B of 10,914 to post-customer customer behavior, is a guarantee variable.

In the accuracy test of the logistic regression model with the Hosmer and Lemeshow test the Chi-square value of 5,474 with a significance of $0.705 > 0.05$, the logistic regression model can be used for further analysis.

IV. DISCUSSIN OF FINDINGS

The results showed that the variable reliability, assurance had a positive and significant effect, meaning that Islamic banking provided the services promised in accordance with the Islamic concept and provided confidence that employees in Islamic banking were experienced people who were experts in their fields. while tangible, has a significant negative influence, meaning that the facilities and infrastructure provided by Islamic banking will affect satisfaction which will have a negative effect if the facilities provided are not as expected by the customer. and empathy and responsiveness have no influence and are not significant in this study because good communication has not occurred because there are ethical boundaries that must be maintained by Islamic banking such as personal attention, know the name well, understand customer needs, want to understand and listen to

problems customers face. Responsiveness, is the response of employees in helping customers and providing services that are fast and responsive, which includes the readiness of employees in serving customers, employee speed in handling transactions, and handling customer complaints For example, the willingness to immediately process requests, conduct registration, analyze, listening to complaints, accepting suggestions for improvements and so on, are still lacking because of the precautionary concept applied by Islamic banks

Like previous research by Dewi Yanti Sudirman, 2011 which examined customer satisfaction seen from the services received by customers as long as they subscribed to a company, as well as the 2011 research Dewi found that service quality consists of Realibility (X1), Assurance (X2), Empathy (X3), Tangible (X4), and Responsiveness (X5) together have a positive influence on customer satisfaction at PT. BRI in Branch Makasar.

Research by Susanto, 2006, found that the dimensions of responsiveness, assurance and empathy were not significant to customer satisfaction at PT. Bank Negara Indonesia Tbk Palembang. The influence of reliability dimensions is the most dominant compared to tangible, responsiveness, assurance and empathy dimensions. The influence of the reliability dimension to the level of customer satisfaction shows that customers of PT. Bank Negara Indonesia Tbk in Palembang gives greater attention to the reliability dimension in expressing satisfaction.

This is also seen in the level of achievement of respondents TCR Analysis for each item of high reliability. In other words, Sharia Banking Customers get satisfaction as long as they are seen from the reliability possessed by every Sharia Banking personnel who deal directly or indirectly with Sharia Banking Customers. So with this satisfaction Sharia Banking Customers remain loyal customers in the Sharia Banking in the City of Bukittinggi.

Then from the second variable, namely assurance, the researcher found a positive and significant relationship to the behavior of customers after becoming customers, this

shows that disposition to be carried out by Sharia Banking customers is likely to remain subscribed because they get satisfaction with the services they receive. This is also clearly seen at the level of achievement of respondents, where each question item is high

Unlike the case with the third variable physical means, researchers found that it had a significant effect but a negative relationship occurred with customer behavior. Judging from the value of the level of achievement of respondents on this variable physical facilities each item has a high value

V. CONCLUSION

From this research on customer behavior after subscribing to Islamic Banking, several conclusions can be drawn as follows:

1. The satisfaction variables include reliability, Assurance, Physical Facilities Tangible, Emphaty and responsiveness (Responsivness) generally affect the behavior of post-subscription Sharia Banking Customers, meaning if Sharia Banking in the City Bukittinggi continues to improve its services to the Customer, more and more customers remain subscribed to Islamic Banking products and vice versa. If Sharia Banking in the City of Bukittinggi does not evaluate and does not improve services provided to the Customer, it will have a negative impact on Sharia Banking in the City of Bukittinggi.

2. Satisfaction variables that significantly influence customer behavior in this study are the reliability variable, the guarantee variable, and the physical facilities variable, while the other 2 variables have no significant effect.

3. Of the variables examined, the assurance variable has a dominant influence on customer behavior after becoming a customer in Syariah Banking in Bukittinggi compared to other variables. This means that the customer has

been able to understand that the perceived satisfaction is determined by the awareness of the implementation of the teachings of Islam in the transaction in order to avoid the prohibited interest in Islam, because interest is usury.

4. Sharia Banking in the City of Bukittinggi provides the best service that creates customer satisfaction, so that Sharia Banking Customers take a stance to remain loyal as a customer.

REFERENCES

- [1]. Arikunto, Suharsimi. 2005. Manajemen Penelitian. Jakarta : Rineka Cipta J. Clerk Maxwell, A Treatise on Electricity and Magnetism, 3rd ed., vol. 2. Oxford: Clarendon, 1892, pp.68–73.
- [2]. Azwar, Saifuddin. 2003. Reliabilitas dan Validitas. Yogyakarta : Pustaka Pelajar K. Elissa, "Title of paper if known," unpublished.
- [3]. _____. ,Statistik Perbankan Syariah Periode Juli 2019
- [4]. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah--July-2019.aspx>.
- [5]. Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- [6]. Hosmer, David W. & Lemeshow, Stanley. 2000. Applied Logistik Regression. USA: Willey.
- [7]. Yanti, Dewi Sudirman. 2011. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Tabungan Britama Pada PT. BRI (Persero) Tbk Cabang A. Yani Makassar. Makassar.

The Effect Of Institutional Ownership, Board Of Independent Commissioners, Managerial Ownership, Board Of Directors, And Audit Committee On Financial Performance Of Manufacture Company Registered In Indonesian Stock Exchange Of 2013-2017

Aminar Sutra Dewi¹
Department of Management
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP
Padang, Indonesia
aminarsutradewi@akbpstie.co.id

Riri Mayliza²
Department of Management
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi
Padang, Indonesia
ririmayliza@akbpstie.co.id

Juarsa Badri³
Department of Management
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi
Padang, Indonesia
badri@akbpstie.co.id

Abstract –This study aims to find out the influence of institutional ownership, and independent board of commissionersto financial performances on manufacture companies. The study objects is manufacturing company which listed in Indonesian Stock Exchange and the observation period from 2013 to 2017, the sampling technique used is purposive sampling. This study used data of company's annual financial statement and annual report summary has been obtained from the official website of IDX. This type study is quantitative research. The sample used was companies manufacture in 2013-2017 totaling 8 samples. Data analysis method used in this study is regression analysis in panel data. The result of the study show that institutional ownership has a significant negative effect on financial performances, independent board of commissioners has a significant negative effect on financial performances, managerial ownership has a significant negative effect on financial performances, the board of directors has no significant negative effect on financial performances, and audit committee has a significant positive effect on financial performances.

Keywords: institutional ownership, independent board of commissioners, managerial ownership, the board of director, audit committee, financial performances (ROA).

I. INTRODUCTION

The issue of manufacture companies in Indonesian Stock Exchange of the economy in Universitas Indonesia in the development of manufacture industry increases. It is due to that manufacture sector significantly affects new energy which can encourage economy growth which also leads to the increase of community spending. One of the companies which has good financial performances is Manufacture Company. Manufacture industrial sector becomes the backbone of national growth. After experiencing critical condition, manufacture industry always grows under gross domestic product (PDB). Thus, Indonesia cannot become industrial country. However, the national service sector is the one which oddly becomes weird. Not all sectors in manufacture industry has bad growth, there is also a bright manufacture industry sector. First is the sub-sector of cosmetic and goods for household interest, second is the sector of ceramic, porcelain, and glass, the third is the sub-sector of animal feeds, the fourth is the sector of automotive and its component, as well as sector of pharmacy. They grow above the average and all this time reflect rapid increase. However, this cannot help the general national economy growth yet. Therefore, all manufacture sectors must be encouraged.

Financial performance is a company financial statement which shows the company condition where it will be used as consideration material for the company to conduct further action or for the community to assess the continuity of the company before conducting an action (Dewi, Zusmawati, & Lova, 2018). As the company manager, a manager knows more company prospect and internal information in the future compared to the owner or shareholders. Manager has the obligation to give signal regarding the company condition to the company owner.

The company financial performance itself uses Return On Asset (ROA) which is the measurement of accounting aspect. ROA accounting measurement is the reflection of the company performance. ROA presents the company ability in using all of its assets to produce profit after tax (Putra, 2015).

Income statement is a financial statement to measure the company operation successfulness for a certain period. However the profit value obtained in the income statement is often affected by accounting method used. The disclosure of financial statement will provide useful information for the financial statement user. Disclosure as one of *good corporate governance* aspects can become the basic to know the performance of a company (Puspitasari & Ernawati, 2010).

In the financial management book written by Harjito & Martono (2011) in *Agency Theory*, they conclude that *Agency Theory* is a theory which is related to the company manager and shareholders. Company is demanded to act the best in order to fulfill the shareholders' interest. However, in the recent practice, there is often conflict occurs between the two parties, called *agency problem* (Harjito & Martono, 2011).

II. LITERATUR REVIEW

Correlation between the Institutional Ownership and Financial Performance

Institutional ownership is share ownership by other institutional party which is ownership of other company or institution. Share ownership of other parties in the form of institution includes insurance company, bank, investment company, and other institution ownership. Institutional ownership is an instrument that can be used to decrease the *agency conflict* (Putra, 2017). In a research, this is measured by using the indicator of share percentage owned by the institution of the overall distributed share capital.



Management monitoring due to institutional ownership encourages the increase of more optimal supervision which is the mean of institutional ownership. Such monitoring certainly assures the welfare of the shareholders, the effect of institutional ownership as the supervision agency emphasized on their investment which is quite large in capital market (Susanto&Pricilia, 2017). Theoretically, the stronger the control towards a company, the more increase the company performance, if the company owner can control the management action so that it acts according to the company goal. Based on the discussion above, the first hypothesis can be formulated as follows:

H1 : It is assumed that institutional ownership positively and significantly affects the financial performance

Correlation between the Boards of Independent Commissioners and Financial Performance

The member of the board of commissioners who does not have any relationship with the financial, management, share ownership or family relationship with the other member of the board of commissioners, directors, and shareholders of the controllers or other relationship which can affect their capability in acting independently is the definition of the independent commissioners (Zahra, 2016).

Independent commissioner is the best position in implementing the function so that it emerges company with *good corporate governance* (Dewi, Sari, & Abaharis, 2018). The proportion of the board of commissioners is measured using the indicator of the percentage of the board of commissioners members comes from the company external from all size of the board of commissioners members of the company.

It is due to that the bigger the number of the board of commissioners, it will become more difficult, expensive and take much time whether in terms of communication, or coordination in making decision (Putra, 2015). Based on the discussion above, then it can be formulated the second hypothesis, which is:

H2 : It is assumed that the board of independent commissioners negatively and significantly affects the financial performance

Correlation between Managerial Ownership and Financial Performance

Managerial ownership is the people who has top position and more consistent in running the company if they can equalize the interest of the manager and shareholders so that it can increase the company performance (Puspitasari & Ernawati, 2010).

The financial performance is the company size to see the achievement of all implementation of financial function which is really essential for the investor and the company (Noviawan & Septiani, 2013). Therefore, managerial ownership on the financial performance means to study its effect on the entity achievement seen from the compensation contract in which there is share ownership by the manager (Puspitasari & Ernawati (2010)). Thus, the significant and positive effect on this financial performance is the result of the research on share ownership of the manager party.

Furthermore, the supporting journal of this research according to Putra (2017), explains concerning the effect of managerial ownership on the financial performance in which the result is positive towards the company value and financial

performance (Puspitasari & Ernawati (2010)). In addition, he also explained that managerial ownership on the financial performance in which the result states that manager has significant and positive effect on the financial performance (combination of ROA, ROE, and PER). Result of research conducted by Widyati (2013) indicates that both board of directors and board of commissioners have intensive to maximize their welfare and conflict emerges in the theory of agency cannot be decreased stating that managerial ownership significantly and negatively affects the company financial performance.

H3 : It is assumed that managerial ownership positively and significantly affects the financial performance

Relationship between Board Directors and Financial Performance

The board of directors is the company organ which has full authority and responsibility on the company management for the company need, according to the purpose and goal of the company or company representative, both inside and outside the court with the provision of Article of Association (Widyati, 2013).

The supporting journal of this research written by Putra (2017) stating that the board of directors on the financial performance in which the result is positive on the company financial performance. Meanwhile, according to Noviawan & Septiani (2013), they stated that there is positive effect of the board of directors on the financial performance. In addition, according to Dewi (2012), it was stated that board of directors positively affects the company performance. In line with Sukandar (2014) opinion who stated that the effect of board of directors on the financial performance is positive.

H4 : It is assumed that the managerial ownership positively and significantly affects the financial performance

Correlation between Audit Committee and Financial Performance

Manager or agent cannot implement their duty as agreed in the work contract. Thus, the agency problem that can emerges related to the relationship between agent and principal is *moral hazard*. One of the possibilities is fraud in making the financial statement (Noviawan & Septiani, 2013).

Suhardjanto (2010) explains that Audit Committee has positive and significant effect on the financial performance. This is due to their role in monitoring and supervising the financial statement.

In the research conducted by Manik (2011), it was explained that the use of audit committee variable positively and significantly affects the company performance. The reason is because the importance of the role of audit committee in conducting monitoring and supervision which is considered as required on the implementation of directors function in managing the company as well as implementing the important duty related to the financial report system.

In a research (Dewi, 2012), it was declared that audit committee positively and significantly affects the financial performance. With the presence of audit committee in a company, it will result in a better and qualified financial

statement, which is in line with the achievement of goal and responsibility of the audit committee.

H5 :It is assumed that audit committee positively and significantly affects the financial performance

III. METHODOLOGY

This research was performed on manufacture companies registered in Indonesian Stock Exchange during period of 2013 – 2017. The basic of research object chosen is there is no obstacle in collecting the data, and the data can be collected in relatively short time. Data used in this research is secondary data obtained from official site of Indonesian Stock Exchange (www.idx.co.id). The quantitative data was obtained from the *annual report and annual report summary*. It was chosen from one of company financial statement in the form of financial position statement.

The type of this research is quantitative research in which this research was conducted by testing the related hypothesis with the relationships of several variables on the other variables by utilizing data in the form of fixed or provided numbers aiming to conduct further test. The method of this research is scientific method since it has met the scientific rules including concrete, empirical, objective, rationale, measure, and systematic (Sugiyono, 2017)

The data collection technique used was documentation. There are as many as 147 companies registered at the end of 2017 period which became the population of this research. Samples were taken through purposive sampling, which is a sampling method by using specific criteria determined by the researcher.

The criteria of sampling in this research are:

1. Manufacture companies registered in Indonesian Stock Exchange at the end of 2017 period, obtained from ICMD (www.idx.co.id).
2. Manufacture companies registered simultaneously in the period of 2013-2017.
3. Manufacture companies which has annual financial statement or financial statement which has been audited in the scope of all variables used in this research.
4. Manufacture companies with positive ROA data.

Table 1
Sampling Tabulation through Purposive Sampling

No.	Criteria	Number
1	Manufacture companies registered in Indonesian Stock Exchange at the end of research observation period, which is 2017	147
2	Manufacture companies which were not registered simultaneously in the period of 2013-2017	(20)
3	Manufacture companies which do not provide data needed according to the research variables.	(112)
4	Manufacture companies which do not have positive ROA data	(7)
Number of Sample		8
Number of Observation		40

Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan terdiri dari dua macam, yaitu variabel bebas (*independent variables*) dan variabel terikat (*dependent variables*). Yang menjadi variabel bebas dalam penelitian kali ini adalah kepemilikan institusional dan dewan komisaris independen. Sedangkan kinerja keuangan sebagai Y dimana berperan sebagai variabel terikatnya. Definisi *operasional variabel* dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Table 3.2
Operational Definition of Variable

N	Variable	Definition	Measurement	Source
1	Financial Performance (Variable Y)	Return on Asset (ROA) is company effectiveness size in producing profit by utilizing company asset.	$ROA = \frac{\text{Interest after tax}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$	(Hidayanti & Paramita, 2014)
2	Institutional Ownership (Variable X1)	Number of share ownership owned by institutional investor compared to the number distributed is the definition of institutional ownership	$\text{Institutional Ownership} = \frac{\text{amount of institutional share}}{\text{amount of outstanding share}}$	(Hidayanti & Paramita, 2014)
3	Board of Independent Commissioners (Variable X2)	The proportion of the Board of Independent Commissioners using the indicator of the percentage of the board of commissioners members come from the outside and from all member of the board of	$\text{Independent commissioners} = \frac{\text{number of independent}}{\text{number of the members of}}$	(Widyati, 2013)

		commissi oners.			
4	Manag erial Owner ship (Varia bleX3)	Manageria l ownership is the internal instrument of supervisio n on the manager performan ce	Managerial percentage ownership	(Noviaw & Septiani, 2013)	
5	Board of Direct ors(Va riable X4)	Board of directors is all board members who have the responsibi lity on the company performan ce and managem ent	Number of all members of board of directors of the company	(Noviaw & Septiani, 2013)	
6	Audit Comm ittee(Variab leX5)	Audit committee is audit which has the responsibi lity in supervisin g the financial statement and supervisin g external audit	All members of audit committee in the company.	(Wuland ari, 2006)	

Data Analysis Technique

Descriptive Statistic Analysis

Sugiyono (2017) stated that descriptive statistic is performed to know the strength of relationship between the variable through correlation analysis, predicting through regression analysis and making comparison by comparing the mean of samples or population. Thus, technically, it can be known that in descriptive statistic, there is no significance test, no error level, since the researcher do not aim to make generalization thus there is no generalization error.

Panel Data Model

This research is in the form of *hypotesis testing* aiming to test the effect of institutional ownership and board of independent commissioners on the financial performance. The form of data used in this research is panel data. Yusra & Hadya (2017) defined panel data as the combination between *time series* and *cross section data*. Data management was done through panel data analysis using one of data management softwares, which is *Eviews 8*. There are three methods in the testing, those are:

Commonteffect model in *commoneffectmodel* (CEM) method combines all data withouth considering time and place of the research. It was assumed that the data behavior between the units of *cross-section* is the same in various period. In estimating the parameter of *commoneffectmodel*, it can be done by using *OrdinalLeastSquare* (OLS) (Nindya Wulandari, 2017). *Fixed effect model* is one of the methods to pay attention to the heterogeneity of *cross-section* unit in the panel data regression model by allowing different intercept values for each cross-section unit but still assuming constant slope (Nindya Wulandari, 2017). *Random effect model*, estimating *randomeffectmodel* was assuming that the effect of individual is random for all *cross-section* unit (Wulandari, 2017).

Normality Test

The indicator used by the researcher in this normality test is *Jarque-Bera*. According to Winarno (2017), *Jarque-Bera* is statistical test in order to know whether the data is distributed normally or not. Yusra & Hadya (2017) stated that if the result obtained from the testing has probability value of more than α (> 0.05), it shows that the data is normally distributed. Otherwise, if the result obtained is < 0.05 , then it can be concluded that the regression model used is not normal or in other words, the data used has been normally distributed.

Further Test

Chow test is a test to determine which model between *Common Effect* (CE) and *Fixed effect* (FE) which is more correct to be used to estimate the panel data. Hausman test is statistic test to choose whether *Fixed Effect* (FE) or *Random Effect* model is the most correct to be used.

Panel Data Regression Analysis

This research was conducted to see the effect of independent variable on the dependent variable. The panel data regression analysis was employed to see whether the hypothesis made is accepted or rejected. The significance level used was 5%. Statistical model estimated is the best model and free from classic assumption deviation (Yusra & Hadya, 2017).

$$KK = \alpha + \beta_1 KI + \beta_2 DKI + \beta_3 KM + \beta_4 DD + \beta_5 KA + \varepsilon$$

In which:

KK : Financial Performance

α : Constant

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$: Regression Coefficient

KI : Company Institutional Ownership

DKI : Board of Independent Commissioners of the Company

KM : Company Managerial Ownership

DD : Board of Directors of the Company

KA : Company Audit Committee

ε : Standard Errors

Hypothesis Testing

T test

Hypothesis testing is the answer or assumption on the problem formulation in a research. hypothesis comes from the theory and empirical study which has been done before or journal related to the research conducted (Lestari & Priyadi, 2017) t test is statistic test to know whether the independent variable has effect on the dependent variable or not. If the

significance of t test > 0.05 then Ho is accepted and Hi is rejected which means that the independent variable affects the dependent variable. If the significance value of the t test ≤ 0.05 then Ho is rejected and Hi is accepted which means there is no effect given by the independent variable on the dependent variable.

IV. RESULTS AND DISCUSSION

Descriptive Statistic Test on Variable

Table 1
Result of Descriptive Statistic Test on Variable

	N	Minimum	Maximum	Mean	Standard Deviation
Financial Performance (KK)	40	0.58	14.10	6.71	4.31
Institutional Ownership (KI)	40	5.14	95.78	61.70	23.93
(DKI)Board of Independent Commissioners (KM) Managerial Ownership	40	28.57	75.00	39.93	10.41
(DD) Board of Directors	40	0.05	38.00	7.39	11.05
(KA) Audit Committee	40	3.00	12.00	6.00	2.45
	40	3.00	3.00	3.00	0.00

In the table above, it can be seen that there were many data studied which is 40 data. Explanation regarding the descriptive statistical analysis can be explained, lowest financial performance (*minimum*) is placed by PT Chandra Asri Petrochemical Tbk in 2013 by 0.58. Meanwhile, the highest financial performance (*maximum*) was in PT Chandra Asri Petrochemical Tbk in 2016 which is by 14.10. This can be explained that this company has high dependence level on net profit. The mean value of financial performance variable is 6.71 with the standard deviation is 4.31. This means that the financial performance variable data has small data distribution, seen from the standard deviation value showing smaller value compared to its mean.

The institutional ownership measured from the amount of institutional share divided by the amount of outstanding share can be seen to present lowest value (minimum), which is in PT Wismilak Inti Makmur Tbk 2017 by 5.14. Meanwhile, the highest value (maximum) of 95.78 is in PT. Chandra Asri Petrochemical Tbk in 2015 and 2016. This can be explained that the institutional share has large amount from the outstanding share owned by the company. The mean value of institutional ownership variable is 61.70 with the standard deviation of 23.93. This means that institutional ownership variable data has small data distribution due to the smaller standard deviation compared to the mean value obtained.

The board of independent commissioners which was measured by using the number of independent commissioners compared to the board of commissioners can be seen to present lowest value (minimum) of 28.57, which is PT Chandra Asri Petrochemical Tbk in 2013 and 2014, while the highest value (maximum) is 75.00 which is in PT Tempo Scan Pacific Tbk in 2014. The company has many board of commissioners which can increase the quality of supervision function in the company in order to create *Good Corporate*

Governance. The mean value of board of independent commissioner variable is 39.93 with standard deviation of 10.41. It means that the board of independent commissioners variable has small data distribution, due to the smaller standard deviation compared to the mean value.

The managerial ownership measured from the percentage of managerial ownership of a company can be seen to present the lowest value (minimum) by 0.05 which is in PT Chandra Asri Petrochemical Tbk in 2013, while the highest value (maximum) is 38.00 which is in PT Wismilak Inti Makmur Tbk in 2017. The mean value of managerial ownership variable is 7.39 with standard deviation of 11.05. It means that the managerial ownership variable data has big data distribution since the standard deviation is bigger than its mean.

The board of directors measured from the number of members of directors can be seen to present the lowest value (minimum) of 3.00 at PT Lion Mesh Prima Tbk in 2013 to 2017, and at PT. Trias Sentosa Tbk in 2014 to 2016, while the highest value (maximum) is 12.00 which is in PT Tempo Scan Pacific Tbk in 2013. The mean value of the board of director variable is 6.00 with standard deviation of 2.45. It means that the board of director's variable has small data distribution, since the standard deviation value is smaller than its mean.

Audit committee measured by all members of audit committee in a company can be seen to present the lowest value (minimum) by 3.00 which is in PT Lion Metal Works Prima Tbk, PT. Lionmesh Prima Tbk, PT. Trias Sentosa, PT Chandra Asri Petrochemical, PT. Sekar Bumi Tbk, PT. Gudang Garam Tbk, PT. Wismilak Inti Makmur, and PT Tempo Scan Pacific Tbk, at 2013-2017, while the highest value of 3.00 is in PT Lion Metal works Tbk to PT. Tempo Scan Pacific Tbk in 2013 to 2017. The mean value of audit committee is 3.00 with standard deviation of 0.00. It means that the audit committee variable data has small data distribution since the standard deviation is smaller than the mean value.

Selection of Panel Data Regression

The estimation of *common effect model (CEM)*, *fixed effect model (FEM)*, and *random effect model (REM)* was done to analyze the best model in panel data. To estimate the model, the regression equation used is:

$$\text{Log}KK = \alpha + \beta_1 \text{Log}KI + \beta_2 \text{DKI} + \beta_3 \text{KM} + \beta_4 \text{DD} + \beta_5 \text{KA} + \varepsilon$$

Logarithm transformation used in this equation was used to determine the best model. Statistic result obtained in estimating the model of CEM, FEM, and REM is as follow:

Table 2
Table of Estimation of CEM, FEM, and REM

Variable	Common Effect		Fixed Effect		Random Effect	
	t-statistik	prob	t-statistik	prob	t-statistik	prob
KK	1.345	0.187	4.3001	0.000	-	0.042
KI	976	2	63	2	2.102970	9
DKI	5.040	0.000	-	0.896	-	-
	049	0	0.1	6	2.181804	0.0361

			311					KI	-5.73E-15	2.73E-15	-2.102970	0.0429
			76					DKI	-6.47E-15	2.96E-15	-2.181804	0.0361
			-					KM	-6.02E-15	2.50E-15	-2.405155	0.0218
			3.4					DD	-9.04E-17	5.28E-15	-0.017129	0.9864
KM	2.627	0.012	970	0.001	-			KA	0.577350	1.83E-14	3.15E+13	0.0000
	838	8	46	6	2.405155	0.0218						
			2.4									
DD	0.568	0.573	743	0.019	-							
	698	3	31	9	0.017129	0.9864						
			1.2									
	8.56E	0.000	7E	0.000	3.15E							
KA	+3	0	+13	0	+13	0.0000						

Table 2 explains that each model has different significance. In order to determine the best model from the three models, further test was conducted. Hausman test was chosen as further test to choose the best model between fixed effect model and random effect model.

Normality Test

Random effect model (REM) was chosen as the best model in panel data regression, then the classical assumption test is very much relevant to be done. Classical assumption testing conducted was only the normality test, while the multicollinearity and heteroscedasticity were not done since it has been represented by model estimation in panel data regression.

Table 3
Normality Test

Jarque-Bera	3.872675
Probability	0.144231

Seen from the table 3 above, it can be seen that the probability value is bigger than the alpha ($0.144231 > 0.05$). This shows that the data has been normally distributed.

Table 4
Hausman Test

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	4.485189	4	0.3443

Hausman test aims to determine the best model between fixed effect model and random effect model. Table 3 shows that the probability value in the random Cross-section is bigger than the alpha (α) ($0.3443 > 0.05$). Thus, it can be concluded that the model which is appropriate to be used in the panel data regression is Random Effect Model (REM).

Analysis of Panel Data Regression

This research aims to see the effect of independent variable on the dependent variable. In order to see whether the hypothesis is accepted or rejected, panel data regression analysis was employed. The significance level used was 5%. The statistical model estimated was the best mode which is also free from classical assumption symptoms. The test result can be seen in the following table:

Table 5
Estimation Result of Panel Data Regression

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.33E-16	2.04E-15	0.065178	0.9484

The panel data regression equation of Random Effect Model is as follow:

$$KK = 1.33E-16 + (-5.73E-15)KI + (-6.47E-15)DKI + (-6.02E-15)KM + (-9.04E-17)DD + 0.577350$$

Based on the regression equation model above, it can be interpreted that:

1. Constanta of 1.33E-16 explains that the variables of institutional ownership, board of independent commissioners, managerial ownership, and audit committee were assumed to have value of 1 unit, then it will decrease the financial performance with Constanta value of 1.33E-16.
2. The regression Constanta value of institutional ownership has value of -5.73E-15. This explains that it was assumed if institutional ownership has a value of 0 (none) then it will decrease the financial performance by -5.73E-15.
3. The regression Constanta value of the board of independent commissioners has value of -6.47E-15. It explains that if it was assumed that variable of board of independent commissioners has value of 0 (none) then it will decrease the financial performance by -6.47E-15.
4. The regression Constanta value of managerial ownership has value of -6.02E-15. This means that if it was assumed that the managerial ownership variable has value of 0 (none) then it will decrease the financial performance by -6.02E-15.
5. The regression Constanta value of the board of directors has value of -9.04E-17. It means that if it was assumed that the board of directors has value of 0, then it will decrease the financial performance variable by -9.04E-17.
6. The regression Constanta value of audit committee variable has value of 0.577350. This explains that if it was assumed that the board of directors has an increase of 1 unit, then it will increase the financial performance variable for 0.577250.

Hypothesis Testing Result (t Test)

This testing aims to know the significance of variables of institutional ownership and board of independent commissioners on financial performance variable. T test result shows the effect of independent variable individually on explaining the dependent variable. The hypothesis form assessed is if the value of T_{count} is smaller than T_{table} and probability value is bigger than alpha (0.05), then the hypothesis H_0 will be rejected. Meanwhile, if the value of T_{hitung} is bigger than T_{tabel} and probability value is smaller than the alpha (0.05), then the hypothesis will be accepted.

The T_{count} value for institutional ownership variable is proxied with KI value of -2.102970. This value is bigger than the t table (2.024394). The probability value of institutional ownership is 0.0429, which is smaller than 0.05. It means that

the hypothesis is accepted. Such result proves that there is significant effect of institutional ownership variable on the company financial performance.

The t count value for the variable of the board of independent commissioners is proxied with DKI value of -2.181804. This value is bigger than the value of t table (2.024393). The probability value of the board of independent commissioners is 0.0361, which is smaller than the alpha (0.05). It means that the hypothesis is accepted. Such result proves that there is significant effect between the variable of board of commissioners and company financial performance.

The t count value for the variable of managerial ownership is proxied with KM value of -2.405155. This value is bigger than the t table (2.024393). The probability value of managerial ownership is 0.0218, which is smaller than the alpha (0.05). It means that the hypothesis is accepted. This result also proves that there is significant effect between the managerial ownership variable and company financial performance.

The t count value for the variable of board of directors is proxied with DD value of 0.017129. This value is smaller than the t table (2.024393). The probability value of the board of directors is 0.9864, which is bigger than the alpha (0.005). It means that the hypothesis is rejected. Such result also proves that there is no significant effect between the variable of board of directors and company financial performance.

The t value for the variable of audit committee is proxied with KA value of 3.15E+13. This value is bigger than the value t table (2.024393). The probability value of audit committee is 0.0000, which is smaller than the alpha (0.05). Thus it means that the hypothesis is accepted. Such result also proves that there is significant effect between the variable of audit committee and company financial performance.

The Effect of Institutional Ownership on Company Financial Performance

Research that has been conducted on 40 observation data obtained from companies registered in Indonesian Stock Exchange during the period of 2013 – 2017. Such data was then selected using several criteria determined. From the estimation result using *Eviews 8* program, it can be concluded that the institutional ownership as H1 negatively and significantly affects the company financial performance. It means that the first hypothesis is rejected.

Such result is not in accordance with the research conducted by (Candradewi, Bagus & Sedana, 2016) and (Widyati, 2013). In inhibiting the managers' opportunistic behavior and helping the decision making by company, big institutional ownership proportion can increase the supervision effort by the institution party so that it increases the company financial performance measured through ROA. The presence of institutional investor in company can help decrease the agency problem occurs, which is problem emerges between management and the shareholders.

This research result is supported by research conducted by (Aprianingsih, 2014), which stating that institutional ownership is a condition where the institution party has share in a company and its share ownership is usually big. High share ownership by an institution causes the

institution party to act for their own interest by sacrificing the minority shareholders' interest and will make unbalance in directing the company policy which later will lead to not conducive condition. It can be shows that the higher the institutional ownership, the stronger the control on the company. The company performance or value will also increase if the company owner can control the management behavior so that it is in accordance with the company goal.

The Effect of the Board of Independent Commissioners on the Company Financial Performance

Variable of the board of independent commissioners is the second independent variable which is estimated to see its effect on the company financial performance. The result shows that it has negative and significant effect on the company financial performance, so that it can be concluded that

H2 is accepted and can be explained its effect on the company financial performance.

The board of independent commissioners is the members of commissioners affiliated in the management, other commissioners' members and shareholders. By the presence of the board of independent commissioners, the shareholders' interest, both from the majority or the minority were not ignored since the independent commissioner's act more neutral on the managers' decision.

This result is supported by the research conducted by (Noviawan & Septiani 2013), and (Fadillah, 2017) which found that there is negative and significant effect on the board of independent commissioners on the company financial performance. The research result shows that the board of independent commissioners affect significantly so that H2 is accepted.

The Effect of Managerial Ownership on Company Financial Performance

Based on the result, the regression coefficient value for managerial ownership variable has negative effect on ROA financial performance, therefore, it can be concluded that the third hypothesis is rejected.

According to Jensen & Meckling (1976) manager is not maximal in implementing his duty to maximize the asset of the shareholders which is by increasing the company performance through ROA of managerial ownership on low level, as well as try to shift the company resource for their own interest. This is due to that manager does not fully get benefit, they also suffer from the cost incurred to increase the company profit, thus the managerial ownership does not significantly affect the financial performance (ROA) in the research (Tertius & Austitiawan, 2010).

This research does not support research conducted by Puspitasari & Ernawati (2010) entitled the Effect of Corporate Governance Mechanism on the Entity Financial Performance, resulting that managerial ownership significantly and positively affects the financial performance.

The Effect of Board of Directors on the Company Financial Performance

Based on the regression coefficient value produced, the variable of board of directors does not significantly affect the ROA financial performance. Thus, it can be concluded that the fourth hypothesis is rejected.

Bodroastuti (2009) explained that the board of directors in a company determines the policy that will be taken in long term or in short term. The lack of number of board of directors will crease better communication among the directors, more effective coordination and faster action in overcoming issue.

This result is contradictory with the research conducted by Dewi (2012)stating that the board of directors positively affect the company performance. Putra (2017)also argued that the board of directors positively affect the company financial performance.

This result is in line with the research conducted by Widyawati (2013) stating that the board of directors measured by the number of directors does not significatly affect the compan financial performance.

The Effect of Audit Committee on the Company Financial Performance

The variable of audit committee is the fifth variable estimated to see its effect on the company financial performance. The research result found that the audit committee has positive effect, concluding that H₀ is accepted and can explain its effect on the company financial performance.

The previous research (Manik, 2011) found that the use of audit committee variable positively and significantly affects the company performance. This is due to the importance of audit committee role in doing supervision considered to be as needed on the directors function implementation in managing the company as well as implementing important duty related to the financial report system.

This is in line with the research conducted by Dewi (2012)stating that the audit committee positively and significantly affects the financial performance. By the presence of audit committee in a company, it will produce better and qualified financial statement which is in accordance with the purpose and responsibility that should be fulfilled by the audit committee.

V. CONCLUSION

Based on the research result and discussion above, the result was obtained related to the effect of institutional ownership and board of independent commissioners on the financial performance of manufacture companies registered in Indonesian Stock Exchange in 2013-2017 using panel data regression analysis technique.

The large proportion of institutional ownership can increase supervision effort by the institution party so that it inhibits manager's opportunistic behavior and can help the company decision making. Institutional ownership produces hypothesis which negatively and significantly affects the financial performance. It means that the first hypothesis is rejected.

The board of independent commissioners gives significant hypothesis on the financial performance. The board of independent commissioners are those who not affiliated with the management, other commissioner's members, and shareholders. By the presence of independent commissioners, the interest of shareholders, both from the majority and minority is not ignored since the independent

commissioners will act more neutral on the decision made by the manager. The second hypothesis is accepted.

Managerial ownership gives negative and significant hypothesis on the ROA financial performance by shifting the company source for their own interest. Managerial ownership in low level causes the manager to be lacking in implementing their duty to maximize the shareholders' share. This is due to that manager does not fully get benefit, they also suffer from the cost incurred to increase the company profit, and thus the managerial ownership does not significantly affect the financial performance. The third hypothesis is rejected.

The board of directors provides negative and insignificant effect on ROA financial performance. The board of directors determines the policy that will be taken in long term or in short term. The lack of number of board of directors will crease better communication among the directors, more effective coordination and faster action in overcoming issue. The fourth hypothesis is rejected.

Audit committee gives positive and significant effect on the company financial performance. This is because the importance of audit committee role in doing supervision considered to be as needed on the directors function implementation in managing the company as well as implementing important duty related to the financial report system. The fifth hypothesis is accepted.

There are several limitation found in this research, among them is the observation number which is relatively small since there were many extreme data found in the data collection process. Other limitation is that the factors used are limited to two factors only, those are institutional ownership and board of independent commissioners. With such limitation, the research conducted has not given maximal description. For further researcher, they can add different measurement tools such as: *Return on Equity* (ROE), *Return on Investment* (ROI), and *Net Profit margin* (NPM). In addition, the next researcher can conduct research by adding GCG variables such as audit committee, managerial ownership, and board of directors.

ACKNOWLEDGMENT

Researchers express gratitude to the parties that have supported this research. Appreciation and gratitude given to the Indonesian Stock Exchange which has provided access to the annual report and summary of the companies registered in Indonesian Stock Exchange, so that it makes the researchers easier to collect the data needed.

Gratitude is also expressed to the Head of Higher Education of "KBP", Head of Management Study Program, Advisor and staff of Higher Education of "KBP" which have supported and permitted the writers to conduct this research and write this research.

REFERENCES

- [1] Aprianingsih, Y. (2014). Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance , Struktur Kepemilikan , Dan Ukuran Perusahaan Effect Good Corporate Governance Implementation , Ownership. *Jurnal Profita*, 4(5), 1–16.
- [2] Candradewi, Bagus, & Sedana. (2016). ISSN : 2302-8912 Pengaruh Kepemilikan Manajerial , Kepemilikan

- Institusional Dan Dewan Komisaris Independen Terhadap Return On Asset Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia Menghadapi persaingan bisnis yang kompetitif ., *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(5), 3163–3190.
- [3] Dewi, A. S. (2012). *Pengaruh Corporate Governance dan Leverage terhadap Kinerja Keuangan pada Perbankan yang Terdaftar DI BEI. Kajian AKuntansi Dan Auditing*, 7.
- [4] Dewi, A. S., Sari, D., & Abaharis, H. (2018). Pengaruh Karakteristik Dewan Komisaris Terhadap Kinerja Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Benefita*, 3(3), 445–454.
- [5] Dewi, Zusmawati, & Lova. (2018). Analisis Kinerja Keuangan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Harga Saham Perusahaan Dalam Indeks LQ45 Di BEI Dengan Data Panel. *Jurnal Pundi*, 02(02), 119–134.
- [6] Harjito, A., & Martono. (2011). *Manajemen Keuangan*. (Ekonisia, Ed.), *Historia Social* (edisi 2). Yogyakarta. <https://doi.org/10.1145/2505515.2507827>
- [7] Hidayanti, E., & Paramita, R. W. D. (2014). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Praktik. *Jurnal WIGA*, 4(2), 1–16.
- [8] Lestari, I. A., & Priyadi, M. P. (2017). Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Kebijakan Dividen Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 6(September), 1–22.
- [9] Manik, T. (2011). Analisa Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Komisaris Independen, Komite audit, Umur Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal JEMI*, 2(2), 25–36.
- [10] Novian, R. A., & Septiani, A. (2013). Pengaruh Mekanisme Corporate Governance Dan Struktur Kepemilikan Terhadap Kinerja Keuangan. *Of Accounting*, 2, 1–10.
- [11] Pricilia, S. (2017). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, Komisaris Independen, dan Ukuran Dewan Komisaris terhadap Manajemen Laba Serta Implikasinya terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011. *Ecojoin*, XXII(02), 267–283.
- [12] Puspitasari, F., & Ernawati, E. (2010a). Pengaruh mekanisme. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 1999(2), 189–215.
- [13] Puspitasari, F., & Ernawati, E. (2010b). Pengaruh Mekanisme corporate Governance terhadap Kinerja Keuangan Badan Usaha. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 1999(2), 189–215.
- [14] Putra. (2017). Pengaruh Kelola Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 6(8), 1–17.
- [15] Putra, B. P. D. (2015). Pengaruh dewan komisaris, proporsi komisaris independen, terhadap kinerja perusahaan. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 8(2), 70–85.
- [16] Putra, R. H. (2017). Pengaruh Tata Kelola Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan, 6(September), 1–17.
- [17] Sugiyono. (2017a). metode penelitian. In *metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D* (26th ed., p. 334). Bandung: alfabeta.
- [18] Sugiyono. (2017b). Metode Penelitian Bisnis. In *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- [19] Sukandar, P. P. (2014). *Pengaruh Ukuran Dewan Direksi Dan Dewan Komisaris Serta Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan* (Vol. 3).
- [20] Tertius, M. A., & Christiawan, Y. J. (2014). Pengaruh Good Corporate Governance terhadap Kinerja Perusahaan pada Sektor Keuangan. *Business Accounting*, 3(1), 2015.
- [21] Tertius, M., & Chris Austitiawan, Y. J. (2010). Pengaruh Good Corporate Governance terhadap Kinerja Perusahaan pada Sektor Keuangan. *Majalah Ilmiah INFORMATIKA*, 3(2), 47–60.
- [22] Widyati, M. F. (2013). Pengaruh Dewan Direksi, Komisaris Independen, Komite Audit, Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 234–249.
- [23] Winarno, W. W. (2017). Analisis Ekonometrika dan Statistika dengan Eviews. In *Analisis Ekonometrika dan Statistika dengan Eviews* (5th ed.). Yogyakarta: UPP STIM YPKN.
- [24] Wulandari, N. (2006). Pengaruh Indikator Mekanisme Corporate Governance Terhadap Kinerja Perusahaan Publik Di Indonesia (The Influence of Corporate Governance Mechanism Indicator to Public Company Performance in Indonesia). *Fokus Ekonomi*, 1(2), 120–136.
- [25] Wulandari, N. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Inflasi pada Kota Metropolitan di Indonesia dengan Menggunakan Analisis Data Panel, 3(2), 34–42.
- [26] Yusra, I., & Hadya, R. (2017). Analisis Efektivitas Pengendalian Biaya, Perputaran Modal Kerja, Dan Rentabilitas Ekonomi Menggunakan Regresi Data Panel, 01(03), 1–35.

[27] Zahra, F. N. (2016). Pengaruh Komisaris Independen, Ukuran Dewan Komisaris, Dan Frekuensi Rapat Dewan Komisaris Terhadap Profitabilitas. *E-Proceeding of Management*, 3(3), 3324–3331.

THE EFFECT OF AUDITOR'S PROFESSIONAL ETHICS ON MATERIALITY LEVELS IN EXAMINATION OF FINANCIAL STATEMENTS (CASE STUDY OF PUBLIC ACCOUNTANT OFFICE (KAP) IN PADANG CITY)

Dewi Zulvia¹

Department of accounting
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP
Padang, Indonesia
dewizulvia@akbpstie.ac.id

Ratna Widayati⁴

Department of finance and banking
Akademi Keuangan dan Perbankan Pembangunan
Padang, Indonesia
ratnawidayati@akbpstie.ac.id

Lidya Martha²

Department of Management
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP
Padang, Indonesia
lidyamartha@akbpstie.ac.id

Maria Magdalena³

Department of Management
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP
Padang, Indonesia
mariamagdalenaa@akbpstie.ac.id

Zusmawati⁵

Department of Management
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP
Padang, Indonesia
zusmawati@akbpstie.ac.id

ABSTRACT

Purpose of this study was carried out, namely: To examine the effects of professional auditors on the consideration of materiality levels in examining financial statements. This study uses simple linear regression analysis. Variables The effect of professional ethics of auditors has a value of t test (t_{count}) of 0,000 with a significance level of 0,000 < 0.05. This shows that the effect of professional ethics auditor has a positive effect on the level of materiality in examining financial statements. The results of this study also show that the significance value of the F testicle is 0,000 which has a value smaller than 0.05. This means that the effect of professional ethics auditors simultaneously has a significant effect on the level of materiality in examining financial statements. Determination of test results showed that the coefficient of determination (R^2) is equal to 0.510, this means that the 51% variable *tax planing* can be explained by the variable perception of management accountants. While the rest (100% - 51% = 49%), is influenced by other variables.

Keywords: Professional Ethics, Materiality

I. INTRODUCTION

The *Financial Accounting Standard Board* explains that materiality is: "The magnitude of omission of accounting misstatements can be seen from the overall situation and requires consideration by someone who understands and masters information that can be changed and influenced by the omission or misstatement".

PSAK No. 25 in the *public accountant standard* (SPAP: IAI, 2001) which explains "Materiality and audit in conducting audits" states that the auditor must assess the materiality in planning the audit and compile audit procedures, evaluating the overall financial statements whether or not in nature

all material and generally accepted matters. An example is the "Enron Case" in the United States of America, which is the world's most famous accounting firm closed, because it does not pay attention to social interests and only calculates profits for the company only and there have been many negative impacts such as incorporating social and environmental costs into the report audited finances. Manipulation of financial statements resulted in the performance of the company being no, as happened in Anderson's case. In such cases reflect unethical behavior. Manipulation of profits due to the desire of a company to remain attractive to investors, which occurs in the United States. Other cases include financial and managerial cases of public companies that cannot be detected by public accountants.

Field audit is used to determine the extent to which materiality is determined at the beginning of the program, the implementation can change through the scope of the inspection. If the auditor does not comply with the code of ethics, it will affect the level of materiality. The purpose of implementing this code of conduct is so that the auditor can be professional so that the auditor can reduce errors that might occur. (Binekas, 2013)

According to previous research by (Binekas, 2013) which examined the auditor's considerations regarding materiality is the result of the decision making process based on professional ethics owned and is a trust capital of the public and users of audit reports that an auditor works according to applicable standards based on the implementation of the code of ethics. The research result is that the positive influence of professional ethics on the level of materiality samaa with research conducted by (Muhammad, 2008) which examined about the relationship of professionalism with consideration of materiality in KAP Semarang. Research using the professional dimension of professionalism developed by Hall R (1698) concluded that there is a positive

correlation between professionalism and materiality considerations.

This is important to study considering that an auditor may not refer to professional ethics in determining the level of materiality in the financial statement audit process. This study will examine the extent of the auditor's professional ethics of the level of materiality in the examination of financial statements. (Dewi Zulvia, 2017) Researchers choose to examine these factors because of professional ethics because it is very important to have an auditor to realize a reliable audit report. The object of this study is the Public Accounting Firm in the City of Padang.

II. LITERATUR REVIEW

According to (Binekas, 2013) who studied the auditor's consideration as to materiality is the result of the decision process undertaken by professional ethics owned and a capital trust of the public and users of audit reports that an auditor's work in accordance with the applicable standards are based on the implementation of the code of ethics. In this study there is the positive influence of professional ethics to the level of materiality, similar to previous studies conducted by (Muhammad, 2008) the relationship between professionalism with materiality considerations in public accountants KAP Semarang. Research is using dimensions of professional ethics developed by Hall R (1698) that the existence of a positive correlation between professional ethics and materiality considerations.

H₀: The auditor's professional ethics does not affect the level of materiality in the examination of financial statements.

H_a: The professional ethics of auditors has a positive effect on the level of materiality in auditing financial statements.

III. METHODOLOGY

This type of research uses quantitative research data. Quantitative research is the process of reviewing information generated in the form of numbers and analyzing data with statistical procedures, Indiantoro and Supomo, 2014; 23 in (Afsari, 2015) using a correlational approach. This approach has a direction, see whether between one or more variables have a correlation or not. In a theory, the opinions of experts or even the perceptions of researchers based on their experience, then developed into problems and proposed in order to obtain proof or verification in the form of a support in the form of empirical data in the field. In this study used quantitative research that is useful to see how the influence of variable X on variable Y. In the study there are 2 variables, namely: a. *Independent* variable (X) is the Professional Ethics of Auditors b. *The dependent* variable (Y) is the Materiality Level. Research respondents are those who are used as samples in a

study. The unit of analysis in this study is the public accountant, namely senior and junior auditors in the Public Accounting Firm (KAP) in the city of Padang, as many as 7 KAP.

The type of data used in this study is the type of interval data. Interval data is a data processing by giving scores to the question item on the questionnaire. For this research activity score data in the questionnaire that score equivalent to or with the scale interval, namely Score (5) "Strongly Agree", Score (4) "Agreed", Score (3) "Neutral", Score (2) "Disagree", Score (1) "Strongly Disagree".

Source of data used by researchers is primary data. Primary data is a type of data in the form of opinions, attitudes, experiences and characteristics of research respondents according to Indiantoro and Supomo, 2014: 145 in (Afsari, 2015). Primary data in this study came from original data sources where the data obtained was not available in the file, but the data was obtained directly from the field to obtain information or data (Sarwono, 2006). The response that was obtained was through the dissemination of questionnaires to the questions relating to the characteristics of the Auditor's Professional Ethics and Materiality Level.

The data collected is the data obtained from field studies / surveys that are straight out of the research object to the question of the questionnaire submitted to the respondents to obtain information on how the effect of variable X (Auditor Professional Ethics) to variable Y (Materiality level).

This study uses a data analysis method using a quantitative data analysis approach using statistical analysis. The statistical analysis used in the study is simple linear regression with the help of SPSS statistical software. Statistics are used to describe a relationship variable (*independent* variable) influencing other variables (*dependent* variable) to obtain plus and minus values, standard deviations, frequency, distribution and concentration of data. Apriyadi, 2013 in (Afsari, 2015),

The data quality test in this measurement and testing was carried out based on the questionnaire data that we got after distributing the questionnaire. Data is a description of an object or variable to be studied and also plays an important role in a study, before the data is processed this instrument is tested first by using a test of validity and reliability in order to obtain results that can be accounted for. Validity test is to measure the instruments worthy of the high or low value of *Kaiser-Meyer-Olkin Measure Of Sampling Adequacy* (Kaiser's MSA) if above 0.50 then the question can be considered valid questionnaire Ghazali, 2016: 52 in (Kusuma, 2013). According to (Johan, 2017) this validity test uses KMO and Bartlett's Test.

Where the value of the Kaiser-mayer-olkin test ranges from 0-1, the closer it is to 1, it means the better and the acceptable value is above 0.5. Bartlett's test values are acceptable if the significance is below 0.05 and very good if it is below 0.01. Reliability test is if the *Cronbach's Alpha* value is greater than 0.60, it can be said that the variable from the questionnaire can be said to be reliable Ghozali, 2016: 47 in (Afsari, 2015). According to (Johan, 2017) the technique used is to test the reliability using *Cronbach Alpha*. This testing criterion is if the coefficient alpha (α) > 0.6 then it can be said to be reliable. After the data is described psychic in testing data quality by conducting the Classical Assumption test. Testing Assumptions k lasik include: Uji Normality is untuk determine a regression model error. A good regression model if the data is normally distributed (Afsari, 2015). Testing is done through 2 ways, namely *Histogram* and *KolmogorovSmirnov*. *Histograms* are normally distributed data if the pattern is a bell-shaped line and vice versa. While *Kolmogorov Smirnov* is said to be normal if the sig value > 0.05 and vice versa. Homogeneity test aims to see whether the data variable X and Y variables are homogeneous, if the sig value > 0.05. After testing the classical assumptions and passing it, the next step is to carry out a hypothesis test, which aims to make decisions related to the *independent* and *dependent variables*. There are 3 tests namely: Test F: to know the great seberapah variables *independently* influence simultaneously to variable *dependent*. If the *significance of his* > 0.05 then H_0 is received (variable *independently* together no effect simultaneously to variable *dependent*). Conversely, if the *significance of his* < 0.05 then H_0 is rejected (then it be rsama both variables *independently* influence to variable *dependent*). T test: used to find out how much the *independent* variable partially influences the *dependent* variable. If sig above 0.05 then H_a accepted and vice versa if if sig below 0.05 then H_a rejected, it can be concluded that the variable *independent* partial effect on the variable *dependent*. Test The coefficient of determination (R^2): to find out how much (percentage) variation affect the variable X to variable Y.

IV. RESULTS AND DISCUSSION

KMO and Bartlett's Test results

Variable	Limitation of Value	KMO and Bartlett's	Decision
Variable X	0.50	0.805	Valid
Y variable	0.50	0.861	Valid

Source: Primary data processed with SPSS 23 (2018)

The table above shows the level of consistency and accuracy shows quite well. Based on the calculation results shown in the table above, the *Kaiser-Meyer-Olkin Measure Of Sampling Adequacy* (Kaiser's MSA) value is $0.805 > 0.50$ so it can be concluded that the statement items on the X variable are valid and on the Y variable, the *Kaiser-Meyer-Olkin Measure Of value Sampling Adequacy* (Kaiser's MSA) of $0.861 > 0.50$ and it can be concluded also that the statement items on variable Y are declared valid.

Reliability Test Results

Variable	Limitation of Value	Cronbach's Alpha	Decision
Professional Ethics of Auditors (X)	0.60	0.877	Reliable
Materiality level in financial statements (Y)	0.60	0.932	Reliable

Source: Primary data processed with SPSS 23 (2018)

Based on table 4.9 above, the results of the reliability test with *Cronbach's Alpha* are greater than 0.60, it can be concluded that the variables from the questionnaire can be said to be reliable so that further testing can be done.

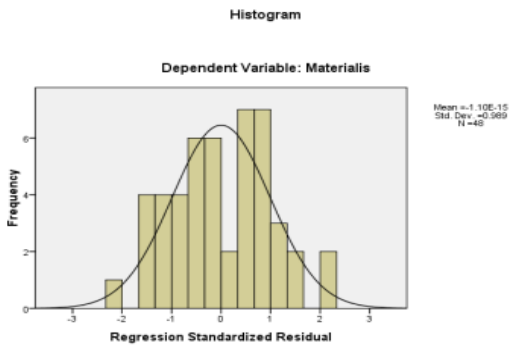
Normality Test Results

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

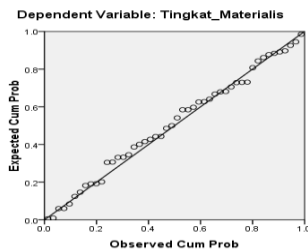
Variable	Limitation of Value	Asymp. Sig (2-tailed)	Decision
Auditor Professional Ethics (X) and Materiality Level in Examining Financial Statements (Y)	0.05	0.2	Normal Distributed

Source: Primary data processed with SPSS 23 (2018)

The results of the normality test using the *Kolmogorov-Smirnov test* are seen from the significant value of the data that has been processed. Based on the above table, it can be seen that the large value of *Kolmogorov-Smirnov Test* results the *Asymptotic Significance* greater than 0.05 which is $0.2 > 0.05$. Based on the results of this test it can be concluded that the regression model has fulfilled the normality assumption.



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



The picture shows the data points scattered around a diagonal line. This means regression model in this study meet the assumptions of normality based on the graph normal *probability plots* that follow the pattern shaped line loncen g diagram histogram. Thus based on the image of the histogram diagram and the *probability plot* graph that the model is fit or good and it can be stated that the residual data distribution is normal.

Homogeneity Test Results

Variable	Limitation of Value	Homogeneity	Decision
Variables X and Y	0.05	0.132	Homogeneity

Source: Primary data processed with SPSS 23 (2018)

Based on the table above, the homogeneity test results obtained 0.132 results. Where the data is said to be gay if the significance value is greater than 0.05. The results for this research data are $0.132 > 0.05$, so it can be said that the variance of the two groups of data samples, namely the Ethics of Auditor Professionalism on the Materiality Level in the Financial Statements is the same or homogeneous in nature, then this has met the basic assumptions.

Simple Linear Regression Analysis Results

Variable	Regression Coefficient
A constant	16,777
Professional Ethics Auditor (X)	.656

Source: Primary data processed with SPSS 23 (2018)

Based on the table above, it can be seen that:

$a = 16,777$ (Constants)

$b = 0.656$ (coefficient on results)

In order to obtain a simple regression equation estimation model is as follows:

$$Y = a + bX + e$$

$$Y = 16,777 + 0,656x + e$$

Where:

Y = Level of materiality in auditing financial statements

X = Professional Ethics of Auditors

From the above equation, it can be explained that:

- The constant has a value of 16,777 identifying the variable Y which is the level of materiality in the Audit of Financial Statements. If the variable X, namely the Professional Ethics of the Auditor, is zero (0), then the value of materiality level in the Financial Statement Examination is equal to a constant value of 16,777
- The regression coefficient value of the Auditor Professional Ethics of 0.656 identifies that each increase in one unit of Professional Auditor Ethics will result in an increase in the level of materiality in the Audit of Financial Statements of 0.656 units. This indicates that the value of the Professional Ethics of Auditors has a positive effect on the level of materiality in the Audit of Financial Statements. Thus it can be interpreted that the better the Professional Ethics of Auditors applied, the better the level of materiality in the Audit of Financial Statements in all Accountant Offices in Padang City.

The auditor's Professional Ethics Regression coefficient is positive. Means there is a positive influence between the Professional Ethics of Auditors on the level of materiality in the Audit of Financial Statements. It means that the better the Professional Ethics of Auditors applied by each Public Accountant Firm, the better the level of materiality in the Examination of Financial Statements in all Public Accountant Offices in Padang

Test Results F ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	430,110	1	430,110	47,890	.000 ^a
Residual	413,140	46	8,891		
Total	843,250	47			

a. Predictors: Constant), Ethics

b. Dependent Variable: Materialist

Based on the above table shows the results of simple regression testing F count equal to 47.890 with a 0.000 significance level less than 0.05, significant results of this can be said that H_0 is rejected and H_a accepted, then the variable *independent* jointly significant effect on variable *dependent* or it can be said that the Professional Ethics of Auditors (X) influences the level of materiality in the Audit of Financial Statements (Y).

T Test Results

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16,777	3,652		4,593	.000
	Ethics	.656	.095	.714	6,920	.000

a. Dependent Variable: Materialist

Source: Primary data processed with SPSS 23 (2018)

Based on table it produces a sig level of 0,000 <0.05. So we can conclude that H_a accepted, and the influence of variables Profesionalisme Auditor Ethics against Materiality level in the Financial Statements.

Hypothesis:

H_0 : The auditor's professional ethics does not have a positive effect on the level of materiality in auditing financial statements.

H_a : The professional ethics of auditors has a positive effect on the level of materiality in the examination of financial statements.

From the results of the sig is 0,000 <0.05. So we can conclude that H_0 is rejected and H_a received which indicates that Auditor Professional Ethics is a factor affecting the level of materiality in financial statements.

Test Results The coefficient of determination (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.714 ^a	.510	.999	2.99688

a. Predictors: (Constant), Ethics

b. Dependent Variable: Materialist

Source: Primary data processed with SPSS 23 (2018)

From the above table can dilihat value of R^2 sebe sar 0.510, these represent 51% indicated that the Professional Ethics influenced by Materiality level. The remaining 49% is influenced by other variables. It can be concluded that the Auditor Professionalism Ethics influences 51% of the level of materiality in the Financial

Statements, while the remaining 49% is influenced by other variables not examined

Based on the results of testing t value and the level of sig is 0,000 <0.05. So we can conclude that H_0 is rejected and H_a received which indicates that the Auditor Professional Ethics a factor affecting the level of materiality in Financial Statements

V. CONCLUSIONS

Based on results of tests that were outlined in the discussion, the authors take some conclusions as follows: Based on the partial hypothesis test (t test) showed that the variables of the Professional Ethics affect the level of Materiality in Financial Statement Examination. This is because the significance value (0.000) <0.05. then the hypothesis is accepted.

Based on the results of the study, suggestions that can be given by the authors are as follows:

1. Public Accounting Firms are advised to require auditors who work within KAP to carry out audit ethics appropriately, this is certainly very important as an effort to reduce the level of materiality in the financial statements.
2. Auditors are advised to carry out audit activities in accordance with ethics and high professionalism values so that the accuracy and accuracy of the audit process can continue to be improved and have positive benefits for the client company.
3. Future researchers are advised to try to multiply the number of research respondents and add new variables that have not been used in research.

ACKNOWLEDGMENT

With the completion of this research, the authors wish to thank those who helped until the study was completed. With humility and my thanks to:

1. high school economics KBP
2. kbpLadies and gentlemen who work at KAP Armanda & Enita who have been willing to take the time to fill out the questionnaire
3. Ladies and gentlemen who work at KAP Ekamasni, Bustaman & Partners who have been willing to take the time to fill out the questionnaire
4. Ladies and gentlemen who work at KAP Drs. Gafar Salim & Partners who have been willing to take the time to fill out the questionnaire
5. Ladies and gentlemen who work at KAP Indra Suheri & Partners who have been willing to take the time to fill out the questionnaire
6. Ladies and gentlemen who work at KAP Drs. Rinaldi Munaf who has been willing to take the time to fill out the questionnaire
7. Ladies and gentlemen who work in KAP Priza, Adi, Syaril & Partners who have been willing to take the time to fill out the questionnaire

8. Ladies and gentlemen who work at KAP Drs. Sayuti Gazali who has been willing to take the time to fill in the questionnaire

REFERENCES

- [1] Afsari, SF (2015). Analysis of Factors Affecting Fraud Tendencies (Fraud) in the Government Sector Based on Fraud Triangle Theory, 115.
- [2] Ananda, F., & Zulvia, D.(2018). Machiavellianism Indications in Making Ethical Decisions of Beginner Auditors.
- [3] Binekas, B. (2013). Effect of Professional Ethics of Auditors on Materiality Level Considerations in Examining Financial Statements.
- [4] Dewi Zulvia, N. sari and RS (2017). Perception of Public Accountants and Accounting Students Against the Code of Professional Accountants at the Public Accounting Firm and Accounting Students. *Journal of Pundi* , 01 (03), 213–222.
- [5] Johan, AP (2017). Statistics Training Version 23. *Andalas University* .
- [6] Analysis of Factors Affecting the Level of Accrual Accounting Implementation in Government. *EconomicsandBusiness* , 1–54.
- [7] Widayati, R., Zulvia, D., & Sari, N. (2012). The effect of tax collection with forced letters on taxpayer compliance at the East Medan Pratama Tax Office. *Saintikom Journal* , 11 (3), 215-224.
- [8] Sarwono, J. (2006). *Analysis of Research Data Using SPSS* . Yogyakarta: CV Andi Offset.

PENGARUH INKLUSI KEUANGAN SYARIAH TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM DENGAN *FINANCIAL LITERACY* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Febby Irfayunita
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Bukittinggi
Bukittinggi, Indonesia
febbyirfa@gmail.com

Fitria Astari
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Bukittinggi
Bukittinggi, Indonesia
tarikimora@gmail.com

Sherlly Rahmadani Rendia Sukma
IAIN Bukittinggi
Bukittinggi, Indonesia
srahmadanirs@gmail.com

Abstrak

Studi ini mengalisis apakah Inklusi Keuangan Syariah mempengaruhi perkembangan UMKM dan apakah dimediasi oleh literasi keuangan. Dengan menggunakan sampel 182 UMKM industri akanan di Kota Bukittinggi, pada tahun 2019, penelitian ini mengungkapkan bahwa Inklusi Keuangan Syariah dan literasi keuangan terkait secara positif dengan perkembangan UMKM. Studi ini membuktikan bahwa asosiasi ini secara signifikan dimediasi oleh literasi keuangan. Temuan ini menawarkan bukti empiris tentang pentingnya literasi keuangan pada hubungan antara Inklusi Keuangan Syariah dan perkembangan UMKM. Ini menunjukkan bahwa Inklusi Keuangan Syariah tidak akan berjalan dengan maksimal dalam pengembangan UMKM tanpa pendidikan dari sistem keuangan syariah itu sendiri. Selanjutnya, penelitian ini merekomendasikan strategi meningkatkan pangsa pasar lembaga keuangans yariah dengan meningkatkan literasi keuangan publik khususnya pelaku UMKM.

V. PENDAHULUAN

UMKM merupakan salah satu bagian terpenting dari perekonomian negara maupun daerah. Upaya pengembangan UMKM selalu dilakukan oleh pemerintah, salah satunya membangkitkan dan memperbanyak pengusaha baru pada bidang UKM, yang bertujuan agar masyarakat desa diberi keterampilan dengan harapan keterampilan yang dimiliki menjadi usaha kreatif yang memberikan manfaat perekonomian bagi keluarga maupun masyarakat desa, dan dapat membuka kesempatan kerja bagi masyarakat.

Salah satu permasalahan yang dialami oleh UMKM hampir di semua wilayah adalah keterbatasan modal kerja, sumber daya manusia dan kualitas produk yang rendah. Tingkat suku bunga kredit yang tinggi dan diperlukannya jaminan kebendaan adalah salah satu faktor penyebab UMKM mengalami kesulitan dalam memperoleh modal usaha. Dengan adanya produk pembiayaan bagi hasil yang ditawarkan oleh bank syariah dapat membantu pertumbuhan sektor UMKM untuk bekerja secara optimal. Selain masalah tingkat suku bunga perbankan yang menjadi basic permasalahan yang lain dalam keterbatasan modal kerja adalah akses terhadap layanan keuangan formal, baik konvensional maupun syariah .

Data dari World Bank menunjukkan bahwa hanya ada 36% atau sekitar 90 juta masyarakat dewasa Indonesia yang

memiliki rekening di bank. Jumlah ini tertinggal jauh dari Malaysia yang mencapai 81%, China 79%, India 53%. Tingginya unbanked people di Indonesia menurut survei yang dilakukan oleh world bank pada tahun 2015 dapat dilihat dari dua sisi yaitu permintaan dan penawaran, dimana dari sisi penawaran terdapat beberapa faktor yang menghambat layanan keuangan untuk masyarakat antara lain adanya informasi asimetris yang menyebabkan institusi keuangan terlalu selektif dalam memilih nasabah, pendirian kantor cabang yang cenderung mahal, persepsi terhadap ibu rumah tangga yang memiliki pendapatan rendah sehingga tidak mempunyai akses terhadap jasa keuangan, proses pendirian yang terbentur birokrasi, formalitas yang tinggi dan masalah yang kompleks, pandangan terhadap nasabah yang *grassroots* dianggap tidak profitable, perlunya dukungan dari sistem IT seperti memperluas jaringan komunikasi.

Selain itu dilansir dari kanal Financial Bisnis, Direktur Utama PT Bank BCA Syariah John Kosasih menyampaikan hingga kuartal 3/2019, pembiayaan ke sektor UMKM terbilang tumbuh tinggi seiring dengan permintaan yang masih tinggi. Perseroan mencatat porsi UMKM per September 2019 sebesar 21% dari total portofolio pembiayaan yang disalurkan pada September 2019. Hal ini menyatakan bahwa sudah ada perbaikan akses yang diberikan perbankan syariah kepada UMKM. Peningkatan akses layanan UMKM terhadap perbankan syariah menjadi indikasi bahwa Inklusi Keuangan Syariah masyarakat terhadap perbankan mulai muncul. Hal ini ditunjukkan dari penelitian Poppy dan kawan-kawan yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan Inklusi Keuangan Syariah terhadap kinerja usaha kecil.

Inklusi Keuangan Syariah adalah suatu kegiatan menyeluruh bertujuan untuk menghilangkan segala bentuk hambatan baik dalam bentuk harga maupun non harga terhadap akses masyarakat dalam menggunakan dan memanfaatkan layanan keuangan formal. Inklusi Keuangan Syariah merupakan salah satu program literasi keuangan dalam peningkatan kemampuan pelaku UMKM menggunakan layanan keuangan dan mendapatkan pengaruh langsung dari lembaga keuangan. Menurut Tenzi semakin tinggi peningkatan Inklusi Keuangan Syariah pada UMKM maka akan meningkatkan kestabilan perekonomian negara. Sebagai salah satu program literasi keuangan, maka faktor literasi keuangan atau *financial literacy* merupakan hal penting.

Financial literacy merupakan kemampuan untuk mengelola keuangan pribadi. Sedangkan menurut Manurung literasi keuangan adalah keterampilan dan pengetahuan yang memungkinkan seorang individu untuk membuat keputusan dan efektif dengan semua sumber daya keuangan mereka. Aspek pada *financial literacy* adalah: *general personal finance knowledge*, *saving and borrowing*, *insurance*, *investment*.

Bukittinggi merupakan kota di Provinsi Sumatera Barat yang menjadi pusat perdagangan, baik skala kecil maupun skala besar. UMKM juga mengambil posisi dalam peningkatan jumlah perdagangan di Bukittinggi. Setiap tahunnya UMKM mengalami fluktuasi jumlah usaha. Hal ini bisa dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel.1
Jumlah dan Jenis UMKM di Bukittinggi

Jenis UMKM	2015	2016	2017	2018
Makanan dan Minuman	115	111	114	182
Sandang dan Kulit	230	238	238	288
Industri Lainnya	48	55	48	49

Sumber: Bukittinggi dalam Angka 2019

Dari tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa peningkatan dan penurunan jumlah UMKM mengindikasikan bahwa belum sepenuhnya Inklusi Keuangan Syariah yang didapatkan oleh pelaku UMKM dari pihak perbankan syariah selaku salah satu lembaga keuangan yang ada di Bukittinggi. Hal ini juga dibuktikan di lapangan bahwa kurangnya akses perbankan syariah baik dari fasilitas kantor, Anjungan Tunai Mandiri (ATM) maupun akses pelayanan lain yang dirasakan pelaku UMKM, selain itu, kurangnya sosialisasi pihak perbankan syariah terhadap prosedur pembiayaan yang mereka tawarkan kepada pelaku UMKM, baik dari segi akad maupun prosedur administrasinya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Inklusi Keuangan Syariah terhadap perkembangan UMKM *financial literacy* sebagai mediator. Penelitian ini mencoba untuk menjelaskan bagaimana pengaruh Inklusi Keuangan Syariah terhadap perkembangan UMKM, bagaimana pengaruh Inklusi Keuangan Syariah terhadap *financial literacy* masyarakat, bagaimana pengaruh *financial literacy* terhadap perkembangan UMKM dan bagaimana *financial literacy* memediasi Inklusi Keuangan Syariah terhadap perkembangan UMKM. Berdasarkan tujuan penelitian di atas, dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H₁ = Ada pengaruh positif dan signifikan secara langsung antara Inklusi Keuangan Syariah terhadap perkembangan UMKM
- H₂ = Ada pengaruh positif dan signifikan secara langsung antara inklusi keuangan terhadap *financial literacy* sebagai mediator (variabel *intervening*)
- H₃ = Ada pengaruh positif dan signifikan secara langsung antara *financial literacy* terhadap perkembangan UMKM
- H₄ = *Financial literacy* memediasi hubungan Inklusi Keuangan Syariah terhadap perkembangan UMKM

VI. METODE

A. Data

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 182 UMKM dari industri makanan dan minuman sesuai dengan UMKM yang terdapat dalam data Bukittinggi dalam Angka Tahun 2019. Data yang digunakan adalah data primer dari kuesioner yang disebar.

B. Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari tiga variabel yaitu: variabel bebas dalam penelitian ini adalah variabel Inklusi Keuangan Syariah yang dilakukan oleh perbankan syariah. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah perkembangan UMKM di Bukittinggi, dan variabel mediasi dalam penelitian ini adalah variabel *financial literacy*. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif mediasi.

C. Metode Analisis

Penelitian ini menganalisis pengaruh Inklusi Keuangan Syariah terhadap perkembangan UMKM di Bukittinggi dimediasi oleh *financial literacy* dengan menggunakan alat analisis WarpPLS 6.0. untuk menjawab hipotesis yang diajukan, pada *software* WarpPLS 6.0 ini peneliti menjabarkan dalam model *inner model*. *Inner model* digunakan untuk menguji hipotesis. Tujuan dari *inner model* adalah untuk melihat hubungan antar variabel.

VII. Hasil

Berdasarkan hasil uji dengan *software* WarpPLS 6.0 ada dua estimasi yang dilakukan yaitu:

1. Estimasi *Direct Effect*

Pada estimasi ini, pengujian dilakukan pada variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu variabel Inklusi Keuangan Syariah (IKS) terhadap variabel perkembangan UMKM (PK) atau jalur a. Hasil pengujian ini dapat dilihat dalam gambar.1 di bawah

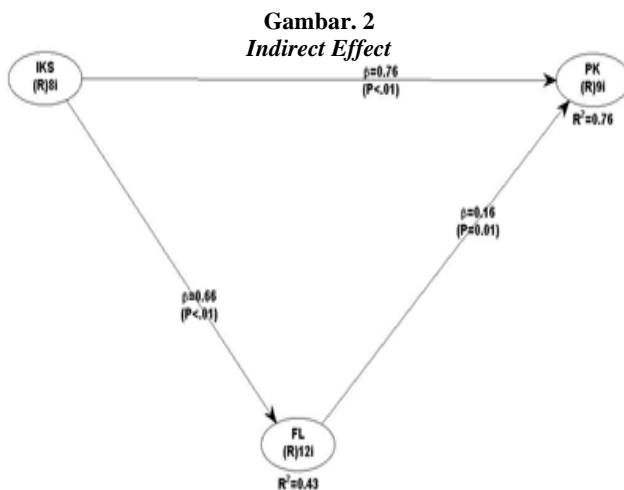
Gambar.1
Direct Effect



Dari gambar di atas, dapat disimpulkan bahwa inklusi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM di Kota Bukittinggi dengan determinan 0,74 (74%) dengan *P-value*<0.01. Maka H₁ yaitu ada pengaruh positif dan signifikan secara langsung antara Inklusi Keuangan Syariah terhadap perkembangan UMKM.

2. Estimasi *Indirect Effect*

Setelah dilakukan pengujian *direct effect*, selanjutnya dilakukan estimasi *indirect effect* secara simultan antara Inklusi Keuangan Syariah (IKS) ke Perkembangan UMKM (PK) atau jalur a", IKS ke *financial literacy* (FL), FL ke PK atau jalur b. Estimasi ini dapat dilihat pada gambar. 2 di bawah ini:



- koefisien jalur a" dari hasil estimasi tetap signifikan dan tidak berubah, (a"=a), maka hipotesis mediasi tidak didukung.
- Jika koefisien jalur a" nilainya turun (a"<a) tetapi tetap signifikan maka bentuk mediasi adalah mediasi sebagian (*partian mediation*).
- Jika koefisien jalur a" nilainya turun (a"<a) tetapi tidak signifikan maka bentuk mediasi adalah mediasi penuh (*full mediation*). Syarat efek mediasi dari *direct* dan *indirect effect* pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel. 2:

Tabel. 2
Indirect Effet

Jalur	Direct Effect		Indirect Effect	
	Koefisien	P-Value	Koefisien	P-Value
IKS ke PK	0.86	<0.001	0.76	<0.01
IKS ke FL			0.66	<0.01
FL ke PF			0.16	0.01

Sumber: Data Olahan, 2019 dengan WarpPLS. 6.0.

Dari tabel 2 di atas dapat dijelaskan bahwa hasil pengujian menunjukkan bahwa koefisien *direct effect* IKS ke PK adalah 0.86 dan signifikan. Hasil estimasi menunjukkan koefisien *indirect effect* IKS ke PK adalah 0.76 signifikan pada nilai <0.01. Hal ini mengasumsikan bahwa bentuk mediasi berbentuk *partial mediation*. Selain itu, untuk membuktikan efek mediasi pada Untuk membuktikan efek mediasi pada penelitian ini, dilakukan uji *variance accounted for* (VAF). Metode VAF dikembangkan oleh Peacher dan Hayes dan *bootstrapping* dalam distribusi *sampling* pengaruh tidak langsung adalah pendekatan paling tepat untuk PLS yang menggunakan metode *resampling*. Langkah dalam prosedur mediasi pada penelitian ini bisa dilihat pada tabel 3 di bawah ini:

Tabel 3
Prosedur Uji Mediasi dengan Metode VAF

Uraian		Hasil
IKS-PK (a)	0.86	0.86

IKS-FL* FL-PK (b)	0.66*0.16	0.11
Pengaruh Total(a+b)	0.86+0.11	0.97
VAF = Pengaruh tidak langsung/pengaruh total)	0.11/0.97	0.11

Sumber: Data Olahan dan Mahfud Sholihin, 2013

Dari hasil di atas, disimpulkan bahwa peran *financial literacy* sebagai variabel *intervening* adalah sebesar 0.11 adalah *partial mediation*. *Partial mediation* menjelaskan bahwa variabel *intervening* bukan satunya variabel yang menjadi perantara antara variabel independen terhadap variabel dependen, dalam hal penelitian ini bentuk *partial mediation* menunjukkan bahwa *financial literacy* bukan satu-satunya pemediasi hubungan antara Inklusi Keuangan Syariah terhadap perkembangan UMKM di Bukittinggi, namun ada faktor pemediasi lain. Hal ini menunjukkan bahwa H₄ diterima yaitu *financial literacy* memediasi hubungan Inklusi Keuangan Syariah terhadap perkembangan UMKM.

Selain itu, dari tabel di atas, dapat disimpulkan juga bahwa memangan Inklusi Keuangan Syariah mempengaruhi sengaara positif dan signifikan *financial literacy* dan *financial literacy* jugan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM. Maka H₂ yaitu secara langsung antara *inklusi keuangan* terhadap *financial literacy* sebagai mediator (variabel *intervening*) dan H₃ yaitu ada pengaruh positif dan signifikan secara langsung antara *financial literacy* terhadap perkembangan UMKM diterima.

VIII. DISKUSI

A. Pengaruh Antara Inklusi Keuangan Syariah Terhadap Perkembangan UMKM di Bukittinggi

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Inklusi Keuangan Syariah berpengaruh positif terhadap perkembangan UMKM di Bukittinggi. Hal ini berarti semakin banyak pelaksanaan program Inklusi Keuangan Syariah yang dilakukan oleh perbankan syariah kepada masyarakat UMKM, maka semakin tinggi perkembangan UMKM di Bukittinggi.

Hal ini sejalan dengan penelitian Poppy dan kawan-kawan yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan Inklusi Keuangan Syariah terhadap kinerja usaha kecil (Alvianolit, Rahardjo dan Iqbal 2019).

B. Pengaruh Antara Inklusi Keuangan Syariah Terhadap *Financial literacy*

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Inklusi Keuangan Syariah berpengaruh positif terhadap *financial literacy* Hal ini berarti semakin banyak pelaksanaan program Inklusi Keuangan Syariah yang dilakukan oleh perbankan syariah kepada masyarakat UMKM, semakin tinggi pula *financial literacy* masyarakat pelaku UMKM di Kota Bukittinggi.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Muhammad Irfai Sohilaui yang menjelaskan bahwa adanya bentuk kerjasama antara inklusi keuangan mempegaruhi secara positif dan signifikan terhadap *financial literacy* dan berperan sebagai *quasi moderator*. Serta penelitian Bebczuk menjelaskan bahwa keterbatasan inklusi keuangan terjadi disebabkan rendahnya layanan keuangan dan kurangnya akses masyarkat terhadap industri keuangan

C. Pengaruh Antara *Financial literacy* Terhadap Perkembangan UMKM

Hasil penelitian penulis mengenai pengaruh antara *financial literacy* terhadap perkembangan UMKM adalah *indirect effect* FL ke PK adalah sebesar 0.16 dan signifikan (<0.01). Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh positif antara *financial literacy* terhadap Perkembangan UMKM di Kota Bukittinggi. Maka semakin tinggi tingkat *financial literacy* masyarakat mengenai produk-produk perbankan syariah, semakin tinggi juga perkembangan UMKM di Kota Bukittinggi.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Dwitya Aribawa yang memaparkan bahwa literasi keuangan mempengaruhi kinerja keberlangsungan UMKM kreatif di Jawa Tengah

D. Financial literacy Memediasi Hubungan Inklusi Keuangan Syariah Terhadap Perkembangan UMKM di Kota Bukittinggi

Berdasarkan uji hipotesis terlihat bahwa hubungan Inklusi Keuangan Syariah terhadap perkembangan UMKM di Kota Bukittinggi pada *direct effect* yaitu Inklusi Keuangan Syariah berpengaruh terhadap perkembangan UMKM sebesar $\beta=0.86$ dan signifikan (<0.01), sedangkan pada *indirect effect* dinyatakan bahwa Inklusi Keuangan Syariah berpengaruh dengan perkembangan UMKM dengan $\beta = 0.76$ dengan P-Value <0.01 .

Berdasarkan hasil perbandingan uji *direct* dan *indirect effect* terlihat bahwa hasil uji *indirect effect* mengalami penurunan. Maka dinyatakan bahwa *financial literacy* sebagai *variabel intervening* antara Inklusi Keuangan Syariah terhadap perkembangan UMKM di Kota Bukittinggi. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat Inklusi Keuangan Syariah yang diberikan perbankan syariah, maka semakin besar peluang berkembangnya UMKM di Kota Bukittinggi dengan *financial literacy* yang lebih tinggi juga

REFERENSI

Amir DwiAnanda, and Dwi Susilowati. "Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatid di Kota Malang." *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 2017: 120-142.

Kompasiana. *Kompasiana*. April 6, 2018. <https://www.kompasiana.com> (accessed Oktober 14, 2019).

World Bank Data. *World Bank Open Data*. 2017. <https://data.worldbank.org> (accessed Oktober 14, 2019).

Poppy Alvianolit, Kusdi Rahardjo, and Mohammad Iqbal. "Pengaruh Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Usaha Kecil di Kalimantan Timur." *urnal Economia*, 2019: 48-59.

Elena, Maria. *Finansial Bisnis*. Oktober 14, 2019. <https://finansial.bisnis.com/read/20191014/90/1158701/pembiayaan-usaha-kecil-bank-syariah-melaju> (accessed Oktober 14, 2019).

Poppy Alvianolit, Kusdi Rahardjo, and Mohammad Iqbal. "Pengaruh Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Usaha Kecil di Kalimantan Timur." *urnal Economia*, 2019: 48-59.

Rizkina, Yashica Putri, and Kartini. " Analisis Tingkat Financial Literacy dan Financial Behavior Mahasiswa S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia." *Jurnal Mandiri Universitas Islam Indonesia*, 2017.

Manurung, Adler. *Succesfull financial planer a complete guide*. Jakarta: Grasindo, 2009.

HaiyangChen, and Ronald P. Volpe. "An Analysis of Personal Financial Literacy Among Collage Students." *Financial Service Review*, 1998: 107-128.

Mahfud Sholihin, Dwi Ratmono, *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 untuk Hubungan Nonlinier dan Penelitian Sosial dan Bisnis*, (Yogyakarta: Andi, 2013), h. 57

Mahfud Sholihin, Dwi Ratmono, *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 untuk Hubungan Nonlinier dan Penelitian Sosial dan Bisnis*, (Yogyakarta: Andi, 2013), h. 81

Muhammad Irfai Sohilauw, *Mederasi Inklusi Keuangan Terhadap Hubungan Literasi Ekuangan dan Keputusan Struktur Modal UKM*, JBIMA, 2018, h. 92-114

Bebczuk, Ricardo N, *Financial Inclusion in Latin America and the Caribbean: Review and Lessons*, ECONSTOR, 2008, h. 1-74

Dwitya Aribawa, *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Dan Keberlangsungan Umkm Di Jawa Tengah, Siasat Bisnis*, 2018, h. 1-13

**MENUMBUH KEMBANGKAN JIWA KEWIRAUSAHAAN
MAHASISWA MELALUI PEMBENTUKAN SIKAP DAN NILAI-NILAI KEISLAMAN**
Harfandi dan Randy Kurnia

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi
Jl. Gurun Aur Kubang Putih Kab. Agam-Sumatera Barat
harfandiazuhdi@yahoo.com

Abstract

This research aims at to study and to analyze student's entrepreneurship. After having analyzed qualitatively by using SWOT analysis, SWOT Matrix and Table weight score it can be concluded that student's entrepreneurship can be improved and developed through: 1). Making up ideas and creativity in order to increase human resources quality needed by business world, 2). Uplifting strong students to study entrepreneur in order to achieve competence, 3). Uplifting strong will to gain a good achievement in entrepreneur, 4). Arising student interest, making them focus on their work and motivating them to do their best to achieve best result of their work. 5). Building students confidence, ambition and motivation and independence in entrepreneur work. 6). Motivating students to explore and to maximize the productivity of the resource of economy, 7). Forming students concern with the norms and regulations applied in business world, 8). Forming values of religiosity, honesty, tolerance, solidarity, in entrepreneur work, and 9). Forming sincerity and honesty in entrepreneur work.

Key words: *Improving, Developing, Entrepreneur*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti dan menganalisis tentang jiwa kewirausahaan mahasiswa. Setelah dilakukan analisis secara kualitatif dengan menggunakan; analisa SWOT,

Matrix SWOT, dan Tabel Bobot Skor, maka dapat dikemukakan bahwa dalam menumbuhkan kembangkan jiwa kewirausahaan mahasiswa melalui; 1). Membentuk ide dan kreativitas dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia, yang dibutuhkan oleh dunia usaha, 2). Membangkitkan semangat yang kuat dalam belajar kewirausahaan untuk mewujudkan kompetensi, 3). Membangkitkan keinginan yang kuat untuk berprestasi dalam wirausaha, 4). Menumbuhkan minat, ketekunan, dan motivasi untuk kesuksesan usaha, 5). Menumbuhkan kepercayaan diri, ambisi untuk selalu unggul, dan kemandirian dalam berwirausaha, 6). Menumbuhkan keinginan untuk menggali dan memproduksi sumber daya 7). Membentuk kepedulian terhadap norma dan aturan yang berlaku dalam pengembangan usaha, 8). Membentuk nilai-nilai: religius, kejujuran, toleransi dan solidaritas dalam wirausaha, yang sesuai dengan standar kompetensi lulusan, dan 9). Membentuk keikhlasan dan kejujuran dalam berwirausaha

Kata Kunci: *Menumbuhkan, Mengembangkan, kewirausahaan*

PENDAHULUAN

Tantangan utama dalam pembangunan suatu negara adalah menangani masalah pengangguran. Masalah pengangguran ini merupakan masalah yang dihadapi oleh setiap negara dimana tingkat pengangguran tertinggi justru diciptakan oleh kelompok terdidik. Seperti yang dikemukakan Alma bahwa semakin

maju suatu negara akan semakin banyak orang terdidik dan semakin penting dunia wirausaha. Wirausaha merupakan salah satu pendukung yang dapat menentukan maju mundurnya perekonomian suatu negara karena bidang wirausaha mempunyai kebebasan untuk berkarya dalam menciptakan inovasi. Masalah tersebut dapat diperkecil dengancara berwirausaha dan menjadi pengusaha merupakan alternatif pilihan yang tepat untuk mengatasi pengangguran.

Bagi perguruan tinggi atau lembaga pendidikan sudah menjadi suatu keharusan untuk menyiapkan lulusan yang dapat bersaing baik di bidang akademik maupun non akademik seperti dalam memasuki dunia kerja dan membuka lapangan kerja. Pembekalan terhadap mahasiswa baik di bidang akademik, maupun tentang sikap dan pengetahuan kewirausahaan sangat perlu dilakukan. Upaya ini dilakukan khusus untuk menghadapi persaingan di dalam dunia kerja, dengan menciptakan lapangan pekerjaan sendiri. Semakin matangnya sikap dan nilai-nilai keagamaan mahasiswa tentang kewirausahaan akan semakin terbuka wawasan mereka untuk menantang kehidupan masa depan dunia dan akhirat.

Menurut Inkeles kualitas manusia modern tercermin pada orang yang berpartisipasi dalam produksi modern yang dimanifestasikan dalam bentuk sikap, nilai, dan tingkah laku dalam kehidupan sosial. Tingkah laku sangat dipengaruhi oleh sifat/watak dan sikap yang dimiliki seseorang. Sifat dan sikap yang baik berorientasi pada kemajuan dan positif merupakan sifat dan sikap yang dibutuhkan oleh seorang wirausahawan agar wirausahawan tersebut dapat sukses. Seorang wirausaha memiliki sikap bertekad bulat ingin berwirausaha, bukan karena terpaksa. Dengan sikap dasar tersebut

kiranya terbentuknya perilaku kewirausahaan.

Dalam mempersiapkan lulusan yang sukses, dapat diawali dengan membekali mahasiswa dengan jiwa kewirausahaan yang sempurna, berlandaskan pada nilai-nilai hakiki kewirausahaan seperti; tanggungjawab, pengambil resiko moderat, kepercayaan diri, bekerja keras dan berorientasi masa depan, memiliki keterampilan dan berminat dalam berusaha, dan lebih menghargai prestasi dari pada uang. Disamping itu perlu juga mempersiapkan lulusan agar dapat menjadi wirausahawan muslim yang sukses yang diawali dengan membekali mahasiswa dengan jiwa kewirausahaan yang sempurna yang berlandaskan pada nilai-nilai hakiki kewirausahaan seperti **Scarborough dan Zimmerer (1993:h. 6-7)**. Selain itu, seorang calon wirausahawan muslim dituntut untuk bersifat taqwa, tawakal, suka berzikir, bersyukur, jujur, berniat suci berusaha untuk ibadah, suka bangun pagi dan shalat subuh, suka berinfak dan sedekah, serta suka menjalin silaturahmi.

Menanamkan sikap dan nilai-nilai agama (relegiusitas) dalam kewirausahaan menjadi suatu keniscayaan tatkala dalam realita berusaha kita dituntut untuk dapat menanamkan nilai-nilai sikap luhur sesuai Islam. Berdasarkan hasil observasi yang peneliti lakukan terhadap pelaku usaha didapatkan suatu fakta bahwa kendala utama dalam mempertahankan usaha tetap bertahan adalah bagaimana seorang wirausaha memiliki nilai pantang menyerah, jujur, ulet dengan tetap berpegang pada prinsip syariah. bukan sekadar menjadi pedagang. Menurut mereka perlu kiranya pihak perguruan tinggi atau pemerintah melakukan kegiatan pendampingan spiritual terhadap calon wirausaha agar mereka dapat menjaga komitmennya dan meminimalkan

agency problem yang ada dalam hubungan muamalah.

Studi mengenai sikap dan relegiusitas dalam menumbuhkembangkan jiwa kewirausahaan mahasiswa dirasakan amat perlu dilakukan sebagai wujud pertanggung jawaban lembaga dalam mendidik dan memberikan kemampuan wirausaha kepada para lulusannya dan memberikan motivasi untuk berani memilih berwirausaha yang sesuai dengan nilai-nilai agama sebagai karir masa depan mereka.

METODELOGI

Untuk melihat dan menganalisis dalam Menumbuh Kembangkan Jiwa Kewirausahaan Mahasiswa Melalui Pembentukan Sikap dan Nilai-Nilai Keislaman, dapat digunakan alat analisa sebagai berikut:

1. Analisa SWOT

Analisa SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk menentukan strategi Menumbuh Kembangkan Jiwa Kewirausahaan Mahasiswa Melalui Pembentukan Sikap dan Nilai-Nilai Keislaman, adapun teknik yang digunakan sebagai berikut:

- a. IFE (*Internal Factor Evaluation*), merupakan faktor-faktor yang berada di lingkungan internal organisasi yang berupa kekuatan dan kelemahan.
- b. EFE (*External Factor Evaluation*), merupakan faktor-faktor yang berpengaruh pada organisasi yang

berada di luar organisasi.

2. Matrik SWOT

Setelah dilakukan analisis dan diberi bobot serta peringkat untuk masing-masing faktor internal (S dan T) serta faktor eksternal (O dan W), maka dari semua faktor tersebut dapat digambarkan dalam bentuk matrik SWOT sebagai berikut:

Tabel. 1
SWOT Matrix

Eksternal \ Internal	<i>Opportunity (O)</i>	<i>Threat (T)</i>
<i>Strength (S)</i>	<i>Strategi SO</i> Mengoptimalkan kekuatan yang ada dalam rangka mendapatkan peluang	<i>Strategi WO</i> Memenangkan kekuatan yang ada dalam rangka mendapatkan peluang
<i>Weakness (W)</i>	<i>Strategi ST</i> Mengoptimalkan kekuatan yang ada dalam rangka meminimalkan ancaman dari luar	<i>Strategi WT</i> Memenangkan kekuatan yang ada dalam rangka meminimalkan ancaman dari luar

3. Tabel Bobot Skor

Tabel bobot skor untuk menentukan strategi utama dalam pengembangan jiwa kewirausahaan mahasiswa ini

dilakukan dengan menggunakan Total Skor dari masing-masing strategi, strategi yang mempunyai Total Skor tertinggi maka itu strategi utama yang sebaiknya digunakan, Tabel Bobot Skor dapat diformulasikan sebagai berikut:

Tabel. 2
Tabel Bobot skor

Internal/External	Opportunity (O)	Threat (T)
Strength (S)	Total Skor Strategi S-O	Total Skor Strategi W-O
Weakness (W)	Total Skor Strategi S-T	Total Skor Strategi W-T

PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian setelah dianalisis melalui: Analisa SWOT, Matrix SWOT, dan Tabel Bobot Skor, yang ketiga-tiga alat analisa ini saling keterkaitan, dengan hasil analisa yang terakhir melalui Tabel Bobot Skor, maka dipilihlah Strategi SO sebagai strategi utama dalam menentukan strategi menumbuh kembangkan jiwa kewirausahaan mahasiswa melalui sikap dan religiusitas, sebagai berikut:

1. Membentuk ide dan kreativitas dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia, yang dibutuhkan oleh dunia usaha

Ide dan kreativitas merupakan elemen dari kewirausahaan, sebab kewirausahaan adalah merupakan

kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang dalam menuju keberhasilan. Inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui berfikir kreatif dan inovatif. Proses kreatif dan inovatif tersebut biasanya diawali dengan munculnya ide-ide dan pemikiran-pemikiran baru untuk menciptakan sesuatu yang baru. Baik ide pemikiran, maupun tindakan kreatif tidak lain untuk menciptakan yang baru dan berbeda.

Kreativitas merupakan kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan cara-cara baru dalam pemecahan masalah dan menemukan peluang usaha. Sedangkan inovasi adalah merupakan kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka pemecahan masalah dan menemukan peluang usaha. Sesuatu yang baru dan berbeda dapat dalam bentuk hasil barang atau jasa, dan bisa dalam bentuk bentuk proses seperti ide, metode, dan cara. Sesuatu yang baru dan berbeda yang diciptakan melalui proses berfikir kreatif dan bertindak inovatif merupakan nilai tambah dan merupakan keunggulan yang berharga.

Kreativitas erat kaitannya dengan bakat intelektual. Menurut Terman dalam Conny S, karakteristik anak

berbakat intelektual antara lain unggul atau menonjol dalam: kesiagaan mental, kemampuan pengamatan (observasi), keinginan untuk belajar, daya konsentrasi, daya nalar, kemampuan membaca, ungkapan verbal, kemampuan menulis dan kemampuan mengajukan pertanyaan yang baik. Di samping itu, karakteristik anak yang berbakat akan terlihat dari; menunjukkan minat yang luas, berambisi untuk mencapai prestasi yang lebih tinggi, mandiri dalam memberikan pertimbangan dan dapat memberi jawaban tepat dan langsung sasaran.

Dalam menumbuh kembangkan jiwa kewirausahaan mahasiswa melalui sikap perlu ada upaya untuk menciptakan ide dan kreativitas untuk meningkatkan sumberdaya manusia, yang dibutuhkan oleh dunia usaha perlu metode atau cara pembelajaran yang jitu.

2. Membangkitkan semangat yang kuat dalam belajar kewirausahaan untuk mewujudkan kompetensi

Pada dunia usaha yang kompleks diperlukan kemampuan komprehensif untuk mengatasinya. Umumnya para pengusaha dituntut mempunyai kemampuan yang luas walaupun kurang mendalam. Kemampuan ini disebut kemampuan generalis. Pengetahuan ini

dapat diperoleh dengan cara banyak melakukan akses terhadap media seperti radio, tv, internet, berdiskusi ataupun mengikuti pendidikan formal di lembaga pendidikan.

Dalam menumbuh kembangkan jiwa kewirausahaan mahasiswa melalui sikap, menanamkan semangat yang kuat dalam belajar kewirausahaan, karena akan dapat membantu mahasiswa dalam mengembangkan jiwa kewirausahaan serta mewujudkan kompetensi. Di samping itu keterampilan mahasiswa juga perlu dikembangkan, keterampilan merupakan unsur psikomotorik yang lebih berasosiasi pada kerja fisik anggota badan terutama tangan, kaki dan mulut (suara) untuk bekerja dan berkarya. Unsur keterampilan seseorang pada umumnya diperoleh melalui latihan dan pengalaman kerja nyata.

3. Membangkitkan keinginan yang kuat untuk berprestasi dalam wirausaha,

Dalam mendorong mahasiswa untuk dapat berprestasi dalam wirausaha, harus bisa memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

- a. Mau kerja keras, kerja keras merupakan modal dasar seseorang dalam berwirausaha. Kerja keras tidak berarti menggunakan otot, namun lebih kepada berpikir dan

- mengendalikan sumber daya yang ada dalam berusaha.
- b. Bekerjasama dengan orang lain, untuk dapat menjadi seorang wirausahawan yang berhasil, seseorang harus mampu bekerjasama dengan orang lain.
 - c. Penampilan yang baik, penampilan yang baik bukan berarti seseorang harus memiliki wajah yang cantik atau tampan.
 - d. Yakin, seorang wirausahawan memiliki keyakinan diri bahwa dia akan sukses melakukan suatu usaha tanpa ragu dan bimbang.
 - e. Pandai membuat keputusan, seorang wirausahawan dihadapkan pada berbagai alternatif dalam mengambil keputusan.
 - f. Mau menambah ilmu pengetahuan, menambah pengetahuan dan keterampilan merupakan hal penting dalam kesuksesan usaha atau wirausaha yang dapat ditempuh melalui pendidikan formal dan informal.
 - g. Ambisi untuk maju, orang-orang yang gigih dalam menghadapi pekerjaan dan tantangan, biasanya banyak berhasil dalam kehidupan.
 - h. Pandai berkomunikasi, pandai berkomunikasi berarti pandai mengorganisasi buah pikiran ke dalam bentuk ucapan-ucapan yang

jelas, menggunakan tutur kata yang enak didengar dan mampu menarik perhatian orang lain.

Dalam menumbuhkan kembangkan jiwa kewirausahaan mahasiswa melalui sikap, dengan memberikan semangat yang kepada mahasiswa untuk berprestasi dalam wirausaha yang didasarkan pada; mau kerja keras, bisa bekerjasama dengan orang lain, berpenampilan yang baik, pandai membuat keputusan, selalu menambah ilmu pengetahuan, berambisi untuk maju, pandai berkomunikasi. Ini semua sesuai dengan tujuan mata kuliah kewirausahaan.

4. Menumbuhkan minat, ketekunan, dan motivasi untuk kesuksesan usaha

Kebutuhan berprestasi kesuksesan dalam wirausaha dapat terlihat dalam bentuk tindakan untuk melakukan sesuatu yang lebih baik dan lebih efisien dibanding sebelumnya. Menurut **Suryana (2001:28)** wirausaha yang memiliki motif berprestasi tinggi pada umumnya memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Mau mengatasi sendiri kesulitan dan persoalan-persoalan yang timbul pada dirinya sendiri
- b. Selalu memerlukan umpan balik yang segera untuk melihat keberhasilan dan kegagalan
- c. Memiliki tanggung jawab personal yang tinggi
- d. Berani menghadapi risiko dengan penuh perhitungan

- e. Menyukai tantangan dan melihat tantangan secara seimbang.

Wirausahawan selalu termotivasi oleh hasrat untuk mencapai kesuksesan. Mereka senantiasa menyadari pentingnya rincian dan secara berkesinambungan meninjau segala kemungkinan demi tercapainya tujuan perusahaan. Kebutuhan berprestasi wirausaha terlihat dalam bentuk tindakan untuk melakukan sesuatu yang lebih baik dan lebih efisien dibanding sebelumnya.

Menurut Lambing dan Kuehl, ada empat hal yang memengaruhi keputusan berwirausaha, yaitu diri pribadi, lingkungan budaya, kondisi sosial, dan kombinasi dari ketiganya. Sedangkan menurut Alma, faktor yang memengaruhi minat wirausaha adalah lingkungan pendidikan, kepribadian seseorang dan lingkungan keluarga.

Minat berwirausaha seseorang dapat dilihat dari dua indikator utama yaitu: (1) seberapa kuat upaya seseorang untuk berani mencoba melakukan aktivitas kewirausahaan; (2) seberapa banyak upaya yang direncanakan seseorang untuk melakukan aktivitas kewirausahaan (seperti aktivitas dalam mengelola waktu dan keuangan untuk tujuan berwirausaha).

Menumbuhkan kembangkan minat, ketekunan dalam melakukan kegiatan usaha sangat dipengaruhi oleh dorongan yang kuat untuk kesuksesan usaha, ini akan memunculkan ketekunan dalam melakukan wirausaha.

5. Menumbuhkan kepercayaan diri, ambisi untuk selalu unggul, dan kemandirian dalam berwirausaha

Kepercayaan diri merupakan suatu paduan sikap dan keyakinan seseorang dalam menghadapi tugas atau pekerjaan. Dalam praktik, sikap dan kepercayaan ini merupakan sikap dan keyakinan untuk memulai, melakukan dan menyelesaikan suatu tugas atau pekerjaan yang dihadapi. Oleh sebab itu, kepercayaan diri memiliki nilai keyakinan, optimisme, individualitas dan ketidaktergantungan. Orang yang percaya diri memiliki kemampuan untuk menyelesaikan pekerjaan dengan sistematis, berencana, efektif dan efisien. Kepercayaan diri seseorang juga terlihat dari ketenangan, kegairahan dan kemantapan dalam melakukan pekerjaan. Kepercayaan diri seseorang terlihat dari kemampuannya untuk menghadapi dan menyelesaikan masalah sendiri tanpa menunggu bantuan orang lain.

Dalam menumbuhkan kembangkan jiwa kewirausahaan mahasiswa melalui sikap, menanamkan kepada mahasiswarasa kepercayaan diri, ambisi untuk selalu unggul, dan kemandirian dalam berwirausaha, serta menanamkan keyakinan untuk dapat menghadapi suatu tugas atau pekerjaan dengan baik. Memang kepercayaan diri seseorang banyak ditentukan oleh kemampuannya untuk memulai, melaksanakan, dan menyelesaikan suatu pekerjaan dengan baik, maka perlu didorong dengan ambisi untuk selalu unggul. Disamping itu unsur keimanan perlu dijaga, iman kepada Allah Swt akan memberikan rasa aman dan tentram, keyakinan dan kegairahan bekerja, sehingga akan memudahkan jalan menuju sukses. Mawas diri, mengevaluasi diri sendiri,

kelemahan-kelemahan apa yang dirasakan.

6. Menumbuhkan keinginan untuk menggali dan memproduktifkan sumber daya ekonomi

Menumbuh kembangkan keinginan untuk menggali dan memproduktifkan sumber daya ekonomi, karena dalam menghasilkan sesuatu perlu adanya sumber daya ekonomi yang semakin lama semakin terasa kelangkaannya, maka untuk itu perlu adanya keinginan mahasiswa untuk menggali dan memproduktifkan sumber daya ekonomi sudah merupakan modal untuk sukses dalam berusaha. Banyak bidang usaha menyediakan alternatif yang tak terbatas dalam hal barang yang akan diproduksi. namun harus diingat dalam menghasilkan atau memproduksi sesuatu barang atau jasa, pastikanlah kemungkinan ada pemasarannya. Barang atau jasa bisa dijual; atau bisa dipasarkan, bila ada pihak-pihak yang membutuhkannya dan dapat mendukung usaha yang dilakukan. Sebuah usaha akan sia-sia bila tidak ada yang memberi barang atau produk tersebut.

Dalam menumbuh kembangkan jiwa kewirausahaan mahasiswa melalui sikap, perlu memunculkan keinginan kepada mahasiswa untuk menggali dan memproduktifkan sumber daya ekonomiyang

akan diproses atau diolah untuk menghasilkan barang atau jasa.

7. Membentuk kepedulian terhadap norma dan aturan yang berlaku dalam pengembangan usaha

Aspek legal atau yuridis yang merupakan beberapa peraturan pemerintah yg perlu diketahui berkaitan dengan identitas pelaksana usaha disesuaikan dengan jenis perusahaan yang dipilih. Kemudian usaha yg akan dilaksanakan, apakah usaha itu dilarang atau tidak. Untuk itu juga perlu mengetahui bentuk izin-izin usaha sesuai bidang usaha perusahaan.

Dalam menumbuh kembangkan jiwa kewirausahaan mahasiswa melalui sikap dan relegiusitas, perlu menanamkan kepedulian terhadap norma-norma dan aturan yang berlaku terhadap dunia usaha seperti masalah perizinan legalitas usaha, dan dampak usaha terhadap sosial ekonomi masyarakat.

8. Membentuk nilai-nilai: relegius, kejujuran, toleransi dan solidaritas dalam wirausaha, yang sesuai dengan standar kompetensi lulusan.

Dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan mahasiswa tidak terlepas dari penanaman nilai-nilai Islam kepada mahasiswa. Dengan mengembangkan jiwa kewirausahaan mahasiswa melalui menumbuhkan nilai-nilai

relegiustersebut di atas bisa dijadikan sebagai kompetensi bagi lulusan dalam menghadapi dunia usaha. Kalau dilihat sekarang ini para pelaku usaha banyak ditemukan yang tidak jujurbaik dalam berusaha secara umum, maupun secara khusus dalam mencari untung misalnya.

Islam sangat melarang berbohong atau menipu (*tadlis*) dalam hidup dan berusaha karena bisa menzalimi dan merugikan orang lain. Oleh karena kejujuran sangatlah penting dalam hidup atau berusaha. Pengusaha yang jujur adalah mulia disisi Allah Swt, dan juga manusia, sehingga kejujuran sangat mahal dirasakan sekarang ini. Untuk itu menanamkan nilai-nilai kejujuran kepada mahasiswa dapat dijadikan bakal modal dan kompetensi bagi mahasiswa, yang sangat jarang ditemu sekarang ini terutama dalam dunia usaha.

Dalam menumbuh kembangkan jiwa kewirausahaan mahasiswa melalui sikap dan relegiusitas dapat melalui menumbuhkan nilai-nilai: relegius, kejujuran, toleransi dan solidaritas dalam wirausaha, yang bisa dijadikan sebagai kompetensi bagi lulusan dalam mempersiapkan kesuksesan dunia dan akhirat.

9. Membentukan keikhlasan dan kejujuran dalam berwirausaha

Keikhlasan dan kejujuran merupakan nilai-nilai sikap dalam

berwiruswasta yang sangat perlu sekali disadari dan diperhatikan. Karena manusia dalam hidup ini tidak terlepas dari amanah. Amanah dari manusia, bermacam-macam kegiatan dalam kehidupan kita ini yang sangat erat dan berhubungan dengan manusia lain. Sebagai contoh kita sebagai penyedia sesuatu barang atau jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan manusia lain. Dalam hal ini kita diberi amanah oleh orang lain untuk menghasilkan atau mengadakan sesuatu barang atau jasa yang mereka inginkan atau mereka butuhkan. Tentu barang atau jasa yang kita berikan tersebut sesuai dengan apa yang mereka harapkan dari barang atau jasa tersebut, sehingga mereka butuhkan betul-betul puas. Inilah kira-kira bentuk amanah terhadap manusia berusaha.

Amanah dari Allah Yang Maha Pencipta memberikan amanah kepada manusia sebagai khalifah di muka bumi, dan mempunyai tugas dalam hidup untuk menyembah kepada Allah Swt. Penyembahan itu dapat diwujudkan dalam bentuk ibadah, baik ibadah maghdah, maupun ibadah ghair maghdah. Ibadah maghdah sifat vertikal lansung kepada Allah Swt, seperti syadat, shalat, shaum, zakat, dan haji. Ibadah ghairu maghdah yang yang bisa diwujudkan dalam kegiatan muamalah mencakupi semua aspek kehidupan

manusia dalam interaksinya dengan manusia lain, mulai dari masalah perdagangan/ekonomi, sosial sampai politik.

Kegiatan wirausaha merupakan bahagian dari muamalah, ini bisa jadi bernilai ibadah disisi Allah Swt, jika setiap kegiatan atau usaha yang dilakukan diniatkan karena Allah Swt. dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup pribadi dan keluarga, dan dilakukan sesuai dengan yang diredhoi Allah Swt. Tidak melakukan hal-hal yang terlarang dalam berusaha atau bermualah, seperti; 1). Larangan karena zatnya, 2). Larangan karena selain zatnya, dan 3). Larangan karena tidak sah (lengkap) akadnya.

Untuk menumbuhkan keikhlasan dan kejujuran dalam berwirausaha kepada mahasiswa, perlu menyadari sepenuhnya bahwa berusaha itu adalah amanah dari Allah Swt, dan juga merupakan amanah dari sesama manusia, yang mesti dilakukan dengan sebaik mungkin, dengan penuh keikhlasan dan kejujuran, yang memiliki tujuan mulia, terhindari dari kecurangan, penipuan, dan ketidak jujuran.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dan setelah dianalisis secara kualitatif dengan menggunakan alat analisa: analisa SWOT, Matrix SWOT,

dan Tabel Bobot Skor, yang ketiga-tiga alat analisa ini saling keterkaitan, dengan hasil analisa yang terakhir melalui Tabel Bobot Skor, maka dapat dikemukakan kesimpulan bahwa dalam menumbuh kembangkan jiwa kewirausahaan mahasiswa melalui pembentukan sikap dan nilai-nilai keislaman sebagai berikut:

1. Membentuk ide dan kreativitas dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia, yang dibutuhkan oleh dunia usaha
2. Membangkitkan semangat yang kuat dalam belajar kewirausahaan untuk mewujudkan kompetensi
3. Membangkitkan keinginan yang kuat untuk berprestasi dalam wirausaha,
4. Menumbuhkan minat, ketekunan, dan motivasi untuk kesuksesan usaha
5. Menumbuhkan kepercayaan diri, ambisi untuk selalu unggul, dan kemandirian dalam berwirausaha
6. Menumbuhkan keinginan untuk menggali dan memproduktifkan sumber daya ekonomi
7. Membentuk kepedulian terhadap norma dan aturan yang berlaku dalam pengembangan usaha
8. Membentuk nilai-nilai: religius, kejujuran, toleransi dan solidaritas dalam wirausaha, yang sesuai dengan standar kompetensi lulusan.
9. Membentuk keikhlasan dan kejujuran dalam berwirausaha

REFERENSI

- Alma, Buchari, *Kewirausahaan*,
(Bandung: CV.Alfabeta, 2003)
- Conny, semiawan, *Memupuk Bakat
dan Kreativitas Siswa Sekolah
Menengah*,(Jakarta: PT
Gramedia,1984)
- Rangkuti, Freddy, *Analisis SWOT
Teknik Membedah Kasus Bisnis*,
(Jakarta: PT. Gramedia Pustaka
Utama, 2002)
- Suryana, *Kewirausahaan: Pedoman
Praktis, Kiat dan Proses Menuju
Sukses*. (Jakarta: Penerbit
Salemba Empat, 2001)
- , *Kewirausahaan: Pedoman
Praktis, Kiat dan Proses Menuju
Sukses*. (Jakarta: Penerbit
Salemba Empat, 2003)
- Tim Penyusun, *Profil Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam*,
(Bukitinggi: IAIN, 2017)
- Zimmerer, W, Thomas, Norman M.
Scarborough, *Entrepreneurship
and The New Venture
Formation*, (New Jersey:
Prentice Hall International Inc.
1996)