

PENGARUH KEBIJAKAN DIVIDEN TERHADAP HARGA SAHAM PERUSAHAAN-PERUSAHAAN OTOMOTIF DI BURSA EFEK JAKARTA¹⁾

Nurmala²⁾

Abstraks: Tujuan penelitian ini untuk mengatasi kebijakan dividen dan pengaruhnya pada perusahaan otomotif. Populasi penelitian ini adalah perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta (BEJ) selama lima tahun berturut-turut (tahun 1996 sampai tahun 2000) yang mengumumkan *Earning Per Share*, *Dividen Per Share* dan *Closing Price*. Setelah dilakukan penelitian di BEJ, terdapat 3 perusahaan otomotif yang memenuhi kriteria yakni PT. Goodyear Indonesia Tbk, PT. Selamat Sempurna Tbk, PT. Tunas Ridean Tbk. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dengan menggunakan analisis korelasi Rank Spearman dan pengujian hipotesis dapat diketahui bahwa tingginya harga saham tidak mempengaruhi kebijakan dividen yang diterapkan oleh ketiga perusahaan otomotif tersebut, karena harga saham bukan satu-satunya faktor yang dapat mempengaruhi kebijakan dividen.

Kata-kata Kunci : *dividen, payout ratio, stock price*

PENDAHULUAN

Pembiayaan merupakan salah satu fungsi perusahaan yang penting bagi keberhasilan usaha suatu perusahaan. Dikatakan penting karena fungsi inilah yang melakukan usaha untuk mendapatkan dana. Baik perusahaan besar maupun kecil membutuhkan dana untuk menjalankan kegiatan usahanya. Dana yang dibutuhkan bisa diperoleh baik melalui pembiayaan dari dalam perusahaan (*internal financing*) maupun pembiayaan dari luar perusahaan (*external financing*). Sumber pembiayaan eksternal diperoleh perusahaan dengan melakukan pinjaman kepada pihak lain atau menjual sahamnya kepada masyarakat (*go public*) di pasar modal. Sedangkan sumber pembiayaan modal internal adalah berupa pemanfaatan laba yang ditahan (*retained earnings*), yaitu laba yang tidak dibagikan sebagai dividen.

Keuntungan yang diperoleh perusahaan tidak seluruhnya digunakan untuk keperluan pendanaan operasionalnya. Perusahaan harus memeriksa relevansi antara laba yang ditahan untuk diinvestasikan kembali (*retained earning to be re-invested*) dengan laba yang dibagikan kepada para pemegang sahamnya dalam bentuk dividen (*revenue that divided to the share holders as divided*). Pertumbuhan perusahaan dan dividen adalah kedua hal yang diinginkan perusahaan tetapi sekaligus merupakan suatu tujuan yang berlawanan.

Untuk mencapai tujuan tadi perusahaan menetapkan kebijakan dividen yaitu kebijakan yang dibuat oleh perusahaan untuk menetapkan proporsi pendapatan yang dibagikan sebagai dividen yang dibayar, berarti semakin sedikit laba yang dapat ditahan dan sebagai akibatnya ialah menghambat

¹⁾ Pengaruh Kebijakan Dividen Terhadap Harga Saham Perusahaan-Perusahaan Otomotif di Bursa Efek Jakarta. (Nurmala)

²⁾ Dosen STIE Bina Warga Palembang.

tingkat pertumbuhan laba dan harga sahamnya. Sebaliknya, kalau perusahaan ingin menahan sebagian besar labanya tetap di dalam perusahaan berarti bagian dari laba yang tersedia untuk pembayaran dividen adalah semakin kecil. Akibatnya, dividen yang di terima pemegang saham atau investor bisa dan tidak sebanding dengan risiko yang mereka tanggung.

Kebijakan dividen sangat penting karena mempengaruhi kesempatan investasi perusahaan, harga saham, struktur finansial, arus pendanaan dan posisi likuiditas. Dengan perkataan lain, kebijakan dividen menyediakan informasi mengenai performa (*performance*) perusahaan. Oleh karena itu, masing-masing perusahaan menetapkan kebijakan dividen yang berbeda-beda, karena kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan otomotif dalam membayar dividen kepada para pemegang sahamnya, maka perusahaan mungkin tidak dapat mempertahankan dana yang cukup untuk membiayai pertumbuhannya di masa mendatang. Sebaliknya, maka saham perusahaan menjadi tidak menarik bagi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan otomotif harus dapat mempertimbangkan antara besarnya laba yang akan ditahan untuk mengembangkan perusahaan otomotif. Untuk itu, peranan seorang manajer keuangan sangat penting dalam memutuskan apakah kebijakan yang diambil oleh perusahaan baik bagi nilai perusahaan dimasa mendatang di mata para investor.

Pokok perhatian penulis adalah apakah kebijakan dividen yang dijalankan oleh perusahaan berpengaruh terhadap harga saham perusahaan, mengingat laba yang diperoleh perusahaan otomotif selain diberikan kepada pemegang saham sebagai dividen, dapat juga ditahan untuk diinvestasikan kembali. Kebijakan dividen yang menghasilkan tingkat dividen yang semakin bertambah dari tahun ke tahun akan

meningkatkan kepercayaan para investor, dan secara tidak langsung memberikan informasi kepada para investor bahwa kemampuan perusahaan perbankan dalam menciptakan laba perusahaan semakin meningkat. Informasi yang demikian akan mempengaruhi permintaan dan penawaran saham perusahaan di pasar modal, yang selanjutnya akan berpengaruh terhadap harga saham perusahaan.

Permasalahan yang akan dibahas adalah 1) bagaimanakah pengaruh kebijakan dividen terhadap harga saham dan kebijakan dividen?, 2) kebijakan deviden apa yang diterapkan oleh masing-masing perusahaan otomotif ? Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kebijakan dividen terhadap harga saham dan kebijakan dividen yang diterapkan oleh masing-masing perusahaan dalam industri otomotif .

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini sebagai bahan masukan bagi perusahaan-perusahaan otomotif itu sendiri dalam mengkaji ulang kebijakan dividen yang diterapkannya, serta diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam melaksanakan kebijakan dividen dimasa yang akan datang . Sebagai bahan pertimbangan bagi para investor sebelum menanamkan modalnya di perusahaan otomotif.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan terdiri dari dua variabel, yaitu saham sebagai variabel bebas (*independent variable*) yang tidak tergantung dan tidak dipengaruhi oleh faktor-faktor lain berupa harga saham, dan dividend per share (DPS) sebagai variabel tidak bebas (*dependent variable*). Skala pengukuran variabel yang digunakan adalah pengukuran variabel ordinal yaitu berbentuk rangking.

Data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini diperoleh dari Bursa Efek Jakarta guna memperoleh informasi mengenai dividen *pay out*

ratio dan harga saham masing-masing perusahaan otomotif yang menjadi subjek penelitian ini. Data dividen yang diambil adalah yang dimulai dari tahun 1996-2000 dari PT. Good Year Indonesia, PT. Selamat Sempurna, PT. Tunas Ridean.

Untuk mengetahui apakah ada hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel tidak bebas (Y), maka dilakukan pengujian hipotesis. Hipotesis yang akan diuji diberi simbol H_0 (hipotesis nol) dan disertai H_a (hipotesis alternatif). Jika dari pengujian didapat hasil H_0 diterima, maka secara otomatis H_a tidak akan diterima atau ditolak.

Perumusan hipotesis berdasarkan masalah penelitian adalah sebagai berikut: 1) $H_0 =$ tidak ada pengaruh harga saham terhadap kebijakan dividen pada perusahaan otomotif di BEJ, 2) $H_a =$ terdapat pengaruh harga saham terhadap kebijakan dividen pada perusahaan otomotif di BEJ.

Kriteria pengujian hipotesis adalah: 1) H_0 diterima dan H_a ditolak bila harga Z hitung lebih kecil dari Z tabel, 2) H_0 ditolak dan H_a diterima bila harga Z hitung lebih besar dari Z tabel

Dalam melakukan penelitian ini, metode analisis yang dipergunakan sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui kebijakan yang diterapkan oleh masing-masing perusahaan meneliti data-data sekunder yang berupa tingkat dividen selama lima tahun, dan selanjutnya menganalisis apakah jumlah dividen yang diberikan setiap tahun jumlahnya tetap atau sejumlah persentase tetap terhadap laba, atau bersifat fleksibel sesuai dengan kebijakan yang diterapkan perusahaan. Ciri-ciri masing-masing pola kebijakan itu sebagai berikut:
 - a. Apabila perusahaan menerapkan kebijakan *dividen stable amount per share*, maka dividen yang dibagikan perusahaan setiap tahunnya sama atau tetap per lembar sahamnya.
 - b. Apabila perusahaan menerapkan kebijakan *dividend constant pay out ratio*, maka dividen yang diberikan berdasarkan

persentase tetap dari laba bersih diperoleh perusahaan. Jadi persentase pertumbuhan relatif sama atau tetap.

- c. Apabila perusahaan menerapkan kebijakan dividen *low regular dividend plus extra*, maka dividen yang dibagikan perusahaan relatif rendah ditambah dengan suatu tambahan (ekstra) pada tahun-tahun pada saat kondisi keuangan bertambah baik atau meningkat. Dengan kata lain pola peningkatan (penurunan) DPS mengikuti pola peningkatan (Penurunan) EPS.
 - d. Apabila perusahaan menerapkan kebijakan dividen residual, maka tingkat dividen yang dibagikan perusahaan setiap tahunnya berdasarkan besarnya laba residual setelah kebutuhan investasi perusahaan atau dana yang dibutuhkan telah terpenuhi. Dengan kata lain, pola peningkatan (penurunan) DPS tidak mengikuti pola peningkatan (penurunan) EPS.
2. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh harga saham terhadap kebijakan dividen pada perusahaan otomotif, penulis menggunakan teknik analisis korelasi Spearman Rank. Menurut Sugiyono (2001) korelasi Spearman Rank digunakan untuk mencari hubungan atau untuk menguji signifikan hipotesis asosiatif bila masing-masing variabel yang dihubungkan membentuk ordinal, dan sumber dana antara variabel tidak harus sama.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil

a. Deskripsi Data

1) PT. Goodyear Indonesia Tbk

Perusahaan ini bergerak dalam industri ban dan status perusahaan PMA (Penanaman Modal Asing). Kantor pusat dan pabrik PT. Goodyear Indonesia berlokasi di Bogor, Jawa Barat. PT. Goodyear Indonesia ini didirikan pada tahun 1935. Pada awalnya perusahaan ini adalah distributor dari

perusahaan ban Goodyear dan perusahaan karet dari Amerika Serikat. PT. Goodyear Indonesia pada saat ini memiliki kapasitas produksi sebesar 2,2 juta ban per tahun. Hasil produksi ini dipasarkan dengan merek dagang Goodyear. Saham PT. Goodyear Indonesia ini memiliki 85% oleh The Goodyear Tire & Rubber Co dan 15% dimiliki oleh masyarakat. PT. Goodyear Indonesia memperkerjakan sebanyak 899 karyawan. PT. Goodyear Indonesia pertama kali menjual sahamnya ke masyarakat pada tanggal, 22 Desember 1980. data EPS, DPS dan harga penutupan saham selama periode pengamatan dapat dilihat pada Tabel 1.

Data Tabel 1 menunjukkan bahwa EPS

Tabel .1. EPS, DPS, CP PT. Goodyear Indonesia Tbk

Tahun	<i>Earning Per Share</i>	<i>Dividend Per Share</i>	<i>Closing Price</i>
2000	262	150	2.575
2001	130	150	850
2002	1.227	500	2.800
2003	1.150	700	10.000
2004	908	100	6.000

pada tahun 1996 sebesar Rp262,00, dan DPS sebesar Rp 150,00 serta Closing Price (CP) sebesar Rp 2.575,00. Pada tahun 1997 EPS mengalami penurunan menjadi Rp 130,00 tetapi DPS tidak mengalami kenaikan dan penurunan tetap sebesar Rp150,00, dan CP mengalami penurunan menjadi Rp 850,00. Tahun 1998 EPS mengalami kenaikan menjadi Rp 1.227,00. DPS juga ikut naik menjadi Rp 500,00, dan CP juga mengalami kenaikan menjadi Rp 2.800,00. Pada tahun 1999 EPS mengalami penurunan menjadi Rp1.150,00, tetapi DPS mengalami kenaikan menjadi Rp 700,00, serta CP juga ikut naik menjadi Rp10.000,00, dan pada tahun 2000 EPS mengalami penurunan lagi menjadi Rp 908,00, serta DPS juga ikut turun menjadi Rp 100,00 dan CP juga mengalami penurunan menjadi Rp6.000,00.

2) PT Selamat Sempurna Tbk

Perusahaan ini memproduksi bagian otomotif (*automotive parts manufacturer*). Kantor pusat PT. Selamat Sempurna di Wisma ADR, Jl. Pluit Raya 1 No. 1 Jakarta. Pabriknya berada di Jl. Kapuk Kamal Raya No. 88 Jakarta, dan Jl. Raya LPPU Curung No. 88, Desa Kadujaya Bitung, Tangerang Banten. Status perusahaan ini adalah penanaman modal dalam negeri. PT. Selamat Sempurna ini didirikan pada tanggal 19 Januari 1976. pada tahun 1980, Eddy Hartono, pendiri Kelompok ADR mengambil alih kepemilikan perusahaan ini. Pada tahun 1994, perusahaan memperoleh kepemilikan saham pada

PT. Adhi Chandra Automotive Product dan 70 % dari PT. Panata Jaya Mandiri. Kemudian pada tahun yang sama mengambil alih operasional CV. Auto Diesel. Pada bulan Juli 2000 PT. Selamat Sempurna menerbitkan Obligasi pertama dengan nilai sebesar Rp 100 miliar dengan tingkat bunga tetap sebesar 16.625% per tahun. Pada saat ini PT. Selamat Sempurna memiliki dua anak perusahaan yaitu PT. Adhi Chandra Automotive Product, Tbk dan PT. Panata Jaya Mandiri. Saham PT. Selamat Sempurna dimiliki 68,02% oleh PT. Adriondo Intiperkasa, 1,53% oleh Eddy Hartono, 0,38% dimiliki oleh Johan Kurniawan dan 30,07% dimiliki oleh masyarakat. Perusahaan pertama kali menjual sahamnya pada tanggal 9 September 1996. Jumlah karyawan PT. Selamat Sempurna berjumlah 1.450 orang. Data mengenai *earning per share* (EPS), DPS dan harga penutupan sahamnya pada tabel 2.

Tabel 2. EPS, DPS, CP PT. Selamat Sempurna Tbk

Tahun	<i>Earning Per Share</i>	<i>Dividend Per Share</i>	<i>Closing Price</i>
2000	262	150	2.575
2001	130	150	850
2002	1.227	500	2.800
2003	1.150	700	10.000
2004	908	100	6.000

Data dari Tabel 2 dapat dilihat, pada tahun 1996 EPS sebesar Rp 160,00, serta DPS sebesar Rp 64,00, dan CP sebesar Rp 1.850,00, tahun 1997 EPS mengalami penurunan menjadi Rp 126,00, hal ini juga ikut penurunan DPS menjadi Rp 51,00, dan CP juga turun menjadi Rp 700,00, tahun 1998 EPS mengalami kenaikan menjadi Rp 293,00, serta DPS mengalami kenaikan menjadi Rp 132,00, dan juga diikuti kenaikan CP menjadi Rp 800,00, tahun 1999 EPS mengalami penurunan menjadi Rp 155,00, serta DPS juga mengalami penurunan menjadi Rp 31,00, dan CP mengalami kenaikan menjadi Rp 1.125,00, dan pada tahun 2000 EPS mengalami kenaikan menjadi Rp 227,00, serta DPS juga ikut naik menjadi Rp 57,00, dan *closing price* mengalami penurunan Rp 2.000,00.

PT. Tunas Andalan pratama, 30% oleh Jardine International Motor Holding, BV, 5,76% oleh PT. Panin Sekuritas, Tbk, 5,27% oleh PT. Lautandhana Securindo dan 11,07% oleh masyarakat. PT. Tunas Ridean memiliki sebanyak 2.117 orang karyawan. Data EPS.DPS dan harga penutupan sahamnya ditampilkan pada Tabel 3.

Data Tabel 3 dapat dilihat pada tahun 1996 EPS sebesar Rp 187,00, DPS sebesar Rp 66,00, dan CP sebesar Rp 4,550,00. Tahun 1997 EPS mengalami penurunan menjadi Rp 33,00, hal ini juga diikuti penurunan menjadi Rp 28,00, dan CP juga ikut turun menjadi Rp 500,00. Tahun 1998 EPS turun lagi menjadi Rp 11,00, serta DPS juga ikut menjadi Rp 7,00, dan CP juga mengalami penurunan menjadi Rp 375,00. Tahun 1999 EPS

Tabel 3.EPS, DPS, CP PT. Tunas Ridean Tbk

Tahun	<i>Earning Per Share</i>	<i>Dividend Per Share</i>	<i>Closing Price</i>
2000	187	66	4.550
2001	33	28	500
2002	11	7	375
2003	92	28	1.250
2004	68	25	1.125

3) PT Tunas Ridean, Tbk

Perusahaan ini bergerak dalam bidang distributor kendaraan dan pembiayaan konsumen. Kantor pusat perusahaan ini di Jl. Raya Pasar Minggu No. 7 Jakarta, dengan status penanaman modal dalam negeri. Perusahaan ini memiliki sebelas perusahaan anak. Saham perusahaan ini pertama kali dijual pada tanggal, 16 Mei 1995, dan kemudian sahamnya tersebut dimiliki 47,90% oleh

mengalami kenaikan menjadi Rp 92,00, serta DPS juga mengalami kenaikan menjadi Rp 28,00, dan CP juga ikut naik menjadi Rp 1,250,00. Pada tahun 2000 EPS mengalami penurunan menjadi Rp 68,00 dan DPS mengalami kenaikan menjadi Rp 55,00, dan *closing price* mengalami penurunan menjadi Rp 1.125,00.

b. Analisis Pengaruh Kebijakan Dividen terhadap Harga Saham

Analisis digunakan untuk mengetahui pengaruh laba per lembar saham terhadap kebijakan dividen. Penulis menggunakan analisis korelasi *Spearman Rank* dengan menggunakan data perusahaan otomotif selama lima tahun berturut-turut dari tahun 1996 sampai tahun 2000, dan karena korelasi *Spearman Rank* bekerja dengan data ordinal, maka data ordinal dalam bentuk rangking. Cara memberikan rangking adalah dengan memberikan rangking ke-1 seterusnya dari data yang terbesar sampai data yang terkecil.

1) PT Goodyear Indonesia Tbk

Data ordinal dalam bentuk rangking dari PT. Goodyear Indonesia Tbk dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Perhitungan Koefisien Korelasi *Spearman Rank* PT. Goodyear Indonesia Tbk

Tahun	Harga Saham	Dividen Pay Out Ratio	Ranking (X)	Rangking (Y)	bi	bi ²
2000	2.575	57.25%	4	3	1	1
2001	850	115.38%	5	1	4	16
2002	2.800	40.74%	3	4	-1	1
2003	10.000	60.76%	1	2	-1	1
2004	6.000	11.01%	2	5	-3	9
Jumlah					0	28

Tabel 5. Perhitungan Koefisien Korelasi *Spearman Rank* PT. Selamat Sempurna Indonesia Tbk

Tahun	Harga Saham	Dividen Pay Out Ratio	Ranking (X)	Rangking (Y)	bi	bi ²
2000	1.850	40.00%	2	2	-1	1
2001	700	40.47%	5	3	3	9
2002	800	45.05%	4	1	3	9
2003	1.125	20.00%	3	5	-2	4
2004	2.000	25.11%	1	4	-3	9
Jumlah					0	32

Tabel 6. Perhitungan Koefisien Korelasi *Spearman rank* PT. Tunas Ridean Tbk

Tahun	Harga Saham	Dividen Pay Out Ratio	Ranking (X)	Rangking (Y)	bi	Bi ²
2000	4.550	35.29%	1	4	-3	9
2001	500	84.84%	4	2	2	4
2002	375	63.63%	5	3	2	4
2003	1.250	30.43%	2	5	-3	9
2004	1.125	88.88%	3	1	2	4
Jumlah					0	30

Selanjutnya harga bi² yang telah diperoleh dari hitungan dalam tabel kolom terakhir dimasukkan dalam rumus korelasi *Spearman Rank*.

2) PT Selamat Sempurna Indonesia Tbk

Data ordinal dalam dari PT. Selamat Sempurna Indonesia Tbk dapat dilihat pada Tabel 5. Selanjutnya harga bi² yang telah diperoleh dari hitungan dalam tabel kolom terakhir dimasukkan dalam rumus korelasi *Spearman Rank*.

3) PT Tunas Ridean Tbk

Data ordinal dalam bentuk rangking dari PT. Tunas Ridean Tbk dapat dilihat dari Tabel 6. Selanjutnya harga bi² yang telah diperoleh dari hitungan dalam tabel kolom terakhir dimasukkan dalam rumus korelasi *Spearman Rank*.

Berdasarkan pengujian hipotesis ketiga perusahaan di atas dapat disimpulkan bahwa, Harga Saham tidak berpengaruh terhadap kebijakan dividen. Besar kecilnya kebijakan dividen tidak dipengaruhi oleh harga saham di Bursa Efek.

Kemungkinan faktor-faktor yang mempengaruhi kebijakan sebagai berikut.

- a. Tidak ada pengaruh antara kebijakan dividen terhadap harga saham, dapat dikarenakan sampel yang digunakan sedikit, atau hanya terbatas pada kelompok perusahaan otomotif saja.
- b. Penelitian ini menggunakan data pada periode yang relatif pendek, sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasi pada data serupa yang diterbitkan pada periode yang lain.
- c. Selama lima tahun perusahaan otomotif membagikan dividen cukup rendah hal ini sesuai dengan *the residual theory dividend policy*. Kebijakan dividen yang rendah ini dilakukan mungkin karena adanya pajak atas dividen yang cukup tinggi, sehingga bagi para pemegang saham yang tergolong dalam pembayaran pajak yang tinggi akan lebih senang menahan laba dalam perusahaan. Pembayaran dividen kas bagi perusahaan hanyalah untuk memenuhi kebutuhan para pemegang saham yang menginginkan untuk memperoleh pendapatan tetap. Jadi, kita dapat menyimpulkan kebijakan dividen itu tidak mempunyai pengaruh terhadap harga saham.

Kebijakan dividen tidak mempunyai hubungan dan pengaruh terhadap perubahan harga saham perusahaan otomotif. Ini dilihat bahwa pengaruh kebijakan dividen bukan merupakan satu-satunya faktor yang mempengaruhi perubahan harga saham di Bursa Efek Jakarta, sebab masih ada faktor-faktor lain yang mempengaruhinya. Faktor-faktor tersebut mungkin kondisi makro dan mikro ekonomi. Kondisi makro tersebut antara lain pertumbuhan ekonomi, tingkat inflansi, kebijakan fiskal, kondisi sosial politik, tingkat bunga

serta kondisi sosial politik luar negeri. Kondisi makro tersebut antara lain agio saham, adanya *over* suplai sekuritas (kelebihan penawaran saham) serta peristiwa-peristiwa dipasar modal

SIMPULAN DAN SARAN

1. Simpulan

- a. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan dividen tidak mempunyai pengaruh terhadap harga saham pada perusahaan otomotif yang telah go publik di Bursa Efek Jakarta (BEJ). Hal ini dapat dilihat dari hasil regresi selama periode penelitian, pengaruh kebijakan dividen tersebut sangat kecil sekali. Pembayaran atas dividen tidak perlu dilakukan, karena tidak akan berpengaruh terhadap kemakmuran para pemegang saham dan juga tidak akan menaikkan harga saham suatu perusahaan. Dengan demikian, perusahaan harus mempunyai rencana investasi yang menguntungkan untuk dilaksanakan sepanjang tahun.
- b. Tidak terdapat hubungan antara kebijakan dividen dengan perubahan harga saham pada perusahaan otomotif yang telah go publik di Bursa Efek Jakarta (BEJ), berdasarkan hasil uji yang penulis lakukan. Dari hasil yang didapat nilai dividen sangat kecil terhadap harga saham. Hal ini menunjukkan bahwa kebijakan dividen yang dilakukan oleh pihak perusahaan yang diumumkan melalui laporan keuangan tahunan bukan merupakan informasi yang relevan bagi pemegang saham dalam membuat keputusan investasi, yakni melakukan jual beli saham yang diperdagangkan di Bursa Efek Jakarta (BEJ). Banyak faktor-faktor lain yang tidak diteliti yang lebih mempengaruhi perubahan harga saham diluar kebijakan dividen. Faktor-faktor tersebut antara lain kondisi perekonomian di Indonesia yang tidak stabil.

2. Saran

- a. Perusahaan otomotif harus mempunyai rencana investasi yang menguntungkan untuk dilaksanakan, misalnya dengan memfokuskan pada kebutuhan pembelanjaan perusahaan, misalnya kebijakan dividen tidak mempunyai pengaruh terhadap harga pasar perusahaan dan juga bagi kemakmuran para pemegang saham harus memutuskan perhatiannya pada total hasil yang didapatkan atas investasi yang ditanamkan kepada perusahaan tersebut.
- b. Para pemegang saham harus melihat bahwa kebijakan dividen, bukanlah informasi yang relevan atau bukan satu-satunya keuntungan atas sejumlah saham yang di investasikan kepada perusahaan, oleh karena itu para pemegang saham harus memusatkan perhatiannya pada total hasil yang didapatkan atas investasi yang ditanamkan kepada perusahaan tersebut.
- c. Untuk mengembangkan penelitian ini selanjutnya, penulis menyarankan agar penelitian ini diuji dengan menambah jumlah sampel yang diteliti atau memasukkan variabel bebas yang baru didalam penelitian. Model penelitian ini juga perlu diuji lebih lanjut dengan menggunakan data dari periode yang berbeda, sehingga di dapat informasi yang dapat mendukung atau memperbaiki penelitian ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Baridwan, Zaki. 1992. *Intermediate Accounting*. Edisi ke-7. Yogyakarta: BPFE.
- Brigham, Eugene, F. & Gapnski, Lois G. 1997. *Finance Management Theory and Practice*. Hadele, IL: The Dryden Press.
- Hendriksen, Glenn V., Jr; Gary, L. T.; & James, E. 1984. *An Introduction to Financial Management*. Toronto: Addison Wesley Publishing Co.
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2004. *Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta: Penerbit

Salemba.

- Kim, Suk H.; Kim, Henry S.; & Ramesh, Guithues Gang. 1985. *Finance Principle*. 2nd ed. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Neveu, Raymond P. 1989. *Fundamentals of Managerial Finance*. Cincinnati, OH: South Western Publishing Co.
- Noor, Slamet B. 1985. *Kamus Pintar Akuntansi*. Jakarta: Penerbit Dian Pratama Media.
- Rianto, Bambang. 1990. *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta: Yayasan Penerbit Gajah Mada.
- Van Horne, James C. 1998. *Financial Management Policy*. 5th ed. New Delhi: Prentice-Hall.

CREATIVE ACCOUNTING DITINJAU DARI TEORI AKUNTANSI POSITIF DAN TEORI KEAGENAN¹⁾

Yeni Alfiana²⁾

Abstrak: *This paper explores the phenomena of creative accounting practice based on positive accounting theory (PAT) perspective and based on agency theory. In context of PAT, the use of explanation and understanding of the manager behavior attempts to choose accounting procedure for private gain. Agency theory predicts this phenomenon because of the conflict between manager who have "privileged position" and other parties in firm (owner, shareholder, stakeholder, investor). Techniques and motivation done by the manager are discussed. This article also discusses that the bad creative accounting is can reduce the reliabilities of financial statement, although it does not interfere with PST, whilst the choice of accounting procedure is accepted by GAAP.*

Kata-kata Kunci: *creative accounting, positive accounting theory, agency theory.*

PENDAHULUAN

Tujuan teori akuntansi adalah untuk menjelaskan dan memperdiksi praktik akuntansi. Menjelaskan berarti menyediakan alasan-alasan bagi praktik yang dijalani, contohnya, sebuah teori akuntansi harus menjelaskan mengapa perusahaan tertentu menggunakan metode LIFO bukan metode FIFO. Memprediksi praktik akuntansi berarti teori tersebut dapat memprediksi fenomena akuntansi yang belum dilakukan.

Berkaitan dengan istilah *creative accounting* yang mulai banyak mendapat perhatian praktisi maupun akademisi saat ini, sebenarnya bukan suatu fenomena baru karena sebenarnya Watt dan Zimmerman (1986) dalam bukunya mengenai teori akuntansi positif telah membahas dan menjelaskan bahwa faktor-faktor ekonomi tertentu atau ciri-ciri unit usaha tertentu bias berkaitan dengan perilaku manajer atau

pembuat laporan keuangan. Teori akuntansi positif mempunyai peranan yang sangat penting dalam perkembangannya. Teori ini dapat memberikan pedoman kepada pembuat kebijakan akuntansi dalam memperkirakan atau menjelaskan konsekuensi dari keputusan tersebut. Kecenderungan perilaku manajer atau pembuat laporan keuangan dalam meningkatkan utilitas dijelaskan melalui tiga hipotesis teori akuntansi positif yang akan dibahas dalam makalah ini.

Organisasi bisnis merupakan tempat pertemuan berbagai macam kontrak kepentingan (*nexus of contract*), antara pemilik dan manager atau manager dan pihak lain yang berkepentingan terhadap kelangsungan perusahaan. Dalam proses akuntansi, ada dimensi politis yang terlibat di dalamnya, karena seperti yang ditekankan dalam teori keagenan bahwa angka-angka akuntansi memainkan peran penting dalam

¹⁾ *Creative Accounting Ditinjau dari Teori Akuntansi Positif dan Teori Keagenan (Yeni Alfiana)*

²⁾ *Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Taman Siswa*

menekankan konflik antara pemilik perusahaan dan pengelolanya. Manager mempunyai posisi istimewa dalam perusahaan, sehingga *creative accounting* dilakukan oleh manager dalam proses pelaporan keuangan suatu organisasi karena mereka mengharapkan manfaat dari tindakan tersebut. *Creative accounting* menjadi bahasan yang menarik karena dapat memberikan gambaran akan kecenderungan perilaku manager dalam melaporan kegiatan usahanya dan adanya motivasi mereka untuk mengatur data keuangan yang dilaporkan pada periode tertentu. Artikel ini tidak membahas perubahan prosedur akuntansi dan pengaruhnya terhadap harga pasar saham.

Kadangkala kita masih dibingungkan oleh istilah *creative accounting* dan *earning management*. Amat (2003) menjelaskan dalam artikelnya mengenai istilah ini *creative accounting* mengarah pada *income smoothing*, *earning management*, *earning smoothing*, dan *cosmetic accounting*. *Creative accounting* merupakan pernyataan yang dikembangkan oleh praktisi dan komentator aktivitas pasar modal di Eropa, di Amerika, dan dalam sebagian besar literatur lebih menyukai pemakaian istilah *earning management*, sedangkan di Eropa menyebut istilah ini sebagai *creative accounting*. Menurut Schiper (1989) istilah tersebut dapat disamakan dengan *disclosure management* (managemen pengungkapan) dalam kaitannya intervensi dalam proses pelaporan keuangan. Dalam artikel ini digunakan istilah *creative accounting* dikaitkan dengan transformasi akun-akun keuangan dengan menggunakan pemilihan kebijakan akuntansi. Berikut berbagai macam defenisi *creative accounting*: “*is the deliberate dampening of fluctuatuons about*” some level of earnings considered to be normal for the firm” (Barnea et al. 1976). “*Involves the repetitive selection of accounting measurement or reporting rules in a particular pattern, the effect of which is to report a stream of income*

with a smaller variation from trend than would otherwise have appeared” (Copeland, 1968). “*The process of manipulating accounting figure by taking advantage of loopholes in accounting rules and the choice of measurement and disclosure practices in them to transform financial statement from what they should be, to prepares would prefer to see reported and the process by which transaction are structured so as to produce the required accounting results rather than reporting transaction in neutral and consistent way*” (Scott, 1999).

Dari tiga definisi di atas, definisi yang ketiga nampaknya memiliki arti yang lebih mendalam dibandingkan dengan dua definisi sebelumnya. Definisi pertama terlalu singkat dan tidak mencakup aktivitas keseluruhan *creative accounting*, definisi kedua terlalu luas dan tidak secara langsung menunjukkan kepentingan adanya *creative accounting*. Definisi ketiga mengkaitkan suatu kegiatan pemilihan prosedur pengungkapan dan pengukuran akuntansi agar hasil laporan keuangan sesuai dengan keinginan dan bukan karena pelaporan transaksi dengan cara yang netral dan konsisten.

Ada beberapa pandangan dari beberapa penulis mengenai teknik yang menyebabkan adanya *creative accounting*. Berdasar Amat et al. (2003) menyatakan potensi yang menyebabkan adanya *creative accounting* adalah: a) *Regulator flexibility*. Peraturan akuntansi seringkali mengijinkan untuk memilih sebuah kebijakan, contohnya dalam penilaian aktiva, *International Accounting Standard* mengijinkan pilihan antara *carrying* aktiva tidak lancar dengan mengevaluasi kembali jumlahnya atau mendeprisasi aktiva tersebut dengan kos historis. b) Kekurangan peraturan. Ada beberapa hal yang tidak dapat sepenuhnya diatur dalam standar, contohnya, sangat sedikit persyaratan mandatory dalam akuntansi untuk opsi salam. c) Manajemen telah

memperimbangkan lingkup untuk mengestimasi kebebasan pemilihan kebijakan, contohnya dalam menetapkan elemen-elemen *discretionary dan non discretionary* dalam *provisi bad debt*. d) Transaksi yang sesungguhnya dapat juga diatur untuk memberi kesan sesuai yang diinginkan dalam akun-akun. Contoh, asumsikan perusahaan mempunyai sebuah investasi pada kos historis yang dapat dengan mudah dijual dengan harga yang lebih tinggi, dengan menggunakan nilai saat ini. Manager perusahaan bebas dalam memilih menentukan tahun penjualan sehingga meningkatkan keuntungan dalam akun. e) Transaksi yang dibuat-buat dapat dimasukkan untuk memanipulasi jumlah neraca dan untuk memindahkan keuntungan antar periode akuntansi. Hal ini dapat dicapai dengan memasukkan dua atau lebih transaksi yang berhubungan dengan bantuan pihak ketiga (biasanya bank). f) Reklasifikasi dan penyajian angka-angka keuangan secara relatif kurang diselidiki dalam literatur. Studi yang dilakukan oleh Gramlich *et al.* (2001) menemukan bahwa perusahaan mungkin akan menggunakan manipulasi dalam neraca untuk mereklasifikasi kewajiban dengan tujuan untuk meratakan likuiditas dan *ratio leverage* yang dilaporkan.

Dari berbagai tehnik di atas, jelaslah bahwa *creative accounting* dapat dilakukan karena manajer mengetahui celah dalam aturan akuntansi yang dapat mereka manfaatkan untuk meningkatkan keuntungan pribadi (atau dapat juga keuntungan perusahaan) tanpa melanggar kebijakan tersebut. Hal ini dimungkinkan karena manajer berperan langsung dalam mengendalikan aktivitas perusahaan dan karena adanya kontrak yang telah mereka buat dengan pemilik.

Menarik untuk dipertanyakan adalah motivasi apa yang melandasi manajer untuk melakukan *creative accounting*, berbagai studi yang meneliti mengenai motivasi manajemen yang mengarah pada perilaku *creative accounting*. Hepworth (1953) mengidentifikasi beberapa

motivasi meliputi, adanya pajak berdasar *income*, kepercayaan *shareholder* bahwa manajemen mampu melaporkan *earning* yang stabil dan ekspektasi psikologis yang berhubungan dengan peningkatan atau penurunan dalam mengantisipasi *income*. Herman dan Inoue (1996) menyatakan bahwa dalam suatu negara yang menggunakan sistem akuntansi konservatisme cukup tinggi, pengaruh *income smoothing* akan sangat terasa karena tingginya tingkat peraturan yang terakumulasi. Bias lain yang kadang muncul disebut "*big bath*", perusahaan akan menampakkan kerugian untuk memaksimalkan kerugian yang dilaporkan dalam tahun tersebut sehingga di tahun depan akan kelihatan lebih baik. Menurut Healy dan Wahlen (1999), motivasi *creative accounting* terjadi ketika transaksi pasar modal signifikan telah diantisipasi dan ketika ada gap antara kinerja perusahaan sesungguhnya dan ekspektasi analis.

PEMBAHASAN

1. *Creative Accounting* dalam Perspektif Teori Keagenan

Menurut teori keagenan perusahaan merupakan "*legal fiction*" yang berfokus untuk menjalankan proses kompleks yang di dalamnya terdapat konflik kepentingan individual yang akhirnya membawa pada keseimbangan dalam kerangka hubungan kontraktual. Dalam kerangka teori keagenan, sangat logis dan tidak dapat dielakkan bahwa perilaku manajemen akan lebih mementingkan dirinya (*self-serving*).

Oleh karenanya, teori keagenan menyediakan suatu kerangka yang solid untuk memahami perilaku *creative accounting* yang dilakukan oleh manajemen. Namun, kerangka ini tidak dilengkapi oleh basis teori untuk menjelaskan atau memprediksi perilaku manajemen, menurut Amat (2003) dimensi etis mengenai perilaku manusia akan memberikan sebuah elemen penting yang hilang dari hubungan keagenan adversarial dan

legalistik.

Perspektif informasional merupakan elemen kunci yang dapat menyokong studi mengenai *creative accounting* (Schipper, 1989). Konflik yang ada dikarenakan adanya asimetri informasi dalam struktur perusahaan yang kompleks antara keistimewaan yang dimiliki manajemen dan stakeholder. Manajer akan memilih untuk mengeksploitasi posisi istimewa mereka untuk kepentingan pribadi, dengan mengelola pengungkapan laporan keuangan sesuai dengan kepentingan mereka. Perspektif informasi mengasumsikan bahwa pengungkapan akuntansi mempunyai kandungan informasi (*information content*) yang memiliki nilai bagi stakeholder karena memberikan signal yang bermanfaat. Sangat sulit atau bahkan tidak mungkin seorang stakeholder untuk melihat fakta dan efek adanya manipulasi akuntansi.

Laporan keuangan dipersiapkan oleh manajemen sebagai pertanggungjawaban mereka kepada *principal*, karena manajemen terlibat langsung dalam kegiatan usaha perusahaan maka manajemen memiliki asimetri informasi dengan melaporkan segala sesuatu yang memaksimumkan utilitasnya. *Creative accounting* sangat mungkin dilakukan oleh manajemen, karena dengan asimetri informasi yang dimilikinya akan lebih leluasa untuk memilih alternatif metode akuntansi. Manajemen akan memilih metode akuntansi tertentu jika terdapat insentif dan motivasi untuk melakukannya. Cara yang paling sering dilakukan adalah dengan merekayasa laba (*earning management*), karena laba seringkali menjadi fokus perhatian para pihak eksternal yang berkepentingan.

2. Creative Accounting dalam Perspektif Teori Akuntansi Positif

Pada awal abad ke-20, teori akuntansi lebih fokus pada masalah kebijakan akuntansi, sehingga teori akuntansi menjadi lebih normatif

(fokus pada apa yang seharusnya dilakukan). Sangat sedikit saat itu yang memberi perhatian pada validitas empiris dari hipotesis yang berkaitan dengan teori normatif. Teori akuntansi positif (TAP) berkembang karena adanya konflik antara hipotesis pasar efisien dan hipotesis yang ada dalam literatur akuntansi sekitar tahun 1960-an. Para peneliti akuntansi telah mengadopsi teori '*property rights*'. Teori ini menyatakan bahwa perusahaan merupakan tempat pertemuan berbagai kontrak kepentingan (*nexus of contract*) antara berbagai individu. Perusahaan akan berusaha untuk meminimalkan berbagai *contracting cost*, seperti kos negosiasi, kos monitoring kerja, kos perkiraan kebangkrutan, dan lain-lain. Sebagian besar dari kontrak-kontrak ini terdiri atas variabel-variabel akuntansi, contohnya promosi pegawai dan pemberian upah dapat berdasar ukuran kinerja akuntansi seperti *net income*.

Menurut TAP, kebijakan akuntansi perusahaan akan dipilih sebagai bagian dari permasalahan meminimalkan kos kontrak. Mian dan Smith (1990) memprediksi akan lebih efisien untuk memonitor kinerja manajer dengan menggunakan laporan keuangan konsolidasian, sehingga tidak terlalu mahal untuk menyiapkan laporan konsolidasi untuk pelaporan eksternal. Namun, yang menjadi catatan adalah TAP tidak terlalu menganjurkan perusahaan dan (*standard setter*) secara khusus menentukan kebijakan akuntansi yang akan digunakan karena terlalu mahal. Hal ini memberikan fleksibilitas kepada manajer untuk memilih kebijakan akuntansi, sehingga mereka dapat menentukan kebijakan sesuai dengan keadaan.

Fleksibilitas untuk memilih bentuk kebijakan akuntansi, akan membuka kemungkinan *opportunistic behavior*. Dalam TAP terdapat dua asumsi mengenai perilaku manager yaitu *opportunistic behavior*, yaitu manajer dalam memilih kebijakan akuntansi dilakukan untuk kepentingan sendiri, dan *efficient*

contracting behavior, perilaku manajer dalam memilih kebijakan akuntansi untuk mencapai tujuan perusahaan. Prediksi perilaku manajer secara garis besar diorganisir dalam tiga hipotesis yang dirumuskan oleh Watts dan Zimmerman (1989) yaitu:

a. Bonus Plan Hypothesis

Apabila kompensasi berdasarkan *earning* digunakan sebagai *reward* terhadap manajer, seharusnya ada pembatasan metode yang digunakan oleh manajer dalam menghitung *earning*, batasan tersebut dapat berupa monitoring oleh pemilik atau dilakukan audit, sehingga batasan tersebut seharusnya menghasilkan angka *earning* yang merefleksikan pengaruh tindakan manajer pada nilai perusahaan. Namun dalam kenyataannya, tidak mungkin prosedur akuntansi yang dipilih oleh manajer sepenuhnya dibatasi karena manajer mungkin lebih mengetahui prosedur akuntansi yang terbaik yang dapat mengoptimalkan kompensasi mereka.

Beberapa penelitian empiris telah menginvestigasi bahwa prosedur akuntansi yang dipilih manajer merupakan pengaruh dari *bonus plan* bukan karena *performance plan*. Parameter-parameter dari *bonus plan* disetting sesuai dengan bonus yang diberikan dalam beberapa tahun dan jika bonus diberikan maka jumlah maksimum adalah sesuai dengan fungsi linear positif dari *earning* yang dilaporkan. Ini menghasilkan asumsi bahwa kompensasi manajer berdasar bonus plan meningkat seiring dengan peningkatan *earning* dan juga menghasilkan hipotesis bonus plan yang telah diuji dalam beberapa penelitian.

Hipotesis bonus plan dalam TAP juga menyatakan bahwa manajer seringkali berperilaku seiring dengan bonus yang akan diberikan. Jika bonus yang diberikan tergantung pada *earning* yang akan dihasilkan, maka manajer melakukan *creative accounting* dengan menaikkan laba atau mengurangi laba yang akan dilaporkan. Pemilik biasanya menetapkan batas bawah yang paling

minim agar mendapat bonus, maka manajer akan menaikkan labanya hingga ke atas batas minimal tadi. Tetapi jika pemilik menetapkan batas atas untuk mendapatkan bonus, maka manajer akan berusaha mengurangi laba sampai batas atas yang ditetapkan dan mentransfer laba saat ini ke periode yang akan datang. Hal ini dilakukan karena jika laba melewati batas atas tersebut manajer sudah tidak mendapatkan insentif tambahan atas upayanya memperoleh laba di atas batas yang ditetapkan oleh pemilik perusahaan.

Dalam TAP dinyatakan kecenderungan perilaku manajer untuk menghindari risiko (Scott, 2000) sehingga manajer akan memilih *discretionary accrual* untuk (1) menurunkan *earning* ketika *earning* sebelum keputusan akrual lebih kecil dari batas bawah atau melebihi batas atas, (2) menaikkan *earning* ketika *earning* sebelum keputusan akrual melebihi batas bawah tetapi tidak melebihi batas atas. Implikasi dari hal ini adalah manajer akan berperilaku oportunistik dalam menghadapi *intertemporal choice*. Apabila ada tekanan keuangan atau perusahaan mengalami kerugian, manajer akan meningkatkan rugi dengan memasukkan seluruh kemungkinan kerugian masa depan yang dapat di *write off* (melakukan *big bath*) oleh manajer, sehingga *earning* periode yang akan datang akan lebih tinggi. Implikasi *creative accounting* lebih jauh yaitu manajer tidak hanya mengadopsi serangkaian prosedur yang meningkatkan *present value* dari *earning* yang dilaporkan namun juga, manajer akan mencoba untuk menyesuaikan prosedur-prosedur tersebut dari tahun ke tahun.

Berdasarkan hipotesis bonus plan di atas, dapat dianalisis bahwa *earning* menjadi hal utama dalam kaitannya dengan bonus untuk manajer. *Earning* menjadi penting bagi banyak pihak karena baik teori maupun bukti-bukti empiris menunjukkan bahwa *earning* atau laba telah dijadikan sebagai suatu target dalam proses penilaian perestasi usaha

suatu departemen secara khusus (manajer) atau perusahaan (organisasi) secara umum. Di samping itu laba atau tingkat keuntungan juga merupakan alat untuk mengurangi biaya keagenan (*agency cost*), dari pandangan teori keagenan, dan juga biaya kontrak, dari sisi teori kontrak (*contracting theory*). Misalnya, pada saat keuntungan dijadikan sebagai patokan dalam pemberian bonus, hal ini akan memberikankan dorongan kepada manajer untuk mengelola data keuangan agar dapat menerima bonus seperti yang diinginkannya.

Selain itu, *earning* menjadi penting karena keuntungan atau perolehan secara akuntansi (*accounting income*) untuk pembuatan keputusan oleh banyak pihak, misalnya investor, kreditor, manajer, pemilik atau pemegang saham dan pemerintah. Melihat kenyataan tersebut, tidak mengherankan bila manajer mengelola data keuangan untuk kepentingan-kepentingan tertentu. Bukti empiris juga menunjukkan bahwa keuntungan secara akuntansi adalah informasi yang relevan atas aliran kas perusahaan saat ini dan masa yang akan datang yang pada akhirnya dikaitkan dengan nilai perusahaan. Teori keagenan juga menekankan bahwa angka-angka akuntansi memainkan peranan penting dalam menekan konflik antara pemilik perusahaan dan pengelolanya (manajer), dari sini jelas bahwa mengapa manajer memiliki motivasi untuk mengelola data keuangan pada umumnya dan *earning* pada khususnya. Semuanya tidak terlepas dari apa yang disebut usaha-usaha untuk mendapatkan keuntungan atau manfaat pribadi.

b. Debt Covenant Hypothesis

Penelitian dalam bidang akuntansi positif juga menjelaskan praktik akuntansi tentang bagaimana manajer menyikapi perjanjian utang. Manajer dalam menyikapi adanya pelanggaran atas perjanjian utang yang telah jatuh tempo, akan berupaya memilih prosedur akuntansi yang mengurangi probabilitas pelanggaran, manajer akan

memilih prosedur yang akan meningkatkan aktiva, mengurangi kewajiban, meningkatkan pendapatan dan mengurangi beban. Jika pelanggaran tersebut terlanjur terjadi dengan menggunakan satu metode akuntansi, maka manajer akan cenderung mengganti prosedur untuk menghindari pelanggaran. Perusahaan yang mempunyai kontrak utang akan lebih memilih prosedur akuntansi yang dapat meningkatkan *earning* dan aktiva, membatasi perjanjian atas rasio bunga pada *earning*. Perusahaan akan cenderung menggunakan metode depresiasi garis lurus, karena diasumsikan metode ini dapat meningkatkan *earning*.

Kontrak utang jangka panjang (*debt covenant*) merupakan perjanjian untuk melindungi pemberi pinjaman dari tindakan-tindakan manajer terhadap kepentingan kredit, seperti pembagian dividen yang berlebihan, atau membiarkan ekuitas berada di bawah tingkat yang telah ditentukan. Semakin cenderung perusahaan untuk melanggar perjanjian utang maka manajer akan cenderung memilih prosedur akuntansi yang dapat mentransfer laba periode mendatang ke periode berjalan karena hal tersebut dapat mengurangi risiko kegagalan. Alasannya adalah peningkatan *net income* yang dilaporkan akan mengurangi kemungkinan kegagalan teknis. Sebagian besar perjanjian utang berisi peminjam harus memenuhi jangka waktu perjanjian. Contohnya, perusahaan peminjam utang jangka panjang akan memperbaiki tingkat utang tertentu terhadap ekuitas, modal kerja dan ekuitas shareholder. Jika terjadi pelanggaran maka akan dikenakan finalti.

c. Political Cost Hypothesis

Hipotesis kos politik memperkenalkan dimensi politis dalam pilihan kebijakan akuntansi. Contohnya, kos politik dapat ditentukan oleh tingginya laba perusahaan. Hal ini akan menarik perhatian media dan konsumen, perhatian tersebut

akan dengan cepat dijadikan '*political heat*' pada perusahaan dan para politisi akan merespon dengan mengeluarkan pajak-pajak baru atau peraturan lainnya. Dalam Scott (1997) diberikan contoh pada perusahaan minyak dan gas. Pada saat harga minyak dinaikkan karena terbatasnya suplai minyak mentah, timbullah kemarahan masyarakat, sehingga pemerintah mengeluarkan pajak khusus pada perusahaan minyak untuk menarik kelebihan laba. Hal ini membawa dampak kepada perusahaan, sehingga manajer akan mengganti metode ke LIFO untuk mengurangi kemungkinan hal ini terjadi lagi.

Teori ekonomi mengenai proses politik mengadopsi pandangan *self-interest* yang mengasumsikan politisi akan memaksimalkan utilitas mereka. Proses politik dalam ekonomi adalah sebuah kompetisi untuk mentransfer kekayaan, pajak, dan peraturan lainnya demi kepentingan individual. Pihak yang berkepentingan akan berusaha melobi suatu kebijakan yang kira-kira akan merugikan kepentingan mereka. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi berhasilnya proses politik yang dilakukan, yaitu a) biaya informasi, b) heterogenitas kepentingan, dan c) biaya organisasi.

Jika angka akuntansi (misalnya laba/*earn-ing*) dijadikan dasar dalam peraturan pemerintah (berkaitan dengan pajak penghasilan), Watts dan Zimmerman (1986) menyatakan beberapa hal yang mendorong manajer untuk memilih prosedur akuntansi yang disebabkan oleh proses politik, sebagai berikut.

1. *Asymmetric Loss Function*. Para ahli ekonomi berpendapat bahwa dorongan untuk memproduksi informasi dalam proses politik dan *cost* dari informasi tersebut mempengaruhi bias peraturan yang dikeluarkan oleh birokrat. *Asymmetric loss function* merupakan hasil dari bermacam-macam *cost* informasi dan tindakan pemerintah yang menyebabkan rugi akuntansi yang dibebankan kepada individu.

2. *Pengaruh Krisis Potensial*. Angka akuntansi dapat digunakan oleh politisi untuk menyelesaikan "krisis." Oleh karena itu, laporan laba rugi mendapat perhatian yang besar dari politisi dan oleh sebab itu juga manajer terdorong untuk mengadopsi prosedur akuntansi yang dapat mengurangi laba yang dilaporkan.

3. *Pajak*. Karena metode sediaan mempengaruhi pajak penghasilan, manajer akan mempertimbangkan efek pajak tersebut ketika memilih metode sediaan. Hal ini menjelaskan mengapa pada saat inflasi beberapa perusahaan tidak memakai metode LIFO. Metode ini dapat meningkatkan variabilitas (dan kovariabilitas) aliran kas perusahaan.

4. *Variances Effect of Procedures*. Proses ini merupakan proses politis yang menciptakan dorongan untuk mengurangi perbedaan laba perusahaan yang dilaporkan. Perbedaan tersebut penting karena adanya sanksi politis dan peraturan, yang merupakan tekanan bagi perusahaan yang mempunyai laba yang tinggi dalam suatu periode dan mengakuinya pada periode lain yang labanya lebih rendah. Asimetri ini konsisten dengan *cost* informasi. Media kadang menghitung persentase peningkatan laba dengan periode yang sama tahun sebelumnya sehingga manajer perusahaan akan mengurangi perbedaan laba yang dilaporkan.

Dikemukakan oleh Watts dan Zimmerman (1986), bahwa pengaruh dari proses politik terhadap pemilihan prosedur akuntansi. Perusahaan besar lebih sensitif secara politik dan relatif mentransfer kekayaan lebih besar yang dibebankan kepada perusahaan (biaya politik) dibanding perusahaan kecil. Perusahaan besar melakukannya sebagai upaya untuk mengurangi biaya keagenan. Perusahaan besar juga menghadapi biaya politik lebih besar karena merupakan entitas yang banyak disorot oleh publik secara umum.

Hasil studi empiris Watts dan Zimmerman

(1986) juga menyatakan perusahaan besar akan dibebankan pajak yang lebih besar oleh pemerintah berdasarkan laba yang diperoleh perusahaan. Efek lain dari laporan laba tersebut adalah kemungkinan tuntutan kenaikan gaji dari karyawan apabila diketahui laba perusahaan meningkat. Sehingga pilihan yang dilakukan oleh perusahaan yaitu dengan cara melalui proses akuntansi agar laba dapat ditampilkan lebih rendah (*income minimization*). Namun jika diteliti lebih jauh, perusahaan kemungkinan besar membayar pajak lebih tinggi, tetapi perusahaan besar juga menerima keuntungan politik yang lebih besar misalnya, kontrak yang menguntungkan dari pemerintah, pembatasan impor, dan lain-lain.

3. Diskusi dan Rekomendasi

Banyak penelitian berusaha mengungkap fenomena *creative accounting*, karena hal ini dianggap mewakili “*real-world*” nya dunia akuntansi dan bisnis. TAP memberi kontribusi dalam menjelaskan mengapa manajer cenderung memilih suatu prosedur akuntansi tertentu. Dalam TAP dinyatakan bahwa kecenderungan *creative accounting* karena adanya kos kontraktual yang terdiri dari kos transaksi, kos agensi (biaya monitoring), kos informasi, dan lain-lain. Ini menolak adanya asumsi bahwa kos kontraktual pada pemilihan prosedur akuntansi tergantung pada besarnya kos kontraktual, namun kontrak-kontrak yang menggunakan angka akuntansi tersebut tidak akan efektif dalam menengahi masalah antara manajer dan pihak-pihak yang berkepentingan. Jika manajer mempunyai “*discretion*” keluasan dalam melaporkan angka akuntansi, karena manajer mengetahui metode akuntansi mana yang paling baik untuk memenuhi motivasinya.

Dari definisi yang telah dikemukakan oleh beberapa penulis, dapat penulis simpulkan bahwa definisi *creative accounting* lebih luas daripada

management earning. *Creative accounting* merupakan suatu perbuatan yang disengaja (biasanya dilakukan oleh manajer atau pembuat laporan keuangan) dengan merubah akun-akun keuangan melalui penggunaan pilihan-pilihan pengukuran, estimasi dan pengungkapan serta praktik lainnya yang diperbolehkan oleh peraturan-peraturan kebijakan akuntansi dengan kata lain *creative accounting* lebih dekat pada interpretasi terhadap suatu standar oleh manajer atau lebih ekstrimnya merupakan manipulasi akun-akun keuangan sedemikian rupa dan tidak bertentangan dengan GAAP, yang juga pada akhirnya berusaha menampilkan *earning* perusahaan sesuai dengan yang dikehendaki, sedangkan *earning management* juga berupa pemilihan metode akuntansi oleh manajer namun lebih difokuskan pada pemilihan kebijakan yang berkaitan dengan bagaimana mengelola laba untuk keperluan pribadi manajer maupun untuk perusahaan.

Berdasarkan tiga hipotesis TAP dapat analisis bahwa terdapat tiga faktor yang dapat dikaitkan dengan munculnya *creative accounting*, yaitu adanya manajemen akrual (*accrual management*) penerapan suatu kebijakan akuntansi yang wajib (*adoption mandatory accounting changes*), dan perubahan akuntansi secara sukarela (*voluntary accounting changes*). Faktor pertama, manajemen biasanya dikaitkan dengan segala aktivitas dan juga keuntungan yang secara pribadi merupakan wewenang dari para manajer (*manager discretion*), contohnya adalah dengan mempercepat atau menanggguhkan pengakuan pendapatan, menganggap sebagai kos atau menganggap sebagai suatu tambahan investasi atas suatu biaya (misalnya biaya pemeliharaan aktiva tidak lancar, kerugian atau keuntungan atas penjualan aktiva), dan perkiraan-perkiraan akuntansi lainnya seperti beban piutang ragu-ragu dan perubahan metode akuntansi.

Faktor kedua yang dilakukan adalah berkaitan dengan keputusan manajer untuk menerapkan suatu kebijakan akuntansi yang wajib diterapkan oleh perusahaan, yaitu antara menerapkannya lebih awal dari waktu yang diterapkan atau menundanya sampai saat berlakunya kebijakan tersebut. Di banyak negara, biasanya untuk suatu kebijakan akuntansi baru wajib (*mandatory accounting policy*), badan pembuat standar akuntansi yang ada memberikan kesempatan kepada perusahaan untuk dapat menerapkannya lebih awal dari waktu berlakunya. Para manajer akan memilih menerapkan kebijakan akuntansi yang baru yang dapat mempengaruhi baik aliran kas maupun keuntungan perusahaan.

Faktor yang ketiga yaitu perubahan akuntansi secara sukarela, biasanya berkaitan dengan upaya manajer untuk mengganti atau merubah suatu metode akuntansi tertentu di antara sekian banyak metode yang dapat dipilih yang tersedia dan diakui oleh GAAP. Contohnya, dengan merubah metode penilaian persediaan dari FIFO ke LIFO atau sebaliknya, dan atau pengakuan atas biaya produksi yaitu antara menggunakan metode *full costing (absorption cost)* atau *direct costing (variable cost)*. Walaupun manajer tidak dapat melakukan perubahan metode akuntansi berkali-kali, mereka dapat melakukan dengan bentuk-bentuk perubahan akuntansi lain yang berbeda baik secara individu maupun bersama-sama untuk beberapa periode.

Sebagian besar orang mungkin menilai bahwa *creative accounting* merupakan hal yang "buruk", karena hal ini mengurangi reliabilitas informasi laporan keuangan. Hal ini menimbulkan pertanyaan mengapa *creative accounting* terus berlangsung dan juga mengapa badan pembuat standar, pemilik perusahaan, dan investor tidak dapat menyelesaikan kekusutan *creative accounting*. Hal ini dimungkinkan karena manajer

mempunyai "*inside information*" dan sangat mahal bagi pihak lain untuk menemukan *inside information* ini. Contohnya, jumlah *discretionary accruals* sangat sulit untuk diketahui bahkan oleh dewan pimpinan perusahaan, dan juga tehnik-tehnik *creative accounting* yang telah dibahas juga sangat sulit bagi pihak luar untuk menginterpretasikannya.

Ada beberapa cara yang dapat dilakukan oleh pimpinan perusahaan dalam mengatasi *creative accounting*, misalnya pimpinan perusahaan untuk dapat mengurangi meluasnya manipulasi akrual dengan menyewa auditor untuk memberikan laporan yang lengkap. Cara lain yang dapat dilakukan adalah dengan mengevaluasi untung dan rugi yang masuk akal atau merestrukturisasi kedudukan manajer secara berkala, artinya seseorang jangan terlalu lama diletakkan dalam posisi yang sama karena kemungkinan melakukan kecurangan akan terus terjadi. Berdasarkan teknik yang memungkinkan munculnya *creative accounting* penulis menyarankan beberapa alternatif pemecahan masalah agar dalam pembuatan atau revisi standar selanjutnya, badan pembuat standar dapat meminimalkan adanya *creative accounting*, sebagai berikut.

- a. Lingkup dalam memilih metode akuntansi dapat dikurangi dengan mengurangi jumlah metode akuntansi yang diperbolehkan atau dengan menspesifikan keadaan dalam tiap metode yang seharusnya digunakan.
- b. Peningkatan persyaratan konsistensi penggunaan metode akuntansi.
- c. Penyalahgunaan judgement (penilaian) laporan keuangan dapat ditangkal dengan membuat konsep aturan yang meminimalkan penggunaan judgement yang akhirnya juga dikaitkan dengan konsistensi.
- d. Transaksi yang dibuat-buat dapat ditangani dengan menggunakan konsep "*substance over form*" dengan cara mengutamakan substansi

ekonomi daripada bentuk legal dari transaksi yang menentukan substansi akuntansi.

- e. Badan pembuat standar sedapat mungkin mengurangi fleksibilitas dalam pemilihan metode akuntansi karena dapat mengganggu komparabilitas, dan sebaiknya menetapkan *finite uniformity*, karena dengan *rigid uniformity* belum tentu dapat meningkatkan komparabilitas.

SIMPULAN

Creative accounting mempunyai banyak konsekuensi. Dalam perspektif ekonomi *creative accounting* dipengaruhi oleh kerangka ekonomi yang bertujuan untuk *self-interest*. Dari segi etika *creative accounting* dianggap tidak etis, bahkan merupakan bentuk dari manipulasi informasi sehingga menyesatkan para pemakainya. Namun, dalam pandangan teori akuntansi positif sepanjang *creative accounting* tidak bertentangan dengan prinsip akuntansi berterima umum, maka hal ini tidak dipermasalahkan. Dalam pandangan teori keagenan perilaku yang tidak semestinya oleh manajer terjadi akibat adanya posisi istimewa mereka dalam kegiatan perusahaan, sehingga mereka memiliki asimetri informasi dalam penyajian laporan keuangan yang tidak terlepas dari pertimbangan ekonomi bagi kepentingan mereka.

Creative accounting dapat dikatakan sebagai praktik akuntansi yang buruk, karena cenderung mereduksi reliabilitas informasi keuangan dan juga bertentangan konsep *true and fair* dalam pelaporan keuangan. Karena manajer memiliki asimetri informasi yang sulit diketahui oleh pihak di luar perusahaan, maka pemaksimalan keuntungan dengan *creative accounting* akan selalu ada; akibatnya laporan keuangan dianggap masih memiliki keterbatasan sehingga belum memadai untuk digunakan dalam proses pengambilan keputusan.

DAFTAR RUJUKAN

- Amat, O.; Gowthorpe, C; & Perramon, J. 2003. Earning Management in Spain: an Assessment of the Effect on Reported Earning of Larger Listed Companies 1999-2001. *Economic Working Paper Series*. Universitas Pompeu Fabra.
- Barne, A; Ronen, J; & Sadan, S. 1976. Classificatory Smoothing of Income with Extraordinary Items. *The Accounting Review*, 1:110-122.
- Copeland, R.M. 1968. Income Smoothing. *Journal of Accounting Research*, 16:101-116.
- Healy, P. M. & Wahlen, J. M. 1999. A Review of Creative Accounting Literature and Its Implication for Standard Setting. *Accounting Horizons*, 13(4): 365-383.
- Hepworth, S.R. 1953. Smoothing Periodic Income. *The Accounting Review*, www.google.com, Diakses tanggal 28 November 2006.
- Mian, S. L. & Smith, C. W. 1990. Incentives for Unconsolidated Financial Reporting. *Journal of Accounting and Economics*, January:141-171.
- Scott, W. R. 2000. *Financial Accounting Theory*. 2nd ed. Scarborough: Prentice-Hall, Inc.
- Watts, R. L. & Zimmerman, J. L. 1986. *Positive Accounting Theory*. New York, NY. McGraw-Hill.
- Watts, R. L. & Zimmerman, J. L. 1990. Positive Accounting Theory: A Ten Year Perspective. *The Accounting Review*, 60(1): 131-156.
- Wolk, H. I; Tearney, M. G; & Dodd, J. L. 2001. *Accounting Theory: A Conceptual and Institutional Approach*. 5th ed. Cincinnati, OH: South Western College Publishing.

PENGARUH MOTIVASI BERPRESTASI DAN DAYA KREATIVITAS TERHADAP KETAHANAN USAHA PADA INDUSTRI KERAMIK¹⁾

Umi Narimawati²⁾

Abstract: *This research focuses on how achievement motivation and creativity can influence business survival in facing crisis and globalization among “keramik” entrepreneurs in Plered industrial center, Purwakarta. The methods used are descriptive and explanatory survey. Using simple random sampling 90 respondents of “keramik entrepreneurs” were included in the survey to find out the influence of achievement motivation and creativity potential to business survival. The data were analyzed by using multiple regression and path analysis statistical test. The result shows that achievement motivation and creativity potential both simultaneously and partially have a significant influence on the business survival.*

Key Words: *achievement motivation, creativity, crisis, globalization*

PENDAHULUAN

Peranan usaha kecil di Indonesia diakui sangat penting di dalam perekonomian nasional, utamanya dalam aspek-aspek, seperti peningkatan kesempatan kerja, pemerataan pendapatan, pembangunan ekonomi pedesaan dan peningkatan ekspor non migas. Harus diakui muncul dan berkembangnya suatu usaha ekonomi tidak hanya disebabkan oleh adanya suatu kebijakan atau program pembinaan oleh pemerintah. Penentu utama muncul atau berkembangnya suatu kegiatan usaha ekonomi berhubungan dengan faktor-faktor ekonomi, sosial, budaya dan sejarah yang kemudian memberi pengaruh pada kinerja usaha.

Dalam krisis ekonomi yang melanda bangsa kita, posisi usaha kecil dengan jenis barang seperti kerajinan memiliki pasar yang secara alamiah terproteksi dari persaingan industri menengah dan besar atau import. Jenis kerajinan yang dimaksud seperti boneka, rotan, kulit, bambu, hiasan,

keramik, dan sebagainya. Secara teori produk-produk ini memang dapat juga dibuat dengan mesin besar. Namun demikian, selain biaya, harga jual juga akan lebih mahal dari pada buatan tangan, karena proses produksi jenis barang tersebut tidak mengandung skala ekonomis. Selain itu nilai kultural yang terkandung di dalamnya, jika dibuat dengan mesin, dengan sendirinya akan berkurang. Banyak orang, utamanya turis asing, membeli barang ukiran semata-mata karena alasan-alasan nilai kultural barang itu sebagai cerminan suatu bangsa atau daerah. Sesungguhnya usaha kecil mempunyai kesempatan besar untuk survive dan bahkan berkembang hanya jika usaha kecil tersebut membuat jenis-jenis produk dengan proses produksi yang tidak mempunyai *economics of scale*. Proses produksi ini selain mengandung teknologi sederhana tetap memerlukan keahlian tertentu (yang hanya dapat dimiliki dari luar sektor

¹⁾ *Pengaruh Motivasi Berprestasi dan Daya Kreativitas terhadap Ketahanan Usaha pada Industri Keramik (Umi Narimawati)*

²⁾ *Dosen PNS DPK Fakultas Ekonomi UNIKOM Bandung*

PENGARUH MOTIVASI BERPRESTASI DAN DAYA KREATIVITAS TERHADAP KETAHANAN USAHA PADA INDUSTRI KERAMIK¹⁾

Umi Narimawati²⁾

Abstract: *This research focuses on how achievement motivation and creativity can influence business survival in facing crisis and globalization among “keramik” entrepreneurs in Plered industrial center, Purwakarta. The methods used are descriptive and explanatory survey. Using simple random sampling 90 respondents of “keramik entrepreneurs” were included in the survey to find out the influence of achievement motivation and creativity potential to business survival. The data were analyzed by using multiple regression and path analysis statistical test. The result shows that achievement motivation and creativity potential both simultaneously and partially have a significant influence on the business survival.*

Key Words: *achievement motivation, creativity, crisis, globalization*

PENDAHULUAN

Peranan usaha kecil di Indonesia diakui sangat penting di dalam perekonomian nasional, utamanya dalam aspek-aspek, seperti peningkatan kesempatan kerja, pemerataan pendapatan, pembangunan ekonomi pedesaan dan peningkatan ekspor non migas. Harus diakui muncul dan berkembangnya suatu usaha ekonomi tidak hanya disebabkan oleh adanya suatu kebijakan atau program pembinaan oleh pemerintah. Penentu utama muncul atau berkembangnya suatu kegiatan usaha ekonomi berhubungan dengan faktor-faktor ekonomi, sosial, budaya dan sejarah yang kemudian memberi pengaruh pada kinerja usaha.

Dalam krisis ekonomi yang melanda bangsa kita, posisi usaha kecil dengan jenis barang seperti kerajinan memiliki pasar yang secara alamiah terproteksi dari persaingan industri menengah dan besar atau import. Jenis kerajinan yang dimaksud seperti boneka, rotan, kulit, bambu, hiasan,

keramik, dan sebagainya. Secara teori produk-produk ini memang dapat juga dibuat dengan mesin besar. Namun demikian, selain biaya, harga jual juga akan lebih mahal dari pada buatan tangan, karena proses produksi jenis barang tersebut tidak mengandung skala ekonomis. Selain itu nilai kultural yang terkandung di dalamnya, jika dibuat dengan mesin, dengan sendirinya akan berkurang. Banyak orang, utamanya turis asing, membeli barang ukiran semata-mata karena alasan-alasan nilai kultural barang itu sebagai cerminan suatu bangsa atau daerah. Sesungguhnya usaha kecil mempunyai kesempatan besar untuk survive dan bahkan berkembang hanya jika usaha kecil tersebut membuat jenis-jenis produk dengan proses produksi yang tidak mempunyai *economics of scale*. Proses produksi ini selain mengandung teknologi sederhana tetap memerlukan keahlian tertentu (yang hanya dapat dimiliki dari luar sektor

¹⁾ *Pengaruh Motivasi Berprestasi dan Daya Kreativitas terhadap Ketahanan Usaha pada Industri Keramik (Umi Narimawati)*

²⁾ *Dosen PNS DPK Fakultas Ekonomi UNIKOM Bandung*

pendidikan formal atau turun-temurun secara tradisional), atau terdapat spesialisasi khusus dalam pembuatan komponen-komponen tertentu dari suatu produk. Di dalam konteks ini usaha kecil dapat berproduksi dengan biaya lebih rendah tetapi dengan kualitas paling tidak sama dengan produk buatan industri menengah/besar atau impor.

Purwakarta sebagai tempat industri yang tidak terlepas di dalamnya tentang perkembangan pusat industri kecil yang keberadaannya tersebar di berbagai kecamatan yang mana produk yang dihasilkan diharapkan dapat menjadi andalan dan unggulan Kota Purwakarta. Krisis ekonomi yang terjadi beberapa tahun ini membawa pengaruh besar terhadap kegiatan usaha kecil di Indonesia umumnya dan khususnya industri Keramik di Plered Purwakarta. Meningkatnya harga-harga bahan baku dan kelangkaan bahan/input produk disertai dengan melemahnya daya beli konsumen merupakan gejala masalah utama dari perubahan yang terjadi akibat krisis ekonomi yang sedang berlangsung. Hal tersebut mengakibatkan menurunnya kinerja atau ketahanan usaha kecil saat ini.

Masalah-masalah yang dihadapi oleh usaha kecil secara umum dan khususnya di industri keramik Plered Kabupaten Purwakarta adalah meliputi faktor-faktor: permodalan, pemasaran, bahan baku, teknologi, manajemen, birokrasi, dan kemitraan yang diuraikan sebagai berikut.

1. Permodalan

Suku bunga kredit perbankan masih tinggi, sehingga kredit menjadi mahal. Perbankan kurang memahami kriteria usaha kecil dalam menilai kelayakan usaha kecil. sehingga jumlah kredit yang disetujui seringkali tidak sesuai dengan kebutuhan usaha kecil.

2. Pemasaran

Bargaining power pengusaha kecil dalam berhadapan dengan pengusaha besar selalu lemah. Asosiasi pengusaha atau profesi belum berperan

dalam mengkoordinasi pemasaran produk usaha kecil, sehingga sering menimbulkan persaingan tidak sehat antara usaha sejenis. Informasi untuk memasarkan produk di dalam maupun luar negeri masih kurang.

3. Bahan Baku

Supply bahan baku kurang memadai dan berfluktuasi, antara lain karena adanya kebijakan ekspor dan impor yang berubah-ubah, pembeli besar yang menguasai bahan baku, keengganan pengusaha besar untuk membuat kontrak dengan pengusaha kecil. Kualitas bahan baku rendah, antara lain karena tidak adanya standarisasi dan adanya manipulasi kualitas bahan baku.

4. Teknologi

Tenaga kerja terampil sulit diperoleh dan dipertahankan, antara lain, karena lembaga pendidikan dan pelatihan kurang dapat menghasilkan tenaga terampil yang sesuai dengan kebutuhan usaha kecil. Akses dan informasi sumber teknologi masih kurang dan tidak merata, sedangkan upaya penyebarluasannya masih kurang gencar. Spesifikasi peralatan yang sesuai dengan kebutuhan (teknologi tepat guna) sukar diperoleh. Peranan instansi pemerintah, non pemerintah dan perguruan tinggi dalam mengidentifikasi, menemukan, menyebarluaskan dan melakukan pembinaan teknis tentang teknologi baru atau teknologi tepat guna bagi usaha kecil masih kurang efektif.

5. Manajemen

Pola manajemen yang sesuai dengan kebutuhan dan tahap perkembangan usaha sulit ditemukan, antara lain karena pengetahuan dan managerial skill pengusaha kecil relatif rendah. Akibatnya pengusaha kecil belum mampu menyusun strategis bisnis yang tepat. Pemisahan antara manajemen keuangan perusahaan dan keluarga atau rumah tangga belum dilakukan, sehingga pengusaha kecil mengalami kesulitan dalam mengontrol dan mengatur *cash flow*, serta dalam

membuat perencanaan laporan keuangan. Produktivitas karyawan masih rendah sehingga pengusaha kecil sulit memenuhi ketentuan UMR (Upah Minimum Regional), Rendahnya produktivitas ini antara lain karena tingkat pendidikan, etos kerja, disiplin, tanggung jawab dan loyalitas karyawan yang masih rendah.

6. Birokrasi

Penegakan dan pelaksanaan hukum dan berbagai ketentuan masih kurang serta cenderung kurang tegas. Mekanisme pembagian kuota ekspor tidak mendukung usaha kecil untuk mampu mengeksport produknya.

7. Kemitraan

Kemitraan antara usaha kecil dengan usaha menengah dan besar dalam pemasaran dan sistem pembayaran, baik produk maupun bahan baku, dirasakan belum bermanfaat. Kemitraan antara usaha kecil dengan usaha menengah dan besar dalam transfer teknologi masih kurang.

Alasan penulis menganalisis permasalahan usaha kecil karena potensi yang mereka miliki sungguh besar jika ada pihak-pihak yang benar-benar memperhatikan, bukan sekedar perhatian yang asal/formalitas yang hanya menghambur-hamburkan APBD/APBN atau subsidi tertentu. Selain itu, pada krisis ekonomi ini usaha kecil seperti industri rumah tangga memiliki arti yang sangat penting. Produk yang khas dan pada umumnya manual teknologinya menjadi khasanah kerajinan Indonesia khususnya Kota Purwakarta dalam rangka mewujudkan Kota Pariwisata yang kaya akan budaya daerah dan menjadi keramik Plered kerajinan nasional. Karena itu penulis mengambil produk keramik di pusat industri Keramik Plered yang merupakan salah satu produk unggulan Kota Purwakarta sebagai lokasi penelitian dengan meneliti seberapa besar pengaruh motivasi berprestasi dan daya kreativitas terhadap ketahanan usaha pada industri keramik dalam menghadapi tantangan krisis dan era globalisasi.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan yang akan dianalisis sebagai berikut: “Seberapa besarkah motivasi berprestasi dan daya kreativitas berpengaruh terhadap ketahanan usaha pada industri keramik Plered dalam menghadapi globalisasi dan tantangan krisis?”.

Kajian Pustaka

Aspek kewirausahaan dalam analisis terhadap usaha/pengusaha kecil sangat penting, karena hal tersebut tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Terlebih jika usaha tersebut merupakan usaha yang baru dimulai. Setiap orang yang berbisnis tentu mengharapkan usahanya dapat bertahan hidup (*exist*). Untuk memulai suatu usaha ada yang perlu direnungkan yaitu kunci keberhasilan dalam berbisnis dengan memahami diri sendiri. Sebelum memulai suatu usaha hal penting yang harus diketahui adalah apakah seseorang sudah memiliki semangat kewirausahaan.

Zimmeres dan Norman M. Secharborough (1996:8) menyebutkan ada 12 karakteristik yang dimiliki oleh seorang wirausaha yang sukses yaitu: (a) *commitment and the determination*, (b) *desire for responsibility*, (c) *opportunity obsession*, (d) *tolerance for risk, ambiguity and uncertainty*, (e) *self confidence*; (f) *creativity and flexibility*; (g) *desire for immediate feedback*, (h) *high level of energy*; (i) *motivation to excel*, (j) *orientation to the future*, (k) *willingness to learn from failure*, and (l) *leadership ability*.

Dalam melangsungkan dan mempertahankan usaha/bisnis pada usaha skala kecil seperti dalam survei yang sudah dilakukan yaitu pada industri keramik, banyak permasalahan yang dihadapi dan seharusnya dicarikan solusinya. Pada saat ini krisis ekonomi dan krisis mental sedang melanda bangsa Indonesia sangat mempengaruhi kinerja usaha kecil. Sebagian dari

mereka ada yang bangkit, bertahan ataupun justru terhempas kandas usahanya, semuanya tergantung banyak faktor seperti yang sudah disebutkan pada latar belakang permasalahan.

Usaha kecil pada posisi terhempas/kandas tentunya tidak ingin dalam kondisi yang merugi terus-menerus. Mereka ingin bangkit dan berusaha untuk mengubah nasibnya, bagaimana usahanya dapat bangun kembali dan hidup seperti mereka yang mampu bertahan bahkan semakin maju. Seorang pengusaha/wirausaha tentunya bukan orang yang mudah menyerah pada keadaan dan berdiam diri tanpa ada yang diperbuat untuk mengubah masa depan dirinya dan usahanya. Kegagalan bagi mereka adalah tantangan bukan ancaman. Oleh karena itu, mereka berusaha dengan penuh percaya diri, dengan segala risiko yang harus diterimanya, mereka tetap berorientasi pada hasil yang gemilang dan selalu berorientasi ke depan. Bagi mereka masa lalu adalah cambuk untuk mencapai kesuksesan di masa yang akan datang.

Motivasi berprestasi merupakan salah satu karakteristik wirausaha yang sukses (Zimmeres & Scarborough, 1996:6). Seorang wirausaha mempunyai motivasi untuk bekerja lebih baik dan lebih unggul dari apa yang sudah dia kerjakan. Mereka tidak pernah puas dengan apa yang sudah dikerjakan. Pengertian dan pemahaman tentang motivasi berprestasi oleh Clelland (1992:92—112) dalam (Gibson, 2001: 200) telah melakukan penelitian yang ekstensif dalam mengembangkan teoriprestasi. Teori kebutuhan untuk berprestasi yang dipelajari erat hubungannya dengan konsep belajar. Teori ini menyatakan bahwa seseorang dengan suatu kebutuhan yang kuat akan termotivasi untuk menggunakan tingkah laku yang sesuai guna memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan seseorang dipelajari dan kebudayaan suatu masyarakat. Dari sekian banyak faktor yang mempengaruhi motivasi kerja yang terungkap di atas, penelitian ini menelaah masalah motivasi kerja sebagai dorongan untuk

memenuhi kebutuhan menurut Clelland (dalam Robbin, 2001:212). Pada dasarnya motivasi seseorang ditentukan oleh tiga kebutuhan yaitu sebagai berikut.

1. Kebutuhan akan kekuasaan (*need for power*)
2. Kebutuhan akan afiliasi (*need for affiliation*)
3. Kebutuhan akan keberhasilan (*need for achievement*)

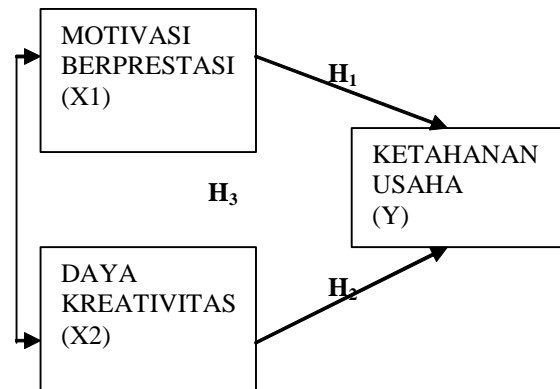
Teori ini berusaha menjelaskan tingkah laku yang berorientasi kepada prestasi (*achievement-oriented behaviour*) yang didefinisikan sebagai tingkah laku yang diarahkan terhadap tercapainya *standard of excellence*. Menurut teori tersebut, seseorang yang mempunyai *need for achievement* yang tinggi selalu mempunyai pola pikir tertentu, ketika ia merencanakan untuk melaksanakan sesuatu, selalu mempertimbangkan apakah pekerjaan yang akan dilakukan itu cukup menantang atau tidak. Seandainya pekerjaan itu cukup memberikan tantangan, maka kemudian ia memikirkan kendala-kendalanya apa yang mungkin dihadapi dalam pencapaian tujuan, strategi apa yang dapat digunakan untuk mengatasi kendala dan mengantisipasi konsekuennya. Ciri lain dari *need for achievement* tinggi adalah kesediaannya untuk memikul tanggung jawab sebagai konsekuensi usahanya, berani mengambil risiko yang sudah diperhitungkan, kesediaan untuk mencari informasi untuk mengukur kemajuannya dan ingin kepuasan dari apa yang telah dikerjakannya. Menurut teori kebutuhan tersebut dalam praktek bisnis dapat dilihat dari perbedaan para pelaku bisnis itu sendiri. Pada seorang manajer konvensional membiarkan bisnis berjalan sebagaimana adanya. Namun, wirausahawan yang high n ach mengamati trend bisnis saat ini untuk mengantisipasi perubahan bisnis di masa mendatang. Ia menyusun rencana bisnis yang menjangkau ke masa depan dan kemudian bekerja keras untuk mewujudkannya. Manajer konvensional menjalankan reaktif manajemen tetapi wirausahawan high n ach tahu bahwa jika ia hanya

menunggu bola maka goal tidak akan terjadi, la takkan pernah jadi pemenang. Ia harus menjemput bola karena itulah hakekat dari proaktif manajemen.

Sifat lain yang melekat pada seorang pengusaha/wirausaha untuk mempertahankan usahanya adalah sifat kreatif dan inovatif. Suatu perusahaan yang dapat bertahan dan bahkan terus berkembang dengan menghasilkan laba bukan hanya suatu faktor keberuntungan saja, akan tetapi berkat kerja keras dari para pengelolanya dan usaha-usaha yang terus-menerus dilakukan dalam memecahkan masalah-masalah yang dihadapi dan dalam memanfaatkan peluang-peluang. Kemampuan untuk memecahkan masalah dan memanfaatkan peluang tersebut dilandasi sifat kreativitas dari para pengelolanya, yaitu kemampuan untuk menciptakan gagasan baru dan menemukan cara baru dalam menyikapi masalah dan memanfaatkan peluang, sedangkan inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan gagasan-gagasan baru atau pemecahan kreatif terhadap berbagai masalah dan dalam memanfaatkan peluang. Pengertian kreativitas dan inovasi secara singkat sering dianalogikan: *creativity = thinking new thing, innovation = doing new things* (Higgins, 1995)

Kreativitas tidak selalu dihasilkan dari sesuatu yang tidak ada, sering sekali merupakan perbaikan dari sesuatu yang telah ada. Sering juga gagasan baru timbul secara kebetulan. Alam pikiran seorang wirausaha seperti digambarkan di atas mendorong sifat-sifat kreativitas dan inovatif, sehingga sifat-sifat tersebut seolah-olah melekat kepada seorang wirausaha. Ditinjau dari aspek kreativitas dan inovatif seorang wirausaha sering diidentifikasi sebagai orang yang secara sistematis menerapkan kreativitas atau gagasan-gagasan baru dan inovasi atau penerapan gagasan baru kepada kebutuhan-kebutuhan dan peluang disesuaikan dengan perkembangan pasar.

Masih banyak lagi sifat-sifat atau karakteristik lain yang dimiliki oleh seorang wirausaha/pengusaha, yang mana sangat erat dengan aktivitas usahanya pada saat ini. Namun dua sifat seorang wirausaha yang diuraikan di atas yaitu motivasi berprestasi dan daya kreativitas cukup menentukan pencaian bertahannya suatu usaha. Pada saat ini bangkitnya suatu usaha yang telah terpuruk untuk dapat bertahan hidup kembali memang tidak mudah karena banyak faktor-faktor eksternal yang menentukan. Dengan mengukur dua karakteristik wirausaha kita dapat melihat kemungkinan usaha kecil dapat mencapai suatu ketahanan usaha bahkan kemajuan usaha pada masa mendatang. Pada uraian di atas nampak bahwa ada korelasi yang erat antara motivasi berprestasi dan daya kreativitas terhadap ketahanan usaha, sehingga dapat digambarkan hubungan antara variabel-variabel tersebut yang terlihat pada gambar 1 berikut ini.



Gambar 1: Paradigma Penelitian Pengaruh Motivasi Berprestasi dan Daya Kreativitas terhadap Ketahanan Usaha

METODE PENELITIAN

Unit pengamatan dalam penelitian ini adalah pengusaha industri kerajinan keramik di Kecamatan Plered Kabupaten Purwakarta. Penelitian ini mencakup motivasi berprestasi, daya kreativitas

dan ketahanan usaha dalam tantangan krisis dan era globalisasi. Untuk mengukur motivasi berprestasi seorang pengusaha dilihat dari *need for achievement, need for affiliation dan need for power*. Mengukur daya kreativitas dilihat dalam hal *product, process, marketing dan management*. Sedangkan ketahanan usaha dilihat dari *finance, marketing, operations serta human resources & organizations*. Jenis metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *descriptive survey* dan *explanatory survey*.

1. Teknik Penentuan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pengusaha kerajinan industri keramik Plered, seluruhnya berjumlah 400-an pengrajin. Untuk menentukan besarnya ukuran sampel (n) maka digunakan level of significance sebesar 5% ($\alpha = 0,05$) dengan kuasa uji (power of the test) sebesar 95% ($\beta = 0,05$), sehingga dari hasil perhitungan secara iterasi ketiga diperoleh $n = 75$. Pada penelitian ini, penulis mengambil sampel sebesar 90 orang dari populasi sekitar 400-an orang. Selanjutnya, teknik pengambilan sampel dilakukan secara sampel acak sederhana (*simple random sampling*).

2. Metode Analisis

Metode analisis data yang digunakan dibagi menjadi dua bagian, yaitu analisa deskriptif dan analisa verifikatif. Analisa deskriptif adalah pengkuantitatifan data-data yang bersifat kualitatif dengan cara mengolah data dengan sistem skor, yaitu memberikan nilai kepada variabel-variabel yang telah diinterpretasikan menurut kriteria datanya. Selanjutnya, teknik analisis data secara verifikatif yang dipergunakan di dalam penelitian ini adalah analisis jalur/path analisis.

3. Rancangan Pengujian Hipotesis

Hipotesis

H_0 : Tidak terdapat pengaruh motivasi berprestasi dan daya kreativitas terhadap ketahanan usaha, baik secara simultan maupun parsial.

H_1 : Terdapat pengaruh motivasi berprestasi dan daya kreativitas terhadap ketahanan usaha, baik secara simultan maupun parsial.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Deskripsi Penelitian

a. Motivasi Berprestasi

Hasil penilaian terhadap subvariabel *Need for Achievement* atau motivasi untuk berprestasi atau mencapai sesuatu para pengusaha di Industri Keramik Plered Purwakarta termasuk dalam kategori cukup. Hal ini berarti bahwa para pengusaha di Industri Keramik Plered belum sepenuhnya memiliki motivasi berprestasi. Sedangkan motivasi *Need for Affiliation* atau kebutuhan untuk bekerja sama termasuk dalam kategori kurang, berarti motivasi untuk dapat bekerja sama para pengusaha di Keramik Plered Usaha Keramik Plered kurang. Demikian juga halnya motivasi *Need for Power*, yaitu kebutuhan untuk memperoleh wewenang atau kekuatan/kekuasaan termasuk dalam kategori kurang. Hal ini mengisyaratkan bahwa para pengusaha di Keramik Plered Industri Keramik Plered rata-rata cukup memiliki motivasi berprestasi, di dalam aktivitas usahanya.

b. Daya Kreativitas

Secara keseluruhan daya kreativitas produk para pengusaha pusat industri Keramik Plered rata-rata cukup memiliki daya kreativitas produk yang cukup dalam aktivitas usahanya. Selanjutnya, dalam subvariabel proses termasuk dalam penilaian kurang, demikian juga penilaian terhadap subvariabel *marketing* termasuk dalam kategori kurang. Selanjutnya, daya kreativitas dalam subvariabel manajemen termasuk dalam kategori kurang. Secara keseluruhan daya kreativitas para pengusaha di pusat industri Keramik Plered rata-rata diperoleh skor 234,3 yang berarti cukup memiliki daya kreativitas di dalam aktivitas usahanya.

c. Ketahanan Usaha

Hasil penilaian terhadap *subvariable finance* para pengusaha di pusat industri Keramik Plered adalah sebagai berikut: para pengusaha di pusat industri Keramik Plered yang memiliki kecukupan modal usaha sebesar 47% dari harapan yang ingin dicapai, pengusaha memiliki ketahanan usaha dilihat dari laba/pendapatan sebesar 49% dari harapan yang ingin dicapai, para pengusaha memiliki ketahanan usaha dilihat dari asset/kekayaan yang dimiliki sebesar 54% dari harapan yang ingin dicapai, para pengusaha memiliki ketahanan usaha dilihat dari omset yang dimiliki sebesar 46% dari harapan yang ingin dicapai.

Hasil penilaian terhadap *subvariable marketing*: para pengusaha Industri Keramik Plered dilihat dari kekuatan pelanggan yang dimiliki sebesar 45% dari harapan yang ingin dicapai; Dilihat dari aspek marketing melalui kemampuan memperluas pasar yang dimiliki sebesar 41% dari harapan yang ingin dicapai; Dilihat dari aspek marketing melalui kemampuan memuaskan pelanggan yang dimiliki sebesar 50% dari harapan yang ingin dicapai; Dilihat dari aspek marketing melalui keunggulan produk yang dimiliki sebesar 52% dari harapan yang ingin dicapai.

Hasil penilaian terhadap *subvariable operations* para pengusaha di pusat industri Keramik Plered adalah sebagai berikut: Para pengusaha Industri Keramik Plered dilihat dan aspek operations melalui kemampuan dalam pengadaan bahan baku yang dimiliki sebesar 96% dari harapan yang ingin dicapai; Dilihat dari aspek operations melalui kapasitas produksi yang dimiliki sebesar 57% dari harapan yang ingin dicapai; Dilihat dari aspek operations melalui kondisi mesin yang dimiliki sebesar 32% dan harapan yang ingin dicapai; Para pengusaha Industri Keramik Plered dilihat dari aspek operations melalui tata letak ruang yang dimiliki sebesar 36% dari harapan yang ingin dicapai.

Hasil penilaian terhadap *subvariable human resources & organization* para pengusaha pusat industri Keramik Plered sebagai berikut: Para pengusaha di pusat industri Keramik Plered dilihat dari aspek *human resources & organizations* melalui kondisi karyawan yang dimiliki sebesar 54% dari harapan yang ingin dicapai; Dari aspek *human resources & organization* melalui hubungan karyawan dan pemilik sebesar 58% dari harapan yang ingin dicapai; Dilihat dari aspek *human resources & organization* melalui bentuk organisasi yang dimiliki sebesar 28% dari harapan yang ingin dicapai; Dari aspek *human resources & organization* melalui lama berusaha yang sudah dilalui sebesar 51% dari harapan yang ingin dicapai.

Rekapitulasi penilaian terhadap motivasi berprestasi para pengusaha/wirausaha di pusat industri Keramik Plered diperoleh nilai 46% yang artinya bahwa para pengusaha industri keramik di Plered rata-rata memiliki motivasi berprestasi yang kurang baik. Untuk mencapai ketahanan usaha mereka masih perlu meningkatkannya agar dalam segala aspek produksi lebih stabil dan benar-benar survive menghadapi ancaman-ancaman baik dari dalam maupun dan luar organisasi/kelompok mereka.

Penilaian terhadap daya kreativitas para pengusaha/wirausaha di pusat industri Keramik Plered diperoleh nilai 46% yang artinya bahwa para pengusaha industri keramik di Plered rata-rata memiliki daya kreativitas yang sudah cukup baik. Namun, untuk mencapai ketahanan usaha mereka masih perlu meningkatkannya terutama dalam hal manajemen.

Penilaian terhadap ketahanan usaha para pengusaha/wirausaha di pusat industri Keramik Plered diperoleh nilai 48% yang artinya bahwa para pengusaha industri keramik di Plered rata-rata memiliki ketahanan usaha yang sudah cukup baik. Namun, untuk mencapai menghadapi persaingan global dan tantangan krisis ini mereka

masih perlu meningkatkannya agar ancaman-ancaman baik dari lingkungan dalam maupun dari luar organisasi/kelompok mereka dapat teratasi dan dalam jangka panjang benar-benar survive.

Penilaian secara keseluruhan terhadap motivasi berprestasi, daya kreativitas dan ketahanan usaha para pengusaha/wirausaha di pusat industri Keramik Plered diperoleh nilai 51% yang artinya bahwa para pengusaha industri keramik Plered rata-rata memiliki motivasi berprestasi, daya kreativitas dan ketahanan usaha yang kurang baik. Dengan kondisi tersebut maka mereka hanya dapat bertahan dalam skala ekonomi yang minim karena hanya dapat memiliki arti di lingkungan usahanya sendiri. Jika mereka dapat meningkatkan ketiga hal tersebut maka dalam jangka panjang akan memberi manfaat yang lebih luas, karena lingkungan yang menerima dampak positif dari perkembangan usaha tersebut juga luas. Hal ini selain usaha dari pengusaha itu sendiri perlu didukung dari pihak lain seperti pemerintah dan institusi swasta dalam bidang manajemen dalam arti yang luas.

Pengaruh variabel motivasi berprestasi secara parsial terhadap ketahanan usaha ditunjukkan dengan koefisien korelasi (r) sebesar 0,60 atau $r = 60\%$ dan koefisien determinasi parsial (r_2) sebesar 0,36 atau $r_2 = 36\%$. Nilai korelasi parsial sebesar $r = 60\%$ menunjukkan hubungan positif yang cukup kuat antara variabel bebas dengan variabel terikat, sedangkan koefisien determinasi sebesar $r = 36\%$ berarti sumbangan variabel bebas terhadap naik turunnya ketahanan usaha (Y) sebesar 36% dan sisanya yaitu 64% disebabkan oleh faktor-faktor lain.

Pengaruh variabel daya kreativitas secara parsial terhadap ketahanan usaha adalah cukup kuat yang ditunjukkan dengan koefisien korelasi (r) sebesar 0,51 atau $r = 51\%$ dan koefisien determinasi parsial (r_2) sebesar 0,26 atau $r_2 = 26\%$. Nilai korelasi parsial sebesar $r = 51\%$ menunjukkan hubungan positif yang cukup kuat antara variabel bebas dengan variabel terikat, sedangkan koefisien

determinasi sebesar $r = 26\%$ berarti sumbangan variabel bebas (X_2) terhadap naik turunnya ketahanan usaha (Y) sebesar 26% dan sisanya yaitu 74% disebabkan oleh faktor-faktor lain.

Dari hasil data di atas terlihat bahwa pengaruh langsung variabel X_1 yaitu motivasi berprestasi terhadap ketahanan usaha adalah paling besar yaitu 0,328 atau 32,8% sedangkan X_2 yaitu daya kreativitas adalah sebesar 0,182 atau 18,2%.

SIMPULAN DAN SARAN

1. Simpulan

- a. Motivasi berprestasi para pengusaha keramik di pusat industri Keramik Plered masih kurang seperti : kurang memiliki orientasi tujuan dan masa depan dari bisnisnya, kurang bisa memanfaatkan waktu sehingga banyak waktu yang terbuang, suka meniru-niru apa yang ada pada lingkungan bisnisnya, kurang suka bekerja sama, sifat demokrasinya kurang, kurang suka tolong-menolong, kurang mampu meyakinkan orang/pelanggan/rekan bisnis, mobilitas kurang vertikal dan kurang suka memerintah (pendelegasian wewenang kurang).
- b. Daya kreativitas para pengusaha keramik di pusat industri Keramik Plered masih kurang terutama dalam usaha meningkatkan kemampuan karyawan, meningkatkan kemampuan administrasi keuangan, melakukan promosi, menciptakan jalur distribusi yang stabil menciptakan kondisi pelanggan agar menjadi pelanggan tetap, menghadapi persaingan yang semakin global, memenuhi tuntutan teknologi, menghadapi tantangan krisis, serta menciptakan kepuasan pelanggan.
- c. Ketahanan usaha para pengusaha keramik di pusat industri Keramik Plered masih kurang dilihat dari kecukupan modal usaha, laba/pendapatan setiap bulannya, omset/volume penjualan mingguan/bulanan, kemampuan memperluas pasar, kemampuan memuaskan

- pelanggan agar tidak kehilangan pelanggan, mengatur tata letak ruang produksi agar nyaman dalam bekerja, bentuk organisasi yang masih sangat sederhana dan asal-asalan dan pengalaman dalam berusaha yang masih kurang.
- d. Variabel motivasi berprestasi secara parsial berpengaruh terhadap ketahanan usaha. Cukup tingginya pengaruh variabel motivasi berprestasi terhadap ketahanan usaha para pengusaha di pusat industri Keramik Plered dimungkinkan karena beberapa hal, seperti: (a) memiliki rasa tanggung jawab terhadap keluarga, sehingga usaha yang dijalani pun harus dapat dipertanggungjawabkan, (b) dengan sadar memanfaatkan waktu yang ada untuk menambah penghasilan keluarga, meskipun ada sumber lain karena tuntutan kebutuhan hidup yang tinggi, (c) memiliki keberanian mengambil resiko dengan dasar bahwa orang-orang disekitarnya telah membuktikan bahwa bisnis keramik cukup menguntungkan dan dapat dipelajari karena nara sumbernya banyak, (d) dengan berbisnis melalui industri keramik mereka merasa hidup lebih bermasyarakat, karena mereka mau tidak mau harus sering berkomunikasi dengan lingkungan bisnisnya jika ingin usahanya berkembang.
- e. Daya kreativitas secara parsial berpengaruh terhadap ketahanan usaha. Cukup tingginya pengaruh daya kreativitas terhadap ketahanan usaha para pengusaha di pusat industri keramik Plered dimungkinkan karena: (a) pengusaha keramik umumnya menghasilkan produk yang cenderung menjiplak atau sedikit memodifikasi dari hasil contekannya produk yang sedang digemari masyarakat, (b) kemampuan pengusaha dalam mengolah keuangan dan memproduksi barang masih sederhana, karena wawasan yang masih terbatas sehingga manajemen masih sangat tradisional, (c) pembeli/pelanggan baik dalam partai besar maupun kecil umumnya datang langsung ke lokasi, hal ini menyebabkan pengrajin tidak melakukan perluasan pasar dan tidak berani memperluas pasar, karena terbiasa menunggu pembeli datang dengan sendirinya, (d) manajemen yang masih sederhana menyebabkan arah organisasi yang cenderung tidak berubah, bagi mereka yang mampu bertahan adalah sebagian karena faktor kebetulan artinya bukan karena suatu keadaan yang dikondisikan oleh pengusaha itu sendiri, dan (e) pengrajin menganggap bahwa usaha yang sudah mereka jalankan belum memerlukan suatu perubahan manajemen karena usaha bersifat *home industry*.
- f. Variabel motivasi berprestasi dan daya kreativitas secara bersama-sama (simultan) memberikan kontribusi yang signifikan terhadap ketahanan usaha. Besarnya sumbangan variabel motivasi berprestasi dan daya kreativitas terhadap ketahanan usaha ditunjukkan oleh koefisien korelasi (R) sebesar 0,889 (88,9%) atau koefisien determinasi (R_2) sebesar 0,79 (79%). Nilai koefisien tersebut termasuk tinggi. Dari nilai koefisien determinasi sebesar 0,79 berarti ada faktor lain sebesar 0,21 (21%) yang turut mempengaruhi naik turunnya ketahanan usaha. Faktor lainnya yang diduga mempengaruhi ketahanan usaha yaitu: (a) faktor individual yang bersangkutan baik pemilik maupun tenaga kerja yang ada, seperti sikap, tingkah laku, pola pikir, kebiasaan, budaya dan sejenisnya, (b) faktor organisasi seperti tujuan perusahaan, seleksi karyawan, kepemimpinan, serta sistem *reward/punish-ment* baik secara sederhana maupun terorganisir dengan baik, (c) lokasi usaha di sekitar yang saling berdekatan dan memiliki warna yang sama memberikan pengaruh yang kuat dalam menentukan perkembangan usaha mereka yang dapat berdampak positif dan negatif pada kondisi-kondisi tertentu.

2. Saran

Agar ketahanan usaha dapat meningkat maka motivasi berprestasi ditingkatkan dengan cara: menciptakan/meningkatkan orientasi tujuan dan masa depan pada bisnisnya, mengatur waktu dengan baik sehingga waktu yang ada tidak terbuang, berusaha berkreasi dan mengurangi sifat suka meniru-niru apa yang ada pada lingkungan bisnisnya, bekerja sama baik dengan lingkungan di dalam rumah produksinya maupun dengan sesama pengrajin, sifat demokrasinya ditingkatkan, tolong-menolong sesama pengusaha diciptakan, belajar untuk dapat meyakinkan orang/pelanggan/rekan bisnis, menciptakan mobililas yang vertikal dan pendelegasian wewenang untuk pekerjaan-pekerjaan yang bersifat teknis atau non teknis. Hal ini juga dapat didukung dengan mengikuti pelatihan-pelatihan yang berkaitan dengan motivasi berprestasi. Pengusaha jangan terlalu fokus pada proses produksi di dalam rumah tetapi juga melihat perkembangan di luar yang lebih menantang dan penuh dinamika. Pelatihan kepemimpinan dan kewirausahaan juga sangat mendukung agar motivasi berprestasi usaha dapat meningkat dan ketahanan usahapun meningkat pula baik pada jangka pendek maupun jangka panjang.

Agar ketahanan usaha dapat terus meningkat maka daya kreativitas ditingkatkan dengan cara: memberikan karyawan kesempatan untuk berkembang baik dalam produksi maupun administrasi, meningkatkan promosi, memperluas pasar/jalur distribusi, meningkatkan teknologi dan menyempurnakan arah organisasi sehingga persaingan global dan tantangan krisis dapat teratasi. Hal tersebut dapat didukung dengan mengikuti pelatihan-pelatihan yang berkaitan dengan penggalan daya kreativitas atau penyelesaian masalah dengan cara kreatif.

Para pengusaha secara umum sebaiknya lebih bersungguh-sungguh dalam berusaha. Janganlah usaha yang cukup prospek tersebut hanya

dijadikan usaha yang asal-asalan atau sambilan saja atau sekadar mengikuti lingkungan sekitarnya yang sangat dominan dengan industri keramik tersebut. Sangat disayangkan kesempatan yang ada jika tidak dioptimalkan. Jika para pengusaha dapat lebih meningkatkan motivasi berprestasi dan daya kreativitas maka dalam jangka panjang cenderung akan dapat memperbaiki perekonomian keluarga mereka juga perekonomian di daerah sekitar bahkan dapat memberikan juga manfaat yang seluas-luasnya secara nasional yang berdampak positif dalam berbagai hal seperti mengurangi pengangguran, meningkatkan kesejahteraan keluarga/masyarakat, meningkatkan pendapatan daerah/nasional, dan turut memperbaiki perekonomian nasional.

DAFTAR RUJUKAN

- Akatiga, 1999. *Usaha Kecil pada Masa Krisis: Mampukah Bangkit?* Bandung: Akaliga.
- Alma, Buchari. 2000. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Bygrave, William. 2003. *The Portable MBA in Entrepreneurship*. New York, NY: John Wiley & Sons, Inc.
- Data Monografi Kecamatan Plered*, Purwakarta, Juli 2003.
- Hisrich, Robert D. & Peters, Michael P. 2001. *Entrepreneurship*. 3rded. New York, NY: McGraw-Hill.
- Higgins, James M. 1995. *The Handbook of New Ideas for Business: 101 Creative Problem Solving Techniques*. Kuala Lumpur: Abdul Majeed & Co.
- Milkovich, G.T. & Boudreau, J.W. 1997. *Human Resources Management*. Boston, MA: Allyn and Bacon.
- Robbins, Stephen P. 2001. *Organizational Behavior*. 9thed. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall International Inc.

Zimmerer, Thomas W. & Scarborough, Norman M. 1996. *Entrepreneurship and New Venture Formatio.*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Sekaran, Uma. 2000. *Research Methods for Business: A Skill Building Approach.* 3rded. New York, NY: John Wiley & Sons, Inc.