

Ar Risalah

Jurnal Ilmu Hukum, Sosial, Humaniora,
Ekonomi dan Agama



Diterbitkan oleh
Universitas Nahdlatul Ulama Surakarta
Jl. Dr. Wahidin 05/VI Surakarta 57141
Telp. Fax. (0271)717954
E-mail : arrisalah@unu.ac.id

Ar Risalah

Jurnal Ilmu Hukum, Sosial, Humaniora, Ekonomi dan Agama

Diterbitkan oleh Universitas Nahdlatul Ulama Surakarta

SK Rektor No:10 Tahun 2003 Tanggal 9 Oktober 2003

PENANGGUNG JAWAB

Dr. H.A. Mufrod Teguh Mulyo, M.H.

PEMIMPIN UMUM

Dr. H. Dardiri Hasyim

STAFF AHLI

H. Ma'mun Efendi Nur. Lc. M.A., Ph.D.

Dr. H. Amir Mahmud, M.Ag.

BENDAHARA

Yayah Qomariyah, S.E.

TATA USAHA

Ngazis Masturi

KETUA PENYUNTING

Arya Wirabhuarda, S.T., M.Sc.

SEKRETARIS PENYUNTING

Joko Sulistio, S.T., M.Sc.

PENYUNTING PELAKSANA

H. Soekamto, S.H., M.H.

Drs. Mohammad Ishom, M.A.

Hj. Munifatul Barroh, S.Ag., M.HI.

Drs. Muhammad Yasin, M.PdI.

Rustam Ibrahim, MSI.

MITRA BESTARI

Prof. Dr. H. Machasin, M.A.

Prof. Dr. H. Setiono, S.H., M.S.

Prof. Dr. H. Mulyono, M.Pd.

Prof. Dr. H. Khoiruddin Nasution, M.A.

Prof. Dr. H. Ki Supriyoko, SDU, M.Pd.

Prof. Dr. H. Nizar Ali, M.Ag.

(Sejarah Peradaban, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)

(Hukum, UNS)

(Teknologi Pendidikan, UNS)

(Hukum Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)

(Filsafat Pendidikan, UST Yogyakarta)

(Manajemen Pendidikan, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)

ALAMAT REDAKSI

Jl. Dr. Wahidin 05/VI Surakarta 57141 Telp. Fax. (0271)717954

E-mail : arrisalah@unu.ac.id

TERBIT PERDANA

November 2003

Jurnal Ar Risalah terbit tiga kali dalam satu tahun pada bulan Maret, Juli, dan November. Berisi tulisan yang diangkat dari hasil penelitian dalam bidang Ilmu Hukum, Sosial, Humaniora, Ekonomi dan Agama. Redaksi mengundang para ahli dan praktisi dalam bidangnya untuk menuangkan pendapat dalam bentuk tulisan untuk dimuat di *Jurnal Ar Risalah*. Tulisan yang dikirim adalah orisinil dan belum pernah dimuat dimedia apapun. Tulisan yang dimuat merupakan pendapat pribadi penulis, bukan mencerminkan pendapat redaksi

KATA PENGANTAR

Assalaamu'alaikum Wr. Wb.

Universitas Nahdlatul Ulama (UNU) Surakarta merupakan salah satu perguruan tinggi yang memiliki kewajiban untuk menerbitkan jurnal sebagai media publikasi ilmiah dikalangan akademisi yang dihasilkan berdasarkan penelitian literer, maupun lapangan merasa perlu menyumbangkan ide, gagasan, pemikiran dalam bentuk tulisan untuk meningkatkan mutu keilmuan yang disebarluaskan kepada para akademisi khususnya dan masyarakat pada umumnya.

Salah satunya adalah menerbitkan Jurnal *Ar Risaalah* yang berisi berbagai hasil pemikiran, pengkajian dan penelitian dibidang Hukum, Sosial, Humaniora, Ekonomi dan Agama. Jurnal *Ar Risaalah* terbit tiga edisi dalam satu tahun, yaitu pada bulan Maret, juli, dan November, sedangkan edisi perdana untuk Jurnal *Ar Risaalah* adalah edisi Vol. 1 No. 001 Tahun 2003 pada bulan November.

Redaksi mengharapkan partisipasi aktif dari para penulis baik di lingkungan Universitas Nahdlatul Ulama Surakarta maupun diseluruh perguruan tinggi di Indonesia. Tanpa pertisipasi dari para penulis, Jurnal *Ar Risaalah* ini tidak akan dapat berkembang dengan baik. Kepada semua pihak yang telah turut berpartisipasi aktif dalam penerbitan jurnal ini, disampaikan terima kasih.

Wassalaamu'alaikum Wr. Wb.

Redaksi

DAFTAR ISI

Artikel

- 101 - 122 Penerapan Model European Customer Satisfaction Index (Ecsi) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi pada Konsumen LARISSA Surakarta)
Adhista Setyarini
- 123 - 132 Kualitas Pelayanan (Service Quality) dan Pengaruh Harga (Price) Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di RSUD Dr Moewardi Surakarta
Muh Amin Choiri Setiyanto
- 133 - 142 Consumer Needs (Kebutuhan – Kebutuhan Konsumen)
Lintang Pamugar Mukti Aji
- 143 - 154 Islam Multikultural: Hikmah, Tujuan, dan Keanekaragaman Dalam Islam
Mujiburrohman
- 155 - 164 Contempt of Court: Suatu Kajian Melalui Model Pendekatan Tradisional
Soekamto
- 165 - 182 Transformasi Rumus-Rumus Segitiga Bola ke Dalam Penghitungan Horizontal Paralaks, Azimut Kiblat, dan Posisi Matahari Saat Rasydu Al-Kiblah
Shofwatul Aini
- 183 - 192 Sejarah Perkembangan Hukum Lingkungan di Indonesia
Sudarwadi
- 193 - 206 Pengaruh Corporate Governance Terhadap Earnings Management
Siti Zulaikhah

PENERAPAN MODEL *EUROPEAN CUSTOMER SATISFACTION INDEX (ECSI)* TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN

(Studi pada Konsumen LARISSA Surakarta)

Adhista Setyarini

Universitas Nahdlatul Ulama Surakarta

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji penerapan model *European Customer Satisfaction Index (ECSI)* pada kepuasan dan loyalitas pelanggan. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen LARISSA yang minimal melakukan tiga kali perawatan dalam tiga bulan terakhir (Juli – September 2010) sebanyak 177 responden. Teknik pengambilan sampel dengan cara *purposive sampling*. Berdasarkan pada beberapa penelitian-penelitian terdahulu maka didapat rumusan masalah sebagai berikut: (1) Apakah *image* mempunyai pengaruh signifikan terhadap persepsi nilai, (2) Apakah kualitas teknis mempunyai pengaruh signifikan terhadap persepsi nilai, (3) Apakah kualitas fungsional mempunyai pengaruh signifikan terhadap persepsi nilai, (4) Apakah harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap persepsi nilai, (5) Apakah persepsi nilai mempunyai pengaruh terhadap kepuasan, (6) Apakah kepuasan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Alat analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan adalah dengan menggunakan metode *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan bantuan program AMOS 6. Hasil analisis menunjukkan bahwa dari keenam hipotesis yang diajukan ternyata semuanya didukung.

Hasil dari penelitian diperoleh bahwa : (1) terdapat pengaruh yang positif dari Image pada persepsi nilai ($\beta=0,234$; $CR=2,212$; $p=0,027$, signifikansi $p<0,05$), (2) terdapat pengaruh yang positif dari kualitas teknis pada persepsi nilai ($\beta=0,174$; $CR=2,003$; $p=0,045$, signifikansi $p<0,05$), (3) terdapat pengaruh yang positif dari kualitas fungsional pada persepsi nilai ($\beta=0,148$; $CR=2,060$; $p=0,039$, signifikansi $p<0,05$), (4) terdapat pengaruh yang positif dari harga pada persepsi nilai ($\beta=0,351$; $CR=2,098$; $p=0,036$, signifikansi $p<0,05$), (5) bahwa terdapat pengaruh yang positif dari persepsi nilai pada kepuasan ($\beta=0,309$; $CR=2,779$; $p=0,005$, signifikansi $p<0,05$), (6) terdapat pengaruh yang positif dari kepuasan pada loyalitas ($\beta=0,524$; $CR=5,196$; $p=0,000$, signifikansi $p<0,05$). maka saran yang dapat diberikan adalah dalam usaha peningkatan loyalitas konsumen, perusahaan harus dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Kata kunci: *image, kualitas teknis, kualitas fungsional, harga, kepuasan, loyalitas.*

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Masalah

Harapan setiap perusahaan adalah untuk menguasai pangsa pasar. Salah satu indikator keberhasilannya dengan membaca loyalitas dari konsumen. Semakin loyal konsumen merupakan indikasi positif bagi kemajuan perusahaan. Kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*), merupakan salah satu dari tujuan pemasaran yang secara dekat dihubungkan dengan loyalitas pelanggan (Zeithamal dan Bitner, 2000 dalam Matzler, 2005). Jika konsumen merasa puas dengan suatu produk atau jasa, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakannya. Mengukur kepuasan pelanggan sangat bermanfaat bagi perusahaan dalam rangka mengevaluasi posisi perusahaan saat ini dibandingkan dengan pesaing dan pengguna akhir, serta menemukan bagian mana yang membutuhkan peningkatan.

Sejauh ini sejumlah negara telah mengembangkan indeks kepuasan pelanggan nasional untuk berbagai macam barang dan jasa, salah satunya adalah ECSI (*European Customer Satisfaction Index*). Dalam Model indeks kepuasan pelanggan Eropa terdapat lima variabel laten yang bertujuan untuk mengukur dan menjelaskan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, yaitu *image*, kualitas teknis, kualitas fungsional, harga dan persepsi nilai (Chitty *et al.*, 2007).

Penelitian berikut merupakan replikasi dari penelitian yang telah dilakukan oleh Chitty *et al.* (2007) yang menguji penerapan model ECSI pada kepuasan dan loyalitas pelanggan dengan mengambil *setting* yang berbeda. Penelitian Chitty *et al.* (2007) menggunakan *setting* penyedia jasa penginapan, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan *setting* penyedia jasa perawatan kecantikan. Hasil riset yang dilakukan oleh majalah Swa pada tanggal 6-22 Mei 2003, diketahui 47% responden menyatakan perawatan kecantikan sebagai sesuatu yang “penting”, 33% menyatakan sebagai hal yang “sangat penting”, 17% menyatakan sebagai hal yang “cukup penting”, dan 3% menilai sebagai hal yang “biasa saja”.

Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah LARISSA *Aesthetic Center* yang merupakan sebuah salon kecantikan. Alasan mengapa memilih LARISSA sebagai objek penelitian karena LARISSA adalah salon kecantikan yang bergerak dalam bidang *medical service* yang merupakan salah satu bisnis dibidang jasa yang bersifat profesional (*professional service*). LARISSA *Aesthetic Center* merupakan salon pertama yang mengembangkan perawatan kecantikan yang berorientasi pada konsep *back to nature* dengan menggunakan bahan-bahan alami yang diproduksi sendiri.

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah citra (*image*) mempunyai pengaruh langsung pada persepsi nilai?
2. Apakah kualitas teknis (*technical quality*) mempunyai pengaruh pada persepsi nilai?
3. Apakah kualitas fungsional (*functional quality*) mempunyai pengaruh pada persepsi nilai?
4. Apakah harga (*price*) mempunyai pengaruh pada persepsi nilai?
5. Apakah persepsi nilai (*perceived value*) mempunyai pengaruh pada kepuasan (*satisfaction*)?
6. Apakah kepuasan (*satisfaction*) mempunyai pengaruh pada *loyalty customers* (loyalitas konsumen)?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh citra pada persepsi nilai
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas teknis dari kualitas pelayanan pada persepsi nilai.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas fungsional pada persepsi nilai.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga pada persepsi nilai.
5. Untuk mengetahui pengaruh persepsi nilai pada kepuasan.
6. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pada loyalitas konsumen.

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Image

Menurut Steinmentz dalam Sutojo (2004), citra perusahaan adalah pancaran atau reproduksi jati diri atau bentuk dari perorangan, benda atau organisasi. Menurutnya, bagi perusahaan citra juga dapat diartikan sebagai persepsi masyarakat terhadap jati diri perusahaan. *Image* dan loyalitas merupakan variabel yang bisa dipengaruhi oleh pemasaran dan pemasangan iklan, namun juga akan menjadi berhasil bila diatur dengan pelayanan dan kepuasan konsumen yang unggul (Kandampully dan Hu, 2007). Fenomena yang dijelaskan semakin baik citra suatu perusahaan maka semakin baik pula penilaian terhadap perusahaan tersebut. Berdasarkan fenomena ini, maka dirumuskan :

H_1 : Citra berpengaruh positif pada persepsi nilai

2.2. Kualitas Teknis (*Technical Quality*)

Kualitas teknis didefinisikan sebagai kualitas layanan yang dinilai dari apa yang diantarkan oleh penyedia jasa (Sharma dan Patterson, 1999). Sedangkan menurut Gronroos dalam Hutt dan Spech, yang dikutip Tjiptono (1996: 60) kualitas teknis adalah komponen yang berkaitan dengan kualitas *output* (keluaran) jasa yang diterima pelanggan.

Kualitas jasa merupakan suatu perbedaan antara harapan dan persepsi konsumen terhadap kinerja jasa yang mereka terima (Lovelock dalam Sharma dan Patterson, 1999). Kualitas teknik berhubungan dengan hasil aktual atau jasa intinya seperti yang dipersepsikan dalam konsumen. Dalam hal ini kualitas teknis mengacu kepada kompetensi dari suatu perusahaan dalam mencapai tujuan yang diharapkan dari konsumen. Fenomena yang dijelaskan semakin baik kualitas teknis maka semakin baik pula penilaian terhadap merek tersebut. Berdasarkan fenomena ini, maka dirumuskan :

H₂ : Kualitas teknis berpengaruh positif pada persepsi nilai

2.3. Kualitas Fungsional (*Functional Quality*)

Kualitas fungsional yaitu kualitas layanan yang dinilai dari bagaimana layanan itu diantarkan (Gronroos seperti dikutip oleh Sharma dan Patterson, 1999). Gronroos seperti dikutip oleh Sharma dan Patterson (1999) menyatakan kualitas fungsional merupakan interaksi antara penyedia dan penerima jasa, dan dinilai dengan cara yang sangat subjektif. Kualitas fungsional adalah sesuatu yang menyangkut hal mengenai *responsiveness* terhadap pelanggan, kesopanan dengan pelanggan, pembawaan dan perilaku profesional yang ditunjukkan oleh perusahaan selama *moment of truth* dalam mengantarkan layanan inti kepada pelanggan. Kajian literatur mengindikasikan pengaruh positif kualitas fungsional pada persepsi nilai (Sweeney *et al.*, 1997 dan Chitty *et al.*, 2007). Fenomena yang dijelaskan semakin baik kualitas fungsional maka semakin baik pula penilaian terhadap merek tersebut. Berdasarkan fenomena ini, maka dirumuskan :

H₃ : Kualitas fungsional berpengaruh positif pada persepsi nilai

2.4. Harga (*Price*)

Menurut Zeithaml (1988), harga adalah apa yang harus diberikan atau dikorbankan untuk mendapatkan sesuatu. Kotler (2003) mengemukakan bahwa harga adalah salah satu dari elemen *Marketing Mix* yang menghasilkan pendapatan dan paling mudah disesuaikan. Kajian literatur mengindikasikan pengaruh positif harga pada persepsi nilai (Chitty *et al.*, 2007). Fenomena yang dijelaskan adalah harga yang tinggi identik dengan produk dan kualitas layanan yang baik, sehingga semakin tinggi harga akan

meningkatkan persepsi nilai konsumen terhadap suatu produk. Berdasarkan fenomena ini, maka dirumuskan :

H₄ : Harga berpengaruh positif pada persepsi nilai

2.5. Persepsi Nilai (*Perceived Value*)

Nilai yang dipersepsikan (*perceived value*) menurut Maxwell (2001) dalam Harris dan Goode (2004) adalah selisih antara *total customer value* dan *total customer cost*. *Total customer value* adalah kumpulan manfaat yang diharapkan diperoleh pelanggan dari produk atau jasa tertentu. Sedangkan *total customer cost* adalah kumpulan pengorbanan yang diperkirakan pelanggan akan terjadi dalam mengevaluasi, memperoleh dan menggunakan produk/jasa. Sehingga Persepsi nilai adalah evaluasi menyeluruh dari kegunaan suatu produk yang didasari oleh persepsi konsumen terhadap sejumlah manfaat yang akan diterima dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan.

Kajian literatur mengindikasikan pengaruh positif persepsi nilai pada kepuasan konsumen (McDougall dan Levesque, 2000; Ball *et al.*, 2004; Chitty *et al.*, 2007; Ciavolino dan Dahlgaard, 2007 dan Lai *et al.*, 2009). Fenomena yang dijelaskan semakin tinggi persepsi nilai maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen akan suatu produk. Berdasarkan fenomena ini, maka dirumuskan :

H₅ : Persepsi nilai berpengaruh positif pada kepuasan konsumen

2.6. Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*)

Menurut Kotler (2000) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapan. Wilkie (1990) dalam Kotler (2000) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Konsumen yang merasa puas adalah konsumen yang menerima nilai tambah yang lebih dari perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan pelanggan tersebut untuk tetap berjalannya bisnis atau usaha.

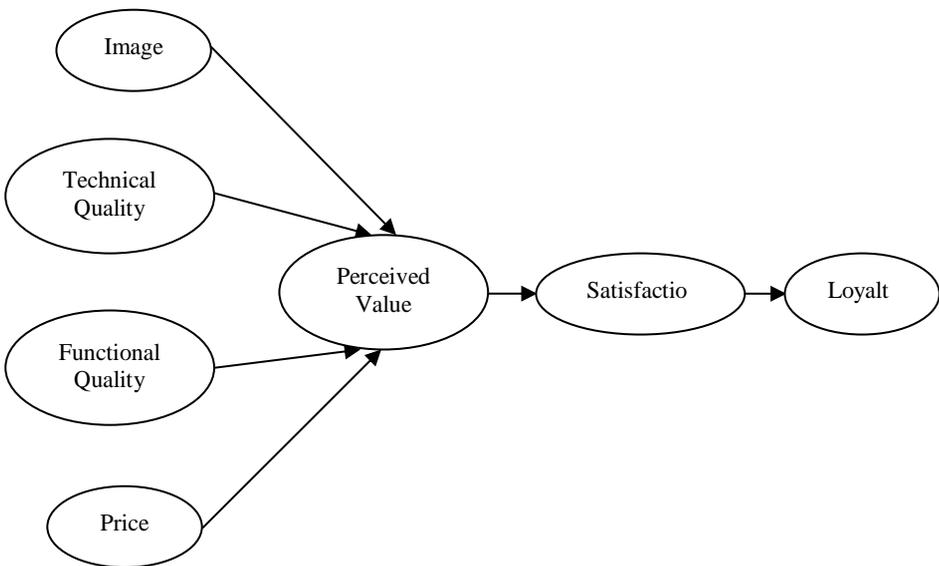
Kajian literatur mengindikasikan pengaruh positif kepuasan konsumen pada loyalitas konsumen (McDougall dan Levesque, 2000; Ball *et al.*, 2004; Chitty *et al.*, 2007; Ciavolino dan Dahlgaard, 2007 dan Lai *et al.*, 2009). Fenomena yang dijelaskan semakin tinggi kepuasan konsumen maka semakin tinggi pula loyalitas konsumen akan suatu produk. Berdasarkan fenomena ini, maka dirumuskan :

H₆ : Kepuasan konsumen berpengaruh positif pada loyalitas konsumen

2.7. Loyalitas Pelanggan (*Customer loyalty*)

Loyalitas pelanggan adalah keadaan yang menunjukkan loyalitas seorang pelanggan pada suatu objek tertentu. Objek tersebut dapat berupa merk, produk, atau toko (Rowley dan Dawes, dalam Darsono dan Dharmesta, 2005). Dengan demikian loyalitas pelanggan adalah salah satu variabel yang sangat penting karena loyalitas pelanggan secara positif mempengaruhi laba perusahaan melalui efek pengurangan biaya dan penambahan pendapatan perpelanggan (Berry,1995 dalam Thurau, 2002). Mempertahankan loyalitas pelanggan berarti perusahaan mengeluarkan biaya lebih sedikit daripada harus memperoleh satu pelanggan yang baru. Loyalitas akan memberikan banyak keuntungan bagi perusahaan, termasuk didalamnya perulangan pembelian dan rekomendasi mengenai merk tersebut kepada teman dan kenalan (Lau dan Lee, 1999 dalam Harris dan Goode, 2004).

2.8. Kerangka Pemikiran



3. Metode Penelitian

3.1. Desain Penelitian

Ditinjau dari tujuannya, penelitian ini dikategorikan kedalam penelitian pengujian hipotesis. Dilihat dari hubungan antar variabelnya, penelitian ini merupakan penelitian eksplanatif atau sebab akibat, yaitu penelitian yang diadakan untuk menjelaskan hubungan antar variabel,

variabel yang satu menyebabkan atau menentukan nilai variabel yang lain (Cooper Schindler, 2006).

3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil populasi seluruh konsumen LARISSA di Surakarta. teknik analisis yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis dengan pendekatan *structural equation modelling* (SEM), dimana jumlah sampel yang memenuhi tidak dapat ditentukan sebelum dilakukan analisis uji kecukupan sampel, maka jumlah sampel yang harus dipenuhi dalam permodelan ini berjumlah 100 hingga 200 sampel atau 5 kali indikator variabel laten yang digunakan (Hair *et al.* dalam Ferdinand, 2005). Jumlah parameter yang digunakan adalah 27 item. Sehingga jumlah sampel yang harus dipenuhi dalam permodelan ini adalah $27 \times 5 = 135$. Supaya lebih aman, maka sampel yang diambil sebanyak 200 sampel, hal ini untuk mengantisipasi adanya kuesioner yang rusak dan untuk memenuhi kecukupan sampel penelitian.

3.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Definisi operasional dalam penelitian ini meliputi variabel-variabel penelitian yang terdiri dari variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen merupakan variabel yang keberadaannya tidak dipengaruhi oleh variabel lain dan sebaliknya mempengaruhi variabel dependen. Sedangkan variabel dependen merupakan variabel yang keberadaannya dipengaruhi oleh variabel lainnya

Pengukuran variabel dilakukan dengan 4 item pernyataan dan setiap item pernyataan dinilai dengan menggunakan skala likert dengan 5 alternatif pilihan, yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S) dan Sangat Setuju (SS).

3.4. Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan, peneliti melakukan penyebaran kuesioner. Kuesioner ini digunakan untuk mendapatkan data primer. Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh organisasi atau perorangan langsung dari objeknya (Sekaran, 2003). Metode pengumpulan data penelitian ini, dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada konsumen LARISSA di Surakarta yang minimal melakukan tiga kali perawatan dalam tiga bulan terakhir (Juli – September 2010). Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari jawaban responden yang disebar melalui kuesioner.

3.5. Pengujian Instrumen Penelitian

Dalam melakukan penelitian, suatu instrumen penelitian/kuesioner harus diuji terlebih dahulu baik validitas maupun reliabilitasnya.

1. Uji Validitas. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2005). Validitas merupakan kemampuan dari sebuah indikator variabel untuk mengukur secara akurat konsep yang dipelajari (Hair *et al*, 1998). Suatu kuesioner dikatakan valid atau sah jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2005). Untuk uji validitas akan digunakan *Confirmatory Factor Analysis* dengan bantuan *SPSS for windows* versi 11.5, di mana setiap item pertanyaan harus mempunyai *factor loading* $>0,50$ (Hair *et al.*, 1998).
2. Uji Reliabilitas. Reliabilitas adalah sebuah indikasi pada stabilitas dan konsistensi dengan konsep pengukuran instrumen dan membantu untuk menerima pengukuran yang lebih baik (Sekaran, 2006). Reliabilitas adalah sebuah penerimaan pada derajat yang konsisten antara pengukuran yang multipel pada sebuah variabel (Hair *et al*, 1998). Selain itu, reliabilitas menyangkut ketepatan alat ukur. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap suatu pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2005). Suatu variabel dikatakan *reliable* jika Cronbach Alpha (α) $> 0,60$ (Nunnally dalam Ghozali, 2005). Hal serupa juga dikemukakan oleh Hair *et al* (1998), bahwa data dapat dikatakan *reliable* jika Cronbach Alpha (α) di atas 0,60 atau 0,70.

3.6. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, analisis yang digunakan untuk mengetahui penerapan European Customer Satisfaction Index (ECSI) terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen adalah dengan menggunakan uji SEM. Dalam analisis SEM, Ada beberapa hal yang harus diperhatikan sebelum melakukan pengujian model struktural dengan pendekatan *two step approach* to SEM, yaitu :

1. Uji Normalitas. Normalitas dapat diuji dengan melihat gambar histogram data atau dapat diuji dengan metode-metode statistik (Ferdinand, 2005). Dalam Hair *et al* (1998) disebutkan SEM terutama bila diestimasi dengan *maximum likelihood estimation technique* mensyaratkan sebaiknya asumsi normalitas pada data dipenuhi. Nilai statistik untuk menguji normalitas disebut *z value* (*Critical Ratio* atau C.R pada output AMOS 6.0) dari ukuran skewness dan kurtosis sebaran data. Bila nilai C.R lebih besar dari nilai kritis maka dapat diduga bahwa distribusi data tidak normal. Nilai kritis untuk nilai skewness < 2 dan nilai kurtosis < 7 .
2. Uji Outliers. Outliers adalah observasi yang muncul dengan nilai-nilai ekstrim baik secara *univariate* dan *multivariate* yaitu yang muncul karena kombinasi karakteristik unik yang dimilikinya dan terlihat sangat jauh berbeda dari observasi-observasi lainnya (Ferdinand, 2005). Dalam

analisis *multivariate* adanya *outlier* dapat diuji dengan statistik *chi square* (χ^2) terhadap nilai *mahalanobis distance squared* pada tingkat signifikansi 0.001 dengan tingkat *degree of freedom* sejumlah pola yang digunakan dalam penelitian (Hair *et al.*, 1998).

3. Uji Hipotesis

a. Uji *Goodness-of-Fit* Model Struktural

- χ^2 - *Chi Square Statistic*. Mengukur *chi-square* (χ^2) *statistic* untuk memastikan bahwa tidak ada perbedaan antara matriks kovarian data sampel dan matriks kovarian populasi yang diestimasi. Nilai *chi-square* (χ^2) sangat sensitif terhadap besarnya sampel dan hanya sesuai untuk ukuran sampel antara 100 – 200. Jika lebih dari 200, maka *chi-square* (χ^2) *statistic* ini harus didampingi alat uji lainnya (Hair *et al.*; Tabachnick dan Fidell dalam Ferdinand, 2002). Model yang diuji akan dipandang baik bila nilai χ^2 -nya rendah dan diterima berdasarkan probabilitas dengan *cut-off value* sebesar $p > 0.05$ atau $p > 0.1$, sehingga perbedaan matriks aktual dan yang diperkirakan adalah tidak signifikan (Hair *et al.*; Hulland *et al.* dalam Ferdinand, 2005).
- RMSEA – *The Root Mean Square of Approximation*. RMSEA adalah sebuah indeks yang dapat digunakan untuk mengkompensasi *Chi Square Statistic* dalam sampel besar (Baumgartner dan Homburg dalam Ferdinand, 2005). RMSEA merupakan pengukuran lain yang mengusahakan tendensi pada *chi square* yang benar untuk ditolak pada beberapa model khusus dengan sampel besar (Hair *et al.*, 1998). Nilai RMSEA yang lebih kecil atau sama dengan 0.08 merupakan indeks untuk dapat diterimanya model yang menunjukkan sebuah *close fit* dari model itu berdasarkan *degree of freedom* (Browne dan Cudeck dalam Ferdinand, 2005).
- GFI – *Goodness of Fit Index*. Ferdinand (2005) dan Hair *et al* (1998) mengemukakan bahwa GFI merupakan sebuah ukuran non statistik yang mempunyai rentang nilai antara 0 (*poor fit*) dan 1 (*fit*). Nilai yang tinggi mengindikasikan fit yang lebih baik, tetapi ini tidak mutlak sebagai awal level penerimaan yang telah disusun (Hair *et al.*, 1998). GFI yang diharapkan sebesar ≥ 0.90 (Ferdinand, 2005).
- AGFI – *Adjusted Goodness of Fit Index*. Fit index ini dapat diadjust terhadap *degree of freedom* yang tersedia untuk menguji diterima atau tidaknya suatu model (Arbuckle dalam Ferdinand, 2005). AGFI merupakan penyesuaian rasio pada *degree of freedom* yang digambarkan model untuk *degree of*

- freedom* pada null model (Hair *et al*, 1998). Penerimaan level nilai adalah ≥ 90 (Hair *et al*, 1998).
- CMIN/DF – *Noermed Chi Square*. CMIN/DF pada umumnya dilaporkan oleh para peneliti sebagai salah satu indikator untuk mengukur tingkat *fit*-nya suatu model (Ferdinand, 2005). Nilai CMIN/DF < 2 atau < 3 adalah indikasi dari penerimaan *fit* antara model dan data (Arbuckle dalam Ferdinand, 2005).
 - TLI – *Tucker Lewis Index*. TLI merupakan evaluasi dari faktor analisis (Hair *et al*, 1998). TLI adalah sebuah alternatif *incremental index* yang membandingkan sebuah model yang diuji terhadap *baseline* model (Baumgartner dan Homborg dalam Ferdinand, 2005). Kombinasi pengukuran secara *parsimony* dalam indeks komparatif antara model yang diberikan dan null model menghasilkan jarak dari 0 sampai 1 (Hair *et al*, 1998). Nilai yang direkomendasikan adalah ≥ 0.90 (Hair *et al*, 1998).
 - CFI – *Comparative Fit Index*. Besaran indeks ini adalah pada rentang nilai sebesar 0 sampai 1, dimana semakin mendekati nilai 1 mengindikasikan tingkat fit paling tinggi (Arbuckle dalam Ferdinand, 2005). Nilai CFI yang direkomendasikan adalah ≥ 0.95 (Ferdinand, 2005).
- b. *Analisis Koefisien Jalur*. Analisis ini dilihat dari signifikansi besaran *regression weight* model. Kriteria bahwa jalur yang dianalisis signifikan adalah apabila memiliki nilai C.R. \geq nilai t tabel atau tingkat signifikansi (p) yang lebih kecil dari 5%.

4. Analisis Data Dan Pembahasan

4.1. Sejarah Singkat Obyek Penelitian

Berawal dari sebuah keinginan untuk memberikan pelayanan dibidang perawatan kulit & rambut yang aman, sehat dan tanpa efek samping maka pada tanggal 11 Juni 1984, R.Ngt.Poedji Lirnowati berbekal ilmu yang diperoleh dari Key Brown Beauty School di Los Angeles, USA dan juga beberapa perguruan tinggi khususnya dibidang ilmu kosmetologi di Jerman, Perancis, Jepang, Hongkong, Singapore, mendirikan Larissa Beauty Salon.

4.2. Analisis Deskriptif

Pada penelitian ini kuesioner yang disebarakan adalah sebanyak 200 kuesioner. Jumlah kuesioner yang bisa dikumpulkan kembali oleh peneliti adalah sejumlah 177 kuesioner (*respon rate* 88,5 %) dan tidak ada kuesioner yang rusak. Jumlah sampel data yang terkumpul telah memenuhi ukuran sampel minimum yang disyaratkan, yaitu 5 kali indikator yang digunakan (27 indikator) sehingga didapat sampel minimum sebesar 135 responden.

Gambaran umum tentang responden diperoleh dari data diri yang terdapat dalam kuesioner pada bagian identitas responden yang meliputi usia, jenis kelamin dan pekerjaan dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia Sumber: Data primer yang diolah, 2010

Usia (Tahun)	Frekuensi	Persentase (%)
15 – 24	57	32,2
25 – 34	71	40,1
35 – 44	37	20,9
45 – 54	12	6,8
Jumlah	177	100

Berdasarkan di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berusia antara 25 tahun sampai dengan 34 tahun.

Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Sumber: Data primer yang diolah, 2010.

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Pria	38	21,5
Wanita	139	78,5
Jumlah	177	100

Berdasarkan Tabel IV.2 dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh wanita.

Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan Sumber: Data primer yang diolah, 2010

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Mahasiswa/Pelajar	53	29,9
Karyawan Swasta	61	34,5
Wiraswasta	17	9,6
PNS	33	18,6

Lain – lain	13	7,3
Jumlah	177	100

Berdasarkan Tabel IV.3 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden mempunyai pekerjaan sebagai karyawan swasta.

4.3. Uji Validitas

Uji Validitas menunjukkan seberapa nyata suatu pengujian mengukur apa yang seharusnya diukur (Jogiyanto, 2004). Dalam penelitian ini teknik analisis yang dipakai dengan menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA), dengan bantuan paket perangkat lunak program *SPSS 11.5 for Windows*.

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.815
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1648.901
	df	351
	Sig.	.000

Tabel IV.4, menunjukkan nilai *KMO Measure of Sampling Adequacy* (MSA) dalam penelitian ini sebesar 0,815. Karena nilai MSA di atas 0,5 serta nilai *Barlett test* dengan *Chi-squares* = 1648,901 dan signifikan pada 0,000 dapat disimpulkan bahwa uji analisis faktor dapat dilanjutkan.

Berdasarkan Tabel IV.5 hasil uji validitas dengan jumlah 177 responden, terlihat *rotated component matriks* telah tereksrak sempurna semua (*loading factor* > 0,50). Hasil uji validitas dalam penelitian ini adalah dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Rotated Component Matrix

	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
IM1				.702			
IM2				.702			
IM3				.654			
IM4				.705			
KF1						.652	
KF2						.677	
KF3						.751	
KF4						.736	
KT1		.664					
KT2		.751					
KT3		.720					
KT4		.694					
P1							.566
P2							.672
P3							.714
PV1					.755		
PV2					.537		
PV3					.686		
PV4					.601		
S1			.581				
S2			.791				
S3			.700				
S4			.810				
L1	.791						
L2	.831						
L3	.687						
L4	.699						

4.4. Uji Reliabilitas

Untuk mengukur reliabilitas dari instrument penelitian ini dilakukan dengan menggunakan koefisien *Cronbach Alpha*. Dari hasil pengujian reliabilitas variabel dengan menggunakan bantuan program *SPSS 11.5 for Windows* didapatkan nilai *Cronbach Alpha* masing-masing variabel sebagai berikut:

Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>
Citra (IM)	0,7366
Kualitas teknis (KT)	0,7404
Kualitas fungsional (KF)	0,7155
Harga (P)	0,7181
Persepsi nilai (PV)	0,7559

Kepuasan (S)	0,7628
Loyalitas (L)	0,7783

Dari Tabel IV.6 dapat dilihat bahwa semua instrumen dinyatakan reliabel karena mempunyai nilai *cronbach's alpha* > 0,60.

4.5. Uji Asumsi Model

1. Normalitas Data. Normalitas *univariate* dan *multivariate* terhadap data yang digunakan dalam analisis ini diuji dengan menggunakan AMOS 6.01. Hasilnya adalah seperti yang disajikan dalam Tabel IV.7 berikut ini:

Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
l4	2.000	5.000	-.332	-1.805	-.188	-.512
l3	2.000	5.000	-.321	-1.743	-.412	-1.119
l2	2.000	5.000	-.282	-1.531	.051	.137
l1	2.000	5.000	-.362	-1.964	.262	.712
s1	2.000	5.000	-.305	-1.657	-.002	-.006
s2	2.000	5.000	-.083	-.451	-.081	-.219
s3	2.000	5.000	-.085	-.460	-.354	-.960
s4	2.000	5.000	-.074	-.404	-.043	-.116
pv4	3.000	5.000	.063	.344	-.375	-1.020
pv3	2.000	5.000	-.191	-1.038	.055	.150
pv2	2.000	5.000	-.236	-1.284	-.108	-.293
pv1	2.000	5.000	.216	1.172	-.564	-1.531
kf1	2.000	5.000	-.530	-2.877	.150	.408
kf2	2.000	5.000	-.175	-.948	-.136	-.368
kf3	2.000	5.000	-.492	-2.671	-.560	-1.522
kf4	2.000	5.000	.062	.338	-.387	-1.051
p1	2.000	5.000	-.342	-1.857	.282	.767

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
p2	2.000	5.000	-.158	-.859	-.182	-.495
p3	2.000	5.000	-.161	-.873	-.254	-.691
kt1	2.000	5.000	-.059	-.318	-.250	-.678
kt2	2.000	5.000	-.357	-1.941	-.120	-.326
kt3	2.000	5.000	.252	1.371	-.696	-1.891
kt4	2.000	5.000	-.230	-1.247	-.499	-1.355
im4	2.000	5.000	-.516	-2.802	.450	1.221
im3	2.000	5.000	-.358	-1.943	-.007	-.019
im2	2.000	5.000	-.418	-2.272	-.071	-.192
im1	2.000	5.000	-.505	-2.743	.239	.648
Multivariate					25.622	4.307

Tabel IV.7 menunjukkan hasil pengujian normalitas data dalam penelitian ini, evaluasi normalitas diidentifikasi baik secara *univariate* maupun *multivariate*. Secara *univariate* untuk nilai-nilai dalam C.r *skewness*, ada 5 item pernyataan menunjukkan nilai > 2 . Sedangkan untuk nilai-nilai dalam C.r *kurtosis*, semua item pertanyaan menunjukkan nilai < 7 . Dengan demikian secara *univariate* tidak terdistribusi secara normal.

Nilai yang tertera di pojok kanan bawah pada Tabel IV.7 menandakan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi normal secara *multivariate* dengan nilai C.r kurtosis 4,307. Analisis terhadap data tidak normal dapat mengakibatkan pembiasan interpretasi karena nilai *chi-square* hasil analisis cenderung meningkat sehingga nilai *probability level* akan mengecil. Menurut Hair *et al.* (1998: 71) ukuran sampel yang besar cenderung untuk mengurangi efek yang merugikan dari non-normalitas data yang akan dianalisis. Disamping itu, teknik *Maximum Likelihood Estimates* (MLE) yang digunakan dalam penelitian ini tidak terlalu terpengaruh (*robust*) terhadap data yang tidak normal (Ghozali dan Fuad, 2005: 35-36) sehingga analisis selanjutnya dilakukan.

2. Evaluasi Outliers. Uji terhadap *multivariate outliers* dilakukan dengan menggunakan kriteria Jarak Mahalanobis pada tingkat $p < 0,001$. Jarak Mahalanobis itu dievaluasi dengan menggunakan χ^2 pada derajat bebas sebesar jumlah variabel indikator yang

digunakan dalam penelitian (Ferdinand, 2002: 103). Jika dalam penelitian ini digunakan 27 variabel indikator, semua kasus yang mempunyai Jarak Mahalanobis lebih besar dari $\chi^2 (27, 0.001) = 55,476$ adalah *multivariate outlier*. Tabel IV.8 berikut menyajikan hasil evaluasi Jarak Mahalanobis.

Tabel 4.6 Jarak Mahalanobis Data Penelitian Sumber: Data primer yang diolah, 2010.

Nomor Observasi	Jarak Mahalanobis	Jarak Mahalanobis Kritis (27, 0.001)
25	48,535	55,476
164	48,388	
26	47,903	
.	.	
.	.	
.	.	
170	24,843	

Tabel IV.8 menunjukkan bahwa tidak ada outlier, karena semua observasi memiliki jarak mahalanobis $< 55,476$. Hal ini mengindikasikan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan dalam kuesioner relatif sama.

4.6. Uji Hipotesis

Teknik pengujian hipotesis digunakan untuk menguji hipotesis dan menghasilkan suatu model yang baik. Untuk mengujinya digunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan program AMOS 6.01.

1. Analisis Kesesuaian Model (*Goodness-of-Fit*). Evaluasi nilai *goodness-of-fit* dari model penelitian yang diajukan dapat dilihat pada Tabel IV.9 berikut ini:

Tabel 4.7 Hasil Goodness-of-Fit Model Sumber : Data primer yang diolah, 2010.

<i>Goodness-of-fit Indices</i>	<i>Cut-off Value</i>	Hasil	Evaluasi Model
<i>Chi-Square</i> (χ^2)	Diharapkan kecil	368,957	-----
<i>Significance Probability</i> (<i>p</i>)	$\geq 0,05$	0,015	Belum Memenuhi
<i>CMIN/DF</i>	$\leq 2,0$	1,183	Baik
<i>GFI</i>	$\geq 0,9$	0,872	Marginal

AGFI	$\geq 0,9$	0,845	Marginal
TLI	$\geq 0,9$	0,954	Baik
CFI	$\geq 0,9$	0,959	Baik
RMSEA	$\leq 0,08$	0,032	Baik

Tabel IV.9 menjelaskan hasil *goodness of fit* dari model penelitian yang dilakukan. Dalam pengujian ini nilai *chi-square* menghasilkan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 dengan nilai *chi-square* sebesar 368,957 menunjukkan bahwa *chi-square* belum memenuhi. *Chi-Square* sangat sensitif terhadap ukuran sampel, sehingga diperlukan indikator-indikator lainnya untuk menghasilkan suatu justifikasi yang pasti mengenai model fit (Ghozali dan Fuad, 2005: 30). Nilai CMIN/DF, TLI, CFI dan RMSEA dalam model penelitian ini menunjukkan tingkat kesesuaian yang baik. Sedangkan nilai GFI dan AGFI menunjukkan tingkat kesesuaian yang marginal. Secara keseluruhan pengukuran *goodness of fit* tersebut mengindikasikan bahwa model yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima.

- 2. Analisis Koefisien Jalur.** Analisis ini dilihat dari signifikansi besaran *regression weight* model yang dapat dilihat pada Tabel IV.10 berikut ini:

Tabel 4.8 Regression Weights Sumber: Data primer yang diolah, 2010

Regression Weights	Estimate	C.R.	P
Persepsi nilai ← Citra	0,234	2,212	0,027
Persepsi nilai ← Kualitas Teknis	0,174	2,003	0,045
Persepsi nilai ← Kualitas Fungsional	0,148	2,060	0,039
Persepsi nilai ← Harga	0,351	2,098	0,036
Kepuasan ← Persepsi nilai	0,309	2,779	0,005
Loyalitas ← Kepuasan	0,524	5,196	0,000

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semua jalur yang dianalisis signifikan pada tingkat signifikansi 5%.

5. Pembahasan

5.1. Hasil Penemuan Pertama

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel IV.10 didapatkan hasil nilai C.R. citra terhadap persepsi nilai adalah sebesar 2,212 dengan tingkat signifikansi $p < 0,05$, maka menunjukkan bahwa **hipotesis 1 didukung**. Artinya secara statistik dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini citra berpengaruh positif pada persepsi nilai. Semakin baik citra suatu perusahaan maka persepsi nilai terhadap perusahaan tersebut juga akan semakin baik.

5.2. Hasil Penemuan Kedua

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel IV.10 didapatkan hasil nilai C.R. kualitas teknis pada persepsi nilai adalah sebesar 2,003 dengan tingkat signifikansi $p < 0,05$, maka menunjukkan bahwa **hipotesis 2 didukung**. Artinya secara statistik dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini kualitas teknis berpengaruh positif pada persepsi nilai. Semakin baik kualitas teknis yang dirasakan konsumen maka semakin baik pula persepsi nilai konsumen terhadap suatu produk.

5.3. Hasil Penemuan Ketiga

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel IV.10 didapatkan hasil nilai C.R. kualitas fungsional pada persepsi nilai adalah sebesar 2,060 dengan tingkat signifikansi $p < 0,05$, maka menunjukkan bahwa **hipotesis 3 didukung**. Artinya secara statistik dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini kualitas fungsional berpengaruh positif pada persepsi nilai. Semakin baik kualitas fungsional yang dirasakan konsumen maka semakin baik pula persepsi nilai konsumen terhadap suatu produk.

5.4. Hasil Penemuan Keempat

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel IV.10 didapatkan hasil nilai C.R. harga pada persepsi nilai adalah sebesar 2,098 dengan tingkat signifikansi $p < 0,05$, maka menunjukkan bahwa **hipotesis 4 didukung**. Artinya secara statistik dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini harga berpengaruh positif terhadap persepsi nilai. Semakin tinggi harga maka semakin tinggi pula persepsi nilai yang terbentuk.

5.5. Hasil Penemuan Kelima

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel IV.10 didapatkan hasil nilai C.R. persepsi nilai pada kepuasan konsumen adalah sebesar 2,779 dengan tingkat signifikansi $p < 0,05$, maka menunjukkan bahwa **hipotesis 5 didukung**. Artinya secara statistik dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini persepsi nilai berpengaruh positif pada kepuasan konsumen. Semakin tinggi persepsi nilai maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen akan suatu produk.

5.6. Hasil Penemuan Keenam

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel IV.10 didapatkan hasil nilai C.R. kepuasan konsumen pada loyalitas konsumen adalah sebesar 5,196 dengan tingkat signifikansi $p < 0,05$, maka menunjukkan bahwa **hipotesis 6 didukung**. Artinya secara statistik dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini kepuasan konsumen berpengaruh positif pada loyalitas konsumen. Semakin konsumen puas akan suatu produk maka konsumen akan semakin loyal pada produk tersebut.

6. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah penulis uraikan pada bab IV dengan menggunakan metode analisis *structural equation modeling* (SEM), dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Citra (Image) memiliki pengaruh positif pada persepsi nilai.
2. Kualitas teknis memiliki pengaruh positif pada persepsi nilai.
3. Kualitas fungsional memiliki pengaruh positif pada persepsi nilai.
4. Harga memiliki pengaruh positif pada persepsi nilai.
5. Persepsi nilai memiliki pengaruh positif pada kepuasan konsumen.
6. Kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif pada loyalitas konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Ball, et al. 2004. "The role of communication and trust in explaining customer loyalty", *European Journal of Marketing* Vol. 38 No. 9/10, 2004
- Bebko, C.P. 2000. "Service Intangibility and its Impact on Customer Expectations of Service Quality". *Journal of Marketing*, Vol.14,pp.9-26.
- Chitty, et al. 2007. "An application of the ECSI model as a predictor of satisfaction and loyalty for backpacker hostels", *Marketing Intelligence & Planning* Vol. 25 No. 6
- Ciavolino, Dahlgard, 2007. "Customer Satisfaction Modeling And Analysis". *Total Quality Management* Vol. 18, No. 5, 545-554.
- Cooper, Donald. R., and Pamela S. Schindler. 2006 "Business Research Methods". New York : Mc Grow Hill, ninth edition.
- Djarwanto, P.S. 1998. "Statistik Sosial Ekonomi". Yogyakarta : BPFE UGM
- Djarwanto, P.S. dan Pangestu Subagyo. 1996. "Statistik Induktif". Yogyakarta. BPFE
- Dharmesta, Basu. S. 1999. "Azas Azas Marketing". Yogyakarta : Liberty
- Dharmesta dan Darsono, 2005, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua, Yogyakarta :Liberty
- Engel, et al. 1990. "Customer Behavior", ed 8th., Orindo : the Dryden Press.
- Evans, Jael. R dan Laskin Richard L. 1994. "The Relationship Marketing Proses ; A Conceptualization and Aplication". *Industrial Marketing Management*, Vol. 10(2), p.439-452.
- Farida dan Vika, 2003. "Psikografis pemburu kecantikan" <http://www.swa.co.id>. (kamis, 28 Mei 2003)
- Ferdinand, Agusty. 2002. "Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen". Edisi 2. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- 2005. "Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen". Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2005. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J.F. Jr., et al. 1998. "Multivariate Data Analysis". Upper Saddle River. New Jersey : Prentice-Hall, Inc.
- Howard A John and Sheth N Jaddish, 1969, *The Theory of Buying Behavior*, John Wiley& Sons, Inc. New York.
- Jogiyanto. 2004. "Metodologi Penelitian Bisnis". Yogyakarta : BPFE.
- Kandampully, J & Suhartanto. 2000. "Customer loyalty in the hotel industry: the role of customer satisfaction and image". *International journal of contemporary hospitality management*. Vol 12, Number 6, 2000 , pp. 346-351(6)

- Kandampully, J. & Hu, H. 2007 Do hoteliers need to manage image to retain loyal customer?. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(6), 435-443
- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management*. The Millennium Edition.....New jersey : prentice-hall international. Inc.
- 2003. *Marketing Management* .11th ed. Upper Saddle River. New Jersey : Prentice-Hall, Inc
- Lai et al, 2009. "How quality, value, image, and satisfaction create loyalty at a Chinese telecom" *Journal of Business Research* 62 (2009) 980–986.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*. Edisi 1. Jakarta : Salemba Empat.
- Matzler et al, 2005. "significance, satisfaction and suggestions for further research perspectives from Germany, Austria and Switzerland" *Methods and concepts in management*. Vol 14.
- McDougall and Levesque, 2000. "Customer satisfaction with services: putting perceived value into the equation". *Journal of services marketing*, vol. 14 no. 5 2000, pp. 392-410. MCB University Press.
- Monroe, K.R. (1990). *Pricing marketing provitable decision second edition*. New York: McGraw-Hill Publishing Company.
- Pepadri.Isman. 2002. "Pricing is the moment of truth, all marketing comes to focus in the pricing decision". *Usahawan* No.10 th.XXXI Oktober.
- Sekaran, Uma. 2003. *Research Method for Business ; A Skill Building Approach*. Edisi 4. New York. John Willy and Sons, Inc.
- Sharma, N. and P.G. Patterson. 1999. "The Impact of Communication Effectiveness and Service Quality on Relationship Commitment in Consumer, Professional Service", *Journal of Servive Marketing*, Vol.13, pp.151-164
- Sutojo, Siswanto 2004. *Membangun Citra Perusahaan, sebuah sarana penunjang Keberhasilan*. Penerbit PT. Damar Mulia Pustaka Jakarta.
- Sweeney et al, 1997. "Retail service quality and perceived value" *Journal of Retailing and Consumer Services* Vol. 4, No. 1, pp. 39-8.
- Thurau,T. 2002. *Understanding relationship marketing outcomes: an integration of relationship benefits and relationship quality*. *Journal of Services Research*. No 3,p.230-247.
- Tjiptono, Fandy. 1996. "Manajemen Jasa". Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Yasmin, 2010. "kecantikan yang alami". <http://www.wikipedia.com>
- Zeithaml, V. 1998. "Consumer Perceptions of Price, Quality and Value : Means-end Model and Synthesis of Evidence". *Journal of Marketing*. 52(3). 2-21.

KUALITAS PELAYANAN (SERVICE QUALITY) DAN PENGARUH HARGA (PRICE) TERHADAP KEPUASAN PASIEN RAWAT INAP DI RSU DR MOEWARDI SURAKARTA

Muh Amin Choiri Setiyanto
Universitas Nahdlatul Ulama Surakarta

Abstract

The purpose of the research is to examine the influence of the price and service quality to consumer's satisfaction at RSU Dr. Moerwadi Surakarta. The result of the research indicate that the price and service quality are together have significant effect toward consumer's satisfaction. The result also indicates that price have more dominant and significant effect than service quality towards consumer's satisfaction at RSU Dr. Moerwadi Surakarta.

Keywords: satisfaction, price, and service quality

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Jasa harus dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen karena yang ditawarkan pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Kegiatan jasa tidaklah terlepas dari produsen dan konsumen itu sendiri, jasa yang diberikan oleh produsen kepada konsumen akan bermanfaat apabila jasa yang diberikan dapat sampai kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhannya.

Masyarakat, sebagai konsumen, tentu selalu mengharapkan adanya pelayanan yang baik dalam usaha memenuhi kebutuhan dan keinginannya, dengan berkembangnya ekonomi, teknologi dan daya pikir masyarakat konsumen pasti menyadari bahwa diri ini mempunyai hak untuk mendapatkan pelayanan yang baik serta biaya yang dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan harus sesuai dengan yang diharapkan, sehingga dalam rangka pemenuhan kebutuhan dan keinginan tersebut harus diiringi oleh tingkat kepuasan.

Perusahaan jasa rumah sakit adalah salah satu bidang jasa yang tidak terpisahkan dari pengelolaan kegiatan pemasaran, tujuan utama dari diterapkannya pendekatan pemasaran jasa pada rumah sakit adalah untuk memuaskan pasiennya. Tujuan tersebut dapat terwujud apabila pelayanan yang diberikan lebih dari apa yang diharapkan oleh pasien.

Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan salah satunya adalah faktor harga. Harga merupakan aspek penting, namun yang

terpenting adalah kualitas pelayanan guna mencapai kepuasan pasien. Meskipun demikian elemen ini mempengaruhi pasien dari segi biaya yang dikeluarkan, biasanya semakin mahal harga perawatan maka pasien mempunyai harapan yang lebih besar.

RSU Dr. Moerwadi Surakarta merupakan salah satu rumah sakit yang menawarkan jasa kesehatan yang berkualitas disertai dengan harga yang bersaing. Harga yang ditawarkan oleh RSU Dr. Moerwadi Surakarta sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan sehingga pengguna jasa kesehatan di rumah sakit ini mendapat suatu kepuasan. Hal ini tampak dari jumlah pasien yang semakin meningkat setiap tahunnya.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut: "Apakah faktor harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien rawat inap di RSU Dr. Moerwadi Surakarta?"

1.3. Hipotesis

Berdasarkan latar belakang masalah dan kerangka konseptual yang telah dipaparkan maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut: "Faktor harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien rawat inap di RSU Dr. Moerwadi Surakarta".

1.4. Pembatasan Masalah

Adapun batasan operasional dalam penelitian ini adalah membahas pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien rawat inap di RSU Dr. Moerwadi Surakarta.

1.5. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga (Price) dan kualitas pelayanan (Quality Service) terhadap kepuasan pasien rawat inap di RSU Dr. Moerwadi Surakarta.

2. Metode Penelitian

2.1. Definisi Operasional Variabel

Definisi variabel-variabel yang diteliti adalah sebagai berikut:

1. Variabel Independen (X1): Harga. Harga merupakan sesuatu yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa.

2. Variabel Independen (X₂): Kualitas Pelayanan. Kualitas pelayanan adalah keseluruhan karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kepuasan pelanggan
3. Variabel Dependen (Y): Kepuasan Pasien. Kepuasan merupakan tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan yang diharapkan.

2.2. Skala Pengukuran Variabel

Pengukuran pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien di RSUD Dr. Moerwadi Surakarta melalui skala Likert digunakan dengan lima tingkatan yang diberi skor sebagai berikut (Sugiyono, 2004:86):

1. Sangat setuju diberi skor lima
2. Setuju diberi skor empat
3. Ragu-ragu diberi skor tiga
4. Tidak setuju diberi skor dua
5. Sangat tidak setuju diberi skor satu.

2.3. Populasi dan Sampel

1. Populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah pasien rawat inap di Rumah Sakit Umum Dr. Moerwadi Surakarta selama waktu penelitian. Populasi ini termasuk jenis populasi tidak terbatas karena pengguna jasa (pasien) yang datang jumlahnya berbeda setiap hari.
2. Sampel. Menurut Supramono dan Haryanto (2003: 223) bila jumlah populasi tidak terbatas maka alternatif rumus yang digunakan adalah:

$$n = \frac{(Z^2 \alpha) \cdot (P \times Q)}{d^2}$$

3. Maka dapat dihitung jumlah sampel yang diambil dengan tingkat signifikansi 5% dan tingkat kesalahan 5% yaitu berjumlah 138 orang.

2.4. Metode Analisis Deskriptif

1. Analisis Deskriptif. Metode analisis deskriptif adalah metode penganalisaan yang dilakukan dengan cara menentukan data, mengumpulkan data, dan menginterpretasikan data sehingga dapat memberikan gambaran masalah yang dihadapi.
2. Analisis Kuantitatif

- Analisis Regresi Berganda. Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui besarnya hubungan dan pengaruh variabel independen (harga dan kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (kepuasan pasien).

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

Keterangan:

Y = Kepuasan pasien

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koef. regresi

X_1 = Harga

X_2 = Kualitas pelayanan

e = Standar error

- Uji Serempak (Uji F). Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji F dilakukan secara serentak untuk membuktikan hipotesis awal tentang pengaruh harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) sebagai variabel bebas, terhadap kepuasan pasien (Y) sebagai variabel terikat. Pengambilan keputusannya dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} . Bila F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas dalam model mempengaruhi variabel terikat.

Model hipotesis yang digunakan adalah:

$H_0: b_1=b_2=0$ artinya variabel bebas (X_1, X_2)

secara bersama-sama tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (Y)

$H_0: b_1 \neq b_2 \neq 0$ artinya variabel bebas (X_1, X_2) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (Y).

Nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} . Kriteria pengambilan keputusan, yaitu: H_0 diterima bila $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

H_0 ditolak bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

- Uji Secara Parsial (Uji-t). Yaitu sebagai uji signifikan individual. Uji ini menunjukkan bagaimana pengaruh dalam menerangkan variasi variabel terikat.

Bentuk pengujiannya adalah:

$$H_0: b_1 = 0$$

Artinya, suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen

$$H_0: b_1 \neq 0$$

Artinya, suatu variabel independen merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan:

H_0 diterima jika $t_{hit} < t_{tab}$ pada $\alpha = 5\%$

H_0 ditolak jika $t_{hit} > t_{tab}$ pada $\alpha = 5\%$

- Koefisien Determinasi (R_2). Pengujian kontribusi pengaruh dari variabel bebas (X_1, X_2) terhadap variabel tidak bebas (Y), dapat dilihat dari koefisien determinasi berganda (R_2) dimana $0 < R_2 < 1$. Hal ini menunjukkan jika R_2 semakin dekat dengan 1, maka pengaruh variabel bebas (X_1, X_2) terhadap variabel tidak bebas (Y) semakin kuat. Sebaliknya jika R_2 semakin dekat pada 0 maka pengaruh variabel bebas (X_1, X_2) terhadap variabel tidak bebas (Y) semakin lemah.

3. Hasil Dan Pembahasan

3.1. Pengujian Koefisien Determinasi (R_2)

Pengujian dengan menggunakan uji koefisien determinasi (R_2) atau Goodness of Fit Test, yaitu untuk melihat besarnya pengaruh variabel bebas yaitu harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pasien (Y). Nilainya adalah 0-1. Semakin mendekati nol berarti model tidak baik atau variasi model dalam menjelaskan dengan sangat terbatas, sebaliknya semakin mendekati satu maka suatu model akan semakin baik

Tabel 3.1 Pengujian Godness of Fit Model Summa

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.843	.710	.706	1.38683

a Predictors: (Constant), kualitas pelayanan, harga

b Dependent Variable: kepuasan

Tabel 1 menunjukkan angka Adjusted R Square (R_2) sebesar 0,710 berarti variabel independen yaitu harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) mampu menjelaskan sebesar 71% kepuasan pasien (Y).

3.2. Uji Secara Serempak/simultan (Uji F) atau ANOVA

Uji F menunjukkan apakah semua variabel bebas (X) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y).

Tabel 3.2 Uji Regresi Secara Bersama-sama (Uji-F) ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regressi	635.8	2	317.9	165.298	.000(a)
	Residual	259.6	135	1.92		
	Total	895.4	137			

a Predictors: (Constant), kualitas pelayanan, harga

b Dependent Variable: kepuasan

Tabel 2 memperlihatkan nilai F hitung adalah 165.298 dengan tingkat signifikansi 0,000. Sedangkan F tabel pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$) adalah 3,8. Oleh karena pada kedua perhitungan yaitu $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan tingkat signifikansi ($0,000 < 0,05$), menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen yaitu harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama adalah signifikan terhadap kepuasan pasien.

3.3. Uji Secara Parsial (Uji-t)

Uji-t digunakan untuk menentukan seberapa besar pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat secara individu.

Tabel 3.3 Uji Regresi secara Parsial (Uji-t) Coefficients(a)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1 (Constant)	-.950	1.230		-.772	.441
Harga	.659	.080	.522	8.197	.000
kualitaspe layanan	.115	.019	.395	6.198	.000

a Dependent Variable: kepuasan

Berdasarkan hasil uji-t maka diperoleh persamaan regresi:

$$Y = -0,950 + 0,659 X_1 + 0,115 X_2$$

Hasil penelitian pada Tabel 3 dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Variabel harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien, hal ini terlihat dari nilai signifikan $(0,000) < 0,05$ dan nilai t hitung $(8,197) > t$ tabel $(1,96)$ artinya jika ditingkatkan variabel harga sebesar satu satuan maka kepuasan pasien akan meningkat sebesar 0,659. Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkatnya harga maka pasien akan memiliki harapan lebih tinggi pula pada pelayanan yang ditawarkan. Apabila pelayanan yang ditawarkan oleh RSUD Deli sesuai dengan harapan pasien maka pasien mendapat suatu kepuasan
2. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien, hal ini terlihat dari nilai signifikan $(0,000) < 0,05$ dan nilai t hitung $(6,198) > t$ tabel $(1,96)$ artinya jika ditingkatkan variabel kualitas pelayanan sebesar satu satuan maka kepuasan pasien akan meningkat sebesar 0,115.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier terbukti bahwa hasil penelitian ini sangat mendukung penelitian yang dilakukan oleh Leksmana (2006), dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 51,8%. Namun pada penelitian ini, penulis juga meneliti variabel yang mempengaruhi kepuasan pasien selain variabel kualitas pelayanan yaitu variabel harga. Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan salah satunya adalah faktor harga. Harga merupakan aspek penting, namun yang terpenting adalah kualitas pelayanan guna mencapai kepuasan pasien (Tjiptono, 2005: 178). Berdasarkan hasil penelitian dapat dibuktikan bahwa variabel harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Bahkan berdasarkan penelitian ini, variabel harga lebih dominan dibanding variabel kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel

harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Harga yang ditawarkan oleh RSUD Deli dinilai sangat baik oleh pasien. Walaupun harga semakin meningkat tiap tahunnya namun pasien merasa puas terhadap harga yang ditawarkan oleh pihak RSUD Dr. Moerwadi Surakarta misalnya harga kamar, harga obat-obatan, honor dokter, dan harga jasa kesehatan lainnya. Hal ini dikarenakan harga yang semakin tinggi disesuaikan juga dengan pelayanannya sehingga pasien di RSUD Dr. Moerwadi Surakarta mendapatkan suatu kepuasan dan mereka tidak sensitif terhadap harga. Orang atau masyarakat akan terus menggunakan jasa kesehatan di RSUD Dr. Moerwadi Surakarta selama peningkatan harga disesuaikan juga dengan peningkatan pelayanannya.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien rawat inap di RSUD Dr. Moerwadi Surakarta. Harga dan kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh RSUD Dr. Moerwadi Surakarta dinilai sangat baik sehingga kepuasan pasien juga tercapai dengan baik.
2. Berdasarkan uji-t bahwa variabel harga adalah variabel yang paling dominan terhadap kepuasan pasien, hal ini menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan oleh RSUD Dr. Moerwadi Surakarta sesuai dengan pelayanan yang diberikan sehingga tercipta suatu kepuasan pasien.
3. Berdasarkan Koefisien Determinasi diketahui bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pasien.

DAFTAR PUSTAKA

- Ginting, Paham dan Syafrizal Helmi Situmorang. 2008. Analisis Data Penelitian. Medan: USU Press.
- Khotijah, Siti. 2004. Smart Strategy of Marketing. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Philip dan Amstrong. 2001. Dasar-Dasar Pemasaran Edisi IX. Jakarta: PT. Indeks.
- Lamb, Charles W., Hair, Joseph F., dan Mc Daniel. 2001. Pemasaran Buku I. Jakarta: Salemba Empat.
- Leksmana, Yhoga. 2006. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cabang Medan. Skripsi. Malang:
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran .Iasa. Jakarta: Salemba Empat.
- Nasution, M.N. 2004. Manajemen .Iasa Terpadu: Total Service Management. Bogor: PT. Ghalia Indonesia.
- Setiadi, Nugroho. 2013. Perilaku Konsumen. Jakarta: Kencana.
- Simamora, Bilson. 2003. Membongkar Kotak Hitam Konsumen. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Sugiyono. 2004. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta.
- Suharyadi dan Purwanto. 2004. Statistika untuk Ekonomi & Keuangan Modern. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Supramono dan Haryanto. 2003. Desain Proposal Penelitian Studi Pemasaran. Yogyakarta: Andi.
- Supranto, Johannes. 2001. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suryana. 2001. Kewirausahaan. Jakarta: Salemba Empat.
- Tjiptono, Fandy. 2011. Pemasaran .Iasa. Malang: Bayumedia Publishing.
- Gomes, Faustono Cardoso, 2003. Manajemen Sumber Daya Manusia, Andi Offset, Yogyakarta.
- Gozali, Imam, 2005. Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS, Edisi 1, Semarang.
- Griffin, Ricky W, 2006. Manajemen, Jilid 2, edisi tujuh, Erlangga, Jakarta.
- Hariandja, Marihot Effendi. Manajemen Sumber Daya Manusia, PT.Grasindo, Jakarta.
- Hasibuan, Malayu S.P, 2003. Manajemen Sumber Daya Manusia, Bumi Aksara, Jakarta.
- Kerlinger, Fred N, 2000. Azas-azas Penelitian, UGM University Press, Jogjakarta.
- Kreitner, Robert dan Angelo Kinicki, 2008. Perilaku Organisasi, Salemba Empat, Jakarta.

- Kuncoro, Mudrajat, 2003. *Metode Riset Untuk Ekonomi Bisnis*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Luthans, Fred, 2006. *Perilaku Organisasi*, Edisi Sepuluh, Penerbit Andy, Yogyakarta.
- Mathis, Robert L & John H. Jackson, 2002, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, jilid 2, Salemba Empat, Jakarta.
- Robbin, Stephen P dan Timothy A. Judge, *Prilaku Organisasi*, Prentice Hall, Jakarta
- Santoso, Singgih, 2004. *SPSS Statistik Parametrik*, Penerbit PT Elex media komputindo, Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Sugiyono, 2005. *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung.
- Yuli, Sri Budi Cantika. 2012, *Manajemen SDM*, UMM Press, Malang.

CONSUMER NEEDS (Kebutuhan - Kebutuhan Konsumen)

Lintang Pamugar Mukti Aji
Universitas Nahdlatul Ulama Surakarta

Abstrak

Di era globalisasi dan pasar bebas, berbagai jenis barang dan jasa dengan ratusan bahkan ribuan merek akan banyak membanjiri pasar-pasar di negara kita. Persaingan antar merk setiap produk akan semakin tajam dalam merebut konsumen. Untuk dapat mengenal, menciptakan dan mempertahankan pelanggan ada banyak faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dan proses pengambilan keputusannya dalam pembelian suatu barang.

Untuk mengetahui dan mengenali konsumen, biasanya produsen melakukan pemetaan untuk mengetahui perilaku konsumen. Motivasi konsumen erat kaitannya dengan yang namanya “*keinginan*”. Tidak perlu bingung dan berdebat panjang memahami mana yang berupa “*keinginan*” dan mana yang berupa “*kebutuhan*” konsumen. Sebab keduanya meski berbeda, namun yang jelas, keduanya mendorong terjadinya pembelian oleh konsumen.

Dalam hal motivasi pembelian produk, konsumen memiliki kebutuhan akan pengakuan, penghargaan, atau rasa memiliki. Selain itu, persepsi konsumen terhadap kualitas suatu produk juga mungkin akan memberikan kepuasan kepada pelanggan yang kemudian menciptakan minat bagi pelanggan untuk melakukan pembelian ulang (*loyalitas*) produk tersebut.

Kata kunci : kebutuhan - kebutuhan konsumen (types of consumer needs), perilaku konsumen

1. Pendahuluan

Semua perusahaan pasti menginginkan dalam akhir proses perjalanannya memperoleh laba yang maksimal. Dengan laba yang maksimal maka perusahaan akan dapat mempertahankan eksistensinya di masa depan atau kelangsungan hidupnya terjamin. Sebuah perusahaan dikatakan berhasil atau sukses manakala perusahaan itu bisa memperoleh laba maksimal dan dalam penjualan produknya bisa menjual produk dengan target maksimal. Sebelum itu semua terjadi pada sebuah Perusahaan maka pihak perusahaan (produsen) harus memahami produk apa yang bisa menarik minat konsumen sehingga konsumen mau membeli produk yang dibuat oleh perusahaan (produsen) tersebut.

2. Pembahasan

Produsen atau perusahaan pasti ingin produknya laku terjual dengan laris oleh karena itu produsen atau perusahaan harus mengerti atau mengetahui pola perilaku konsumen pada saat ini seperti apa. Sebelum masuk lebih jauh mengenai *consumer needs* (kebutuhan konsumen) kita harus terlebih dahulu mengetahui arti dari perilaku konsumen. Pengertian **perilaku** dapat dibatasi sebagai keadaan jiwa untuk berpendapat, berfikir, bersikap, dan lain sebagainya yang merupakan refleksi dari berbagai macam aspek, baik fisik maupun non fisik.

Perilaku diartikan sebagai suatu reaksi psikis seseorang terhadap lingkungannya, reaksi yang dimaksud digolongkan menjadi 2, yakni dalam bentuk pasif (tanpa tindakan nyata atau konkrit), dan dalam bentuk aktif (dengan tindakan konkrit). Sedangkan dalam pengertian umum perilaku **adalah** segala perbuatan atau tindakan yang dilakukan oleh makhluk hidup (Soekidjo Notoatmodjo, 1987:1).

Konsumen menurut Philip Kotler (2001:247) dalam bukunya *Principles of Marketing* adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi pribadi. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Perilaku konsumen adalah *studi mengenai individu, kelompok atau organisasi dan proses-proses yang dilakukan dalam memilih, menentukan, mendapatkan, menggunakan, dan menghentikan pemakaian produk, jasa, pengalaman, atau ide untuk memuaskan kebutuhan serta dampak proses-proses tersebut terhadap konsumen dan masyarakat* (Hawkins, Best & Coney, 2001:7). Sedangkan menurut Blackwell, Miniard, & Engel (2001:253) perilaku konsumen adalah aktivitas seseorang saat mendapatkan, mengkonsumsi, dan membuang barang atau jasa.

Dalam ilmu ekonomi, perilaku konsumen merupakan hal yang penting untuk dipelajari. Kita bisa melihat ke sekitar kita bahwa begitu banyak konsumen yang sangat loyal terhadap suatu produk, namun ada juga konsumen yang tidak loyal pada merek tertentu. Asal fungsinya sama, mereka akan menggunakannya. Konsumen yang loyal terhadap suatu produk tertentu biasanya ia telah mempunyai persepsi dan ekspektasi terhadap produk tersebut.

Konsumen yang loyal terhadap suatu produk tertentu pasti mengetahui atau mengenal produk tersebut dengan baik dan sempurna. Pengetahuan konsumen adalah informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan

fungainya sebagai konsumen. Pengetahuan konsumen yang baik dan sempurna terhadap produk itulah yang menyebabkan konsumen loyal. Menurut James F. Engel. dkk. dalam bukunya "*Consumer Behaviour*" (2001:253) pengetahuan konsumen adalah segala macam informasi yang tersimpan dalam ingatan (alam bawah sadar) konsumen yang relevan terhadap pembelian produk dan konsumsi produk. Sebagai contohnya kalau kita ditanya tentang merek **pasta gigi** yang terkenal di Indonesia pasti kita akan menjawab **Pepsodent** atau pada saat menyebut **pompa air** pasti kita akan menyebut **Sanyo**. Bahkan kejadian yang paling ekstrem pada saat kita bertanya pada seseorang, "kamu bawa **Kodak** tidak?". Padahal kita bukan bermaksud menyebut merek tapi alam bawah sadar kita otomatis langsung menuntun kita bertanya seperti itu.

James F. Engel. dkk. (2001:252-253) mengartikan motivasi konsumen sesuatu yang mengendalikan kepuasan antara psikologi dan kebutuhan psikologi terhadap pembelian produk dan konsumsi produk. Sedangkan Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dalam bukunya "*Marketing Management*" (2001) menjelaskan bahwa motivasi seseorang sangat berhubungan erat dengan perilakunya yang dipengaruhi oleh faktor - faktor kebudayaan, social dan pribadi. Selanjutnya faktor - faktor tersebut berpengaruh sangat besar dalam melatarbelakangi dan menentukan motivasinya untuk melakukan keputusan pembelian. Dari pengertian diatas bisa disimpulkan bahwa motivasi konsumen adalah keadaan didalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan - kegiatan guna mencapai suatu tujuan dalam keputusan pembelian.

Setelah produsen atau perusahaan mengerti atau mengetahui pola perilaku konsumen pada saat ini seperti apa maka produsen atau perusahaan harus bias menjawab salah satu pertanyaan yang paling fundamental. Salah satu dari pokok pertanyaan yang paling fundamental bahwa perusahaan harus menjawab tentang perilaku konsumen adalah "***Kenapa orang membeli produk kami?***". Untuk menjawab pertanyaan ini perusahaan atau produsen memerlukan pemahaman tentang motivasi konsumen. Motivasi konsumen menjadi arah untuk mencukupi kedua-duanya yaitu kebutuhan psikologis dan fisiologis sampai pembelian produk dan mengkonsumsinya.

Menerapkan konsepsi pemasaran dalam menyediakan produk yang mencukupi kebutuhan konsumen harus dimulai dengan suatu pemahaman dari apa kebutuhan-kebutuhannya. Sebagai produsen harus mengetahui motivasi utama dan pertimbangan apa orang membeli produknya. Motif - motif inilah yang sebetulnya membuat produk dari produsen (perusahaan) dibeli orang. Dengan kata lain kebutuhan - kebutuhan apa yang diinginkan oleh konsumen itu yang harus dimengerti dan dipahami oleh perusahaan atau produsen.

Beberapa abad yang lalu, para pemasar dan psikolog melakukan uji coba yaitu mengidentifikasi dan menggolongkan kebutuhan - kebutuhan manusia. Kadang - kadang kebutuhan tersebut digolongkan kedalam kategori yang sangat luas misalnya kebutuhan fungsional dengan kebutuhan yang *hedonic*. Sebagai contohnya yaitu kadang kadang daftar kebutuhan yang sangat rinci sudah kita buat tapi saat kita berbelanja kita sudah tidak mengacu lagi pada daftar itu. Beberapa kebutuhan - kebutuhan konsumen (*types of consumer needs*) menurut James F. Engel. dkk. (2001:253) adalah sebagai berikut :

2.1. Physiological Needs

Kebutuhan fisiologis adalah yang paling fundamental dari jenis kebutuhan konsumen. Tentu saja karena ketahanan hidup kita tergantung pada pemuasan kebutuhan ini yaitu kita harus mempunyai air dan makanan. Kebutuhan fisiologis melibatkan lebih dari apa yang kita makan dan minum tapi kita juga butuh istirahat atau tidur. Kebutuhan ini telah melahirkan banyak kategori produk, mencakup tempat tidur, kasur, tidur kantong, bantal, seprai dan berbagai macam alat alat untuk tidur lainnya. Kebutuhan seksual adalah juga bagian dari kebutuhan fisiologis kita.

Kebutuhan ini dinamakan juga kebutuhan dasar (*basic needs*) yang jika tidak dipenuhi dalam keadaan yang sangat ekstrim (misalnya kelaparan) bisa saja manusia yang bersangkutan kehilangan kendali atas perilakunya sendiri karena seluruh kapasitas manusia tersebut dikerahkan dan dipusatkan hanya untuk memenuhi kebutuhan dasarnya itu. Orang yang kelaparan bisa berbuat nekat hanya karena memenuhi keinginan untuk makan dengan jalan apa saja. Sebaliknya, jika kebutuhan dasar ini relatif sudah tercukupi, muncullah kebutuhan yang lebih tinggi yaitu kebutuhan akan rasa aman (*safety needs*).

2.2. Safety and Health Needs

Teroris, penjahat, pengemudi yang mabuk, penyakit, kegagalan pemakaian produk, dan kesalahan manusia bisa membahayakan keselamatan dan kesehatan kita. Kebutuhan akan keselamatan memotivasi pembelian senjata api dan alat perlindungan pribadi lain. Ketika kita menjadi lebih tua, kesehatan kita akan mulai memburuk. Sebagai konsekuensi, kebutuhan kesehatan orang yang lebih tua pada umumnya jauh lebih penting dibanding orang yang muda.

Jenis kebutuhan yang kedua ini berhubungan dengan jaminan keamanan, stabilitas, perlindungan, struktur, keteraturan, situasi yang bisa diperkirakan, bebas dari rasa takut dan cemas dan sebagainya. Karena adanya kebutuhan inilah maka manusia membuat peraturan, undang - undang, mengembangkan kepercayaan, membuat sistem, asuransi, pensiun

dan sebagainya. Sama halnya dengan *basic needs*, kalau *safety needs* ini terlalu lama dan terlalu banyak tidak terpenuhi, maka pandangan seseorang tentang dunianya bisa terpengaruh dan pada gilirannya pun perilakunya akan cenderung ke arah yang makin negatif.

2.3. The Needs for Love and Companionship

Umumnya, manusia adalah makhluk sosial. Misal ketika kita terdampar di suatu pulau yang sepi maka kita akan berbagi pulau itu dengan orang lain karena kebanyakan dari kita butuh apa yang dinamakan cinta dan persahabatan. Suatu arti dari lambang cinta dan persahabatan adalah bunga, permen dan kartu ucapan yang sering diberikan sebagai tanda dari kasih sayang untuk seseorang serta bisa berupa perhiasan dan permata. Kebutuhan akan persahabatan dan cinta bisa menjelaskan mengapa sebagian besar orang Eropa sangat banyak memiliki binatang kesayangan.

Setelah kebutuhan dasar dan rasa aman relatif dipenuhi, maka timbul kebutuhan untuk dimiliki dan dicintai. Setiap orang ingin mempunyai hubungan yang hangat dan akrab, bahkan mesra dengan orang lain. Ia ingin mencintai dan dicintai. Setiap orang ingin setia kawan dan butuh kesetiakawanan. Setiap orang ingin mempunyai kelompok sendiri, ingin punya "akar" dalam masyarakat. Setiap orang butuh menjadi bagian dalam sebuah keluarga, sebuah kampung, suatu marga dan sebagainya. Setiap orang yang tidak mempunyai keluarga akan merasa sebatang kara, sedangkan orang yang tidak sekolah dan tidak bekerja merasa dirinya pengangguran yang tidak berharga. Kondisi seperti ini akan menurunkan harga diri orang yang bersangkutan.

2.4. The Needs for Financial Resources and Security

Uang adalah alat yang mayoritas kita gunakan untuk memuaskan kebanyakan dari kebutuhan kita. Itu tidak bisa untuk membeli cinta tetapi itu pasti dapat membeli banyak hal-hal lain. Kebutuhan akan keamanan keuangan sangat penting bagi kita. Sepanjang kita hidup dan bekerja, keluarga besar akan menjaga kita. Tetapi bagaimana manakala kita tidak lagi disini?

Karena alasan inilah berjuta-juta konsumen, membutuhkan asuransi jiwa. Itu membuat puas kebutuhan kita untuk memastikan keamanan. Ini yang dikenali dengan industri asuransi. Makanya di Indonesia sekarang banyak macam dari asuransi baik yang berasal dari dalam negeri maupun dari luar negeri diantaranya asuransi kesehatan, asuransi jiwa, asuransi pendidikan, asuransi perjalanan, ada juga asuransi investasi, asuransi kesehatan karyawan, asuransi kesehatan anak, asuransi kecelakaan dan masih banyak lagi macam macam asuransi lainnya. Dengan banyaknya macam macam asuransi di Indonesia maka terciptalah peluang bisnis asuransi yang menjanjikan. Misalnya : Prudential, Asuransi

Umum Bumiputera, Asuransi Adira Dinamika, Asuransi Central Asia, Jiwasraya dan sebagainya.

2.5. The Needs for Pleasure

Walaupun beberapa orang hidup untuk pekerjaannya tapi tidak menutup kemungkinan menyenangkan. Tanpa kegembiraan dan kesenangan, hidup akan membosankan. Konsumen mencukupi kebutuhan mereka untuk kesenangan melalui banyak cara. Kadang-kadang kita mengkonsumsi makanan meskipun kita tidak merasakan lapar dikarenakan terpengaruh oleh iklan dan kita akan merasakan pengalaman saat makan makanan tersebut. Semisal kita sudah sering makan di restoran Pizza Hut tetapi setelah kita melihat iklan Pizza Hut di televisi yang menawarkan makanan dengan varian terbarunya pasti kita akan tergiur untuk mencobanya maka kita langsung pergi ke gerai Pizza Hut terdekat dan langsung mememesannya.

2.6. Social Image Needs

Apakah kamu mempedulikan apa yang kamu cintai dan apakah keluarga berpikir tentang kamu? Apakah kamu memperhatikan bagaimana kamu diterima oleh para temanmu? Hampir semua orang menginginkan hal itu. Kita ingin keluarga kita bangga pada kita. Kita ingin dilihat sebagai orang yang baik maka *image* atau harga diri kita sangat perlu kita jaga.

Ada dua macam kebutuhan akan harga diri. Pertama adalah kebutuhan - kebutuhan akan kekuatan, penguasaan, kompetensi, percaya diri dan kemandirian. Sedangkan yang kedua adalah kebutuhan akan penghargaan dari orang lain, status, ketenaran, dominasi, kebanggaan, dianggap penting dan apresiasi dari orang lain. Orang-orang yang terpenuhi kebutuhan harga dirinya akan tampil sebagai orang yang percaya diri, tidak tergantung pada orang lain dan selalu siap untuk berkembang terus untuk selanjutnya meraih kebutuhan yang tertinggi yaitu aktualisasi diri (*self actualization*).

2.7. The Needs to Possess

Roper Starch Worldwide, suatu perusahaan riset pemasaran mensurvei orang Amerika tentang pertimbangan mereka untuk "*hidup yang baik*" menjadi lebih dari 20 tahun. Di era 1970-an, orang menggambarkan hidup baik mencakup suatu pekerjaan tetap, sebuah rumah, suatu perkawinan yang baik dan pendidikan untuk anak-anak mereka. Pada saat sekarang ini daftar itu menjadi lebih panjang.

Sekarang daftar itu meliputi suatu kolam renang, perjalanan luar negeri, membeli mobil lagi, berlibur dengan seluruh keluarga dan memiliki uang (harta) yang banyak. Kebutuhan untuk memiliki adalah suatu karakteristik tanda dari masyarakat konsumen kita. Seperti direfleksikan oleh survei Starch kebutuhan itu selalu bertambah. Konsumen ingin kebutuhan

yang lebih. Apa yang sedang mengarahkan konsumen pada kebutuhan akan memiliki? Satu hal yaitu untuk *kenyamanan* apalagi pada era sekarang ini tak ada orang yang mau susah.

2.8. The Needs to Give

Kadang kadang kita memberi karena implikasinya untuk meningkatkan *sosial image* kita. Kita tidak ingin dilihat seperti murahan atau tidak digunakan, terutama manakala permintaan untuk suatu donasi datang dari seorang teman. Donasi yang besar melambangkan kekayaan dari penderma.

Kebutuhan untuk memberi adalah tidak terbatas pada uang. Itu juga meliputi produk yang diberikan kepada orang yang lain sebagai hadiah. Memberi hadiah adalah suatu bagian yang penting dari banyak perayaan atau pesta. Kalau di luar negeri atau sebagian besar Eropa mengenal perayaan *Valentine's Day, Mother's Day, Father's Day, and the Granddaddy* sampai pada perayaan *Christmas Day*. Hari ulang tahun, wisuda dan banyak perayaan lainnya juga salah satu kesempatan untuk memberikan sebuah hadiah.

Kadang kala kita merasakan butuh untuk memberi hadiah pada diri kita sendiri. Kita boleh melakukannya dalam wujud *self-gifts*. *Self-Gifts* adalah hal-hal yang kita beli atau lakukan sebagai cara penghargaan, menghibur atau memotivasi diri kita sendiri.

2.9. The Needs for Information

Pembuatan aneka pilihan alasan untuk membeli produk memerlukan informasi dan yang sedang diberitahukan memerlukan informasi yang lengkap. Pengambilan keputusan konsumen tergantung pada informasi internal (apa yang kamu ketahui) dan eksternal (apa yang kamu pelajari tentang pencarian dilingkungan). Itu semua ada pada konsumen ketika mereka membuat aneka pilihannya. Pembelian dan konsumsi dari banyak produk dapat dihubungkan dengan kebutuhan konsumen untuk informasi. Kebutuhan konsumen untuk informasi juga penting karena perannya didalam proses persuasi.

Konsumen yang akan membeli suatu produk *handphone* pasti akan mencari informasi tentang produk itu. Mulai dari mencari informasi tentang harga, produk sejenis, spesifikasinya dan seterusnya. "Barang yang membuat kita tak bisa *action* tanpanya" menjadi alasan utama untuk membeli.

2.10. The Needs for Variety

Menurut kebanyakan orang variasi adalah bumbu dalam hidup. Kebutuhan akan variasi sering menjadi fokus dalam memposisikan produk.

Orang ingin tak sama dengan yang lainnya. Orang ingin tampil beda. Baju yang dipakai kalau bisa hanya satu-satunya di dunia. Handphone yang dipakai merupakan produk terbaru yang belum dimiliki tetangga. Hasrat ingin berbeda ini pendorong kuat untuk membeli.

3. Motivational Conflict and Needs Priorities

Pelaksanaan satu kebutuhan sering datang atas biaya kebutuhan yang lain. Uang yang dibelanjakan untuk memuaskan satu kebutuhan meninggalkan lebih sedikit untuk sisanya. Waktu yang dialokasikan untuk satu kebutuhan berarti lebih sedikit waktu untuk pelaksanaan yang lain. *Tradeoffs* ini dalam kemampuan kita untuk mencukupi berbagai kebutuhan menyebabkan *konflik motivasional*.

Konflik motivasional dapat mengambil salah satu dari tiga format dasar. *Pendekatan konflik* terjadi manakala orang harus memutuskan antara dua atau lebih alternatif yang diinginkan (antara membeli mebel baru dan pergi berpetualang atau rekreasi). *Penghindaran konflik* melibatkan pemutusan antara dua atau lebih alternatif yang tidak diinginkan (antara membersihkan pekarangan dan membersihkan kolam) dan *kedua-duanya* terjadi ketika perilaku tersebut mempunyai konsekuensi positif dan hal negatif.

3.1. Motivational Intensity

Sampai sekarang kita sudah mengabaikan isu intensitas motivasional, yang merepresentasikan bagaimana konsumen betul-betul termotivasi untuk mencukupi kebutuhan tertentu. Kadang kadang pemenuhan suatu kebutuhan mendapatkan lebih dari semua itu. Pengenalan kebutuhan tergantung pada derajat tingkat pertentangan antara situasi seseorang sekarang (dimana kita sekarang) dan situasi ideal seseorang (di mana kita akan berada).

Keterlibatan dan intensitas motivasional adalah penting sebab mereka menentukan jumlah konsumen manakala berusaha untuk mencukupi kebutuhan mereka. Sebagai peningkatan keterlibatan dan intensitas, konsumen mencoba lebih keras untuk memenuhi kebutuhan mereka. Mereka menjadi lebih penuh perhatian pada informasi yang relevan. Mereka melakukan lebih dari berpikir dan menjawab dengan cara yang berbeda ke komunikasi *persuasive*.

Kalau produk atau jasa dari produsen (perusahaan) mampu mengeksplorasi motif-motif itu dan mampu mengkomunikasikannya secara tepat niscaya produk – produk tersebut akan diserbu pelanggan. Semakin banyak motif-motif tersebut masuk dalam unsur produk/jasa dan mampu mempromosikan dengan benar, dijamin produk - produk tersebut akan meledak di pasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Blackwell, Roger D., Miniard, Paul W., Engel, James F., 2001. *Consumer Behaviour*. 9th ed. Harcourt College Publishers London
- Hawkins, D., Best, R. and Coney, K., 2001, "*Consumer Behavior: Implications for Marketing Strategy*", United States of America: Richard D. Irwin Inc.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller, 2006, "*Marketing Management*", Twelfth Edition, Pearson Prentice Hall , New Jersey.
- Notoatmodjo, Soekidjo, 1987, *Kamus Psikologi*, Bandung: Pionir Jaya
- Philip Kotler, 2001, *Principles of Marketing*, European Edition, Prentice-Hall Europe

ISLAM MULTIKULTURAL: HIKMAH, TUJUAN, DAN KEANEKARAGAMAN DALAM ISLAM

Mujiburrahman

Universitas Nahdlatul Ulama Surakarta

Abstrak

Multikulturalisme merupakan tantangan utama yang dihadapi oleh agama-agama di dunia sekarang ini, mengingat setiap agama sesungguhnya muncul dari lingkungan keagamaan dan kebudayaan yang plural. Indonesia merupakan salah satu negara di dunia yang sangat prularis dan bahkan multikulturalis sebab negeri ini terdiri atas berbagai etnis, bahasa, agama, budaya, kultur dan lain sebagainya. Keragaman kultur tersebut dirumuskan dalam bentuk semboyan “Bhinneka Tunggal Ika” yang artinya sekalipun berbeda-beda tetapi tetap satu.

Secara sosio-historis, hadirnya Islam di Indonesia juga tidak bisa lepas dari konteks multikultural sebagaimana yang bisa dibaca dalam sejarah masuknya Islam ke Nusantara yang dibawa oleh Walisongo. Selanjutnya, menjadikan Islam multikultural sebagai topik atau wacana masih menarik dan perlu disebar-luaskan. Hal ini setidaknya karena tiga alasan. pertama, situasi dan kondisi konflik. Di tengah-tengah keadaan yang sering konflik, Islam multikultural menghendaki terwujudnya masyarakat Islam yang cinta damai, harmonis dan toleran. Karenanya, cita-cita untuk menciptakan dan mendorong terwujudnya situasi dan kondisi yang damai, tertib dan harmonis menjadi agenda penting bagi masyarakat dunia, termasuk Indonesia.

Kedua, realitas yang bhinneka. Ke-bhinneka-an agama, etnis, suku, dan bahasa menjadi keharusan untuk disikapi oleh semua pihak, terutama umat Islam di Indonesia. Sebab, tanggung jawab sosial bukan hanya ada pada pemerintah tapi juga umat beragama. Dengan lain kata, damai-konfliknya masyarakat juga bergantung pada kontribusi penciptaan suasana damai oleh umat beragama, termasuk kaum Muslimin di negeri ini. Robert N. Bellah, sosiolog agama dari Amerika Serikat, mengatakan bahwa melalui Nabi Muhammad SAW di Jazirah Arab, Islam telah menjadi peradaban multikultural yang amat besar, dahsyat dan mengagumkan hingga melampaui kebesaran negeri lahirnya Islam sendiri, yaitu Jazirah Arab. Pada konteks ini, toleransi dan sikap saling menghargai karena perbedaan agama, sebagaimana diungkap Wilfred Cantwell Smith, perlu terus dijaga dan dibudayakan.

Ketiga, norma agama. Sebagai sebuah ajaran luhur tentu agama menjadi dasar yang kuat bagi kaum agamawan pada umumnya untuk membuat kondisi agar tidak carut-marut. Dalam hal ini, tafsir agama diharapkan bukan semata-mata mendasarkan pada teks, tetapi juga konteks agar maksud teks bisa ditangkap sesuai makna zaman. Perdebatan antara aliran ta`aqqully yang mendasarkan pada kekuatan rasio/akal dan aliran ta`abbudy yang menyardankan pada aspek teks telah diwakili oleh dua

aliran besar, yaitu Mu`tazilah dan Asy`ariyah, bisa menjadi pelajaran masa lalu yang amat menarik.

Kata Kunci: Islam, Multikultural

Abstract

Multiculturalism is a major challenge faced by religions in today's world, given any real religion emerged from the religious and cultural plurality. Indonesia has one of the world's most multicultural prularis and even for the country consists of distinct ethnic, linguistic, religious, cultural, culture, and so forth. The diversity of culture is encapsulated in the motto "Unity in Diversity", which means even different but still one.

In the socio-historical, the presence of Islam in Indonesia can not be separated from a multicultural context as can be read in the history of Islam in the archipelago brought by Walisongo. Furthermore, making Islam multicultural topics or discourse is interesting and needs to be widely disseminated. This is at least three reasons. First, the circumstances of conflict. In the midst of circumstances that often conflict, multicultural Islam requires the establishment of the Islamic community who love peace, harmony and tolerance. Therefore, the goal to create and promote the establishment of the situation and the conditions of peace, order and harmony became an important agenda for the people of the world, including Indonesia.

Second, the reality that diversity. The religion's diversity, ethnic, ethnicity, and language becomes imperative to be addressed by all parties, especially the Muslim community in Indonesia. Therefore, social responsibility is not only on the government but also religious. In other words, peace-conflict societies also rely on contributions creation of a peaceful religious people, including the Muslims in this country. Robert N. Bellah, a sociologist of religion from the United States, said that through the Prophet Muhammad in Arabia, Islam has become a huge multicultural civilization, mighty and awesome to surpass the greatness of the country the birth of Islam, the Arabian Peninsula. In this context, tolerance and mutual respect for religious differences, as revealed Wilfred Cantwell Smith, needs to be maintained and cultivated.

Third, religious norms. As a noble teachings of religion would be a strong foundation for the clergy in general to create conditions so that no profanity. In this case, religious interpretations is not expected based solely on the text, but also the context of that text can be captured according mean age meaning. The debate between the flow ta`aqqully are based on the power ratio / reason and the flow of ta`abbudy which relies on aspects of the text has been represented by two streams, namely Mu`tazilah and Ash`ariyah, the lessons of the past can be very interesting.

Keywords: Islam, Multicultural

1. Pendahuluan

Multikulturalisme merupakan tantangan utama yang dihadapi oleh agama-agama di dunia sekarang ini, mengingat setiap agama sesungguhnya muncul dari lingkungan keagamaan dan kebudayaan yang plural. Indonesia merupakan salah satu negara di dunia yang sangat prularis dan bahkan multikulturalis sebab negeri ini terdiri atas berbagai etnis, bahasa, agama, budaya, kultur dan lain sebagainya. Keragaman kultur tersebut dirumuskan dalam bentuk semboyan “Bhinneka Tunggal Ika” yang artinya sekalipun berbeda-beda tetapi tetap satu.

Masyarakat yang multikulturalis sudah pasti memiliki budaya, aspirasi dan perbedaan-perbedaan yang beraneka ragam, namun mereka tetap sama, tidak ada yang merasa paling hebat atau paling kuat dari yang lain. Mereka juga memiliki hak dan kewajiban yang sama baik dalam bidang sosial maupun politik. Namun akibat dari perbedaan-perbedaan tersebut, tidak menutup kemungkinan atau bahkan sering menimbulkan pro dan kontra di antara sesama mereka, yang pada dapat menimbulkan terjadinya konflik baik antar etnis maupun antar agama.

Diantara factor pemicu konflik dalam multikulturalisme adalah perbedaan agama, sebab agama adalah merupakan sesuatu yang paling asasi dalam diri seseorang dan paling mudah menimbulkan gejolak emosional. Sejarah mencatat bahwa konflik-konflik yang terjadi di Indonesia pada dasarnya bukanlah disebabkan oleh agama saja, melainkan disebabkan oleh faktor-faktor sosial, ekonomi dan politik, namun agama dijadikan sebagai simbol bahkan sebagai motor penggerak untuk terjadinya konflik antar umat beragama.

2. Islam dan Multikulturalisme

2.1. Pengertian

Kata kebudayaan berasal dari sansekerta, *budhaiyah* ialah berntuk jamak dari *buddhi* yang berarti budi atau akal. Kebudayaan atau *kulture* adalah segala hasil dari segala cipta karsa dan rasa.¹ Menurut DR. M. Hatta, kebudayaan adalah ciptaan hidup dari suatu bangsa. Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kebudayaan adalah keseluruhan sistem gagasan, tindakan dan hasil cipta, karsa dan rasa manusia untuk memenuhi kebutuhan kehidupannya dengan cara belajar, yang semua tersusun dalam kehidupan masyarakat. Sedangkan menurut E.B. Taylor (Bapak Antropologi Budaya) mendefinikan Budaya sebagai : ”*Keseluruhan Kompleks yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, hukum, adat istiadat, dan kemampuan-kemampuan atau kebiasaan-kebiasaan lain yang diperoleh*

¹ P.J. Zoetmulder, dalam bukunya *cultuur*, dikutip Prof. DR. Koentjaraningrat, dalam *Pengantar Antopologi* (Aksara Bru); Jakarta: cet. V, 1982), hal. 80.

anggota-anggota suatu masyarakat".² Multikulturalisme adalah keberanekaragaman dari budaya yang ada di suatu negara.

Undang-undang Dasar memberikan kebebasan dalam beragama, dan pemerintah pada umumnya menghargai pemakaian hak ini. Tidak ada perubahan dalam status penghargaan pemerintah terhadap kebebasan beragama selama periode pembuatan laporan, dan kebijakan pemerintah kian memberikan kebebasan secara umum dalam beragama. Namun, saat sebagian besar penduduk menikmati tingkat kebebasan beragama yang tinggi, pemerintah hanya mengakui enam agama besar. Beberapa larangan hukum terus berlaku pada beberapa jenis kegiatan keagamaan tertentu dan pada agama-agama yang tidak diakui.

Beberapa larangan Pemerintah terkadang memberikan toleransi terhadap diskriminasi dan perlakuan kejam atas kelompok-kelompok agama yang dilakukan oleh kelompok-kelompok individu dan seringkali gagal menghukum para pelakunya. Sementara itu, Aceh adalah satu-satunya propinsi yang diberikan wewenang untuk melaksanakan hukum Islam (Syariah), beberapa pemerintah daerah di luar Aceh mengeluarkan peraturan daerah yang melaksanakan elemen-elemen Syariah yang menghapuskan hak-hak para perempuan dan agama minoritas. Pemerintah tidak menggunakan wewenang konstitusionalnya atas masalah-masalah agama untuk meninjau atau membatalkan peraturan-peraturan daerah ini. Orang-orang dari kelompok-kelompok agama minoritas dan atheis terus mengalami diskriminasi dari negara, seringkali dalam konteks pencatatan sipil untuk pernikahan dan kelahiran atau berkenaan dengan pengeluaran kartu identitas.³ Dari gambaran tersebut di atas, setidaknya dapat dilihat bagaimana sebenarnya perbedaan kulturalisme dengan multikulturalisme. Turnomo Rahardjo membedakan keduanya sebagai berikut:⁴

1. Kulturalisme

- Bertujuan mengembangkan interdependensi pada aspek-aspek pragmatis dan instrumental dalam kontak antarbudaya.
- Memberikan penekanan pada pemeliharaan identitas kultural
- Mengkombinasikan pendekatan etic (*memperoleh data*) dan pendekatan emic (*mendapatkan data*) dalam pertukaran antarbudaya.

² <http://nashir6768.multiply.com/journal/item/1>

³ <http://paramadina.wordpress.com/2007/03/04/islam-antara-fundamentalisme-dan-multikulturalisme/>

⁴ <http://nashir6768.multiply.com/journal/item/1>

2. Multikulturalisme

- Bertujuan mempertahankan dan mentransmisikan budaya yang tidak dapat diubah oleh kekuatan-kekuatan relasional maupun eksternal.
- Berusaha memelihara identitas kultural dengan segala konsekuensinya.
- Merupakan proses emic (*mendapatkan data*) karena mensyaratkan pemeliharaan terhadap keberadaan setiap budaya.

3. Islam Multikultural

Multikulturalisme adalah kesediaan menerima kelompok lain secara sama sebagai kesatuan, tanpa mempedulikan perbedaan budaya, etnik, jender, bahasa, ataupun agama.⁵ Dalam konteks tersebut, memperbincangkan diskursus Islam multikultural di Indonesia menemukan momentumnya. Sebab, selama ini Islam secara realitas seringkali ditafsirkan tunggal bukan jamak atau multikultural.

Padahal, di Nusantara realitas Islam multikultural sangat kental, baik secara sosio-historis maupun global (global-lokal). Secara lokal, misalnya, Islam di nusantara dibagi oleh Clifford Geertz dalam trikotomi: santri, abangan dan priyayi; atau dalam perspektif dikotomi Deliar Noer, yaitu Islam tradisional dan modern; dan masih banyak lagi pandangan lain seperti liberal, fundamental, moderat, radikal dan sebagainya.

Secara sosio-historis, hadirnya Islam di Indonesia juga tidak bisa lepas dari konteks multikultural sebagaimana yang bisa dibaca dalam sejarah masuknya Islam ke Nusantara yang dibawa oleh Walisongo. Selanjutnya, menjadikan Islam multikultural sebagai topik atau wacana masih menarik dan perlu disebar-luaskan. Hal ini setidaknya karena tiga alasan.

Pertama, situasi dan kondisi konflik. Di tengah-tengah keadaan yang sering konflik, Islam multikultural menghendaki terwujudnya masyarakat Islam yang cinta damai, harmonis dan toleran. Karenanya, cita-cita untuk menciptakan dan mendorong terwujudnya situasi dan kondisi yang damai, tertib dan harmonis menjadi agenda penting bagi masyarakat dunia, termasuk Indonesia. Di tanah air, kasus konflik sosial di Poso, Ambon, Papua dan daerah lain merupakan pekerjaan rumah yang harus segera diselesaikan bersama.

Kedua, realitas yang bhinneka. Ke-bhinneka-an agama, etnis, suku, dan bahasa menjadi keharusan untuk disikapi oleh semua pihak, terutama

⁵ Ibid.

umat Islam di Indonesia. Sebab, tanggung jawab sosial bukan hanya ada pada pemerintah tapi juga umat beragama. Dengan lain kata, damai-konfliknya masyarakat juga bergantung pada kontribusi penciptaan suasana damai oleh umat beragama, termasuk kaum Muslimin di negeri ini. Robert N. Bellah, sosiolog agama dari Amerika Serikat, mengatakan bahwa melalui Nabi Muhammad SAW di Jazirah Arab, Islam telah menjadi peradaban multikultural yang amat besar, dahsyat dan mengagumkan hingga melampaui kebesaran negeri lahirnya Islam sendiri, yaitu Jazirah Arab. Pada konteks ini, toleransi dan sikap saling menghargai karena perbedaan agama, sebagaimana diungkap Wilfred Cantwell Smith, perlu terus dijaga dan dibudayakan.

Ketiga, norma agama. Sebagai sebuah ajaran luhur tentu agama menjadi dasar yang kuat bagi kaum agamawan pada umumnya untuk membuat kondisi agar tidak carut-marut. Dalam hal ini, tafsir agama diharapkan bukan semata-mata mendasarkan pada teks, tetapi juga konteks agar maksud teks bisa ditangkap sesuai makna zaman. Perdebatan antara aliran ta`aqqully yang mendasarkan pada kekuatan rasio/akal dan aliran ta`abbudy yang menyandarkan pada aspek teks telah diwakili oleh dua aliran besar, yaitu Mu`tazilah dan Asy`ariyah, bisa menjadi pelajaran masa lalu yang amat menarik.

4. Hikmah dan Tujuan Multikulturalisme

Hikmah dan tujuan-tujuan multikulturalisme dapat dilihat dari ajaran-ajaran agama Islam yang termuat dalam Al-Qur'an, antara lain adalah sebagai berikut,

1. Sebagai simbol atau tanda kebesaran Tuhan

"Dan diantara tanda - tanda kekuasaannya adalah dia menciptakan kamu dari tanah, kemudian tiba - tiba kamu (menjadi) manusia yang berkembangbiak". (Q.S. Ar. Rum : 20)

2. Sebagai sarana berinteraksi dan berkomunikasi antara sesama umat manusia

"hai manusia, sesungguhnya kamu dari seorang laki - laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa - bangsa dan bersuku - suku supaya kamu saling kenal - mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu di sisi Allah adalah orang yang paling bertakwa di antara kamu. Sesungguhnya Allah maha mengetahui lagi maha mengenal". (Q.S. Al-Hujurat : 13)

3. Sebagai ujian dan sarana manusia dalam berlomba menuju kebaikan dan prestasi

"...untuk tiap - tiap umat diantara kamu, kami berikan aturan dan jalan yang terang. Sekiranya Allah menghendaki, niscaya kamu dijadikannya

satu uma (saja), tetapi Allah hendak menguji kamu terhadap pemberiannya kepadamu, maka berlomba - lombalah berbuat kebajikan hanya kepada Allah-lah kembali kamu semuanya, lalu diberitahukannya kepadamu apa yang telah kamu perselisihkan itu". (Q.S. Al-Maidah : 48);

4. Sebagai motivasi beriman dan beramal sholeh

"dan (ingatlah), ketika musa memohon air untuk kaumnya, lalu Allah berfirman: "pukullah batu itu dengan tongkatmu." Lalu memancarlah daripadanya dua belas mata air. Sungguh tiap - tiap suku telah mengetahui tempat minumnya masing - masing makan dan minumlah rezeki (yang diberikan) Allah, dan janganlah kamu berkeliaran di muka bumi dengan berbuat kerusakan". (Q.S. Al-Baqarah : 60).

Multikulturalisme sangat penting dan menarik untuk diulas lebih detail karena dilatarbelakangi oleh pemikiran bahwa :

1. Perlunya sosialisasi bahwa pada dasarnya semua agama datang untuk mengajarkan dan menyebarkan damai dan perdamaian dalam kehidupan umat manusia.
2. Wacana agama yang toleran dan inklusif merupakan bagian tak terpisahkan dari ajaran agama itu sendiri, sebab multi kultur, semangat toleransi dan inklusivisme adalah hukum Tuhan atau Sunnatullah yang tidak bisa diubah, dihalang-halangi dan ditutup-tutupi.
3. Adanya kesenjangan yang jauh antara cita-cita ideal agama-agama dan realitas empirik kehidupan umat beragama di tengah masyarakat.
4. Semakin menguatnya kecenderungan eksklusivisme dan intoleransi di sebagian umat beragama yang pada gilirannya memicu terjadinya konflik dan permusuhan yang berlabel agama.
5. Perlu dicari upaya-upaya untuk mengatasi masalah-masalah yang berkaitan dengan kerukunan dan perdamaian antar umat beragama.

Multikulturalisme merupakan salah satu ajaran Tuhan yang sangat berguna dan bermanfaat bagi umat manusia dalam rangka untuk mencapai kehidupan yang damai di muka bumi, hanya saja prinsip-prinsip multikulturalisme itu sering tercemari oleh perilaku-perilaku radikalisme, eksklusivisme, intoleransi dan bahkan "fundamentalisme". Hal ini dapat diatasi apabila kita bisa menjadikan iman dan taqwa berfungsi dalam kehidupan yang nyata bagi bangsa dan negara.

Bila iman dan taqwa itu telah berfungsi dalam kehidupan kita masing-masing dan agama telah berfungsi dalam kehidupan masyarakat , berbangsa dan bernegara, maka perilaku-perilaku radikalisme, eksklusivisme, intoleransi dan "fundamentalisme" akan terhindar dari diri umat beragama dan kita akan menjalani hidup yang demokratis yang

penuh dengan kebersamaan dan persaudaraan. Dengan demikian akan tercipta keharmonisan hidup berbangsa dan bernegara dan terhindar dari konflik-konflik yang bernuansa agama.

5. Keanekaragaman Dalam Islam

Dalam tulisannya yang berjudul *Islam dan Multikulturalisme*, Samsul Rizal Panggabean memberikan gambaran mengenai pandangan Islam tentang Multikulturalisme. Rizal membahas multikulturalisme dalam dua arah pembicaraan, yaitu : multikulturalisme dari komunitas Muslim (Multikulturalisme Internal) dan komunitas agama-agama lain (Multikulturalisme Eksternal).⁶

1. Multikulturalisme Internal . Multikulturalisme Internal adalah keanekaragaman internal dikalangan umat Islam, ini menunjukkan bahwa kebudayaan Islam itu majemuk secara internal. Dalam hal ini, kebudayaan Islam serupa dengan kebudayaan-kebudayaan lainnya kecuali kebudayaan yang paling primitif. Kemajemukan internal ini mencakup antara lain : Bidang pengelompokan sosial; Bidang fiqh; Bidang teologi, Bidang tasawuf dan dimasa modern seperti politik kepertaian.
2. Multikulturalisme Eksternal. Multikultural eksternal ditandai dengan pluralitas komunal-keagamaan, merupakan fakta yang tidak dapat dihindari dalam kehidupan masyarakat Muslim. Lebih dari itu, multikulturalisme juga menjadi semangat, sikap, dan pendekatan terhadap keanekaragaman budaya dan agama.

Sebagai bagian dari kondisi yang majemuk, umat Islam terus berinteraksi dengan umat dari agama-agama lain. Melalui proses interaksi ini, umat Islam memperkaya dan diperkaya tradisi keagamaan lain, dan umat agama lain memperkaya dan diperkaya tradisi keagamaan Islam.

6. Faktor-faktor yang Menyebabkan Terjadinya Konflik

Multikulturalisme di suatu Negara khususnya di Indonesia dapat menimbulkan konflik apabila antara budaya yang satu dengan yang lainnya tidak ada rasa kebersamaan dalam segala hal. Faktor pemicunya yaitu sebagai berikut :

1. Faktor ekonomi dan politik. Faktor ini sangat dominan sebab terjadinya kerusuhan sosial di berbagai daerah pada negeri ini adalah disebabkan ketidakpuasan kalangan masyarakat terhadap terjadinya kesenjangan sosial yang sangat tajam antara si kaya dengan si miskin, antara pejabat dengan rakyat jelata, antara ABRI dengan sipil, antara majikan dengan buruh, antara pengusaha besar dengan pedagang kecil, sebagai akibat

⁶ Ibid.

dari kebijakan-kebijakan pemerintah dalam bidang sosial, politik dan ekonomi yang tidak memihak kepada rakyat kecil. Ketidakpuasan tersebut diwujudkan dalam bentuk protes-protes sosial yang mengakibatkan terjadinya kerusuhan sosial, ditambah lagi dengan agama yang menopang untuk membolehkan aksi-aksi tersebut.

2. Faktor agama itu sendiri yang meliputi :

- Pendirian Rumah Ibadah yang tidak didirikan atas dasar pertimbangan situasi dan kondisi umat beragama serta peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- Penyiaran Agama yang dilakukan secara berlebihan dan memaksakan kehendak bahwa agamanyalah yang paling benar, sedangkan agama lain adalah salah. Lebih berbahaya lagi manakala penyiaran agama itu sasaran utamanya adalah penganut agama tertentu.
- Bantuan Luar Negeri baik berupa materi maupun berupa tenaga ahli yang tidak mengikuti ketentuan yang berlaku, apalagi sering terjadi manipulasi bantuan keagamaan dari luar negeri.
- Perkawinan Berbeda Agama yang sekalipun pada mulanya adalah urusan pribadi dan keluarga, namun bisa menyeret kelompok umat beragama dalam satu hubungan yang tidak harmonis, apalagi jika menyangkut akibat hukum perkawinan, harta benda perkawinan, warisan dan sebagainya.
- Perayaan Hari Besar Keagamaan yang kurang memperhatikan situasi, kondisi, toleransi dan lokasi tempat pelaksanaan perayaan itu. Apalagi perayaan itu dilakukan besar-besaran dan menyinggung perasaan.
- Penodaan Agama dalam bentuk pelecehan atau menodai doktrin dan keyakinan suatu agama tertentu baik dilakukan oleh perorangan maupun kelompok. Penodaan agama ini paling sering memicu terjadinya konflik antar umat beragama.
- Kegiatan Aliran Sempalan, baik dilakukan perorangan maupun oleh kelompok yang didasarkan atas sebuah keyakinan terhadap agama tertentu namun menyimpang dari ajaran agama pokoknya.

3. Faktor lokalitas dan etnisitas. Faktor ini terutama muncul sebagai akibat dari migrasi penduduk, baik dari desa ke kota maupun antar pulau. Selanjutnya masalah etnisitas, Indonesia memiliki potensi disintegratif yang tinggi sebab terdiri dari 300 kelompok etnis yang berbeda-beda dan berbicara lebih dari 250 bahasa. Faktor ini akan menjadi pemicu dengan menguatnya etnisitas seperti penduduk asli atau putra daerah dan

pendatang yang dengan mudah dapat menyulut perbedaan-perbedaan yang tak jarang berujung pada konflik, bahkan kerusuhan sosial.

Ketiga faktor tersebut akan dapat diatasi dengan meningkatkan semangat pluralisme dan multikulturalisme yang dasar-dasarnya terdapat dalam ajaran-ajaran agama yang hidup dan berkembang di negeri ini. Apalagi seperti kata ahli sosiologi Durkheim, agama ibarat “Lem Perekat” yang mengikat warga masyarakat supaya berada dalam kebersamaan, persatuan dan kesatuan.

7. Masalah Lingkungan Budaya

Tentang adanya kaitan antara kondisi geografis, dan iklim suatu daerah dengan watak penghuninya telah lama menjadi kajian sarjana muslim. Menurut Ibnu Khaldun dalam bukunya *Mukodimah*, membagi bola bumi menjadi tujuh daerah klimatologis dengan pengaruhnya masing-masing dalam watak para penghuninya. Ia memaparkan tentang pengaruh keadaan udara suatu daerah terhadap akhlak serta tingkah laku orang-orang setempat.

Faktor pengaruh kultural terwujud dalam bentuk pengaruh budaya Arab dan budaya Persia merupakan suatu ungkapan yang diterima secara umum bahwa kaum muslim sendiri mampu membedakan antara yang benar-benar Islam universal dan Arab yang lokal.

Ada kemungkinan akulturasi timbal balik antara Islam dan budaya lokal yang diakui dalam suatu kaidah atau ketentuan dasar ilmu ushul fiqih bahwa “*ada adalah syariat yang di hukumkan*”. Artinya adat dan kebiasaan suatu masyarakat, yaitu budaya lokalnya adalah sumber hukum dalam Islam. Asalkan unsur-unsur budaya lokal tersebut minimal tidak bertentangan dengan prinsip – prinsip Islam, unsur yang bertentangan dengan prinsip Islam dengan sendirinya harus di hilangkan.

8. Multikulturalisme Dalam Perspektif Ekonomi

Layaknya penjelasan hubungan antara agama dan ilmu, ekonomi yang diyakini sebagai salah satu cabang ilmu secara otomatis tidak dapat dipisahkan dengan agama. Terlebih lagi Al-Quran dan As-sunnah sebagai sumber hukum dari semua perkara memberikan porsi yang cukup besar dalam membahas berbagai hal yang berkaitan dengan ekonomi. Bahkan prinsip, metodologi dan hukum pengaturan perekonomian dalam Islam tidak bisa dipisahkan dengan Islam sebagai agama.

Islam merupakan nilai atau sistem koreprehensif yang mampu mengatur secara baik semua aktifitas hidup dan kehidupan manusia. Perbedaan letak geografis dan iklim disuatu daerah menyebabkan pula adanya perbedaan cara dalam melakukan kegiatan ekonomi. Seperti halnya di beberapa daerah terpencil di Indonesia masih menggunakan sistem barter atau tukar barang dalam kegiatan ekonominya.

Sistem tersebut oleh pemerintah dibolehkan atau tidak dilarang karena merupakan suatu adat atau kebudayaan yang masih melekat pada masyarakat di daerah tersebut. Seperti halnya yang diakui dalam suatu kaidah atau ketentuan dasar dalam ilmu ushul al-Fiqh, bahwa adat kebiasaan bisa dijadikan suatu hukum bagi masyarakat tersebut selama adat atau budaya tersebut tidak bertentangan dengan nilai – nilai Islam. Artinya Islam memiliki fleksibilitas dalam penerapan hukum yaitu disesuaikan dengan situasi kondisi kultur budaya pada daerah tertentu, termasuk di Indonesia yang memiliki beragam budaya dengan semboyan “Bhineka Tunggal Ika” yang artinya meskipun berbeda-beda namun tetap satu jua. Seperti halnya perbedaan mata uang antar negara yang disebabkan tingkat kesejahteraan ekonomi yang berbeda pula, namun semua perbedaan itu tidak menghambat jalannya transaksi ekonomi antar negara. Keberanekaragaman budaya menimbulkan keanekaragaman pula dalam kegiatan ekonomi.

9. Kesimpulan

Negara dan agama sudah seharusnya tetap menjalin komunikasi dan sinergi dalam mengelola realitas multikultural di negeri ini. Komunikasi merupakan jalan dialog sebagai upaya saling mengenal dan memahami maksud-tujuan eksistensi dan relasi agama-negara. Hal itu juga merupakan sinergi sebagai gerakan bersama dalam mewujudkan cita-cita masyarakat berkeadilan dan berkesetaraan, sesuai visi UUD 1945 dan Pancasila.

Akhirnya, gagasan Islam multikultural menghendaki kesediaan menerima perbedaan lain (*others*), baik perbedaan kelompok, aliran, etnis, suku, budaya dan agama. Lebih dari sekadar merayakan perbedaan (*more than celebrate multiculturalism*), Islam multikultural juga mendorong sinergi untuk menciptakan tatanan masyarakat yang adil, damai, toleran, harmonis dan sejahtera. Pertanyaan akhir sebagai penutup tulisan ini adalah, beranikah kita ber-Islam secara multikultural?

Sesuai dengan pembahasan di atas dapat di simpulkan secara garis besar bahwa Islam bersifat fleksibel dalam berbagai budaya asalkan masih dalam koridor prinsip – prinsip Islam yang benar.

DAFTAR PUSTAKA

<http://paramadina.wordpress.com/2007/03/04/islam-antara-fundamentalisme-dan-multikulturalisme/>

<http://nashir6768.multiply.com/journal/item/1>

Majid Nurcholish, *Islam Dokrin dan Peradaban*. Yayasan Wakaf Paramadina. Jakarta. 1992

Notowidagdo Rohiman, *Ilmu Budaya Dasar Berdasarkan Al-Quran dan Hadist*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta. 1996

P.J. Zoetmulder, dalam bukunya *cultuur*, dikutip Prof. DR. Koentjaraningrat, dalam *Pengantar Antopologi* (Aksara Bru); Jakarta: cet. V, 1982

CONTEMPT OF COURT

Suatu Kajian Melalui Model Pendekatan Tradisional

Soekamto

Universitas Nahdlatul Ulama Surakarta

Abstrak

Kriminalisasi *contempt of court*, dan relevansi beberapa rumusan pasal tertentu KUHP terhadap *contempt of court* adalah dua di antara sekian banyak hal yang menarik untuk dikaji ;

Kajian melalui model pendekatan tradisional yang bersifat deskriptif-normatif layak dicobakan untuk dipergunakan ;

Asas legalitas menyatakan “ tiada suatu perbuatan dapat dipidana, kecuali atas kekuatan aturan pidana dalam perundang-undangan yang telah ada, sebelum perbuatan dilakukan” ;

Persyaratan yang harus dipenuhi agar *contempt of court* dapat dipidana menurut ilmu pengetahuan hukum (pidana), harus mengandung unsur-unsur tindak pidana ; (1) perbuatan atau tidak berbuat menurut keharusan, (2) memenuhi rumusan delik dalam undang-undang dan (3) bersifat melawan hukum ;

Pemidanaan terhadap *contempt of court* tidak cukup bahwa seseorang telah melakukan perbuatan tertentu seperti dirumuskan dalam undang-undang sebagai delik, melainkan juga orang tersebut ada kesalahan dan kemampuan bertanggung jawab ;

Meskipun KUHP merupakan sumber hukum pidana tertulis, tidak secara tegas merumuskan tindak pidana yang dikategorikan sebagai *contempt of court*, tetapi beberapa pasal relevan untuk diterapkan.

Kata kunci ; *contempt of court*, tindak pidana, KUHP

1. Pendahuluan

Inggris, adalah salah satu negara yang menganut sistem hukum Anglo Amerika, disamping Amerika sendiri. Di negara-negara ini berlaku sistem hukum yang disebut *Common law*. Dalam sistem hukum *Common law* justru hukum yang tidak tertulislah memegang peranan penting untuk menyelesaikan suatu perkara.

Pada sistem hukum ini berlaku asas *Stare decisis*, adalah asas keterikatan hakim terhadap putusan-putusan hakim sebelumnya (*precedent*). Ini tidak berarti, di negara-negara tersebut tidak ada hukum yang tertulis.

Sekarang ini di Inggris hukum pidana dan hukum penitensier serta hukum acara pidana telah dirumuskan dalam (diatur dengan) undang-undang, sekalipun tidak dalam bentuk kodifikasi.

Berbeda dengan negara-negara yang menganut sistem hukum *Anglo Amerika*, maka dalam sistem hukum Eropa Kontinental dikenal dengan sistem hukum *Civil law*. Menjadi ciri dari sistem hukum Eropa Kontinental adalah pengkodifikasian.

Di dalam sistem hukum *common law* dikenal bentuk pertanggungjawaban pidana yang dinamakan *Strict liability*, yang diartikan secara singkat (*liability whith out fault*) pertanggungjawaban tanpa kesalahan, (Barda Nawawi Arief, 1990:28).

Menurut sistem hukum *common law*, *strict liability* berlaku terhadap tiga macam delik, yaitu:

1. *Public nuisance* (gangguan terhadap ketertiban umum, menghalangi jalan raya, mengeluarkan bau tidak enak yang mengganggu lingkungan);
2. *Criminal libel* (fitnah, pencemaran nama); dan
3. *Contempt of court* (pelanggaran tata tertib pengadilan).

Contempt of court (Barda Nawawi Arief, 1990:72) merupakan istilah umum untuk menggambarkan perbuatan-perbuatan (tidak melakukan perbuatan) yang pada hakekatnya ingin mencampuri atau mengganggu proses peradilan atau melarang anggota masyarakat memanfaatkan sistem peradilan dalam menyelesaikan perselisihan mereka.

Dalam beberapa tindak pidana tertentu, pada umumnya di Inggris tidak banyak berbeda di Indonesia, hanya pengertiannya ada kalanya berbeda. Di Indonesia, pada tahun 1971 untuk pertama kali terjadi kasus penghinaan yang dilakukan **pengacara** (penasihat hukum) Thamrin Manan atas hakim di Pengadilan Negeri Jakarta Timur, yang kemudian ditetapkanlah yurisprudensi tentang *contempt of court*.

Di Pengadilan Negeri Jakarta Pusat, pada tahun 1982, seorang pelapor Ny. Sinaga menyerang hakim Riyanto, dengan merobek-robek toga hakim sambil mengucapkan kata-kata yang dapat dianggap penghinaan. Pelapor menganggap putusan hakim itu tidak adil, dengan membebaskan Pandjaitan dari tuduhan penipuan.

Penasihat hukum Pamudji (alm.) pada tahun 1985 di Pengadilan Negeri Surabaya, diberhentikan sementara oleh Ketua Pengadilan Negeri Surabaya Sujudi Wiroatmodjo, karena dianggap telah merendahkan martabat peradilan dengan berbagai pernyataannya melalui mass media yang menilai seorang hakim di pengadilan negeri setempat melanggar hukum acara.

Yang oleh kalangan masyarakat dianggap agak spektakuler, *contempt of court* terjadi pada tahun 1986, penasihat hukum Adnan Buyung Nasution di Pengadilan Negeri Jakarta Pusat, telah melecehkan martabat lembaga peradilan saat mendampingi kliennya. Penasihat hukum ini dijatuhi

sanksi administratif dengan dicabutnya izin praktek sebagai penasihat hukum selama satu (1) tahun.

Yang menjadi pertanyaan sekarang adalah, **perbuatan** bagaimanakah dikualifikasi sebagai *contempt of court*, **siapakah yang berwenang memeriksa perkara *contempt of court* dan bagaimana prosedur yang harus ditempuh.**

2. Rumusan Masalah

Dari uraian serba singkat di atas, dapatlah dirumuskan beberapa masalah yang sangat sederhana bentuknya dan menarik untuk dikaji, antara lain:

1. Kriminalisasi *contempt of court*, syarat apakah yang harus dipenuhi?
2. Relevansi rumusan beberapa pasal tertentu dalam KUHP terhadap *contempt of court*.

3. Pembahasan

Sebagai pengantar ke arah pembahasan, perlu kiranya dimengerti terlebih dahulu mengenai model pendekatan yang dipergunakan.

Pendekatan yang dipergunakan dalam pembahasan ini adalah model tradisional, bersifat deskriptif-normatif.

Deskriptif, karena hanya menggambarkan kedudukan undang-undang pidana sebagaimana keadaannya sekarang, dan normatif karena dipertanyakan apakah keadaan sekarang sudah seharusnya.

Di dalam Bab I (1) Undang-undang tentang *contempt of court* tahun 1981 di Inggris, diartikan sebagai **perbuatan yang cenderung untuk mencampuri jalannya peradilan** dalam kasus tertentu, tanpa menghiraukan apakah perbuatan tersebut dilakukan dengan sengaja atau tidak sengaja.

Contempt of court (Barda NA, 1990:72) merupakan istilah umum untuk menggambarkan perbuatan-perbuatan (tidak berbuat) yang pada hakekatnya ingin mencampuri atau mengganggu proses peradilan atau melarang anggota masyarakat memanfaatkan sistem peradilan dalam menyelesaikan perselisihan mereka.

Berdasarkan rumusan di atas, pengertian *contempt of court* meliputi unsur:

1. perbuatan (tidak berbuat)
2. mencampuri jalannya proses peradilan; dan
3. dilakukan dengan sengaja ataupun tidak sengaja.

Apabila seseorang melakukan perbuatan atau tidak melakukan perbuatan sebagaimana diharuskan dengan memenuhi persyaratan tersebut, maka dikategorikan sebagai telah melakukan *contempt of court*.

Contempt of court dibedakan antara **Pertama**, menghina pengadilan yang bersifat kriminal (*criminal contempt*), yaitu perbuatan-perbuatan yang bertujuan mengganggu atau merintangi penyelenggaraan peradilan pidana. Bentuk perbuatannya berupa perlawanan terhadap penyelenggaraan peradilan.

Sanksi terhadap *criminal contempt* ini bersifat pidana (*punitive nature*).

Dalam hal demikian, negara, pemerintah, pengadilan dan masyarakat berkepentingan terhadap proses peradilan tersebut dan proses ini lebih bersifat punitif (pidana).

Perbuatannya dianggap cenderung bersifat merintangi penyelenggaraan peradilan.

Bentuk-bentuk gangguan terhadap penyelenggaraan peradilan pidana antara lain dapat berupa:

1. Di muka atau di ruang pengadilan (*contempt in the face of the court*, yang juga sering disebut *direct contempt*). Sekalipun istilahnya *contempt in the face of the court*, namun masalahnya bukan apakah martabat pengadilan telah diserang atau dilanggar, melainkan apakah proses pengadilan terganggu. Tujuannya bukanlah untuk melindungi atau menunjang martabat hakim, tetapi untuk melindungi hak-hak masyarakat umum dengan memberikan jaminan bahwa penyelenggaraan peradilan tidak terganggu. Gangguan dapat berupa perbuatan atau tidak berbuat menurut keharusan, seperti saksi tidak hadir atas perintah pengadilan dapat dikenakan pasal 224 dan 522 KUHP atau dengan mengeluarkan kata-kata yang mengancam dapat dikenakan pasal 211 KUHP. Berbeda dengan di Indonesia, menurut *common law system*, perbuatan yang termasuk "*direct contempt*" dapat langsung diadili dan dijatuhi pidana oleh hakim tanpa diperlukan penyidikan atau penuntutan terlebih dahulu. Didalamnya, hakim memiliki "*inherent power to punish*" terhadap misalnya, kegaduhan yang terjadi dalam persidangan, dalam KUHP dirumuskan pada pasal 217 hakim langsung memproses dan menjatuhkan pidana.
2. Perbuatan untuk mempengaruhi proses peradilan yang tidak memihak (*act calculated to prejudice the fair trial*), biasanya terjadi **diluar pengadilan**. Oleh karena itu sering disebut *contempt out of court* atau *indirect contempt*. Perbuatan yang masuk kategori *indirect contempt* antara lain, menyuap hakim dengan maksud mempengaruhi putusannya dapat dikenai pasal 210 ayat 1 ke-1 KUHP. Dalam kasus di atas tidak

diperlukan pembuktian, apakah proses sampai putusan pengadilan kenyataannya terpengaruh dan memihak. Perbuatan yang sebenarnya juga terjadi **diluar** pengadilan (*contempt out of court*) adalah perbuatan-perbuatan yang memalukan atau menimbulkan **skandal bagi pengadilan** (*scandalizing the court*). Perbuatan ini dimaksudkan untuk menurunkan wibawa hakim atau pengadilan melalui mass media mempublikasikan kritik atau tuduhan tentang penyalahgunaan atau perbuatan tercela lainnya yang tidak patut dilakukan hakim. Kritik yang dialamatkan hakim atau pengadilan **bukan** *contempt of court*, apabila **beralasan** (merupakan *reasonable criticism*) dan dikemukakan dengan cara yang baik. Persoalannya adalah, penentuan kriteria *reasonable criticism* masih diperdebatkan, karena berhubungan erat dengan kebebasan untuk mengemukakan pendapat dan kritik, dan hak ini lebih banyak diwarnai oleh sistem politik yang dianut oleh suatu negara. *Scandalizing the court*, dalam KUHP tidak ada ketentuannya, kecuali bila ada kecenderungan terhadap penghinaan atau fitnah. Termasuk juga perbuatan **di luar pengadilan**, yaitu mengganggu pejabat pengadilan (*obstructing an officer of the court*) seperti menyerang atau mengancam hakim, jaksa, penasehat hukum atau juru sita setelah meninggalkan ruang sidang dapat dikenai pasal 212 dan 216 KUHP.

3. Pembalasan terhadap perbuatan yang dilakukan selama proses pengadilan berjalan (*Revenge for acts in the course of the litigation*): Perbuatan itu seperti, seseorang dan anggota lain dari serikat pekerja, mengancam kesaksian anggota lain di persidangan dan menyatakan akan mengeluarkannya dari kedudukannya sebagai bendahara. Para terdakwa, seseorang dan anggota lain sesuatu serikat pekerja dinyatakan bersalah telah melakukan *contempt of court*.

Menurut KUHP (Indonesia), perbuatannya itu bukan merupakan tindak pidana, tetapi dimungkinkan untuk menyelesaikannya dapat ditempuh secara perdata. Jika tindakan pembalasan terhadap saksi itu berupa penganiayaan, dapat dikenakan pasal 351 KUHP.

Terhadap beberapa bentuk tertentu dari *contempt of court*, KUHP masih relevan, sekalipun terdapat pengecualian antar lain pembalasan terhadap perbuatan yang dilakukan selama proses pengadilan berjalan (*revenge for acts done in the course of the litigation*).

Kedua, *civil contempt* adalah ketidakpatuhan terhadap putusan atau perintah pengadilan; merupakan perlawanan terhadap pelaksanaan hukum, (*an offence against the enforcement of justice*) seperti menolak perintah putusan dalam perkara perdata untuk membayar kerugian dsb. Sanksi terhadap *civil contempt* bersifat paksaan (*coercive nature*).

4. Kriminalisasi *Contempt of Court*

Tindak pidana merupakan suatu pengertian dasar dalam hukum pidana. Tindak pidana (Sudarto, 1975 : 31) adalah suatu pengertian yuridis. “Moeljatno dalam pidato pada Dies Natalis UGM tahun 1955 dengan judul **Perbuatan Pidana dan Pertanggungjawaban dalam Hukum Pidana**, membedakan secara tegas antara “dapat dipidananya perbuatan” (*de strafbaarheid van het feit*) dan “dapat dipidananya orangnya” (*strafbaarheid van den persoon*).

Dalam hal demikian, dipisahkan antara pengertian “perbuatan pidana” dan “pertanggungjawaban pidana”. Konsekuensinya adalah, bahwa pengertian perbuatan pidana tidak meliputi pertanggungjawaban pidana.

Tindak pidana, sebagai perbuatan yang diancam dengan pidana, barang siapa melanggar larangan tersebut.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan, bahwa untuk dapat dikatakan sebagai tindak pidana haruslah memenuhi unsur-unsur:

1. perbuatan manusia;
2. memenuhi rumusan undang-undang (syarat formal); dan
3. bersifat melawan hukum (sebagai syarat materiil)

Jika *contempt of court* kita hubungkan dengan pengertian yuridis, tentang suatu tindak pidana, maka *contempt of court* haruslah memenuhi unsur-unsur di atas, sehingga dapat dikatakan *contempt of court* sebagai melakukan tindak pidana, dilarang (pantang dilakukan) dan orangnya dapat dijatuhi pidana karena melanggar larangan.

Agar supaya orang dapat mengetahui bagaimana hukumnya tentang *contempt of court*, aturan hukum harus dirumuskan (dalam undang-undang).

Agar kaidah hukum tentang *contempt of court* dapat berfungsi (Soerjono Soekanto. 1982 : 123), maka rumusan itu harus memenuhi tiga unsur sebagai berikut:

1. Kaedah hukum berlaku secara yuridis, apabila penentuannya didasarkan pada kaedah yang lebih tinggi tingkatnya atau apabila menunjukkan hubungan keharusan antara suatu kondisi dan akibat; Tetapi apabila kaedah hukum hanya berlaku secara yuridis saja, maka kemungkinan besar kaedah tersebut merupakan kaedah mati (*dode regel*);
2. Kaedah hukum berlaku secara sosiologis, apabila kaedah tersebut efektif, artinya kaedah hukum itu dapat dipaksakan berlakunya oleh penguasa sekalipun tidak diterima oleh masyarakat atau kaedah tadi berlaku karena diterima dan diakui oleh masyarakat; Sebaliknya apabila kaedah hukum hanya berlaku secara sosiologis dalam arti teori

kekuasaan, bahwa berlakunya dalam masyarakat dipaksakan oleh penguasa, maka kaedah tersebut menjadi aturan pemaksa;

3. Kaedah hukum berlaku secara filosofis artinya sesuai dengan cita-cita hukum sebagai nilai positif yang tertinggi;

Tetapi apabila hanya berlaku secara filosofis saja, maka mungkin kaedah hukum tersebut hanya merupakan hukum yang dicita-citakan yang sering disebut sebagai *ius constituendum*.

Syarat pertama untuk memungkinkan adanya penjatuhan pidana terhadap *contempt of court* adalah adanya **perbuatan** (manusia) yang memenuhi rumusan delik dalam Undang-undang. Ini adalah konsekuensi dari berlakunya asas legalitas. Rumusan delik dalam Undang-undang ini penting artinya sebagai prinsip kepastian. Undang-undang pidana sifatnya harus pasti, di dalamnya harus dapat diketahui dengan pasti apa yang dilarang atau apa yang diperintahkan.

Perbuatan manusia itu harus mempunyai sifat-sifat atau ciri-ciri dari delik, sebagaimana secara abstrak disebutkan dalam Undang-undang.

Perbuatan itu harus masuk dalam rumusan delik.

Dalam rumusan undang-undang dilukiskan perbuatan yang dimaksudkan dengan skematis, tidak secara konkrit. Rumusan dalam undang-undang tidak terikat akat tempat dan waktu.

Apabila semua unsur dalam rumusan itu terdapat di dalam perbuatan, maka berarti perbuatan tersebut telah memenuhi (mencocoki) rumusan delik yang terdapat di dalam Undang-undang yang bersangkutan.

Oleh karena itu peraturan undang-undang itu dapat diterapkan kepada pelanggar. **Perumusan perbuatan yang dapat dipidana** tersebut berupa suatu larangan atau perintah untuk berbuat atau untuk tidak berbuat sesuatu.

Perintah atau larangan itu bisa disebut norma dan atas pelanggaran norma dikenakan sanksi yang disebut pidana.

Uraian demikian itu merupakan suatu abstraksi dan tidak dihubungkan dengan tempat dan waktu.

5. Penutup

5.1. Kesimpulan

Mendasarkan pasal 1 ayat (1) KUHP yang dalam ilmu pengetahuan hukum (pidana) disebut sebagai asas legalitas menyebutkan:

“Tiada suatu perbuatan dapat dipidana kecuali atas kekuatan aturan pidana dalam perundang-undangan yang telah ada, sebelum perbuatan dilakukan”;

maka *contempt of court* harus memenuhi persyaratan sebagai tindak pidana, sehingga memberikan kepastian perbuatan bagaimanakah dilarang, siapakah yang berwenang untuk memeriksa suatu perkara yang disebut *contempt of court*, dan bagaimana pula prosedur yang harus dilakukan (hukum acara). KUHP tidak merumuskan secara transparan tentang tindak pidana *contempt of court*.

Persyaratan yang harus dipenuhi sebagaimana dimaksudkan itu pada intinya mengandung unsur-unsur tindak pidana, yakni:

1. perbuatan (tidak berbuat menurut keharusan) manusia;
2. memenuhi rumusan delik dalam undang-undang (syarat formal); dan
3. bersifat melawan hukum (merupakan syarat materiil).

Syarat formal harus ada, karena adanya asas legalitas (b), sebagaimana tersimpul dalam pasal 1 ayat (1) KUHP. Sedangkan syarat materiil juga harus ada, karena perbuatan itu harus pula benar-benar dirasakan masyarakat sebagai perbuatan yang tidak boleh atau tidak patut dilakukan, oleh karena bertentangan dengan atau menghambat tercapainya tata dalam kehidupan masyarakat yang dicita-citakan oleh masyarakat itu.

Jadi untuk memungkinkan adanya ppidanaan terhadap *contempt of court*, maka tidak cukup apabila seseorang telah melakukan perbuatan tertentu sebagaimana dirumuskan oleh undang-undang sebagai delik, melainkan orang tersebut pula ada kesalahan dan kemampuan bertanggung jawab.

KUHP yang berlaku di Indonesia berdasarkan ketentuan undang-undang No. 1 Tahun 1946, merupakan sumber utama hukum pidana yang tertulis, tidak secara tegas mengatur tentang tindak pidana yang dikategorikan sebagai *contempt of court*. Namun demikian beberapa pasal tertentu dalam KUHP masih relevan untuk diterapkan terhadap perbuatan-perbuatan sebagaimana disebut sebagai *contempt of court*.

5.2. Saran

Contempt of court seyogyanya dirumuskan dalam peraturan perundangan secara tegas; perbuatan bagaimanakah dianggap sebagai *contempt of court*, dilarang, lembaga manakah yang diberi wewenang untuk memeriksa perkara yang dimaksud, dan bagaimanakah prosedur (hukum acara) yang harus dipedomani, sehingga dapat memberikan jaminan kepastian.

DAFTAR PUSTAKA

- Arief, Barda Nawawi; 1990, *Perbandingan Hukum Pidana*, Rajawali, Jakarta.
- Moeljatno; 1970, *KUHP Terjemahan*, diusahakan oleh Seksi Pidana UGM, Yogyakarta.
- Sudarto; 1975, *Hukum Pidana (Jilid I A-B)*, Fakultas Hukum Unsoed, Purwokerto
- _____; *Kapita Selekta Hukum Pidana*, Alumni, Bandung
- Soerjono Soekanto, Mustafa Abdullah; 1982, *Sosiologi Hukum Dalam Masyarakat*, Rajawali, Jakarta
- _____; 1982, *Kesadaran Hukum dan Kepatuhan Hukum*, Rajawali, Jakarta
- Muladi; *Masalah-masalah Hukum*, *Majalah Hukum Fakultas Hukum UNDIP*, Semarang No. 2 tahun 1988

TRANSFORMASI RUMUS-RUMUS SEGITIGA BOLA KE DALAM PENGHITUNGAN HORIZONTAL PARALAKS, AZIMUT KIBLAT, DAN POSISI MATAHARI SAAT RASYDU AL-KIBLAH

Shofwatul Aini

Universitas Nahdlatul Ulama Surakarta

Abstrak

Ilmu segitiga bola yang kadang disebut juga dengan trigonometri yang merupakan salah satu pengembangan dari ilmu matematika ternyata memiliki manfaat yang besar sekali terhadap ilmu falak. Beberapa rumus yang berhubungan dengan segitiga bola dapat digunakan untuk menghitung beberapa hal yang berkaitan dengan ilmu Falak. Di dalam tulisan ini penulis akan mengulas bagaimana rumus trigonometri atau segitiga bola tersebut dimanfaatkan untuk menghitung *Horizontal Paralaks*, *Azimuth Kiblat*, dan posisi matahari saat *Rasydu al-Kiblat*. Manfaat dari mengetahui Horizontal paralaks adalah untuk menghitung tinggi bulan pada penentuan awal bulan, sedangkan manfaat dari mengetahui jarak suatu tempat dari Mekkah adalah agar kita dapat menentukan arah kiblat suatu tempat.

1. Pendahuluan

Salah satu manfaat dari ilmu pengetahuan umum seperti matematika, fisika, dan lain sebagainya adalah sumbangannya terhadap disiplin ilmu yang lain misalnya ilmu yang berkaitan dengan agama. Contoh yang konkrit dalam hal ini adalah di dalam mempelajari ilmu Falak, ilmu matematika merupakan ilmu yang sangat dibutuhkan untuk mengkaji lebih dalam tentang obyek yang dipelajari dalam ilmu Falak.

Didalam menghitung arah kiblat misalnya, penggunaan rumus trigonometri atau segitiga bola merupakan suatu manfaat yang tidak bisa kita tolak. Bahkan mungkin boleh dikatakan, tanpa ilmu pengetahuan umum, maka kajian dalam disiplin ilmu yang lain pada umumnya, dan ilmu Falak pada khususnya mungkin tidak akan berkembang sepesat seperti yang kita hadapi sekarang ini.

Walaupun pada dasarnya, ilmu ukur segitiga bola pada awalnya digunakan untuk menghitung jarak dari satu tempat ke tempat lainnya, ilmu ini ternyata pada aplikasinya bisa kita pakai untuk menghitung jarak suatu tempat dari kota Mekkah. Sehingga kita dapat menentukan ke arah mana kiblat dari suatu tempat tersebut. Manfaat dari rumus trigonometri atau segitiga bola ini tidak terbatas hanya dalam penghitungan arah kiblat, tetapi dapat juga digunakan untuk menghitung aspek-aspek lain yang menjadi kajian dalam ilmu Falak.

Di dalam tulisan ini penulis akan mengulas bagaimana rumus trigonometri atau segitiga bola tersebut dimanfaatkan untuk menghitung *Horizontal Paralaks*, *Azimuth Kiblat*, dan posisi matahari saat *Rasydu al-Kiblat*.

2. Pembahasan

2.1. Horizontal Parallaks

Di dalam perhitungan ilmu Falak seringkali digunakan daftar-daftar yang memuat keterangan tentang kedudukan sebuah benda langit terhadap bumi. Dalam hal ini yang dimaksud sebenarnya adalah kedudukan sebuah benda langit terhadap titik pusat bumi. Misalnya dalam sebuah daftar memuat jarak dari matahari ke bumi, maka yang dimaksud adalah jarak dari pusat matahari ke titik pusat bumi. Pengukuran deklinasipun sebenarnya didasarkan pada kedudukan di titik pusat bumi, karena bidang equator, darimana daftar jumlah deklinasi itu, memang melalui titik pusat bumi. Oleh karena itu, untuk keperluan hisab, jika seseorang memperoleh keterangan dari seorang peninjau pada tempat kedudukannya di permukaan bumi (misal tinggi suatu benda langit) maka sebelumnya harus “dipindahkan” dahulu kepada kedudukan titik pusat bumi. Demikian juga sebaliknya, hasil-hasil hisab yang didapat dengan menggunakan daftar-daftar astronomi, harus “dipindahkan” dahulu kepada kedudukan si peninjau di permukaan bumi, jika akan dipakai untuk keperluan penyelidikan atau pengawasan seperti ru'yah, dan lain-lain.¹

Untuk bintang-bintang yang letaknya sangat jauh, tidak ada perbedaan dalam kedudukannya ditinjau dari titik pusat bumi maupun dari atas permukaan bumi. Akan tetapi, bagi benda langit yang jaraknya dekat dengan bumi, seperti bulan dan matahari, perbedaan itu harus diperhitungkan.

Perbedaan arah sebuah benda langit, dipandang dari titik, pusat bumi-dan dari tempat peninjauan di permukaan bumi ini disebut dengan *paralaks* atau beda lihat.

Paralaks atau *ikhtilaf al mandhar* (اختلاف المنظر) dalam istilah bahasa Indonesia dikenal dengan beda lihat. Yaitu, beda lihat terhadap suatu benda langit bila dilihat dari titik pusat bumi dengan dilihat dari permukaan bumi.² Atau dapat pula dikatakan bahwa Paralaks adalah sudut pada benda langit yang dibuat oleh dua garis, yaitu yang menghubungkan benda langit

¹ Abd. Rachim, *Ilmu Falak*, (Yogyakarta: LIBERTY, 1983), cet.I, hlm. 35

² Muhyiddin Khazin, *Ilmu Falak dalam Teori dan Praktek: Perhitungan Arah Kiblat, Waktu Shalat, Awal Bulan, dan Gerhana*, (Yogyakarta: Buana Pustaka, 2004), cet. I, hlm. 136

itu dengan titik pusat bumi, dan dengan tempat peninjauan di permukaan bumi.³

Jarak dari titik pusat bumi ke permukaannya tidak sama pada semua tempat; di kutub ia lebih pendek daripada di khatulistiwa. Dalam ketentuan paralaks senantiasa diperhitungkan jarak equator yang panjangnya⁴ : 6378137 m/6378,137 km (jarak di kutub : 6356752 m/ 6356,752 km)⁵.

Paralaks ini berubah-ubah harganya setiap saat tergantung pada jarak antara benda langit yang bersangkutan dengan bumi dan tergantung pula dengan ketinggian benda langit itu dari ufuk. Semakin jauh jaraknya semakin kecil harga paralaksnya. Begitu pula semakin tinggi posisi benda langit dari ufuk semakin kecil pula harga *paralaksnya*.

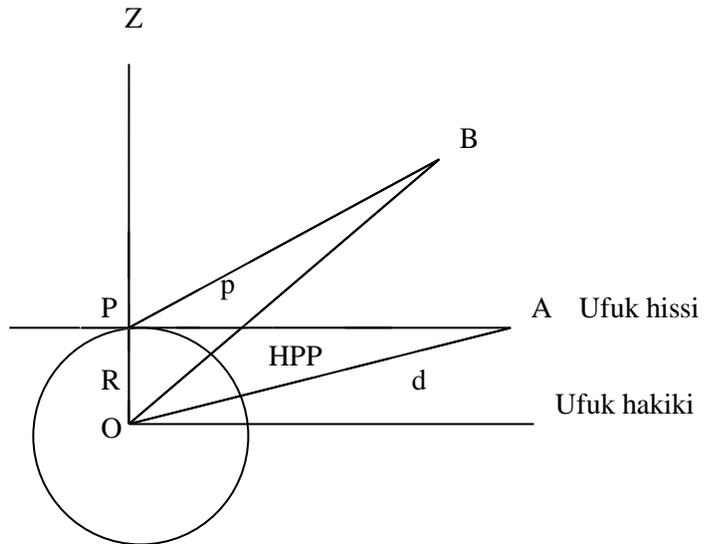
Ketika benda langit berada di titik kulminasi maka harga paralaksnya 0. Apabila suatu benda langit berada di horizon atau ufuk maka paralaksnya disebut dengan *Horizontal Paralaks* (HP) atau *Geocentric Equatorial Paralaks*, karena sebagai acuan perhitungan horizontal paralaks ini adalah jari-jari bumi (R) pada equator bumi, yaitu 6378,137 km.⁶

³ Abd. Rachim, *Ilmu Falak*, hlm. 35

⁴ Abd. Rachim, *Ilmu Falak*, hlm. 36.

⁵ Jarak equator dan kutub disini berdasarkan World Geodetic System 1984 (Khafidz, materi kuliah hisab kontemporer, koreksi-koreksi).

⁶ Muhyiddin Khazin, *Ilmu Falak dalam Teori dan Praktek: Perhitungan Arah Kiblat, Waktu Shalat, Awal Bulan, dan Gerhana*, hlm. 136-137



Gambar 1

Perhatikan gambar 1 di atas, pada setiap perhitungan dengan menggunakan bola langit kita menganggap bahwa pengamat berada di pusat bumi, sebagai pusat koordinat. Oleh karena itu ketinggian benda langit berpatokan kepada horizon hakiki. Ini akan berbeda jika dilihat dari ufuk hissi. Sudut HP disebut dengan sudut paralaks horizontal. Sudut HP untuk suatu benda langit tergantung kepada jaraknya dari bumi. Untuk bulan harganya 54' sampai 61', tidak bisa diabaikan. Untuk matahari sekitar 8'', bisa diabaikan. Bagi benda yang berada di atas ufuk hissi (B), selisih ketinggiannya adalah p, yang disebut sudut paralaks.⁷

Harga Horizontal Paralaks (HP) dapat dihitung dengan rumus $\rightarrow \mathbf{Sin HP = R : d}$.

Dimana R: jari-jari bumi (rata-rata 6378.14 km), d : jarak dari bumi sampai titik pusat suatu benda langit (dalam km). Oleh karena jarak antara bumi dan bulan (menurut J. Meeus) yang paling dekat 356.371 km (1 Januari 2257) dan yang paling jauh sekitar 406.720 km (7 Januari 2266), maka harga horizontal paralaks (HP) bulan antara 00⁰ 53' 54.76" hingga 01⁰ 01'31.82". Sedangkan harga paralaks (P) suatu benda langit dihitung dengan rumus: $\mathbf{P = HP \times Cos h}$. (h : Tinggi benda langit yang bersangkutan).

Misalnya, suatu saat jarak bumi dan bulan 381.545 km dan tinggi bulan (h) 5⁰ di atas ufuk, maka :

⁷ Khafidz, Materi mata kuliah Hisab Kontemporer, *Bahan Kuliah Hisab Rukyah; Gerak Tata Surya*.

$$\sin HP = R : d = 6378.14 : 381545 \text{ -----} \rightarrow HP = 00^{\circ} 57' 28.21''$$

$$P = HP \times \cos h = 00^{\circ} 57' 28.21'' \times \cos 5^{\circ}$$

$$P = 00^{\circ} 57' 15.09''^8$$

2.2. Azimut Kiblat

Masalah kiblat tiada lain adalah masalah arah, yakni arah ka'bah di mekkah. Arah Ka'bah ini dapat ditentukan dari setiap titik atau tempat di permukaan bumi dengan melakukan perhitungan dan pengukuran. Oleh sebab itu, perhitungan arah kiblat pada dasarnya adalah perhitungan untuk mengetahui guna menetapkan ke arah mana ka'bah di Mekkah itu dilihat dari suatu tempat di permukaan bumi ini. Sehingga semua gerakan orang yang sedang melaksanakan shalat, baik ketika berdiri, ruku', maupun sujudnya selalu berhimpit dengan arah yang menuju Ka'bah.⁹ Sementara yang dimaksud dengan arah kiblat adalah arah atau jarak terdekat sepanjang lingkaran besar yang melewati kota Mekkah (ka'bah) dengan tempat kota yang bersangkutan. Dengan demikian tidak dibenarkan, misalkan orang-orang Jakarta melaksanakan shalat menghadap ke arah timur serong ke selatan sekalipun bila diteruskan juga akan sampai ke Mekkah, karena arah atau jarak yang paling dekat ke Mekkah bagi orang-orang Jakarta adalah arah barat serong ke utara sebesar $24^{\circ} 12' 13.39''$ (B-U).¹⁰

Di dalam al-quran sendiri ada beberapa ayat yang menerangkan tentang arah Kiblat, yaitu diantaranya surat al-Baqarah ayat 149 dan 150. Selain itu, terdapat banyak hadits yang juga menjelaskan tentang arah Kiblat ini.¹¹

Secara historis, cara atau metode penentuan arah kiblat di Indonesia telah mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Perkembangan penentuan arah kiblat ini dapat dilihat dari alat-alat yang dipergunakan untuk mengukurnya, seperti *tongkat istiwa'*, *rubu' mujayyab'*, *kompas*, dan *theodolite*. Selain itu, sistem perhitungan yang dipergunakan juga mengalami perkembangan, baik mengenai data koordinat maupun sistem ilmu ukurnya yang sangat terbantu dengan adanya alat bantu seperti *kalkulator scientific* maupun alat Bantu pencarian data koordinat yang semakin canggih seperti GPS (*Global Positioning System*).

⁸ Muhyiddin Khazin, *Ilmu Falak dalam Teori dan Praktek: Perhitungan Arah Kiblat, Waktu Shalat, Awal Bulan, dan Gerhana*, hlm. 137-138

⁹ Ibid, hlm. 47

¹⁰ Ibid, hlm. 48

¹¹ Untuk mengetahui dalil-dalil syar'i mengenai arah Kiblat bisa dilihat di buku: Muhyiddin Khazin, *Ilmu Falak dalam Teori dan Praktek: Perhitungan Arah Kiblat, Waktu Shalat, Awal Bulan, dan Gerhana*, hlm. 49-51, atau bisa juga dilihat di buku-buku lain mengenai ilmu Falak yang membahas tentang arah Kiblat.

Pada saat ini metode yang sering digunakan untuk menentukan arah kiblat ada dua macam yaitu Azimut Kiblat dan Rasydu Kiblat. Azimut kiblat adalah arah atau garis yang menunjuk ke kiblat (ka'bah).¹²

Pengertian arah sendiri dalam bahasa arab disebut dengan “jihah” atau “syatrah” dan kadang-kadang disebut dengan “Qiblah”. Sedang dalam bahasa latin disebut dengan “Azimuth”.¹³

Dengan memakai ilmu ukur segitiga bola (*spherical trigonometry*), umat Islam semakin mudah dalam menghitung arah kiblat suatu daerah karena pada kenyataannya bumi berbentuk bulat seperti bola sehingga jarak terdekat dari kedua tempat yaitu antara suatu tempat dan ka'bah bukan berbentuk segitiga dengan tiga buah garis lurus tetapi berbentuk segitiga bola dengan tiga buah busur lingkarannya.¹⁴

Untuk perhitungan arah kiblat , ada tiga buah titik yang diperlukan, yaitu:

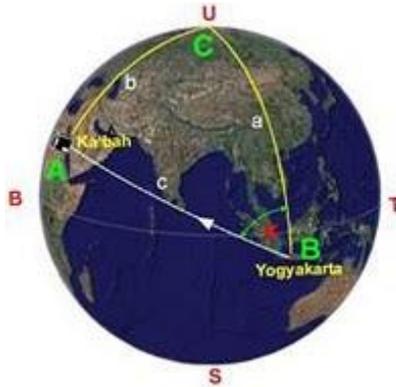
1. Titik A, terletak di Ka'bah ($\phi = 21^{\circ} 26' 00''$ LU) dan $\lambda = 39^{\circ} 49' 00''$ BT
2. Titik B, terletak di lokasi yang akan dihitung arah kiblatnya.
3. Titik C, terletak di titik kutub Utara.

Titik A dan titik C adalah dua titik yang tidak berubah, karena titik A tepat di Ka'bah dan titik C tepat di kutub Utara. Sedangkan titik B senantiasa berubah tergantung pada tempat mana yang akan dihitung arah kiblatnya. Bila ketiga titik dihubungkan dengan garis lengkung, maka terjadilah segitiga bola ABC seperti gambar di bawah ini (gambar 2)

¹² Ahmad Izzuddin, *Ilmu Falak*, (Tangerang: CV. IPA ABONG, 2006), cet. I, hlm. 30-31

¹³ DEPAG RI, *Pedoman Penentuan Arah Kiblat*, (Direktorat Jenderal Pembinaan Kelembagaan Agama Islam, Direktorat Pembinaan Badan Peradilan Agama Islam, 1994/1995), hlm. 10

¹⁴ Maskufa, *Ilmu Falaq* (Jakarta: Gaung Persada (GP Press), 2009), cet. I, hlm. 134



Gambar 2

Ketiga sisi segitiga ABC di atas (gambar 2) diberi nama dengan huruf kecil dari nama sudut di depannya, sehingga sisi BC disebut dengan sisi a karena di depan sudut A. Sisi AC disebut dengan sisi b karena didepan sudut B. Yang terakhir, sisi AB disebut sisi c karena di depan sudut C.

Dengan gambar di atas (gambar 2), dapatlah diketahui bahwa yang dimaksud dengan perhitungan arah Kiblat adalah suatu perhitungan untuk mengetahui berapa besar nilai sudut B, yakni sudut yang diapit oleh sisi a dan sisi c. Pembuatan gambar segitiga bola seperti ini berguna untuk membantu menentukan nilai arah kiblat bagi suatu tempat (kota) dihitung dari suatu titik mata angin ke arah mata angin lainnya, misalnya dihitung dari titik utara ke barat (U-B).

Untuk perhitungan arah Kiblat, hanya diperlukan dua data tempat, yaitu data lintang dan bujur Ka'bah serta data lintang dan bujur tempat lokasi atau kota yang dihitung arah kiblatnya.¹⁵ Adapun lintang tempat Ka'bah (ϕ) = $21^{\circ} 26' 00''$ (LU) dan bujur tempat Ka'bah (λ) = $39^{\circ} 49' 00''$ (BT).¹⁶

2.3. Penghitungan Azimut Kiblat dengan Menggunakan Rumus-rumus Trigonometri

Perhitungan arah Kiblat dapat menggunakan rumus-rumus di bawah ini:

$$\text{Rumus I: } \cotan B = \cotan b \cdot \sin a : \sin C - \cos a \cdot \cotan C$$

$$\text{Rumus II: } \cotan B = \cotan C \cdot \sin (a - P) : \sin P$$

$$\tan P = \tan b \cdot \cos C$$

¹⁵ Muhyiddin Khazin, *Ilmu Falak dalam Teori dan Praktek: Perhitungan Arah Kiblat, Waktu Shalat, Awal Bulan, dan Gerhana*, hlm. 53

¹⁶ Koordinat lintang dan bujur Mekkah diambil berdasarkan data Mawaqit 2001 (koordinat diambil berdasarkan mawaqit dengan tujuan untuk menyesuaikan hasil *rasyd al-Kiblat* dengan hasil mawaqit).

Keterangan:

1. **A** = sudut kota Mekkah, yang dibentuk oleh lingkaran bujur kota Mekkah dari kutub utara ke titik lintang Mekkah, dengan busur yang menghubungkan titik lintang Mekkah dengan lintang tempat yang sedang dicari arah Kiblatnya.
2. **B** = sudut tempat yang sedang dicari arah Kiblatnya. Sudut ini dibuat oleh lingkaran bujur tempat yang dicari arah kiblatnya dengan busur yang menghubungkan antara titik lintang tempat itu dengan lintang kota Mekkah. Dalam gambar, lambang huruf B menunjukkan tempat atau kota yang sedang dicari arah kiblatnya. Dan kedua rumus di atas tujuannya adalah untuk mencari besar derajat dari sudut B tersebut.
3. **C** = sudut pada kutub utara bumi, yang dibentuk oleh lingkaran bujur Mekkah dengan lingkaran bujur tempat yang sedang dicari arah kiblatnya. Dengan demikian, lambang huruf C dalam gambar, menunjukkan titik kutub utara bumi.¹⁷

Untuk menghitung nilai C, ada beberapa ketentuan yang berlaku, yaitu:

- Jika λ tempat = $00^{\circ} 00' 00''$ BT dan $< 39^{\circ} 49' 00''$ BT maka $C = 39^{\circ} 49' 00'' - \lambda$ tempat, dan arah kiblat = timur.
 - Jika λ tempat $> 39^{\circ} 49' 00''$ s/d $180^{\circ} 00' 00''$ BT maka $C = \lambda$ tempat - $39^{\circ} 49' 00''$, dan arah kiblat = barat.
 - Jika λ tempat = $00^{\circ} 00' 00'' < 140^{\circ} 11' 00''$ BB maka $C = \lambda$ tempat + $39^{\circ} 49' 00''$, dan arah kiblat = timur
 - Jika λ tempat $> 140^{\circ} 11' 00''$ s/d $180^{\circ} 00' 00''$ BB maka $C = 320^{\circ} 11' 00'' - \lambda$ tempat, dan arah kiblat = barat¹⁸
4. a = busur pada lingkaran bujur tempat yang sedang dicari arah kiblatnya, dihitung dari kutub utara ke arah titik lintang tempat tersebut. Bila tempat itu berlintang utara, maka besar busur $a = 900$ dikurangi derajat lintang tersebut dan bila tempat itu berlintang selatan, maka busur $a = 900$ ditambah derajat lintang tersebut.
 5. b = busur pada lingkaran bujur kota Mekkah dihitung dari kutub utara ke arah lintang Mekkah. Jadi $b = 900 - 210 26' 00'' = 680 34' 00''$
 6. P = sudut penolong yang memenuhi syarat, yang besarnya dapat dicari dengan rumus: $\tan P = \tan b \cdot \cos C$

¹⁷ M.Syuhudi Ismail, *Waktu Shalat dan Arah Kiblat; Dasar-dasar dan Cara Menghitung Menurut Ilmu Ukur Segitiga Bola* (Ujung Pandang: Taman Ilmu, 1984), hlm. 112

¹⁸ Muhyiddin Khazin, *Ilmu Falak dalam Teori dan Praktek: Perhitungan Arah Kiblat, Waktu Shalat, Awal Bulan, dan Gerhana*, hlm. 54. Untuk arah kiblatnya timur atau barat, disarikan dari Syaiful Mujab, Materi Kuliah Hisab klasik, *Arah Kiblat*. (Koordinat kota Mekkah yang diambil disini adalah lintang tempat: $21^{\circ} 26'$ dan bujur tempat: $39^{\circ} 49'$).

Contoh menghitung arah Kiblat kota Demak dengan menggunakan rumus yang pertama, data:

1. Lintang kota Mekkah : $21^{\circ} 26'$ LU, bujur kota Mekkah : $39^{\circ} 49'$ BT

2. Lintang kota Demak : $-06^{\circ} 53'$, LS, bujur kota Demak : $110^{\circ} 40'$ BT

$$\text{-Busur } a = 90^{\circ} + 06^{\circ} 53' = 96^{\circ} 53' \quad \text{- Busur } b = 90^{\circ} - 21^{\circ} 26' = 68^{\circ} 34'$$

$$\text{-Sudut } C = 110^{\circ} 40' - 39^{\circ} 49' = 70^{\circ} 51'$$

$$\text{Cotan } B = \text{cotan } b. \sin a : \sin C - \cos a. \text{cotan } C$$

$$= \text{cotan } 68^{\circ} 34' \times \sin 96^{\circ} 53' : \sin 70^{\circ} 51' - \cos 96^{\circ} 53' \times \text{cotan } 70^{\circ} 51'$$

$$= 0,392566994 \times 0,992792246 : 0,944663 - (-0,119848052) \times 0,347258649$$

$\text{Cotan } B = 0,454186 \text{ -----} \rightarrow B = 65^{\circ} 34' 23,22''$ Jadi, arah kiblat kota Demak = $65^{\circ} 34' 23,22''$ dari Utara ke arah Barat, atau $90^{\circ} - 65^{\circ} 34' 23,22'' = 24^{\circ} 25' 36,78''$ (dari Barat ke arah Utara) dan azimuth Kiblatnya = $294^{\circ} 25' 36,78''$ (UTSB). ($360^{\circ} - 65^{\circ} 36,78''$ atau $270^{\circ} + 24^{\circ} 25' 36,78''$).

Dengan memakai rumus kedua:

$$\text{Tan } P = \text{tan } b. \cos C$$

$$= \text{tan } 68^{\circ} 34' \times \cos 70^{\circ} 51'$$

$$= 2,547335903 \times 0,328042397 = 0,835634175 \text{ -----} \rightarrow P = 39^{\circ} 52' 59,82''$$

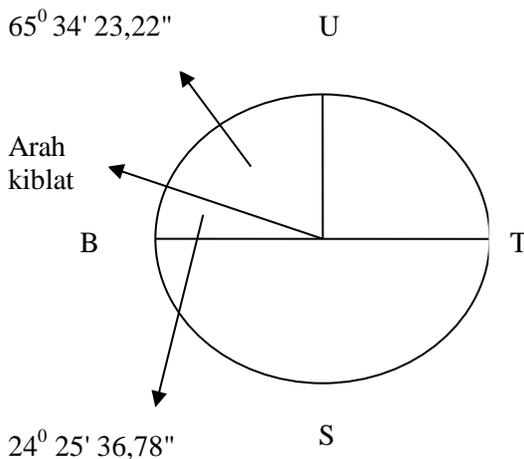
$$\text{Cotan } B = \text{cotan } C. \sin (a-P) : \sin P$$

$$= \text{cotan } 70^{\circ} 51' \times \sin (96^{\circ} 53' - 39^{\circ} 52' 59,82'') : \sin 39^{\circ} 52' 59,82''$$

$$= 0,347258649 \times 0,838671043 : 0,641225775 \text{ ---} \rightarrow = 0,454186005$$

$\text{Cotan } B = 0,454186005 \text{ ----} \rightarrow B = 65^{\circ} 34' 23,22''$ (Arah kiblat dari U – B).

¹⁹ M.Syuhudi Ismail, *Waktu Shalat dan Arah Kiblat; Dasar-dasar dan Cara Menghitung Menurut Ilmu Ukur Segitiga Bola*, hlm. 113



Gambar 3

3. Posisi Matahari untuk *Rasydu al-Kiblat*

Di samping arah kiblat dapat dicari dengan data azimuth kiblat, bayang-bayang kiblat juga dapat ditentukan dengan saat terjadinya *Rasydu al-Kiblat*. *Rasydu al-Kiblat (Rashdul Qiblah)* adalah ketentuan waktu dimana bayangan benda yang terkena sinar matahari menunjuk ke arah kiblat.²⁰

Bayangan kiblat akan terjadi pada saat posisi matahari di atas Mekkah dan pada saat posisi matahari berada di jalur Ka'bah. Dalam hal ini, yang menjadi persoalan adalah jam berapa matahari berposisi di atas Mekkah dan jam berapa pula matahari berposisi di jalur ka'bah.²¹

3.1. Posisi Matahari di atas Mekkah²²

Pada saat matahari berkulminasi di atas Mekkah maka bayangan semua benda tegak di setiap permukaan bumi yang mengalami siang hari akan menuju ke arah Kiblat. Peristiwa *Istiwa A'dzam* (matahari di atas Mekkah) terjadi jika deklinasi matahari sama dengan lintang tempat kota Mekkah. *Istiwa* adalah fenomena astronomis saat posisi matahari melintasi

²⁰ Susiknan Azhari, *Ensiklopedi Hisab Rukyat*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), cet. II, hlm. 179

²¹ Muhyiddin Khazin, *Ilmu Falak dalam Teori dan Praktek: Perhitungan Arah Kiblat, Waktu Shalat, Awal Bulan, dan Gerhana*, hlm. 72

²² Ada beberapa referensi yang menyebutkan bahwa posisi matahari berada di atas Ka'bah, tetapi dengan melihat data deklinasi yang jarang bernilai sama dengan lintang Mekkah / hanya mendekati (contoh: deklinasi matahari $21^{\circ} 25'$ dan lintang Ka'bah; $21^{\circ} 25'$), maka penulis disini lebih memilih posisi matahari berada di atas Mekkah, bukan di atas Ka'bah.

meridian langit. Dalam penentuan waktu shalat, *Istiwa* digunakan sebagai pertanda masuknya waktu shalat dhuhur.²³

Posisi matahari berada di atas Mekkah (berkulminasi di atas Mekkah) terjadi dua kali dalam satu tahun, yaitu pada tanggal 27 Mei (tahun Kabisat) atau 28 Mei (tahun basitah) pada pukul 11.57 LMT dan pada tanggal 15 Juli (tahun Kabisat) atau 16 Juli (tahun basitah) pada pukul 12.06 LMT. Apabila waktu Mekkah itu dikonversi ke waktu WIB yaitu $105^{\circ} - 39^{\circ} 49' / 15 = 4^{\text{j}} 20^{\text{m}} 44^{\text{d}}$ atau $4^{\text{j}} 21^{\text{m}}$ maka peristiwa itu akan terjadi pada pukul $11.57 + 4.21 = 16.18$ WIB dan 16.27 WIB.²⁴

Fenomena *Istiwa* Utama terjadi akibat gerakan semu matahari yang disebut gerak tahunan matahari (musim) sebab selama bumi beredar mengelilingi matahari sumbu bumi miring $66,5^{\circ}$ terhadap bidang edarnya sehingga selama setahun terlihat di bumi matahari mengalami pergeseran $23,5^{\circ}$ LU sampai $23,5^{\circ}$ LS. Saat nilai azimuth matahari sama dengan nilai azimuth lintang geografis sebuah tempat maka di tempat tersebut terjadi *Istiwa* Utama yaitu melintasnya matahari melewati zenith.

Teknik penentuan arah kiblat menggunakan *Istiwa* Utama sebenarnya sudah dipakai lama sejak ilmu falak berkembang di Timur Tengah. Demikian halnya di Indonesia dan beberapa negara Islam yang lain juga banyak menggunakan teknik ini sebab teknik ini memang tidak memerlukan perhitungan yang rumit dan siapapun dapat melakukannya. Yang diperlukan hanyalah sebilah tongkat dengan panjang lebih kurang 1 meter dan diletakkan berdiri tegak di tempat yang datar dan mendapat sinar matahari. Pada tanggal dan jam saat terjadinya peristiwa *Istiwa* Utama tersebut maka arah bayangan tongkat menunjukkan kiblat. Karena di negara kita peristiwanya terjadi pada sore hari maka arah bayangan tongkat adalah ke Timur, sedangkan arah bayangan sebaliknya yaitu yang ke arah Barat agak serong ke Utara merupakan arah kiblat yang benar. Metode ini cukup sederhana dan tidak memerlukan keterampilan khusus serta perhitungan rumus-rumus. Jika hari itu gagal karena matahari terhalang oleh mendung maka masih diberi toleransi penentuan dilakukan pada H+1 atau H+2.²⁵

Saat matahari di atas Mekkah semua bayangan matahari mengarah ke sana. Penentuan arah kiblat menggunakan teknik seperti ini memang hanya berlaku untuk daerah-daerah yang pada saat peristiwa *Istiwa* Utama dapat melihat secara langsung matahari dan untuk penentuan waktunya menggunakan konversi waktu terhadap Waktu Mekkah. Sementara untuk daerah lain di mana saat itu matahari sudah terbenam misalnya wilayah Indonesia bagian Timur praktis tidak dapat menggunakan teknik ini. Sedangkan untuk sebagian wilayah Indonesia bagian Tengah barangkali

²³ <http://rukyatulhilar.org>

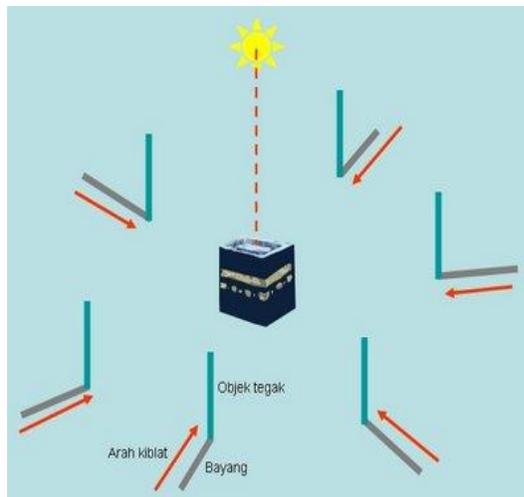
²⁴ Maskufa, *Ilmu Falaq*, hlm. 143

²⁵ <http://rukyatulhilar.org>

masih dapat menggunakan teknik ini karena posisi matahari masih mungkin dapat terlihat.



Gambar 3



Gambar 4

3.2. Posisi Matahari di Jalur Ka'bah

Bayangan arah kiblat terbentuk tidak hanya pada saat matahari berada di atas Mekkah, tetapi juga bisa terjadi pada hari-hari yang lain selain yang disebutkan di atas. Oleh karena itu, kita bisa menentukan jam *rasydu al-Kiblat*, yakni bayang-bayang suatu benda menuju arah Kiblat dengan bantuan sinar matahari, konsep inilah yang kemudian dikenal dengan

“bayang-bayang kiblat”. Perlu diketahui bahwa jam *Rasydu al-Kiblat* tiap hari mengalami perubahan karena terpengaruh oleh deklinasi matahari.²⁶

Ketika matahari berada di jalur ka’bah bayangan matahari berimpit dengan arah yang menuju Ka’bah untuk suatu lokasi atau tempat, sehingga pada waktu itu setiap benda yang berdiri tegak di lokasi yang bersangkutan akan langsung menunjukkan arah kiblat. Posisi matahari seperti itu dapat diperhitungkan kapan akan terjadi. Untuk perhitungan ini yang harus dilakukan adalah:

1. Menentukan lokasi atau tempat untuk diketahui data lintang dan bujur tempatnya.
2. Menghitung arah Kiblat untuk tempat yang bersangkutan.
3. Menentukan tanggal untuk diketahui data deklinasi matahari dan equation of time.
4. Menghitung unsur-unsur yang diperlukan dalam rumus.
5. Melakukan perhitungan dengan rumus yang ada.

Adapun data yang diperlukan adalah:

1. 1). Lintang tempat (ϕ) dan bujur tempat (λ) lokasi yang bersangkutan.
2. 2). Arah Kiblat untuk lokasi yang bersangkutan disertai arahnya.
3. 3). Deklinasi matahari (δ) dan equation of time (e) pada tanggal yang bersangkutan.

Unsur-unsur yang harus diketahui adalah:

Az = azimuth arah Kiblat, yakni besarnya sudut yang dihitung dari titik utara ke arah Barat atau Timur sampai garis yang menuju arah Kiblat. Sehingga:

Jika arah Kiblat U ke B/ T maka $Az = 00^0 +$ arah Kiblat

Jika arah Kiblat S ke B/ T maka $Az = 180^0 -$ arah Kiblat

Jika arah Kiblat B/ T ke U maka $Az = 90^0 -$ arah Kiblat

Jika arah Kiblat B/ T ke S maka $Az = 90^0 +$ arah Kiblat

a = jarak antara kutub Utara dengan δ (deklinasi matahari) diukur sepanjang lingkaran deklinasi. Harga a ini dihitung dengan rumus $a = 90^0 - \delta$.

b = jarak antara kutub utara langit dengan zenith. (Besarnya zenith = besarnya ϕ atau lintang tempat). Harga b ini dihitung dengan rumus $b = 90^0 - \phi$

²⁶ Moh. Murtadho, *Ilmu Falak Praktis*, (Malang: UIN-Malang Press, 2008), cet I, hlm. 166

MP = Meridian Pass yaitu waktu pada saat matahari tepat di titik kulminasi atas atau tepat di meridian langit. MP ini dihitung dengan rumus $MP = 12 - e$.

Intr = interpolasi waktu, yakni selisih waktu antara dua tempat (misalnya waktu setempat dengan waktu daerah, misalnya WIB).

Rumus yang dipakai untuk menghitung kapan bayangan suatu benda menghadap Kiblat:

$$\begin{aligned} \text{Cotan P} &= \cos b \times \tan Az \\ \text{Cos (C-P)} &= \text{cotan } a \times \tan b \times \cos P \\ C &= (C-P) + P \\ \text{Bayangan} &= C : 15 + MP - \text{Interpolasi} \end{aligned}$$

Keterangan:

P = sudut pembantu

C = sudut waktu matahari, yakni busur pada garis edar harian matahari antara lingkaran meridian dengan titik pusat matahari yang sedang membuat bayang-bayang menuju arah Kiblat.

Kalau C hasilnya negative (-) berarti pada waktu itu matahari belum melewati MP (tengah siang hari). Kalau C hasilnya positif (+) berarti terjadi sesudah melewati MP.

Harga mutlak C ini tidak boleh lebih besar dari setengah busur siangnya ($\frac{1}{2}$ BS), karena kalau lebih besar maka matahari akan menempati posisi arah Kiblat pada malam hari, sehingga bayangan arah Kiblat tidak akan terjadi.

$$\text{Cos } \frac{1}{2} \text{ BS} = - \tan \delta \times \tan \varphi$$

Bayangan arah Kiblat tidak akan terjadi jika:

- a. Harga mutlak deklinasi matahari lebih besar dari harga mutlak $90 - Az$.
- b. Harga deklinasi matahari sama besarnya dengan harga lintang tempat.
- c. Harga mutlak C lebih besar daripada harga setengah busur siangnya.²⁷

²⁷ Muhyiddin Khazin, *Ilmu Falak dalam Teori dan Praktek: Perhitungan Arah Kiblat, Waktu Shalat, Awal Bulan, dan Gerhana*, hlm. 73-75

Contoh menghitung bayangan arah Kiblat untuk kota Demak pada tanggal 24 Mei 2010.

Data:

$$\begin{aligned}
 & - \text{Lintang tempat } (\varphi) = -06^0 53' \text{ LS} && - \text{Bujur tempat } (\lambda) \\
 = 110^0 40' \text{ BT} & && \\
 & - \text{Arah Kiblat} = 24^0 26' 52,09'' \text{ (B-U)} && \\
 & - \text{Deklinasi matahari} = 20^0 46' 36''^{28} && - \text{equation of time} = \\
 03^m 12^d & &&
 \end{aligned}$$

Unsur:

$$\begin{aligned}
 \text{Az} &= 90 - \text{arah kiblat} = 90 - 24^0 25' 36,78'' = 65^0 34' 23,22'' \\
 a &= 90 - \delta &= 90 - 20^0 46' 36'' &= 69^0 13' 24'' \\
 b &= 90 - \varphi &= 90 - (-06^0 53') &= 96^0 53' \\
 \text{MP} &= 12 - e &= 12 - 03^m 12^d &= 11^j 56^m 48^d \\
 \text{Intr} &= (\lambda - \lambda D) &= 110^0 40' - 105^0 &= 05^0 40' / 15 = 0^j 22^m \\
 40^d & &&
 \end{aligned}$$

Perhitungan :

$$\begin{aligned}
 \text{Cotan P} &= \cos b \times \tan \text{Az} \\
 &= \cos 96^0 53' \times \tan 65^0 34' 23,22'' \\
 &= (-0,119848052) \times 2,201741187 = -0,263874392 \\
 P &= -75^0 13' 4,98'' \\
 \text{Cos (C-P)} &= \cotan a \times \tan b \times \cos P \\
 &= \cotan 69^0 13' 24'' \times \tan 96^0 53' \times \cos (-75^0 13' \\
 4,98'') & \\
 &= 0,37939843 \times (-8,283757865) \times (0,255141165) = - \\
 0,801869065 &
 \end{aligned}$$

$$(C-P) = 143^0 18' 32,2''$$

$$\begin{aligned}
 C &= (C-P) + P \\
 &= 143^0 18' 32,2'' + (-75^0 13' 4,98'') = 68^0 05' 27,22''
 \end{aligned}$$

$$\text{Bayangan} = C : 15 + \text{MP}$$

²⁸ Deklinasi matahari pada tanggal 24 Mei 2010 jam 16.00 WIB atau jam 09.00 GMT ($16^j - 7^j = 09^j$) dan equation of time pada jam 05.00 GMT atau jam 12.00 WIB ($12^j - 7^j = 05^j$).

$$= (68^{\circ} 05' 27,22'' / 15 = 04^{\text{j}} 32^{\text{m}} 21,81^{\text{d}}) + \text{MP}$$

$$= 04^{\text{j}} 32^{\text{m}} 21,81^{\text{d}} + 11^{\text{j}} 56^{\text{m}} 48^{\text{d}} = 16^{\text{j}} 29^{\text{m}} 9,81^{\text{d}}$$

(LMT)

$$\text{Interpolasi (WIB)} = 16^{\text{j}} 29^{\text{m}} 9,81^{\text{d}} - 0^{\text{j}} 22^{\text{m}} 40^{\text{d}} = 16^{\text{j}} 06^{\text{m}} 29,81^{\text{d}}$$

Jadi pada tanggal 24 Mei 2010 jam 16:06:29.81 (WIB) semua bayangan yang menuju benda yang berdiri tegak di Demak langsung menunjukkan arah kiblat bagi Demak.

4. Kesimpulan

1. Salah satu manfaat dari horizontal parallaks adalah untuk mengoreksi tinggi bulan yang kita lihat dari permukaan bumi. Oleh karena itu, horizontal paralaks harus kita ketahui dahulu dalam menghitung tinggi bulan pada penentuan awal bulan.
2. Ilmu ukur segitiga bola pada dasarnya merupakan ilmu untuk mengukur jarak antara dua tempat. Akan tetapi, pada aplikasinya ternyata memiliki manfaat yang sangat besar dalam penentuan arah kiblat. Dengan menggunakan rumus trigonometri (segitiga bola), kita dapat menghitung jarak suatu tempat dari Mekkah.
3. Rasydu al Kiblah dalam pengertian “ketentuan waktu dimana bayangan benda yang terkena sinar matahari menunjuk ke arah kiblat” dapat diaplikasikan dalam dua macam waktu. *Yang pertama*, ketika matahari berada di atas Ka’bah yang terjadi dua kali dalam satu tahun. Pada saat matahari berkulminasi di atas Mekkah maka bayangan semua benda tegak di setiap permukaan bumi yang mengalami siang hari akan menuju ke arah Kiblat. *Yang kedua*, ketika matahari berada di jalur ka’bah, bayangan matahari berimpit dengan arah yang menuju Ka’bah untuk suatu lokasi atau tempat, sehingga pada waktu itu setiap benda yang berdiri tegak di lokasi yang bersangkutan akan langsung menunjukkan arah kiblat

DAFTAR PUSTAKA

- Azhari, Susiknan, *Ensiklopedi Hisab Rukyat*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008
- DEPAG RI, *Pedoman Penentuan Arah Kiblat*, (Direktorat Jenderal Pembinaan Kelembagaan Agama Islam, Direktorat Pembinaan Badan Peradilan Agama Islam), 1994/1995
- Ismail, M.Syuhudi, *Waktu Shalat dan Arah Kiblat; Dasar-dasar dan Cara Menghitung Menurut Ilmu Ukur Segitiga Bola Ujung Pandang*: Taman Ilmu, 1984
- Izzuddin,Ahmad, *Ilmu Falak*, Tangerang: CV. IPA ABONG, 2006
- Khazin, Muhyiddin, *Ilmu Falak dalam Teori dan Praktek: Perhitungan Arah Kiblat, Waktu Shalat, Awal Bulan, dan Gerhana*, Yogyakarta: Buana Pustaka, 2004
- Maskufa, *Ilmu Falaq* (Jakarta: Gaung Persada (GP Press), 2009
- Murtadho, Moh., *Ilmu Falak Praktis*, Malang: UIN-Malang Press, 2008
- Rachim, Abdur, *Ilmu Falak*, Yogyakarta: LIBERTY, 1983
- Syaiful Mujab, Materi Kuliah Hisab klasik, *Arah Kiblat*.
- Khafidz, Materi Kuliah Hisab Kontemporer, *Bahan Kuliah Hisab Rukyah; Gerak Tata Surya*.
- <http://rukayatulhikal.org/arah-kiblat/index.html>

SEJARAH PERKEMBANGAN HUKUM LINGKUNGAN DI INDONESIA

Sudarwadi

Universitas Nahdlatul Ulama Surakarta

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Masalah

Permasalahan tentang lingkungan hidup belakangan ini semakin ramai dan gencar dibicarakan oleh berbagai kalangan, baik itu kalangan negarawan, politisi, ilmuwan, dan para pecinta alam maupun masyarakat pada umumnya. Memang permasalahan tentang lingkungan hidup, sebagian masyarakat dunia telah menyadari betapa pentingnya dari kelestarian alam tersebut.

Semakin majunya perkembangan teknologi dan pesatnya pembangunan, bukan berarti bahwa masalah kelestarian lingkungan tidak perlu mendapatkan perhatian. Dapat dikatakan bahwa, bagaimanapun pesatnya suatu pembangunan, maka lingkungan harus dipelihara, karena pada akhirnya pembangunan itu tidak ada artinya sama sekali apabila lingkungan hidup telah rusak (Abdurrahman, 1986).

Permasalahan lingkungan hidup sejajar dengan permasalahan perkembangan teknologi dan pesatnya pembangunan, karena dengan semakin bermunculannya berbagai bentuk perusahaan, tidak dapat dihindari adanya polusi udara dan limbah sebagai produk sampingannya.

Kekhawatiran tentang rusaknya atau tercemarnya lingkungan hidup dan pada akhirnya terjadi *global warming* atau pemanasan global, tidak hanya sekedar dipikirkan dan didebatkan dalam forum-forum ilmiah, namun sangat perlu penanganan dan penyelesaian agar lingkungan kini merupakan lingkungan yang akan datang.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan dari penjabaran latar belakang masalah tersebut di atas, maka dapat dilakukan perumusan masalah, adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana sejarah tata perundangan lingkungan hidup di Indonesia?
2. Bagaimana tentang hukum lingkungan di Indonesia?

1.3. Tujuan Penulisan

Setelah mengetahui perumusan masalah tersebut di atas, akan diketahui pula tujuan dari penulisan ini, adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui sejarah tata perundangan lingkungan hidup di Indonesia.
2. Mengetahui tentang hukum lingkungan di Indonesia.

1.4. Manfaat Penulisan

Setelah mengetahui tujuan penulisan di atas, maka diharapkan hasil penulisan ini akan mempunyai manfaat, adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan dengan penulisan ini akan menambah perbendaharaan pengetahuan tentang hukum lingkungan di Indonesia.
2. Diharapkan dengan penulisan ini akan menambah perbendaharaan pengetahuan tentang sejarah tata perundangan lingkungan hidup di Indonesia.

1.5. Metode Pembahasan

Metode pembahasan dalam penulisan ini menggunakan sistem *library research* atau data perpustakaan yaitu metode pembahasan yang menggunakan buku-buku yang berkaitan dengan pokok bahasan sumber utama penulisan.

Jadi, yang menjadi sumber data dari penulisan ini adalah buku-buku yang berkaitan dengan hukum lingkungan hidup yang berlaku dan sesuai di Indonesia.

2. Pembahasan

2.1. Sejarah Tata Perundangan Hukum Lingkungan di Indonesia

1. Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1982 tentang Ketentuan Pokok Pengelolaan Lingkungan Hidup. Awalnya Undang-Undang tentang Lingkungan Hidup yang berlaku di Indonesia adalah Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1982 tentang Ketentuan Pokok Pengelolaan Lingkungan Hidup yang terdiri dari 9 Bab dan 24 Pasal, adalah sebagai berikut:
 - a. Kebaikan Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1982 yaitu:
 - Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1982 merupakan Undang-Undang yang memuat garis besar tentang masalah pengelolaan lingkungan hidup secara umum, sehingga dapat menumbuhkan peraturan perundangan baru yang sesuai dengan kebutuhan jaman.

- Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1982 merupakan payung dan penyangga bagi perubahan penataan tentang lingkungan (Dardiri Hasyim, 2004: 8).
 - b. Kelemahan Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1982 yaitu:
 - Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1982 ini sulit untuk dioperasionalkan oleh karena masih membutuhkan tindak lanjut peraturan perundangan baru yang lebih operasional.
 - Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1982 berisi hal-hal bersifat umum, sehingga dapat menyebabkan berbagai penafsiran yang agak berbeda antarpakar hukum (Alam Setia Zenin, 2004: 6).
 - c. Kesimpulan Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1982 yaitu:
 - Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1982 merupakan Undang-Undang Lingkungan Hidup pertama di Indonesia dan sekaligus sebagai tanda perubahan pada era baru bagi penanganan tentang lingkungan hidup.
 - Kelemahan mendasar terhadap Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1982 adalah sulitnya penerapan terhadap isi Undang-Undang tersebut, sehingga perlu di tindaklanjuti Perundang-undangan baru yang sesuai dengan kebutuhan dalam pasal-pasal yang ada pada Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1982.
 - Aparat pelaksana Undang-Undang harus sadar dan cermat dalam upaya melaksanakan isi Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1982 (Daut Silalahi, 2004: 4).
2. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Ketentuan Pokok Lingkungan Hidup. Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1982 tentang Ketentuan Pokok Pengelolaan Lingkungan Hidup sejak tanggal 19 September 1997 telah digantikan dengan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup. Apabila dibandingkan dengan Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1982 tampak adanya penyempurnaan dalam muatannya menyangkut beberapa aspek hukum, yaitu antara lain aspek hukum administrasi, aspek hukum pidana, aspek hukum perdata, serta mekanisme penyelesaian sengketa di luar pengadilan. Undang-undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup terdiri dari 11 bab dan 52 pasal, adalah sebagai berikut:
- a. Kebaikan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997 yaitu :
 - Cakupan bahasanya jauh lebih luas daripada Undang-undang Nomor 4 Tahun 1982.

- Sanksi bagi pelanggar pencemaran atau pengrusakan lingkungan, lebih jelas dan lebih rinci dibandingkan dengan Undang-undang Nomor 4 Tahun 1982.
 - Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997 tetap sebagai payung Undang-Undang yang telah lalu mengenai lingkungan hidup (Pasal 50 Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997).
 - Penyelesaian persengketaan diatur secara jelas.
 - Telah adanya pasal tersendiri tentang audit terhadap lingkungan hidup.
 - Adanya pelimpahan wewenang kepada wilayah atau daerah untuk mengadakan pengawasan dan memberikan sanksi, hal ini akan mempercepat proses penanganan pelanggaran lingkungan hidup.
 - Hak dan kewajiban pemerintah, pengusaha, dan masyarakat diuraikan secara jelas dalam Undang-undang Nomor 23 Tahun 1997 (Dardiri Hasyim, 2004: 11).
- b. Kelemahan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997 yaitu :
- Undang-undang ini tidak bisa berlaku secara tuntas tanpa adanya Undang-Undang atau peraturan baru yang harus dibentuk (Ada 19 peraturan baru).
 - Undang-undang ini masih bersifat umum sehingga kurang aplikatif.
 - Adanya penyelesaian sengketa di luar pengadilan, memberikan peluang terjadinya Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme yang dapat merugikan bagi upaya pelestarian lingkungan hidup (Dardiri Hasyim, 2004: 11).

2.2. Tentang Hukum Lingkungan di Indonesia

1. Pengertian Lingkungan Hidup. Lingkungan hidup adalah kesatuan ruang dengan semua benda, daya, keadaan, dan makhluk hidup termasuk manusia dan perilakunya, yang mempengaruhi kelangsungan perikehidupan dan kesejahteraan manusia serta makhluk hidup lain (Dardiri Hasyim, 2004: 1). Pengelolaan lingkungan hidup adalah upaya terpadu untuk melestarikan fungsi lingkungan hidup yang meliputi kebijaksanaan dalam hal penataan, pemanfaatan, dan pengendalian lingkungan hidup (Dardiri Hasyim, 2004: 1). Adapun pengertian dari hukum lingkungan adalah aturan-aturan atau ketentuan-ketentuan atau norma-norma hukum yang mengatur secara terpadu dalam hal penataan

lingkungan hidup, pemanfaatan lingkungan hidup, pengembangan lingkungan hidup, pemeliharaan lingkungan hidup, pemulihan lingkungan hidup, pengawasan lingkungan hidup, dan pengendalian lingkungan hidup (Dardiri Hasyim, 2004: 1).

2. Asas dan Tujuan Pengelolaan Lingkungan Hidup. Adapun yang menjadikan asas dari pengelolaan lingkungan hidup meliputi tiga asas, yaitu asas tanggungjawab negara, asas berkelanjutan, dan asas manfaat. Kesemuanya terdapat dalam pasal 3 Undang-undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup. Tujuan dari pengelolaan lingkungan hidup adalah untuk mewujudkan pembangunan berkelanjutan yang berwawasan lingkungan hidup dalam rangka pembangunan manusia seutuhnya dan pembangunan masyarakat Indonesia seluruhnya, yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa terdapat dalam pasal 3 Undang-undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup. Pembangunan manusia seutuhnya, maksudnya pembangunan manusia dengan segala kebutuhannya, baik kebutuhan fisik dan nonfisik atau kebutuhan jasmani dan nonjasmani. Pembangunan masyarakat Indonesia seluruhnya, maksudnya adalah pembangunan untuk seluruh warga negara Indonesia, tanpa memandang status sosial, agama, suku, ras, politik, dan sebagainya.
3. Sasaran Pengelolaan Lingkungan Hidup. Sasaran dari adanya pengelolaan lingkungan hidup berdasarkan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup adalah sebagai berikut:
 - a. Tercapainya keselarasan, keserasian, dan keseimbangan antara manusia dan lingkungan hidup.
 - b. Terwujudnya manusia Indonesia sebagai “Insan Lingkungan Hidup”, yang memiliki sikap dan tindak melindungi dan membina lingkungan hidup.
 - c. Terjaminnya kepentingan generasi masa kini dan generasi masa depan tentang lingkungan hidup.
 - d. Tercapainya kelestarian fungsi lingkungan hidup.
 - e. Terkendalinya pemanfaatan sumber daya secara bijaksana.
 - f. Terlindunginya Negara Kesatuan Republik Indonesia terhadap dampak usaha atau kegiatan di luar wilayah negara yang menyebabkan pencemaran atau pengrusakan lingkungan hidup (Pasal 4 Undang-undang Nomor 23 Tahun 1997) (Rahmadi Usman, 1993: 8).

3. Amdal Dan Andal

Berdasarkan Pasal 1 ayat (1) dan (4) Peraturan Pemerintah Nomor 27 Tahun 1999 dibedakan antara istilah AMDAL dan ANDAL sebagai berikut:

1. Analisis Mengenai Dampak lingkungan (AMDAL) adalah kajian mengenai dampak besar dan penting suatu usaha dan/atau kegiatan yang direncanakan pada lingkungan hidup yang diperlukan bagi proses pengambilan keputusan tentang penyelenggaraan usaha atau kegiatan.
2. Analisis Dampak Lingkungan (ANDAL) adalah telaah secara cermat dan mendalam, tentang dampak besar dan penting suatu rencana usaha atau kegiatan (Otto Soemarwoto, 2002:7).
3. AMDAL (Analisis Mengenai Dampak Lingkungan) dan ANDAL (Analisis Dampak Lingkungan), kedua istilah ini sama-sama membahas tentang rencana dampak besar dan penting. Perbedaan antara keduanya terletak pada (Otto Soemarwoto, 1999: 8):
 - a. AMDAL (Analisis Mengenai Dampak Lingkungan) merupakan kajian rencana dampak besar dan penting. Adapun ANDAL (Analisis Dampak Lingkungan) masih merupakan proses telaah mendalam tentang rencana kajian yang berdampak besar dan penting mengenai lingkungan hidup, serta belum dapat dipakai sebagai pengambil keputusan.
 - b. AMDAL (Analisis Mengenai Dampak Lingkungan) digunakan untuk proses pengambilan keputusan sedangkan ANDAL (Analisis Dampak Lingkungan) masih dalam proses kajian atau telaah dampak besar dan penting tentang lingkungan hidup.
 - c. AMDAL (Analisis Mengenai Dampak Lingkungan) merupakan dokumen yang terdiri dari dokumen KA-ANDAL, ANDAL, RKL, dan RPL sedangkan ANDAL (Analisis Dampak Lingkungan) merupakan bagian dari dokumen AMDAL atau salah satu dari dokumen AMDAL (Otto Soemarwoto, 1999: 17).

4. Pencemaran dan Pengrusakan Lingkungan Hidup

Lingkungan yang sehat, dan kondusif menjadi impian dan harapan setiap manusia yang hidup di dunia. Dengan lingkungan yang segar, sehat, dan kondusif, produktivitas kerja manusia diharapkan dapat semakin menghasilkan. Adanya asumsi tentang korelasi antara kenyamanan dalam bekerja dengan hasil kerja patut didukung dan demikian adanya. Orang yang bekerja dalam situasi bising, kotor, udara tidak sehat akan mengganggu ketahanan dalam bekerja yang pada gilirannya produktivitas kerja akan turun, untuk itulah lingkungan sehat bebas dari pencemaran sangat dibutuhkan.

Pemakaian istilah pencemaran dan pengrusakan lingkungan dibedakan, walaupun perbedaan tersebut sulit untuk diukur di antara

keduanya. Secara bahasa, kata pencemaran dari akar kata cemar berarti kotor, keji, buruk. Pencemaran artinya proses pembuatan atau cara mencemari atau cara mengotori suatu keadaan tertentu. Sementara itu, kata pengrusakan berasal dari kata rusak yang berarti sudah tidak sempurna, tidak utuh, terganggu atau hancur. Pengrusakan artinya suatu proses perbuatan atau suatu cara merusakkan sesuatu, sehingga tidak menjadi sempurna atau menjadi hancur (Dardiri Hasyim, 2004: 209).

Berdasarkan pasal 1 ayat (12) undang-undang Nomor 23 tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan hidup, dikatakan pencemaran lingkungan hidup adalah masuknya atau dimasukkannya makhluk hidup, zat, energy, atau komponen lain ke dalam lingkungan hidup oleh kegiatan manusia, sehingga kualitasnya turun sampai pada tingkat tertentu yang menyebabkan lingkungan hidup tidak dapat berfungsi sesuai dengan peruntukannya.

Pengrusakan lingkungan hidup adalah tindakan yang menimbulkan perubahan langsung atau tidak langsung terhadap sifat fisik atau hayatinya yang mengakibatkan lingkungan hidup tidak berfungsi lagi dalam menunjang pembangunan berkelanjutan (Pasal 1 ayat 14 Undang-undang Nomor 23 tahun 1997).

Macam-macam pencemaran yaitu pencemaran air, pencemaran tanah dan pencemaran udara adalah sebagai berikut:

1. Pencemaran air adalah perubahan kualitas air yang tidak sesuai dengan fungsi peruntukannya. Misalnya tidak dapat diminum, tidak dapat digunakan untuk kegiatan sehari-hari.
2. Pencemaran tanah adalah perubahan kualitas tanah yang tidak sesuai dengan fungsi peruntukannya.
3. Pencemaran udara adalah perubahan kualitas udara yang tidak sesuai dengan fungsi peruntukannya.

5. Upaya Penanggulangan, Pencegahan, dan Penyelesaian Permasalahan Lingkungan Hidup.

5.1. Upaya Penanggulangan Permasalahan Lingkungan Hidup

Masalah lingkungan hidup telah menjadi persoalan dalam kehidupan umat manusia, untuk itu perlu mendapatkan ketegasan prinsip dan sikap dalam rangka mengupayakan kehidupan yang kondusif. Prinsip atau sikap dan sekaligus langkah dalam rangka mengupayakan penanggulangan permasalahan lingkungan hidup adalah sebagai berikut:

1. Lingkungan hidup harus dipandang sebagai masalah teologis (diniyah), di samping dikategorikan sebagai masalah politis dan ekonomis.
2. Pembangunan yang sifatnya industrial, harus dapat menghindari pengaruh atau akibat sampingan yang dapat merugikan umat manusia.
3. Pembangunan IPTEK harus tetap masih peduli terhadap nilai (value) jangan berprinsip value free (bebas nilai).
4. Diupayakan sinkronisasi kegiatan pembangunan dengan usaha pengembangan lingkungan hidup.

5.2. Upaya Pencegahan dan Penyelesaian Pencemaran dan Pengrusakan Lingkungan Hidup (Zain Alam Setia, 1995: 8)

Pencegahan dan penyelesaian persoalan pencemaran dan pengrusakan lingkungan hidup dapat diatasi dengan salah satu caranya yaitu dengan pemberian sanksi atau hukuman bagi para pelanggarnya. Sanksi atau hukuman tersebut ada tiga macam adalah sanksi administrasi, sanksi perdata, dan sanksi pidana, sebagai berikut:

1. Sanksi Administrasi. Ada tiga jenis sanksi administrasi yang diatur dalam UUPH, yaitu:
 - a. Paksaan Pemerintah (Pasal 25 Ayat (1)-(4))
 - b. Uang paksa (pasal 25 ayat (5))
 - c. Pencabutan ijin usaha dan/atau kegiatan.
2. Sanksi Perdata. Aspek hukum perdata tercakup di dalam beberapa ketentuan dalam undang-undang nomor 23 tahun 1997, yaitu meliputi:
 - a. Gugatan ganti rugi dan pertanggungjawaban mutlak (strict liability).
 - b. Pengakuan "ius standi" pada organisasi lingkungan.
 - c. Gugatan perwakilan yang diajukan oleh masyarakat (class action)
3. Sanksi Pidana. Tindak pidana pencemaran atau pengrusakan lingkungan hidup dalam pasal 41 ayat 1 Undang-undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup terdiri dari empat unsur pokok, yaitu barangsiapa, secara melawan hukum dan dengan sengaja, melakukan pencemaran atau pengrusakan lingkungan hidup akan diberikan pidana atau hukuman sesuai peraturan hukum yang berlaku.

6. PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Undang-undang Nomor 4 Tahun 1982 tentang ketentuan pokok pengelolaan lingkungan hidup adalah Undang-undang pertama tentang lingkungan hidup di Indonesia, tetapi sejak tanggal 19 September 1997 telah

digantikan dengan Undang-undang Nomor 23 tahun 1997 tentang Pengelolaan lingkungan Hidup.

Hukum lingkungan adalah aturan-aturan atau ketentuan-ketentuan atau norma-norma hukum yang mengatur secara terpadu dalam hal penataan lingkungan hidup, pemanfaatan lingkungan hidup, pengembangan lingkungan hidup, pemeliharaan lingkungan hidup, pemulihan lingkungan hidup, pengawasan lingkungan hidup, dan pengendalian lingkungan hidup.

Asas dari pengelolaan lingkungan hidup meliputi tiga asas yaitu asas tanggung jawab negara, asas berkelanjutan dan asas manfaat.

Tujuan dari pengelolaan lingkungan hidup adalah untuk mewujudkan pembangunan berkelanjutan yang berwawasan lingkungan hidup dalam rangka pembangunan manusia seutuhnya dan pembangunan masyarakat Indonesia seluruhnya, yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa (Hardjosoemantri, 1991 : 5).

Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL) adalah kajian mengenai dampak besar dan penting suatu usaha dan/atau kegiatan yang direncanakan pada lingkungan hidup yang diperlukan bagi proses pengambilan keputusan tentang penyelenggaraan usaha atau kegiatan.

Analisis Dampak Lingkungan (ANDAL) adalah telaah secara cermat dan mendalam tentang dampak besar dan penting suatu rencana usaha atau kegiatan.

6.2. Saran

Pengelolaan lingkungan hidup merupakan tanggung jawab dari semua pihak yaitu semua warga negara, pemerintah, pengusaha, dan lain sebagainya. Oleh karena hal tersebut diharapkan agar semua pihak saling mengerti hak dan kewajibannya terhadap lingkungan hidup agar jangan sampai rusak atau tercemar.

Bagi pelaku pencemaran lingkungan atau pengrusakan lingkungan hidup harus dihukum seberat-beratnya agar kejadian tersebut tidak terulang lagi, karena lingkungan hidup adalah tempat yang sangat penting sekali bagi kelangsungan semua makhluk hidup di dunia ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman. 1986. *Pengantar Hukum Lingkungan*. Bandung: Alumni.
- Absori. 2001. *Penegakan Hukum Lingkungan dan Antisipasi dalam Era Perdagangan Bebas*. Surakarta: UMS Press.
- Hamdan, M. 2000. *Tindak Pidana Pencemaran Lingkungan Hidup*. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Hardjosoemantri. Koesnadi. 1991. *Hukum Perlindungan Lingkungan*. Yogyakarta: UGM Press.
- Hasyim, Dardiri. 2004. *Hukum Lingkungan*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- Jaelani, Abdul Qodir. 1993. *Pandangan Islam tentang Lingkungan Hidup*. Surabaya: PT. Bina Ilmu.
- Manik, K.E.S. 2003. *Pengelolaan Lingkungan Hidup*. Jakarta: Djambatan.
- N.H.T. Siahaan. 2006. *Hukum Lingkungan*. Jakarta: Pancaran Alam.
- Salindeho, John. 1998. *Gangguan dan Masalah Lingkungan*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Sarwono, Sarlito Wirawan. 1992. *Psikologi Lingkungan*. Jakarta: UI Press.
- Silalahi, Daud. 1992. *Hukum Lingkungan*. Bandung: Alumni.
- Soemarwoto, Otto. 1999. *AMDAL*. Yogyakarta: UI Press.
- Subagyo, P. Joko. 2002. *Hukum Lingkungan*. Rineka Cipta.
- Suratmo, F. Gunawan. 1990. *AMDAL*. Yogyakarta: UGM Press.
- Usman, Rahmadi. 1993. *Pokok-Pokok Hukum Lingkungan Nasional*. Jakarta: Aka Press.
- Zain, Alam Setia. 1995. *Hukum Lingkungan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

PENGARUH CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP EARNINGS MANAGEMENT

Siti Zulaikhah

Universitas Nahdlatul Ulama Surakarta

Abstract

This research is aimed to examine the influence of corporate governance mechanism namely managerial ownership, institutional ownership, audit committee meeting, and size of commissioner on earnings management. The sample for the research consists of 52 companies in the manufacturing sector listed in Indonesia Stock Exchange from 2005 until 2007. Data are collected using purposive sampling. The method of analysis use multiple regression. The result show that (1) managerial ownership had significant influence of earnings management, (2) institutional ownership, audit committee meeting, and size of commissioner does not have significant influence of earnings management and (3) simultaneously of namely managerial ownership, institutional ownership, audit committee meeting, and size of commissioner have significant influence to earnings management.

Keywords : *corporate governance mechanism, managerial ownership, institutional ownership, audit committee meeting, size of commissioner, earnings management.*

1. Pendahuluan

Laporan keuangan merupakan sarana mempertanggungjawabkan apa yang dilakukan oleh manajemen atas sumber daya pemilik. Laporan keuangan merupakan salah satu sarana untuk menunjukkan kinerja manajemen yang diperlukan investor dalam menilai maupun memprediksi kapasitas perusahaan menghasilkan arus kas dari sumber daya yang ada (Ikatan Akuntan Indonesia/IAI, 2004). Oleh karenanya, laporan keuangan merupakan salah satu sumber informasi akuntansi yang paling mendasar bagi proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh investor pasar modal.

Dalam laporan keuangan, salah satu parameter untuk mengukur kinerja perusahaan sering digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan adalah laba yang dihasilkan perusahaan (Subramanyam, 1996). Meski sebenarnya semua laporan keuangan adalah penting dan bermanfaat, namun kebanyakan investor dan pemakai laporan keuangan lainnya hanya memusatkan perhatian mereka pada laba. Seringkali perhatian investor yang hanya terfokus pada laba membuatnya tidak memperhatikan prosedur yang digunakan untuk menghasilkan angka laba tersebut. Ketergantungan investor, pihak eksternal terhadap informasi laba yang terdapat dalam

laporan keuangan turut mendorong manajer melakukan *earnings management* atau manajemen laba untuk kepentingannya sendiri.

Earnings management merupakan tindakan manajemen dalam proses penyusunan laporan keuangan untuk mempengaruhi tingkat laba yang ditampilkan. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kesejahteraan pihak tertentu, walaupun dalam jangka panjang (laba kumulatif) tidak terdapat perbedaan laba yang dapat diidentifikasi sebagai suatu keuntungan (Fischer dan Rosenzweig, 1995). Masalah manajemen laba merupakan masalah keagenan yang seringkali di picu oleh adanya pemisahan peran atau perbedaan kepentingan antara pemilik (pemegang saham) dengan pengelola (manajemen) perusahaan.

Dalam teori keagenan (*agency theory*), hubungan agensi muncul ketika satu orang atau lebih (*principal*) mempekerjakan orang lain (*agent*) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada *agent* tersebut (Jensen dan Meckling, 1976). Manajer sebagai pengelola perusahaan lebih banyak mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan di masa yang akan datang dibandingkan pemilik, akan tetapi informasi yang disampaikan terkadang diterima tidak sesuai dengan kondisi perusahaan sebenarnya. Kondisi ini dikenal sebagai informasi yang tidak simetris atau asimetri informasi (*information asymmetric*). Asimetri antara manajemen (*agent*) dengan pemilik (*principal*) dapat memberikan kesempatan kepada manajer untuk melakukan manajemen laba. Richardson (1998) berpendapat terdapat hubungan sistematis secara positif signifikan antara magnitud asimetri informasi dan tingkat manajemen laba. Fleksibilitas manajemen untuk mengelola laba dapat dikurangi dengan menyediakan informasi yang lebih berkualitas bagi pihak luar. Kualitas laporan keuangan akan mencerminkan tingkat manajemen laba.

Corporate governance merupakan konsep yang diajukan demi peningkatan kinerja perusahaan melalui supervisi atau *monitoring* kinerja manajemen dan menjamin akuntabilitas manajemen terhadap *stakeholder* dengan mendasarkan pada kerangka peraturan. Konsep *corporate governance* diajukan demi tercapainya pengelolaan perusahaan yang lebih transparan bagi semua pengguna laporan keuangan. Bila konsep ini diterapkan dengan baik maka diharapkan pertumbuhan ekonomi akan terus menanjak seiring dengan transparansi pengelolaan perusahaan yang makin baik dan nantinya menguntungkan banyak pihak.

Warfield *et al.* (1995) menguji hubungan kepemilikan manajerial dengan kandungan informasi dari laba (*information content of earnings*) dan *discretionary accrual* dengan menggunakan data pasar modal Amerika, menemukan bahwa kepemilikan manajerial berhubungan negatif dengan manajemen laba dan berhubungan positif dengan kandungan informasi yang

diproksikan dengan *ERC (Earning Response Coefficient)*. Hasil ini mengindikasikan bahwa kepemilikan manajerial dapat mengurangi dorongan untuk melakukan tindakan manipulasi, sehingga laba yang dilaporkan merefleksikan keadaan ekonomi yang sebenarnya dari perusahaan tersebut. Sedangkan Rajgopal *et al.* (1999), menemukan hubungan negatif antara kepemilikan oleh investor institusional dengan perilaku manajemen laba yang diukur dengan nilai *absolute* dari *Discretionary accruals*. Hasil ini mengindikasikan manajer mengakui bahwa investor institusional adalah *informed investor* dibandingkan dengan investor individual. Sehingga dapat mengurangi motivasi manajer untuk memanipulasi laba sebab investor institusional tidak mudah “dibodohi”. Mereka juga menemukan bahwa jika kepemilikan institusional meningkat, harga saham cenderung untuk mencerminkan proporsi informasi *future earnings* yang relatif lebih besar daripada *current earnings*. Hasil ini sesuai dengan anggapan bahwa investor institusional tidak terfokus pada laba sekarang dibandingkan investor individual.

Di Indonesia penelitian terkait dilakukan oleh Midiastuty dan Machfoedz (2004) yang menguji pengaruh beberapa mekanisme *corporate governance* yaitu kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan ukuran dewan direksi terhadap manajemen laba dan kualitas laba dengan menggunakan sampel 85 perusahaan yang dilakukan dengan metode penggabungan data (*polling data*). Mereka menemukan bahwa kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional berhubungan negatif dengan manajemen laba, sedangkan ukuran dewan direksi berhubungan positif dengan manajemen laba.

Tujuan dilaksanakan penelitian ini untuk mengetahui secara empiris pengaruh secara individual dan secara bersama-sama mekanisme *corporate governance* dalam hal ini kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, rapat komite audit dan jumlah dewan komisaris terhadap earnings manajemen. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Regulator (khususnya BAPEPAM) yaitu memberikan bukti empiris akan keefektifan peraturan mengenai praktik *corporate governance* yang telah diterbitkan, dalam hal ini tentang kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, rapat komite audit dan jumlah dewan komisaris dan mampu memberikan informasi bagi investor /stakeholder mengenai pengaruh *corporate governance* terhadap manajemen laba, sehingga dapat menjadi pedoman dalam berinvestasi terutama yang berminat untuk berinvestasi.

2. Telaah Pustaka

2.1. Agency Theory and Information Asymmetric

Konsep *Agency Theory* menurut Anthony dan Govindarajan (1995) adalah hubungan atau kontrak antara *principal* dan *agent*. *Principal*

mempekerjakan *agent* untuk melakukan tugas untuk kepentingan *principal*, termasuk pendelegasian otoritas pengambilan keputusan dari *principal* kepada *Agent*. Pada perusahaan yang modalnya terdiri dari saham, pemegang saham bertindak sebagai *principal*, dan *CEO (Chief Executive Officer)* sebagai *agent* mereka. Pemegang saham mempekerjakan *CEO* untuk bertindak sesuai dengan kepentingan *principal*.

Principal tidak memiliki informasi yang cukup tentang kinerja *agent*. *Agent* mempunyai lebih banyak informasi mengenai kapasitas diri, lingkungan kerja, dan perusahaan secara keseluruhan. Hal inilah yang mengakibatkan adanya ketidakseimbangan informasi yang dimiliki oleh *principal* dan *agent*. Ketidakseimbangan informasi inilah yang disebut *Information Asymmetric*

Corporate governance yang merupakan konsep yang didasarkan pada teori keagenan, diharapkan bisa berfungsi sebagai alat untuk memberi keyakinan kepada investor bahwa mereka akan menerima *return* atas dana yang mereka investasikan. *Corporate governance* berkaitan dengan bagaimana investor yakin bahwa manajer akan memberikan keuntungan bagi investor, yakin bahwa manajer tidak akan menggelapkan atau menginvestasikan ke dalam proyek-proyek yang tidak menguntungkan berkaitan dengan dana yang telah ditanamkan oleh investor dan berkaitan dengan bagaimana para investor mengendalikan para manajer (Shleifer dan Vishny, 1997).

Kepemilikan manajerial dapat didefinisikan sebagai proporsi kepemilikan pemegang saham dari pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan perusahaan (direktur dan komisaris) (Iqbal, 2007). Terdapat dua kriteria sistem pengelolaan perusahaan yaitu perusahaan yang dipimpin oleh manajer dan pemilik (*owner-manager*) dan perusahaan yang dipimpin oleh manajer dan non pemilik (*non owners-manager*).

Dua kriteria ini akan mempengaruhi manajemen laba, sebab kepemilikan seorang manager akan ikut menentukan kebijakan dan pengambilan keputusan terhadap metode akuntansi yang diterapkan pada perusahaan yang mereka kelola. Secara umum dapat dikatakan bahwa persentase tertentu kepemilikan saham oleh pihak manajemen cenderung mempengaruhi manajemen laba (Boediono, 2005).

Jensen dan Meckling (1976) menemukan bukti bahwa kepemilikan manajerial berhasil menjadi mekanisme untuk mengurangi masalah keagenan dengan menyelaraskan kepentingan-kepentingan manajer (pihak *agent*) dan pemegang saham (pihak *principal*). Semakin besar kepemilikan manajerial akan mampu mengurangi kecenderungan manajer perusahaan melakukan *earnings management*.

Kepemilikan institusional berarti kepemilikan saham oleh pihak institusi lain yaitu kepemilikan oleh perusahaan atau lembaga lain. Kepemilikan saham oleh pihak-pihak yang berbentuk institusi seperti perusahaan asuransi, bank, perusahaan investasi dan kepemilikan institusi lain.

Melalui mekanisme kepemilikan institusional, efektifitas pengelolaan sumber daya perusahaan oleh manajemen dapat diketahui dari informasi yang dihasilkan melalui reaksi pasar atas pengumuman laba. Kepemilikan institusional memiliki kemampuan untuk mengendalikan pihak manajemen melalui proses monitoring secara efektif sehingga mengurangi tindakan manajemen melakukan manajemen laba. Persentase saham tertentu yang dimiliki oleh institusi dapat mempengaruhi proses penyusunan laporan keuangan yang tidak menutup kemungkinan terdapat akrualisasi sesuai kepentingan pihak manajemen. (Boediono, 2005).

Menurut Bushee (1998) kepemilikan institusional memiliki kemampuan untuk mengurangi insentif para manajer yang mementingkan diri sendiri melalui tingkat pengawasan yang intens. Kepemilikan institusional dapat menekan kecenderungan manajemen untuk memanfaatkan *discretionary* dalam laporan keuangan sehingga memberikan kualitas laba yang dilaporkan.

Kep-29/PM/2004 menyatakan bahwa Komite Audit adalah komite yang dibentuk oleh dewan komisaris untuk melakukan tugas pengawasan pengelolaan perusahaan. Keberadaan komite audit sangat penting bagi pengelolaan perusahaan. Komite audit merupakan komponen baru dalam sistem pengendalian perusahaan. Selain itu komite audit dianggap sebagai penghubung antara pemegang saham dan dewan komisaris dengan pihak manajemen dalam menangani masalah pengendalian.

Terdapat dua sistem yang berkaitan dengan bentuk dewan dalam perusahaan yaitu *one tiers system* (sistem satu tingkat) dan *two tiers system* (sistem dua tingkat). Sistem satu tingkat (*one tiers system*) dimiliki oleh Negara yang menganut sistem hukum *Anglo Saxon*. Disini perusahaan hanya mempunyai satu dewan direksi yang pada umumnya merupakan kombinasi antara manajer atau pengurus senior (direktur eksekutif) dan direktur independen yang bekerja dengan prinsip paruh waktu (non direktur eksekutif), dimana non direktur eksekutif diangkat karena kebijakan, pengalaman dan relasinya. Negara-negara dengan *one tiers system* misalnya Amerika Serikat dan Inggris (FCGI, 2001).

Sistem dua tingkat dimiliki oleh negara yang menganut sistem hukum *continental* Eropa. Disini perusahaan mempunyai dua badan terpisah, yaitu dewan pengawas (dewan komisaris) dan dewan manajemen (dewan direksi). Tugas dewan direksi adalah mengelola dan mewakili perusahaan dibawah pengarahan dan pengawasan dewan komisaris. Dalam

sistem ini, anggota dewan direksi diangkat dan setiap waktu dapat diganti oleh dewan komisaris. Dewan direksi juga harus memberikan informasi kepada dewan komisaris dan menjawab hal-hal yang diajukan oleh dewan komisaris. Tugas dewan komisaris utama adalah bertanggungjawab untuk mengawasi tugas-tugas manajemen. Dalam hal ini dewan komisaris tidak boleh melibatkan diri dalam tugas-tugas manajemen dan tidak boleh mewakili perusahaan dalam transaksi-transaksi dengan pihak ketiga. Anggota dewan komisaris diangkat dan diganti dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Negara-negara dengan *two tiers system* adalah Denmark, Jerman, Belanda dan Jepang. Karena sistem hukum Indonesia berasal dari sistem hukum belanda, maka hukum perusahaan Indonesia menganut *two tiers system* untuk struktur dewan dalam perusahaan (FCGI, 2001).

Scott (2006) mendefinisikan manajemen laba sebagai berikut “ *Given that managers can choose accounting policies from a set (for example, GAAP), it is natural to expected that they will choose policies so as to maximizes their own utility and/or the market value of the firm ”.*

Dari definisi di atas, maka manajemen laba merupakan pemilihan kebijakan akuntansi oleh manajer dari standar akuntansi yang ada dan secara alamiah dapat memaksimalkan utilitas mereka atau nilai pasar perusahaan.

Menurut Surifah (2001) manajemen laba merupakan intervensi manajemen (*agent*) dalam proses penyusunan laporan keuangan eksternal sehingga menaikkan atau menurunkan laba akuntansi untuk mendapatkan beberapa keuntungan pribadi. Lebih lanjut diungkapkan bahwa manajemen laba dapat mengurangi kredibilitas laporan keuangan apabila digunakan untuk pengambilan keputusan karena manajemen laba merupakan suatu bentuk manipulasi atas laporan keuangan yang menjadi sarana komunikasi antara manajer dan pihak eksternal perusahaan.

2.2. Hipotesis

H₁ : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepemilikan manajerial terhadap manajemen laba

H₂ : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepemilikan institusional terhadap manajemen laba

H₃ : Terdapat pengaruh yang signifikan antara rapat komite audit terhadap manajemen laba

H₄ : Terdapat pengaruh yang signifikan antara jumlah anggota dewan komisaris terhadap manajemen laba

3. Metode Penelitian

3.1. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data sekunder yang diperoleh dari data yang publikasi laporan keuangan perusahaan manufaktur *go public* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2005 sampai tahun 2007. Data sekunder diperoleh dari pojok BEI fakultas ekonomi UMS, pojok BEI fakultas ekonomi UNS, *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD), dan situs Bursa Efek Indonesia yang mempublikasikan laporan keuangan (www.idx.co.id).

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data laba bersih perusahaan, aliran kas dari aktivitas operasi perusahaan, total aktiva perusahaan, perubahan pendapatan perusahaan, aktiva tetap perusahaan dan data perubahan piutang yang terdapat dalam laporan keuangan tahunan perusahaan periode tahun 2005, 2006, dan 2007.
2. Data dari ICMD tahun 2005, 2006, dan 2007 yang digunakan untuk menentukan persentase saham yang dimiliki oleh manajemen dari total saham, persentase saham yang dimiliki oleh institusi dari total saham, jumlah dewan direksi dan jumlah dewan komisaris.

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan dalam sektor manufaktur yang telah *go public* dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Periode pengamatan dilakukan dari tahun 2005 hingga tahun 2007. Perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini di pilih berdasarkan kriteria-kriteria tertentu (*purposive sampling*) yaitu :

1. Perusahaan manufaktur yang telah *listing* di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2005 hingga tahun 2007. Sesuai dengan peraturan BAPEPAM tahun 2000 bahwa perusahaan *go public* harus menerapkan *good corporate governance*.
2. Perusahaan manufaktur yang menerbitkan laporan keuangan tahunan dengan periode yang berakhir tanggal 31 desember yang dinyatakan dalam rupiah (Rp).
3. Perusahaan manufaktur yang memiliki data yang lengkap sesuai dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

3.3. Tehnik Analisis Data

Sesuai dengan rerangka pemikiran dan pengajuan hipotesis di atas, maka hipotesis akan diuji dengan persamaan regresi seperti berikut ini:

$$Y = \alpha + \beta_1 \chi_1 + \beta_2 \chi_2 + \beta_3 \chi_3 + \beta_4 \chi_4 + e_{it}$$

Keterangan:

Y = Manajemen laba,

α = Konstanta,

β = Koefisien regresi model,

χ_1 = Kepemilikan manajerial,

χ_2 = Kepemilikan institutional,

χ_3 = Frekuensi rapat komite audit,

χ_4 = Jumlah anggota dewan komisaris, dan

e = *error term public* (variabel luar yang mempengaruhi Y).

3.4. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 3.1 Hasil uji Kolmogorov-smirnov Sumber : Hasil pengolahan data

MODEL	Z	PROBABILITY	KESIMPULAN
<i>Unstandardized Residual</i>	1,337	0,056	Data berdistribusi Normal

Hasil uji normalitas data diatas menunjukkan bahwa nilai probabilitas dari *unstandardized residual* adalah 0,058 sehingga uji normalitas dengan menggunakan pendekatan *one sample kolmogorov-smirnov* dikatakan normal karena nilai $P > 0,05$.

2. Uji Multikolinieritas

Tabel 3.2 1. Hasil Uji Multikolinieritas Sumber : Hasil pengolahan data

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
KM	0,934	1,070	Tidak terdapat multikolinieritas
KI	0,883	1,132	Tidak terdapat multikolinieritas
KA	0,924	1,082	Tidak terdapat multikolinieritas
KMSR	0,908	1,101	Tidak terdapat multikolinieritas

Hasil uji VIF dan Tolerance menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semua nilai tolerance diatas 0,1 dan semua nilai VIF dibawah 10,sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi multikolinieritas.

3. Uji Autokorelasi

Tabel 3.3 Hasil Uji Durbin Watson Sumber : Hasil olah data

Durbin Watson	Kriteria	Keterangan
1,656	Antara -2 sampai +2	Tidak terdapat Autokorelasi

Berdasarkan tabel di atas, nilai Durbin- Watson sebesar 1,656 berada diantara -2 sampai +2, maka dapat dikatakan tidak terdapat autokorelasi didalam model.

4. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3.4 Hasil Uji Glejser Sumber : Hasil olah data

Variabel	T	Sig	Keterangan
KM	-1,684	0,099	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
KI	0,273	0,786	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
KA	0,080	0,936	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
KMSR	-1,781	0,436	Tidak terjadi Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji glejser menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, rapat komite audit dan jumlah dewan komisaris menunjukkan hasil yang tidak signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen nilai absolute residual (Abs_Res2). Hal ini terlihat dari probabilitas signifikansi dari ke empat variabel diatas tingkat kepercayaan 5 %, jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

3.5. Hasil Regresi

Tabel 3.5 Hasil Analisis Regresi Berganda Sumber : Hasil olah data

Variabel	Nilai Koefisien	T - Hitung	Signifikan
Konstanta	0,227	3,525	0,001
KM	-0,129	-2,747	0,008
KI	-0,056	-0,783	0,437
KA	-0,001	0,674	0,504
KMSR	-0,007	-0,413	0,681
R square	0,189		
Adjusted R square	0,120		
F hitung	2,731		
Sig	0,040		
A	0,05		

3.6. Pengujian Ketepatan Perkiraan

Koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara 0 dan 1. Nilai yang kecil menunjukkan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen adalah rendah, begitu juga sebaliknya. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *corporate governance* terhadap tindakan manajemen laba yang dilakukan perusahaan manufaktur Indonesia. Nilai *adjusted R²* pada hasil pengujian regresi menunjukkan nilai sebesar 0,120, hal ini berarti 12,0% variasi tindakan manajemen laba yaitu *discretionary accruals* dapat dijelaskan oleh variasi variabel kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, rapat komite audit, jumlah dewan komisaris. Sedangkan sisanya 88% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

3.7. Pengujian Signifikansi Parameter Individual

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Hasil uji t menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial memiliki koefisien regresi -2,747 dengan probabilitas 0,008. Nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka bisa ditarik kesimpulan bahwa variabel kepemilikan manajerial secara individual berpengaruh terhadap tindakan manajemen laba, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Koefisien regresi menunjukkan nilai negatif, berarti hubungan antara kepemilikan manajerial dan manajemen laba adalah negatif atau semakin besar nilai kepemilikan manajerial, maka semakin kecil nilai manajemen labanya.

Variabel kepemilikan institusional memiliki koefisien regresi sebesar -0,783 dengan nilai probabilitas 0,437. Nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka bisa ditarik kesimpulan bahwa variabel kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap tindakan manajemen laba perusahaan, sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Koefisien regresi menunjukkan nilai negatif, berarti hubungan antara kepemilikan institusional terhadap manajemen laba adalah negatif atau semakin besar kepemilikan institusional maka akan semakin kecil nilai manajemen labanya.

Variabel rapat komite audit memiliki koefisien regresi sebesar -0,674 dengan nilai probabilitas 0,504. Dengan nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka bisa ditarik kesimpulan bahwa secara individual variabel rapat komite audit tidak berpengaruh terhadap tindakan manajemen laba, sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Koefisien regresi menunjukkan nilai negatif berarti hubungan antara rapat komite audit terhadap manajemen laba adalah negatif atau semakin besar frekuensi rapat komite audit maka semakin kecil nilai manajemen labanya.

Variabel jumlah dewan komisaris memiliki koefisien regresi sebesar -0,413 dengan nilai probabilitas 0,681. Dengan nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka bisa ditarik kesimpulan bahwa secara individual jumlah dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap tindakan manajemen laba, sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Koefisien regresi menunjukkan nilai negatif berarti hubungan antara jumlah dewan komisaris terhadap manajemen laba adalah negatif atau semakin besar jumlah dewan komisaris maka semakin kecil nilai manajemen labanya.

3.8. Pengujian Koefisien Regresi Simultan

Uji statistik F ada dasarnya menunjukkan ketepatan model regresi, apakah variabel independen sudah tepat dalam mengukur variabel dependen (Subagyo dan Djarwanto, 1996). Hasil menunjukkan nilai F hitung sebesar 2,731 dan nilai signifikansi 0,040 yang berarti uji F memberikan hasil yang signifikan, karena nilai signifikansi $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, rapat komite audit, dan jumlah dewan komisaris sudah tepat dalam mengukur variabel manajemen laba yang dilakukan perusahaan manufaktur Indonesia.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaruh mekanisme corporate governance secara individual terhadap manajemen laba adalah sebagai berikut :
 - a. Mekanisme kepemilikan manajerial berpengaruh secara signifikan terhadap manajemen laba dengan tingkat pengaruh negatif yaitu

- semakin besar nilai kepemilikan manajerial, maka semakin kecil nilai manajemen labanya.
- b. Mekanisme kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Hal ini berarti kepemilikan institusional tidak mampu menjadi salah satu mekanisme corporate governance yang dapat mempengaruhi besar kecilnya manajemen laba.
 - c. Mekanisme rapat komite audit tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Hal ini menunjukkan bahwa rapat komite audit tidak mampu mengurangi konflik kepentingan yang timbul dari hubungan keagenan antara manajemen dan pemegang saham.
 - d. Mekanisme jumlah dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Hal ini dapat dijelaskan bahwa besar kecilnya dewan komisaris bukanlah faktor penentu utama dari efektifitas pengawasan manajemen perusahaan.
2. Pengaruh mekanisme corporate governance dalam hal ini kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, rapat komite audit dan jumlah dewan komisaris secara bersama-sama berpengaruh terhadap manajemen laba dengan pengaruh yang signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anthony, R. N. dan V. Govindarajan. 1995. *Management Control System*. Irwin: Homewood. Illinois.
- Boediono, G. 2005. Kualitas Laba: Studi Pengaruh Mekanisme Corporate Governance dan Dampak Manajemen Laba dengan menggunakan Analisis Jalur. *Simposium Nasional Akuntansi VIII*. Ikatan Akuntan Indonesia.
- Bushee, B. 1998. Institutional Investor, Long Term Investment, and Earnings Management. *Accounting Review*: 305-333.
- Fischer, M. dan K. Rosenzweig. 1995. Attitudes of Students and Accounting Practitioners Concerning the Ethical Acceptability of Earnings Management. *Journal of Business Ethics* 14:433-444.
- Forum For Corporate Governance in Indonesia. 2003. Indonesian Company Law. Available on-line at www.fcgi.org.id
- Iqbal, S. 2007. Corporate Governance sebagai alat Pereda Praktik Manajemen Laba (Earning Management). *Ventura* 10 (3).
- Jensen, M. C. dan W. Meckling. 1976. Theory of the firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics* 3 (4): 305-360.
- Midiastuty, P. P., dan M. Machfoedz. 2003. Analisis Hubungan Mekanisme Corporate Governance dan Indikasi Manajemen Laba. *Simposium Nasional Akuntansi VI*. Universitas Airlangga Surabaya. Ikatan Akuntan Indonesia.
- Nasional Committee on Corporate Governance (NCCG). 2001. *Indonesian Code For Good Corporate Governance*.
- Rajgopal, S., M. Venkatachalam, dan J. Jiambalvo. 1999. Is Institutional Ownership Associated With Earnings Management and The Exted to wich Stock Price Reflect Future Earning?. <http://www.ssrn.com>.
- Richardson, V. J., 1998. Information Asymmetry and Earnings Management: Some Evidence. *Review of Quantitative Finance and Accounting* 15: 325-347. <http://www.ssrn.com>.
- Scott, W. R. 2006. *Financial Accounting Theory*. New Jersey: Prentice-Hall.Inc.
- Shleifer, A. dan R. W. Vishny. 1997. A Survey of Corporate Governance. *The Journal of Finance*.
- Surifah. 2001. Studi tentang indikasi Unsur Manajemen Laba pada Laporan Keuangan Perusahaan Publik di Indonesia. *JAAI* 5(1):81-99.
- Subramanyam, K. 1996. The Pricing of Discretionary Accrual. *Journal of Accounting and Economics* 22 (1-3): 249-281.
- Warfield, T. D., J. J. Wild, dan K. L. Wild. 1995. Managerial Ownership, Accounting Choices, and Informativeness of Earnings. *Journal of Accounting and Economics* 20 (1): 61-91.

1.

PEDOMAN PENULISAN ARTIKEL

Berikut ini adalah pedoman minimal penulisan artikel dalam Jurnal Ar Risalah yang dapat menjadi pertimbangan penulis.

1. Naskah belum pernah dimuat dalam media cetak lain, diketik dengan kertas ukuran *Custom size (width: 16 cm, Height: 24 cm)*. Dibuat seringkas mungkin sesuai dengan subyek dan metodologi penelitian (apabila naskah berupa ringkasan penelitian), 15 – 20 halaman dengan font *Times New Roman* ukuran 11 dan 1 spasi. Margin atas, bawah, kiri dan kanan masing-masing 2 cm.
2. Abstraksi atau sinopsis ditulis pada awal tulisan yang terdiri dari 150 – 400 kata (dapat berbahasa Indonesia atau bahasa Inggris), berisi ringkasan materi keseluruhan artikel yang tujuannya memberi penjelasan ringkas kepada pembaca.
3. Kata kunci (*Keyword*) ditulis setelah abstraksi untuk kemudahan dalam pembuatan indeks.
4. Semua artikel disertai dengan referensi yang memuat sumber-sumber yang dikutip.
5. Tabel dan gambar harus diberi nomor urut
6. Semua naskah harus disertai dengan *softcopy* dalam format MS Word
7. Kutipan dalam teks ditulis di antara kurung buka dan kurung tutup yang menyebutkan nama penulis, tahun tanpa koma)
8. Setiap artikel harus memiliki daftar referensi yang menjadi sumber kutipan dengan ketentuan: a) daftar referensi disusun urut alphabetik sesuai nama penulis atau institusi. b) susunan setiap referensi: nama penulis, tahun publikasi, judul buku teks atau artikel, nama penerbit, nomor halaman.
9. Template lengkap penulisan artikel dalam format MS Word dapat diperoleh di Redaksi.