

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam upaya mengikuti perkembangan situasi dan kondisi dimana makin tingginya kompetisi serta intensitas bisnis, maka perusahaan harus mampu menghasilkan produk yang lebih unggul dibandingkan dengan perusahaan lain. Perusahaan pada umumnya memiliki tujuan tertentu yang ingin diraih dalam usaha untuk memenuhi kepentingan anggotanya, salah satunya mendapatkan profit maksimal dengan biaya produksi seminimal mungkin. Demi mendapatkan profit yang optimal, maka perusahaan diharapkan mampu menentukan harga jual produk yang sesuai. Biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi suatu barang menjadi salah satu komponen yang diperhitungkan supaya bisa memperoleh profit dari penentuan harga jual sehingga tercipta profit diantara biaya produksi dan harga jual suatu produk.

Dinamika industri serta persaingan yang semakin ketat telah menumbuhkan berbagai industri baru yang ada di negara Indonesia, sehingga perusahaan membutuhkan teknologi baru dan metode yang semakin akurat. Kemajuan teknologi menciptakan perekonomian yang baru sehingga perusahaan perlu menambah alat dan praktik yang lebih unggul dari kompetitor. Salah satu siasat yang harus dilakukan agar perusahaan dapat bersaing di era kompetitif adalah dengan menekan biaya produksi, meningkatkan kualitas produk dan daya

produksi, dan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan secara maksimal. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk selalu mengikuti perkembangan teknologi dan metode laporan demi terciptanya efisiensi dan efektifitas sehingga dapat bertahan di persaingan yang semakin pesat.

Metode yang dapat digunakan manajemen perusahaan yaitu menerapkan sistem *Activity Based Costing* untuk mengalokasikan biaya-biaya yang lebih akurat. Metode *Activity Based Costing* menjadi dasar untuk meningkatkan kinerja perusahaan serta mempengaruhi keunggulan bersaing. Ukuran kinerja perusahaan mencakup kinerja keuangan dan ukuran kinerja non keuangan. Perusahaan mampu mempertahankan keunggulan bersaing dan sukses apabila pihak manajemen mengelola kinerja perusahaan dengan baik.

Senada dengan beberapa peneliti lainnya, dalam jurnal milik Priyo Hari Adi, Kennedy dan Graves (2011:9) juga mendukung kemanfaatan sistem *Activity Based Costing* dimana mereka membuktikan bahwa kinerja perusahaan setelah menggunakan metode *Activity Based Costing* mengalami kenaikan yang signifikan. Kenaikan ini juga diimbangi dengan semakin tinggi nilai kapitalisasi pasar (saham) perusahaan yang bersangkutan. Satu hal yang perlu dicatat dari hasil penelitian ini adalah pengaruh implementasi *Activity Based Costing* terdeteksi secara tidak langsung.

Demi menjaga keunggulan atas pesaing di Industri sejenis, maka perusahaan harus memiliki keunggulan yang terdeferensiasi. Keunggulan bersaing dapat menjadi suatu ciri khas/unik dari perusahaan sehingga mendapatkan tempat di hati konsumen. Keunggulan bersaing dapat mencakup

beberapa hal seperti harga yang bersahabat, kualitas yang terjamin, serta pelayanan yang memuaskan. Jenis keunggulan bersaing yang paling jelas adalah harga produk yang bersahabat, dimana perusahaan rela memangkas keuntungan per item produk demi kuantitas item yang terjual lebih banyak. Hal tersebut disebabkan kecenderungan konsumen yang menginginkan produk yang berkualitas dengan harga termurah. Dasar analisis untuk dapat memasang harga yang murah tanpa merugikan perusahaan adalah mengetahui biaya produksi terlebih dahulu. Setelah mengetahui biaya produksi, maka dilanjutkan dengan analisis pasar, pesaing, dan daya beli masyarakat dan analisis lainnya sehingga perusahaan dapat menetapkan harga yang sesuai terhadap produknya. Pelanggan akan memilih produk yang memiliki nilai guna atau manfaat lebih dengan harga yang sama. Sehingga sebagai produsen, perusahaan harus berinovasi dan memenuhi kebutuhan masyarakat agar tetap bisa bersaing.

Strategi dalam menentukan keunggulan bersaing ada dua, yaitu yang pertama dengan strategi biaya rendah dimana perusahaan harus bisa menawarkan produk dengan harga yang jauh lebih murah dari pesaingnya. Yang kedua, dengan strategi diferensiasi produk, sehingga pelanggan mendapat nilai manfaat lebih yang sesuai dengan harga yang diberikan. Kedua strategi tersebut dapat meningkatkan anggapan manfaat yang dapat diperoleh pelanggan.

Keunggulan daripada *Activity Based Costing* menitikberatkan pada aktivitas sebagai dasar penetapan biaya. Produk dianggap mengkonsumsi aktivitas dan dari deteksi yang dilakukan, dimungkinkan adanya temuan aktivitas yang sesungguhnya tidak bernilai tambah. Apabila temuan tersebut dapat diteliti, paling tidak ada dua kemungkinan langkah yang diambil; pertama

perusahaan akan mengganti dengan aktivitas yang bernilai tambah dan yang kedua perusahaan akan mengeliminasi aktivitas tersebut. Apabila kemungkinan kedua yang dipilih selain dapat mengurangi biaya produk, hal ini berarti juga proses produksi dapat berjalan lebih singkat, sehingga produk dapat lebih cepat dipasarkan.

Kinerja Perusahaan merupakan suatu gambaran tentang kondisi keuangan suatu perusahaan yang dianalisis dengan alat-alat analisis keuangan, sehingga dapat diketahui baik buruknya keadaan keuangan suatu perusahaan yang mencerminkan prestasi kerja dalam periode tertentu dan mempunyai nilai daya saing yang tinggi. Hal ini sangat penting agar sumber daya digunakan secara optimal dalam menghadapi perubahan lingkungan.

Camar Resource Canada, Inc (CRC) adalah perusahaan Minyak dan Gas yang memiliki kontrak bagi hasil di Blok Bawean, dengan aset produksi minyak lepas pantai yang berlokasi di Jawa Timur, dengan produksi sekitar 500 BOPD. Sebelumnya CRC dimiliki oleh PT. Medco Energi International Tbk. sejak 2004 hingga 2017 dan kemudian saham tersebut dilepas dan dijual, selanjutnya dibeli oleh HyOil Pte. Ltd. yang berbasis di Singapura. CRC menggunakan *Activity Based Costing* sebagai dasar untuk menentukan biaya produksi dan harga jual yang sesuai untuk produknya.

Berdasarkan uraian tersebut diatas, penulis tertarik mengambil judul **“Pengaruh *Activity Based Costing* dan Kinerja Perusahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Camar Resources Canada, Inc.”**.

1.2 Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Pengalokasian biaya yang tidak akurat
2. Metode yang digunakan pada laporan keuangan kurang tepat
3. Profit yang dihasilkan perusahaan tidak maksimal
4. Ketidakpuasan karyawan terhadap kinerja perusahaan
5. Rendahnya tingkat kinerja perusahaan yang menyebabkan tidak tercapainya target dan tujuan perusahaan
6. Perusahaan tidak lebih unggul karena produk yang dihasilkan mahal
7. Tidak mampu bersaing karena sumber daya manusia tidak mumpuni
8. Strategi perusahaan yang kurang efektif untuk membuat lebih unggul dari pesaing

1.2.2 Batasan Masalah

Penelitian ini hanya membahas mengenai pengaruh antara 2 variabel independen dan 1 variabel dependen. Selain itu penelitian ini dilakukan melalui pendekatan kuantitatif dengan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data yang dijalankan dari bulan April 2020 sampai Juli 2020. Objek penelitian menggunakan teknik *Total Sampling* terhadap Karyawan Camar Resources Canada, Inc. (Head Office), sehingga hasil penelitian hanya memberikan analisis mengenai pengaruh *Activity Based Costing*

dan Kinerja Perusahaan terhadap Keunggulan bersaing Karyawan Camar Resources Canada, Inc. tidak termasuk karyawan proyek.

1.2.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, maka perumusan masalah yang akan dibuat adalah :

1. Seberapa besar pengaruh *Activity Based Costing* terhadap Keunggulan Bersaing pada Camar Resources Canada, Inc.?
2. Seberapa besar pengaruh Kinerja Perusahaan terhadap Keunggulan Bersaing pada Camar Resources Canada, Inc.?
3. Seberapa besar pengaruh *Activity Based Costing* dan Kinerja Perusahaan terhadap Keunggulan Bersaing pada Camar Resources Canada, Inc.?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, adapun tujuan diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Activity Based Costing* terhadap Keunggulan Bersaing pada Camar Resources Canada, Inc.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kinerja Perusahaan terhadap Keunggulan Bersaing pada Camar Resources Canada, Inc.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Activity Based Costing* dan Kinerja Perusahaan terhadap Keunggulan Bersaing pada Camar Resources Canada, Inc.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu yang diperoleh penulis serta menjadi sarana aplikasi terkait ilmu yang didapat dari proses belajar di STIE Swadaya.

2. Manfaat Perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan masukan dan informasi yang bermanfaat untuk divisi *Finance* di perusahaan lain pada umumnya, serta khususnya untuk perusahaan Camar Resources Canada, Inc. yang bergerak di Industri Migas. Diharapkan Camar Resources Canada, Inc. mampu menerapkan metode *Activity Based Costing* dan kinerja yang optimal demi memiliki nilai daya saing yang tinggi.

3. Manfaat Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi terhadap studi ilmu ekonomi, khususnya mengenai Akuntansi Manajemen. Kemudian penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi salah satu rujukan dan referensi untuk peneliti lainnya yang memilih variabel penelitian yang identik.

1.5 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban yang masih bersifat sementara terhadap rumusan masalah penelitian, yang mana rumusan masalah penelitian sudah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka hipotesis sebagai berikut:

- H1 : Terdapat pengaruh antara *Activity Based Costing* terhadap Keunggulan Bersaing
- H2 : Terdapat pengaruh antara Kinerja Perusahaan terhadap Keunggulan Bersaing
- H3 : Terdapat pengaruh antara *Activity Based Costing* dan Kinerja Perusahaan terhadap Keunggulan Bersaing

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini dibahas mengenai Latar Belakang Penelitian, Identifikasi Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Hipotesis dan Sistematika Penulisan. Adapun melalui bab ini diharapkan pembaca mampu memahami berbagai hal terkait pemilihan judul serta penggambaran secara singkat mengenai penelitian ini.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini dibahas mengenai Penelitian Terdahulu serta Kerangka Berfikir yang mencakup definisi, dimensi, serta penjabaran lengkap secara komprehensif dan sistematis terkait Keunggulan Bersaing, Metode *Activity Based Costing*, dan Kinerja Perusahaan. Adapun melalui bab ini diharapkan pembaca mampu mengetahui referensi penelitian yang menjadi acuan penulis serta Data Sekunder yang menjadi basis konstruksi penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini dibahas mengenai Definisi Operasional Variabel, Tempat dan Waktu Penelitian, Metode Penelitian, Populasi dan Sampel, Teknik Pengumpulan Data, dan Teknik Analisa Data. Adapun melalui bab ini diharapkan pembaca memahami cara penulis mengambil data, mengolah data, serta menginterpretasi data secara benar.

BAB IV : DESKRIPSI, PENYAJIAN DATA, ANALISIS DAN

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini dibahas mengenai uraian perusahaan yang menjadi objek penelitian, responden, serta pengujian yang mencakup uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisa deskriptif, analisa inferensial, dan uji hipotesis. Melalui bab ini diharapkan pembaca mengetahui proses pengujian tiap variabel serta masing-masing pengaruhnya sehingga dapat membuktikan diterima atau tidaknya hipotesis yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini dibahas mengenai kesimpulan yang dapat penulis ambil setelah melakukan analisis terhadap perusahaan, serta saran yang dapat diberikan kepada perusahaan terkait berdasarkan hasil analisis.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Keunggulan Bersaing

Demi dapat bersaing di industri bisnis yang semakin kompetitif, perusahaan harus memiliki keunggulan bersaing untuk bisa tetap bertahan didalamnya. Dalam jurnal yang ditulis Darman Syarif (2015:12) pada dasarnya keunggulan bersaing berkembang dari nilai yang perusahaan mampu ciptakan untuk pembelinya. Keunggulan bersaing mungkin mengambil bentuk harga yang lebih rendah dibandingkan harga pesaing untuk manfaat yang sesuai atau penyediaan manfaat unik yang lebih sekedar mengimbangi harga premi.

2.1.1 Definisi Keunggulan Bersaing

Pengertian keunggulan bersaing (*Competitive advantage*) menurut Michael E Porter (2008:12) adalah kemampuan suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis di atas laba yang mampu diraih oleh pesaing di dalam industri yang sama. Perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif senantiasa memiliki kemampuan dalam memahami perubahan struktur pasar dan mampu memilih strategi pemasaran yang efektif.

Crown Dirgantoro (2001) mengatakan bahwa keunggulan bersaing sebagai perkembangan dari nilai yang mampu diciptakan perusahaan untuk pembelinya. Sedangkan Noe Et Al (2003), memberikan pengertian

keunggulan bersaing sebagai kemampuan perusahaan untuk membuat produk atau penawaran layanan yang lebih dihargai oleh pelanggan dibandingkan dengan perusahaan yang bersaing.

Ada pendapat dari ahli pakar lainnya, keunggulan bersaing adalah :
“Sesuatu yang memungkinkan sebuah perusahaan memperoleh keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata keuntungan yang diperoleh pesaing dalam industri. Semakin kuat keunggulan yang dimiliki akan semakin tinggi keuntungan yang diperoleh perusahaan dan begitu pula sebaliknya” (Agustinus Sri Wahyudi 1996, hal. 113).

Sampurno (2010) menjelaskan bahwa keunggulan bersaing adalah kemampuan, aset, keahlian, kapabilitas perusahaan untuk bersaing secara efektif di dalam industri. Selain Sampurno, Peter Senge (2000) juga mengemukakan bahwa keunggulan bersaing yang mampu bertahan adalah kemampuan perusahaan untuk belajar mengembangkan produk dan memperkenalkan produk ke pasaran dengan lebih cepat daripada para pesaingnya.

Berdasarkan definisi, dapat disimpulkan bahwa keunggulan bersaing merupakan kemampuan perusahaan untuk meraih keuntungan dengan mengembangkan produk atau layanan yang lebih diminati pelanggan dibandingkan dengan pesaing di industri yang sama dengan harga lebih rendah atau produk yang lebih unik namun harga sedikit di atas harga pasaran.

2.1.2 Dimensi Keunggulan Bersaing

Menurut sudut pandang Li, B. Ragu-Nathan, T.S. Ragu-Nathan & Rao (2006) dalam penelitiannya ada 5 dimensi dalam mengukur keunggulan bersaing suatu perusahaan, yaitu:

1. Harga : Dimensi ini menilai apabila perusahaan tersebut mampu menawarkan harga yang kompetitif apabila dibandingkan dengan pesaingnya atau menawarkan harga yang lebih murah atau menekan biaya serendah mungkin.
2. Kualitas : Dimensi berikutnya, apabila perusahaan tersebut mampu menawarkan produk yang berkualitas tinggi kepada pelanggannya dan lebih jika dibandingkan dengan pesaingnya.
3. *Delivery Dependability* : Dimensi ini apabila perusahaan mampu menyampaikan produknya baik barang maupun jasa dalam memenuhi permintaan pelanggannya secara tepat, baik dalam hal jumlah, kualitas, harga, jenis produk, dan waktu.
4. Inovasi Produk : Pada dimensi ini, perusahaan mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan, melakukan inovasi produk sesuai dengan perubahan keinginan pelanggan dan memperkenalkan produk atau fitur baru kepada pelanggannya.
5. *Time to Market* : Dimensi yang penting disebabkan kecepatan perusahaan untuk meluncurkan produk ke pasar menciptakan kesempatan untuk mencapai pangsa pasar, kepemimpinan pasar, dan laba (Holweg, 2005). Sesuai dengan pernyataan Li, B. Ragu-Nathan, T.S. Ragu-Nathan & Rao (2006), untuk mencapai keunggulan bersaing

maka perusahaan harus mampu untuk menjadi pioner dalam memperkenalkan produk barunya ke pasar lebih cepat dari pesaingnya.

Li, B. Ragu-Nathan, T.S. Ragu-Nathan & Rao (2006) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa dari lima dimensi keunggulan bersaing ini, aspek inovasi produk merupakan aspek yang paling banyak diterapkan untuk mencapai keunggulan bersaing, kemudian yang kedua adalah aspek kualitas, *delivery dependability*, harga, dan kemudian yang terakhir adalah *time to market*.

2.1.3 Sumber Perusahaan dalam Keunggulan Bersaing

Daydan Wensley (1988) mengemukakan bahwa meningkatkan kemampuan perusahaan yang tinggi dari sumber-sumber dimana menghasilkan biaya yang rendah serta meningkatkan nilai untuk pelanggan hal ini merupakan pengendali posisi keunggulan.

Sumber-sumber modal perusahaan menurut Barney (1991) terdapat tiga sumber utama, yaitu sebagai berikut:

1. Sumber modal fisik : teknologi, bangunan, perlengkapan, lokasi serta akses untuk mendapatkan material
2. Sumber modal manusia : pelatihan, pengalaman, penilaian, kepandaian, hubungan, kerja individual
3. Sumber modal organisasi : struktur, perencanaan formal dan informal, pengawasan, dan sistem koordinasi, hubungan kelompok dengan perusahaan serta hubungan antara perusahaan dengan lingkungan.

2.1.4 Faktor-Faktor Keunggulan Bersaing

Banyak faktor yang menunjang perusahaan agar dapat bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya. Menurut Darman syarif (2015) ada tiga faktor yang dibutuhkan untuk menciptakan suatu keunggulan bersaing yang dapat dipertahankan, yaitu :

1. Dasar persaingan (*basic of competition*), dimana strategi harus didasarkan pada seperangkat aset, *skill*, dan kemampuan.
2. Di pasar mana perusahaan bersaing (*where you compete*), dalam hal ini perusahaan harus bisa menentukan dan memilih sasaran pasar yang sesuai dengan strategi yang diterapkan sehingga mampu memberikan sesuatu yang bernilai lebih bagi pasar.
3. Dengan siapa perusahaan bersaing (*who you compete against*), perusahaan harus bisa mengidentifikasi pesaing yang dihadapi. Berada di level lemah, sedang, atau kuat.

2.1.5 Mengukur Keunggulan Bersaing

Salah satu cara mengidentifikasi kompetensi inti adalah dengan *Value Chain Analysis* yang merupakan analisis terhadap aktifitas pokok (*primary activities*) dan aktifitas pendukung (*support activities*) yang terjadi baik di dalam maupun diluar organisasi. *Primary activities* terdiri dari *service, marketing, sales, dan outbound logistics*. Sedangkan *support activities* terdiri dari *firm's infrastructure, human resource management, technological development, dan procurement* (Barney, 2007:72).

Barney (2007) menyatakan bahwa sebuah perusahaan mencapai keunggulan bersaing bila perusahaan menerapkan *value creating strategy* yang pada saat yang sama tidak dilakukan oleh perusahaan lain. Keunggulan bersaing merupakan sumber yang utama untuk menghasilkan perbedaan dalam laba antara perusahaan dalam sebuah industri menekankan issue mengenai posisi strategis dalam bentuk pilihan antara keunggulan biaya dan diferensiasi.

Keunggulan biaya merupakan inti dari setiap strategi bersaing. Untuk mencapai keunggulan biaya, sebuah perusahaan harus bersiap menjadi produsen berbiaya rendah dalam industrinya. Perusahaan harus memiliki banyak segmen, bahkan beroperasi dalam industri terkait. Sumber keunggulan biaya bervariasi dan tergantung kepada struktur industri yang mencakup seperti pengerjaan skala ekonomi, teknologi milik sendiri, akses ke bahan mentah, dan lain-lain. Bila perusahaan dapat mencapai dan mempertahankan keunggulan biaya, maka akan menjadi perusahaan dengan kinerja rata-rata dalam industri.

Diferensiasi adalah cara merancang perbedaan yang berarti untuk membedakan penawaran perusahaan dari penawaran pesaingnya (Kotler dan Susanto, 2001). Strategi diferensiasi adalah suatu strategi yang dapat memelihara loyalitas pelanggan dimana dengan menggunakan strategi diferensiasi, pelanggan mendapat nilai lebih dibandingkan dengan produk lainnya.

2.2 Activity Based Costing

Dalam menentukan harga jual suatu produk, perusahaan harus mengetahui harga pokok produksi suatu produk. Harga pokok produksi adalah total biaya suatu produk yang diselesaikan selama periode berjalan (Hansen dan Mowen, 2004). Menurut Mulyadi (2010), di dalam penentuan biaya produksi dipengaruhi oleh dua pendekatan yang digunakan untuk menentukan unsur-unsur biaya produksi yang diperhitungkan dalam biaya produksi seperti metode *full costing* yaitu biaya produksi yang diperhitungkan dalam penentuan biaya produksi yang termasuk biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik, baik yang berperilaku tetap maupun variabel dan metode *variabel costing*, biaya produksi yang diperhitungkan dalam penentuan biaya produksi adalah hanya terdiri dari biaya produksi variabel, yaitu biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead pabrik variabel.

Ketiga elemen biaya produk sebagai pembentuk Harga Pokok Produksi menurut Yuningsih (2009) yakni :

1. Biaya Bahan Baku (*direct material costs*) adalah biaya perolehan bagian dari barang dalam proses dan barang jadi dan yang dapat ditelusuri ke objek biaya dengan cara yang ekonomis.
2. Biaya Tenaga Kerja Langsung (*direct manufacturing labour cost*) adalah biaya yang dikeluarkan untuk penggunaan tenaga kerja langsung dalam pengolahan suatu produk dari bahan baku menjadi barang jadi.
3. Biaya *Overhead* Pabrik adalah seluruh biaya manufaktur yang tidak termasuk dalam bahan langsung dan tenaga kerja langsung.

Sebagaimana aktivitas bisnis dalam persaingan internasional yang semakin tinggi, banyak perusahaan memperkenalkan sistem pembiayaan produk yang lebih lengkap. Sistem *Activity Based Costing* relative baru yang semakin banyak digunakan sebagaimana para manajer melihat kepentingan strategis untuk mendapatkan informasi biaya yang akurat.

2.2.1 Definisi *Activity Based Costing (ABC)*

Pengertian *ABC System* yang dikemukakan oleh Blocher (2007) yaitu pendekatan perhitungan biaya yang membebankan biaya sumber daya ke objek biaya seperti produk, jasa, atau konsumen berdasarkan aktivitas yang dilakukan untuk objek biaya tersebut.

Senada dengan Blocher, menurut Mulyadi (2007:40) *ABC System* merupakan sistem informasi biaya yang berorientasi pada aktivitas yang bertujuan untuk menyajikan informasi secara cermat bagi kepentingan manajemen, dengan mengukur secara cermat konsumsi sumber daya alam setiap aktivitas yang digunakan untuk menghasilkan produk.

Bastian dan Nurlela (2009:24) mengemukakan bahwa *Activity Based Costing* adalah metode membebankan biaya aktivitas-aktivitas berdasarkan besarnya pemakaian sumber daya, dan membebankan biaya pada objek biaya, seperti produk atau pelanggan, berdasarkan besarnya pemakaian aktivitas, serta untuk mengukur biaya dan kinerja dari aktivitas yang terkait dengan proses dan objek biaya.

L. Gayle Rayburn dalam bukunya *Cost Accounting-Using Cost Management Approach* (1993) memberikan definisi mengenai *Activity-*

Based Costing (ABC), sebagai suatu sistem yang mengakui bahwa pelaksanaan aktivitas menimbulkan konsumsi sumber daya yang dicatat sebagai biaya, atau dengan kata lain bahwa ABC tersebut adalah merupakan pendekatan kalkulasi biaya yang berbasis pada transaksi. Sistem biaya ABC itu sendiri mengalokasikan biaya ke transaksi dari aktivitas yang dilaksanakan dalam suatu organisasi, dan kemudian mengalokasikan biaya tersebut secara tepat ke produk sesuai dengan pemakaian aktivitas setiap produk.

Selain definisi diatas, Dunia dan Abdullah (2012:320) mengatakan bahwa *Activity Based Costing* sebagai suatu sistem pendekatan perhitungan biaya yang dilakukan berdasarkan aktivitas-aktivitas yang dilakukan suatu perusahaan.

Menurut Rudianto (2016) *Activity Based Costing* adalah pendekatan penentuan biaya produk yang membebankan biaya ke produk atau jasa berdasarkan konsumsi sumber daya yang disebabkan oleh aktivitas.

Berdasarkan definisi yang telah dikemukakan, kesimpulan dari *Activity Based Costing* adalah sistem pendekatan perhitungan biaya yang membebankan biaya seperti produk, jasa atau pelanggan berdasarkan aktivitas yang ditujukan untuk menyajikan informasi secara cermat bagi kepentingan manajemen.

Metode *Activity Based Costing* menghitung setiap biaya pada masing-masing aktivitas dengan dasar alokasi yang berbeda untuk tiap unit aktivitasnya, berbeda dengan metode tradisional yang menghitung biaya

produksi menggunakan *unit volume related cost driver* seperti jam kerja langsung, jam alat/mesin, dan biaya material berdasarkan volume produksinya. Dengan metode *Activity Based Costing* ini perusahaan mendapatkan biaya produksi yang valid dan dapat mengendalikan biaya produksi tersebut sehingga bisa menghasilkan biaya produksi yang perusahaan inginkan.

Dimensi ABC menurut Chongruksut (2002) didalam penelitiannya mengatakan bahwa ada 7 faktor penting dalam implementasi ABC, yaitu : *top management support, competition, performance evaluation and compensation, training, non-accounting ownership, resources, consensus and clarity of objective*. Tabel 2.1 memberikan gambaran tentang perbedaan antara metode ABC dengan sistem tradisional.

Tabel 2.1
Perbedaan Antara Metode ABC dan Sistem Tradisional

Keterangan	Activity Based Costing	Sistem Tradisional
Dasar alokasi	Aktivitas	Unit Produksi, Jam Tenaga Kerja, dsb
Fokus pengukuran	Biaya, Kualitas, Skala produk, Data keuangan dan Waktu	Kinerja Keuangan Jangka Pendek
Klasifikasi biaya	Biaya variabel jangka pendek, biaya variabel jangka panjang dan biaya tetap	Biaya variabel dan biaya tetap

Sumber : (Tunggal 2000, Lambert dan Whitworth 1996)

2.2.2 Syarat-syarat Penerapan metode *Activity Based Costing*

Riwayadi (2014) di dalam penelitiannya menyebutkan beberapa syarat-syarat mendasar yang harus dipenuhi sebelum menerapkan sistem *Activity Based Costing* yaitu:

1. Perusahaan menghasilkan beberapa jenis produk. Jika perusahaan menghasilkan beberapa jenis produk dengan menggunakan fasilitas yang sama (*common products*) maka biaya *overhead* pabrik merupakan biaya bersama untuk seluruh produk yang dihasilkan.
2. Biaya-biaya berbasis non unit signifikan harus merupakan persentase yang signifikan dari biaya *overhead*. Jika biaya-biaya ini jumlahnya kecil, maka sama sekali tidak ada masalah dalam pengalokasiannya pada tiap produk.
3. Diversitas produk mengakibatkan rasio-rasio konsumsi antara aktivitas-aktivitas berbasis unit dan non unit berbeda-beda. Jika dalam suatu perusahaan mempunyai diversitas produk maka diperlukan penerapan sistem *activity based costing*.

2.2.3 Konsep Dasar *Activity Based Costing (ABC)*

Sistem ABC dapat memberikan informasi mengenai aktivitas-aktivitas dan biayanya. Mengetahui aktivitas-aktivitas apa yang dilakukan dan biaya-biayanya memungkinkan manajer memusatkan perhatiannya pada aktivitas-aktivitas yang dapat membuat peluang terhadap penghematan biaya. Ada dua keyakinan dasar yang melandasi sistem *Activity Based Costing* menurut Mulyadi (2014) yaitu :

1. *Cost is caused.* Biaya ada penyebabnya dan penyebab biaya adalah aktivitas. *Activity Based Costing System* berangkat dari keyakinan dasar bahwa sumber daya menyediakan kemampuan untuk melaksanakan aktivitas, bukan sekedar menyebabkan timbulnya biaya yang harus dialokasikan.
2. *The causes of cost can be managed.* Penyebab terjadinya biaya yaitu aktivitas dapat dikelola. Melalui pengelolaan terhadap aktivitas yang menjadi penyebab terjadinya biaya, personel perusahaan dapat mempengaruhi biaya. Pengelolaan terhadap aktivitas memerlukan berbagai informasi tentang aktivitas.

Pada konsep dasar *Activity Based Costing* tersebut, biaya yang merupakan konsumsi sumber daya (seperti: bahan, energi, tenaga kerja, dan modal) dihubungkan dengan aktivitas yang mengkonsumsi sumber daya tersebut. Dengan demikian melalui pengelolaan aktivitas dengan baik untuk menghasilkan produk, manajemen akan mampu menghasilkan keunggulan bersaing dalam jangka panjang.

2.2.4 Tahap-Tahap dalam Perancangan sistem *Activity Based Costing*

Pada pembentukan kumpulan aktivitas yang berhubungan, aktivitas diklasifikasikan menjadi beberapa level aktivitas yang akan memudahkan perhitungan karena biaya aktivitas yang berkaitan dengan level yang berbeda akan menggunakan jenis *Cost Driver* yang berbeda. Dalam merancang sistem ABC, menurut Mulyadi (2007:53) penggolongan

aktivitas untuk membuat dan menjual produk digolongkan dalam empat kelompok, yaitu :

1. *Unit-level activity costs* (Biaya aktivitas berlevel unit), biaya ini dibebankan kepada produk berdasarkan jumlah unit produk yang dihasilkan. Biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya energi, dan biaya angkutan adalah contoh biaya aktivitas berlevel unit.
2. *Batch-level activity costs* (Biaya aktivitas berlevel batch), biaya ini berhubungan dengan jumlah batch produk yang diproduksi. *Setup costs* yang merupakan biaya yang dikeluarkan untuk menyiapkan mesin dan *equipment* sebelum suatu order produksi diproses, biaya angkutan bahan baku dalam pabrik, biaya inspeksi, biaya order pembelian adalah contoh biaya yang termasuk dalam golongan ini.
3. *Product-sustaining activity costs* (Biaya aktivitas penopang produk), biaya ini berhubungan dengan penelitian dan pengembangan produk tertentu dan biaya-biaya untuk mempertahankan produk agar tetap dapat dipasarkan. Contoh biaya ini adalah biaya desain produk, desain proses pengolahan produk, pengujian produk..
4. *Facility-sustaining activity costs* (Biaya aktivitas penopang fasilitas), biaya ini di bebaskan kepada produk atas dasar taksiran unit produk yang dihasilkan pada kapasitas normal divisi penjual. Contoh biaya ini adalah biaya depresiasi dan amortisasi, biaya asuransi, biaya gaji karyawan.

Metode ABC mengidentifikasi secara teliti aktivitas-aktivitas yang dilakukan manusia, mesin dan peralatan dalam menghasilkan suatu

produk sehingga lebih akurat. Menurut Hansen dan Mowen (2003) proses penerapan ABC dibagi menjadi dua tahap yaitu :

- Tahap Pertama :
 1. Mengidentifikasi aktivitas.
 2. Membebankan biaya ke pool biaya aktivitas.
 3. Mengelompokkan aktivitas yang seragam menjadi satu level
 4. Menggabungkan biaya dari aktivitas yang dikelompokkan
 5. Menghitung tarif (*overhead*) per kelompok.
- Tahap Kedua: Dalam tahap ini biaya setiap kelompok *overhead* ditelusuri ke produk dengan menggunakan tarif kelompok yang dikonsumsi oleh masing-masing produk sehingga biaya aktivitas yang ada dibebankan kepada produk terhadap setiap aktivitas. Kemudian biaya *overhead* perunit diperoleh dengan menelusuri biaya *overhead* dari kelompok-kelompok tertentu pada produk. Total biaya tersebut kemudian dibagi dengan jumlah unit yang diproses dan akan menghasilkan biaya *overhead* perunit.

2.2.5 Penelusuran Biaya (Cost Tracing)

Suatu obyek biaya adalah suatu aktivitas yang biayanya diakumulasi dan diukur. Biaya dapat berkaitan dengan obyek biaya secara langsung atau tidak langsung. Biaya langsung (*direct cost*) adalah biaya yang dapat ditelusuri dengan mudah dan akurat sebagai obyek biaya. Biaya tidak langsung (*indirect cost*) adalah biaya yang tidak dapat ditelusuri dengan mudah dan akurat sebagai obyek biaya. Setelah obyek biaya dipilih, pengukuran biaya bergantung pada kemampuan untuk menelusuri

pembebanan biaya terhadap obyek biaya berdasarkan hubungan sebab-akibat. Semakin besar biaya yang dapat ditelusuri pada obyeknya, semakin akurat pembebanan biayanya.

Penelusuran adalah pembebanan biaya pada obyek biaya menggunakan pengukuran yang dapat diamati dari sumber-sumber daya yang dikonsumsi oleh obyek biaya. Cara-cara penelusuran adalah sebagai berikut (Hansen dan Mowen, 2007):

1. *Direct Tracing* (Penelusuran Langsung) adalah metode yang paling akurat, yakni proses pengidentifikasian dan pembebanan biaya yang langsung berhubungan dengan obyek biaya, di mana dalam hal ini hubungan sebab-akibatnya dapat diamati secara fisik. Idealnya semua biaya seharusnya dapat dikaitkan secara langsung ke obyek biaya, tetapi sering kali obyek biaya bukanlah satu-satunya obyek pengonsumsi sumber daya yang akan digunakan
2. *Driver Tracing* (Penelusuran Penggerak) adalah proses pengidentifikasian dan pembebanan biaya yang tidak dapat langsung dihubungkan dengan aktivitas atau obyek biaya, tetapi harus melalui suatu perantara penggerak, yaitu berbasis pada hubungan sebab-akibat antara konsumsi sumber daya dengan aktivitas
3. *Allocation* (Alokasi) adalah proses pembebanan biaya tidak langsung ke aktivitas atau obyek biaya melalui basis yang bersifat sembarang, didasarkan pada asumsi-asumsi yang berhubungan. Biaya tidak langsung tersebut tidak dapat dibebankan pada obyek biaya dengan menggunakan *direct tracing* ataupun *driver tracing* karena tidak adanya

hubungan kausal (sebab-akibat) antara biaya dengan obyek biaya, atau karena penelusuran tidak memungkinkan secara ekonomi. Alokasi adalah metode yang tingkat keakuratan pembebanan biaya paling rendah, tetapi memiliki kemudahan dan rendahnya biaya implementasi.

2.3 Kinerja Perusahaan

2.3.1 Definisi Kinerja Perusahaan

Banyak perusahaan menjadikan kinerja sebagai tolak ukur keberhasilan organisasi. Kinerja perusahaan menjadi salah satu konstruksi paling jelas dan mempunyai definisi yang secara luas (Rogers & Wright., 1998). Kinerja perusahaan merupakan perbandingan hasil atau output dengan target awal yang dibuat oleh perusahaan (Jahansahi, Rezaei, Nawaser, Ranjbar, & Pitamber., 2011).

Moerdiyanti (2010) juga mengungkapkan bahwa kinerja perusahaan adalah hasil dari sekumpulan proses bisnis yang memanfaatkan berbagai macam sumber daya seperti sumber daya manusia, sumber daya alam dan *financial* perusahaan. Peningkatan kinerja perusahaan dapat dilihat dari gencarnya perusahaan menghasilkan keuntungan sebesar-besarnya yang diukur dengan target awal perusahaan.

Daft (2000) mengatakan bahwa kinerja perusahaan adalah kemampuan perusahaan untuk mencapai tujuannya dengan memanfaatkan sumber daya secara efektif dan efisien. Selain definisi diatas, Antony & Bhattacharyya (2010) juga mengungkapkan pengertian kinerja perusahaan

adalah sejauh mana perusahaan mampu dikelola dan diatur sehingga dapat memberikan kepuasan pelanggan dan pemangku kepentingan.

Chariri dan Ghozali (2007) mengutarakan kinerja perusahaan dapat diukur dengan menggunakan informasi keuangan dan informasi non keuangan. Informasi non keuangan ini dapat berupa survey kepuasan pelanggan atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Meskipun begitu, kebanyakan kinerja perusahaan diukur dengan rasio keuangan dalam periode tertentu.

Berdasarkan definisi, dapat disimpulkan bahwa kinerja perusahaan merupakan hasil dari serangkaian proses yang memanfaatkan berbagai sumber daya secara efektif dan efisien yang dapat diperbandingkan dengan target perusahaan dan kepuasan pelanggan.

2.3.2 Dimensi Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan memiliki definisi dimensi yang berbeda antara satu peneliti dengan peneliti lainnya. Dalam penelitian Jahanshahi, Rezaie, Nawaser, Ranjbar & Pitamber (2012) membagi Kinerja Perusahaan kedalam 3 dimensi, yakni :

1. Kinerja Keuangan : Dimensi ini menilai kinerja perusahaan menggunakan pengukuran berbasis data akuntansi atau data keuangan.
2. Kinerja Operasional : Dimensi kinerja operasional ini juga dikenal sebagai kinerja non-keuangan dimana aspek- aspeknya mampu mengukur kinerja ketika informasi yang tersedia terkait dengan peluang

sudah ada, namun belum terealisasi secara keuangan seperti pangsa pasar, kualitas, dan kepuasan pelanggan.

3. Kinerja Berbasis Pasar : Pada dimensi ini, secara keseluruhan akan terpengaruh ketika pasar mengetahui informasi mengenai operasional perusahaan yang tidak termasuk dalam hasil kinerja keuangan. Ukuran kinerja berbasis pasar ini seperti menghitung tingkat pengembalian pada pemegang saham.

2.3.3 Penilaian Kinerja Perusahaan

Penilaian aktivitas kinerja perusahaan dibagi dalam tiga dimensi utama yaitu efisiensi, kualitas dan waktu. Penilaian kinerja sendiri memiliki beberapa pengertian yaitu :

1. Suatu sistem formal terstruktur yang mengukur, menilai, dan mempengaruhi sifat-sifat berkaitan dengan pekerjaan, perilaku, dan hasil termasuk tingkat ketidakhadiran karyawan. Fokusnya adalah untuk mengetahui seberapa produktif seorang karyawan atau lebih efektif pada masa yang akan datang, sehingga karyawan, organisasi, dan masyarakat semuanya memperoleh manfaat. (Schuler & Jackson, 1996:3).
2. Pencapaian tujuan yang telah ditetapkan menjadi salah satu tolak ukur kinerja individu. Menurut Robbins (1996) yang dikutip oleh Rivai dan Basri dalam bukunya berjudul *Performance Appraisal*, pada halaman 15 menyatakan ada tiga kriteria dalam melakukan penilaian kinerja individu, yaitu :

- 1) Tugas Individu
- 2) Perilaku Individu
- 3) Ciri Individu

Dari beberapa pengertian kinerja diatas maka dapat disimpulkan kinerja adalah suatu prestasi yang dicapai oleh seseorang dalam melaksanakan tugas atau pekerjaannya dan menghasilkan suatu kepuasan kerja yang nantinya akan berpengaruh pada tingkat imbalan atau gaji. Suatu kinerja individu dapat ditingkatkan apabila ada kesesuaian antara pekerjaan dan kemampuan. Kinerja individu sendiri dipengaruhi oleh kepuasan kerja terhadap pekerjaannya. Perasaan ini berupa suatu hasil penilaian mengenai seberapa jauh pekerjaannya secara keseluruhan mampu memuaskan kebutuhannya. Dalam hal ini dibutuhkan suatu evaluasi yang kemudian dikenal dengan penilaian kinerja.

2.3.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja

Menurut Prawirosentono (1999) terdapat empat faktor yang dapat meningkatkan kinerja, yakni:

1. Efektifitas dan efisiensi

Bila suatu tujuan tertentu akhirnya bisa dicapai, dapat dikatakan bahwa kegiatan tersebut efektif tetapi apabila akibat-akibat yang tidak dicari kegiatan menilai yang penting dari hasil yang dicapai sehingga mengakibatkan kepuasan walaupun efektif dinamakan tidak efisien. Sebaliknya, bila akibat yang dicari-cari tidak penting atau remeh maka kegiatan tersebut efisien.

2. Otoritas (wewenang)

Otoritas adalah sifat dari suatu perintah dalam suatu organisasi formal yang dimiliki seorang anggota organisasi kepada anggota yang lain untuk melakukan suatu kegiatan kerja sesuai dengan kontribusinya.

3. Disiplin

Disiplin adalah taat kepada hukum dan peraturan yang berlaku. Jadi, disiplin karyawan adalah kegiatan karyawan yang bersangkutan dalam menghormati perjanjian kerja dengan organisasi dimana dia bekerja.

4. Inisiatif

Inisiatif yaitu berkaitan dengan daya pikir dan kreatifitas dalam membentuk ide untuk merencanakan sesuatu yang berkaitan dengan tujuan organisasi.

2.3.5 Pengukuran Kinerja melalui *Balanced Scorecard*

Balance Scorecard merupakan pengukuran kinerja yang dikembangkan oleh Kaplan dan Norton yang digunakan untuk mengukur kinerja *management* dari visi dan strategi perusahaan dan diterjemahkan ke dalam aspek penting dalam suatu bisnis (Pratiwi, 2009). *Balanced Scorecard* memiliki empat perspektif, antara lain :

1. Perspektif Keuangan (*financial perspective*), dalam implementasi sistemnya berusaha mencari suatu keseimbangan dari tolak ukur kinerja, baik finansial maupun non finansial untuk mengarahkan kinerja organisasional terhadap keberhasilan. Sasaran-sasaran perspektif keuangan dibedakan pada masing-masing tahap dalam siklus bisnis:

- 1) Tahap Perkembangan (*Growth*), pada tahap ini suatu perusahaan memiliki tingkat pertumbuhan yang berpotensi untuk berkembang. Sasaran keuangan untuk *growth stage* menekankan pada presentase tingkat pertumbuhan pendapatan dan pertumbuhan penjualan diberbagai pasar sasaran, kelompok pelanggan serta wilayah.
 - 2) Tahap Bertahan (*Sustain*), pada tahap ini situasi dimana unit bisnis masih memiliki daya tarik bagi penanaman investasi dan investasi ulang, tetapi diharapkan mampu menghasilkan pengembalian modal yang cukup tinggi.
 - 3) Tahap Panen (*Harvest*), suatu tahap dimana perusahaan melakukan panen terhadap investasi pada dua tahap sebelumnya. Perusahaan tidak lagi melakukan investasi lebih jauh kecuali hanya untuk memelihara dan perbaikan fasilitas, tidak untuk melakukan ekspansi atau membangun suatu kemampuan baru.
2. Perspektif Pelanggan (*customer perspective*), perusahaan melakukan identifikasi pelanggan dan segmen pasar yang akan dimasuki. Dalam perspektif ini perusahaan menggunakan tolak ukur yang dibagi menjadi kelompok Pengukuran Pelanggan Utama dan kelompok Pengukuran Nilai Pelanggan. Hal-hal yang diperhatikan dalam tolak ukur kelompok Pengukuran Pelanggan Utama seperti pangsa pasar, tingkat perolehan pelanggan, kemampuan mempertahankan para pelanggan lama, tingkat kepuasan pelanggan, dan tingkat profitabilitas pelanggan.
 3. Perspektif proses bisnis internal (*internal business perspective*), perusahaan biasanya mengembangkan tujuan dan ukuran-ukuran untuk

perspektif ini setelah merumuskan tujuan dan ukuran untuk perspektif finansial dan pelanggan. Di dalam perspektif proses bisnis internal ini ada tiga tahap yang harus dilakukan, yaitu:

- 1) Tahap Inovasi. Proses inovasi merupakan salah satu kritikal proses, dimana efisiensi dan efektivitas serta ketetapan waktu dari proses ini akan mendorong terjadinya efisiensi biaya pada proses penciptaan nilai tambah bagi customer.
 - 2) Tahap Operasi. Pada tahapan ini mencerminkan aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan mulai dari penerimaan order dari customer, pembuatan produk/jasa sampai dengan pengiriman produk/jasa tersebut kepada pelanggan.
 - 3) Tahap Purna Jual. Pada tahap ini perusahaan berusaha untuk memberikan manfaat tambahan terhadap para pelanggan yang telah menggunakan produk/jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Hal ini dilakukan agar para customer mempunyai loyalitas terhadap perusahaan
4. Perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran (*Growth and Learning Perspective*), di dalam perspektif ini mengukur hal-hal berhubungan dengan sumber daya manusia yang bertugas mempersiapkan sumber daya manusia atau orang instansi pemerintah untuk memiliki kapabilitas menjalankan sistem yang terbangun dalam perspektif internal proses. Pada perspektif ini maka isu kapabilitas individu, kapabilitas informasi, motivasi merupakan medan kerja yang harus dipersiapkan, dimonitoring dan diukur dinamikanya.

2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian penulis. Namun penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis yakni Pengaruh *Activity Based Costing* dan Kinerja Perusahaan terhadap Keunggulan Bersaing.

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil penelitian
1	Rendy dan Devie (2013)	Analisa Pengaruh <i>Activity Based Costing</i> terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Activity Based Costing (ABC)</i> - Keunggulan Bersaing - Kinerja Perusahaan 	<ul style="list-style-type: none"> -<i>ABC</i> berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. -<i>ABC</i> berpengaruh terhadap kinerja perusahaan -Keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja perusahaan
2	Rita Octavia Santoso (2007)	Pengaruh Implementasi <i>Activity Based Costing</i> dan <i>Time and Motion study</i> Terhadap Kinerja Perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Activity Based Costing</i> - <i>Time and Motion Study</i> - Kinerja Perusahaan 	Implementasi sistem ABC dan <i>Time & Motion study</i> dapat mempengaruhi kinerja perusahaan. Agar kinerja perusahaan meningkat diperlukan

				dukungan teknologi informasi, kerja tim, mekanisme kontrol dan pengukuran kinerja yang tepat.
3	Nur Fikriansyah Hidayana (2016)	Pengaruh Penerapan <i>Activity Based Costing System</i> terhadap Kinerja Perusahaan (Dengan Pendekatan Performance Prism) (Studi Pada Perusahaan Textile PT.Yutex)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Activity Based Costing</i> - <i>Kinerja Perusahaan</i> 	Hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana menyimpulkan bahwa <i>Activity Based Costing System</i> berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.
4	Kusmayadi (2012)	<i>Activity Based Costing</i> Dalam Era Kompetisi Global	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Activity Based Costing</i> - Era Kompetisi Global 	Sistem ABC dapat membantu perusahaan untuk memperoleh tingkat profitabilitas jangka panjang dan berkompetisi dalam era globalisasi ekonomi.
5	Erni Suryandari F. Susanto & Muhammad Ali Aqsa (2006)	Pengaruh <i>Activity Based Costing</i> terhadap Peningkatan Kinerja Keuangan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Activity Based Costing</i> - Kinerja Keuangan 	Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh yang signifikan antara keberhasilan ABC terhadap perkembangan kinerja keuangan; di sisi lain, inisiatif dan enabler lainnya tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan kinerja keuangan.

2.5 Kerangka Berpikir

1. Pengaruh *Activity Based Costing* terhadap Keunggulan Bersaing

Sumarsid (2011) dalam penelitiannya mengatakan bahwa *Activity Based Costing* dapat mencegah perusahaan menghitung harga pokok produk yang *overcosting* (biaya yang dibebankan lebih dari yang seharusnya) atau *undercosting* (biaya yang dibebankan kurang dari yang seharusnya). Dan metode *Activity Based Costing* dapat menurunkan harga jual produk sehingga dapat memperoleh keunggulan bersaing.

Bogdanoiu (2009) dalam penelitiannya mengatakan bahwa *Activity Based Costing* adalah metode yang menghasilkan biaya dari tiap aktivitas untuk *cost object* seperti produk atau jasa dengan cara menghitung biaya dan performa dari aktivitas dan sumber daya. Sehingga *Activity Based Costing* memberikan informasi biaya yang lebih akurat dibandingkan dengan sistem tradisional dan dapat digunakan oleh manajer untuk pengambilan keputusan sebagai dasar untuk mendapatkan keunggulan bersaing.

H1: Terdapat pengaruh antara *Activity Based Costing* terhadap Keunggulan Bersaing.

2. Pengaruh Kinerja Perusahaan terhadap Keunggulan Bersaing

Penelitian yang dilakukan oleh Agha (2012) yang meneliti hubungan keunggulan bersaing dengan kinerja perusahaan di perusahaan cat di UAE. Dan hasilnya adalah kinerja perusahaan berdampak positif terhadap keunggulan bersaing. Agha (2012) mengukur keunggulan bersaing berdasarkan 2 dimensi yaitu *flexibility* dan *responsiveness*, sedangkan kinerja

perusahaan diukur berdasarkan 2 dimensi yaitu pertumbuhan dan profitabilitas.

Penelitian lain juga diungkapkan oleh Li, B. Ragu-Nathan, T.S. Ragu-Nathan & Rao (2006) yang mengatakan bahwa kinerja perusahaan mempunyai pengaruh positif dengan keunggulan bersaing. Sebagai contoh, jika perusahaan menerapkan strategi harga yang lebih murah dibandingkan pesaing maka perusahaan tersebut mempunyai kemampuan keuangan yang baik.

H2: Terdapat pengaruh antara Kinerja Perusahaan terhadap Keunggulan Bersaing.

3. Pengaruh *Activity Based Costing* dan Kinerja Perusahaan terhadap Keunggulan Bersaing

Menurut Blocher dkk (2007:21) sistem *activity based costing* digunakan untuk meningkatkan akurasi analisis biaya dengan memperbaiki cara penelusuran biaya ke produk atau pelanggan individu. Dalam proses menciptakan keunggulan kompetitif perlu dimana perusahaan melakukan kinerja dalam organisasinya dengan mengorganisasikan kembali fungsi-fungsi operasi dan manajemennya.

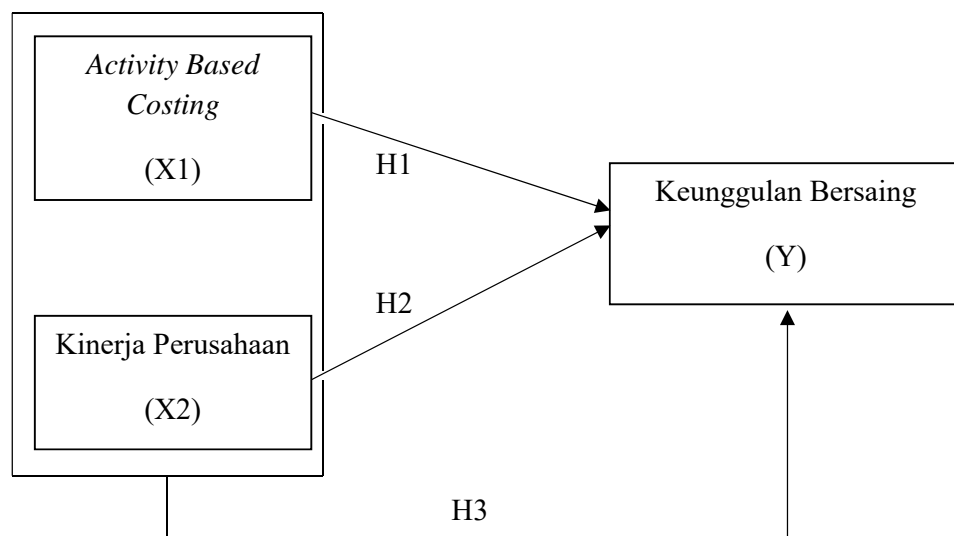
Jika perusahaan menghadapi persaingan yang sangat ketat dengan para pesaingnya dan penetapan harga jual akan sangat berpengaruh pada keunggulan bersaing maka penggunaan sistem ABC akan sangat diperlukan. Karena sistem ABC menghasilkan penetapan biaya produksi yang lebih akurat dibanding dengan sistem tradisional maka dapat menolong perusahaan dalam mengelola keunggulan kompetitif yang dimilikinya. Dengan

kemampuan menentukan biaya produksi yang lebih akurat maka penentuan harga jual perjenis produk pun akan lebih tepat, sehingga perusahaan tidak salah menetapkan harga jual yang kompetitif untuk suatu jenis produk tertentu. Jika perusahaan memiliki diversitas produk yang sangat tinggi dalam hal volume, ukuran, dan kompleksitas produk maka penggunaan sistem ABC akan sangat bermanfaat.

H3: Terdapat pengaruh antara *Activity Based Costing* dan Kinerja Perusahaan terhadap Keunggulan Bersaing.

4. Kerangka Berpikir

(Sugiyono, 2010) mengemukakan bahwa seorang peneliti harus menguasai teori-teori ilmiah sebagai dasar bagi argumentasi dalam menyusun kerangka pemikiran yang membuahkan hipotesis. Kerangka pemikiran ini merupakan penjelasan sementara terhadap gejala-gejala yang menjadi obyek permasalahan yang digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah variabel yang diungkap dalam definisi konsep tersebut, secara operasional, secara praktik, secara nyata dalam lingkup obyek penelitian/obyek yang diteliti. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat.

1. Variabel Bebas (*independent variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi, penyebab terjadinya perubahan atau timbulnya variabel terikat. Dalam penelitian ini, variabel bebas 1 (X1) adalah *Activity Based Costing* dan variabel bebas 2 (X2) adalah Kinerja Perusahaan.

2. Variabel Terikat (*dependent variable*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang digunakan sebagai variabel terikat (Y1) adalah Keunggulan Bersaing.

Definisi operasional variabel penelitian merupakan penjelasan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator-indikator yang membentuknya. Definisi operasional penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
<i>Activity Based Costing</i>	Sistem pendekatan perhitungan biaya yang membebankan biaya seperti produk, jasa atau pelanggan berdasarkan aktivitas yang ditujukan untuk menyajikan informasi secara cermat bagi kepentingan manajemen	<p><i>Top management support</i></p> <p><i>Competition</i></p> <p><i>Performance Evaluation and Compensation</i></p> <p><i>Training</i></p> <p><i>Non-Accounting Ownership</i></p> <p><i>Resource</i></p>	<p>1. ABC didukung oleh Top Management</p> <p>2. Top Management memiliki komitmen tinggi untuk menggunakan ABC sebagai dasar pengambilan keputusan</p> <p>1. ABC berkaitan dengan strategi bersaing</p> <p>1. ABC untuk evaluasi kinerja</p> <p>2. Sistem kompensasi disusun untuk mendorong karyawan menggunakan ABC</p> <p>1. Penyediaan pelatihan penggunaan ABC</p> <p>2. Pendidikan penggunaan ABC</p> <p>3. Pelatihan mengenai bentuk dan tujuan dari ABC</p> <p>1. Komitmen divisi non-accounting untuk kesuksesan penerapan ABC</p> <p>2. Pemberian informasi kepada bidang non-accounting</p> <p>3. Komitmen divisi non-accounting untuk penggunaan informasi dari ABC</p> <p>1. Penggunaan sumber daya yang memadai dari top manajemen untuk implementasi ABC</p>	Interval

		<i>Consensus and Clarity Of Objective</i>	1. Implementasi ABC dapat dimengerti penyusun dan penggunaannya	
Kinerja Perusahaan	Hasil dari serangkaian proses yang memanfaatkan berbagai sumber daya secara efektif dan efisien yang dapat diperbandingkan dengan target perusahaan dan kepuasan pelanggan	Kinerja Keuangan Kinerja Operasional Kinerja Berbasis pasar	1. Keuntungan 2. Pertumbuhan Leverage 3. Likuiditas 4. Efisiensi Arus Kas 1. Pangsa Pasar 2. Pengenalan Produk baru 3. Kualitas Produk/Jasa 4. Efektifitas Pemasaran 5. Kepuasan Pelanggan 1. Dividen pemegang saham 2. Penambahan nilai pasar 3. <i>Annual Return</i>	Interval
Keunggulan Bersaing	Kemampuan perusahaan untuk meraih keuntungan dengan mengembangkan produk atau layanan yang lebih diminati pelanggan dibandingkan dengan pesaing di industri yang sama dengan harga lebih rendah atau produk yang lebih unik namun harga sedikit di atas harga pasaran	Harga Kualitas <i>Delivery Dependability</i> Inovasi Produk <i>Time To Market</i>	1. Harga yang kompetitif 2. Penawaran harga yang sama/lebih murah daripada pesaing 1. Kompetisi kualitas 2. Produk dapat diandalkan 3. Produk yang tahan lama 4. Kualitas produk 1. Pengantaran jenis produk yang dibutuhkan 2. Pengantaran pesanan pelanggan tepat waktu 3. Jasa pengiriman yang dapat diandalkan 1. Kostumisasi produk 2. Peningkatan penawaran produk 3. <i>Feedback</i> permintaan produsen akan fitur baru 1. Pengiriman produk ke pasar secara cepat 2. Yang pertama dalam memperkenalkan produk baru dipasar 3. Pengembangan produk yang cepat	Interval

3.3 Metode Penelitian

Pada penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif serta menggunakan kuesioner sebagai metode pengambilan data yang berdasarkan dari hipotesis yang tertuang pada variabel-variabel yang jelas. Selain itu penelitian kuantitatif memiliki pola logika deduktif (pola umum-khusus), sebab disusun berlandaskan penelitian-penelitian terdahulu yang sejenis untuk di terapkan pada contoh kasus yang berbeda, serta melihat faktor-faktor yang berperan terhadapnya dengan berlandaskan validitas serta reliabilitas yang dimiliki.

Berdasarkan pada penjelasan diatas, pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan yang tepat untuk menentukan pengaruh *Activity Based Costing* dan Kinerja Perusahaan terhadap Keunggulan Bersaing pada perusahaan Camar Resources Canada, Inc., untuk membuktikan mengenai benar atau tidaknya *Activity Based Costing* dan Kinerja Perusahaan dapat mempengaruhi Keunggulan Bersaing pada industri yang sejenis.

3.4 Populasi & Sampel

1. Populasi

Jonathan Sarwono (2006) berpendapat bahwa populasi adalah seperangkat unit analisis yang lengkap yang sedang diteliti. Definisi tersebut memberikan penjelasan bahwa populasi merujuk pada keseluruhan anggota yang lengkap dan sesuai dengan objek yang ingin diteliti. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh karyawan Camar Resources Canada, Inc. yakni sejumlah 55 karyawan.

2. Sampel

Sampel dengan populasi tampak seperti suatu paket yang tak terpisahkan. Meskipun terlihat identik, pada dasarnya sampel berbeda dengan populasi. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2008). Berdasarkan pengertian tersebut, sampel bukanlah “keseluruhan” tetapi merupakan “bagian” sehingga diperlukan teknik tersendiri untuk menetapkan besaran sampel serta menentukan. Dalam Penelitian ini sampel yang digunakan adalah direktur, manajer, asisten manajer, dan staf di Camar Resources Canada, Inc.

3. Teknik Penarikan Sampel

Menurut Sugiyono (2010 : 116) teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Total Sampling*. *Total Sampling* digunakan kedalam penelitian ini karena jumlah populasi yang relatif sedikit yaitu 55 karyawan dengan sampel jenuh sebanyak 36 sampel.

3.5 Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan teknik dalam mengumpulkan informasi untuk selanjutnya diproses demi mengetahui hasil penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian Pustaka (*Library Research*)

Teknik kepustakaan adalah penelitian kepustakaan yang dilakukan dengan cara membaca, menelaah dan mencatat berbagai literatur atau jurnal

penelitian terdahulu yang sesuai dengan pokok bahasan, kemudian disaring dan dituangkan dalam kerangka pemikiran secara teoritis. Penelitian ini menggunakan sumber sekunder berupa jurnal, buku teori, artikel penunjang dan data-data mengenai perusahaan yaitu berupa profil perusahaan dan struktur organisasi Camar Resources Canada, Inc.

2. Kuesioner

Kuesioner adalah alat teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis pada responden untuk dijawabnya. Kuesioner yang digunakan penelitian ini mencakup pernyataan dari indikator hasil turunan dimensi dari masing-masing variabel yang diteliti, kemudian respondennya adalah karyawan Camar Resources Canada, Inc.

3. Observasi

Observasi merupakan metode penelitian dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung pada obyek penelitian.

3.6 Teknik Analisa Data

3.6.1 Skala Pengukuran

Penelitian ini termasuk skala interval karena responden diminta untuk mengurutkan pilihan pada ranking sesuai dengan keinginan mereka yang memiliki jarak yang sama. Atas dasar itu, skala pengukuran yang digunakan adalah Skala *Likert*. Skala *Likert* terdiri dari butir-butir yang menuntut responden untuk memberikan *rating* atas persetujuan atau ketidaksetujuan mereka terkait pernyataan-pernyataan yang diberikan.

Skala *Likert* umumnya paling banyak digunakan dalam riset berupa survei. Skala ini dapat membantu responden untuk menentukan tingkat persetujuan terhadap suatu pernyataan dengan merankingkan jawabannya sesuai dengan pendapat responden. Menurut Sekaran (2003), Skala Likert dapat dikategorikan terhadap 5 kategori yang dimulai dari rasa sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

Berdasarkan konsep dari Sekaran, maka skala dalam penelitian ini adalah

Tabel 3.3 Skala Likert

Alternatif Jawaban	Nilai
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Ragu-Ragu (R)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Sekaran (2003)

3.6.2 Uji Kualitas Data

Uji validitas dan Reliabilitas diperlukan pada tahap *pretest* terhadap pernyataan dalam kuesioner. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui indikator-indikator mana saja yang sesuai dengan variabel penelitian serta pernyataan mana yang tidak mengalami kesalahan pengukuran. Pada

akhirnya, pengujian ini menyebabkan peneliti mengetahui pernyataan mana yang layak untuk diolah dan dianalisis lebih lanjut.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui bahwa alat ukur dalam penelitian dapat melakukan fungsinya secara efektif dalam mengukur objek yang ingin diukur (Sugiyono, 2008). Pengujian ini dapat dilakukan dengan menggunakan Pearson's correlation. Uji validitas tersebut dilakukan dengan menghitung korelasi antara nilai pada tiap pernyataan dengan total pernyataan.

Cara mengetahui valid atau tidaknya pernyataan kuesioner adalah dengan membandingkan r hitung serta signifikansinya. Dengan nilai Df = 36-2 = 34 serta menggunakan Sig = 5%, maka r tabel bernilai 0,329. Apabila r hitung > 0,329, serta Sig < 5%, maka pernyataan kuesioner terkait dapat dikatakan valid.

Rumus:

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{(n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2)}}$$

Keterangan:

- r_{xy} = koefisien korelasi
- x = skor pernyataan tiap nomor
- y = jumlah skor total pernyataan
- N = jumlah sampel

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merujuk pada konsisten atau tidaknya suatu nilai dari hasil pengukuran (Jonathan Sarwono, 2006). Pada penelitian ini, menggunakan Cronbach Alpha karena alat ukur penelitian ini menggunakan skala interval. Uji Reliabilitas dapat dikatakan *reliable* apabila memiliki nilai $>0,600$ (Malhotra *et al*, 2006).

Rumus:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{(k-1)} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_t^2$ = jumlah varians

σ_t^2 = varians total

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik berfungsi untuk mengetahui estimasi regresi bebas dari gejala heteroskedastisitas, multikolinearitas dan autokorelasi serta dapat memperlihatkan apakah persebarannya bersifat normal (minimum st deviasi) atau sebaliknya sehingga hasil regresi dapat menjadi alat estimasi yang tidak bias.

Apabila terdapat heteroskedastisitas maka ada indikasi varian yang tidak konstan, kemudian apabila ada multikolinearitas, maka pengaruh-pengaruh individual dari variabel dapat mempengaruhi persamaan regresi

sehingga mempengaruhi signifikansinya. Setelah itu dengan masih adanya autokorelasi, maka dianggap masih ada korelasi antara hasil penelitian ini dengan penelitian yang sebelumnya. Kemudian apabila distribusi tidak normal, maka model regresi yang digunakan tidak cukup tepat.

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas berguna untuk mengetahui error yang diestimasikan atas pengukuran distribusi normal (Hayes, 2013). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan program *Statistical Product and Social Science* (SPSS) dengan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov. Untuk nilai signifikansi (2-Tailed), data dikatakan normal apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05. Kemudian pendekatan uji normalitas menggunakan histogram dimana penelitian dianggap berdistribusi normal apabila data histogram tidak miring ke kanan ataupun ke kiri.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas secara khusus digunakan dalam penelitian yang menggunakan metode regresi linear berganda. Yaitu, di mana terdapat lebih dari satu variabel independen yang akan diteliti untuk mengetahui apakah terdapat korelasi di antara sejumlah variabel independen tersebut. Dalam penelitian ini akan dilakukan uji multikolinieritas dengan cara melihat nilai tolerance dan VIF yang terdapat pada tabel *Coefficients* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS. Multikolinieritas dianggap ada apabila tolerance $< 0,1$ atau VIF > 10 . Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel-variabel bebas (tidak terjadi multikolinieritas).

3. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui jika terdapat ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Model regresi yang baik adalah data yang tidak terjadi heteroskedastisitas atau homoskedastisitas (Ghozali, 2013:134). Penelitian ini menggunakan uji gletser, yang apabila signifikansi (2-tailed) > 0,05 maka ada indikasi heteroskedastisitas. Sehingga analisis regresi dianggap tepat apabila nilai heteroskedastisitas $\leq 0,05$.

3.6.4 Analisis Deskriptif

Ketika data mentah yang berupa hasil jawaban responden pada kuesioner telah kembali, maka jawaban tersebut harus dibagi dalam beberapa kategori supaya lebih mudah untuk dipahami. Pada analisis deskriptif, metode analisisnya berupa distribusi frekuensi dan analisis *mean*. Pada distribusi frekuensi, peneliti dapat menerjemahkan maksud dari hasil yang tercantum pada skala likert dan membuat pembaca dapat mengetahui sebaran jawaban yang dipilih oleh tiap responden. Analisis *mean* berguna untuk mengetahui kecenderungan data dengan menggunakan nilai rata-rata. Kemudian nilai *mean* yang telah diketahui dapat diinterpretasikan berdasarkan kategori dimana *mean* tersebut berada.

Rumus Mean :

$$M = \frac{\sum X}{N}$$

Dimana M= *Mean*; X = Jumlah nilai dan N = Jumlah individu

Rumus menghitung interval kategorisasi serta hasil perhitungan:

$$N = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kelas}} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Berikut interpretasi dari nilai *mean* pada variable-variabel penelitian :

Tabel 3.4

Interpretasi Mean pada *Activity Based Costing*, Kinerja Perusahaan, dan Keunggulan Bersaing

Nilai	Kategori
$1.00 < x \leq 1.80$	<i>Activity Based Costing</i> , Kinerja Perusahaan dan Keunggulan Bersaing sangat rendah
$1.80 < x \leq 2.60$	<i>Activity Based Costing</i> , Kinerja Perusahaan dan Keunggulan Bersaing rendah
$2.60 < x \leq 3.40$	<i>Activity Based Costing</i> , Kinerja Perusahaan dan Keunggulan Bersaing cukup
$3.40 < x \leq 4.20$	<i>Activity Based Costing</i> , Kinerja Perusahaan dan Keunggulan Bersaing tinggi
$4.20 < x \leq 5.00$	<i>Activity Based Costing</i> , Kinerja Perusahaan dan Keunggulan Bersaing sangat tinggi

Sumber : hasil olahan statistic

3.6.5 Analisis Inferensial

Analisis inferensial terbagi atas analisis parametric dan analisis non parametric. Penelitian ini menggunakan skala interval sehingga jenis analisis inferensial yang digunakan adalah analisis parametric.

Analisis parametric yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi. Analisis regresi juga disebut sebagai suatu analisis statistik yang memanfaatkan pengaruh antara dua variabel atau lebih, dimana

variabel bebas (X) adalah variabel yang berdiri bebas yang besar kecilnya nilai variabel tersebut tidak dipengaruhi oleh variabel yang lain atau disebut juga prediktor. Sedangkan variabel terikat adalah variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel yang lain dalam hal ini variabel bebas atau disebut juga variabel respon (Y).

Berikut dijabarkan langkah-langkah untuk analisis parametrik dalam penelitian ini :

1. Koefisien Korelasi

Pengertian dari analisis korelasi adalah suatu analisis untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan yang terjadi antara variabel-variabel pada penelitian. Pada Korelasi Pearson, rentang besarnya korelasi adalah 0.00 – 1.00 dimana hasilnya bisa berupa korelasi positif dan korelasi negatif.

Sebelum memulai pengukuran, harus ditentukan acuan hasil perhitungan korelasi sehingga data hasilnya dapat diinterpretasikan.

Tabel 3.5 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Rentang hasil (dalam +/-)	Keterangan
< 0,20	Hubungan dapat dianggap tidak ada
> 0,20 – 0,40	Hubungan ada tetapi rendah
> 0,40 – 0,60	Hubungan cukup
> 0,60 – 0,80	Hubungan tinggi
> 0,80 – 1,00	Hubungan sangat tinggi

Sumber: Jonathan Sarwono 2006 : 150

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

a = Konstanta (nilai Y' apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

X = Variabel independen

3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan alat menganalisa persentase R^2 untuk melihat seberapa besarnya variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. R^2 memiliki rentang dari angka 0 - 1. Nilai R^2 yang mendekati angka 1, maka semakin besar peran variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen, begitu juga sebaliknya.

3.6.6 Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis merupakan metode pengambilan keputusan yang didasarkan pada analisis data. Dalam penelitian ini akan dilakukan uji hipotesis yang meliputi uji T (uji parsial) dan uji F (uji simultan).

1. Uji T

Berfungsi untuk menguji signifikansi yang dimiliki oleh koefisien regresi, yakni untuk mengetahui seberapa jauh variabel independen berpengaruh secara nyata atau tidak terhadap variabel dependen. Apabila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka hipotesis dapat diterima, dimana artinya ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen pada nilai signifikansi $\alpha = 5\%$. Namun apabila $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, maka hipotesis ditolak, sehingga tidak ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen pada nilai signifikansi $\alpha = 5\%$.

2. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Hasil uji F dilihat dalam tabel ANOVA dalam kolom sig. Jika nilai probabilitas $< 0,05$, maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Namun jika nilai probabilitas $> 0,05$, maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat.