

Book
Chapter
Ekonomi
Jilid 2



Book Chapter Ekonomi Jilid 2

Editor

Dr. Widya Hary Cahyati,, S. KM., M. Kes.

Penyunting

Prof. Dr. Sucihatiningsih Dian Wisika Prajanti, M. Si.

Desain Sampul dan Tata Letak

Yoris Adi Maretta, S. Pd., M. Pd.

IT

Muhammad Kurniawan, S. Pd., M. Pd.

Penerbit LPPM Universitas Negeri Semarang
Gedung Prof. Dr. Retno Sriningsih Satmoko, Penelitian dan
Pengabdian Masyarakat, Kampus Sekaran, Gunungpati,
Semarang 50229

Cetakan Pertama, 2023

ISSN 2829-3843

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang

PRAKATA

Dalam rangka pelaksanaan kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi, maka kegiatan menulis buku merupakan salah satu indikator penting, terutama dalam bidang penelitian. Penulisan buku juga merupakan salah satu wujud penyebarluasan informasi kepada masyarakat di lingkungan akademik, maupun di masyarakat luas. Untuk itu, kami sebagai bagian dari komunitas akademik menghadirkan *bookchapter* sebagai wujud pelaksanaan dari Tri Dharma Perguruan Tinggi.

“*Bookchapter* Ekonomi Jilid 2” ini terdiri dari delapan bab, yang masing-masing ditulis oleh kelompok peneliti yang mempunyai latar belakang di bidang ekonomi atau ilmu-ilmu yang berkaitan. Dalam bab 1, menjelaskan tentang pandemi covid-19 yang melanda dunia hampir tiga tahun terakhir ini telah banyak merubah tatanan kehidupan social di masyarakat. Perubahan terbesar ada pada cara bagaimana individu menjalani kehidupannya, mulai dari pemenuhan kebutuhan dasar hingga cara individu berinteraksi dengan individu lain. Meningkatnya aplikasi belanja mendorong semakin banyak orang untuk memanfaatkan fasilitas belanja online yang begitu mudah dan praktis melalui genggam tangan. Hal ini mendorong pada terciptanya perilaku konsumtif di masyarakat yang kemudian mengarah pada perubahan gaya hidup terutama kelompok usia muda, terutama mahasiswa. Mahasiswa di wilayah perkotaan adalah kelompok yang sarat akan gaya hidup modern dan konsumtif yang umumnya dari pergaulan.

Dalam bab 2 membahas tentang perbankan syariah yang telah mengharamkan praktik penipuan juga tidak lepas dari kejadian tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan pengaruh ukuran, jenis kelamin, keahlian, dan independensi anggota komite audit serta kesejahteraan karyawan perusahaan terhadap penipuan karyawan. Penelitian yang dilakukan ini melengkapi penelitian-penelitian sebelumnya yang mengukur

penipuan menggunakan kuesioner, sedangkan penelitian ini menggunakan jumlah kasus sebagai indikator penipuan karyawan. 14 bank syariah merupakan sampel penelitian dengan rentang pengamatan tahun 2010-2020. Temuan penelitian memberi bukti bahwa keahlian akuntansi anggota komite audit dan kesejahteraan karyawan dapat mempengaruhi tindakan penipuan yang dilakukan karyawan. Jumlah anggota, gender, dan independensi dari anggota komite audit tidak terbukti memiliki pengaruh pada pengendalian kecurangan. Keahlian komite audit dan kesejahteraan karyawan dapat menjadi sistem pengendalian internal yang efektif dalam mengurangi penipuan.

Di bab 3 dibahas beberapa fenomena bisnis dan masalah yang dihadapi UMKM Batik, antara lain: 1) dimensi SDM, pemilik adalah penggerak utama dalam usaha, 2) belum ada kepedulian pengusaha batik terhadap limbah dan lingkungan, dan 3) manajemen hijau usaha mendukung keunggulan bersaing usaha. Variabel green human capital berpengaruh terhadap competitive advantage UMKM Batik Pekalongan, variable Green structure capital berpengaruh terhadap competitive advantage UMKM Batik Pekalongan dan variable green relational capital berpengaruh terhadap competitive advantage UMKM Batik Pekalongan. Hasil penelitian ini mampu mendukung kebijakan pemerintah khususnya di bidang UMKM Batik, mampu mengetahui fenomena bisnis yang ada, dan kemudian mencari solusi masalah.

Bab 4 pada *bookchapter* ini membahas tentang perdagangan berbagai komoditas dari wilayah nusantara yang laku diperdagangkan di tingkat internasional, menjadikan pelayaran antar pulau sangat intensif dan padat. Jalur laut ini menjadi sarana transportasi para pedagang muslim untuk melakukan aktifitasnya, dibarengi dengan penyebaran Islam. Perniagaan antara pulau antar negara dan antar benua, mewujudkan pantai utara Jawa berada dalam jalur kemaritiman yang ramai. Wilayah kota pantai utara Jawa menjadi pintu keluar masuk para pedagang dari berbagai wilayah nusantara dan mancanegara yakni pedagang dari wilayah Arab, Gujarat, Cina, dan

negara Eropa. Para pedagang muslim yang datang ke Demak tidak semata-mata berdagang tetapi melakukan syiar agama Islam yang dianutnya.

Dalam bab 5 menjelaskan tentang perbankan syariah di Indonesia yang telah berkembang sejak tahun 1992. Pertumbuhan jumlah bank umum syariah dan jumlah kantor layanan cukup signifikan. Namun demikian, indikator return on asset (ROA) menunjukkan bahwa bank syariah di Indonesia mengalami fluktuasi pertumbuhan. Profitabilitas menjadi ukuran kinerja perbankan dan diproksikan dengan return on assets (ROA) dan return on equity (ROE). Di samping itu, pengaruh dana pihak ketiga, non-performing financing (NPF), dan ukuran bank terhadap ROA dan ROE juga akan dijelaskan. Kinerja bank syariah di Indonesia sebelum pandemi termasuk dalam kategori sedang dilihat dari ROA dan ROE. Bank Mega Syariah menjadi bank syariah dengan kinerja rata-rata terbaik selama tahun 2011-2019. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa implementasi GCG tidak berdampak signifikan terhadap kinerja.

Dalam bab 6 membahas tentang industri halal yang akan terus berkembang dengan semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat muslim. Perkembangan aplikasi penyedia makanan halal secara online melalui platform gofood dan shopee food juga terus menanjak permintaannya. Konstruk yang dikembangkan dari TPB mampu menjelaskan dengan baik perilaku pembelian makanan halal. Attitude toward dan subjective norm mampu mempengaruhi intensi pengguna dalam membeli makanan halal. Intensi seseorang tersebut kemudian menentukan keputusan pembelian makanan halal secara positif. Halal awareness juga mampu menjadi prediktor yang signifikan. Namun demikian, perceived behavioral control halal literacy, religious commitment, literasi keuangan, dan konstruk dari UTAUT2 (price value, hedonic motivation, habit) tidak terbukti memberikan pengaruh terhadap intensi pembelian makanan halal.

Di bab 7 dibahas tentang bank syariah yang didirikan untuk memberikan layanan perbankan yang sesuai dengan syariah.

Transaksi yang dilarang dilakukan oleh bank syariah adalah transaksi bunga (*riba*), *gharar* dan *maysir*. Dilihat dari sejarahnya, pendirian bank syariah adalah untuk memberikan produk bank yang bebas dari bunga. Sehingga salah satu transaksi utama yang harus dihindari oleh bank syariah adalah penghindaran bunga. Bank syariah memiliki pembatasan operasional akibat operasinya yang berdasarkan prinsip syariah. Syariah adalah hukum Islam yang mengklasifikasikan kebijakan atau transaksi yang haram dan halal. Tiga jenis transaksi utama yang diharamkan oleh bank syariah adalah *riba*, *gharar*, dan *maysir*. Dari ketiga jenis transaksi yang dilarang dalam Islam, penghindaran bunga merupakan transaksi yang harus dijaga oleh manajemen bank syariah.

Pada bab 8 dari buku ini membahas tentang hubungan antara *Global University Rank* (GUR) yang dasarnya adalah indikator akademik dengan *Sustainability University Rank* (SUR) yang dasarnya adalah indikator keberlanjutan. Data yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 92 artikel yang dipublikasikan dari tahun 2000 hingga tahun 2022. Penelitian ini menggunakan R biblioshiny untuk analisis dan visualisasi data. Selanjutnya dilakukan pula analisis tambahan dengan menggunakan *Vos Viewer*. Hasil penelitian menunjukkan Hubungan antara *Global University Rank* (GUR) dan *Sustainability University Rank* (SUR) masih menjadi topik yang menarik untuk diteliti hingga saat ini ditunjukkan oleh trend publikasi tahunan. Publikasi paling banyak terdapat di tahun 2020 dan 2022 dengan jumlah mendekati 15 artikel. Publikasi paling berpengaruh adalah artikel Veleva yang diterbitkan 2001 pada *Journal of Cleaner Production* sebanyak 157.

Penulis menyadari *bookchapter* ini masih belum sempurna, sehingga penulis menerima saran yang membangun. Semoga *bookchapter* ini bermanfaat bagi pembaca.

Semarang, Februari 2023

Tim Editor

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN IDENTITAS BUKU.....	ii
PRAKATA.....	iii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I. PERILAKU KONSUMSI DAN GAYA HIDUP	
MAHASISWA PERKOTAAN	1
PENDAHULUAN.....	2
KERANGKA TEORI KONSUMSI DAN GAYA HIDUP	4
METODE	8
PROFIL MAHASISWA UNNES.....	9
POLA KONSUMSI MAHASISWA DI MASA PANDEMI.....	13
REPRESENTASI GAYA HIDUP MAHASISWA	18
SIMPULAN	24
DAFTAR PUSTAKA	26
BAB II. PENCEGAHAN OCCUPATIONAL FRAUD	
PERBANKAN SYARIAH.....	28
PENDAHULUAN.....	29
TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	30
METODE	37
HASIL DAN PEMBAHASAN	39
SIMPULAN	48
UCAPAN TERIMA KASIH.....	49
DAFTAR PUSTAKA	49
BAB III. GREEN INTELLECTUAL CAPITAL	56
PENDAHULUAN.....	57
<i>COMPETITIVE ADVANTAGE</i> ; KAJIAN TEORITIS DAN PENELITIAN TERDAHULU	61
<i>INTELLECTUAL CAPITAL (IC)</i> ; KAJIAN TEORITIS DAN PENELITIAN TERDAHULU	61

<i>GREEN INTELLECTUAL CAPITAL (IC); KAJIAN TEORITIS DAN PENELITIAN TERDAHULU</i>	63
METODE PENELITIAN	65
<i>GREEN INTELECTUAL CAPITAL DAN COMPETITIVE ADVANTAGE, KAJIAN EMPIRIS</i>	65
SIMPULAN	69
UCAPAN TERIMA KASIH.....	70
DAFTAR PUSTAKA	70
BAB IV. EKONOMI PERDAGANGAN DAN PENYEBARAN ISLAM: MENELISIK KEJAYAAN DEMAK DALAM JARINGAN KEMARITIMAN	72
PENDAHULUAN.....	73
DEMAK DALAM JARINGAN KEMARITIMAN	75
POTENSI EKONOMI MASYARAKAT PESISIR	79
NILAI EKONOMI PENINGGALAN ISLAM.....	85
EKONOMI LOKAL DI ERA PERUBAHAN	91
SIMPULAN	98
DAFTAR PUSTAKA	98
BAB V. DAMPAK PENERAPAN <i>GOOD CORPORATE GOVERNANCE</i> TERHADAP KINERJA PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA SEBELUM PANDEMI COVID-19	101
PENDAHULUAN.....	102
TELAAH TEORI	104
METODE	106
HASIL DAN PEMBAHASAN	109
DAMPAK INOVASI TEKNOLOGI KEUANGAN TERHADAP KINERJA PERBANKAN SYARIAH; SEBUAH AGENDA BERIKUTNYA	114
SIMPULAN	115
UCAPAN TERIMA KASIH.....	116
DAFTAR PUSTAKA	116
BAB VI. FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN HALAL PADA PENGGUNA GOFOOD DAN SHOPEE FOOD	121

PENDAHULUAN.....	122
KERANGKA TEORI PEMBELIAN MAKANAN HALAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	124
METODE.....	128
HASIL DAN PEMBAHASAN	131
AGENDA PENELITIAN KE DEPAN.....	136
SIMPULAN	138
UCAPAN TERIMA KASIH.....	139
DAFTAR PUSTAKA	139
BAB VII. REKONSTRUKSI MODEL PENGUKURAN KEPATUHAN SYARIAH PADA BANK SYARIAH	142
PENDAHULUAN.....	142
TANTANGAN BANK SYARIAH	145
INDIKATOR KEPATUHAN SYARIAH.....	146
SIMPULAN	156
UCAPAN TERIMA KASIH.....	157
DAFTAR PUSTAKA	157
BAB VIII. HUBUNGAN ANTARA <i>GLOBAL UNIVERSITY</i> <i>RANKING (GUR) DAN SUSTAINABILITY</i> <i>UNIVERSITY RANKING (SUR): ANALYSIS</i> <i>SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW</i>	161
PENDAHULUAN.....	162
METODE.....	166
HASIL DAN PEMBAHASAN	167
INFORMASI DATA UTAMA	167
TREND PUBLIKASI DAN SITASI	168
JURNAL TERELEVAN DAN SITASI TERBANYAK	170
AFILIASI TERELEVAN DAN SITASI TERBANYAK	172
NEGARA TERPRODUKTIF DAN SITASI TERBANYAK.....	174
KOLABORASI PENULIS ANTARNEGARA.....	175
PENULIS PALING PRODUKTIF	177
THEMATIC EVOLUTION.....	178
KEYWORDS	180
CONCEPTUAL STRUCTURE	182
NETWORK VISUALIZATION	183

DENSITY VISUALIZATION.....	184
SIMPULAN	186
DAFTAR PUSTAKA	186

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Analisis Deskriptif	40
Tabel 2.2. Correlation Matrix of All Variables	42
Tabel 2.3. Hasil Uji Fixed Effect and Sys-GMM	45
Tabel 3.1. Indikator Green Intellectual Capital dan Competitive Advantage	64
Tabel 5.1. Indikator Self-Assessment GCG pada Perbankan Syariah	107
Tabel 5.2. Peringkat Komposit Hasil Pelaksanaan Self-Assessment GCG	108
Tabel 5.3. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	110
Tabel 5.4. Kinerja dan Impelementasi GCG Perbankan Syariah Indonesia sebelum Pandemi (tahun 2011-2019) ...	110
Tabel 5.5. Hasil Pengujian Hipotesis	111
Tabel 6.1. Definisi Operasional Variabel Penelitian	129
Tabel 6.2. Hasil Uji Reliabilitas	130
Tabel 6.3. Hasil Evaluasi Model Fit	131
Tabel 6.4. Hasil Pengujian Hipotesis	133
Tabel 7.1. Indikator Pengungkapan	149
Tabel 7.2. Komposit dalam Pengukuran <i>Self-assessment</i>	152
Tabel 8.1. Informasi Data Utama	167

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Riwayat Belanja Akun Shopee Informan Perempuan.....	16
Gambar 1.2. Riwayat Belanja Akun Shopee Milik Informan Laki-Laki.....	16
Gambar 3.1. Output General Results	66
Gambar 3.2. Output Path Coefficient.....	66
Gambar 3.3. Hasil Output Penelitian.....	67
Gambar 4.1. Peta Jaringan Perdagangan dan Penyebaran Islam Abad ke-16	76
Gambar 4.2. Situs Bersejarah.....	85
Gambar 4.3. Peta Pengembangan Kota Demak sebagai Daerah Tujuan Wisata	89
Gambar 6.1. Kerangka Theory of Planned Behavior.....	125
Gambar 6.2. Model UTAUT 2.....	127
Gambar 6.3. Kerangka Penelitian.....	128
Gambar 6.4. Hasil Analisis Jalur	133
Gambar 8.1. <i>State of Art</i>	166
Gambar 8.2. Average Scientific Production	169
Gambar 8.3. Average Citations per Year.....	170
Gambar 8.4. Most Relevant Sources	171
Gambar 8.5. Source Local Impact by H Index	171
Gambar 8.6. Most Local Cited Source	172
Gambar 8.7. Most Relevant Affiliation.....	172
Gambar 8.8. Most Global Cited Documents	173
Gambar 8.9. Most Local Cited Documents	174
Gambar 8.10. Country Scientific Production	174
Gambar 8.11. Most Cited Countries.....	175
Gambar 8.12. Country Collaboration Map	176
Gambar 8.13. Corresponding Author's Country	176
Gambar 8.14. Top-Authors' Production over the Time	177

Gambar 8.15. Most Relevant Authors.....	178
Gambar 8.16. Peta Evolusi Tema.....	178
Gambar 8.17. <i>Thematic Map</i>	179
Gambar 8.18. <i>Topik Trend</i>	180
Gambar 8.19. Most Relevant Words.....	180
Gambar 8.20. <i>Tree Map</i>	181
Gambar 8.21. <i>Keywords</i>	181
Gambar 8.22. <i>Density</i>	182
Gambar 8.23. Thematic Map Vos Viewer (Co Occuranceship)	183
Gambar 8.24. Thematic Map Vos Viewer (Co Authorship)	183
Gambar 8.25. Network Visualization Vos Viewer.....	184
Gambar 8.26. Density Visualization Vos Viewer (Co Authorship)	185
Gambar 8.27. Density Visualization Vos Viewer (Co ccuranceship).....	185

BAB I. PERILAKU KONSUMSI DAN GAYA HIDUP MAHASISWA PERKOTAAN DI MASA PANDEMI COVID-19

**Atika Wijaya¹, Elsa Lutmilarita Amanatin², Zhaqiya Rizqy
Hapsari³, Salsya Devi Oktarin⁴, dan Elly Kismini⁵**

**^{1,5}Jurusan Sosiologi dan Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial,
Universitas Negeri Semarang**

²Pascasarjana Sosiologi Universitas Padjajaran

³SMA N 2 Semarang

⁴SMA Islam Kandangan, Temanggung

atika.wijaya@mail.unnes.ac.id; elsalamanatin@gmail.com;

zhaqiyahapsari05@gmail.com; salsyadeviii@gmail.com;

ellykismini@mail.unnes.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.15294/ie.v1i2.110>

Abstrak

Pandemi Covid-19 yang melanda dunia hampir tiga tahun terakhir ini telah banyak merubah tatanan kehidupan social di masyarakat. Perubahan terbesar ada pada cara bagaimana individu menjalani kehidupannya, mulai dari pemenuhan kebutuhan dasar hingga cara individu berinteraksi dengan individu lain. Meningkatnya aplikasi belanja mendorong semakin banyak orang untuk memanfaatkan fasilitas belanja online yang begitu mudah dan praktis melalui genggam tangan. Hal ini mendorong pada terciptanya perilaku konsumtif di masyarakat yang kemudian mengarah pada perubahan gaya hidup terutama kelompok usia muda, terutama mahasiswa. Mahasiswa di wilayah perkotaan adalah kelompok yang sarat akan gaya hidup modern dan konsumtif yang umumnya dari pergaulan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola konsumsi dan gaya hidup mahasiswa perkotaan pada masa pandemi Covid-19, khususnya mahasiswa di Universitas Negeri Semarang (UNNES). Adapun metode penelitian yang digunakan adalah *mix-method* yaitu kuantitatif deskriptif

dengan kuisioner dan kualitatif deskriptif dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Responden dan informan yang dilibatkan adalah mahasiswa UNNES dari berbagai fakultas dan angkatan. Temuan dalam penelitian ini akan focus pada pola konsumsi mahasiswa ketika berbelanja online di platform belanja online, gaya hidup mahasiswa yang menggunakan *sneakers brand* impor dan kebiasaan nongkrong di cafe sekitar kampus. Temuan menunjukkan bahwa meskipun gaya hidup konsumtif tidak terpengaruh adanya pandemi, namun diakui bahwa pandemi menguatkan gaya hidup tersebut karena banyak promosi dan kemudahan yang diberikan oleh *platform* belanja *online*. Sementara media social menjadi media representative mahasiswa dalam menunjukkan gaya hidup mereka ketika menggunakan sneaker brand impor dan aktivitas nongkrong di café bersama teman-teman mereka.

Kata kunci: Perilaku Konsumsi, Gaya Hidup Mahasiswa' Pandemi Covid-19

PENDAHULUAN

Merebaknya pandemi Covid-19 di Indonesia semenjak awal Maret 2020 telah membawa pengaruh dalam berbagai sektor kehidupan, tak terkecuali pada sektor ekonomi. Pertumbuhan ekonomi di Indonesia kini masih mengalami perlambatan yang diakibatkan banyaknya Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) dan lambatnya laju investasi di tengah berlangsungnya masa pandemi (Fidhiniyah & Sodik, 2021). Namun di sisi lain, daya beli masyarakat di masa pandemi justru mengalami peningkatan secara signifikan sejak kuartal kedua tahun 2020 terutama yang terjadi melalui berbagai situs layanan *e-commerce* (Permana *et al.*, 2021).

Hadirnya pandemi Covid-19 ini telah memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumen seiring dengan diterapkannya kebijakan *Work From Home* (WFH), perkuliahan daring, dan pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang menyebabkan kegiatan jual beli barang kini marak dilangsungkan secara *online* melalui pasar maya atau *e-commerce*.

Transaksi tersebut dalam perkembangannya lebih dipilih oleh masyarakat guna mengurangi kontak fisik yang bisa menyebarkan Covid-19 (Pratama, 2020; Kasih, 2020; Burhanuddin, 2020).

Maraknya penggunaan *e-commerce* yang juga diiringi dengan munculnya berbagai tawaran menarik melalui berbagai promosi menggiurkan dapat menggiring konsumen menjadi “gelap mata” sehingga memungkinkan implementasi gaya hidup konsumtif yang bermotifkan *emotional shopping* atau motif belanja yang didasarkan pada emosi berkaitan dengan perasaan (Hutami, 2018). Godaan konsumtif bermotif *emotional shopping* ini menjadi semakin besar bagi mahasiswa yang masih termasuk golongan remaja menuju dewasa. Belum lagi mahasiswa kini menghabiskan banyak waktunya bersama *smartphone* yang menjadi media penting untuk berkomunikasi, baik untuk melangsungkan pembelajaran, hingga sebagai media mencari hiburan di tengah masa pandemi. Mahasiswa juga dianggap menjadi target yang potensial terhadap perilaku konsumtif, hal ini dikarenakan gaya hidup konsumtif mudah terbentuk pada usia remaja yang masih labil dan mudah terpengaruh serta terbujuk akan godaan yang bersifat material (Setyawati, 2010).

Perilaku konsumtif sendiri pada dasarnya juga dianggap sebagai cara untuk mengekspresikan simbol-simbol dan gaya hidup yang membedakan antara kelas sosial yang satu dan lainnya (Sahrub, 2019). Mahasiswa dalam perkembangannya juga memiliki kriteria gaya hidup tersendiri, mereka tak jarang memenuhi gaya hidupnya dengan menggunakan barang bermerk untuk menunjukkan nilai tinggi suatu barang yang berarti juga mewakili eksistensi si pengguna. Diantara barang bermerk yang sering digunakan mahasiswa adalah sepatu jenis *sneakers*. Perkembangan *sneakers* yang mengikuti zaman menjadi penyebab pengguna *sneakers* senantiasa melonjak dari tahun ke tahun (Dharmawan, 2017). Di samping itu, eksistensi gaya hidup mahasiswa saat ini juga dapat dilihat dari pesatnya budaya nongkrong yang dilangsungkan di *coffee shop/cafe* yang terdapat di lingkungan kampus dan perkotaan yang marak dipenuhi oleh

mahasiswa dengan laptopnya, hal ini semakin memperjelas bahwa pada dasarnya mahasiswa juga gemar menerapkan standar gaya hidup yang identik dengan perilaku konsumsi (Santoso, 2015; Safitri *et al.*, 2019).

Oleh karena itu, berdasarkan uraian tersebut peneliti tergugah untuk melaksanakan penelitian yang mengkaji permasalahan mengenai perilaku konsumtif yang berorientasi guna memenuhi gaya hidup semata di kalangan mahasiswa Universitas Negeri Semarang (UNNES) yang berlangsung pada masa pandemi Covid-19. Dengan demikian, penelitian ini memiliki tujuan khusus untuk melihat pola perilaku konsumtif mahasiswa UNNES di masa pandemi Covid-19 yang dapat dilihat dari tiga aspek yakni *emotional shopping*, *branded brand*, dan tempat berkumpul. Urgensi penelitian ini antara lain (1) meningkatkan pemahaman dan refleksi bagi masyarakat akan adanya fenomena konsumtif guna memenuhi gaya hidup yang dialami para remaja khususnya mahasiswa di tengah gempuran pandemi Covid-19; (2) terevaluasinya pola perilaku konsumtif dan gaya hidup yang dipengaruhi kecenderungan *emotional shopping* di kalangan mahasiswa. Berdasarkan latar belakang di atas, maka menarik untuk melakukan penelitian yang akan mengkaji tentang gaya hidup mahasiswa di kampus kota besar Semarang seperti Universitas Negeri Semarang untuk melihat pola gaya hidup mereka terkait pola belanja, perilaku konsumsi di *cafe*, dan pembelian *sneakers*.

KERANGKA TEORI KONSUMSI DAN GAYA HIDUP

Fenomena perilaku konsumsi dan gaya hidup di masyarakat dalam kajian Sosiologi, tidak lepas dari pengaruh Jean Baudrillard, seorang tokoh Sosiologi Perancis. Dalam karyanya *The Consumer Society* (Teori Masyarakat Konsumsi), Baudrillard mengatakan bahwa masyarakat saat ini tidak tergantung pada kelas sosialnya tapi kemampuan konsumsinya. Perilaku konsumsi di masyarakat saat ini tidak hanya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang murni ekonomis dan berdasarkan pilihan rasional saja, akan

tetapi terdapat sistem budaya dan sistem pemaknaan sosial yang mampu mengarahkan pilihan individu atas suatu komoditas (Baudrillard, 2011). Masyarakat konsumen akan merasa ketinggalan zaman jika masyarakat tidak membeli komoditas atau produk baru dari industri budaya yang telah dipersepsikan sebagai bagian dari identitas atau simbol status pada masyarakat *post-modern* saat ini.

Dalam teorinya, Baudrillard (2011) menunjukkan bahwa telah lahir sebuah nilai baru, yaitu nilai tanda. Dari contoh membeli makan memberikan makna bahwa makan mempunyai fungsi sebagai pemenuhan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi, sehingga makan dapat diartikan sebagai nilai guna, yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan pokok. Di balik makan sebagai pemenuhan kebutuhan pokok, pemilihan tempat makan dan cara penyajian juga menunjukkan bahwa makan tersebut memiliki makna melebihi dari fungsi utama makan untuk memenuhi kebutuhan, sehingga dapat menunjukkan suatu nilai tanda bagi yang melakukan hal tersebut.

Baudrillard (2011) menjelaskan ciri dari masyarakat konsumen ini adalah masyarakat yang didalamnya terjadi pergeseran logika konsumsi yaitu dari logika kebutuhan menjadi logika hasrat, masyarakat tidak mengonsumsi nilai guna produk melainkan nilai tanda (Suyanto, 2017). Dalam konteks ini, melihat fenomena *cafe* di tengah masyarakat, tak pelak memunculkan asumsi terhadap fenomena konsumerisme pada dimensi spasial. Mereka para konsumen menyandarkan perilaku terhadap apa yang mereka pakai, kunjungi, dan gunakan. Berfoto, mengunggah status di berbagai media sosial seolah pembuktian diri yang “eksis” terhadap masyarakat sekitar maupun dunia maya seperti *Facebook, Instagram, Path, Twitter*, dan lain sebagainya.

Kegiatan konsumsi termasuk dalam salah satu aktivitas di masyarakat yang dipengaruhi beberapa faktor seperti pendapatan, lingkungan, serta kebutuhan (Nabilah *et al.*, 2021). Kaum muda saat ini cenderung memiliki sifat konsumerisme atau perilaku konsumtif. Di mana perilaku konsumtif kaum muda dapat terjadi

karena adanya konflik harga diri yang muncul dalam dirinya pada saat menyesuaikan dengan tuntutan norma sosial di lingkungan sekitar agar diterima dalam kelompoknya (Yuliantari & Herdiyanto, 2015).

Citra tubuh serta kepercayaan diri juga mendorong tindakan konsumtif mahasiswa yang dipengaruhi oleh faktor eksternal di sekitarnya, seperti budaya, kelas sosial, dan kelompok referensi yang dijadikan acuan bagi mereka untuk meniru gaya hidup kelompok lain (Wijayanti & Astiti, 2017). Konformitas dan gaya hidup *brand minded* juga dilihat sebagai faktor yang mampu memengaruhi tindakan konsumtif para mahasiswa, konformitas dapat terjadi pada saat individu secara sukarela menyamakan perilaku dengan kelompok acuannya, seperti dari cara berpakaian, bergaya, bertindak, beraktifitas, dan lain sebagainya yang bertujuan untuk dapat diterima kelompok sosialnya tersebut (Windayani & Astiti, 2017).

Perilaku konsumtif mahasiswa yang mulai terbiasa lama kelamaan mulai menjadi kebiasaan yang menjadikan sebuah gaya hidup. Gaya hidup dibentuk, diubah, dan dikembangkan sebagai hasil proses interaksi. Gaya hidup pun memiliki batas-batas, di mana dengan ini individu akan membatasi diri mereka dalam bertindak. Hal ini sebagaimana yang dikatakan oleh Adlin (dalam Suyanto, 2017) bahwa individu akan memilih rangkaian tindakan dan penampilan mana yang menurutnya patut dan tidak untuk dipertontonkan dalam ruang sosial. Maka dari itu, individu tidak mau dirinya terlihat buruk di mata orang lain sehingga melalui gaya hidup ini hadirlah pemaknaan “simbol” yang salah satunya dimunculkan dari barang-barang yang dikenakan agar orang lain dapat memberikan pengakuan positif kepada individu tersebut (Baudrillard, 2011).

Suyanto (2017) juga mengungkapkan bahwa seseorang bahkan baru akan dikatakan memiliki gaya hidup modern, manakala ia mengonsumsi dan memamerkan simbol-simbol ekonomi yang berkelas agar diterima di lingkungannya, di mana kini hal tersebut dapat termanifestasi pada penggunaan *sneakers*

import yang kerap dikenakan oleh para mahasiswa dalam berkegiatan. Hal semacam ini membawa mahasiswa ke dalam tindakan yang mementingkan penampilan luar mereka, harga diri mereka, serta bagaimana mengikuti perkembangan di lingkungan sekitar supaya setara, kebiasaan ini menjadikan mereka sulit untuk bersikap rasional yang pada mulanya mahasiswa diharapkan mampu bertindak rasional dalam menyikapi perkembangan yang ada. Di mana mereka membeli barang bukan lagi sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan (*needs*), namun lebih sebagai pemenuhan hasrat (*desire*) sebagai simbol *prestise* dan gaya hidup mewah yang menumbuhkan rasa bangga yang klise dalam diri pemakainya (Baudrillard, 2011).

Usia remaja dianggap menjadi target yang potensial akan terjadinya perilaku konsumtif, hal ini dikarenakan gaya hidup konsumtif mudah terbentuk pada usia remaja yang masih labil dan mudah terpengaruh serta terbujuk akan godaan yang bersifat material (Setyawati, 2010). Salah satunya yaitu godaan konsumtif bermotif *emotional shopping* ini menjadi semakin besar bagi kaum remaja. *Emotional Shopping* merupakan emosi seseorang yang berperan penting dalam keputusan pembeliannya, *emotional shopping* disini merupakan tindakan yang terbentuk karena seorang pembeli mendapatkan pengaruh emosi, baik yang di dapat karena faktor suasana emosi dari dalam dirinya maupun dari luar dirinya yang digunakan menjadi dasar keputusan ketika berbelanja (Gumilang, 2016).

Maraknya, fenomena masyarakat konsumen saat ini juga bisa dilihat melalui komoditas apa yang mereka konsumsi, di mana mayoritas masyarakat modern saat ini lebih mendahulukan keinginan dari pada kebutuhan dan mengabaikan fungsi asli dari komoditas yang di konsumsi tersebut. Seperti ketika orang membeli makanan, mereka mulai memilih makanan dengan berdasar pada pertimbangan tempat yang bersih, nyaman, serta mengutamakan tata cara dan gaya dari tempat makan menyajikan makanannya. Masyarakat dewasa ini melihat makanan tidak hanya sebagai

sesuatu yang dapat dimakan tetapi juga sebagai wujud perayaan status sosial yang mereka miliki (Pratiwi, 2015).

Kebutuhan hidup yang sesungguhnya dikaburkan oleh suatu kepuasan semu yang menjadikannya sebagai kebutuhan-kebutuhan palsu, di mana kebutuhan tersebut hadir dalam konsumerisme yang memiliki wujud berupa nilai-nilai yang didapat dalam hubungannya dengan relasi sosial, status sosial, *prestise*, maupun citra yang melekat pada sebuah komoditas. Artinya, seluruh lanskap kontemporer ditentukan melalui kegiatan konsumsi yang bermakna bagi dirinya dan lingkungan sekitar. Di mana kini gaya hidup telah mempengaruhi perilaku seseorang dan dapat pula menentukan pilihan-pilihan konsumsinya.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif sebagai dasar penelitiannya. Metode kualitatif, menurut Herdiansyah (2019) merupakan metode penelitian ilmiah yang mempunyai tujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara penulis dengan fenomena yang diteliti. Selaras dengan hal tersebut, maka proses interaksi komunikasi yang dilakukan dengan subjek penelitian pada penelitian ini ditempuh melalui serangkaian kegiatan pengambilan data dalam proses wawancara, observasi, dan dokumentasi yang semuanya bertujuan untuk mendapatkan data mendalam tentang pola perilaku konsumtif mahasiswa untuk memenuhi gaya hidup mereka di masa pandemi melalui penggunaan *sneakers* dan kunjungan ke *coffee shop*. Dengan demikian, data yang diperoleh akan lengkap baik dari data angka responden maupun kedalaman informasi dari masing-masing informan.

Adapun lokasi penelitian ini dilakukan di Universitas Negeri Semarang. Alasan dipilihnya Universitas Negeri Semarang sebagai lokasi dalam penelitian ini adalah: (1) dikarenakan sekarang masih dalam situasi pandemi yang mana untuk melakukan sebuah penelitian tentu harus banyak melakukan

adaptasi dengan berbagai hal, maka untuk lebih memudahkan dalam pengumpulan data dan mengantisipasi hambatan yang terjadi, lokasi penelitian disesuaikan dengan instansi peneliti, (2) Universitas Negeri Semarang merupakan universitas negeri yang berada di kota besar yaitu Semarang, namun secara geografis tidak berada di pusat kota tapi di pinggiran kota. Demikian juga secara demografi dan social budaya masyarakatnya yang masih cenderung bernuansa perdesaan. Namun demikian, mahasiswanya menampakkan gaya hidup yang tidak berbeda dengan mahasiswa yang berlokasi di pusat kota Semarang. Oleh karena itu, subyek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Negeri Semarang. Dari subyek ini ditentukan kriteria untuk mempersempit subyek sehingga tujuan penelitian dapat tercapai.

Teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data menurut Miles dan Huberman. Tahap analisis data menurut Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2016) adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan data yang dilakukan secara obyektif dan apa adanya sesuai dengan hasil observasi, wawancara serta kuesioner yang telah dibagikan.
2. Reduksi data dilakukan dengan cara merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak penting.
3. Penyajian data ditempuh dengan data yang selesai direduksi kemudian disajikan dalam berbagai bentuk seperti teks naratif, grafik, matrik, network, dan chart.
4. Verifikasi adalah langkah untuk mengambil kesimpulan dari analisis data yang telah dilakukan.

PROFIL MAHASISWA UNNES

Universitas Negeri Semarang merupakan salah satu perguruan tinggi di Indonesia yang berada di provinsi Jawa Tengah. UNNES memiliki visi unggulan yakni sebagai universitas berwawasan konservasi dan bereputasi internasional. Dari visi unggulan tersebut UNNES dikenal sebagai salah satu perguruan

tinggi di Indonesia yang memiliki peran kuat sebagai perguruan tinggi konservasi. Secara keseluruhan UNNES memiliki 8 Fakultas mulai dari FIP (Fakultas Ilmu Pendidikan), FBS (Fakultas Bahasa Seni), FIS (Fakultas Ilmu Sosial), FMIPA (Fakultas Matematika Ilmu Pengetahuan Alam), FT (Fakultas Teknik), FE (Fakultas Ekonomi), FIK (Fakultas Ilmu Keolahragaan), dan FH (Fakultas Hukum). Kedelapan fakultas unggulan UNNES ini memiliki berbagai program studi yang masing-masing memiliki akreditasi dan reputasi terbaik di bidangnya. Melalui program studi yang ditawarkan, UNNES juga berupaya mewujudkan peran nyata menjadi penyelenggara pendidikan di Indonesia yang ikut berperan dalam pengembangan peradaban unggul bagi kemajuan bangsa dan negara.

Sebagai salah satu perguruan tinggi besar di Indonesia, UNNES menjadi perguruan tinggi pilihan bagi beberapa calon mahasiswa/ peserta didik dari seluruh Indonesia. Fakta tersebut menjadikan lingkungan UNNES sebagai lingkungan yang heterogen. Heterogenitas ini muncul akibat perbedaan latar belakang mahasiswa UNNES, yakni mulai dari perbedaan agama, budaya, bahkan hingga tingkat ekonomi pada mahasiswanya. Salah satu heterogenitas yang dapat dipahami pada lingkungan Universitas Negeri Semarang yakni melalui perbedaan latar belakang social ekonominya. Sebagai perguruan tinggi besar, mahasiswa UNNES tentunya berasal dari latar belakang ekonomi yang berbeda. Perbedaan latar belakang ekonomi pada mahasiswa UNNES ini kemudian memunculkan skala pergaulan yang berbeda-beda antar mahasiswa. Hal tersebut dikarenakan perbedaan latar belakang ekonomi kemudian memunculkan perspektif yang berbeda-beda pada setiap mahasiswa dalam hal penemuan kebutuhan.

Salah satu kondisi yang mengakibatkan adanya perspektif baru bagi mahasiswa UNNES dalam pemenuhan kebutuhan adalah munculnya pandemi Covid 19 di Indonesia pada awal tahun 2020. Kondisi ini melahirkan adanya budaya baru bagi mahasiswa pada sisi ekonomi terutama dalam hal pemenuhan kebutuhan.

Perbedaan pemenuhan sebelum dan sesudah pandemi ini bahkan memunculkan gaya hidup baru bagi mahasiswa UNNES. Selama pandemic tingkat pemenuhan kebutuhan secara langsung berubah secara signifikan. Pemenuhan kebutuhan yang dulunya dilakukan secara langsung kini dilakukan dengan memanfaatkan *E-commerce* sebagai akses pemenuhan kebutuhan. Selain itu pembatasan yang dilakukan selama pandemic juga memunculkan fenomena baru dikalangan mahasiswa yakni cafe. Perubahan dalam kegiatan ekonomi mahasiswa diatas kemudian menjadikan adanya perspektif baru bagi kalangan mahasiswa terutama dampaknya pada perubahan gaya hidup.

Terdapat 14 mahasiswa yang menjadi informan dalam penelitian ini yang merupakan mahasiswa aktif semester 2 hingga semester 8 dari berbagai fakultas yang ada di UNNES. Pemilihan informan ini secara *purposive sampling*, dimana informan yang ditemui adalah yang benar-benar memenuhi syarat dan tujuan peneliti. Adapun syaratnya adalah mahasiswa yang memiliki akun e-commerce, memiliki sneakers impor, dan pernah ke coffee shop. Sehingga ditemukan 14 mahasiswa sebagai informant dari penelitian ini. Berdasarkan data penelitian yang diperoleh, mayoritas mahasiswa di UNNES telah memahamai bahwa gaya hidup konsumtif merupakan perilaku belanja berlebihan dan cenderung boros yang dilakukan hanya untuk kesenangan dan kepuasan semata. Hadirnya pandemi meningkatkan penggunaan *e-commerce* untuk praktik belanja *online* di kalangan mahasiswa. Hal itu disebabkan oleh banyaknya promo serta kepraktisan berbelanja yang menggairahkan. Belanja *online* menjadi pilihan utama saat berbelanja di masa pandemi akibat berbagai kemudahan yang ditawarkan. Akibatnya, muncul motif berbelanja sebagai dorongan kesenangan semata yang sering menjadi motivasi para mahasiswa dalam melakukan belanja *online*.

Perihal gaya hidup di masa pandemi mahasiswa mengaku mengutamakan memenuhi kebutuhan, meski demikian godaan mengikuti tren sesekali kerap mereka ikuti. Hal itu karena berbelanja untuk kesenangan di masa pandemi juga merupakan

wujud mengatasi kejenuhan, bahkan kegiatan membuka aplikasi *e-commerce* menjadi tindakan mengisi waktu luang yang sering kali kemudian menimbulkan keinginan untuk membeli barang secara berlebih. Salah satu bentuk gaya hidup di masa pandemi dalam penelitian ini digambarkan melalui penggunaan *sneakers* impor. Di mana rata-rata para mahasiswa mengetahui dan mengenal *sneakers* sejak duduk di bangku SMP dan SMA. Mereka mendapatkan informasi seputar *sneakers* melalui teman sepergaulan, orang tua, dan media internet. Selama pandemi mahasiswa umumnya menggunakan *sneakers* impor pada saat kegiatan *outdoor* seperti olahraga, nongkrong, jalan-jalan.

Gaya hidup berikutnya yang difokuskan dalam penelitian ini berkaitan dengan *cafe*. Mahasiswa UNNES umumnya mengunjungi *cafe* di dalam dan luar wilayah UNNES. Mahasiswa juga mengaku memiliki *cafe* favorit yang berbeda-beda sesuai dengan rasa nyaman, fisik tempat, hingga harga dari berbagai menu yang disediakan. Mahasiswa kerap mengunjungi *cafe* dengan motif untuk menikmati fasilitas seperti tersedianya Wi-Fi, *refreshing*, mencari jodoh, serta tempat kencan. Di masa pandemi ini, *cafe* dengan fasilitas yang menyediakan Wi-Fi dipilih oleh mayoritas mahasiswa UNNES sebagai tempat untuk melakukan berbagai kegiatan seperti kuliah, mengerjakan tugas, rapat organisasi, bermain *game*, *healing*, *me time*, bahkan untuk sekedar nongkrong dan ngobrol bersama kawan-kawan lainnya.

Adapun pengaruh gaya hidup yang dirasakan oleh mahasiswa atas tindakannya saat mereka mengunjungi *cafe* adalah terfokusnya gaya berpakaian, di mana mereka harus menyesuaikan *outfit* yang sekiranya sesuai dengan model fisik *cafe* yang dikunjungi. Hal itu juga berkaitan erat dengan keinginan mereka untuk mempublikasikan ke media sosial ketika sedang berada di *cafe* dengan tujuan memberitahu kepada khalayak ramai akan kegiatan yang sedang mereka lakukan.

POLA KONSUMSI MAHASISWA DI MASA PANDEMI

Gempuran masa pandemi telah membawa berbagai perubahan pada berbagai aspek kehidupan, tak terkecuali pada aspek konsumsi dan gaya hidup yang dimiliki mahasiswa. Konsumsi merupakan salah satu aktivitas masyarakat yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti pendapatan, lingkungan, dan kebutuhan (Lestarina, 2017). Implikasi dari perilaku konsumsi tersebut secara lebih lanjut juga dapat dilihat sebagai upaya untuk mengekspresikan simbol-simbol dan gaya hidup yang mengindikasikan perbedaan antara kelas sosial di masyarakat (Dharmawan, 2017). Pada masa pandemi seperti saat ini, mahasiswa selaku bagian dari anggota masyarakat juga memiliki kriteria tersendiri dalam pemenuhan konsumsi dan gaya hidupnya. Perilaku *emotional shopping* secara berkesinambungan mewarnai berbagai keputusan mahasiswa dalam melakukan tindakan tersebut. Hasil temuan di lapangan secara lebih jelas menunjukkan realitas ril sebagai berikut.

Aktivitas pemenuhan konsumsi di tengah masa pandemi kini telah marak dilakukan melalui layanan *e-commerce*, para informan sepakat bahwa mereka merupakan pengguna *e-commerce* aktif di masa pandemi. Mayoritas informan menetapkan kriteria khusus untuk memilih aplikasi *e-commerce* yang digunakannya untuk berbelanja *online*. Lebih lanjut, sebanyak 11 dari keseluruhan 14 informan juga mengakui bahwa rata-rata mereka memiliki setidaknya satu hingga dua aplikasi *e-commerce* yang mereka pilih untuk menyalurkan hasrat belanja *onlinenya*, sementara 3 sisanya menyatakan bahwa mereka memiliki lebih dari tiga aplikasi *e-commerce* di gawainya. Adapun alasan mereka lebih memilih berbelanja *online* daripada *offline* pada masa pandemi seperti ini salah satunya adalah untuk menghindari kerumunan masa, hal ini sebagaimana yang disampaikan RH (22) pada saat wawancara berlangsung.

Sebenarnya saya memilih belanja online ini dikala pandemi karena untuk membatasi kerumunan. Biasanya saya cenderung datang langsung ke toko, namun saya sudah

mengurangi hal tersebut mengingat kita juga perlu untuk mengurangi intensitas keluar rumah. (wawancara, 14 Juni 2021).

Pada dasarnya seluruh informan sepakat menyatakan bahwa belanja *online* menjadi pilihan utama saat di masa pandemi karena berbagai kemudahan yang ditawarkan. Hal ini dalam perkembangannya mengakibatkan munculnya dorongan kesenangan pribadi yang seiring menjadi motivasi para informan dalam melakukan belanja *online*. Biasanya motivasi tersebut terbentuk melalui emosi senang, gemas, hingga bahan pelampiasan kesedihan. Bahkan sebanyak 12 informan menyatakan pernah melakukan belanja hanya untuk kesenangan yang menimbulkan kepuasan semata, namun hal tersebut menyebabkan beberapa barang yang terbeli tidak terpakai dengan semestinya. Meskipun menyenangkan kegiatan berbelanja *online* juga terkadang menyebabkan penyesalan pada diri informan yang disebabkan ketidaksesuaian barang yang datang dengan yang ditawarkan. Sehingga kemudian hal tersebut dijadikan sebagai pelajaran ketika ingin berbelanja *online* kembali.

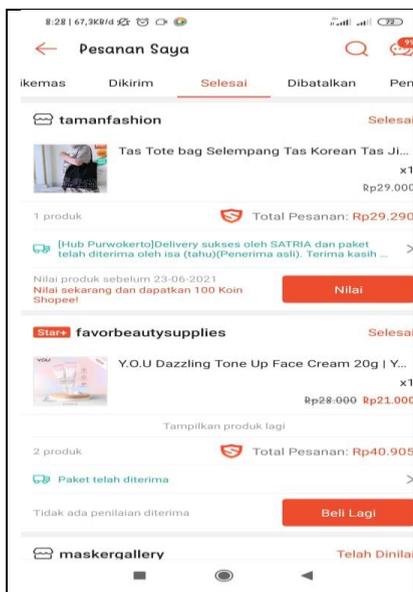
Meski demikian, hal tersebut tak lantas menghentikan mereka untuk kembali berbelanja di sana. Lebih lanjut, kegiatan berbelanja atas dasar emosi yang dilakukan di tengah masa pandemi ini dilakukan sebagai bentuk *self reward*, hal ini sebagaimana yang disampaikan Ka (19) pada saat diwawancara.

Kalau karena emosi gitu, yak pernah ya. Meskipun aku ngerasa senang ya aku check-out, kalau aku pengen beli ya aku check-out ataupun cuman sekedar kayak self reward aja ataupun aku lagi sedih terus habis itu dilampiasin lah kayak gitu ke belanja, jadikan kalau misalnya nerima paket nih itu kan jadi perasaannya senang. (wawancara, 13 Juni 2021).

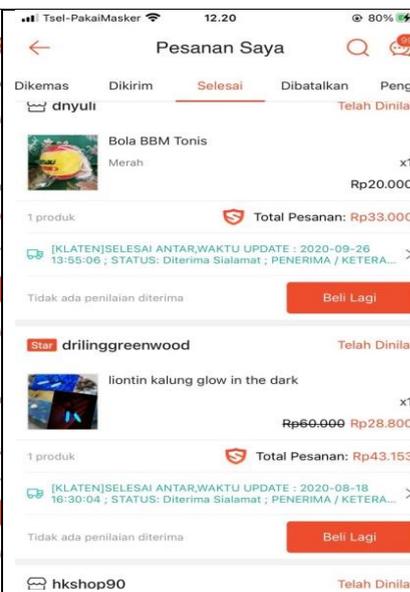
Para informan yang merupakan mahasiswa mengakui senang berbelanja pada saat mengikuti berbagai promosi seperti diskon dan *flash sale*. Hal ini juga ditunjukkan oleh 10 informan yang

mengaku menjadikan diskon sebagai salah satu motivasinya ketika hendak memutuskan berbelanja sesuatu di *e-commerce*. Selain karena faktor diskon yang ditawarkan, faktor tidak adanya kegiatan tawar-menawar juga menjadi motivasi berikutnya dari alasan para mahasiswa memilih berbelanja di sana. Sebanyak 9 informan bahkan menyampaikan bahwa seringnya mereka berbelanja di *e-commerce* untuk keinginan semata dalam mendapatkan barang yang sedang marak dicari, mencari kesenangan dari berbelanja, dan menikmati fasilitas gratis ongkir, hingga menikmati kenyamanan berbelanja di *e-commerce* yang terbebas dari kegiatan mengantri. Untuk besarnya dana yang digunakan untuk berbelanja online dalam sebulan antara Rp 500.000 hingga Rp 1.000.000 untuk berbelanja di *e-commerce*. Dimana rata-rata dari mereka, melakukan lebih dari 3 kali kegiatan berbelanja di *e-commerce* pada setiap bulannya selama masa pandemi ini.

Selama pandemi berlangsung, sebanyak 11 dari 14 narasumber menyatakan mereka sering kali hanya berselancar di layanan *e-commerce* untuk memuaskan mata. Hal ini dilakukan untuk menyenangkan diri, menambah referensi barang belanjaan yang akan dibeli nanti di masa ketika mereka telah memiliki uang untuk membelinya. Meskipun beberapa diantaranya mengakui sering terlena dari niat awal melihat-lihat berujung membelinya. Sementara sisanya memastikan diri hanya membuka layanan *e-commerce* ketika sudah niat membeli sesuatu. Dari segi kuantitas, sebagian besar informan mengungkapkan bahwa kuantitas belanjanya meningkat di layanan *e-commerce* pada masa pandemi seiring dengan himbauan untuk mengurangi aktivitas di luar rumah, yang oleh karenanya kegiatan berbelanja *online* pun dirasa menjadi pilihan yang tepat. Dorongan peningkatan kuantitas berbelanja juga dilatarbelakangi banjirnya tawaran promo yang dilakukan penjual *online* atau *seller*. Meski demikian 4 informan lainnya justru merasa pandemi tidak membawa dampak peningkatan intensitas berbelanja *online* bahkan cenderung sama hingga menurun.



Gambar 1.1. Riwayat Belanja Akun Shopee Informan Perempuan



Gambar 1.2. Riwayat Belanja Akun Shopee Milik Informan Laki-Laki

Terdapat perbedaan tujuan dari kegiatan belanja antara informan laki-laki dan perempuan. Pada informan laki-laki kegiatan belanja digunakan untuk memperoleh barang-barang penunjang hobi, sedangkan pada informan perempuan untuk memperoleh barang perawatan dan penunjang penampilan. Oleh karenanya dalam upaya memenuhi kebutuhannya, sebagian informan menyatakan bahwa mengatur pembelian serta membeli barang sesuai kondisi keuangan menjadi suatu aturan ketika ingin berbelanja. Belanja di masa pandemi juga dapat dilihat sebagai wujud mengatasi kejenuhan, bahkan membuka aplikasi *e-commerce* kini telah menjadi bagian untuk mengisi waktu luang bagi sebagian informan.

Pandemi Covid-19 telah membawa banyak perubahan pada berbagai segi kehidupan, terutama dalam hal gaya hidup. Berkaitan dengan hal tersebut, maka penelitian ini berusaha untuk mengidentifikasi gaya hidup yang dijalankan mahasiswa pada

masa pandemi. Berdasarkan pada data penelitian yang diperoleh, seluruh informan memahamai bahwa gaya hidup konsumtif merupakan perilaku belanja berlebihan dan cenderung boros yang dilakukan hanya untuk kesenangan dan kepuasan semata.

Sebanyak 7 dari 14 informan menyampaikan bahwa masa pandemi tidak membuatnya menjadi semakin konsumtif karena berbagai alasan, seperti penurunan pendapatan orang tua, kejenuhan membuka layanan *e-commerce*, hingga ketakutan menerima paket yang baru karena berkemungkinan tertempel virus Covid-19. Sementara sebagian lainnya merasa bahwa hadirnya pandemi telah membuat mereka menjadi semakin konsumtif yang didukung faktor promo, kepraktisan, hingga keamanan membeli barang tanpa perlu berkerumun pada saat masa pandemi. Peningkatan gaya hidup konsumtif itu juga terjadi dengan diiringi dorongan atas kesenangan semata yang hendak dicapai.

Dalam perihal gaya hidup di masa pandemi Covid-19, 9 dari 14 informan menyatakan bahwa memenuhi gaya hidup untuk mengikuti tren merupakan suatu kebutuhan dan hal yang penting, meskipun beberapa yang lain menyatakan bahwa mengikuti tren tidaklah penting di masa ini mengingat berkurangnya intensitas untuk keluar rumah dan pemasukan uang jajan. Hal ini sesuai dengan pernyataan kritis dari salah seorang informan, Is (21).

Menurut saya, tidak begitu penting. Karena gaya hidup kekinian itu bakalan berlanjut, trend apapun di dunia juga akan berlanjut terus-menerus. Lalu apakah kita juga akan selalu mengikutinya? Kalau saya, enggak. Apalagi di pandemi Covid ini pemasukan juga berkurang dari segi apapun bagi saya. Entah dari segi uang jajan dan lapangan pekerjaan juga semakin sempit. Lalu kalo saya tetap mau hidup dengan mengikuti trend, apa manfaat yang saya dapatkan? Saya juga ngga punya tabungan cukup juga kan untuk itu. (wawancara, 13 Juni 2021).

Pemenuhan konsumsi untuk bergaya hidup di tengah masa pandemi maupun untuk memenuhi hobi dilihat oleh seluruh informan dan responden yang melakukannya untuk membunuh rasa jenuh selama di rumah. Adapun kesenangan dari berhasil menerima paket barang yang dibeli juga menjadi kepuasan tersendiri yang membuat candu untuk kembali mengulang melakukan transaksi di layanan *e-commerce*.

REPRESENTASI GAYA HIDUP MAHASISWA

Representasi gaya hidup mahasiswa perkotaan khususnya di Universitas Negeri Semarang akan dilihat melalui dua hal yaitu: (1) penggunaan sneakers impor dan (2) kunjungan ke café atau cafe.

Identitas Mahasiswa melalui Sneakers Impor

Asal muasal kata sneakers sendiri diambil dari kata kerja *sneak* yang memiliki arti mengendap-endap sehingga tidak mengeluarkan suara ketika digunakan, hal itu karena sneakers memiliki sol yang berbahan karet (Dharmawan, 2017). Sehingga kata “sneakers impor” dapat disimpulkan sebagai sepatu buatan luar negeri yang memiliki sol berbahan dasar karet, sehingga tidak berbunyi ketika digunakan. Setelah dilakukan penelitian, hasil menunjukkan bahwa masih banyak mahasiswa Universitas Negeri Semarang yang masih belum mengetahui secara mendalam apa itu sneakers impor. Kebanyakan dari mereka hanya menganggap bahwa sneakers impor hanyalah sebuah sepatu yang didatangkan dari luar negeri. Padahal sebenarnya kunci utama dari sneakers adalah bahan sol dari sepatu tersebut yang terbuat dari karet.

Hasil observasi di kampus, banyak ditemukan mahasiswa UNNES yang menggunakan sneakers impor untuk kegiatan di kampus. Rata-rata informan mengetahui dan mengenal sneakers impor sejak mereka duduk di bangku SMP dan SMA. Selain dari keinginan pribadi, ada juga pengaruh dari luar yang kemudian memberikan pengetahuan tentang sneakers impor tidak langsung hal itu telah mempengaruhi psikologis mereka untuk membeli dan

memiliki sneakers impor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh datang dari lingkungan keluarga, lingkungan pertemanan, dan dari media sosial dan influencer. Jumlah serta merek yang dimiliki oleh para informan pun beragam. Ada yang memiliki kurang dari 3 sneakers, tetapi ada juga yang memiliki lebih dari 5. Rata-rata merek sneakers yang dimiliki adalah Nike, Converse, Vans, Adidas, Reebok, Puma, Skechers, New Balance, Mizuno, Li Ning. Banyak faktor yang kemudian mendasari mereka untuk membeli merek-merek tersebut.

Preferensi mahasiswa UNNES dalam melakukan pembelian sneakers impor diantaranya adalah [1] faktor desain yang selalu up to date, [2] brand image dan citra merek, yang mana dari kedua faktor itu secara tidak langsung telah mempengaruhi pikiran konsumen bahwa perusahaan tersebut pasti menjanjikan produknya berkualitas tinggi, yaitu salah satunya dibuktikan dengan penggunaan sneakers impor dalam jangka waktu yang cukup lama, [3] tren yang sedang berkembang, [4] harga, salah satunya dibuktikan dengan ketika adanya diskon maka akan semakin banyak konsumen yang membeli, [5] prestise.

Beberapa cara yang ditempuh mahasiswa UNNES untuk mendapatkan sneakers impor adalah melalui e-commerce, datang langsung ke toko, dan melalui akun instagram. Harga dari tiap-tiap sneakers yang dimiliki oleh informan beragam, kira-kira rentang Rp. 500.000,00 hingga Rp. 1.500.000,00. Berdasarkan kisaran harga yang tergolong cukup tinggi tersebut, maka hal itu juga mempengaruhi metode pembayarannya. Pembayaran dilakukan secara tunai dan cicilan/kartu kredit. Inilah yang kemudian menjadi gaya hidup konsumtif bagi mahasiswa.

Adapun penggunaan sneakers impor oleh mahasiswa biasanya ketika ada kegiatan outdoor, jalan-jalan ke mall, kuliah, dsb. Selain dari sisi kenyamanan dan nilai guna, mahasiswa UNNES memilih menggunakan sneakers impor sebagai fesyen mereka karena untuk menciptakan rasa percaya diri, serta menciptakan daya tarik agar terlihat gaul dan keren. Dalam penggunaannya, sneakers impor dirasa dapat menunjukkan identitas sosial

ekonomi setiap individu yang mengenakan. Dimana seluruh informan menganggap bahwa mahasiswa yang mengenakan sneakers impor dilihat sebagai individu yang berasal dari kelas ekonomi atas, hal tersebut juga didasarkan pada harga sneakers itu sendiri yang harganya tergolong cukup mahal. Bahkan ada yang rela membeli sneakers KW demi menciptakan kelas sosial yang setara dengan teman-temannya tapi dengan low budget. Selain itu juga dilihat dari pola perawatannya yang tidak mudah, banyak mahasiswa UNNES yang rela mengeluarkan uang kembali guna membayar jasa cuci sepatu demi sneakers mereka tidak rusak dan salah perawatan.

Berkaitan dengan perubahan gaya hidup mahasiswa UNNES bisa dilihat salah satunya melalui interaksi sosial media yang lebih intens seperti tik-tok dan instagram yang kemudian memberikan ruang yang lebih luas bagi mereka para pengguna sneakers impor untuk menampilkan gaya hidupnya, terutama dalam penggunaan berbagai merek dan model sneakers impor. Berdasarkan hasil penelitian, rata-rata tidak mengetahui ada tidaknya komunitas pecinta sneakers di lingkungan UNNES. Ketika memang komunitas tersebut ada, beberapa informan tertarik untuk ikut bergabung, tetapi ada juga yang tidak ingin bergabung dengan alasan takut gaya hidupnya semakin boros dan lebih konsumtif.

Eksistensi Mahasiswa ketika ke Café

Cafe merupakan salah satu tempat berkumpul di masyarakat yang sedang digemari oleh kaum muda saat ini, tak terkecuali mahasiswa Universitas Negeri Semarang (UNNES). Banyak hal yang dapat dilakukan oleh mereka ketika mengunjungi cafe. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 13 informan, terdapat 14 informan yang gemar mengunjungi cafe. Seluruh informan mengaku pernah mengunjungi cafe di dalam maupun luar wilayah UNNES. Semua informan memiliki cafe favorit yang berbeda-beda sesuai dengan rasa nyaman, fisik tempat, hingga harga dari berbagai menu yang disediakan. Nongkrong di cafe

bahkan saat ini menjadi sebuah gaya hidup bagi mahasiswa. Berikut beberapa pendapat mereka tentang budaya nongkrong di cafe. Nadia (20), berdasarkan hasil wawancara.

Karena udah perkembangan jaman ya mba cafe kek udah jadi tempat untuk melakukan berbagai kegiatan sih kek buat kumpul-kumpul entah kumpul formal atau hanya nongkrong-nongkrong gitu kek cafe udah jadi pilihannya. (wawancara, 14 Juni 2021).

Dari 12 informan yang gemar mengunjungi cafe telah menganggap bahwa mengunjungi cafe merupakan sebuah gaya hidup bagi kaum muda atau mahasiswa. Kegiatan nongkrong di cafe sempat terhambat karena adanya pandemi Covid-19. Dimana pandemi Covid-19 ini sangat memberikan dampak yang luar biasa bagi kehidupan masyarakat, salah satunya di dunia bisnis perkopian seperti cafe. Beberapa cafe yang ada di sekitar wilayah kampus UNNES pun sempat tutup sementara karena adanya kebijakan pemerintah. Kemudian setelah keadaan mulai sedikit membaik beberapa cafe di UNNES dapat buka kembali dengan mematuhi protokol kesehatan, dan para mahasiswa mulai mengunjungi kembali cafe. Tentunya terdapat beberapa alasan atau pertimbangan mahasiswa dalam mengunjungi cafe terutama ketika masa pandemi seperti ini. Berdasarkan hasil penelitian berikut beberapa alasan atau pertimbangan tersebut:

1. Ketika masa pandemi seperti ini pertimbangan utama yaitu kondisi fisik tempat yang mematuhi protokol kesehatan dan sekiranya memberikan kenyamanan.
2. Beberapa dari informan memang menyukai minuman kopi ataupun olahan kopi lainnya.
3. Mencari fasilitas untuk mengerjakan tugas atau pekerjaan lainnya seperti wifi dan suasana yang nyaman.
4. Sebagai tempat pilihan untuk berkencan atau bertemu seseorang, agar terlihat lebih menghargai.
5. Berkumpul, berdiskusi, dan nongkrong dengan teman-teman sebaya.

6. Mengilangkan rasa bosan, jenuh dan penat, ditambah pada masa pademi seperti ini seseorang cenderung lebih mudah merasa bosan.
7. Mencari suasana baru, dan sengaja hunting atau mencoba-coba beberapa cafe yang ada di UNNES bahkan di beberapa wilayah Kota Semarang.
8. Mencari tempat yang estetik atau instagramable untuk update status di sosial media.

Selain itu selama masa pandemi ini mereka masih sering mengunjungi cafe dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan. Berikut beberapa pernyataan informan terkait protokol kesehatan cafe.

Berdasarkan hasil penelitian, rata-rata dari informan menyukai cafe setelah mereka menjadi mahasiswa karena pengaruh dari lingkungan dan pergaulan. Budaya nongkrong yang mereka anggap bagus dan tidak ada masalah menjadi salah satu faktor kuat yang mendorong mereka untuk terus mengunjungi cafe. Mereka juga menyadari bahwa berkembangnya zaman akan membawa pengaruh yaitu semakin banyak budaya modern yang muncul. Hal itu tidak akan menjadi masalah besar bagi mereka, selagi dari pribadi masing-masing dapat mengelola, menyaring, serta membentengi diri dari budaya yang sekiranya menyimpang. Ketika masa pandemi pun mereka para mahasiswa penggemar cafe tetap mengunjungi cafe dengan berbagai pertimbangan dan mematuhi protokol kesehatan yang ada.

Kegiatan mengunjungi cafe yang dilakukan oleh mahasiswa UNNES tentunya memiliki pola perilaku konsumsi, dimana seperti yang sudah peneliti disebutkan bahwa mayoritas informan merupakan pengunjung aktif cafe. Dari hasil penelitian, mereka aktif mengunjungi cafe paling tidak seminggu sekali. Bahkan ada yang 3 sampai 5 kali seminggu. Kemudian rata-rata lama menghabiskan waktu sekitar 2 sampai 5 jam. Mayoritas dari mereka gemar mengunjungi cafe karena lebih nyaman dan pelayanannya lebih enak. Mereka juga merasakan adanya perubahan perilaku konsumsi, seperti lebih sering menghabiskan

uang dan waktu di cafe, lebih memilih cafe dibanding burjo atau tempat lainnya. Selain mengkonsumsi kopi mereka juga lebih sering membeli menu lainnya yang ada di cafe, karena di situ sendiri tidak hanya menjual minuman atau makanan olahan kopi saja. Mereka mulai terbawa kebiasaan-kebiasaan teman tongkrongan juga. Selain itu mereka menyadari bahwa saat ini cenderung lebih boros.

Dari hasil penelitian, semua informan menganggap bahwa memang harga menu di cafe cenderung lebih mahal dibandingkan dengan burjo atau semacamnya, dan untuk cafe di sekitar UNNES masih terjangkau oleh mahasiswa. Akan tetapi jika harga tersebut sepadan dengan apa yang mereka dapatkan terutama dari segi fasilitas dan kenyamanan, maka mereka menganggap hal tersebut wajar. Menu yang dipesan oleh mereka bervariasi tergantung selera dan keinginan saat itu, mereka tidak hanya membeli minuman tetapi juga camilan. Bahkan beberapa dari mereka datang ke cafe tidak untuk menikmati kopi. Karena menu-menu lainnya juga sangat menarik. Biaya yang mereka keluarkan sekitar 25 ribu sampai 100 ribu.

Berikut pernyataan salah satu informan, May (21), berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti.

Kalau UNNES menurutku masih ngga mahal banget dibanding semarang bawah. Harganya masih wajar, terus kalau aku kan sering ke kopi jos aku sering pesen minum aja harganya juga variasi ada 10ribu ada 12ribu, Kalau nongkornng habisnya berapa tergantung pesennya kalau cuman minum habisnya ya cuman 20ribuan ngga sampai banyak, tapi kalau sama makanan bisa sampai 50ribu". (wawancara, 15 Juni 2021).

Selain itu dari hasil penelitian beberapa dari mereka tertarik pada promo yang di berikan oleh cafe, akan tetapi mereka juga memiliki pertimbangan tersendiri untuk mengambil promo tersebut atau tidak, sebagai contoh jika menu yg sedang di promosikan cocok, mereka akan langsung membeli. Kemudian mayoritas dari mereka juga sering mempublikasi ke media sosial ketika berada di cafe,

dengan tujuan memberitahu teman maya bahwa mereka sedang di cafe. bisa dikatakan juga hal tersebut menjadi sebuah simbol prestise. Selain mempublikasi ke media sosial untuk simbol prestise, penampilan ketika datang ke cafe juga menjadi hal yang penting.

Dari hasil penelitian mayoritas dari mereka merasakan adanya perubahan perilaku konsumsi. Mulai dari lebih boros, menjadi konsumtif, pandangan tempat makan berubah, dimana saat ini lebih cenderung memilih tempat yang bagus nyaman seperti cafe, mempengaruhi perilaku konsumsi juga, menjadi tahu banyak ragam makanan modern yang dapat mempengaruhi selera makan. Selain itu juga berpengaruh pada gaya berpakaian, istilahnya mereka glow up berubah menjadi lebih kece. Di sisi lain mereka juga menyadari bahwa hal tersebut merupakan salah satu perilaku konsumtif. Akan tetapi kembali lagi pada intensitas seberapa sering seseorang itu pergi ke cafe, seberapa banyak biaya yang dikeluarkan, untuk apa ia mengunjungi cafe serta benefit apa yang ia dapatkan. Karena memang pada dasarnya memenuhi kesenangan semata merupakan salah satu indikator perilaku konsumtif.

SIMPULAN

Pandemi covid-19 justru meningkatkan penggunaan e-commerce untuk praktik belanja online. Hal itu disebabkan oleh banyaknya promo serta kepraktisan berbelanja yang menggairahkan. Rata-rata mahasiswa memiliki setidaknya satu hingga dua aplikasi e-commerce yang mereka pilih untuk menyalurkan hasrat belanja onlinenya. Terdapat perbedaan tujuan dari kegiatan belanja antara mahasiswa laki-laki dan perempuan. Pada informan laki-laki kegiatan belanja digunakan untuk memenuhi hobi, sedangkan pada informan perempuan untuk memenuhi barang perawatan dan penunjang penampilan.

Salah satu bentuk gaya hidup di masa pandemi dalam penelitian ini digambarkan melalui penggunaan sneakers impor. Selama pandemi, penggunaan sneakers dipengaruhi oleh

kenyamanan pemakaian, keawetan, serta model yang bagus, selain itu mahasiswa pengguna sneakers impor juga menyatakan bahwa dengan menggunakan sneakers impor akan menambah kepercayaan diri. Gaya hidup berikutnya dalam penelitian ini berkaitan dengan *coffee shop*. Hampir semua mahasiswa UNNES pernah mengunjungi *coffee shop*. Alasan mereka adalah mencari tempat untuk melakukan berbagai kegiatan seperti kuliah, mengerjakan tugas, rapat organisasi, bermain game, healing, me time, bahkan untuk sekedar nongkrong dan ngobrol bersama kawan-kawannya. Budaya nongkrong yang mereka anggap bagus dan tidak ada masalah menjadi salah satu faktor kuat yang mendorong mereka untuk terus mengunjungi *coffee shop*. Pengaruh gaya hidup lain yang dirasakan oleh informan saat mereka mengunjungi *coffee shop* adalah gaya berpakaian, dimana mereka harus menyesuaikan outfit yang sekiranya sesuai. Hal itu juga berkaitan erat dengan keinginan mereka untuk mempublikasikan ke media sosial ketika sedang berada di *coffee shop* dengan tujuan memberitahu kepada khalayak ramai.

Penelitian ini masih terdapat kekurangan terkait dengan variasi gaya hidup mahasiswa yang mungkin belum terungkap dalam tulisan ini. Saran yang dapat diberikan pada mahasiswa adalah agar mahasiswa lebih bijak dalam mengatur keuangannya dan agar tidak terjebak pada gaya hidup konsumtif yang hanya melanggengkan eksistensi semu di media social, sementara nantinya secara jangka Panjang dapat merugikan mahasiswa itu sendiri.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami ucapkan kepada Universitas Negeri Semarang melalui Fakultas Ilmu Sosial selaku pemberi dana dengan nomor kontrak: 256.29.4/UN37/PPK.4.3/2021, tanggal 29 April 2021 sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada reviewer dan editor dalam proses ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Baudrillard, P.J., 2011. *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Burhanuddin, C.I., 2020. Ancaman Krisis Ekonomi Global dari Dampak Penyebaran Virus Corona (Covid-19). *Akmen*, 17(1).
- Dharmawan, O.P., 2017. Fenomena *Sneakers* Impor (Studi Konstruksi Sosial Pemakaian Sneakers Impor Universitas Negeri Surabaya). *Jurnal Paradigma*, 5(1), pp.1-8.
- Fidhinyah, N.R., & Muhammad, A.S., 2021. *Krisis Ekonomi di Indonesia Disebabkan oleh Pandemi Covid-19*.
- Gumilang, W.A., 2016. Pengaruh Price Discount dan Store Atmosphere Terhadap Emotional Shopping dan Impulse Buying. *E-Journal Manajemen Unud*, 15(3), pp.185-188.
- Herdiansyah, H., 2019. *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial Perspektif Konvensional dan Kontemporer*. Salemba Humanika.
- Hutami, R.A., 2018. Pengaruh Pola Belanja, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Impulse Buying di Toko Jolie Wirobraja. *Doctoral Dissertation*, Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
- Kasih, A.P., 2020. *Pakar Unair: Pandemi Covid-19 Membuat Masyarakat Cenderung Lebih Konsumtif*.
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D., 2017. Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2), pp.1-6.
- Nabilah, A.P., Fitri, K.N., Primastuti, R.K., Khoirunnisaa, R.T., Anju, A., & Ernawati, E., 2021. Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa. *Populika*, 9(2), pp.13-22.
- Permana, Alvin Edgar, dkk. 2021. Analisa Transaksi Belanja *Online* pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal TEKNOINFO*, 15(1): 32-37.
- Pratama, G., 2020. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Barang dan Jasa secara *Online* sebagai Alternatif

- Membeli di Kalangan Mahasiswa. *Ecopreneur: Jurnal Program Studi Ekonomi Syariah*, 1(1), pp.46-54.
- Pratiwi, Galih Ika. 2015. Perilaku Konsumtif dan Bentuk Gaya Hidup (Studi Fenomena Pada Anggota Komunitas Motor Bike of Kawasaki Riders Club Chapter Malang. *Jurnal Mahasiswa Sosiologi*, 1(5).
- Rakhmawati, N.A., Permana, A.E., Reyhan, A.M., & Rafli, H., 2021. Analisa Transaksi Belanja Online pada Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Teknoinfo*, 15(1), pp.32-37.
- Safitri, D., Nurikhsan, F., & Indrianie, W.S., 2019. Fenomena Cafe di Kalangan Konsumen Remaja. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 9(2).
- Sahrub, S.M.P., 2019. Pemaknaan *Fashion*: Studi Gaya Hidup pada Komunitas Indonesia Sneakers Team Surabaya. *Jurnal Dialektika*, 14(2), pp.103-110.
- Santoso, S., 2015. Survivalitas [Pedagang Warung Kopi Lesehan "Jalan Baru" di Kota Ponorogo. *Jurnal Aristo*, 3(1).
- Setyawati, N., 2010. Hubungan antara Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Doctoral Dissertation*, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sugiyono., 2016. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suyanto, B., 2017. *Sosiologi Ekonomi: Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme*. Jakarta: Kencana.
- Wijayanti, A., & Astiti, D.P., 2017. Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Remaja Di Kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 4(1), pp.41-49.
- Windayani, S., & Astiti, P., 2017. Peran Konformitas dan Gaya Hidup Brand Minded Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi di Kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 2, pp.96-108.
- Yuliantari, M.I., & Herdiyanto, Y.K., 2015. Hubungan Konformitas Dan Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri Di Kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 2(1), pp.89-99.

BAB II. PENCEGAHAN OCCUPATIONAL FRAUD PERBANKAN SYARIAH

**Indah Anisykurlillah¹, Hasan Mukhibad², dan Kuat Waluyo
Jati³**

^{1,2,3}Program Studi Akuntansi FE, Universitas Negeri Semarang

indah_anis@mail.unnes.ac.id; hasanmukhibad@mail.unnes.ac.id;

kuatwaluyojati.unnes@mail.unnes.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.15294/ie.v1i2.111>

Abstrak

Penipuan masih menjadi masalah di industri perbankan. Jumlah kasus penipuan pada perbankan memiliki jumlah kasus tertinggi dibandingkan jenis bisnis lainnya. Perbankan syariah yang telah mengharamkan praktik penipuan juga tidak lepas dari kejadian tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan pengaruh ukuran, jenis kelamin, keahlian, dan independensi anggota komite audit serta kesejahteraan karyawan perusahaan terhadap penipuan karyawan. Penelitian yang dilakukan ini melengkapi penelitian-penelitian sebelumnya yang mengukur penipuan menggunakan kuesioner, sedangkan penelitian ini menggunakan jumlah kasus sebagai indikator penipuan karyawan. 14 bank syariah merupakan sampel penelitian dengan rentang pengamatan tahun 2010-2020. Temuan penelitian memberi bukti bahwa keahlian akuntansi anggota komite audit dan kesejahteraan karyawan dapat mempengaruhi tindakan penipuan yang dilakukan karyawan. Jumlah anggota, gender, dan independensi dari anggota komite audit tidak terbukti memiliki pengaruh pada pengendalian kecurangan. Keahlian komite audit dan kesejahteraan karyawan dapat menjadi sistem pengendalian internal yang efektif dalam mengurangi penipuan. Oleh karena itu, perbankan harus merekrut anggota komite audit yang memiliki keahlian profesional dan selalu memperhatikan kesejahteraan karyawan yang dimiliki.

Kata kunci: Employee Fraud, Employee Well-being, Audit Committee Gender, Audit Committee Expertise

PENDAHULUAN

Masalah *fraud* dapat dialami oleh semua organisasi (Law, 2011b). Data Association of Certified Fraud Examiners (ACFE) tahun 2020 melaporkan terdapat 2.504 kasus *fraud* dengan kerugian \$3,6 billion (ACFE, 2020). Dari jumlah kasus itu, Global Fraud Survey melaporkan bahwa jumlah *occupational fraud* pada bank sebanyak 1.388 kasus (Mukhibad *et al.*, 2021) dengan kerugian \$232.000 (Awang & Ismail, 2018). Kasus berdasarkan negara menunjukkan bahwa di Indonesia terjadi peningkatan kasus dari 29 kasus (ditahun 2018) menjadi 36 kasus ditahun 2020 (ACFE, 2020 dan ACFE, 2018). *Fraud* yang merupakan tindakan ilegal terjadi pada perusahaan yang berbasis agama. Mukhibad (2017) dan Mukhibad *et al.* (2021) melaporkan kasus *fraud* terjadi pada bank syariah di Indonesia. *Fraud* juga menimpa South African Islamic Bank, Ihlas Finance House, Dubai Islamic Bank (Yusuf *et al.*, 2016). Skandal keuangan terjadi pada Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB) dengan kerugian RM456 juta (Rahman & Anwar, 2014). *Fraud* yang terjadi pada bank syariah merupakan ironi (Mukhibad *et al.*, 2021). Al-Qur'an sebagai sumber utama hukum Islam membatasi empat jenis aktivitas komersial: larangan pencurian, penipuan, mengambil keuntungan yang tidak adil, dan terlibat dalam aktivitas yang dilarang secara umum (Ahmad, 2004). Kasus inilah yang melandasi dilakukannya penelitian ini.

Studi sebelumnya tentang *fraud* pada bank syariah lebih banyak mengkaji *financial statement fraud* (Anisykurlillah *et al.*, 2020; Mukhibad *et al.*, 2021; Awang, 2019; dan Uciati & Mukhibad, 2019). Pendekatan ini dengan mengidentifikasi *discretionary* atas pembiayaan yang disalurkan sebagai indikator *financial statement fraud*. Pendekatan lain dilakukan oleh Fathi *et al.* (2017) dan Awawi & Salin (2018) menggunakan pendekatan data wawancara dan kuesioner untuk mengukur *fraud* yang dilakukan karyawan. Namun pendekatan ini bersifat persepsi dan sulit untuk

mengidentifikasi secara cermat atas kasus fraud yang dilakukan karyawan. Dengan kelemahan ini, penelitian ini menggunakan pendekatan berbeda dalam mengukur *occupational fraud*, yakni berdasarkan jumlah kasus *fraud* yang dilaporkan oleh masing-masing bank dalam setiap tahunnya.

Permasalahan utama sebagai pemicu *fraud* pada bank syariah adalah rendahnya pengendalian internal bank (Hamdani & Albar, 2016; Nawawi & Salin, 2018; dan Mukhibad, 2017). Salah satu upaya yang dapat meningkatkan pengendalian internal adalah corporate governance (CG) (Halbouni *et al.*, 2016 dan Zakaria *et al.*, 2016). Selain itu, CG menyediakan struktur untuk mengarahkan dan mengendalikan bisnis dengan tingkat efisiensi, transparansi, dan akuntabilitas, yang lebih tinggi (Kumari & Pattanayak, 2017). Sehingga CG sebagai kontrol yang selanjutnya dapat mengurangi potensi fraud (Law, 2011; G. Chen *et al.*, 2006; dan Farber, 2005b). CG adalah sebuah proses di mana semua organ berkontribusi pada pendeteksian dan pencegahan penipuan (Halbouni *et al.*, 2016), meningkatkan transparansi dan akuntabilitas (Kumari & Pattanayak, 2017). Sehingga CG sebagai pengendalian kontrol yang selanjutnya dapat mengurangi potensi *fraud* (Halbouni *et al.*, 2016; Zakaria *et al.*, 2016; dan Farber, 2005b). Sesuai dengan hasil penelitian Hamdani & Albar (2016); Nawawi & Salin (2018); dan Mukhibad (2017), maka penelitian ini menekankan pada komite audit sebagai faktor utamanya dalam menjelaskan fraud. Dalam struktur CG pada perusahaan yang menggunakan *two-tier system* seperti Indonesia, komite audit adalah organ yang dibentuk oleh dewan komisaris, memiliki tugas untuk mengawasi operasi, dan proses pengendalian internal bank. Nasir *et al.* (2019); Marzuki *et al.* (2019); Deloitte (2018); dan Law (2011) telah membuktikan bahwa efektivitas peran komite audit dalam pengawasan dapat mengendalikan *frauds*.

TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pengelolaan entitas bisnis yang besar dan kompleks menyebabkan adanya pemisahan antara pemilik dengan direksi.

Pemilik perusahaan memberikan kepercayaan atas aset perusahaan kepada direktur untuk dikelola. Untuk kontrak ini, pemilik akan memperoleh manfaat berupa kenaikan nilai perusahaan dan deviden. Di satu sisi, direktur memperoleh keuntungan berupa gaji dan renumerasi dan kesejahteraan lainnya. Namun demikian, hubungan ini akan menjadi cacat ketika salah satu pihak, terutama direktur tidak dapat melaksanakan tugasnya dengan baik, seperti dengan melakukan *fraud*.

Salah satu upaya untuk mengendalikan perilaku *fraud* adalah melakukan efektifitas pengawasan dan mengendalikan melalui pembentukan struktur *corporate governance* (CG). CG menentukan bagaimana suatu perusahaan diatur melalui akuntabilitas yang tepat untuk kinerja manajerial dan keuangan (Rezaee, 2005). Ahli lain mendefinisikan bahwa CG adalah sebuah proses di mana semua peserta berkontribusi pada deteksi dan pencegahan penipuan, dengan tujuan untuk memastikan profitabilitas jangka panjang dan kemakmuran perusahaan, yang pada gilirannya memberikan kontribusi untuk menciptakan nilai tambah bagi pemegang saham dan perlindungan pemangku kepentingan lainnya dari laporan keuangan perusahaan (Halbouni *et al.*, 2016).

Tata kelola perusahaan yang tidak efektif dikaitkan *financial fraud* (misalnya Enron, WorldCom, dan Global Crossing) dan akibatnya menimbulkan pertanyaan tentang integritas dan perilaku etis eksekutif puncak, kecukupan dan efektivitas pengendalian internal, keandalan laporan keuangan, kualitas audit internal dan eksternal (Rezaee, 2005). CG menyediakan struktur untuk mengarahkan dan mengendalikan bisnis dengan tingkat efisiensi, transparansi, akuntabilitas, dan keadilan yang lebih tinggi (Kumari & Pattanayak, 2017). Implementasi CG dengan baik terbukti dapat mengurangi potensi terjadinya *fraud* (Law, 2011a; G. Chen *et al.*, 2006; Farber, 2005b; Halbouni *et al.*, 2016; dan Zakaria *et al.*, 2016).

Sistem CG dan fungsinya sangat luas (Rezaee, 2005). Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan *Securities and Exchange*

Commission (SEC) menjelaskan walaupun semua dewan memiliki kontribusi secara tidak langsung dalam membentuk pengawasan dan pengendalian, namun fungsi utama yang bertanggungjawab terhadap pencegahan *fraud* adalah komite audit. Komite audit memiliki tugas pemantauan dan evaluasi atas perencanaan dan pelaksanaan audit serta pemantauan atas tindak lanjut hasil audit dalam rangka menilai kecukupan pengendalian intern, termasuk kecukupan proses pelaporan keuangan (Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 55/POJK.03/2016 Tentang Penerapan Tata Kelola Bagi Bank Umum, 2016). Farber (2005b); Park (2020); Marzuki *et al.* (2019); Farber (2005b); Uzun *et al.* (2004); Zain *et al.* (2006); Persons (2005); Carcello & Neal (2000); Nasir *et al.* (2019); dan Zain *et al.* (2006) memberi penekanan terkait fungsi utama komite audit dalam mengendalikan *fraud*. Sependapat dengan peneliti sebelumnya, penelitian ini menfokuskan pada komite audit sebagai faktor yang utama dalam menjelaskan *fraud* dengan tidak menghiraukan faktor lain seperti komisaris.

Karyawan/manajer/eksekutif dalam sebuah perusahaan dapat melakukan tindakan penipuan (*occupational fraud*) yang merugikan perusahaan (Suh *et al.*, 2018). Mereka yang memiliki akses tertentu dalam perusahaan memiliki kesempatan untuk melakukan tindakan-tindakan yang akan menguntungkan dirinya sendiri. Komite audit memiliki akses ke proses audit internal dan eksternal. Sehingga komite audit adalah organ pertama yang dapat mengidentifikasi penyimpangan yang ada diperusahaan (Halbouni *et al.*, 2016). Penyimpangan yang terjadi pada perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor individu semata, namun juga merupakan tindakan sistemik yang melibatkan sistem pengendalian yang dimiliki oleh perusahaan. Kasus *fraud* terjadi pada entitas yang memiliki sistem lingkungan pengendalian internal yang rendah. Oleh karena itu, memperkuat sistem pengendalian dapat mengendalikan *fraud* (Nasir *et al.*, 2019; Marzuki *et al.*, 2019; Deloitte, 2018; dan Law, 2011b). OJK sebagai regulator perbankan di Indonesia menyatakan bahwa komite audit

memiliki tugas untuk memantau dan memastikan efektifitas sistem pengendalian internal dan pelaksanaan tugas auditor internal dan auditor independen/eksternal. Dengan demikian, maka komite audit memiliki peran penting untuk mengendalikan potensi kecurangan dalam sebuah perusahaan (Tan *et al.*, 2017; McLaughlin *et al.*, 2021; dan Rezaee, 2005).

Salah satu indikator yang dapat meningkatkan kualitas komite audit dalam menjalankan tugasnya adalah jumlah anggota (Wilbanks *et al.*, 2017 dan Farber, 2005b). Entitas yang memiliki jumlah anggota komite audit yang besar dapat meningkatkan konsistensi pengawasan (Wilbanks *et al.*, 2017). Komite audit memerlukan sumber daya dewan yang signifikan untuk dapat memenuhi tanggung jawabnya secara efektif (Persons, 2009). Jumlah komite audit yang lebih besar dapat membawa keahlian dan pengetahuan dewan (Wilbanks *et al.*, 2017). Efektifitas pengawasan pengendalian intern dikaitkan dengan jumlah anggota komite audit yang besar, sehingga jumlah komite audit dapat mengendalikan *fraud* (Wilbanks *et al.*, 2017; Persons, 2009; Farber, 2005a; dan Farber, 2005b). H₁: Jumlah anggota komite audit berpengaruh negatif terhadap *Occupational Fraud*

Indikator lain yang digunakan oleh peneliti dalam menjelaskan efektifitas komite audit dalam melakukan pengawasan adalah gender. Perbedaan perempuan dan laki-laki menyebabkan terjadinya perbedaan sikap, gaya komunikasi, kepribadian, keaktifan dalam rapat, intoleran dengan perilaku oportunistik dan kebijakan penghindaran risiko, meningkatkan peran pemantauan, lebih konservatif dan membuat keputusan yang lebih etis (McLaughlin *et al.*, 2021; Marzuki *et al.*, 2019; dan Oradi & Izadi, 2020). Perbedaan gender yang menyebabkan perbedaan sikap dan kebijakan inilah yang mendasari peneliti menggunakan gender sebagai faktor yang dapat mempengaruhi kualitas *corporate governance*, termasuk evaluasi efektifitas komite audit (McLaughlin *et al.*, 2021; Ud Din *et al.*, 2021; Oradi & Izadi, 2020; dan Marzuki *et al.*, 2019).

Komite audit perempuan dianggap mampu meningkatkan efektifitas komite audit. Komite audit 34endid terbukti dapat menurunkan manajemen pendapatan (Gavious *et al.*, 2012), *reduction in financial restatements* (Oradi & Izadi, 2020), dan meningkatkan kualitas laporan keuangan (Ud Din *et al.*, 2021). Komite audit 34endid lebih cenderung melaporkan terlibat dalam aktivitas komite audit untuk menilai integritas manajemen (Wilbanks *et al.*, 2017). Kaplan *et al.* (2009) menemukan 34endid lebih cenderung melaporkan kecurangan pelaporan keuangan

H₂: Komite audit 34endid berpengaruh 34endidik terhadap *Occupational Fraud*. Dewan komisaris merupakan elemen yang harus dibentuk oleh perusahaan di Indonesia berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) (2015). Adanya dewan komisaris akan menjembatani kepentingan-kepentingan yang dimiliki oleh 34endidika dan melakukan fungsi pengawasan atas kinerja direksi perusahaan. Berdasarkan (POJK, 2015), anggota komite audit yang dibentuk harus memiliki latar belakang 34endidikan dan keahlian minimal akuntansi atau keuangan.

Pada peraturan lain disebutkan bahwa anggota komite audit juga harus memiliki keahlian pada bidang audit (POJK, 2020). Keberadaan anggota komite audit yang memiliki beragam keahlian akan membuat mereka semakin tepat dalam menjalankan tugas dan wewenang. Praktik-praktik kecurangan akan dapat dihindari dan dideteksi sedini mungkin sehingga tidak menjadi kasus yang merugikan perusahaan. Hal ini akan menutup kesempatan bagi pegawai apabila ingin melakukan praktik kecurangan pada perusahaan. Persons (2009) merangkum bahwa keahlian dari anggota komite audit, utamanya terkait akuntansi dan keuangan adalah hal penting untuk membatasi tindakan manajer dalam manipulasi laba maupun tindakan lain yang tidak etis. Cohen *et al.* (2014) menemukan bahwa anggota komite audit yang mengkombinasikan keahlian akuntansi dengan keahlian lain mampu berkinerja lebih baik sehingga meningkatkan efektifitas dari komite audit. Oleh karena itu, anggota komite audit yang memiliki beragam keahlian akan mampu menangkal terjadinya

praktik kecurangan. (Anisykurlillah *et al.*, 2020; Marzuki *et al.*, 2019; dan Farber, 2005b) telah memberikan bukti bahwa komite audit dengan latarbelakang pendidikan akuntansi memiliki pengaruh negatif terhadap *fraud*. H₃: Keahlian anggota komite audit dalam akuntansi berpengaruh negatif terhadap *Occupational Fraud*

Karyawan/manajer/eksekutif dalam sebuah perusahaan dapat melakukan tindakan penipuan (*occupational fraud*) yang merugikan perusahaan (Suh *et al.*, 2018). Mereka yang memiliki akses tertentu dalam perusahaan memiliki kesempatan untuk melakukan tindakan-tindakan yang akan menguntungkan dirinya sendiri. Komite audit memiliki peran penting untuk mengendalikn potensi kecurangan dalam sebuah perusahaan. Tugas komite audit ini merupakan delegasi dari dewan komisaris untuk menjalankan fungsi yang seharusnya dilakukan oleh pemegang saham. Berdasar keanggotaan, komite audit minimal berjumlah 3 orang yang terdiri dari komisaris 3 independent dan pihak dari luar perusahaan (POJK, 2015). Pengendalian dan pengawasan yang kuat dapat dilakukan apabila anggota komite audit tersebut dapat menjaga independensinya.

Independensi komite audit mampu memberikan peningkatan pada monitoring pengendalian internal dan kualitas laporan keuangan (Barua *et al.*, 2010). Independensi komite audit akan meningkat ketika diisi banyak pihak dari luar yang tidak memiliki hubungan dengan perusahaan sehingga akan menjalankan tugasnya dengan maksimal dan apa adanya, hal ini akan menghindarkan perusahaan dari terjadinya kecurangan. Persons (2005) mengatakan bahwa kecil kemungkinan kecurangan terjadi apabila komite audit adalah independen. Abbott *et al.* (2000) menemukan bahwa perusahaan dengan komite audit yang independen yang ditunjukkan dengan komposisi pihak luar sesuai ambang batas akan membuat perusahaan terhidar dari praktik kecurangan. Uzun *et al.* (2004) menemukan bahwa independensi komite audit secara signifikan dapat mengurangi

kecurangan. H₄: Independensi komite audit berpengaruh negatif terhadap *Occupational Fraud*

Fokus penelitian ini adalah *fraud* karyawan, sehingga faktor individu karyawan harus diperhatikan dalam menjelaskan *fraud*. Kang & Lee (2021); Mariani *et al.* (2019); dan Heyman (2007) menekankan pada kesejahteraan karyawan sebagai faktor yang mempengaruhi motivasi, kinerja karyawan. Sependapat dengan Bales & Fox (2011), *fraud* merupakan tindakan kecurangan yang dilakukan oleh karyawan maupun manajemen untuk mencari keuntungan diri sendiri, sehingga kesulitan keuangan dapat memunculkan niat karyawan melakukan *fraud*. Terdapat dua perspektif dalam memandang kesejahteraan, fokus pada pengalaman subjektif tentang kebahagiaan dan sisi satunya fokus pada mewujudkan kekuatan potensi manusia yang menganggap kesejahteraan merupakan hasil dari pencapaian pribadi (Ryan & Deci, 2001). Kesejahteraan terkait dengan pekerjaan dimaknai sebagai kualitas keseluruhan dari pengalaman karyawan dan fungsi di tempat kerja (Fich & Shivdasani, 2007). Salah satu hal yang dapat digunakan untuk mengukur kesejahteraan karyawan adalah jumlah gaji yang mereka terima (Wood & De Menezes, 2011).

Karyawan yang memperoleh gaji yang cukup akan bekerja dengan baik dan berusaha untuk selalu memenuhi target-target yang ditetapkan perusahaan. Mereka tidak berkeinginan untuk melakukan tindakan curang pada perusahaan karena kebutuhan mereka akan gaji telah tercukupi. Hal ini menunjukkan tidak ada perasaan tertekan saat melakukan pekerjaan dilihat dari kompensasi yang diterima karena kompensasi tersebut dipandang sebanding dengan bobot pekerjaan. Gaya hidup dan tekanan keuangan yang dihadapi karyawan menjadi motivasi karyawan melakukan *fraud* (Omar *et al.*, 2016). Zuberi & Mzenzi (2019); Chen & Sandino (2012); dan Irianto *et al.* (2009) menemukan bahwa upah berpengaruh negatif terhadap tingkat kecurangan yang dilakukan karyawan dan upah yang lebih tinggi meningkatkan

promosi norma sosial pada karyawan dan membuat kolusi diantara mereka menjadi turun

H₅: Gaji berpengaruh negatif terhadap *Occupational Fraud*

METODE

Desain penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian inferensial. Sampel penelitian ini adalah 14 bank umum syariah di Indonesia dan diamati selama 11 tahun (2010-2020) dengan 142 unit analisis. Seluruh data diidentifikasi dari *annual report* setiap bank. Pengukuran *fraud* penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya dengan tidak menggunakan persepsi maupun rasio keuangan sebagai indikator *fraud* karena kedua cara pengukuran tersebut dapat memunculkan respon bias. Berdasar alasan ini, penelitian ini menggunakan jumlah kasus *fraud* selama 1 tahun yang dilaporkan bank dalam *annual report*. Berdasarkan hasil penelusuran kami, tidak semua bank melaporkan jumlah *fraud*, sehingga menggunakan metode *unbalanced data*.

Penelitian ini menekankan pada efektifitas komite audit sebagai variabel yang dapat menjelaskan *occupational fraud*. Indikator yang pertama adalah jumlah anggota audit committee (AC-SIZE) yang diukur dengan jumlah anggota komite audit yang dimiliki oleh bank (Wilbanks *et al.*, 2017; Persons, 2009; Farber, 2005a; dan Farber, 2005b). Indikator kedua adalah committee audit gender yang diukur dengan rasio komite audit wanita (AC-GENDER) terhadap jumlah anggota komite audit (Wilbanks *et al.*, 2017 dan Kaplan *et al.*, 2009). Indikator ketiga adalah keahlian komite audit (AC-EXPERT) yang diukur dengan rasio komite audit yang memiliki latar belakang pendidikan bidang akuntansi (Anisykurlillah *et al.*, 2020; Marzuki *et al.*, 2019; dan Farber, 2005b). Indikator keempat adalah independensi komite audit (AC-INDEP) yang diukur dengan rasio komite audit independen terhadap seluruh anggota komite audit (Park, 2020 dan Nasir *et al.*, 2019). Faktor kesejahteraan karyawan (WAGE) diukur dengan

rasio biaya gaji dan tunjangan karyawan terhadap pendapatan bank. WAGE dikembangkan dari (Damiani *et al.*, 2019).

Selain variabel utama yang telah dijelaskan, penelitian ini menggunakan variabel kontrol jumlah anggota komisaris, ukuran perusahaan, dan kinerja keuangan. Indonesia menggunakan *two-tier system*, dimana tugas pengawasan diberikan kepada dewan komisaris dan tugas eksekutif diberikan kepada direktur. Regulator di Indonesia mewajibkan bahwa komite audit dibentuk oleh dewan komisaris, sehingga jumlah dewan komisaris mempengaruhi kualitas komite audit. Banyak anggota dewan memungkinkan mereka dapat melakukan diversifikasi keahlian, pengalaman, dan *background* individu lain yang selanjutnya akan mempengaruhi kualitas keputusan kolektif dewan.

Mengadopsi dari G. Chen *et al.* (2006), penelitian ini menggunakan jumlah anggota dewan komisaris sebagai variabel kontrol. Jumlah anggota dewan komisaris (COMSIZE) diukur dengan jumlah anggota dewan komisaris. Jumlah aset (LNSIZE) diukur dengan logaritma natural dari jumlah asset, dan kinerja keuangan diukur dengan Return on Asset (ROA). Dua variable lainnya dalam penelitian ini diadopsi dari Hass *et al.* (2016); Matoussi & Gharbi (2011) dan Goh (2009). Teknik analisis data menggunakan analisis regresi data panel dengan Fixed Effect Model (FEM) atau Random Effect Model (REM). Seleksi didasarkan pada hasil tes Hausman (Meslier *et al.*, 2017). Jika tes Hausman menghasilkan probabilitas kurang dari 0,05 maka menggunakan FEM, begitupun sebaliknya. Uji Breusch & Pagan Lagrange Multiplier (BPL) digunakan untuk mengetahui apakah ada heterogenitas data antar bank (Panda & Nanda, 2018). Jika tes BPL menghasilkan probabilitas kurang dari 0,05; ada heterogenitas data antar bank, yang mengharuskan penggunaan FEM atau REM. Penelitian ini menguji multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi untuk menghasilkan studi BLUE. Model penelitiannya ditunjukkan pada persamaan 1.

$$\text{FRAUD}_{i,t,c} = \beta_0 + \beta_1 \text{AC-SIZE}_{i,t,c} + \beta_2 \text{AC-GENDER}_{i,t,c} + \beta_3 \text{AC-EXPERT}_{i,t,c} + \beta_4 \text{AC-INDEP}_{i,t,c} + \beta_5 \text{WAGE}_{i,t,c} + \beta_6 \text{COMSIZE}_{i,t,c} + \beta_7 \text{LNSIZE}_{i,t,c} + \beta_8 \text{ROA}_{i,t,c} + \varepsilon \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan:

FRAUD : *Occupational fraud*

AC-SIZE: Jumlah Komite Audit

AC-GENDER: *Gender* komite audit

AC-EXPERT: Keahlian komite audit

AC-INDEP: Independensi komite audit

WAGE: Kesejahteraan karyawan

COMSIZE: Jumlah anggota komisaris

LNSIZE : Ukuran perusahaan

ROA: Profitabilitas

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 2.1 menunjukkan bahwa sampel memiliki rata-rata 0,214% karyawan yang terlibat dalam tindakan ilegal. Persentase tertinggi karyawan yang terlibat dengan penipuan adalah 3,226, dan terendah adalah 0. Standar deviasi 0, 453 menunjukkan varians besar dari penipuan ini. Bank syariah di Indonesia memiliki rata-rata 3,78 anggota komite audit, skor minimal 2 orang dan jumlah maksimal 7 orang. Hasil ini menunjukkan kecenderungan bank syariah memiliki 3 hingga 4 anggota komite audit.

Berdasarkan strukturnya, anggota komite audit didominasi oleh laki-laki. Hanya 11,808% komite audit yang perempuan. Namun, beberapa bank memiliki komite audit perempuan sebesar 66,667%. Tabel 2.1 juga menunjukkan bahwa rata-rata 25,317% komite audit memiliki keahlian akuntansi. Namun, ada komite audit yang tidak memiliki keahlian akuntansi. Selain itu, rata-rata, 54,316% komite audit bersifat independen. Skor minimum AC-INDEP adalah 23,077%, dengan skor maksimum 100% bersifat independen. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar anggota komite audit di bank syariah independen. WAGE menunjukkan bahwa bank memberikan rata-rata 21,480% dari pendapatan

pinjaman untuk membayar gaji dan tunjangan karyawan. Maksimal 80,003% dari pendapatan untuk membayar gaji karyawan.

Tabel 2.1. Analisis Deskriptif

Variabel	Pengukuran	Rata-rata	Std. Dev.	Min.	Maks.
FRAUD (%)	%	0,214	0,453	0	3,226
AC-SIZE	Person	3,789	1,077	2,000	7,000
AC-GENDER (%)	%	11,808	0,173	0	66,667
AC-EXPERT (%)	%	25,317	36,033	0	100,00
AC-INDEP (%)	%	54,316	16,700	23,077	100,00
WAGE (%)	%	21,480	12,785	0,008	80,003
BODSIZE	Person	10,951	2,057	5,000	17,000
SIZE	Log. Natural	29,694	1,487	24,240	32,474
ROA (%)	%	0,961	3,272	-14,042	13,600
LOAN (%)	%	3,427	1,547	-4,933	10,134
Public	Dummy	0,135	0,343	-	1,000
SSBSIZE	Person	2,317	0,467	2,000	3,000

Hasil uji Breusch and Pagan Lagrangian Multiplier menghasilkan probability 0,0321 (kurang dari 0,05) dan menunjukkan bahwa adanya heterogenitas data antar bank. Skor ini merekomendasikan uji regresi panel (*fixed effect or random effect*). Kemudian kami melakukan uji hausman dan menghasilkan probability 0,000 (kurang dari 0,005) dan merekomendasikan *fixed effect* sebagai model untuk menjawab hipotesis.

Selanjutnya kami melakukan uji korelasi antar variabel seperti pada tabel 2.2. Tabel 2.2 menunjukkan bahwa korelasi tertinggi adalah 0,4521 antara keahlian dan jumlah komisaris. Tabel 2.2 tidak menunjukkan korelasi lebih dari 0,8, yang tidak menunjukkan multikolinearitas. Kesimpulan ini didukung oleh tes VIF, yang menghasilkan nilai rata-rata 1,58 (kurang dari 5), menunjukkan tidak ada masalah multikolinearitas.

Modified Wald test menghasilkan probabilitas 0,0000 (kurang dari 0,05) dan menunjukkan masalah heteroskedastisitas. Tes Wooldridge menghasilkan probabilitas 0,0207 (kurang dari

0,05) dan menunjukkan masalah autokorelasi. Untuk mengatasi masalah ini, sejalan dengan Almutairi and Quttainah (2017), kami menggunakan clustered regression dalam hubungannya dengan *fixed-effects estimator* untuk mengatasi kedua masalah ini. Hasil uji fixed effect (tabel 2.3) persamaan model 1 sampai dengan 6 konsisten menunjukkan bahwa AC-SIZE menghasilkan P-value lebih dari 0,10. Hasil ini menunjukkan bahwa jumlah anggota komite audit tidak memiliki pengaruh pada *fraud*. Variabel AC-GENDER juga konsisten menghasilkan p-value lebih dari 0,10.

Hasil uji ini juga konsisten menunjukkan bahwa komite audit wanita tidak memiliki pengaruh pada *fraud*. Tabel 2.3 menunjukkan bahwa AC-EXPERT konsisten menghasilkan p-value kurang dari 0.01 dengan koefisien -0.0205. Hasil ini menunjukkan bahwa keahlian komite audit memiliki pengaruh negatif terhadap *fraud* dengan tingkat signifikansi 1%. Tabel 2.3 menunjukkan bahwa AC-INDEP konsisten menghasilkan p-value lebih dari 0.10 dan menunjukkan bahwa independensi komite audit tidak memiliki pengaruh *fraud*.

Tabel 2.2. Correlation Matrix of All Variables

	FRAUD	AC-SIZE	AC-GENDER	AC-EXPERT	AC-INDEP	WAGE	COMSIZE	LNSIZE	ROA
FRAUD	1								
AC-SIZE	0,1679	1							
AC-GENDER	-0,1503	-0,2106	1						
AC-EXPERT	0,2772	-0,0768	-0,0785	1					
AC-INDEP	-0,355	0,0086	0,3907	-0,4268	1				
WAGE	-0,0065	0,0249	0,0701	-0,067	0,2372	1			
COMSIZE	-0,1404	0,0547	0,0736	-0,4521	0,24	0,0696	1		
LNSIZE	0,3713	0,0528	-0,2215	-0,2161	-0,2577	-0,1772	0,0538	1	
ROA	-0,1035	-0,016	-0,1096	0,1016	0,2384	0,1514	0,0662	0,0872	1

Indikator kesejahteraan karyawan yang diproksikan dengan gaji dan tunjangan karyawan konsisten menghasilkan p-value kurang dari 0.05 dan koefisien -0.7438. Hasil ini menunjukkan bahwa kesejahteraan karyawan memiliki pengaruh negatif terhadap fraud dengan tingkat signifikansi 5%. Tan *et al.* (2017) mengidentifikasi adanya endogenitas dalam *fraud culture*. Mengikuti pendapat (Ullah *et al.*, 2018), kami menggunakan uji GMM untuk membuktikan masalah endogenitas. Tabel 2.3 kolom 8 menunjukkan bahwa lag 1 fraud menghasilkan p-value lebih dari 0.1. Hasil ini menunjukkan tidak terjadi endogenity pada fraud. Sehingga hasil uji fixed effect pada model 1 sampai 6 valid digunakan untuk menjawab hipotesis.

Pada uji hipotesis pertama menunjukkan bahwa jumlah anggota komite audit tidak mampu mengendalikan karyawan melakukan kecurangan. Bank yang memiliki jumlah anggota komite audit yang besar diuntungkan karena bank dapat melakukan memilih anggota komite audit dengan latarbelakang yang berbeda-beda. Dalam teori sumberdaya manusia, diversitas latarbelakang dewan sangat penting karena perbedaan latarbelakang ini akan memberikan alternatif yang berbeda atas suatu kebijakan dan selanjutnya akan meningkatkan kualitas keputusan, kebijakan bank. Jumlah anggota yang besar juga menguntungkan karena masing-masing dewan akan membawa keahlian dan pengetahuan (Wilbanks *et al.*, 2017), sehingga akan memperkaya sumberdaya bank. Terlebih lagi, dalam menjalankan tugasnya, komite audit memerlukan sumber daya dewan yang berkualitas agar memenuhi tanggung jawabnya secara efektif (Persons, 2009). Namun demikian, jumlah anggota dewan yang banyak seringkali mengalami masalah komunikasi, dan koordinasi menyebabkan kinerja menurun (Najwa *et al.*, 2019 dan Guest, 2009). Dampak negatif lain dari dewan yang besar adalah kemalasan sosial, dan membutuhkan biaya koordinasi yang lebih tinggi. Keputusan dewan merupakan keputusan kolektif, sehingga efektifitas koordinasi dan komunikasi menjadi kunci utama dalam efektifitas pengambilan keputusan. Hasil penelitian ini mengarah pada masalah koordinasi dan komunikasi diantara pada anggota komite audit, sehingga akan berdampak pada kurang efektifnya

mereka melakukan kontrol dan evaluasi sistem pengendalian internal bank. Indikator kedua dalam mengukur efektifitas komite dalam menjalankan tugasnya adalah gender. Bank yang memiliki dewan wanita dianggap menguntungkan, karena wanita cenderung lebih aktif dalam rapat, intoleran dengan perilaku oportunistik dan menghindari risiko, lebih konservatif dan membuat keputusan yang lebih etis (McLaughlin *et al.*, 2021; Marzuki *et al.*, 2019; dan Oradi & Izadi, 2020). Komite audit wanita juga dapat meningkatkan kualitas corporate governance dan efektifitas komite audit (McLaughlin *et al.*, 2021; Ud Din *et al.*, 2021; Oradi & Izadi, 2020; dan Marzuki *et al.*, 2019). Terlebih lagi, Wilbanks *et al.* (2017) dan Kaplan *et al.* (2009) berpendapat bahwa wanita memiliki kontribusi besar dalam mengendalikan *fraud* karena mereka lebih cenderung melaporkan kecurangan pelaporan keuangan.

Namun dalam konteks bank syariah di Indonesia, penelitian ini tidak menemukan efektifitas peran komite audit wanita dalam mengendalikan *fraud*. Temuan ini mengindikasikan terdapat kecenderungan bahwa tidak ada perbedaan kinerja antara komite audit wanita dan pria. Aktivitas pelaporan terhadap potensi fraud dekat dengan intimidasi dan ancaman dari pelaku, sehingga tindakan ini sangat tidak aman untuk wanita. Wanita cenderung lebih konservatif jika melihat potensi kecurangan untuk keamanan dirinya sendiri. Indikasi ini juga menguatkan temuan pendapat Bruna *et al.* (2019) dan Loukil & Yousfi (2016) bahwa wanita cenderung risk avoidance.

Tabel 2.3. Hasil Uji Fixed Effect and Sys-GMM

	FE Model 1 st		FE Model 2 nd		FE Model 3 rd		FE Model 4 th		FE Model 5 th		FE Model 6 th		SYS-GMM		
	Koef.	Std. Error	Koef.	Std. Error											
Lag 1. Fraud	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,1858	0,1876	
AC-SIZE	0,1295	0,1432	-	-	0,1539	0,1543	0,1785	0,1603	0,1155	0,1427	0,1250	0,1429	0,2144	0,1882	
AC-GENDER	-	1,5614	-	1,6028	-	-	0,4467	1,4250	-1,4355	1,5922	-	1,1076	4,0016	1,5490**	
AC-EXPERT	-	0,0042	-	0,0058	-	0,0059	-	-	-	0,0209*	0,0047	-	0,0036	0,0214	0,0039***
AC-INDEP	-	0,0098	-	0,0096	-	0,0106	-0,0135	0,0111	-	-	-	0,0098	0,0205	0,0159	
WAGE	-	0,2630	-	0,3014	-	0,2496	-	0,2980	-	0,2793	-	-	1,4325	0,4563**	

Hasil untuk indikator keahlian akuntansi anggota komite audit mengungkapkan bahwa keahlian anggota komite audit memiliki efek negatif yang signifikan terhadap penipuan karyawan. Anggota komite audit yang memiliki keahlian akuntansi terbukti efektif dalam mengurangi kecurangan. Hasil penelitian ini menguatkan pendapat Persons (2009); Anisykurlillah *et al.* (2020); Marzuki *et al.* (2019); dan Farber (2005b) yang menekankan pada keahlian akuntansi bagi komite audit. Keahlian akuntansi sebagai faktor utama komite audit dalam mengevaluasi efektifitas pengendalian internal bank serta penelusuran atas transaksi yang tidak wajar. Namun demikian, (Cohen *et al.*, 2014) menyarankan agar komite audit mengkombinasikan keahlian akuntansi dengan keahlian lain untuk meningkatkan efektifitas dalam mengidentifikasi praktik kecurangan.

Tabel 2.3 juga menunjukkan bahwa independensi komite audit tidak memiliki pengaruh pada *fraud*. Hasil penelitian ini berbeda dengan temuan Barua *et al.* (2010); Persons (2005); dan Uzun *et al.* (2004) yang menemukan bahwa independensi komite audit akan meningkatkan pengawasan dan selanjutnya dapat mengendalikan *fraud*. Monitoring akan lebih efektif jika dilakukan oleh komite audit yang independen (Barua *et al.*, 2010). Namun pada bank syariah di Indonesia, sebagian besar anggota komite audit adalah independen. Komite audit independen ini sering memunculkan masalah ketersediaan mereka untuk melaksanakan tugas pengawasan. Komite audit ini akan berbagi sumber daya yang dimilikinya untuk semua entitas karena memungkinkan mereka untuk berada di komite audit atau dewan yang setara dari entitas lain. Faktor ini akan semakin menurunkan kinerja komite audit.

Faktor pelaku yang diukur dengan kesejahteraan pelaku, menunjukkan hasil bahwa kesejahteraan karyawan memiliki pengaruh negatif terhadap *fraud*. Dalam teori *fraud triangle*, salah satu faktor utama karyawan melakukan *fraud* adalah dorongan keuangan yang menyebabkan mereka melakukan perbuatan curang. Tekanan keuangan karyawan ini dapat timbul dari gaya hidup, maupun rendahnya gaji yang mereka terima (Omar *et al.*,

2016). Karyawan yang terpenuhi kebutuhan finansialnya dengan cukup gaji akan bekerja dengan baik dan berusaha untuk selalu memenuhi target-target yang ditetapkan perusahaan serta menghindari tindakan ilegal. Selain itu, kecukupan gaji menghilangkan perasaan tertekan, karena karyawan telah menerima kompensasi tersebut dipandang sebanding dengan pekerjaan. Gaya hidup dan tekanan keuangan yang dihadapi karyawan menjadi motivasi karyawan melakukan *fraud* (Omar *et al.*, 2016). Penelitian ini menguatkan temuan Zuberi & Mzenzi (2019); Chen & Sandino (2012); dan Irianto *et al.* (2009) yang menemukan bahwa gaji karyawan berpengaruh negatif terhadap tingkat kecurangan.

SIMPULAN

Penelitian ini untuk membuktikan pengaruh jumlah anggota, gender, keahlian, dan independensi komite audit serta kesejahteraan karyawan terhadap *fraud* karyawan. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa keahlian akuntansi anggota komite audit dan kesejahteraan karyawan memiliki pengaruh negatif terhadap *fraud* karyawan. Kami tidak menemukan bukti peran jumlah anggota, gender, dan independensi komite audit terhadap *fraud* karyawan. Setelah melakukan uji SYS GMM untuk mengatasi masalah dan *robustness*, hasil penelitian ini konsisten dimana kecurangan karyawan dapat dikendalikan dengan peningkatan komite audit yang memiliki keahlian akuntansi dan peningkatan kesejahteraan karyawan. Anggota komite audit dengan keahlian akuntansi dapat meningkatkan pengawasan dan menguatkan sistem pengendalian internal bank. Kesejahteraan karyawan dapat sebagai sistem pengendalian intern dimana peningkatan kesejahteraan karyawan akan menurunkan tekanan keuangan karyawan dan selanjutnya dapat mengendalikan mereka melakukan tindakan menyimpang.

Kontribusi penelitian bagi bank adalah mempertimbangan keahlian dalam memilih anggota komite audit. Komite audit yang dipilih seharusnya memiliki keahlian akuntansi. Keahlian ini dapat meningkatkan efektifitas komite audit dalam menjalankan

tugasnya, terutama dalam mengendalikan *fraud*. Regulator dapat mendorong bank untuk meningkatkan rasio komite audit yang memiliki keahlian akuntansi melalui penerbitan undang-undang atau peraturan yang mengikat pada bank. Bank dapat meningkatkan sistem pengendalian internal melalui peningkatan kualitas komite audit dan peningkatan kesejahteraan karyawan.

Penelitian ini menggunakan bank syariah sebagai obyek penelitian. Keterbatasan penelitian ini mengabaikan struktur *corporate governance* yang mungkin memiliki karakteristik khusus dan berbeda dengan bank konvensional. Penelitian sebelumnya dapat menambahkan struktur *corporate governance* khusus bank syariah untuk menghasilkan pembahasan yang lebih komprehensif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terimakasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Universitas Negeri Semarang atas pendanaan yang diberikan untuk melaksanakan penelitian ini. Nomor Kontrak Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran (DIPA) Universitas Negeri Semarang. Nomor: DIPA-023.17.2.677507/2022, tanggal 17 November 2021, sesuai dengan Surat Perjanjian Kontrak Penelitian Dana DIPA UNNES Tahun 2021 Nomor : Nomor: 12.8.3/UN37/PPK.3.1/2022, Tanggal 08 Maret 2022

DAFTAR PUSTAKA

- Abbott, L.J., Park, Y., & Parker, S., 2000. The Effects of Audit Committee Activity and Independence on Corporate Fraud. *Managerial Finance*.
- ACFE., 2018. *Report To The Nations 2018 Global Study on Occupational Fraud and Abuse*. Association of Certified Fraud Examiners.
- ACFE., 2020. Report to the Nations-2020 Global Fraud Study on Occupational Fraud and Abuse. In *Association of Certified Fraud Examiners*.
- Ahmad, I., 2004. Islam, Commerce, and Business Ethics. *Loyola Institute for Ethics and Spirituality in Business International*

- Ecumenical Conference*, pp.1–14.
- Almutairi, A.R., & Quttainah, M.A., 2017. Corporate Governance: Evidence from Islamic Banks. *Social Responsibility Journal*, 13(3), pp.601–624.
- Anisykurlillah, I., Jayanto, P.Y., Mukhibad, H., & Widyastuti, U., 2020. Examining the Role of Sharia Supervisory Board Attributes in Reducing Financial Statement Fraud by Islamic Banks. *Banks and Bank Systems*, 15(3), pp.106–116.
- Awang, Y., 2019. The Influences of Attitude, Subjective Norm and Adherence to Islamic Professional Ethics on Fraud Intention in Financial Reporting. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 10(5), pp.710–725.
- Awang, Y., & Ismail, S., 2018. Determinants of Financial Reporting Fraud Intention Among Accounting Practitioners in the Banking Sector. *International Journal of Ethics and Systems*, 34(1), pp.32–54.
- Bales, K., & Fox, T.L., 2011. Evaluating a Trend Analysis of Fraud Factors. *Journal of Finance and Accountancy Evaluating*, 5(1), pp.1–10.
- Barua, A., Rama, D.V, & Sharma, V., 2010. Audit Committee Characteristics and Investment in Internal Auditing. *Journal of Accounting and Public Policy*, 29(5), pp.503–513.
- Bruna, M.G., Dang, R., Scotto, M.J., & Ammari, A., 2019. Does Board Gender Diversity Affect Firm Risk-Taking? Evidence from the French Stock Market. *Journal of Management and Governance*, 23(4), pp.915–938.
- Carcello, J.V., & Neal, T.L., 2000. Audit Committee Auditor Composition and Reporting. *The Accounting Review*, 75(4), pp.453–467.
- Chen, C.X., & Sandino, T., 2012. Can Wages Buy Honesty? The Relationship between Relative Wages and Employee Theft. *Journal of Accounting Research*, 50(4), pp.967–1000.
- Chen, G., Firth, M., Gao, D.N., & Rui, O.M., 2006. Ownership Structure, Corporate Governance, and Fraud: Evidence from China. *Journal of Corporate Finance*, 12(3), pp.424–448.
- Cohen, J.R., Hoitash, U., Krishnamoorthy, G., & Wright, A.M., 2014.

- The Effect of Audit Committee Industry Expertise on Monitoring the Financial Reporting Process. *The Accounting Review*, 89(1), pp.243–273.
- Damiani, M., Pompei, F., & Ricci, A., 2019. The Role of Employee Incentive Pay in the Competitiveness of Family and Non-Family Firms. *Economia Politica*, 36(3).
- Deloitte., 2018. *The Role of the Audit Committee Board Effectiveness*. April.
- Farber, D.B., 2005a. Does After Fraud : Corporate Governance. *The Accounting Review*, 80(2), pp.539–561.
- Farber, D.B., 2005b. Restoring Trust After Fraud: Does Corporate Governance Matter? *Accounting Review*, 80(2), pp.539–561.
- Fathi, W.N.I.W.M., Ghani, E.K., Said, J., & Puspitasari, E., 2017. Potential Employee Fraud Scape in Islamic Banks: The Fraud Triangle Perspective. *Global Journal Al-Thaqafah*, 7(2), pp.79–93.
- Fich, E.M., & Shivdasani, A., 2007. Financial Fraud, Director Reputation, and Shareholder Wealth. *Journal of Financial Economics*, 86(2), pp.306–336.
- Gavious, I., Segev, E., & Yosef, R., 2012. Female Directors and Earnings Management in High-Technology Firms. *Pacific Accounting Review*, 24(1), pp.4–32.
- Goh, B.W., 2009. Audit Committees, Boards of Directors, and Remediation of Material Weaknesses in Internal Control. *Contemporary Accounting Research*, 26(2).
- Guest, P.M., 2009. The Impact of Board Size on Firm Performance: Evidence from the UK. *European Journal of Finance*, 15(4), pp.385–404.
- Halbouni, S.S., Obeid, N., & Garbou, A., 2016. Corporate Governance and Information Technology in Fraud Prevention and Detection: Evidence from the UAE. *Managerial Auditing Journal*, 31(6–7), pp.589–628.
- Hamdani, R., & Albar, A.R., 2016. Internal Controls in Fraud Prevention Effort: A Case Study. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*, 20(2), pp.127–135.
- Hass, L.H., Tarsalewska, M., & Zhan, F., 2016. Equity Incentives and

- Corporate Fraud in China. *Journal of Business Ethics*, 138(4), pp.723–742.
- Heyman, F., 2007. Pay Inequality and Firm Performance : Evidence from Matched Employer–Employee Data. *Applied Economics*, April 2015, pp.1313–1327.
- Irianto, G., Novianti, N., Rosalina, K., & Firmanto, Y., 2009. Integrity, Unethical Behavior, and Tendency of Fraud. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 16(2), pp.144–163.
- Kang, E., & Lee, H., 2021. Employee Compensation Strategy as Sustainable Competitive Advantage for HR Education Practitioners. *Sustainability (Switzerland)*, 13(3), pp.1–23.
- Kaplan, S., Pany, K., Samuels, J., & Zhang, J., 2009. An Examination of the Association Between Gender and Reporting Intentions for Fraudulent Financial Reporting. *Journal of Business Ethics*, 87(1), pp.15–30.
- Kumari, P., & Pattanayak, J.K., 2017. Linking Earnings Management Practices and Corporate Governance System with the Firms' Financial Performance: A Study of Indian Commercial Banks. *Journal of Financial Crime*, 24(2), pp.223–241.
- Law, P., 2011a. Corporate Governance and no Fraud Occurrence in Organizations: Hong Kong Evidence. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 26(6), pp.501–518.
- Law, P., 2011b. Corporate Governance and no Fraud Occurrence in Organizations Hong Kong Evidence. *Managerial Auditing Journal*, 26(6), pp.501–518.
- Loukil, N., & Yousfi, O., 2016. Does Gender Diversity on Corporate Boards Increase Risk-Taking? *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 33(1), pp.66–81.
- Mariani, L., Gigli, S., & Bandini, F., 2019. Pay-for-Performance and Other Practices: Alternative Paths for Human Resource Management Effectiveness in Public Social Care Organizations. *Review of Public Personnel Administration*, 2019.
- Marzuki, M.M., Haji-Abdullah, N.M., Othman, R., Wahab, E.A.A., & Harymawan, I., 2019. Audit Committee Characteristics, Board Diversity, and Fraudulent Financial Reporting in Malaysia.

- Asian Academy of Management Journal*, 24(2), pp.143–167.
- Matoussi, H., & Gharbi, I., 2011. Board Independence and Corporate Fraud: The case of Tunisian firms. In *Economic Research Forum*.
- McLaughlin, C., Armstrong, S., Moustafa, M.W., & Elamer, A.A., 2021. Audit Committee Diversity and Corporate Scandals: Evidence from the UK. *International Journal of Accounting and Information Management*, 29(5), pp.734–763.
- Meslier, C., Risfandy, T., & Tarazi, A., 2017. Dual Market Competition and Deposit Rate Setting in Islamic and Conventional Banks. *Economic Modelling*, 63, pp.318–333.
- Mukhibad, H., 2017. Maintaining Employees' Morality to Improve Internal Control in the Sharia Microfinance Institution. *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 25(2), pp.507.
- Mukhibad, H., Jayanto, P.Y., & Anisykurlillah, I., 2021. Islamic Corporate Governance and Financial Statements Fraud: A Study of Islamic Banks. *Journal of Governance and Regulation*, 10(2), pp.361–368.
- Najwa, N.A., Ramly, Z., & Haron, R., 2019. Board Size, Chief Risk Officer and Risk-taking in Islamic Banks: Role of Shariah Supervisory Board. *Jurnal Pengurusan*, 57.
- Nasir, N.A.B.M., Ali, M.J., & Ahmed, K., 2019. Corporate Governance, Board Ethnicity and Financial Statement Fraud: Evidence from Malaysia. *Accounting Research Journal*, 32(3), pp.514–531.
- Nawawi, A., & Salin, A.S.A.P., 2018. Internal Control and Employees' Occupational Fraud on Expenditure Claims. *Journal of Financial Crime*, 25(3), pp.891–906.
- Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesi., 2016. *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 55/POJK.03/2016 tentang Penerapan Tata Kelola Bagi Bank Umum*.
- Omar, M., Nawawi, A., & Salin, A.S.A.P., 2016. The Causes, Impact and Prevention of Employee Fraud: A Case Study of an Automotive Company. *Journal of Financial Crime*, 23(4), pp.1012–1027.
- Oradi, J., & Izadi, J., 2020. Audit Committee Gender Diversity and

- Financial Reporting: Evidence from Restatements. *Managerial Auditing Journal*, 35(1), pp.67–92.
- Panda, A.K., & Nanda, S., 2018. Determinants of Capital Structure ; A Sector-level Analysis for Indian Manufacturing Firms. *International Journal of Productivity and Performance Management*, pp.1741–0401.
- Park, Y., 2020. Do Effective Corporate Audit Committees Reduce the Likelihood of Litigations Against External Auditors?. *Journal of Finance and Accountancy*, 27, pp.1–32.
- Persons, O.S., 2006. The Relation Between the New Corporate Governance Rules and the Likelihood of Financial Statement Fraud. *Review of Accounting and Finance*, 4(2), pp.125–148.
- Persons, O.S., 2009. Audit Committee Characteristics and Earlier Voluntary Ethics Disclosure among Fraud and No-Fraud Firms. *International Journal of Disclosure and Governance*, 6(4), pp.284–297.
- POJK., 2015. *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 55 /POJK.04/2015 tentang Pembentukan dan Pedoman Pelaksanaan Kerja Komite Audit.*
- Rahman, R.A., & Anwar, I.S.K., 2014. Effectiveness of Fraud Prevention and Detection Techniques in Malaysian Islamic Banks. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 145, pp.97–102.
- Rezaee, Z., 2005. Causes, Consequences, and Deterrence of Financial Statement Fraud. *Critical Perspectives on Accounting*, 16(3), pp.277–298.
- Ryan, R.M., & Deci, E.L., 2001. On Happiness and Human Potentials: A Review of Research on Hedonic and Eudaimonic Well-being. *Annual Review of Psychology*, 52(1), pp.141–166.
- Suh, J.B., Shim, H.S., & Button, M., 2018. Exploring the Impact of Organizational Investment on Occupational Fraud: Mediating Effects of Ethical Culture and Monitoring Control. *International Journal of Law, Crime and Justice*, 53, pp.46–55.
- Tan, D.T., Chapple, L., & Walsh, K.D., 2017. Corporate Fraud Culture: Re-examining the Corporate Governance and Performance Relation. *Accounting and Finance*, 57(2), pp.597–620.

- Uciati, N., & Mukhibad, H., 2019. Fraudulent Financial Statements at Sharia Banks. *Accounting Analysis Journal* 8(3), pp.198–206.
- Ud-Din, N., Cheng, X., Ahmad, B., Sheikh, M.F., Adedigba, O.G., Zhao, Y., & Nazneen, S., 2021. Gender Diversity in the Audit Committee and the Efficiency of Internal Control and Financial Reporting Quality. *Economic Research-Ekonomiska Istrazivanja*, 34(1), pp.1170–1189.
- Ullah, S., Akhtar, P., & Zaefarian, G., 2018. Dealing with Endogeneity Bias: The Generalized Method of Moments (GMM) for Panel Data. *Industrial Marketing Management*, 71, pp.69–78.
- Uzun, H., Szewczyk, S.H., & Varma, R., 2004. Board Composition and Corporate Fraud. *Financial Analysts Journal*, 60(3), pp.33–43.
- Wilbanks, R.M., Hermanson, D.R., & Sharma, V.D., 2017. Audit Committee Oversight of Fraud Risk: The Role of Social Ties, Professional Ties, and Governance Characteristics. *Accounting Horizons*, 31(3), pp.21–39.
- Wood, S., & De-Menezes, L.M., 2011. High Involvement Management, High-Performance Work Systems and Well-Being. *The International Journal of Human Resource Management*, 22(07), pp.1586–1610.
- Yusuf, A.D., Ahmad, U., & Shahril, M., 2016. A Conceptual Study on Islamic Corporate Governance Model in Curtailing Bank's Fraud. *International Journal of Economics, Finance and Management Sciences*, 4(6), pp.357.
- Zain, M.M., Subramaniam, N., & Stewart, J., 2006. Internal Auditors' Assessment of their Contribution to Financial Statement Audits: The Relation with Audit Committee and Internal Audit. *International Journal of Auditing*, 18, pp.1–18.
- Zakaria, K.M., Nawawi, A., & Puteh -Salin, A.S.A., 2016. Internal Controls and Fraud-Empirical Evidence from Oil and Gas Company. *Journal of Financial Crime*, 23(4), pp.1154–1168.
- Zuberi, O., & Mzenzi, S.I., 2019. Analysis of Employee and Management Fraud in Tanzania. *Journal of Financial Crime*, 26(2), pp.412–431.

BAB III. GREEN INTELLECTUAL CAPITAL PADA UMKM BATIK PEKALONGAN

Rina Rachmawati ¹, Musdalifah, Wulansari Prasetyaningtyas

¹Program Studi Pendidikan Tata Busana, FT, Universitas

Negeri Semarang

rinarachmawati@mail.unnes.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.15294/ie.v1i2.112>

Abstrak

Terdapat fenomena bisnis dan terdapat beberapa fenomena bisnis dan masalah yang dihadapi UMKM Batik, antara lain: 1) dimensi SDM, pemilik adalah penggerak utama dalam usaha, 2) belum ada kepedulian pengusaha batik terhadap limbah dan lingkungan, dan 3) manajemen hijau usaha mendukung keunggulan bersaing usaha. Tujuan penelitian ini adalah memotret *green intellectual capital* pengusaha Batik khususnya di Batik Pekalongan Jawa Tengah, dan dilakukan studi empirik tentang *green intellectual capital* dan pengaruhnya terhadap *competitive advantage* UMKM Batik Pekalongan. Objek penelitian adalah pemilik usaha batik di dua sentra terbesar batik Pekalongan, yaitu di Sentra Batik Kauman dan Pesindon. Penelitian meliputi empat tahap: 1) menganalisa *green intellectual capital* pengusaha batik, 2) menganalisa tentang dimensi *enterpreunership* pemilik UMKM batik Pekalongan, 3) menganalisa kinerja UMKM batik Pekalongan dan 4) menganalisa pengaruh *green intellectual capital* terhadap *competitive advantage* UMKM Batik. Pengambilan data menggunakan kuesioner dan merupakan data primer. Metode analisis data menggunakan analisis cluster dan dibantu alat SEM PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel *green human capital*, *Green structure capital* dan *green relational capital* berpengaruh terhadap *competitive advantage* UMKM Batik Pekalongan. Hasil penelitian ini mampu mendukung kebijakan pemerintah khususnya di bidang UMKM Batik, mampu mengetahui fenomena bisnis yang ada, dan kemudian mencari solusi masalah. Hasil akhir penelitian ini

juga bisa digunakan sebagai acuan bagi pemerintah, lembaga-lembaga terkait serta akademisi untuk mengembangkan keilmuan dan mengembangkan sarana prasarana yang dibutuhkan untuk peningkatan UMKM Batik.

Kata kunci: *Green Intellectual Capital*, UMKM, Batik

PENDAHULUAN

Salah satu UMKM yang unggul dan diunggulkan oleh Indonesia adalah UMKM Bidang Batik. Sentra batik di berbagai daerah terus dikembangkan pemerintah dengan menonjolkan ke-khas-an masing-masing daerah. Pemerintah mendukung pengembangan UMKM dengan berbagai progam pemerintah dan dibantu oleh berbagai institusi yang berkompeten (antara lain akademisi dan peneliti). Upaya pemerintah dengan dukungan berbagai pihak bertujuan untuk melestarikan budaya bangsa (konservasi), mengembangkan UMKM (secara ekonomi) dan muaranya adalah peningkatan pendapatan negara Indonesia.

Batik adalah salah satu warisan budaya Indonesia yang mempunyai nilai yang tinggi. Pengakuan UNESCO tahun 2009 yang menyebutkan batik merupakan warisan budaya Indonesia, berimbas pada dunia batik Indonesia dan diikuti meningkatnya industri batik di Indonesia. Tetapi yang disayangkan, perkembangan usaha batik belum sejalan dengan kepedulian pengrajin (pengusaha) batik terhadap lingkungannya. Salah satu penyebabnya adalah masih rendahnya kesadaran akan pencemaran lingkungan yang disebabkan oleh aktivitas usahanya, padahal hal tersebut berdampak terhadap eksistensi usahanya. Pengusaha batik masih berasumsi jika pengelolaan lingkungan hijau adalah suatu hal yang menimbulkan biaya yang dianggap akan mengurangi keuntungan usaha.

Usaha batik merupakan usaha menghasilkan limbah, usaha yang sarat dan melekat dengan residu pewarnaan batik dan limbah kain. Residu-residu dari pewarnaan batik dan limbah kain ini cukup mengganggu lingkungan. Jika pengusaha batik abai tentang residu pewarna batik dan limbah kain ini, maka disinyalir akan berdampak terhadap kelangsungan hidup usaha (eksistensi

usaha). Di lain pihak dalam dunia bisnis, beberapa perusahaan lokal di Indonesia telah banyak menaruh perhatian pada bisnis hijau, yaitu bisnis yang memperhatikan lingkungan. Dan salah satunya yaitu organisasi pengusaha batik. Manajemen lingkungan hijau dalam meningkatkan keunggulan bersaing usaha juga mendapat dukungan dari beberapa penelitian, yang hasilnya menunjukkan adanya pengaruh positif antara manajemen hijau usaha dengan keunggulan bersaing perusahaan.

Penelitian terdahulu yang menganalisa tentang pengaruh bisnis hijau atau kepedulian lingkungan dari pengusaha telah dilakukan. Penelitian dilakukan oleh Khanna and Anton, 2002; Christmann, 2000; Shrivastava, 1995, telah menemukan bahwa perusahaan dapat mengambil manfaat dari kepedulian pemilik usaha tentang manajemen lingkungan, karena kegiatan pro-lingkungan memiliki hubungan positif dengan *branding* perusahaan, citra publik, peluang pemasaran, peningkatan penjualan, penghematan biaya potensial dan keunggulan kompetitif (Mishra, 2017). Berdasarkan sudut pandang sumber daya dari perusahaan, mengembangkan *intangibles* (yang berupa *intellectual capital*) yang kuat dapat memberikan peluang bagi organisasi untuk meningkatkan kinerja bisnis, mendapatkan keunggulan kompetitif, inovasi dan sebagai keberlangsungan hidup organisasi (Yusoff *et al.*, 2019). Tetapi dari penelitian-penelitian pendahuluan diatas, belum ada penelitian yang menganalisa terkait *Intellectual capital* tentang manajemen lingkungan atau inovasi hijau dan pengaruh positifnya terhadap pada *competitive advantage* usaha.

Modal intelektual (*intellectual capital*) adalah jumlah total aset tidak berwujud, pengetahuan, dan kemampuan perusahaan yang dapat menciptakan nilai atau keunggulan kompetitif. Huang&Li (2019) menyatakan bahwa organisasi hijau dapat meningkatkan kinerja lingkungan UMKM, yang merupakan dampak positif dari adanya modal intelektual hijau (*Green Intellectual Capital*). Dalam penelitian ini Modal intelektual (*intellectual capital*) akan dikembangkan menjadi sebuah konstruk baru yaitu Modal intelektual (*intellectual capital*). Hal ini seiring

dengan semakin beragamnya regulasi nasional dan internasional serta meningkatnya kesadaran konsumen terhadap lingkungan.

Batik pekalongan adalah salah satu motif batik yang populer di Indonesia. Keunggulan batik pekalongan adalah adanya warna-warna yang berani dan cerah. Keunggulan lainnya adalah motif batik Pekalongan yang selalu mengikuti jaman, tidak monoton, dan menghindari kesan klasik sehingga mudah dipakai oleh kalangan manapun. Sentra terbesar batik Pekalongan adalah di Sentra Batik Kauman dan sentra batik Pesindon Pekalongan. Ratusan pengrajin batik terdapat di kedua sentra batik tersebut. Pengusaha batik di Pekalongan dapat digolongkan kedalam tiga elemen pengusaha, dan ketiganya mempunyai karakteristik dan keistimewaan masing-masing. Beragam merek batik juga ada di Pekalongan.

Berdasarkan data-data dari studi lapangan, dan penelitian empiris terdahulu terkait dengan UMKM, usaha batik dan lingkungan hidup (manajemen hijau), ditemukan beberapa kendala dan hambatan yang dihadapi oleh pemilik UMKM batik yang terkait dengan lingkungan, antara lain adalah 1) dimensi SDM, pemilik adalah pemegang utama usaha, 2) belum ada kepedulian pengusaha batik terhadap lingkungan, dan 3) manajemen hijau usaha mendukung keunggulan bersaing usaha. Usaha batik adalah usaha yang menghasilkan limbah pewarna dan limbah kain. Pengusaha batik banyak mengabaikan tentang limbah dan residu pewarnaan dan kain ini, dengan alasan: 1) penanganan limbah akan menambah biaya, dan 2) penambahan biaya akan mengurangi keuntungan usaha batik.

Fenomena dan masalah diatas dirasa kurang tepat terutama di era Global ini, dimana konsumen akan sangat respek terhadap kelestarian lingkungan hidup. Hal itu didukung dengan penelitian terdahulu, yaitu: Yusoff *et al.*, (2019), Huang&Li (2019), Khanna and Anton (2002); Christmann (2000); Shrivastava (1995), Mishra (2017) tentang keunggulan bersaing usaha terkait manajemen hijau. Maka penelitian ini akan meneliti tentang Modal intelektual (*intellectual capital*) yang dikembangkan menjadi sebuah konstruk baru yaitu Modal intelektual hijau (*Green*

intellectual capital) pada pemilik usaha Batik Pekalongan. Dan kemudian akan dianalisis apakah *Green Intellectual Capital* (GIC) berpengaruh terhadap keunggulan bersaing usaha (*competitive advantage*). Adapun konstruk modal intelektual hijau (*green intellectual capital*) dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi tiga yaitu: 1) modal manusia hijau (*green human capital*), modal struktural hijau (*green structural capital*) dan modal relasional hijau (*green relational capital*). Sedangkan indikator keunggulan bersaing (*competitive advantage*) pada penelitian adalah 1) *Low cost*, 2) *Quality of products and services*, 3) *R&D capability*, 4) *Managerial capability* dan 5) *Profit* serta 6) *Revenue growth*. Tujuan akhir dari penelitian ini adalah temuan dan gambaran rinci tentang: 1) *Green Intellectual Capital* (GIC) pengusaha batik Pekalongan, 2) gambaran rinci tentang keunggulan bersaing usaha (*competitive advantage*) usaha batik Pekalongan dan 3) pengaruh *Green Intellectual Capital* (GIC) terhadap keunggulan bersaing usaha (*competitive advantage*) usaha batik Pekalongan.

Penelitian mengenai *Green Intellectual Capital* (GIC) dan pengaruhnya terhadap keunggulan bersaing usaha (*competitive advantage*) masih relatif jarang sehingga memiliki peran yang penting dalam perekonomian Indonesia. Keutamaan penelitian ini adalah: 1) Memberikan gambaran rinci *Green Intellectual Capital* (GIC) pengusaha dan atau pemilik usaha batik di Pekalongan. 2) Memberikan gambaran tentang *Green Intellectual Capital* (GIC) dan pengaruhnya terhadap keunggulan bersaing usaha (*competitive advantage*) di usaha Batik Pekalongan, 3) Terbentuk model pendampingan kepada pengusaha batik di Pekalongan dari sisi manajemen hijau sehingga meningkatkan kinerja usaha, 4) Penelitian ini berkontribusi untuk menambah wawasan dan perspektif yang baru di bidang Manajemen tentang manajemen hijau dan *Intellectual Capital*. 5) Memberikan informasi kepada wirausahawan, khususnya pengusaha batik tentang pentingnya *Green Intellectual Capital* untuk keunggulan bersaing usaha batik mereka dan 6) Sebagai dukungan terhadap penelitian terdahulu, dan dikembangkan penelitian terhadap usaha batik dan manajemen hijau.

Green Intellectual Capital (GIC) adalah hal yang merupakan pendukung untuk meningkatkan kinerja UMKM khususnya keunggulan bersaing usaha, tetapi untuk menyusun tentang panduan buku keunggulan usaha UMKM memerlukan biaya yang tidak sedikit. Untuk itu pengolahan harus dilakukan dengan cermat, terinci dan memerlukan penanganan usaha. Oleh karena itu perlu adanya jaringan dengan pihak lain, misalnya dengan Ditjen Dikti, Dinas Perindustrian Jawa Tengah, pihak Perbankan, dan KADIN Jawa Tengah dan pihak-pihak lain.

COMPETITIVE ADVANTAGE; KAJIAN TEORITIS DAN PENELITIAN TERDAHULU

Keunggulan bersaing diwujudkan ketika perusahaan dapat memberikan kapabilitas yang sama dengan pesaingnya, tetapi dengan biaya yang lebih rendah (keunggulan biaya), atau ketika mampu memberikan keuntungan yang melebihi produk pesaing (keunggulan diferensiasi). Diferensiasi dapat dikembangkan melalui kualitas produk, teknologi dan inovasi, keandalan, citra merek, reputasi perusahaan, ketahanan, dan layanan kepada konsumen yang sulit ditiru oleh pesaing. Barney (2009) menyatakan bahwa sumber daya yang langka dan berharga pada saat yang sama dapat menciptakan keunggulan kompetitif. Selain itu, sumber daya ini sulit untuk direplikasi, diganti, dan dipertukarkan. Pada penelitian ini indikator keunggulan bersaing (competitive advantage) adalah 1) *Low cost*, 2) *Quality of products and services*, 3) *R&D capability*, 4) *Managerial capability*, 5) *Profit dan* 6) *Revenue growth*.

INTELLECTUAL CAPITAL (IC); KAJIAN TEORITIS DAN PENELITIAN TERDAHULU

Pengembangan teori *Resources Based* adalah teori *human capital*. Teori *human capital* dikembangkan pertama kali oleh Gary S. Becker tahun 1964, penerima Nobel di bidang ekonomi dalam bukunya *Human Capital*. Berdasarkan teori *human capital*, kemudian berkembang dalam bidang akuntansi dan keuangan adalah konsep *Intellectual Capital (IC)*. Konsep *Intellectual Capital*

(IC) berkembang pertengahan tahun 1980-an, hal tersebut dimulai dengan munculnya pergeseran dari *production based to service* ke *knowledge-based economy* (Anatan, 2004).

Banyak penelitian dari beberapa disiplin ilmu mulai tertarik meneliti tentang konsep *Intellectual capital* (IC). Hal ini didukung juga dengan pertumbuhan ekonomi yang berbasis pada pengetahuan (*knowledge-based economy*). Stewart (1997) menjelaskan bahwa: "*Intellectual Capital is intellectual material-knowledge, information, intellectual property, experience—that can be put to use to create wealth.*"

Menurut *Resource Based Theory* (RBT) dan *human capital theory*, maka *intellectual capital* merupakan sumber daya yang unik untuk mewujudkan keunggulan kompetitif perusahaan, yang kemudian dapat menciptakan *value added* bagi perusahaan. *Intellectual capital* merupakan aset intangible pada sebuah perusahaan termasuk pengetahuan, kapabilitas karyawan, teknologi, pengalaman, dan kemampuan dalam mengimplementasi inovasi agar tujuan perusahaan dapat tercapai (Huang & Kung, 2011), yang mana telah menjadi lebih penting daripada aset tangible dalam ekonomi berbasis pengetahuan. Menurut Hsu dan Fang (2009), konsep *intellectual capital* adalah total kapabilitas, pengetahuan, budaya, strategi, proses, property intelektual, dan jaringan relasional pada perusahaan yang menciptakan nilai atau keunggulan kompetitif dan membantu perusahaan untuk mencapai tujuannya (Castro *et al.*, 2011). Secara umum, Stewart (1997) mengidentifikasi tiga konstruk utama dari *Intellectual Capital*, yaitu: *human capital* (HC), *structural capital* (SC), dan *customer capital* (CC). Ketiga unsur tersebut merupakan elemen pembangun modal intelektual perusahaan (Abidin, 2000). Konstruk *Human Capital* (HC) merupakan representasi *individual knowledge stock* suatu organisasi yang direpresentasikan oleh karyawannya (Bontis *et al.*, 2000). *Human Capital* (HC) merupakan kombinasi dari *genetic inheritance; education; experience*, dan *attitude*. *Human Capital* (HC) hal yang utama dalam modal intelektual, hal ini karena *human capital* merupakan sumber inovasi, *improvement*, sumber dari pengetahuan, keterampilan, dan kompetensi. Pengetahuan

dan sumberdaya milik karyawan akan meningkatkan *Human capital* (HC).

GREEN INTELLECTUAL CAPITAL (IC); KAJIAN TEORITIS DAN PENELITIAN TERDAHULU

Intellectual capital dengan lingkungan alam (*natural environment*) disebut dengan *green Intellectual capital* (Yusoff *et al.*, 2019). Berdasarkan pengklasifikasian IC yang dilakukan oleh Bontis (1999) dan Johnson (1999), Chen (2008) mengklasifikasikan GIC menjadi *green human capital*, *green structural capital*, dan *green relational capital*. *Human capital* didefinisikan sebagai penyajian akhir dari pengetahuan, keahlian, inovasi, dan kemampuan karyawan untuk mencapai tujuan (Dzinkowski, 2000). Karakteristik kunci dari *human capital* yaitu tidak dapat dimiliki oleh perusahaan (Castro *et al.*, 2011). *Human capital* tertanam dalam diri karyawan dan bukan dalam organisasi (Chen, 2008). Berbeda dengan *human capital* maka *structural capital* atau *organizational capital* tertanam dalam organisasi, sehingga tidak akan hilang bersamaan dengan perginya karyawan.

Chen (2008), mendefinisikan *Green structural capital* sebagai persediaan kapabilitas organisasional, komitmen organisasional, sistem manajemen pengetahuan, sistem rewards, teknologi sistem informasi, database, mekanisme manajerial, proses operasi, filosofi manajerial, budaya organisasional, imej perusahaan, hak paten, hak cipta, dan merek dagang, dll. Tentang melindungi lingkungan atau *green innovation* pada perusahaan. *Green relationship capital* didefinisikan sebagai total hubungan interaktif perusahaan dengan *customer*, *supplier*, anggota jaringan, dan patner tentang manajemen lingkungan dan *green innovation*, yang memungkinkannya untuk menciptakan kekayaan dan memperoleh keunggulan kompetitif (Yong *et al.*, 2019). Adapun konstruk modal intelektual hijau (*green intellectual capital*) dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi tiga yaitu: 1) modal manusia hijau (*green human capital*), modal struktural hijau (*green structural capital*) dan modal relasional hijau (*green relational capital*).

Penelitian tentang *Green Intellectual capital* (GIC) dan keunggulan bersaing (*competitive advantage*) telah dilakukan oleh beberapa penelitian terdahulu. Penelitian dilakukan oleh Khanna and Anton, 2002; Christmann, 2000; Shrivastava, 1995, telah menemukan bahwa perusahaan dapat mengambil manfaat dari kepedulian pemilik usaha tentang manajemen lingkungan, karena kegiatan pro-lingkungan memiliki hubungan positif dengan *branding* perusahaan, citra publik, peluang pemasaran, peningkatan penjualan, penghematan biaya potensial dan keunggulan kompetitif (Mishra, 2017). Berdasarkan sudut pandang sumber daya dari perusahaan, mengembangkan intangibles (yang berupa *intellectual capital*) yang kuat dapat memberikan peluang bagi organisasi untuk meningkatkan kinerja bisnis, mendapatkan keunggulan kompetitif, inovasi dan sebagai keberlangsungan hidup organisasi (Yusoff *et al.*, 2019). Tetapi dari penelitian-penelitian pendahuluan diatas, belum ada penelitian yang menganalisa terkait *Intellectual capital* tentang manajemen lingkungan atau inovasi hijau dan pengaruh positifnya terhadap pada *competitive advantage* usaha. Perbedaan penelitian ini dibanding penelitian terdahulu adalah variabel bebas yang digunakan berbeda dan lebih luas, objek penelitian berbeda, dan ada penambahan komponen penelitiannya.

Tabel 3.1. Indikator Green Intellectual Capital dan Competitive Advantage

Variabel	Indikator	Pengukuran Indikator
Green intellectual capital	<i>Green human capital</i>	1. <i>Productivity and cooperation</i>
		2. <i>Employee competency</i>
		3. <i>Quality of products and services</i>
		4. <i>Teamwork</i>
		5. <i>Manager support for environmental protection</i>
	<i>Green structure capital</i>	1. <i>Management system</i>
		2. <i>Innovation</i>
		3. <i>Investment in R & D</i>
		4. <i>Overall operational process</i>

<i>Green relational capital</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Design products / services according to the wishes of environmentalism and consumers</i> 2. <i>Consumer satisfaction regarding environmental protection is better with competitors</i> 3. <i>Cooperation in environmental protection with continuous suppliers</i> 4. <i>Cooperation in environmental protection with continuous strategic partners</i>
<i>Competitive advantage</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Low cost</i> 2. <i>Quality of products and services</i> 3. <i>R&D capability</i> 4. <i>Managerial capability</i> 5. <i>Profit</i> 6. <i>Revenue growth</i>

Sumber: dari berbagai penelitian terdahulu, dikembangkan sebagai var penelitian, 2022

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah pengusaha atau pengrajin batik di Pekalongan Jawa Tengah, yang akan diambil di sentra batik Kauman dan sentra batik Pesindon. Total *sample* pengusaha berjumlah 83 pengusaha batik. Jenis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik analisis yang digunakan untuk mengukur tingkat *green intellectual capital* (GIC) batik Pekalongan adalah analisis SEM yang dioperasikan melalui program *Analysis of Moment Structure* (AMOS) 16,0.

GREEN INTELECTUAL CAPITAL DAN COMPETITIVE ADVANTAGE, KAJIAN EMPIRIS

Model penelitian yang diajukan seperti pada gambar 3.1 akan diproses dengan analisis SEM-PLS melalui program WarpPls.

Adapun masing- masing konstruk yang ada pada model penelitian ini merupakan konstruk formatif. Secara singkat, pengolahan data dengan analisis SEM-PLS (Warp-PLS) memberikan informasi. Model penelitian ini dapat dikatakan sebagai suatu model yang fit karena dari hasil yang diperoleh telah memenuhi syarat yang ditentukan seperti yang tertera pada gambar 3.1.

```

Model fit and quality indices
Average path coefficient (APC)=0.257, P=0.003
Average R-squared (ARS)=0.246, P=0.004
Average adjusted R-squared (AARS)=0.218, P=0.009
Average block VIF (AVIF)=1.010, acceptable if <= 5, ideally
<= 3.3
Average full collinearity VIF (AFVIF)=1.130, acceptable if <=
5, ideally <= 3.3
Tenenhaus GoF (GoF)=0.245, small >= 0.1, medium >= 0.25,
large >= 0.36
Simpson's paradox ratio (SPR)=1.000, acceptable if >= 0.7,
ideally = 1
R-squared contribution ratio (RSCR)=1.000, acceptable if >=
0.9, ideally = 1
Statistical suppression ratio (SSR)=1.000, acceptable if >= 0.7
Nonlinear bivariate causality direction ratio (NLBCDR)=1.000,
acceptable if >= 0.7

```

Gambar 3.1. Output General Results

Selanjutnya untuk melihat *path coefficient and p-value* dari model penelitian ini dapat dilihat pada gambar 3.2.

```

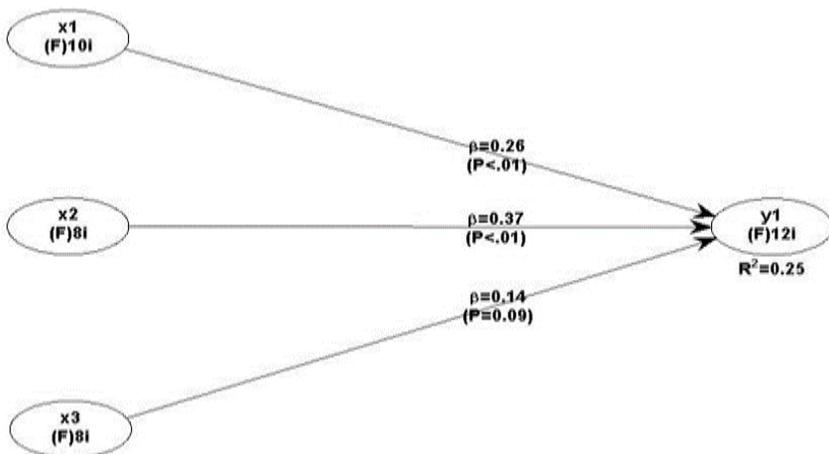
*****
* Path coefficients and P values *
*****
Path coefficients
-----
          x1    x2    x3    y1
x1
x2
x3
y1    0.258  0.374  0.140

P values
-----
          x1    x2    x3    y1
x1
x2
x3
y1    0.006  <0.001  0.094

```

Gambar 3.2. Output Path Coefficient

Output tersebut menunjukkan bahwa koefisien jalur terstandarisasi (*beta/standardized path coefficient*) dari *Green human capital* ke *competitive advantage* adalah sebesar 0.258 dan signifikan dengan nilai p lebih kecil 0.01. Hal ini menunjukkan bahwa *Green human capital* berpengaruh positif terhadap kinerja *competitive advantage* atau dengan kata lain semakin meningkat *Green human capital* maka semakin tinggi kinerja *competitive advantage*. Selanjutnya koefisien jalur terstandarisasi (*beta/standardized path coefficient*) dari *Green structural capital* ke kinerja *competitive advantage* adalah sebesar 0.374 dan signifikan dengan nilai p lebih kecil 0.01. Hal ini menunjukkan bahwa *Green structural capital* berpengaruh positif terhadap kinerja *competitive advantage* atau dengan kata lain semakin meningkat *Green structural capital* maka semakin tinggi kinerja *competitive advantage*. Kemudian koefisien jalur terstandarisasi (*beta/standardized path coefficient*) dari *Green relational capital* ke *competitive advantage* adalah sebesar 0.140 dan signifikan dengan nilai p lebih kecil 0.1. Hal ini menunjukkan bahwa *Green relational capital* berpengaruh positif terhadap kinerja *competitive advantage* atau dengan kata lain semakin meningkat *Green relational capital* maka semakin tinggi kinerja *competitive advantage*. Secara keseluruhan, informasi dari hasil output penelitian ini dapat dilihat pada gambar 3.3.



Gambar 3.3. Hasil Output Penelitian

F.1. Pengaruh *Green Human Capital* terhadap Kinerja *Competitive Advantage*

Hasil penelitian menyatakan bahwa *Green human capital* ke kinerja *competitive advantage* adalah sebesar 0.258 dan signifikan dengan nilai p lebih kecil 0.01. Hal ini menunjukkan bahwa *Green human capital* berpengaruh positif terhadap kinerja *competitive advantage* atau dengan kata lain semakin meningkat *Green human capital* maka semakin tinggi *competitive advantage*. adapun hal ini membuktikan bahwa *Productivity and cooperation, Employee competency, Quality of products and services* dan *Teamwork* serta *Manager support for environmental protection* dianggap mampu meningkatkan *competitive advantage* usaha batik di Pekalongan. Pegawai yang memiliki kompetensi dan pemahaman tentang limbah batik secara umum memberikan yang terbaik pada perusahaan sehingga perusahaan mempunyai keunggulan. keunggulan lainnya adalah adanya dukungan dari pemilik usaha berupa kesadaran mereka untuk memperhatikan lingkungan dari limbah Batik. mereka mendaur ulang limbah kain dengan membuat kerajinan dan masker.

F.2. Pengaruh *Green Structural Capital* terhadap Kinerja *Competitive Advantage*

Hasil penelitian menyatakan bahwa koefisien jalur terstandarisasi (*beta/standardized path coefficient*) dari *Green structural capital* ke *competitive advantage* adalah sebesar 0.374 dan signifikan dengan nilai p lebih kecil 0.01. Hal ini menunjukkan bahwa *Green structural capital* berpengaruh positif terhadap kinerja *competitive advantage* atau dengan kata lain semakin meningkat *Green structural capital* maka semakin tinggi kinerja *competitive advantage*. *Green structural capital* yang terdiri dari *Management system, Innovation, Investment in R & D* dan *Overall operational process* mampu meningkatkan kinerja *competitive advantage* usaha batik di Pekalongan. kesadaran pemilik usaha tentang lingkungan hidup terkait dengan limbah batik, maka terwujudlah system manajemen usaha yang mengarah kepada

pengolahan limbah batik. sehingga mereka melakukan inovasi-inovasi usaha untuk mengurangi dampak buruk limbah batik terhadap lingkungan. inovasi tersebut dilakukan antara lain adalah: membuat produk-produk dari limbah kain batik, menggunakan pewarna alam sebagai pewarna batik walau belum diterapkan dalam keseluruhan produksi, dan didesa Pesindon diadakan Gerakan Hijau, yaitu penanaman tanaman untuk hijau lingkungan. hal ini yang menjadikan lingkungan asri, sehingga mendukung program kampung batik untuk wisata, yang berdampak terhadap kinerja *competitive advantage*.

F.3. Pengaruh *Green Relational Capital* terhadap Kinerja *Competitive Advantage*

Hasil penelitian menyatakan bahwa koefisien jalur terstandarisasi (*beta/standardized path coefficient*) dari *Green relational capital* ke kinerja *competitive advantage* adalah sebesar 0.140 dan signifikan dengan nilai *p* lebih kecil 0.1. Hal ini menunjukkan bahwa *Green relational capital* berpengaruh positif terhadap kinerja *competitive advantage* atau dengan kata lain semakin meningkat *Green relational capital* maka semakin tinggi kinerja *competitive advantage*. *Green customer capital* yang terdiri dari *Design products/ services according to the wishes of environmentalism and consumers, Consumer satisfaction regarding environmental protection is better with competitors, Cooperation in environmental protection with continuous suppliers* dan *Cooperation in environmental protection with continuous strategic partners* dianggap mampu meningkatkan kinerja *competitive advantage* usaha batik di Pekalongan.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa:

1. Variabel *green human capital* berpengaruh terhadap *competitive advantage* UMKM Batik Pekalongan
2. Variable *green structure capital* berpengaruh terhadap *competitive advantage* UMKM Batik Pekalongan.

3. Variable *green relational capital* berpengaruh terhadap competitive advantage UMKM Batik Pekalongan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih penulis sampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan dana penelitian Penelitian Dasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, S.H., 2015. Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares (PLS) dengan smartPLS 3.0. *Modul Ajar*, pp.21.
- Baluku, M.M., Kikooma, J.H., & Kibanja, G.M., 2016. Psychological Capital and the Startup Capital-entrepreneurial Success Relationship. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 28(1), pp.27-54.
- Barnea, A., Haugen, R.A., & Senbet, L.W., 1980. A Rationale for Debt Maturity Structure and Call Provisions in the Agency Theoretic Framework. *The Journal of Finance*, 35(5), pp.1223-1234.
- Brown, T.E., Davidson, P., & Wiklund, J., 2011. An Operationalization of Stevemson's Conceptualization of Entrepreneurship as Opportunity-based Firm Behavior. *Strategic Management Journal*, 22(10), pp.953-968.
- Chen, Y., Lai, S., & Wen, C., 2006. The Influence of Green Innovation Performance on Corporate Advantage in Taiwan. *Journal of Business Ethics*, 67(4), pp.331-339.
- Dahiya, S., & Ray, K., 2012. Staged Investments in Entrepreneurial Financing. *Journal of Corporate Finance*, 18(5), pp.1193-1216.
- Farkas, G., 2016. The Effects of Strategic Orientations and Perceived Environment on Firm Performance. *Journal of Competitiveness*, 8(1).
- Huang, J., & Li, Y., 2017. Green Innovation and Performance: The View of Organizational Capability and Social Reciprocity. *Journal of Business Ethics*, 145(2), pp.309-324.

- Jensen, M.C., & Meckling, W.H., 1976. Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3, pp.305-360.
- Shinozaki, S., 2014. A New Regime of Sme Finance in Emerging Asia: Enhancing Access To Growth Capital and Policy Implications. *Journal of International Commerce, Economics and Policy*, 5(3), pp.1-37.
- Schumpeter, J.A., 1934. *Theory of Economic Development: An Inquiry Into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Bussiness Cycle*, Vol.55. Oxford University Press.
- Trinh, H.T., Kakinaka, M., Kim, D., & Jung, T. Y., 2017. Capital Structure and Investment Financing of Small and Medium-Sized Enterprises in Vietnam. *Global Economic Review*, 46(3), pp.325-349.
- Winton, A., & Yerramilli, V., 2008. Entrepreneurial Finance: Banks versus Venture Capital. *Journal of Financial Economics*, 88(1).

BAB IV. EKONOMI PERDAGANGAN DAN PENYEBARAN ISLAM: MENELISIK KEJAYAAN DEMAK DALAM JARINGAN KEMARITIMAN

**Carolina Santi Muji Utami¹, Putri Agus Wijayati², Nida'ul Putri
Milla³, dan Muhammad Rohman⁴**

**^{1,2,3,4}Program Studi Ilmu Sejarah FIS, Universitas Negeri
Semarang**

mujiutami@mail.unnes.ac.id; putrikdiriw@mail.unnes.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.15294/ie.v1i2.113>

Abstrak

Kota Demak dalam pespektif historis menjadi pusat perkembangan Islam melalui jalur perniagaan yakni pelayaran dan perdagangan. Adanya perdagangan berbagai komoditas dari wilayah nusantara yang laku diperdagangkan di tingkat internasional, menjadikan pelayaran antar pulau sangat intensif dan padat. Jalur laut ini menjadi sarana transportasi para pedagang muslim untuk melakukan aktifitasnya, dibarengi dengan penyebaran Islam. Perniagaan antara pulau antar negara dan antar benua, mewujudkan pantai utara Jawa berada dalam jalur kemaritiman yang ramai. Wilayah kota pantai utara Jawa menjadi pintu keluar masuk para pedagang dari berbagai wilayah nusantara dan mancanegara yakni pedagang dari wilayah Arab, Gujarat, Cina, dan negara Eropa. Para pedagang muslim yang datang ke Demak tidak semata-mata berdagang tetapi melakukan syiar agama Islam yang dianutnya. Mengingat kerajaan Demak sebagai kerajaan Islam terbesar di Jawa saat itu. Kejayaan Demak sebagai pusat penyebaran Islam, menghasilkan sebutan Demak sebagai kota wali. Statusnya sebagai kota pantai, tumbuhnya ekonomi lokal dan terpeliharanya kearifan lokal. Demak memiliki kekuatan untuk mengembangkan heritage beserta ikon kota wali. Ke depan diharapkan khalayak umum memiliki kesadaran memori kolektif bahwa Demak merupakan kesultanan Islam yang terbesar di pulau

Jawa, menunjukkan terpeliharanya warisan peninggalan sejarah, dan budaya masyarakatnya dari perubahan arus global

Kata kunci: Ekonomi Perdagangan; Penyebaran Islam; Jaringan Kemaritiman

PENDAHULUAN

Perdagangan merupakan saluran yang cukup kuat masuknya Islam dan dalam proses Islamisasi di Nusantara. Van Bonkel seorang Profesor asal Belanda dengan menunjukkan adanya pengaruh bahasa Tamil dalam bahasa Indonesia yaitu adanya istilah “lebai” yang berasal dari “labbai” atau “lappai” yang dalam Bahasa Tamil artinya pedagang. Tregonning dalam bukunya “World History For Malaya, from Earliest time to 1551” berpendapat Saudara Arab dan India adalah dua bangsa yang memegang peran penting dalam membawa Islam ke Indonesia. pedagang Arab telah menguasai perdagangan hampir di semua pelabuhan India, dan dari pelabuhan India inilah pedagang Arab menguasai perdagangan rempah-rempah dan membawa Islam ke Asia Tenggara (Said, 1963). Meningkatnya intensitas perdagangan pada abad ke-16 di wilayah Asia Tenggara berpengaruh terhadap perkembangan Islam di Indonesia secara signifikan. Secara spesifik Hasan berpendapat bahwa kombinasi rintisan para pedagang menghasilkan gelombang besar perkembangan abad ke 16 Masehi dan seterusnya, kondisi ini didukung oleh keikutsertaan para Da’i dari golongan Sufi (Asari, 2018: 88)

Pantai utara (Pantura) Jawa pada abad 15-17 merupakan salah satu bagian penting, yang oleh para sejarawan disebut sebagai *the Java Sea zone* (Hall, 1985:25) bahkan pada periode tersebut disebut sebagai *the Java Sea Networks* atau jaringan Laut Jawa (Sulistiyono, 2003). Kawasan pantura Jawa mengalami perkembangan yang pesat karena merupakan bagian inheren dari pelayaran dan perdagangan internasional yang oleh Reid disebut sebagai kurun niaga *the age of commerce* (Reid, 1993). Jaringan Laut Jawa terhubung dengan jaringan perniagaan internasional dan kawasan pesisir Nusantara, mencakup pulau Jawa itu sendiri (khususnya pantura), Bali, Lombok, Sumba, Kalimantan Selatan,

Sulawesi Selatan, Sumbawa dan Timor. Kawasan pantura terbentang dari anyer sampai banyuwangi secara politis, saat itu berada di wilayah penguasaan yang berbeda yaitu kekuasaan Sunda (Jawa bagian barat) dan kekuasaan Jawa (bagian tengah dan timur) namun secara ekonomi semua kawasan ini memiliki hubungan yang erat. Pada masa kejayaan Demak menyusul runtuhnya Majapahit, hampir seluruh kawasan Pantai Utara Jawa berada di bawah kontrol Kesultanan Demak dan pedagang muslim yang sekaligus berperan sebagai penyebar agama Islam

Intensifnya kegiatan ekonomi perdagangan antara Jawa, sejak masa kekuasaan kerajaan Demak, Islam semakin cepat tersebar ke berbagai wilayah di Indonesia. Islam yang sebelumnya telah sampai ke daerah Banten dan Cirebon selanjutnya menyebar di daerah Kalimantan; Buton dan Banjarmasin, ke wilayah Sulawesi, Nusa Tenggara Barat dan Maluku. Perkembangan Islam bersamaan dengan berkembangnya jaringan perdagangan komoditas ekspor yang laku di pasar internasional, seperti rempah remah dari Nusantara, Sutra dan Keramik dari Cina, serta barang barang berharga lain dari India dan Arab. Kegiatan perdagangan selain membawa syiar Islam, selanjutnya mandorong tumbuh dan berkembangnya kegiatan ekonomi lokal di wilayah kota-kota pantai. Sumber daya alam, didukung kreatifitas penduduk dan adanya pengaruh dari luar memberi warna tersendiri di tiap tiap wilayah bagi berkembangnya produk lokal kota-kota pantai, seperti halnya kerajinan Batik di Pekalongan, lasem, Rembang, tenun dan ukir di Jepara, kerajinan logam di Tegal kerajinan kuningan di (Yuwana) Pati, Bordir di Kudus, dan kuliner dengan ke khasannya yang terseba di masing masing kota pantai.

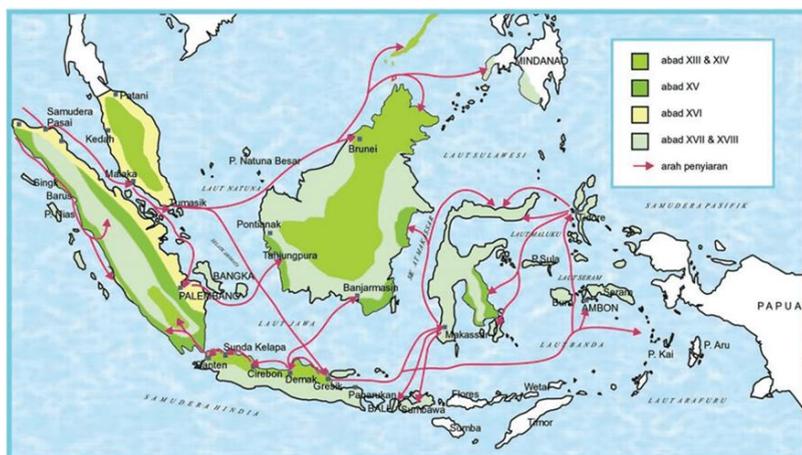
Perkembangan Islam melalui saluran perdagangan yang disertai dengan para Da,i Sufi, saluran dakwah dan saluran perkawinan, memberi nuansa baru dalam kehidupan masyarakat kota pantai. Secara struktural para raja atau para penguasa wilayah yang berada pada level birokrasi mengawali memeluk agama Islam, yang kemudian diikuti oleh rakyatnya. Perpindahan agama para penguasa ini memfasilitasi percepatan perkembangan Islam secara kuantitatif. Dengan dipeluknya Islam oleh kelompok

bangsawan dan raja, kedudukan mereka semakin kuat, terlebih ketika kelompok upper class ini telah berusaha mendalami dan memahami, mempelajari akidah Islam, memposisikan dirinya sebagai kalifatullah sayidin panatagama, mereka tidak sekedar penguasa politik, ekonomi dan kewilayahan tetapi juga menjadi pemimpin kehidupan beragamaan dengan gelar sultan dan atau atribut ulama/kyai.

DEMAK DALAM JARINGAN KEMARITIMAN

Sebagai negara kepulauan, transportasi laut merupakan urat nadi kehidupan ekonomi, politik, sosial budaya, pertahanan keamanan, merupakan sarana untuk memperkokoh kesatuan dan persatuan. Jalur lalulintas laut menjadi penghubung perekonomian berbagai kota pantai di Nusantara sejak masa Hindu-Budha dan semakin intensif pada masa perkembangan Islam di nusantara. Kesultanan Demak merupakan kerajaan bercorak Islam pertama dan terbesar di pulau Jawa pada abad 16 menjadi salah satu pusat perniagaan laut sekaligus pusat penyebaran agama Islam di Nusantara. Kota Demak dalam pespektif historis menjadi pusat penyebaran Islam ke berbagai pulau di luar Jawa melalui jalur perniagaan (pelayaran dan perdagangan). Kapal- kapal yang dibuat di berbagai kota pantai wilayah nusantara, menghiasi lautan dan selat di sepanjang pantai wilayah nusantara. Berbagai jenis bentuk dan jenis kapal menjadi sarana transportasi yang diandalkan dalam kegiatan ekonomi, sekaligus sebagai prasarana penyebaran Islam. Masa kesultanan Demak memiliki kekuatan melakukan perniagaan antar pulau, berhasil mewujudkan jejaring kemaritiman di sektor ekonomi perdagangan dan sekaligus penyebaran agama Islam. Kota kota pantai di bawah kekuasaan kesultanan Demak yang tersebar di sepanjang pantai utara Jawa menjadi pintu keluar masuk para pedagang dan berbagai komoditas yang diangkutnya dari berbagai wilayah nusantara, wilayah Arab, Gujarat, Cina, dan negara lainnya. Para pedagang yang datang ke Demak mayoritas muslim, sehingga mereka tidak semata-mata berdagang tetapi melakukan syiar agama Islam yang dianutnya.

Kota Demak menjadi pintu gerbang keluar masuknya para pedagang dan mubaligh. Demak yang berada tepat di bibir pantai utara Jawa, merupakan wilayah teritorial kemaritiman yang menjadi penghubung dan berada dalam jaringan pelayaran kota-kota pantai utara Jawa dan dengan kota-kota pantai di nusantara. Pelayaran yang memiliki peran baragam, dan juga menitikberatkan pada segala bentuk pengangkutan yang melalui jalur laut memiliki peranan yang sangat penting di nusantara. Pada masa masuk dan berkembangnya Islam di Indonesia, para pedagang muslim dan para mubaligh memnfaatkan jalur ini sebagai prasarana utama syiar di wilayah-wilayah yang disinggahi. Hal tersebut selanjutnya menyebabkan berkembangnya penyebaran Islam melalui perdagangan diikuti saluran perkawinan. Dalam perspektif sosial ekonomi, pelayaran, perniagaan, penyebaran islam dan saluran perkawinan memicu tumbuh dan berkembangnya industri lokal di berbagai daerah. Hal ini disebabkan meningkatnya permintaan barang komoditas dagang di wilayah pantai untuk diangkut dan dipasarkan ke wilayah lain.



Gambar 4.1. Peta Jaringan Perdagangan dan Penyebaran Islam Abad ke-16

Realitas sosial pada awal abad ke-16 wilayah kota sepanjang pantai utara, yang dikenal dengan kota pantai/kawasan pesisir Utara Jawa, memiliki penduduk secara turun temurun

menjalankan kegiatan ekonomi yang pada dasarnya tidak bisa dilepaskan dari sumber daya laut. Mereka secara turun temurun sebagai suatu komunitas yang memiliki kearifan local bahari. Hall (1985) dalam penjelasannya mengemukakan kurun niaga (*the age of commerce*) kawasan pantai utara (pantura) Jawa menghasilkan komoditas yang dibutuhkan di pasaran internasional, sehingga menjadi bagian integral dari pelayaran dan perdagangan internasional. Perkembangan Kota kota Pantura yang pesat, di bawah kekuasaan Kesultanan Demak oleh para sejarawan, menjadi bagian penting dari apa yang disebut sebagai the Java Sea zone. Isu-isu di atas, berkaitan erat dengan keterlibatan kota-kota pantai, dan ekonomi lokal dalam perniagaan internasional melalui jaringan kemaritiman.

Demak, sebagai kawasan pinggiran dari Kota Semarang, mengalami proses transformasi wilayah akibat dari perkembangan yang terjadi di wilayah Kota Semarang. Kondisi ini sangat tampak di beberapa kawasan yang mendapat akses secara langsung dari perkembangan Kota Semarang, terutama adalah wilayah yang dilalui oleh jalur utama perniagaan antar kabupaten antar Propinsi. Kawasan yang berada di jalur lalu lintas persimpangan menjadi wilayah konsentrasi dan pusat pelayanan, kawasan Demak yang memiliki potensi untuk berkembang sebagai daerah inti meliputi Kecamatan Demak, Bonang dan Wonosalam. Secara historis, wilayah ini merupakan pusat kesultanan Demak, yang dalam perspektif sosial, politik, ekonomi dan budaya memiliki makna tersendiri bagi perjalanan sejarah Bangsa Indonesia menjadi kawasan konsentrasi, pusat pelayanan, perniagaan, dan pendidikan karena secara geografis letaknya. Sementara itu, kawasan Barat-Selatan yang terdiri dari Kecamatan Mranggen dan Karangawen dan Kawasan Barat-Utara yang terdiri dari Kecamatan Sayung, Karang Tengah dan Guntur, merupakan kawasan-kawasan yang mendapat potensi pembangunan karena factor kedekatan (proximity) dan ketersediaan jaringan jalan regional yang menghubungkannya ke pusat Kota Semarang dan berhimpitan dengan pantai. Argumen ini juga diperkuat oleh kondisi bahwa Kawasan Barat Utara lah yang memiliki perubahan/transformatasi

wilayah yang paling dinamis. Wilayah Demak-Utara di atas, menunjukkan transformasi merupakan proses yang saling berkaitan, seperti yang dikemukakan oleh Soh (2012), yang terkombinasi dari proses-proses demografi, spasial, dan sosial-ekonomi yang memperlihatkan proses pertumbuhan perkotaan dan mengubah kawasan-kawasan menjadi bersifat kota.

Kabupaten Demak dengan beberapa wilayah administrasinya berada di pesisir, dan memiliki basis kemaritiman seperti halnya Kota Semarang. Adanya wilayah pinggiran yang berhimpitan antara Demak dan Kota Semarang (kota Metropolitan), juga memperlihatkan proses perubahan seperti yang dikemukakan oleh Pawan (2016), dimana proses ini juga mengakibatkan pergeseran masyarakat dari karakteristik masyarakat perdesaan menjadi masyarakat yang lebih bersifat perkotaan dengan dipicu oleh perkembangan sosial, ekonomi, dan juga spasial.

Sebagai sebuah kota yang memiliki otonomi kewilayahan, optimalisasi sumber daya alam dan sumberdaya manusia menjadi wewenang pemerintah bersangkutan, sehingga bisa dimanfaatkan seoptimal mungkin. Mobilitas sosial dan politik dalam masyarakat maritim lebih terbuka bagi semua masyarakat dari berbagai profesi, status sosial, agama, dan suku bangsa. Hal ini memungkinkan seseorang memiliki kesempatan mencapai kekuasaan dan status. Di sini dapat dijumpai masyarakat yang sangat dinamis. Masyarakat maritim pada umumnya lebih bersifat demokratis dan juga memiliki potensi politik yang lebih terbuka. Keadaan ini berlainan dengan keadaan masyarakat berbasis agraris yang memiliki hubungan sosial cenderung kaku dan ikatan budaya yang terpusat ke istana yang memiliki kelayakan kepada penguasa dan mendukung sistem hierarki sosial. Peran penguasa di kerajaan maritim lebih besar dibanding dengan penguasa kerajaan Hindu. Penguasa-penguasa di kerajaan Hindu Jawa tinggal jauh di pedalaman, dan menggantungkan hidupnya pada hasil pertanian. Di lingkungan kota maritim realitas kehidupan masyarakat lebih demokratis.

POTENSI EKONOMI MASYARAKAT PESISIR

Masyarakat kawasan pesisir pada umumnya , termasuk Masyarakat Demak merupakan komunitas atau sekumpulan manusia yang bertempat tinggal di suatu wilayah (secara geografi) dengan batas-batas tertentu. Menurut Sukanto, komunitas suatu wilayah terjadi interaksi intensif, yang menjadi dasarnya adalah interaksi yang lebih besar dengan anggota-anggotanya dibandingkan dengan penduduk luar batas wilayahnya (Soekanto, 2010:4). Interaksi yang terbangun sangat erat kaitannya dengan kehidupan keseharian mereka. Kondisi ini menggambarkan pergeseran kegiatan utama kota-kota pesisir Indonesia dari masa tradisional (masa Kesultanan Islam, VOC, Kolonial Hindia Belanda awal kemerdekaan, (awal masa sejarah nusantara) hingga ke masa modern. saat ini, efek samping dari terjadinya pelepasan kegiatan masyarakat kota pesisir dengan laut, adalah terjadinya pergeseran nilai dari pandangan kawasan pesisir sebagai 'beranda' (Water Front city), akhirnya kawasan pesisir sebagai 'kawasan belakang' (behind the city). Pergeseran pandangan tersebut mengakibatkan penataan ruang kawasan pesisir menjadi terbelengkalai dan luput dari perhatian. Adanya proses terjadinya pemisahan kegiatan masyarakat dengan kelautan secara periodic terus langsung.

Jaringan ekonomi wilayah Demak (berada di pesisir pantai utara Jawa) memiliki ketergantungan yang sangat besar terhadap aksesibilitas kelautan dan perniagaan. Hal ini menjadikan mereka senantiasa berusaha menjaga agar mobilitas dalam aktivitas ekonominya berjalan normal, melalui perbaikan jalan, jembatan lingkungan, pembuatan dan penguatan tanggul. Namun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa ketergantungan terhadap laut sebagai pintu gerbang keluar masuk komoditas perdagangan masa kejayaan kerajaan Demak seperti kawasan pesisir Sayung, Morodemak, hingga Welahan, dewasa ini tidak nampak hiruk pikuk seperti masa kejayaan Kemaritiman masa penyebaran Islam.

Memasuki abad ke-21, keterikatan masyarakat wilayah dalam jaringan kemaritiman dan ekonomi satu dengan dengan lainnya, di kawasan pesisir, bukan semata-mata dari kegiatan pokok berupa pengumpulan hasil laut, tetapi lebih kepada kegiatan

ekonomi yang lebih luas, yaitu berupa kegiatan perdagangan dan jasa pelayanan kepelabuhan dan pusat transaksi ekonomi lintas wilayah. Berdasar kenyataan secara geografis, kota-kota dengan wilayah pesisir yang membentang di seluruh Nusantara, merupakan 'beranda' kota-kota pantai di Indonesia, Pesisir umumnya menjadi pusat aglomerasi ekonomi kawasan sekitarnya (hinterland) yang direpresentasikan dengan keberadaan pelabuhan sebagai 'pasar' atau lokasi transaksi ekonomi, kepemilikan perkapalan dan penggunaan teknologi.

Wilayah pesisir pantai utara Provinsi Jawa Tengah rata-rata memiliki potensi perikanan yang cukup baik. Kabupaten Demak mempunyai panjang pantai dari barat ke timur kurang lebih 34,1 kilometer cukup potensial untuk mengembangkan sumber daya kelautan. Penangkapan dan budidaya laut, ditekuni oleh masyarakat terlihat dari banyaknya jenis sarana dan prasarana perikanan yang berjajar di pinggir pantai seperti armada (kapal motor, motor tempel, dan perahu layar), alat tangkap ikan (purseine, payang, bundes/cantrang, gill net, trammel net dan bagan) serta ditemukannya profesi nelayan (juragan dan pandega). Produksi perikanan selain menghasilkan ikan laut dihasilkan pula ikan darat yang berasal dari kolam, perairan umum dan tambak. Ada tiga tempat pelelangan ikan yang aktif, yang ramai antara lain TPI Morodemak di Kecamatan Bonang dan TPI Bungo Wedung di Kecamatan Wedung. Di sekitar kedua TPI ini produksi sektor perikanan, baik ikan laut basah, kolam, perairan umum dan tambak cukup baik perkembangannya. Oleh karena itu potensi ini di abad ke-21, telah dikembangkan dan dipromosikan kepada para investor yang tertarik menanamkan modal di sektor perikanan.

Masyarakat pesisir Wilayah Demak adalah masyarakat yang tinggal dan melakukan aktifitas sosial ekonomi yang berkaitan dengan sumber daya wilayah pesisir (Perikanan) dan lautan. Masyarakat di sini dapat dikatakan memiliki ketergantungan yang cukup tinggi dengan potensi dan kondisi sumber daya pesisir dan lautan (Fatmasari, 2014:145). Oleh karena itu mereka harus beradaptasi dengan perubahan yang terjadi dari waktu ke waktu. Masyarakat pesisir dalam perspektif ekonomi, adalah masyarakat

yang tinggal dan melakukan aktifitas sosial ekonomi berkaitan dengan sumber daya wilayah pesisir dan lautan. Kehidupan ekonomi pesisir sangat dipengaruhi oleh jenis kegiatan yang dilakukan dan faktor lingkungannya (Mustika, 2017). Adaptasi yang dilakukan oleh penduduk mengarah kepada usaha untuk mengelola potensi geografis (dataran rendah)), cuaca, iklim, lingkungan dengan karakteristik kelautan. Asrofi dkk (2017:133-135) menyatakan adaptasi yang mereka lakukan sebagai suatu penyesuaian yang digunakan manusia untuk merespon terhadap perubahan sosial dan lingkungan yang terjadi. Adaptasi masyarakat dalam hal ini merupakan strategi penyesuaian diri yang selama hidupnya untuk merespon terhadap perubahan-perubahan lingkungan dan sosial (Alland, 1975:60). Strategi yang mereka lakukan melalui proses terencana dalam menyesuaikan diri. Adaptasi dalam kegiatan ekonomi yang dilakukan masyarakat pesisir di Kabupaten Demak dari zaman ke zaman atau dari periode satu ke periode dalam kerangka untuk mempertahankan, meningkatkan kegiatan ekonomi dan potensi yang ada, sementara pemerintah berkeinginan menjadikan potensi yang ada bisa dikembangkan sebagai destinasi wisata unggulan daerah.

Jenis usaha produksi perikanan, di wilayah Demak bisa diklasifikasikan sebagai perikanan tangkap dan budidaya perikanan. Perikanan tangkap merupakan usaha yang melibatkan banyak pihak. Setiap kali kapal penangkap berangkat ke laut diperlukan banyak perbekalan yang harus dibawa, antara lain peralatan penangkap ikan, bahan bakar minyak, bahan makanan dan es balok (kapal tradisional). Peralatan penangkapan ikan merupakan prasarana yang sangat potensial untuk dimodernisasi. Banyaknya kapal penangkap ikan yang beroperasi di perairan Kabupaten Demak telah membuka peluang berkembangnya jasa usaha perbaikan kapal atau galangan kapal. Jumlah hasil tangkapan ikan di wilayah pesisir Kabupaten Demak, membuka peluang bagi usaha pengolahan ikan, terutama pembuatan ikan asin, pengolahan terinasi dan pengolahan rajungan, pembuatan abon ikan, pengasapan ikan, dan usaha coldstorage untuk mengantisipasi kelebihan produksi.

Pesisir merupakan daerah darat yang berada di tepi perairan yang masih mendapatkan pengaruh laut seperti surut, angin laut dan perembesan air laut (Triatmodjo, 1999:1). Kawasan pesisir dapat didefinisikan dari berbagai macam segi yaitu administrasi, kenampakan fisik dan kebijakan/ aturan atau hukum pemerintah setempat (Marfai, 2014: 3-4). Kawasan pantai merupakan daerah di tepi perairan yang dipengaruhi oleh air pasang tertinggi dan surut terendah, Oleh karena itu wilayah pesisir (Coastal area) dan wilayah pantai memiliki perbedaan (Triatmodjo 1999:1). Perubahan jalur lintasan wilayah pesisir yang secara geografis berada di kawasan pinggir pantai, suatu saat tertentu harus mengalami perubahan atau pergesern dalam upaya menekan biaya dan efisiensi ketika melakukan pekerjaan. Mereka ke tempat kerja juga berubah akibat aksesibilitas yang berubah. Kejayaan jaringan kemaritiman Kesultanan Demak sebagai pusat penyebaran Islam dan jalur rempah tinggal hanya nama besar, namun demikian beberapa peninggalan sejarah masih menyisakan nilai ekonomi yang tinggi ketika berabagi situs sejarah yang terdiri dari aspek spasial (nama nama tempat di kawasan pesisir yang menjadi bukti peristiwa atau perjalanan sejarah digali dan dikelola dengan baik oleh pihak pemangku setempat.

Potensi yang dikembangkan pada wilayah pesisir Demak adalah sumber daya alam kelautan dan situs sejarah kemaritiman kejayaan kesultanan Demak. Konsep pengembangan kawasan wisata pantai bisa diintegrasikan dengan permukiman nelayan. Potensi kemaritiman ada di wilayah pesisir Barat Kota Demak yang bisa terbagi menjadi 3 Zona yaitu pertama zona yang dapat dikonservasi, zona kegiatan wisata dan zona perluasan permukiman. Berdasarkan pemanfaatannya, dapat dikembangkan menjadi: pertama. zona kegiatan wisata pantai, kedua zona wisata sejarah dan budaya, ketiga zona permukiman nelayan, zona tersebut dapat dikonservasi. Orientasi permukiman nelayan diupayakan menghadap ke arah laut dengan menggunakan bahan material setempat dirancang dengan memperhatikan aspek estetika, agar memiliki daya tarik dan dengan memperhatikan aspek kebersihan lingkungan, sebagai daya tarik wisata alam,

permukiman dan kuliner. Penyediaan fasilitas kepariwisataan didasarkan pada tipikal zona yang ada sehingga memiliki kedekatan fungsi dengan menciptakan keterhubungan antar kawasan guna memudahkan aksesibilitas pengunjung dan terciptanya kenyamanan.

Berdasar pemikiran di atas, perlu dilakukan pembenahan orientasi penataan kota Demak melalui penataan berbasis ekonomi kearitiman/ kelautan, sehingga kualitas lingkungan pesisir bisa menjadi basis ekonomi kota. Proses penataan kota Demak yang berada di wilayah pesisir dilakukan melalui rehabilitasi kawasan. Partisipasi publik dalam hal ini masyarakat setempat menjadi penting, ketika kawasan pantai dijadikan sebagai beranda depan dari sebuah kota pantai. Namun ketika mengembangkan masyarakat, lingkungan dan sumber ekonomi, seringkali harus menghadapi tantangan terutama di sector pembiayaan.

Pemahaman pemangku kepentingan (masyarakat, swasta, dan pemerintah) dalam memahami urgensi rehabilitasi kawasan bisa dinikmati kemanfaatannya di waktu selanjutnya. Rehabilitasi kawasan pesisir Demak bisa berjalan dengan efisien ketika partisipasi komunitas dalam kegiatan rehabilitasi saling bersinergi. Findlay dan Taylor memebi penjelasan bahwa rehabilitasi kawasan pesisir merupakan suatu kebutuhan yang tidak dapat ditawarkan (Findlay dan Taylor, 2006 dalam Vollmer 2009). Hal tersebut dirasa penting, karena sangat memungkinkan adanya kebijakan-kebijakan pemangku kepentingan berkolaborasi dengan pihak swasta, sehingga terjadi proses relokasi berbagai kegiatan di kawasan pesisir, yang tentu saja membutuhkan kerjasama dan kesediaan dari masyarakat setempat. Dalam rehabilitasi selalu ada insentif yang dapat ditawarkan kepada masyarakat, yaitu peluang peningkatan nilai ekonomi lahan pasca rehabilitasi. yang dapat diperoleh masyarakat, disebabkan adanya peningkatan peluang investasi sebagai dampak dari peningkatan kualitas kawasan pesisir secara keseluruhan (Vollmer 2009).

Memasuki abad ke-21, Demak selain merancang pembangunan ruang terbuka, dibangun pula berbagai

infrastruktur di kawasan permukiman, sebagai penunjang kegiatan masyarakat seperti penyediaan pengelolaan sampah, penyediaan air, dan transportasi. Gaffney dan kawan kawan dalam penjelasannya mengatakan bahwa pembangunan permukiman disertai ruang terbuka pada umumnya memiliki fasilitas umum, ketersediaan air, dan prasarana transportasi (Gaffney dkk, 2007). Kualitas kehidupan masyarakat pesisir Demak meningkat ketika terjadi pengembangan infrastruktur berkelanjutan. Madisworo menjelaskan bahwa pengembangan kawasan seharusnya dilakukan dengan mengedepankan keseimbangan dan integrasi aspek fisik-lingkungan, sosial budaya, dan ekonomi (Madiasworo, 2011). Pemenuhan ketiga prinsip tersebut dapat dilakukan melalui penataan ruang dengan membangun kegiatan pada beberapa lokasi di jalur sekitar kawasan pesisir. Perancangan yang memiliki kualitas visual yang baik di wilayah kota pesisir, menjadikan kawasan ini dapat kembali menjadi 'beranda' bagi kota tersebut, dengan menawarkan nilai estetis kawasan pesisir (Bischof, 2007).

Masyarakat pesisir beberapa periode terakhir dalam upaya mempertahankan kondisi ekonomi akibat adanya arus pengendapan lumpur, ataupun bencana banjir akibat perubahan alam, menimbulkan tingkat ekonomi masyarakatnya mengalami dinamika. Laut semakin menjorok ke daratan, tambak-tambak di sekitar pantai terendam, nelayan kehilangan mata pencaharaan, telah merubah kegiatan ekonomi penduduk pesisir, setidaknya terjadi diversifikasi jenis pekerjaan. Para nelayan dan juga petambak sebagian beralih profesi, dengan dimilikinya mata pencaharian di sektor lain yang sama sekali tidak berhubungan dengan sumberdaya laut. Hal ini terjadi ketika faktor perubahan cuaca yang mengancam keamanan dan keselamatan melaut. Menurunnya kualitas sarana prasarana perkapalan dan pelabuhan ikan, juga menjadi penyebab menurunnya angka jumlah penangkap ikan hingga mencapai 50%, sementara perhatian pemerintah di dalam pengelolaan sumber daya perikanan laut dan kelautan di wilayah pesisir Demak belum optimal.

NILAI EKONOMI PENINGGALAN ISLAM

Kota Demak merupakan salah satu tujuan wisata yang berupa warisan budaya yang masih terjaga keasliannya dan bisa kita jumpai hingga saat ini. Masjid Agung Demak memiliki keterkaitan yang sangat kuat dengan Kerajaan Demak. Penjelasan di atas, diperkuat dengan keberadaan kompleks sekitar masjid dijadikan sebagai kompleks pemakaman bagi raja-raja Kesultanan/ Kerajaan Demak. Masjid ini selain didirikan untuk peribadatan juga digunakan sebagai tempat bagi para Wali (sunan) berkumpul membahas masalah masalah kerajaan dan islamisasi. Hal tersebut menjadikan situs bersejarah tersebut memiliki nilai filosofi, dan historis yang kuat sebagai sebuah bangunan. Gaya arsitektur Masjid Demak juga memiliki keunikan, yang oleh para sejarawan dimaknai sebagai representasi terjasinya akulturasi budaya, memiliki gaya khas tersendiri dalam segi desain. Nilai kelangkaan dan nilai sejarah yang dimiliki kawasan masjid Agung Demak merupakan daya tarik yang berpotensi menjadi kawasan wisata unggulan Demak di masa mendatang.



Gambar 4.2. Situs Bersejarah

Beberapa keunikan Masjid Agung Demak yakni memiliki simbol arsitektur tradisional khas Indonesia dan memiliki berbagai makna di tiap bagian arsitekturnya. Seperti halnya pada atap masjid yang memiliki bentuk atap berundak tiga (atap tumpang berjumlah 3) memiliki makna berupa gambaran akidah Islam yaitu: Iman, Islam dan Ihsan. Atap masjid yang berjumlah tiga juga menunjukkan adanya wujud akulturasi budaya dengan agama Hindu yang ditunjukkan pada bangunan candi yang bertingkat-

tingkat, bisa dikatakan bentuknya punden berundak. Bentuk bangunan berundak undak yang merupakan kepercayaan dan agama mayoritas masyarakat Jawa saat itu.

Potensi pariwisata di Kabupaten Demak sangat besar terutama pariwisata religi dan peninggalan sejarah berupa Masjid Agung Demak, museum, makam sultan dan raja-raja Demak, serta makam Sunan Kalijogo di Kadilangu. Kegiatan kepariwisataan di Masjid Agung Demak (MAD) antara lain; grebeg besar, kegiatan hari besar agama, peringatan agama. Setiap hari Jum'at banyak masyarakat dari luar kota terlebih saat musim liburan sekolah, masyarakat dari berbagai kota melakukan pariwisata religi sekaligus memiliki tujuan utama bisa shalat jum'at di MAD dan berziarah ke makam raja-raja Demak dan ke makam Sunan Kalijaga. Kegiatan dalam aspek budaya yang juga menjadi tujuan wisata di Kadilangu adalah kirab pusaka dan pementasan tari bedhaya.

Kegiatan lain sebagai pendukung kegiatan pariwisata yang merupakan kegiatan rutin tahunan dan paket kegiatan yang tidak terpisahkan dalam rangkaian kegiatan religi, yaitu: Grebeg Besar, Sedekah laut (Syawalan), Tari Barongan, Tari rebana (Zipin), dan sebagainya. Dengan dimilikinya beberapa jenis bangunan bersejarah yang terdapat di kawasan Kota Demak yang oleh pemerintah terus menerus dilakukan upaya konservasi, memberikan pesona bagi orang yang mengunjunginya, baik sebagai peziarah ataupun wisatawan. Bangunan yang dikonservasikan, secara tidak langsung telah dinilai memiliki potensi daya tarik wisata. Tingginya nilai-nilai budaya yang dapat dijaga kelestariannya, menjadikan Masjid Agung Demak dan peninggalan lain di sekitar Kota Demak sebagai situs peninggalan Kesultanan Demak adalah peninggalan bersejarah yang tidak lekang oleh waktu.

Berbagai pengetahuan sejarah dan lingkungan setempat serta atraksi wisata yang bernafaskan islami dapat ditampilkan disini, selain tentu saja atraksi-atraksi tradisional masyarakat setempat serta atraksi-atraksi tradisional masyarakat setempat, kerajinan, serta kesenian lainnya untuk lebih mengenalkan

kabupaten Demak dalam lingkup nasional bahkan internasional. Kawasan tersebut memang cukup potensial untuk dikembangkan lebih lanjut menjadi kawasan wisata keagamaan, budaya dan pendidikan. Taman wisata adalah suatu kawasan yang ditata untuk dijadikan obyek kunjungan wisata, serta dibangun untuk mengoptimalkan suatu obyek wisata yang telah ada. Berkaitan dengan hal di atas, maka pengembangan Masjid Agung Demak dan sekitarnya bertujuan untuk memberikan atraksi wisata yang menarik serta pelayanan yang optimal kepada para wisatawan. penyelamatan situs arkeologi Masjid Agung Demak dan situs bekas kraton Demak dari ancaman kerusakan akibat dari perkembangan kota Demak saat ini. Hal itu sangat jelas diberlakukan dalam UU No 5 Tahun 1992, tentang perlindungan Benda Cagar Budaya, bahwa sebagai salah satu peninggalan bersejarah maka kerajaan Demak beserta artefak-artefak yang ditinggalkannya wajib memperoleh perlindungan dan pelestarian dari ancaman kerusakan serta gangguan-gangguan dari luar.

Sebagai pusat penyebaran Islam Demak menjadi tempat berkumpulnya para wali seperti Sunan Kalijaga, Sunan Muria, Sunan Kudus dan Sunan Bonang. Para wali tersebut memiliki peranan yang penting pada masa perkembangan kerajaan Demak bahkan para wali tersebut menjadi penasihat bagi raja Demak. Dengan demikian terjalin hubungan yang erat antara raja/bangsawan – para wali/ulama dengan rakyat. Hubungan yang erat tersebut, tercipta melalui pembinaan masyarakat yang diselenggarakan di Masjid maupun Pondok Pesantren, sehingga tercipta kebersamaan atau Ukhuwah Islamiyah (persaudaraan di antara orang- orang Islam). Demikian pula dalam bidang budaya banyak hal yang menarik yang merupakan peninggalan dari kerajaan Demak. Salah satunya adalah tiang penyangga masjid yang terbuat dari kayu tatal.

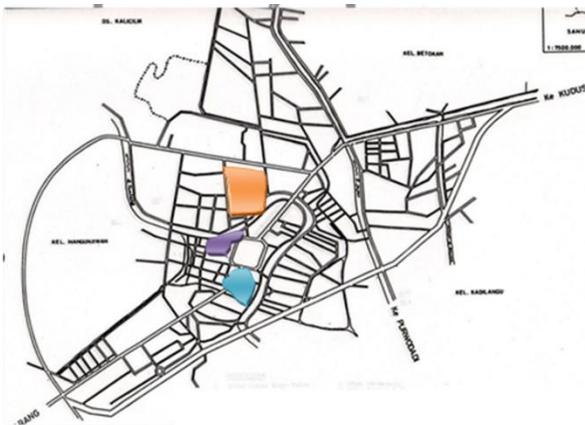
Demak yang memiliki peran penting dalam menyebarkan agama Islam di tanah Jawa, menjadikan pengembangan kawasan wisata Masjid Agung Demak sangat relevan, mengingat sebagian para peziarah serta pemeluk agama Islam, para siswa sekolah dasar, sekolah menengah, para mahasiswa dan peneliti, baik dari

mancanegara maupun local, mempunyai kepentingan dan dedikasi terhadap keberadaan kerajaan Demak beserta peninggalannya. Beberapa aspek yang saat ini menjadi perhatian bersama antara pemerintah dalam hal ini institusi terkait, pihak pemangku situs peninggalan sejarah dan budaya, masyarakat, serta stakeholder, berusaha memupuk *Strenght* (kekuatan) dengan terus menerus melakukan pembenahan dan peningkatan keunggulan peninggalan Kesultanan Demak sebaik-baiknya. Terkait *Weakness* (kelemahan) berbagai faktor penghambat berusaha ditekan seminim mungkin agar optimalisasi potensi pemanfaatan untuk tujuan meningkatkan nilai ekonomi, terwujud secara cepat. Semua pihak terkait, bekerjasama melakukan penyelamatan terhadap eksistensi Masjid dengan melakukan preservasi, revitalisasi dan redevelopment. Dalam upaya meningkatkan nilai ekonomi, lingkungan Masjid Agung Demak, dan makam raja-raja, diintegrasikan dengan lingkungan di sekitarnya, sehingga memiliki daya Tarik dan nilai jual sebagai destinasi wisata. Pemerintah bersama dengan masyarakat, berbagai institusi terkait dan pihak swasta secara sinergitas berusaha menangkap kesempatan (*Opportunity*) dengan mengikuti perubahan dan perkembangan jaman, dalam pengertian melihat pangsa pasar.

Ketika muncul ancaman terkait berbagai kemungkinan rusak nya peninggalan sejarah budaya dan tradisi kemaritiman akibat dari perubahan iklim dan struktur permukaan tanah ataupun tata ruang sebagai suatu hambatan (*Threats*) atau tantangan ke depan maka pihak pemerintah bersama dengan pihak pemangku, stakeholder, dan masyarakat, mengantisipasi dengan meningkatkan infrastruktur agar tidak terendam atau terdampak banjir saat musim penghujan, mengingat hampir semua peninggalan sejarah masa kejayaan Demak berada di daerah dataran rendah yang rawan banjir, dengan memperhatikan sistem pengawetan berbagai peninggalan yang sifatnya bisa lapuk dalam perjalanan waktu atau perubahan iklim. Dengan demikian, langkah-langkah yang dilakukan dapat menjadi modal bagi terciptanya Demak sebagai kota bersejarah. Kepemilikan ragam warisan budaya akan menjadi aset ekonomi potensial melalui

dunia kepariwisataan, yang mendatangkan nilai ekonomi tinggi bagi pendapatan pemerintah dan masyarakatnya. Gambar di bawah ini sebagai upaya terus dilakukan meningkatkan perekonomian daerah.

- Preservasi revitalisasi**
- Kompleks Masjid Agung Demak
- Redevelopment**
- Fasilitas komersial pariwisata
 - Taman wisata arkeologi
 - Pusat kajian sejarah kebudayaan Demak
- Revitalisasi**
- Kantor Kabupaten
 - Kampung Tradisional



Gambar 4.3. Peta Pengembangan Kota Demak sebagai Daerah Tujuan Wisata

Berdasarkan pengembangan Kota Demak sebagai Daerah Tujuan Wisata (DTW) memiliki faktor penunjang antara lain : Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas dan Aktivitas. Di samping 4 faktor

tersebut juga masih ada faktor yaitu Tourist Organization (organisasi wisata) untuk menyusun suatu kerangka dalam pengembangan pariwisata, mengatur industri pariwisata serta mempromosikan daerah itu sehingga dikenal banyak orang (Samsuridjal D dan Kaelang H. D, 1997: 20-21). Upacara Grebeg Besar, merupakan Atraksi kirab budaya dan ceremonial keagamaan yang berlangsung sejak masa kesultanan Demak abad ke-16 memiliki daya Tarik tersendiri bagi Kota Demak. Selain itu, Bangunan Masjid Agung, makam raja-raja Demak, makam Wali (Sunan Kalijogo) merupakan saksi bisu sejarah perkembangan Islam di Nusantara yang dapat memberikan penjelasan secara diakronis dan sinkronis islamisasi di nusantara. Lokasi situs peninggalan budaya tepatnya di jantung Kota Demak dan wilayah dan Demak sebagai kota berada di lintas jalur sangat strategis sehingga mudah dijangkau. Jalan menuju lokasi mudah dijangkau oleh angkutan umum dan kendaraan pribadi, jalan di area lokasi semuanya sudah di paving, dengan pepohonan yang rimbun, tempat parkir luas, jalan lebar sehingga akses menuju Kota Demak tidak terlalu rumit dan dapat dijangkau.

Nilai ekonomi kawasan pesisir Demak, seiring dengan Perubahan zaman terjadi pergeseran pemanfaatan lahan untuk meningkatkan kapasitas dan kapabilitas pelabuhan ikan. Peningkatan intensitas kegiatan pelabuhan sebagai pendorong pertumbuhan kota Demak. Seiring proses pembangunan kawasan pesisir, maka pertumbuhan kota saat sangat relevan ketika Demak sebagai kota pantai, berusaha mengembangkan ekonomi bahari atau ekonomi kemaritiman untuk mengendalikan urbanisasi di pusat kota. Sementara perkembangan Demak sebagai kota Pantai secara berkesinambungan telah berusaha meningkatkan kualitas lingkungan kota bercorak (*waterfront city*). Hal tersebut menjadikan Demak sebagai upaya mempertahankan kota pesisir sebagai pusat produksi barang dan jasa tidak mengalami pergeseran menjadi kota sebagai pusat konsumsi.

Kawasan Pusat, terutama di Kecamatan Demak, berkembang menjadi kawasan pelayanan, baik pelayanan ekonomi dengan berkembangnya fasilitas-fasilitas perdagangan dan komersial

lainnya maupun pelayanan sosial dengan berkembangnya fasilitas pendidikan, kesehatan, serta rekreasi. Perkembangan dan transformasi yang terjadi di suatu kawasan bisa berawal dari pusat aktivitas, yang telah berkembang sejak masa lalu. Di Kecamatan Demak, terjadi transformasi spasial dari kedesaan menjadi bersifat perkotaan. Dengan sifat becoming urban. Giyarsih melihat transformasi menurut Giyarsih (2009) transformasi spasial merupakan sebuah proses perubahan ruang dari yang bercirikan perdesaan menjadi perkotaan. Dengan demikian, bisa dikatakan bahwa faktor historis dan faktor keberadaan jalan regional merupakan faktor-faktor yang mendorong proses transformasi yang terjadi di kawasan ini. Selain itu Pemerintah Kabupaten Demak melalui Perusda ANWUSA membangun Kawasan Wisata Bahari di Dukuh Morosari Desa Bedono Kecamatan Sayung.

EKONOMI LOKAL DI ERA PERUBAHAN

Perubahan dinamika interaksi sektor dalam ruang pada masa awal pembentukan kota- kota kerajaan di masa lalu dengan perkembangan kota saat ini telah mengalami suatu pergeseran yang cukup frontal. Namun demikian pergeseran yang terjadi saat ini tidak serta merta menjadikan kita sama sekali meninggalkan proses maupun sejarah pembentukan kota- kota Nusantara dengan kejayaan baharinya di masa lalu. Kondisi saat ini pada dasarnya, dipengaruhi oleh saratnya nilai budaya yang terkandung pada proses pembentukan kota kota pantai Nusantara di masa lalu, yang saat ini merupakan suatu aset yang hanya dimiliki oleh suatu wilayah di bumi Nusantara.

Transformasi wilayah yang terjadi di Kawasan Pusat kota pantai dipengaruhi oleh sejarah kawasan bersangkutan dengan dipengaruhi dari dalam masyarakat nya ataupun adanya pengaruh dari luar yang terbentuk dalam suatu jaringan kewilayahan. Kota Demak sebagai pusat perekonomian daerah, memiliki komunitas masyarakat pendukung berkembangnya suatu kawasan secara terpadu antara aspek ekonomi, politik (kekuasaan) , sosial dan budaya masyarakat penghuninya. Pusat kota menjadi pusat kegiatan ekonomi, menjadi kawasan konsentrasi kekuasaan dan

pusat pelayanan utama sejak masa lampau. Faktor historis ini mendorong Kawasan Pusat sebagai wilayah yang tumbuh dan bertransformasi secara dinamis, dengan memiliki pertambahan penduduk yang bekerja di luar sektor pertanian tertinggi, dan peningkatan lahan terbangun, walaupun jumlah perkembangan aktivitas industri kawasan pusat kota termasuk rendah karena sector insdustri memiliki kawasan terbangun yang diletakkan di pinggiran kota.

Dalam upaya memenuhi kebutuhan terhadap peralatan keseharian, masyarakat pantai juga melakukan kegiatan-kegiatan yang menyangkut atas kebutuhan, kegiatan yang demikian disebut juga sebagai kegiatan ekonomi. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Karl Polanyi bahwa ekonomi adalah upaya yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidup di tengah lingkungan alam dan lingkungan sosialnya(Polanyi dalam Sairin, 2002, 16-17). Di berbagai wilayah kota pantai, hampir selalu ditemui kegiatan pembuatan peralatan yang terbuat dari besi dan sejenisnya. Para pengrajin ini menempati suatu kampung di sudut kota. Mereka adalah penduduk yang dikenal dengan komunitas Mereka menyebut profesi mereka ini sebagai Pandai besi, menunjukkan bahwa ia adalah tukang pande yang khusus atau ahli membuat barang-barang dari besi (masyarakat perkampungan komunitas ini terkenal dengan nama kampung pandean). Dalam proses produksinya menggunakan teknologi tempa logam tradisonal. Saat ini benda-benda yang dihasilkan oleh para pengrajin berupa peralatan perang, persenjataan tradisional (masa kesultanan Demak), alat-alat pertanian, dan berbagai jenis peralatan rumag tangga. Pada masa lampau memproduksi peralatan perang seperti parang, serampang, tombak, peralatan berburu adalah suatu keniscayaan.

Di sisi lain ada berbagai usaha yang tetap eksis di kawasan kota-kota pantai sejak masa kesultanan Demak hingga saat ini. Sebagai contoh kerajinan Bordir yang tumbuh dan berkembang di Kota Kudus, merupakan kota yang bersebelahan dengan Demak. Bordir merupakan kerajinan tangan yang telah lama berkembang di Indonesia, sekitar abad ke-16 yakni masa kesultanan Demak.

Rakyat Nusantara mengenal bordir dari para pedagang negeri Cina dan India. Ketrampilan ini diperkenalkan di wilayah Demak sekitar abad ke 16 yang saat itu merupakan pusat kekuasaan dan pusat penyebaran Islam ke wilayah Nusantara. Olehkarena itu tidak mengherankan kerajinan border merambah hampir ke seluruh pelosok nusantara. Ketika itu, ragam hiasan bordir digunakan sebagai lambang kerajaan dan penghias busana kaum bangsawan. Masa awal dikenalnya seni bordir, sepenuhnya masih menggunakan tangan tanpa bantuan peralatan mesin khusus mengandalkan ketrampilan tangan, intuisi dan estetika, sehingga bisa dikatakan identik dengan dengan kerja seni yang membutuhkan konsentrasi dan kesabaran tinggi.

Kemampuan yang dimiliki manusia mampu menciptakan teknologi berbagai alat dan teknologi untuk melakukan abstraksi secara efisien, apa yang dibutuhkan bagi kehidupannya dengan memanfaatkan sumber daya yang ada di sekelilingnya (Sahari 2008, 9-10). Kebutuhan manusia sangat beraneka ragam, untuk memenuhi kebutuhan maka manusia membutuhkan kegiatan-kegiatan yang menyangkut atas kebutuhan. Upaya yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidup di tengah lingkungan alam dan lingkungan sosialnya dituntut lebih kreatif. Kreatifitas masyarakat Demak dalam kehidupannya sebagai masyarakat kota pantai sejak masa kesultanan, sudah ditunjukkan dengan adanya pengembangan ekonomi local. Ekonomi Lokal. Perekonomian lokal merupakan proses dimana pemerintah lokal dan organisasi masyarakat terlibat untuk mendorong, merangsang, memelihara, aktivitas usaha untuk menciptakan lapangan pekerjaan (Blakely and Bradshaw, 1994). Selain itu (Munir, 2007) Pengembangan ekonomi lokal (PEL) adalah suatu proses yang mencoba merumuskan kelembagaan-kelembagaan pembangunan di daerah, meningkatkan kemampuan SDM untuk menciptakan produk-produk yang lebih baik serta pembinaan industri dan kegiatan usaha pada skala lokal. Pengembangan ekonomi wilayah dilihat sebagai upaya pemerintah daerah bersama masyarakat dalam membangun kesempatan-kesempatan ekonomi yang cocok dengan

SDM yang ada, mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya alam dan kelembagaan secara lokal.

Pengembangan Ekonomi Lokal merupakan proses dimana pemerintah lokal dan organisasi masyarakat terlibat untuk mendorong, merangsang, memelihara aktivitas usaha untuk menciptakan lapangan pekerjaan (Blakely and Bradshaw, 1994), kesejahteraan ekonomi masyarakat dalam hal ini menjadi tujuan. Arsyad (2005) melihat bahwa dalam kerangka pencapaian tujuan peningkatan ekonomi daerah, dibutuhkan kebijakan yang didasarkan pada kekhasan daerah (*endogenous development*), dengan menggunakan potensi sumberdaya lokal. Dalam upaya mendukung potensi Demak sebagai daerah tujuan wisata, salah satu yang ditempuh adalah menggali keunggulan, keunikan, dan kekhasan produk local, yang bisa dijadikan sebagai cinderamata bagi para wisatawan. Memasuki abad ke-21 dilakukan melalui pemberdayaan ekonomi rumah tangga, kegiatan home industri maka diperlukan kesiapan masyarakat untuk mendukung dan meningkatkan daya tarik.

Terkait optimalisasi peninggalan sejarah masa kejayaan Islam dan kemaritiman di Demak, agar memiliki keunggulan sebagai daerah tujuan wisata, maka keberadaan industri kecil baik formal maupun informal terus mengalami pembenahan dan pembinaan. Usaha mikro kecil yang telah ada ditumbuh kembangkan sebagai bagian integral perekonomian kota, meningkat peran penting home industri dan usaha mikro kecil di bidang agroindustry. Soekartawi (1991), menyatakan bahwa agroindustry bisa memberi nilai tambah, meningkatkan kualitas hasil, meningkatkan penyerapan tenaga kerja, meningkatkan ketrampilan produsen, dan meningkatkan pendapatan. dan sektor pertanian /perkebunan jambu air citra, belimbing, melon, semangka, mangga pengolahan kuliner, fashion dan kerajinan terus menggeliat, dalam konteks untuk pengembangan jangka panjang diperlukan industri kreatif. Virna (2008) memberikan penjelasan industri kreatif yang mampu merespon perubahan situasi yang selalu dinamis. Industri yang ada pada masa sekarang masih lebih pada unit usaha yang merubah bentuk barang atau dengan kata lain

dengan melakukan proses produksi yang menekankan pada menghasilkan barang siap konsumsi/siap pakai. Di sektor perikanan laut, usaha mikro dilakukan dengan menggunakan cara mengolah hasil tangkapan. Pengolahan hasil laut, pada awalnya tidak sedikit diantara pelaku usaha yang terjun di bidang ini, bukan karena kemampuan dan kejelian menangkap peluang, melainkan hanya ikut-ikutan. Ada yang terjun ke usaha ini karena melihat usaha tersebut telah maju, adapula, ada yang terjun sekedar meneruskan usaha yang telah dirintis orang tua dan keluarga mereka. Melihat fenomena di atas institusi terkait seperti dinas perikanan, perdagangan, pemerintah daerah melakukan pembinaan dan pendampingan sehingga produk yang dihasilkan mampu menembus pasar yang luas, bisa menjadi keunggulan masyarakat lokal.

Tuntutan kelancaran kegiatan ekonomi lokal tidak semata-mata terbatas pada fasilitas infrastruktur yang ada, atau rumah hunian sebagai tempat unit produksi, namun mencakup pula kualitas lingkungan yang terdiri dari kualitas sosial lingkungan perumahan (keeratan komunitas), dan berbagai unsur abstrak lainnya. Kondisi di atas dilakukan dengan penataan kawasan pesisir kota sehingga menumbuhkan kreatifitas penduduk menyediakan berbagai komoditas yang laku sebagai souvenir, kuliner, hasil agro yang menjadi penanda wilayah bersangkutan. Lingkungan lokal juga ditata untuk memberi kenyamanan dan keamanan pengujung, sekaligus sebagai lokasi mengakomodasi kebutuhan rekreasi warga melalui penyediaan ruang terbuka hijau RTH maupun ruang terbuka non hijau (RTNH). Sebagai wilayah maritime yang memiliki akar panjang sejarah, alokasi kegiatan peningkatan infrastruktur, pelayanan jasa di kawasan pesisir memperhatikan kearifan lokal, tradisi lokal dan keunggulan lokal yang terpelihara dan diwariskan secara turun temurun.

Identitas Demak dengan tuntutan identitas kebudayaan sebagai kota pantai merupakan suatu komponen yang saling terkait. Dalam upaya membangkitkan ekonomi lokal, dilakukan melalui pemberdayaan masyarakat dalam suatu wilayah dengan bertumpukan kepada kekuatan lokal, baik itu kekuatan lokasi,

sumber daya alam, sumber daya manusia dan aset pengalaman (Haeruman,2001). Masyarakat harus memiliki kemampuan, keberanian menghadapi tantangan perubahan tata nilai yang berlaku dalam lingkup komunitasnya. Demak merupakan salah satu daerah yang memiliki warisan sejarah, budaya, dan kemaritiman, berusaha menerapkan konsep pengembangan ekonomi lokal untuk mendukung eksistensi warisan yang dimilikinya. Pengembangan dalam bidang sejarah budaya dilakukan melalui pelabatan masyarakat/ ,menggalang partisipasi masyarakat melalui organisasi sosial kemasyarakatan, pemugaran/revitalisasi kawasan pusaka, perluasan kawasan destinasi wisata, peningkatan kapasitas dan kapabilitas obyek wisata, penyediaan prasarana dan sarana penunjang kawasan tersebut. Hal ini diharapkan akan membantu menumbuhkan keterikatan emosional warga dengan berbagai peninggalan sejarah budaya dan kota serta tata nilai budayanya.

Aspek keruangan Demak sebagai kota pesisir yang dipenuhi dengan adanya kehidupan berbasis bahari/ kemaritiman, sebagian masyarakat tersebut menekuni dunia kerja pada berbagai sektor dari bidang hasil budidaya laut hingga sektor perdagangan dan jasa. Efektivitas pemanfaatan lokasi ini perlu diimbangi dengan adanya pengembangan kapasitas lingkungan pesisir untuk memberi ruang bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan. Atas dasar hal inilah maka keterikatan dan keterlibatan institusi terkait menjadi vital dalam proses penataan ruang kota sejak dari perencanaan hingga penerapan dan pengendalian pemanfaatan ruangnya.

Pengembangan ekonomi lokal di sektor pertanian dan perikanan memiliki kemampuan menghadapi tantangan dimana para petani pekebun yang berada di beberapa wilayah Demak bagian selatan tidak lagi bersifat tradisional. Mereka menggunakan cara-cara modern dalam memperbanyak bibit dan menghasilkan bibit unggul dengan menggunakan ilmu pengetahuan yang didapat dari media sosial buku dan artikel terkait. Pengembangan ekonomi lokal telah dilakukan dengan cara intensifikasi pertanian sehingga menjadi produk unggulan. Potensi yang menjadi unggulan dapat

dilihat berdasarkan PDRB sehingga dapat diketahui produk-produk yang menjadi sektor basis dan yang bukan basis. Tarigan (2005) memberikan penjelasan bahwa kegiatan basis merupakan penggerak utama dalam pertumbuhan ekonomi di suatu wilayah. Setiap perubahan yang terjadi pada sektor basis akan menimbulkan efek ganda (*multiplier effect*) pada perekonomian daerah bersangkutan. Dengan semakin bertambahnya kegiatan basis dalam suatu wilayah maka akan menambah arus pendapatan ke dalam wilayah yang bersangkutan, sehingga pada akhirnya akan meningkatkan kinerja dari sektor non basis.

Jejaring terutama dalam pemasaran atau pelepasan produk, dilakukan oleh institusi terkait dengan mengikuti pameran tingkat nasional, sehingga produk unggulan lokal dikenal oleh berbagai kalangan dari berbagai wilayah, permintaan akan produk akan meningkat. Selain itu melalui berbagai ajang pameran, promosi di media sosial, dan terjalin hubungan kerjasama dalam pemasaran, maka pengembangan produk lokal dapat berjalan dengan baik. Oleh karena itu perlu adanya pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh pemerintah untuk meningkatkan kemampuan dan kemandirian dari masyarakat itu sendiri. Seperti yang diungkapkan Aziz (2005:136) pemberdayaan masyarakat merupakan suatu proses di mana masyarakat, khususnya merekayang kurang memiliki akses, didorong untuk meningkatkan kemandiriannya di dalam mengembangkan kehidupan ekonomi secara mikro dan bermanfaat secara makro.

Selain hasil pertanian warisan sejarah, dan budaya, Demak secara historis telah menjadi lumbung pangan bagi masyarakat luar daerah, menghasilkan surplus padi yang dikirim ke berbagai wilayah di Nusantara. Kandungan tanah sangat cocok untuk tanaman padi dan berbagai jenis tanaman palawija. yaitu jagung, ketela pohon, ketela rambat, kacang tanah, kacang kedelai dan kacang hijau. Komoditas buah belimbing yang sudah terkenal kualitasnya dan jambu air (jambu citra) tetap mempunyai peluang yang cukup besar sebagai komoditas ekspor ke mancanegara.

SIMPULAN

Bukti bukti sejarah kejayaan masa Islam di Demak belum banyak diketahui oleh generasi muda dan juga para wisatawan ketika mereka tidak secara mendalam mendapat pengetahuan tentang sejarah Indonesia atau pernah mendengar cerita tentang kerajaan Demak. Mereka bisa membangun memori kolektif masa lalunya, melalui bukti-bukti kejayaan kesultanan Demak dalam perniagaan Nusantara dan keterlibatannya dalam jaringan pelayaran internasional, bersama kota-kota pantai di sepanjang pantai utara Jawa, kehidupan sosial-ekonomi penduduk, kekuatan armada laut dan penyebaran Islam ke berbagai wilayah Nusantara. Kehidupan sosial budaya masyarakat Demak, dari waktu ke waktu tidak jauh dari periode sebelumnya, karena kebiasaan sehari-hari yang penuh dengan tradisinya, yang lekat dengan kemaritiman, kehidupan ekonomi tradisional yang kuat, dan ketergantungannya terhadap lingkungan alam. Dengan cara menghadirkan Kawasan kota Demak sebagai destinasi wisata kesejarahan berbasis kearifan lokal sebagai identitasnya, maka Demak sebagai pusat penyebaran Islam, dan kejayaan masa dulu masih bisa dinikmati sampai sekarang, bisa dijadikan sebagai inspirasi bagi generasi mendatang. Penjelasan di atas menjadi pemerkuat Demak berada dalam jaringan pelayaran Nusantara

DAFTAR PUSTAKA

- Alland, A.Jr., 1997. Adaptation. *Annual Review of Anthropology*, 4, pp.5973.
- Arsyad, L., 2005. *Pengantar Perencanaan Ekonomi Pembangunan Daerah*. Yogyakarta: Media Widya Mandala
- Asrofi, A., Hardoyo, S.R., Hadmoko, D.S., 2017. Strategi Adaptasi Masyarakat Pesisir dalam Penanggulangan Bencana Banjir Rob dan Impilkasinya Terhadap Ketahanan Wilayah (Studi Di Desa Bedono Kecamatan Sayung Kabupaten Demak Jawa Tengah. *Jurnal Ketahanan Nasional*, 23, pp.133-135.
- Asari, H., 2018. *Sejarah Pendidikan Islam*. Medan: Perdana Publishing.

- Aziz, M.A., Halim, A., & Suhartini, Rr., 2005. *Dakwah Pemberdayaan Masyarakat: Paradigma Aksi, Metodologi*. Yogyakarta: PT. LKiS Pelangi Nusantara.
- Blakely, E.J., 1994. *Planning Local Economic Development (Theory and Practice)*. California: Sage Publications, Inc.
- Daldjoeni, N., 1992. *Seluk Beluk Masyarakat Kota (Pusparagam Sosiologi Kota dan Ekologi Sosial)*. Bandung: Alumni, Publisher.
- Giyarsih, S.R., 2009. Pola Spasial Transformasi Wilayah di Koridor Yogyakarta-Surakarta. *Forum Geografi*, 24(1), pp.28-38.
- Haeruman, H., 2001. *Kemitraan Dalam Pengembangan Ekonomi Lokal: Bunga Rampai*. Indonesia: Yayasan Mitra Pembangunan Desa-Kota.
- Fatmasari, D., 2016. *Isu-Isu Kelautan Dari Kemiskinan Hingga Bajak Laut*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hall, K.R., 1985. *Maritime Trade and State Development in The Early Southeast Asia*. Honolulu: Univirsity of Hawaii.
- Madiasworo, T., 2011. *Penataan Ruang Sebagai Basis Pengembangan Infrastruktur Perkotaan Berkelanjutan*. Jakarta: KIPRAH.
- Marfai, M.A., 2014. *Banjir Pesisir Kajian Dinamika Pesisir Semarang*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Munir, R., 2007. *Pengembangan Ekonomi Lokal Partisipatif: Masalah, kebijakan dan Panduan Pelaksanaan Kegiatan*. Jakarta, Local Governance Support Program (LGSP).
- Mustika, R., 2017. Dampak Degradasi Lingkungan Pesisir Terhadap Kondisi Ekonomi Nalayan: Studi kasus Desa Takisung, Desa Kuala tambangan, Desa Tabanio, *Jurnal Dinamika Maritim*, 6(1), pp. 28-34.
- Pawan, P., 2016. Urbanization and Its Causes and Effects: A Review. *International Journal of Research and Scientific Innovation*, III(IX), pp.110–112.
- Reid, A., 1993. *Southeast Asia in the Age of Commerce 1450 – 1680, Volume I: The Lands below the Winds*. London: Yale University Press.

- Sahari, B.M., 2008. *Teknologi di Nusantara: 40 Abad Hambatan Inovasi*. Jakarta: Publisher Salemba Teknika.
- Sairin, S., 2002. *Pengantar Antropologi Ekonomi*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Sais, H.M., 1963. Mentjari Kepastian Tentang Daerah, Mula dan Tjara Masuknja Agama Islam ke Indonesia. *Risalah Seminar: Sedjarah Masuknja Islam ke Indonesia*, pp.220-221.
- Samsuridjal, D., & Kaelang, H.D., 1997. Peluang di Bidang Pariwisata. Jakarta: Mutiara Sumber Widya, pp.20-21.
- Soekanto, S., 2010. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Soekartawi., 2000. *Pengantar Agroindustri*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Soh, M.C., 2012. Crime and Urbanization Revisited Malaysian Case. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 42, 291-299.
- Sulistiyono, S.T., 2003. The Java Sea Network: Patterns inthe Development of Interregional Shipping and Trade in Process of Economic Integration in Indonesia, 1870s-1970s'. *Dissertation*. Leiden University.
- Tarigan, R., 2005. *Perencanaan Pembangunan Wilayah*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Virna, N.E., 2008. Industri Kreatif dan Kota Kreatif. *Warta Pariwisata*, 10(2).
- Vollmer, D., 2009. Urban Waterfront Rehabilitation: Can It Contribute to Environmental Improvements in the Developing World?. Washington DC: IOP Publishing.

BAB V. DAMPAK PENERAPAN *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* TERHADAP KINERJA PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA SEBELUM PANDEMI COVID-19

Ahmad Nurkhin¹, Anna Kania Widiatami², Nanda Lestari³
^{1,2,3}Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi,
Universitas Negeri Semarang

ahmadnurkhin@mail.unnes.ac.id; kania@mail.unnes.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.15294/ie.v1i2.114>

Abstrak

Tulisan ini ditujukan untuk menganalisis dampak implementasi *good corporate governance* (GCG) terhadap kinerja perbankan syariah di Indonesia sebelum pandemi COVID-19. Profitabilitas menjadi ukuran kinerja perbankan dan diproksikan dengan return on assets (ROA) dan return on equity (ROE). Di samping itu, pengaruh dana pihak ketiga, non-performing financing (NPF), dan ukuran bank terhadap ROA dan ROE juga akan dijelaskan. Sampel penelitian adalah bank umum syariah yang mempublikasikan laporan keuangan dan laporan tahunan pada tahun 2011-2019. Metode pengambilan data yang digunakan adalah dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda dan menggunakan software WarpPLS. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa implementasi GCG tidak berdampak signifikan terhadap kinerja (probability value sebesar 0.425 dan 0.420 terhadap ROA dan ROE dengan coefficient sebesar 0.016 dan 0.019). P-value dari variable NPF adalah <0.001 terhadap ROA dan ROE, yang berarti NPF terbukti signifikan berpengaruh negatif terhadap ROA dan ROE. Dana pihak ketiga hanya berdampak pada ROE secara signifikan dengan p-value sebesar 0.046. Sedangkan ukuran bank tidak terbukti mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perbankan syariah di Indonesia. Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya manajemen bank untuk terus menjaga NPF agar tetap mampu mencapai kinerja (profitabilitas)

yang baik. NPF menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perbankan syariah.

Kata kunci: Good Corporate Governance, Kinerja, Profitabilitas, Perbankan Syariah

PENDAHULUAN

Bank syariah telah beroperasi di Indonesia sejak tahun 1992. Bank syariah menjalankan usahanya berdasarkan UU Republik Indonesia No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah. bank syariah adalah bank yang melakukan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan berdasarkan jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Bank Umum Syariah adalah bank syariah di mana kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran dengan berdasarkan prinsip syariah. Perkembangan bank syariah di Indonesia dapat dilihat dari pertumbuhan jumlah bank umum syariah (BUS). Terdapat 12 BUS pada tahun 2015 dan menjadi 14 BUS pada tahun 2020. Jumlah kantor juga mengalami pertumbuhan cukup signifikan. Pada tahun 2015 terdapat 1.990 kantor dan pada tahun 2020 menjadi 2.034 (BPS, 2021). Dari indikator kinerja keuangan yaitu profitabilitas yang diukur dengan ROA (return on assets) tampak fluktuasi perkembangan pada bank syariah. ROA bank syariah pada tahun 2012 mencapai 2,14 dan menurun drastis pada tahun 2015 sebesar 0,49. Kemudian tumbuh positif pada tahun 2018 mencapai angka 1,28 dan pada tahun 2020 ROA bank syariah hanya berkisar pada angka 1,40.

Kinerja profitabilitas perbankan syariah menarik untuk diteliti lebih lanjut. Pada tahun 2021 bank syariah milik pemerintah melakukan penggabungan menjadi BSI (bank syariah Indonesia). Tentunya dimaksudkan untuk memperluas dan meningkatkan produk dan layanan sehingga akan dapat meningkatkan kinerjanya. Studi mengenai faktor penentu profitabilitas merupakan kajian yang penting dan luas dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak penerapan good corporate governane (GCG) terhadap kinerja perbankan syariah di Indonesia sebelum pandemi. Kondisi akibat pandemi

adalah sangat berat bagi bisnis apa pun, termasuk operasional bank syariah. Oleh karena itu, kajian ini difokuskan pada kinerja sebelum terjadinya pandemi.

GCG merupakan faktor yang akan menentukan tingkat kinerja bank syariah. Tata Kelola yang baik akan menjamin organ di bank syariah menjalankan tugasnya dengan sebaik-baiknya dan sesuai dengan peraturan yang berlaku (termasuk kepatuhan syariah). Urgensi penelitian ini adalah penggunaan ukuran implementasi GCG dengan skor penilaian mandiri. Skor yang kecil pada peringkat *self-assessment* menunjukkan kualitas penerapan GCG pada bank syariah semakin baik. Penerapan GCG berdampak positif terhadap profitabilitas (Ferdyant *et al.*, 2014). Hasil lainnya juga menunjukkan bahwa ROA dan ROE ditentukan oleh corporate governance secara signifikan (Manu *et al.*, 2019).

Faktor lainnya yang menentukan profitabilitas bank adalah non-performing financing (NPF), dana pihak ketiga (DPK), dan ukuran bank. Penyaluran pembiayaan yang dilakukan oleh bank syariah akan menentukan tingkat bagi hasil. Artinya tingkat profitabilitas bank syariah akan lebih baik jika penyaluran pembiayaan dapat berjalan dengan sehat. Hal ini ditunjukkan tingkat NPF yang rendah. Jika NPF terlalu besar maka akan menekan tingkat profitabilitas. Penelitian terdahulu memberikan bukti bahwa NPF berpengaruh signifikan terhadap ROA (Kinanti & Purwohandoko, 2017). NPL (non-performing loans) berpengaruh negatif terhadap ROA (Saif-Alyousfi & Saha, 2021). Sementara hasil berbeda mengindikasikan bahwa NPF tidak terbukti mempengaruhi ROA dan ROE secara signifikan (Hidayat *et al.*, 2021). Temuan lainnya juga menunjukkan tidak signifikannya NPF terhadap profitabilitas (Lisa, 2016).

Jumlah dana pihak ketiga akan membuat bank lebih mempunyai dana untuk disalurkan kepada debitur sehingga kemungkinan untuk memperoleh laba akan meningkat. Bukti empiris menunjukkan bahwa DPK mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap ROA (Kinanti & Purwohandoko, 2017; Parenrengi & Hendratni, 2018). Hasil studi lainnya menemukan tingkat tabungan akan menurunkan profitabilitas (Al-Harbi, 2019)

dan jumlah dana tidak terbukti menentukan tingkat profitabilitas (Salman, 2021).

Ukuran bank juga menjadi determinan profitabilitas. Jumlah aset yang besar memberikan keleluasaan bank untuk melakukan ekspansi usaha. Produk dan layanan akan semakin luas dan berkualitas. Secara empiris ditemukan pengaruh signifikan dari ukuran bank terhadap profitabilitas (Al-Sartawi & Reyad, 2019; Alharbi, 2017; Khasawneh, 2016). Temuan lain juga menegaskan bahwa size menentukan ROA bank syariah secara positif dan signifikan (Elseoud *et al.*, 2020; Gati *et al.*, 2020). Namun demikian, terdapat hasil yang menunjukkan bahwa ukuran bank tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA (Al-Harbi, 2019) dan ROE (Hakimi *et al.*, 2018). Di sisi lain ukuran bank mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap ROA (Saif-Alyousfi & Saha, 2021).

TELAAH TEORI

Agency theory dan signaling theory menjadi teori dasar dalam penelitian ini. Penerapan good corporate governance merupakan dampak dan menjadi solusi atas permasalahan yang terjadi antara agen dan prinsipal dalam kajian agency theory (Jensen & Meckling, 1976). Masalah keagenan akan dapat diminimalisir dengan meningkatnya peran manajer dan juga pemegang saham untuk menghasilkan informasi yang simetris. Kinerja perusahaan menjadi lebih baik. Sementara itu, signaling theory merujuk pada terjadinya asimetris informasi dari perusahaan dan para investor. Seharusnya manajer bisa memberikan signal kepada pengguna informasi sesuai dengan kepentingan masing-masing pengguna.

Bank syariah merupakan bank yang didirikan untuk memperkenalkan dan mengembangkan penerapan prinsip dan tradisi Islam ke dalam transaksi keuangan, perbankan, dan kegiatan ekonomi lainnya. Dengan demikian, bank syariah diharuskan patuh dengan syariah dalam memperlihatkan kinerja yang baik kepada pemegang saham (Zarrouk *et al.*, 2016).

Profitabilitas bank didefinisikan sebagai kemampuan bank dalam memperoleh keuntungan relatif terhadap penjualan, aset, atau ekuitasnya. Terdapat beberapa rasio keuangan untuk mengukur profitabilitas, di antaranya ROA (return on asset), ROE (return on equity), NIM (net interest margin), EPS (earning per share) (Hery, 2020). Profitabilitas merupakan salah indikator keuangan yang dapat digunakan untuk menilai kinerja bank. ROA dapat dimaknai sebagai kemampuan bank dalam mengelola aset yang dimiliki untuk meraih keuntungan. Demikian juga dengan ROE yang dapat dipahami sebagai kemampuan bank dalam mengelola ekuitas guna meraih keuntungan yang maksimal. Berdasarkan Surat Edaran Bank Indonesia No. 9/24/DPbS tahun 2007 ROA yang berkisar 0,5 – 1,25% termasuk dalam kategori cukup sehat. ROA kurang dari 0,5% bisa dianggap kurang sehat.

Corporate governance merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kinerja profitabilitas bank syariah. GCG menjamin organ yang ada di bank syariah dapat melaksanakan tugasnya dengan memperhatikan aturan syariah yang ada (Nurkhin *et al.*, 2018). Corporate governance terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI (Manu *et al.*, 2019).

Faktor berikutnya yang mampu menentukan profitabilitas adalah NPF. NPF merupakan rasio penanda Kesehatan bank. Semakin kecil rasio NPF maka Kesehatan bank akan semakin baik. NPF yang kecil adalah tanda bahwa bank mampu mengelola pembiayaan dengan baik, sehingga tidak banyak dijumpai pembiayaan yang bermasalah. Penelitian terdahulu memberikan bukti bahwa NPF berpengaruh signifikan terhadap ROA (Kinanti & Purwohandoko, 2017). NPL (non-performing loans) berpengaruh negatif terhadap ROA (Saif-Alyousfi & Saha, 2021). NPF tidak terbukti mempengaruhi ROA dan ROE secara signifikan (Hidayat *et al.*, 2021).

Dana pihak ketiga (DPK) merupakan dana bank yang bersumber dari masyarakat. Pada perbankan syariah, DPK didefinisikan sebagai dana yang diperoleh dari masyarakat (baik perorangan maupun badan usaha) dalam rupiah dan valuta asing

dengan menggunakan berbagai instrumen tabungan yang dimiliki bank syariah, antara lain; tabungan wadiah, tabungan mudharabah, giro mudharabah, dan deposito mudharabah (Salman, 2021). Jumlah tabungan memberikan dampak positif terhadap ROA (Teixeira *et al.*, 2021). Hasil studi sebelumnya menemukan tingkat tabungan akan menurunkan profitabilitas (Al-Harbi, 2019). Jumlah dana tidak terbukti menentukan tingkat profitabilitas (Salman, 2021).

Bukti empiris lainnya menemukan pengaruh signifikan dari ukuran terhadap ROA (Khasawneh, 2016) dan ROE (Hidayat *et al.*, 2021; Shawtari, 2018). Size berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA dan ROE (Teixeira *et al.*, 2021). Sementara hasil lainnya menunjukkan bahwa ukuran bank tidak berpengaruh signifikan terhadap ROA (Al-Harbi, 2019) dan ROE (Hakimi *et al.*, 2018). Size mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap ROA (Saif-Alyousfi & Saha, 2021). Dalam kerangka bank syariah dan bank konvensional juga ditemukan pengaruh signifikan ukuran bank terhadap ROA (Khan *et al.*, 2021).

Penelitian mengenai dampak penerapan GCG terhadap kinerja perbankan syariah di Indonesia masih menarik untuk diteliti. State of the art dalam penelitian ini adalah pengukuran penerapan GCG pada bank syariah dengan menggunakan skor self-assessment GCG yang dilaporkan pada laporan GCG atau laporan tahunan bank. Pengukuran yang tidak sering digunakan. Skor self-assessment GCH menunjukkan kualitas penerapan GCG di masing-masing bank. Banyak sekali penelitian yang telah menguji dampak GCG terhadap profitabilitas dengan berbagai proksi dan ukuran. Penelitian ini berusaha untuk menguji dampak implementasi GCG terhadap ROA dan ROE bank syariah di Indonesia.

METODE

Penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan kausalitas untuk menganalisis dampak implementasi GCG terhadap profitabilitas bank syariah. Di samping itu, penelitian ini juga akan menganalisis pengaruh dari dana pihak ketiga, NPF, dan ukuran bank terhadap tingkat ROA dan ROE bank syariah di Indonesia

sebelum pandemi COVID-19. Populasi penelitian adalah bank umum syariah di Indonesia yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang berjumlah 14 BUS. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Kriteria yang digunakan adalah BUS yang terdaftar di OJK per Desember 2020 dan mempublikasikan laporan tahunan dan/atau laporan GCG dari tahun 2011-2019. Diperoleh 9 BUS yang memenuhi kriteria, yaitu Bank Muamalat, Bank Victoria Syariah, Bank BRI Syariah, Bank BNI Syariah, Bank Syariah Mandiri, Bank Mega Syariah, Bank Panin Syariah, Bank Syariah Bukopin, dan Bank BCA Syariah.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah profitabilitas bank syariah yang diukur dengan ROA dan ROE. ROA diperoleh dari rasio laba bersih sebelum pajak dibagi rata-rata total aset. ROE dihitung dari perbandingan laba bersih sebelum pajak dibagi total ekuitas. Variabel independennya adalah penerapan GCG, DPK, NPF, dan ukuran bank. Penerapan GCG diukur melalui hasil skor self-assessment GCG. DPK dihitung dari jumlah giro ditambah deposito dan tabungan. NPF dihitung dari rasio total pembiayaan bermasalah dibagi total pembiayaan. Sedangkan ukuran bank diukur dengan total aset yang dimiliki oleh bank.

Tabel 5.1. Indikator Self-Assessment GCG pada Perbankan Syariah

No.	Faktor	Bobot (%)
1.	Pelaksanaan tugas dan tanggung dewan Dewan Komisaris	12,50
2.	Pelaksanaan tugas dan tanggung jawab Direksi	17,50
3.	Kelengkapan dan pelaksanaan tugas Komite	10,00
4.	Pelaksanaan tugas dan tanggung jawab Dewan Pengawas Syariah	10,00
5.	Pelaksanaan prinsip syariah dalam kegiatan penghimpunan dana dan penyaluran dana serta pelayanan jasa	5,00
6.	Penanganan benturan kepentingan	10,00
7.	Penanganan fungsi kepatuhan bank	5,00
8.	Penerapan fungsi audit intern	5,00
9.	Penerapan fungsi audit ekstern	5,00
10.	Batas Maksimum Penyaluran Dana	5,00

No.	Faktor	Bobot (%)
11.	Transparansi kondisi keuangan dan non keuangan Bank Umum Syariah, laporan pelaksanaan Good Corporate Governance serta pelaporan internal.	15,00
Nilai Komposit		100,00

Self-Assessment GCG merupakan penilaian penerapan GCG yang dilakukan oleh lembaga perbankan syariah itu sendiri (Tjondro & Wilopo, 2011). Berdasarkan Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Nomor 10 Tahun 2014 Tentang Penilaian Kesehatan Bank Umum Syariah Dan Unit Usaha Syariah, terdapat sebelas faktor penilaian pelaksanaan GCG, tampak pada tabel 5.1 berikut ini. Hasil penilaian pelaksanaan GCG tersebut harus dilaporkan oleh bank kepada Bank Indonesia dan juga dipublikasikan dalam Laporan Keuangan Publikasi Bank periode terkait. Penilaian hasil pelaksanaan self-assestment tampak pada tabel 5.2 berdasarkan Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Nomor 10 Tahun 2014.

Tabel 5.2. Peringkat Komposit Hasil Pelaksanaan Self-Assessment GCG

Nilai Komposit	Peringkat Komposit	Predikat Komposit
Nilai Komposit < 1,5	1	Sangat Baik
1,5 ≤ Nilai Komposit < 2,5	2	Baik
2,5 ≤ Nilai Komposit < 3,5	3	Cukup
3,5 ≤ Nilai Komposit < 4,5	4	Kurang Baik
4,5 ≤ Nilai Komposit < 5,0	5	Tidak Baik

Metode pengambilan data yang digunakan adalah dokumentasi. Data diperoleh dari laporan tahunan dan/atau laporan GCG tiap bank pada tahun 2011-2020. Metode analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif dan analisis regresi berganda. Software yang digunakan adalah warpPLS. Persamaan regresi dalam analisis penelitian ini adalah sebagai berikut.

$$ROA = a + b_1 \text{ GCG} + b_2 \text{ NPF} + b_3 \text{ TPF} + b_4 \text{ SIZE}$$

$$ROE = a + b_1 \text{ GCG} + b_2 \text{ NPF} + b_3 \text{ TPF} + b_4 \text{ SIZE}$$

Dimana:

ROA = return on assets

ROE = return on equity

GCG = good corporate governance implementation

NPF = non-performing financing

TPF = third-party funds

SIZE = size of bank

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Model fit test

Uji model dilakukan terlebih dahulu dengan melihat beberapa indikator yaitu Average path coefficient (APC), average R-squared (ARS), dan Average adjusted R-squared (AARS). Tiga indikator tersebut jika terpenuhi maka model dalam analisis dapat dinyatakan fit. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai P (probability) untuk APC adalah sebesar 0.013, ARS dan AARS < 0.001. Dengan demikian, model penelitian dinyatakan fit. Uji validitas dan reliabilitas juga dilakukan dengan melihat combined loading and cross loading serta nilai Cronbach's alpha dan composite reliability. Seluruh variabel dapat dinyatakan valid karena memiliki nilai outer loading di atas 0.7. Dan seluruh variabel juga dapat dinyatakan reliabel karena memiliki nilai Cronbach's alpha dan composite reliability lebih dari 0.7.

Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Tabel 5.3 menunjukkan statistik deskriptif variabel penelitian. Tabel 5.4 mengindikasikan rata-rata kinerja (ROA dan ROE) perbankan syariah sebelum pandemi. Rata-rata ROA dan ROE adalah 0,71 dan 5,79. Nilai terendah ROA dan ROE adalah -10.77 dan -94.01 yang diraih oleh Bank Panin Syariah pada tahun 2017. Bank Mega Syariah meraih kinerja rata-rata terbaik ROA dan ROE pada tahun 2011-2019, yaitu sebesar 1.59 dan 14.70. Rata-rata GCG adalah 1.84 yang menunjukkan bahwa perbankan syariah di Indonesia mengimplementasikan GCG dengan kualitas yang baik. Implementasi GCG terbaik diperoleh BCA Syariah dengan nilai rata-

rata komposit terendah yaitu 1.33 dengan kategori baik. Nilai komposit yang rendah menunjukkan kualitas implementasi GCG yang lebih baik. Rata-rata NPF adalah sebesar 3.48 yang masih dalam kategori sangat baik, artinya pembiayaan yang disalurkan perbankan syariah di Indonesia masih dalam kategori aman dan terkendali. Dana pihak ketiga tertinggi adalah 99,810 milyar rupiah yang dicapai oleh Bank Syariah Mandiri. Dan bank syariah terbesar di Indonesia adalah Bank Syariah Mandiri dengan aset sebesar 112.291,87 milyar rupiah.

Tabel 5.3. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

	ROA	ROE	GCG	NPF	Third-party funds	Size
Minimum	-10.77	-94.01	1.00	0.10	419.77	642.03
Maximum	3.81	57.98	3.00	12.52	99,810.00	112,291.87
Average	0.71	5.79	1.84	3.48	18,948.15	22,726.33
Std. deviation	1.59	15.01	0.58	2.23	22,517.81	26,026.39

Tabel 5.4. Kinerja dan Impelementasi GCG Perbankan Syariah Indonesia sebelum Pandemi (tahun 2011-2019)

Nama Bank	ROA	ROE	GCG
Bank Muamalat Indonesia	0.58	10.36	2.22
Bank Syariah Mandiri	1.13	11.94	1.56
BNI Syariah	1.43	11.26	1.78
BRI Syariah	0.62	4.89	1.78
Bank Mega Syariah	1.59	14.70	1.89
Bank Victoria Syariah	-0.28	-1.56	2.11
Bank Panin Syariah	-0.08	-6.90	1.78
Bank Bukopin Syariah	0.41	3.86	2.11
BCA Syariah	1.02	3.59	1.33

Hasil Pengujian Hipotesis

Hasil pengujian hipotesis disajikan pada tabel 5.5 berikut ini. Nilai P-value variabel GCG terhadap ROA dan ROE adalah lebih besar dari 0.05 sehingga dapat dinyatakan bahwa implementasi GCG tidak berdampak terhadap kinerja perbankan syariah di Indonesia sebelum pandemi. Nilai P-value NPF terhadap ROA dan

ROE adalah kurang dari 0.05 sehingga dapat dapat dinyatakan bahwa terdapat dampak signifikan dari non-performing financing terhadap kinerja perbankan syariah di Indonesia sebelum pandemi. Nilai P-value dari third-party funds terhadap ROA adalah lebih besar dari 0.05 sementara terhadap ROE mempunyai nilai yang lebih rendah dari 0.05. Dengan demikian, third-party funds hanya berdampak terhadap ROE secara signifikan. Hasil lainnya adalah bahwa nilai P-value size tidak kurang dari 0.05 yang berarti tidak ada dampak signifikan dari size terhadap ROA dan ROE. Namun demikian, nilai P-value size adalah kurang dari 0,10 yang berarti size bisa juga berdampak signifikan pada ROA perbankan syariah di Indonesia sebelum pandemi.

Tabel 5.5. Hasil Pengujian Hipotesis

Hypotheses	Path Coeff.	P-value	Decision
GCG → ROA	0.016	0.425	Rejected
GCG → ROE	0.019	0.420	Rejected
NPF → ROA	-1.292	<0.001	Accepted**
NPF → ROE	-1.214	<0.001	Accepted**
Third-party funds → ROA	0.553	0.323	Rejected
Third-party funds → ROE	2.206	0.046	Accepted**
Size → ROA	-0.287	0.406	Rejected
Size → ROE	-1.838	0.083	Accepted*

Note: ** significance at 5%, * significance at 10%

Pembahasan

Hasil penelitian memberikan gambaran bahwa implementasi GCG tidak berdampak secara signifikan terhadap profitabilitas perbankan syariah di Indonesia, baik ROA maupun ROE. Hasil yang berkebalikan teori secara umum yang menyatakan bahwa penerapan GCG akan meningkatkan kinerja perbankan. Temuan ini juga tidak sejalan dengan hasil studi sebelumnya yang menemukan bukti signifikannya penerapan GCG terhadap ROA dan ROE (Manu *et al.*, 2019). Kualitas penerapan GCG akan meningkatkan pengelolaan usaha sehingga akan mampu mempengaruhi profitabilitas (Ferdyant *et al.*, 2014). GCG yang

diukur dengan indeks CG hanya berdampak kecil terhadap ROA (Farooq *et al.*, 2022). Ofoeda (2017) mengukur GCG dengan mekanisme GCG dan menemukan hubungan signifikan GCG terhadap profitabilitas. Boachie (2021) juga membuktikan pengaruh signifikan struktur GCG terhadap ROA dan ROE bank di Ghana. Temuan lainnya menunjukkan bahwa dua ukuran variabel tata kelola, yaitu rapat dewan dan remunerasi menjelaskan profitabilitas bank sektor publik dan hanya dualitas yang menjelaskan profitabilitas bank sektor swasta (Narwal & Pathneja, 2016). Studi lain menjelaskan bahwa terdapat hubungan signifikan dari board size (sebagai ukuran GCG) terhadap ROA perusahaan keluarga di Jordania (Saidat *et al.*, 2019).

Kinerja perbankan syariah di Indonesia lebih ditentukan oleh faktor lainnya yaitu non-performing financing (NPF). Studi ini menemukan bukti signifikan pengaruh dari NPF terhadap ROA dan ROE. NPF mempunyai pengaruh negatif yang berarti semakin kecil NPF maka ROA dan ROE perbankan syariah akan meningkat. Peraturan Bank Indonesia menyebutkan bahwa NPF yang sehat adalah kurang dari 5%. Rata-rata NPF perbankan syariah di Indonesia selama tahun 2011-2019 adalah 3.48%. Pengaruh signifikan dari NPF terhadap ROA dan ROE sesuai dengan temuan peneliti sebelumnya (Saif-Alyousfi & Saha, 2021). Namun demikian, terdapat temuan yang menunjukkan tidak signifikannya NPF terhadap profitabilitas (Lisa, 2016).

Hasil penelitian juga memperlihatkan dampak signifikan dari dana pihak ketiga terhadap ROE. Namun, dana pihak ketiga tidak berdampak pada ROA. Besaran DPK yang dikelola oleh bank syariah akan menciptakan peluang untuk penyaluran pembiayaan yang lebih luas. Bank syariah akan mampu meraih keuntungan dari pembiayaan yang disalurkan kepada nasabah. Dampak signifikan DPK terhadap profitabilitas telah dibuktikan oleh banyak peneliti (Lisa, 2016). Jumlah tabungan yang berhasil dikumpulkan oleh bank akan berdampak pada meningkatnya profitabilitas (Teixeira *et al.*, 2021). Pinjaman bisnis adalah penentu keuntungan bank yang signifikan secara statistik (Ekpu & Paloni, 2016). Walaupun demikian, terdapat peneliti yang menemukan tidak signifikannya

DPK terhadap kinerja bank (Salman, 2021). Jumlah DPK yang ada belum dapat dikelola oleh bank sehingga tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap profitabilitas bank.

Studi ini juga tidak berhasil menemukan dampak signifikan dari ukuran bank terhadap kinerja. Ukuran bank tidak berpengaruh secara signifikan terhadap ROA dan ROE. Ukuran bank hanya berpengaruh signifikan terhadap ROE dengan tingkat signifikansi 10% dan koefisien yang negatif. Besarnya aset yang dimiliki oleh bank syariah tidak mampu dikelola dengan baik dan tidak mampu menentukan tingkat profitabilitas bank. Temuan ini tidak sejalan dengan hasil studi sebelumnya yang menemukan bukti empiris pengaruh signifikan dari ukuran terhadap ROA (Khasawneh, 2016) dan pengaruh signifikan ukuran terhadap ROE (Shawtari, 2018). Fidanoski *et al.* (2018) juga berhasil menemukan dampak crucial dan positif dari ukuran aset bank terhadap profitabilitas. Selain itu, Boachie (2021) membuktikan pengaruh signifikan ukuran bank di Ghana terhadap profitabilitas. ROA dan ROE bank syariah terbukti signifikan dipengaruhi oleh size (Duasa *et al.*, 2014). Ali & Puah (2019) menemukan bukti empiris bahwa ukuran bank merupakan determinan dari profitabilitas.

NPF menjadi variabel yang terbukti signifikan terhadap kinerja perbankan syariah di Indonesia. Oleh karena itu, perbankan syariah seharusnya memberikan perhatian serius terhadap NPF. Peraturan Bank Indonesia telah memberikan pedoman bagi bank syariah untuk mengelola NPF yang ada. NPF bank syariah tidak boleh lebih dari 5% agar masih dinyatakan sehat. Jika NPF telah melebihi 5% maka bank syariah harus segera mengambil keputusan strategis untuk mengendalikan NPF. NPF menunjukkan resiko yang mungkin akan ditanggung oleh bank dengan tidak terbayarnya sejumlah pembiayaan. NPF merupakan indikator pembiayaan yang membutuhkan perhatian khusus, kurang lancar, diragukan dan macet. NPF adalah indikator penting untuk melihat kesehatan bank.

DAMPAK INOVASI TEKNOLOGI KEUANGAN TERHADAP KINERJA PERBANKAN SYARIAH; SEBUAH AGENDA BERIKUTNYA

Penelitian ke depan bisa ditujukan untuk menganalisis profitabilitas perbankan syariah di Indonesia selama pandemi COVID-19. Penambahan variabel yang relatif baru dalam penelitian adalah inovasi teknologi keuangan. Tidak banyak penelitian sebelumnya yang mengkaji pengaruh inovasi teknologi keuangan terhadap kinerja perbankan. Padahal variabel inovasi sangat penting bagi perbankan dalam menghadapi tantangan perkembangan teknologi yang sangat cepat dan juga kondisi ekonomi dan bisnis sebagai dampak melandanya pandemi COVID-19. Layanan internet dan mobile banking yang baik merupakan bentuk inovasi teknologi keuangan yang bisa disediakan oleh perbankan (Khalifaturofi'ah, 2021).

Inovasi teknologi keuangan merujuk pada penyediaan layanan perbankan kepada nasabah dengan memanfaatkan teknologi untuk memudahkan nasabah dalam melaksanakan transaksi bisnis. Inovasi keuangan terbukti akan meningkatkan profitabilitas secara signifikan (Khalifaturofi'ah, 2021). Inovasi juga akan meningkatkan nilai perusahaan (Olalere *et al.*, 2021). Industri keuangan dapat ditingkatkan kinerjanya melalui inovasi dan strategi transformasi digital (Kurniawan *et al.*, 2021). Inovasi keuangan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap kinerja perbankan di Kenya (Chipeta & Muthinja, 2018).

Hasil penelitian lainnya juga mengindikasikan bahwa inovasi layanan memiliki pengaruh signifikan tertinggi terhadap kinerja keuangan dan non keuangan perusahaan, diikuti oleh inovasi proses. Pemasaran dan inovasi organisasi memiliki rute panjang untuk berkontribusi pada kinerja keuangan perusahaan melalui kinerja inovatif dan nonkeuangan (Islam, 2022). Temuan lainnya menegaskan bahwa mobile banking, internet banking dan sms banking berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan bank syariah di Indonesia (Syahwildan & Damayanti, 2022).

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa adopsi teknologi inovatif (transfer E-Money, Perbankan telepon,

Perbankan Internet dan, Kontrol internal) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif bank umum di Kenya (Odhiambo & Mang'ana, 2022). Studinya merekomendasikan penggunaan kartu kredit untuk melakukan transaksi online seperti pembayaran tanpa kartu untuk meningkatkan akses ke layanan keuangan, Bank komersial mempertimbangkan untuk mengadaptasi Fintech inovatif berbasis seluler untuk meningkatkan jangkauan keseluruhan layanan perbankan kepada masyarakat, bank komersial untuk memasukkan peringatan otomatis sistem jika terjadi pencurian di ATM dan akhirnya, sistem yang sesuai untuk mengautentikasi identitas pengguna ditempatkan di daerah terpencil untuk meningkatkan keamanan dan meningkatkan kepercayaan pengguna dalam menggunakan teknologi internet.

Sementara itu, terdapat temuan penelitian yang menunjukkan bahwa inovasi FinTech mengurangi profitabilitas bank dan kualitas aset secara agregat, sebuah temuan yang lebih menonjol untuk bank umum milik negara yang besar, hal itu meningkatkan kecukupan modal dan efisiensi manajemen bank, meskipun pada tingkat yang lebih kecil untuk bank kebijakan dan bank komersial milik negara (Zhao *et al.*, 2022). Selain itu, kemampuan FinTech khusus bank, yang diukur dengan aplikasi paten dan klaim, memiliki efek serupa pada kinerja bank. Implikasinya, dalam menghadapi perkembangan FinTech, bank harus lebih fokus pada peningkatan kapabilitas teknologi FinTech daripada kesulitannya dan apa yang dilakukan persaingan. Bank kecil secara khusus dapat mencapai rekayasa ulang dan inovasi proses bisnis dengan lebih andal dengan secara aktif bekerja sama dengan perusahaan FinTech.

SIMPULAN

Studi ini bertujuan untuk menganalisis dampak implementasi GCG terhadap kinerja perbankan syariah di Indonesia. Implementasi GCG dilihat dari hasil self-assesment yang dilakukan oleh masing-masing bank untuk mengukur kualitas penerapan GCG. Sedangkan kinerja diukur dengan profitabilitas

(ROA dan ROE). Hasil penelitian menunjukkan bahwa perbankan syariah mampu menerapkan GCG dengan baik. Kinerja perbankan syariah selama tahun 2011-2019 berada dalam kategori cukup baik. Hasil pengujian hipotesis mengindikasikan tidak signifikannya dampak implementasi GCG terhadap ROA dan ROE. GCG yang baik tidak menjamin kinerja yang baik oleh bank. Dampak signifikan ditemukan dari NPF terhadap ROA dan ROE secara negatif. Semakin kecil NPF bank syariah maka ROA dan ROE akan meningkat secara signifikan.

Jumlah DPK juga mempunyai dampak signifikan terhadap ROE. Jumlah DPK yang dikelola oleh bank syariah akan memungkinkan bank syariah dapat berkreasi dalam menyalurkan pembiayaan. Ukuran bank tidak terbukti menentukan profitabilitas bank syariah. Jumlah aset yang dimiliki oleh bank syariah tidak mampu dikelola dengan baik untuk menghasilkan keuntungan. Bank syariah harus lebih kreatif dalam mengelola bisnisnya sehingga mampu menghadapi tantangan yang ada.

Keterbatasan penelitian ini adalah pengukuran variabel dalam studi ini. Implementasi GCG banyak diteliti dengan berbagai ukuran seperti dengan indeks GCG atau dengan mekanisme GCG. Pengukuran variabel ukuran bank juga telah banyak dibuktikan oleh peneliti sebelumnya. Oleh karena itu, variasi pengukuran variabel penelitian perlu dicoba oleh peneliti selanjutnya untuk menemukan hasil yang mungkin berbeda. Variabel makro ekonomi juga bisa ditambahkan untuk analisis penentu profitabilitas seperti inflasi dan lainnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kami sampaikan kepada LPPM Universitas Negeri Semarang atas pendanaan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Harbi, A., 2019. The Determinants of Conventional Banks Profitability in Developing and Underdeveloped OIC Countries. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 24(47), pp.4–28.

- Al-Sartawi, A.M.A.M., & Reyad, S.M.R., 2019. The Relationship between the Extent of Online Financial Disclosure and Profitability of Islamic Banks. *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 17(2), pp.343–362.
- Alharbi, A.T., 2017. Determinants of Islamic Banks' Profitability: International Evidence. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 10(3), pp.331–350.
- Ali, M., & Puah, C.H., 2019. The Internal Determinants of Bank Profitability and Stability: An Insight from Banking Sector of Pakistan. *Management Research Review*, 42(1), pp.49–67.
- Boachie, C., 2021. Corporate Governance and Financial Performance of Banks in Ghana: the Moderating Role of Ownership Structure. *International Journal of Emerging Markets*, 2021.
- Chipeta, C., & Muthinja, M.M., 2018. Financial Innovations and Bank Performance in Kenya: Evidence from Branchless Banking Models. *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 21(1), pp.1–11.
- Duasa, J., Raihan Syed Mohd Zain, S., & Tarek Al-Kayed, L., 2014. The Relationship between Capital Structure and Performance of Islamic Banks. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 5(2), pp.158–181.
- Ekpu, V., & Paloni, A., 2016. Business Lending and Bank Profitability in the UK. *Studies in Economics and Finance*, 33(2), pp.302–319.
- Elseoud, M.S.A., Yassin, M., & Ali, M.A.M., 2020. Using a Panel Data Approach to Determining the Key Factors of Islamic Banks' Profitability in Bahrain. *Cogent Business and Management*, 7(1), pp.1–16.
- Farooq, M., Noor, A., & Ali, S., 2022. Corporate Governance and Firm Performance: Empirical Evidence from Pakistan. *Corporate Governance (Bingley)*, 22(1), pp.42–66.
- Ferdyant, F., ZR, R.A., & Takidah, E., 2014. Pengaruh Kualitas Penerapan Good Corporate Governance dan Risiko Pembiayaan terhadap Profitabilitas Perbankan Syariah. *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, 1(2), pp.134–149.

- Fidasoski, F., Choudhry, M., Davidović, M., & Sergi, B.S., 2018. What Does Affect Profitability of Banks in Croatia? *Competitiveness Review*, 28(4), pp.338–367.
- Gati, V., Nasih, M., Agustia, D., & Harymawan, I., 2020. Islamic Index, Independent Commissioner and Firm Performance. *Cogent Business and Management*, 7(1), pp.1–12.
- Hakimi, A., Rachdi, H., Ben-Selma-Mokni, R., & Hssini, H., 2018. Do Board Characteristics Affect Bank Performance? Evidence from the Bahrain Islamic Banks. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 9(2), pp.251–272.
- Hery., 2020. *Manajemen Perbankan (1st ed.)*. Grasindo.
- Hidayat, S.E., Sakti, M.R.P., & Al-Balushi, R.A.A., 2021. Risk, Efficiency and Financial Performance in the GCC Banking Industry: Islamic Versus Conventional Banks. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(4), pp.564–592.
- Islam, M.M., 2022. Innovations and Service Firms' Performance: A Firm-level Mediating and Moderating Effects Analysis for India. *International Journal of Innovation Science*, 2022.
- Jensen, M.C., & Meckling, W.H., 1976. Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3(1), pp.305–360.
- Khalifaturofi'ah, S.O., 2021. Cost Efficiency, Innovation and Financial Performance of Banks in Indonesia. *Journal of Economic and Administrative Sciences*, 2021.
- Khan, S., Baig, N., Hussain, S., Usman, M., & Manzoor, H., 2021. Bank-Firm Equity-based Relationships and Firm's Performance: Evidence from Islamic and Conventional Banks of OIC Countries. *Cogent Business and Management*, 8(1), pp.1–28.
- Khasawneh, A.Y., 2016. Vulnerability and Profitability of MENA Banking System: Islamic Versus Commercial Banks. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 9(4), pp.454–473.
- Kinanti, R.A., & Purwohandoko, P., 2017. Influence of Third-Party Funds, CAR, NPF and FDR Towards the Return on Assets of Islamic Banks in Indonesia. *JEMA: Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi Dan Manajemen*, 14(02), pp.135.

- Kurniawan, A., Rahayu, A., & Wibowo, L.A., 2021. Pengaruh Transformasi Digital Terhadap Kinerja Bank Pembangunan Daerah Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Keuangan Dan Perbankan (JIKA)*, 10(2), pp.158–181.
- Lisa, O., 2016. Determinants Distribution of Financing and the Implications to Profitability: Empirical Study on Cooperative Sharia Baitul Maal wa Tamwil (BMT) in Indonesia. *Asian Journal of Accounting Research*, 1(2), pp.44–51.
- Manu, R.E.H.R., Alhabsji, T., Rahayu, S.M., & Nuzula, N.F., 2019. The Effect of Corporate Governance on Profitability, Capital Structure and Corporate Value. *Research Journal of Finance and Accounting*, 10(8), pp.202–214.
- Narwal, K.P., & Pathneja, S., 2016. Effect of Bank-specific and Governance-specific Variables on the Productivity and Profitability of Banks. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 65(8), pp.1057–1074.
- Nurkhin, A., Rohman, A., Rofiq, A., & Mukhibad, H., 2018. The Role of the Sharia Supervisory Board and Corporate Governance Mechanisms in Enhancing Islamic Performance—evidence from Indonesia. *Banks and Bank Systems*, 13(4), pp.85–95.
- Odhiambo, O.E., & Mang'ana, R., 2022. Strategic Adoption of Technological Innovations on Competitive Advantage of Commercial Banks in Kenya. *Journal of Business and Strategic Management*, 7(2), pp.16–36.
- Ofoeda, I., 2017. Corporate Governance and Non-bank Financial Institutions Profitability. *International Journal of Law and Management*, 59(6), pp.854–875.
- Olalere, O.E., Kes, M.S.E.M., Islam, A., & Rahman, S., 2021. The Effect of Financial Innovation and Bank Competition on Firm Value : A Comparative Study of Malaysian and Nigerian Banks. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(6), pp.245–253.
- Parenrengi, S., & Hendratni, T.W., 2018. Pengaruh Dana Pihak Ketiga, Kecukupan Modal dan Penyaluran Kredit terhadap Profitabilitas Bank. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 1(1), pp.9–18.

- Saidat, Z., Silva, M., & Seaman, C., 2019. The Relationship Between Corporate Governance and Financial Performance: Evidence from Jordanian Family and Nonfamily Firms. *Journal of Family Business Management*, 9(1), pp.54–78.
- Saif-Alyousfi, A.Y.H., & Saha, A., 2021. Determinants of Banks' Risk-Taking Behavior, Stability and Profitability: Evidence from GCC Countries. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 2021.
- Salman, K.R., 2021. The Effect of Non-performing Financing an Third Party Funds on the Profitability Through PS/RS and PLS Financing. *International Journal of Islamic Banking and Finance Research*, 6(1), pp.19–31.
- Shawtari, F.A.M., 2018. Ownership Type, Bank Models, and Bank Performance: The Case of the Yemeni Banking Sector. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 67(8), pp.1271–1289.
- Syahwildan, M., & Damayanti, T., 2022. Fintech terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Syariah di Indonesia. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), pp.438–443.
- Teixeira, J.C., Vieira, C., & Ferreira, P., 2021. The Effects of Government Bonds on Liquidity Risk and Bank Profitability in Cape Verde. *International Journal of Financial Studies*, 9(1), pp.1–23.
- Tjondro, D., & Wilopo, R., 2011. Pengaruh Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Profitabilitas Dan Kinerja Saham Perusahaan Perbankan Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia. *Journal of Business and Banking*, 1(1), pp.1–14.
- Zarrouk, H., Ben-Jedidia, K., & Moualhi, M., 2016. Is Islamic Bank Profitability Driven by Same Forces as Conventional Banks? *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 9(1), pp.46–66.
- Zhao, J., Li, X., Yu, C.H., Chen, S., & Lee, C.C., 2022. Riding the FinTech Innovation Wave: FinTech, Patents and Bank Performance. *Journal of International Money and Finance*, 122, pp.102552.

BAB VI. FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN HALAL PADA PENGGUNA GOFOOD DAN SHOPEE FOOD

Fachrurrozie¹, Muhsin², Ahmad Nurkhin³, Hasan Mukhibad⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang

fachrurais@mail.unnes.ac.id; muhsin@mail.unnes.ac.id;

ahmadnurkhin@mail.unnes.ac.id;

hasanmukhibad@mail.unnes.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.15294/ie.v1i2.115>

Abstrak

Laporan State of The Global Islamic Economy 2016/2017 yang diterbitkan oleh Thomson Reuters menempatkan Indonesia di peringkat pertama untuk konsumen produk makanan halal yaitu sebesar \$154,9 Miliar. Industri halal akan terus berkembang dengan semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat muslim. Perkembangan aplikasi penyedia makanan halal secara online melalui platform gofood dan shopee food juga terus menanjak permintaannya. Penelitian ini berusaha untuk menganalisis determinan keputusan pembelian makanan halal oleh pengguna gofood dan shopee food. Pendekatan yang digunakan adalah theory of planned behavior (TPB), teori perilaku konsumen, dan the unified theory of acceptance and usage of technology (UTAUT2). Sampel penelitian adalah pengguna gofood dan shopee food yang ditentukan berdasarkan sampel accidental. Dan diperoleh sebanyak 104 responden. Metode pengambilan data yang digunakan adalah kuesioner. Instrumen penelitian dikembangkan dari berbagai penelitian sebelumnya dan teori yang digunakan (TPB, UTAUT2). Kuesioner didistribusikan kepada responden secara online melalui platform google form yang telah dibuat. Metode analisis data yang digunakan analisis jalur. Hasil penelitian membuktikan bahwa konstruk yang dikembangkan dari TPB mampu menjelaskan dengan baik perilaku pembelian makanan halal. Attitude toward dan subjective norm mampu mempengaruhi

intensi pengguna dalam membeli makanan halal. Intensi seseorang tersebut kemudian menentukan keputusan pembelian makanan halal secara positif. Halal awareness juga mampu menjadi prediktor yang signifikan. Namun demikian, *perceived behavioral control* halal literacy, *religious commitment*, literasi keuangan, dan konstruk dari UTAUT2 (*price value*, *hedonic motivation*, *habit*) tidak terbukti memberikan pengaruh terhadap intensi pembelian makanan halal.

Kata kunci: Keputusan Pembelian Makanan Halal, UTATU2, TPB, Pembelian Online

PENDAHULUAN

Industri halal mengalami perkembangan yang sangat pesat secara global. Rata-rata pembelanjaan Muslim sedunia mencapai US \$2,2tn pada tahun 2018 dalam kategori makan, farmasi, dan lifestyle. Permintaan makanan halal meningkat pada konsumen muslim milenial (Wibowo *et al.*, 2021). Di Malaysia, sektor produk dan jasa halal adalah salah satu sektor yang sangat penting dalam menunjang perekonomian (Marmaya *et al.*, 2019). Laporan State of The Global Islamic Economy 2016/2017 yang diterbitkan oleh Thomson Reuters menempatkan Indonesia di peringkat pertama untuk konsumen produk makanan halal yaitu sebesar \$154,9 Miliar (Waharini & Purwantini, 2018).

Consumer engagement juga bisa menentukan perilaku konsumen makanan karena pola interaksi secara fisik dan psikologis konsumen terhadap produk atau jasa yang diberikan (Hassan & Pandey, 2020). Banyak faktor yang menyebabkan konsumen untuk memilih makanan halal dan membelinya kembali di kemudian hari seperti konstruk dari theory of planned behavior atau TPB (Wibowo *et al.*, 2021), religiusitas dan literasi halal (A. Khan *et al.*, 2022), halal food awareness (Akin & Okumus, 2020), spiritual, kepuasan, image, dan kepercayaan (Muflih & Juliana, 2021), dan juga literasi halal (M. A. Khan *et al.*, 2021).

Teori perilaku berencana dapat digunakan untuk memahami perilaku konsumen muslim terhadap makanan halal (Wibowo *et al.*, 2021). Hasil penelitiannya menemukan bahwa

subjective norm dan perceived behavior control mempunyai pengaruh signifikan terhadap intensi membeli makanan halal kaum milenial Indonesia. Temuan lain mengindikasikan peran moderasi dari tingkat pendidikan. Peneliti yang lain juga menggunakan TPB dan menemukan pengaruh yang signifikan dari attitude, social norms, dan perceived behavioral control terhadap intensi pembelian makanan halal pada konsumen di India (A. Khan *et al.*, 2022). Tidak ditemukan pengaruh signifikan dari religiusitas dan literasi halal secara langsung terhadap intensi pembelian makanan halal. Namun demikian, religiusitas dan literasi halal dapat menentukannya secara tidak langsung melalui konstruk TPB. Temuan lain menunjukkan bahwa faktor resiko psikologis dan tendensi perilaku berpengaruh signifikan terhadap sikap membeli produk makanan halal pada muslim Turkey, sementara faktor halal food awareness tidak terbukti signifikan (Akın & Okumuş, 2020).

Teori yang dapat juga digunakan adalah teori konsumsi. Penelitian telah membuktikan pengaruh signifikan dari kepuasan, image dan trust terhadap pembelian makanan berlabel halal pada konsumen di Bandung. Tidak dapat dibuktikan pengaruh signifikan dari spiritual (Muflih & Juliana, 2021). Peneliti lainnya berusaha untuk membuktikan faktor yang mempengaruhi brand relationship quality makanan halal dan menemukan pengaruh signifikan dari experiential value, price dan religiosity. Temuan lain juga membuktikan peran mediasi dari halal literacy (M. A. Khan *et al.*, 2021).

Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa TPB dapat menjelaskan dengan baik perilaku pembelian makanan halal walaupun masih terdapat hasil yang berbeda (A. Khan *et al.*, 2022). Hasil yang beragam ditemukan pada hubungan antara faktor religiusitas dan literasi halal terhadap keputusan pembelian makanan halal. Terdapat pengaruh signifikan dari literasi halal terhadap keputusan pembelian makanan halal (Sardiana, 2019). Hasil sebaliknya ditemukan peneliti lainnya (A. Khan *et al.*, 2022). Faktor religiusitas adalah penting dalam menentukan muslim dalam pengambilan keputusan pembelian makanan halal (Suhartanto *et al.*, 2020), namun sebaliknya terdapat bukti empiris

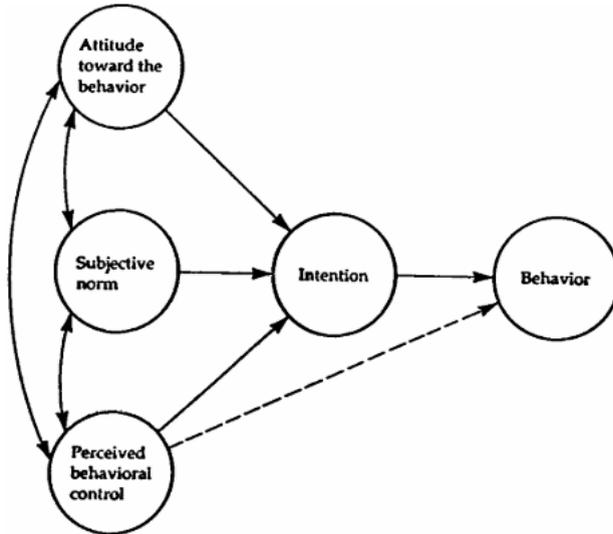
yang mengindikasikan pengaruh tidak signifikan dari faktor religious terhadap keputusan pembelian makanan halal (Muflih & Juliana, 2021). Di sisi lain, temuan menjelaskan bahwa religiusitas terbukti berpengaruh positif dan signifikan (Usman *et al.*, 2021b).

Hasil yang masih beragam pada faktor penentu keputusan pembelian makanan halal menarik untuk dilakukan penelitian lanjutan dengan kajian dari perspektif lain dan konteks lain yang lebih relevan seperti perilaku pembelian makanan halal secara online. Urgensi dari penelitian ini adalah penambahan konsep UTAUT2 untuk bisa lebih memahami perilaku konsumsi masyarakat Muslim milenial yang sering menggunakan aplikasi go-food dan shopee food. Peningkatan transaksi online pada kedua platform tersebut menarik untuk diteliti lebih komprehensif. Perilaku muslim dalam mengonsumsi makanan (halal) menjadi sangat penting. Faktor-faktor yang mempengaruhinya juga menjadi lebih beragam, apakah karena faktor ekonomis ataukah faktor halal yang lebih menentukan keputusan pembelian makanan halal tersebut.

KERANGKA TEORI PEMBELIAN MAKANAN HALAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori yang sering digunakan untuk memahami perilaku konsumen muslim dalam pembelian makanan halal diantaranya adalah theory of planned behavior (Akin & Okumuş, 2020; A. Khan *et al.*, 2022; Marmaya *et al.*, 2019; Sherwani *et al.*, 2018; Wibowo *et al.*, 2021). Teori konsumsi juga dapat digunakan (Muflih & Juliana, 2021). Penelitian mengenai perilaku konsumen makanan halal telah banyak dilakukan, paling banyak ditemui di Asia adalah peneliti dari Malaysia, Indonesia, Pakistan, China dan Thailand. Selain teori TPB, theory of reasoned action (TRA) merupakan teori yang sering digunakan (Iranmanesh *et al.*, 2021). Kedua teori tersebut menjelaskan perilaku seseorang yang akan melakukan sesuatu dengan perencanaan sebelumnya. Perilaku konsumsi makanan halal adalah perilaku yang terencana. Terdapat faktor attitude toward the behavior, subjective norm, perceived behavioral control yang akan menentukan perilaku terencana

seseorang melalui intensi terlebih dahulu (Ajzen, 1991) seperti tampak pada gambar 6.1 berikut ini.



Gambar 6.1. Kerangka Theory of Planned Behavior

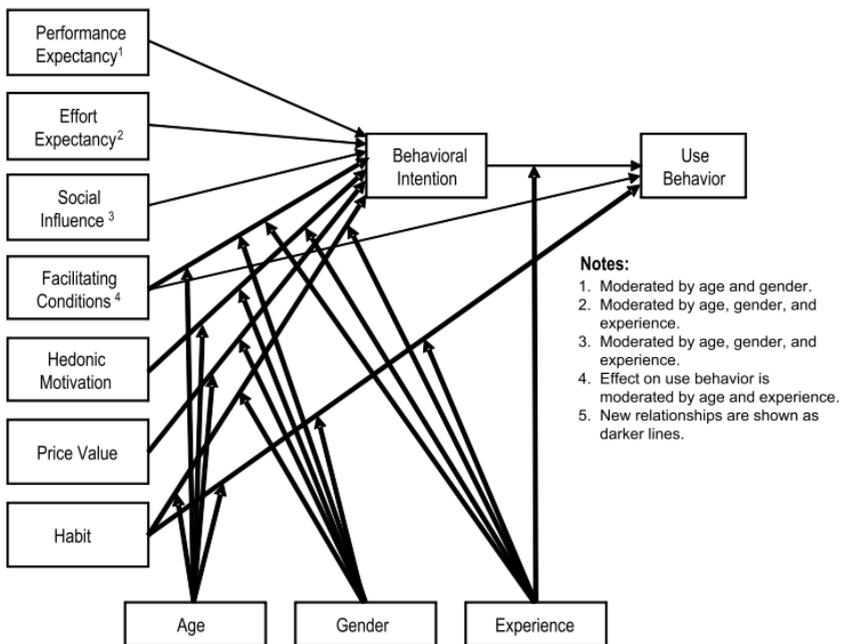
Dalam konsep TPB, ditemukan pengaruh signifikan dari subjective norms dan perceived behavioral control terhadap intensi pembelian makanan halal pada Gen Y di Malaysia (Marmaya *et al.*, 2019). Dengan mengembangkan TPB, ditemukan juga pengaruh signifikan dari komitmen religious, religious self-identity, dan attitude terhadap kemauan membeli makanan halal pada konsumen di Malaysia. Komitmen religious juga berperan signifikan memoderasi hubungan antara perceived behavioral control terhadap willingness to pay halal food. Walaupun demikian, tidak dapat dibuktikan pengaruh signifikan dari subjective norms dan perceived behavioral control terhadap willingness to pay halal food (Iranmanesh *et al.*, 2020). Attitude dan perceived control behavior menentukan Muslim di Jerman untuk mengkonsumsi daging halal (Sherwani *et al.*, 2018). Sementara itu, intensi pembelian daging halal pada Muslim China ditentukan oleh attitude towards the consumption of halal meat, personal conviction, motivation to comply, perceived control over

consuming halal meat and perceived availability of halal meat (Ali *et al.*, 2018).

Studi lain mengembangkan muslim consumer decision-making style (MCDMS) dengan 10 dimensi dan menemukan pengaruh signifikan terhadap intensi pembelian makanan halal. Religiusitas juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan (Usman *et al.*, 2021b). Nilai personal utama teridentifikasi menjadi faktor penting dalam konsumsi makanan halal oleh muslim di Indonesia dan Malaysia (Arsil *et al.*, 2018). Halal awareness, logo halal dan attitude terbukti berpengaruh signifikan terhadap intensi pembelian makanan halal (Bashir, 2019).

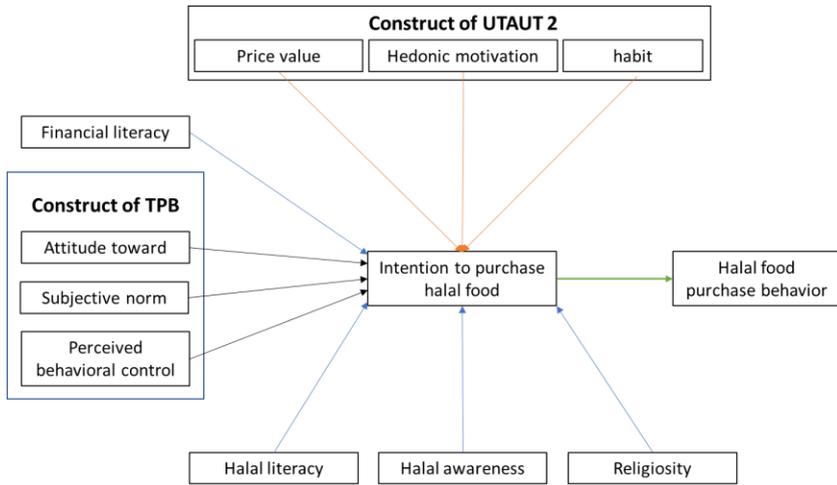
Literasi halal sangat penting bagi konsumen makanan halal, karena akan mengetahui lebih baik tentang syariah (halal dan thoyibnya makanan) (M. A. Khan *et al.*, 2021). Secara empiris telah terbukti bahwa literasi halal dapat mempengaruhi pembelian makanan halal (Sardiana, 2019). Malah, konsumen non-muslim di Cape Town Afrika Selatan mempunyai awareness yang positif terhadap makanan halal, termasuk keuntungan dan proses pembuatan makanan halal (Bashir, 2020). Loyalitas mengonsumsi makanan halal sangat ditentukan oleh kualitas makanan dan religiusitas (Suhartanto *et al.*, 2020).

Hasil penelitian masih menunjukkan hasil yang beragam dalam bingkai TPB dan teori lainnya. Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis determinan keputusan pembelian makanan halal dengan menambahkan penggunaan teori UTAUT 2 karena desain penelitian menggunakan pengguna go-food dan shopee food. Konsumsi makanan melalui aplikasi tersebut mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Faktor yang menentukan pembelian makanan halal apakah hanya didorong faktor ekonomi ataukah lebih ditentukan oleh literasi halal dan religiusitas? Pertanyaan inilah yang akan dijawab dalam penelitian ini dengan mengombinasikan teori TPB dan UTAUT 2 khususnya faktor price dan habit. Model UTAUT 2 (Venkatesh *et al.*, 2012) disajikan pada gambar 6.2 berikut ini.



Gambar 6.2. Model UTAUT 2

UTAUT 2 merupakan pengembangan dari UTAUT dengan menambahkan beberapa konstruk seperti price value, hedonic, dan habit (Venkatesh *et al.*, 2012). Selain faktor kemudahan dan kebermanfaatan, seorang pengguna teknologi juga dipengaruhi oleh faktor lainnya seperti kebiasaan dan price value. Apakah pengguna go-food dan shopee food khususnya yang akan membeli makanan halal hanya akan terpengaruh dengan diskon yang diberikan ataukah lebih dipengaruhi faktor religious? Pertanyaan yang menarik untuk dibuktikan. Kerangka penelitian digambarkan pada model berikut ini.



Gambar 6.3. Kerangka Penelitian

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang ditujukan untuk menganalisis determinan keputusan pembelian makanan halal pada pengguna gofood dan shopee food. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna gofood dan shopee food di Kota Semarang. Sampel penelitian ditentukan berdasarkan *accidental sampling*. Responden yang menjadi sampel adalah yang merespon dan mengisi kuesioner yang telah disebar dan didistribusikan secara online (google form) melalui akun media sosial seperti grup whatsapp dan media sosial lainnya. Selama satu bulan distribusi instrumen penelitian diperoleh 103 responden.

Variabel penelitian ini terdiri dari intensi membeli makanan halal dan perilaku pembelian makanan halal sebagai variabel dependen. Sedangkan variabel bebasnya terdiri dari konstruk yang dikembangkan dari TPB, UTAUT2 dan variabel lainnya. Definisi operasional variabel penelitian ditunjukkan pada tabel 6.1 berikut ini.

Tabel 6.1. Definisi Operasional Variabel Penelitian

No.	Variabel Penelitian	Definisi
1.	Halal food behavior	perilaku pembelian makanan halal
2.	Halal food purchase intention	motivasi dan rencana seseorang ketika melakukan suatu perilaku pembelian makanan halal
3.	Attitude toward purchase halal food	tingkat kecenderungan evaluatif seseorang untuk melakukan pembelian makanan halal
4.	Subjective norm	kepatuhan seseorang terhadap norma sosial tertentu
5.	Perceived behavioral control	tingkat persepsi seseorang bahwa melakukan suatu perilaku berada di bawah kendalinya dan mudah dilakukan
6.	Halal literacy	pengetahuan dan pemahaman seseorang mengenai kehalalan suatu makanan
7.	Halal awaranness	kepedulian seseorang tentang halal tidaknya makanan yang dikonsumsi
8.	Religious commitment	Komitmen seseorang terhadap agama yang dianut sebagai pandangan hidupnya
9.	Literasi keuangan	pengetahuan dan pemahaman seseorang mengenai keuangan yang dimiliki untuk dibelanjakan
10.	Price value	Nilai harga makanan halal yang dibeli
11.	Hedonic motivation	kesenangan atau kebahagiaan yang diperoleh dari penggunaan aplikasi pembelian makanan halal
12.	Habit	kebiasaan pembelian makanan halal secara daring

Metode pengambilan data yang digunakan adalah kuesioner. Instrumen penelitian dikembangkan dari berbagai penelitian sebelumnya dan teori yang digunakan (TPB, UTAUT2). Kuesioner didistribusikan kepada responden secara online melalui platform google form yang telah dibuat. Uji validitas dan

reliabilitas instrumen telah dilakukan dengan software IBM SPSS 25. Hasil uji validitas dengan menggunakan uji pearson correlation (if item deleted) mengindikasikan bahwa semua item pernyataan pada instrumen dapat dinyatakan valid karena mempunyai nilai pearson correlation yang lebih besar dari nilai r tabel dengan signifikansi kurang dari 0.05. Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai cronbach's alpha yang diperoleh. Hasilnya menunjukkan bahwa nilai Cronbach alpha lebih besar dari 0,6 sehingga dapat dinyatakan reliabel (lihat tabel 6.2).

Tabel 6.2. Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
1.	Halal food behavior	0.757	Reliabel
2.	Halal food purchase intention	0.686	Reliabel
3.	Attitude toward purchase halal food	0.896	Reliabel
4.	Subjective norm	0.855	Reliabel
5.	Perceived behavioral control	0.617	Reliabel
6.	Halal literacy	0.830	Reliabel
7.	Halal awaranness	0.648	Reliabel
8.	Religious commitment	0.866	Reliabel
9.	Literasi keuangan	0.610	Reliabel
10.	Price value	0.889	Reliabel
11.	Hedonic motivation	0.946	Reliabel
12.	Habit	0.862	Reliabel

Metode analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif dan analisis jalur. Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan variabel penelitian berdasarkan nilai rata-rata, nilai terendah, nilai tertinggi, dan standar deviasi. Analisis jalur digunakan untuk menentukan jawaban atas hipotesis yang telah dikembangkan. Software statistik yang akan digunakan adalah WarpPLS versi 6.0. Persamaan dalam analisis jalur adalah sebagai berikut:

$$\text{ITPHF} = \text{P1 ATT} + \text{P2 SN} + \text{P3 PBC} + \text{P4 HL} + \text{P4 HA} + \text{P6 RC} + \text{P7 LK} \\ + \text{P8 PV} + \text{P9 HM} + \text{P10 HBT} + \text{U1}$$

$$\text{HFPB} = \text{P1 ITPHF} + \text{U2}$$

Dimana;

- HFPB = halal food purchase behavior
- ITPHF = intention to purchase halal food
- ATT = attitude toward
- SN = subjective norm
- PBC = perceived behavioral control
- HL = halal literacy
- HA = halal awareness
- RC = religious commitment
- LK = literasi keuangan
- PV = price value
- HM = hedonic motives
- HBT = habit

HASIL DAN PEMBAHASAN

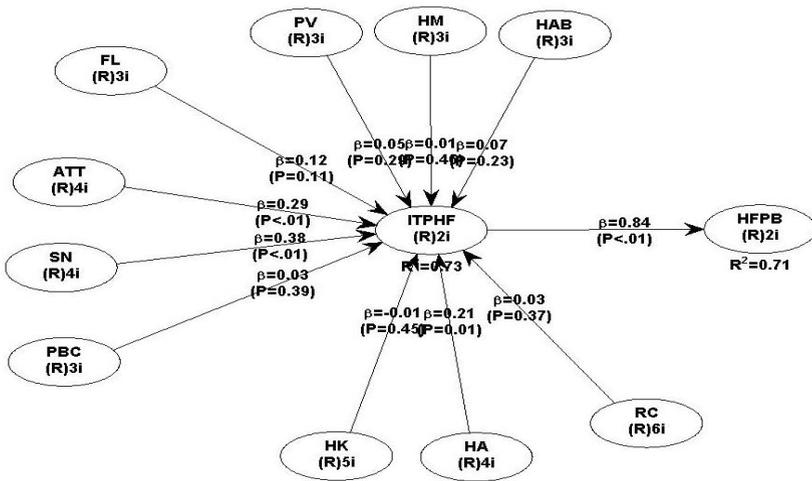
Penelitian ini telah dilakukan pada bulan Juni-Juli 2022. Data yang diperoleh telah diolah dengan menggunakan software WarpPLS versi 6.0. Hasil pengujian model tampak pada Tabel 6.3 berikut ini. Dari 7 indikator menunjukkan bahwa model telah fit dan dapat dilanjutkan analisis berikutnya.

Tabel 6.3. Hasil Evaluasi Model Fit

No.	Indikator	Rule of Thumb	Hasil Analisis	Keterangan
1.	Average Path Coefficient (APC)	p-value \leq 0.05	0.186, P=0.012	Diterima
2.	Average R-Squared (ARS)	p-value \leq 0.05	0.720, P<0.001	Diterima
3.	Average Adjusted R-Squared (AARS)	p-value \leq 0.05	0.704, P<0.001	Diterima

No.	Indikator	Rule of Thumb	Hasil Analisis	Keterangan
4.	Average Block VIF (AVIF)	acceptable if ≤ 5 , ideally ≤ 3.3	2.382	Diterima
5.	Average Full Collinearity VIF (AFVIF)	acceptable if ≤ 5 , ideally ≤ 3.3	2.535	Diterima
6.	R-Squared Contribution Ratio (RSCR)	acceptable if ≥ 0.9 , ideally = 1	0.999	Diterima
7.	Goodness Tenenhaus	Small ≥ 0.1 , medium ≥ 0.25 , large ≥ 0.36	0.708	Besar

Pengujian hipotesis penelitian melalui analisis jalur ditunjukkan pada gambar 6.4 dan tabel 6.4 berikut ini. Nilai p-value yang diperoleh pada variabel halal food purchase intention terhadap halal food purchase behavior adalah < 0.001 dengan koefisien sebesar 0.843. Artinya halal food purchase intention mampu mempengaruhi halal food purchase behavior secara positif. Hasil penelitian lainnya mengindikasikan hanya variabel attitude toward purchase halal food, subjective norm, dan Halal awaranness yang mampu menentukan intention to purchase halal food karena mempunyai nilai p-value kurang dari 0.05. Nilai p-value masing-masing adalah sebesar <0.001 dan 0.014 dengan koefisien masing-masing sebesar 0.291, 0.379, dan 0.206. Sementara variabel lainnya tidak terbukti mampu mempengaruhi halal food purchase intention karena nilai p-value yang diperoleh adalah lebih besar dari 0.05.



Gambar 6.4. Hasil Analisis Jalur

Tabel 6.4. Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Coefficient	P-value	Keterangan
Halal food purchase intention => Halal food purchase behavior	0.843	< 0.001	Diterima
Attitude toward purchase halal food => Halal food purchase intention	0.291	< 0.001	Diterima
Subjective norm => Halal food purchase intention	0.379	< 0.001	Diterima
Perceived behavioral control => Halal food purchase intention	0.028	0.388	Ditolak
Halal literacy => Halal food purchase intention	-0.014	0.445	Ditolak
Halal awaranceess => Halal food purchase intention	0.206	0.014	Diterima
Religious commitment => Halal food purchase intention	0.033	0.369	Ditolak
Literasi keuangan => Halal food purchase intention	0.119	0.106	Ditolak

Hipotesis	Coefficient	P-value	Keterangan
Price value => Halal food purchase intention	0.053	0.291	Ditolak
Hedonic motivation => Halal food purchase intention	0.011	0.455	Ditolak
Habit => Halal food purchase intention	0.072	0.227	Ditolak

Hasil penelitian memberikan bukti nyata bahwa intensi membeli makanan halal merupakan penentu perilaku pembelian makanan halal. Artinya seseorang yang membeli makanan halal telah mempunyai intensi yang kuat untuk melakukannya. Temuan ini sejalan dengan teori sebelumnya (TPB, UTAUT) yang menjelaskan bahwa intensi seseorang akan mempengaruhi perilaku terencananya. Intensi yang tinggi akan memperkuat tindakan yang akan dilakukan. Orang yang tidak mempunyai intensi maka akan cenderung untuk tidak melakukan sesuatu, termasuk pembelian makanan halal. Penelitian terdahulu juga telah banyak membuktikan bahwa keputusan pembelian makanan halal ditentukan oleh intensi (Wibowo *et al.*, 2021).

TPB merupakan teori yang sudah familiar digunakan untuk memahami perilaku terencana seseorang. Penelitian ini juga membuktikan bahwa konstruk TPB mampu menjelaskan perilaku pengguna aplikasi gofood dan shopee food dalam menentukan keputusan pembelian makanan halal. Attitude toward the behavior dan subjective norm mempunyai pengaruh signifikan terhadap intensi membeli makanan halal, walaupun konstruk perceived behavioral intention tidak berpengaruh secara signifikan. TPB menegaskan bahwa intensi seseorang dalam melakukan satu tindakan dipengaruhi sikap seseorang terhadap Tindakan yang akan dilakukan dan pemahaman norma yang dimiliki. Temuan penelitian searah dengan penelitian sebelumnya yang menemukan pengaruh positif dari attitude toward to purchase halal food (Sherwani *et al.*, 2018) (Ali *et al.*, 2018) dan subjective norm (Marmaya *et al.*, 2019) (Iranmanesh *et al.*, 2020).

Hasil penelitian lain menunjukkan hasil yang menarik dari pengaruh MCDMS terhadap keputusan pembelian makanan halal oleh pengguna gofood dan shopee food. Hanya halal awareness yang mampu menentukan intensi pembelian makanan halal secara positif dan signifikan, seperti temuan penelitian sebelumnya (Akin & Okumus, 2020) (Bashir, 2019). Sementara variabel lainnya seperti halal literacy dan religious commitment tidak mampu memberikan dampak signifikan terhadap intensi pembelian makanan halal. Temuan ini menegaskan bahwa perilaku konsumsi makanan halal melalui aplikasi gofood dan shopee food tidak terpengaruh secara mendasar dari faktor pengetahuan keagamaan seseorang. Peneliti sebelumnya juga tidak dapat membuktikan pengaruh signifikan dari spiritual (Muflih & Juliana, 2021). Tetapi kepedulian seseorang terhadap kehalalan makanan yang akan dikonsumsi masih menjadi pertimbangan penting.

Demikian juga dengan literasi keuangan yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap intensi membeli makanan halal. Dapat dipahami bahwa faktor makanan adalah kebutuhan dasar yang kadang tidak rasional dalam pola konsumsinya. Banyak orang yang sebenarnya tidak membutuhkan namun tetap membelinya. Literasi keuangan tidak mampu mempengaruhi intensi membeli makanan halal karena seseorang tidak perlu memiliki pengetahuan keuangan yang memadai untuk membeli makanan halal atau tidak. Faktor lain seperti karena memang sudah lapar atau kebutuhan lainnya menjadi lebih dominan untuk membeli makanan halal. Jika sedang tidak memiliki keuangan yang cukup, maka orang tersebut bisa meminjam kepada teman, saudara, atau lainnya dengan cepat tanpa memperhatikan resiko yang akan ditanggung di kemudian hari. Terpenting makanan halal yang akan dikonsumsi dapat segera terbeli.

Teori lain yang digunakan dalam penelitian ini adalah UTAUT2 karena setting penelitian yang menggunakan responden pengguna aplikasi online (go food dan shopee food). Perilaku membeli makanan halal baik secara online maupun secara konvensional bisa jadi berbeda. Aplikasi online bisa jadi tidak terlalu familiar bagi Sebagian masyarakat karena dianggap ribet

dan tidak praktis. Namun demikian, bagi sebagian masyarakat lainnya (apapun alasannya) menjadi sebuah tren saat ini dan didesak kebutuhan utama dalam memenuhi konsumsi selama pandemi. UTAUT2 merupakan teori baru dalam memahami perilaku seseorang dalam memanfaatkan sistem informasi (aplikasi online) untuk memenuhi kebutuhannya (Venkatesh *et al.*, 2012).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konstruk yang dikembangkan dari UTAUT2 (price value, hedonic motivation, habit) tidak terbukti mempunyai pengaruh signifikan terhadap intensi membeli makanan halal oleh pengguna gofood dan shopee food di Kota Semarang. Temuan ini tidak sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang membuktikan UTAUT2 dapat menjelaskan perilaku pemanfaatan teknologi informasi seseorang. Diskon yang tertera pada aplikasi gofood dan shopee food tidak menjadi pertimbangan penting dalam memutuskan pembelian makanan halal. Demikian juga dengan hedonic motivation dan habit yang tidak berpengaruh terhadap intensi membeli makanan halal. Keputusan pembelian makanan halal memang uni bagi konsumen. Konsumen mau melakukan pengeluaran yang lebih besar untuk memperoleh makanan halal. Hal ini sejalan dengan temuan sebelumnya bahwa halal awareness menjadi prediktor intensi membeli makanan halal. Harga makanan halal yang lebih besar tidak mempengaruhi konsumen, yang penting makanan tersebut adalah halal. Konsumen akan lebih tenang karena kehalalan makanan yang dibeli.

AGENDA PENELITIAN KE DEPAN

Perilaku pembelian dan konsumsi makanan halal menarik untuk diteliti. Islam adalah agama terbesar kedua dalam skala global. Di seluruh dunia, Muslim diperkirakan berjumlah lebih dari 1,9 miliar orang. Oleh karena itu, permintaan komoditas Halal diperkirakan akan mencapai tingkat pertumbuhan yang tinggi: oleh karena itu, sangat penting untuk meningkatkan keandalan dan ketertelusuran pasar globalnya (Bux *et al.*, 2022).

Banyak kajian yang dapat dilakukan pada penelitian berikutnya, seperti analisis yang lebih kompleks dengan analisis multi grup (Firdaus *et al.*, 2022) dengan membandingkan responden dari beberapa latar belakang. Analisis pada konsumen non-muslim juga menarik untuk dilakukan (Sthapit *et al.*, 2022). Konsumen non-muslim mempunyai alasan dan pengalaman tersendiri Ketika mengkonsumsi makanan halal. Atau analisis sebaliknya mengenai keengganan konsumen non-muslim untuk mencoba mengonsumsi makanan halal (Ramli *et al.*, 2021). Penelitian yang mengeksplorasi perbedaan antara kesadaran halal dan kesadaran bersertifikat halal, dan pengetahuan Muslim tentang halal dan bersertifikat halal, terutama dalam konteks makanan bersertifikat halal, masih sangat terbatas dalam literatur yang disediakan, jika tidak tersedia (Usman *et al.*, 2021a).

Variabel labelisasi halal juga menarik untuk dikaji lebih dalam. Peningkatan sertifikasi Halal bisa membuat industri Halal dipercaya di seluruh dunia. Dari sisi konsumen, masyarakat dapat memanfaatkan ketenangan pikiran dengan mempertimbangkan kepastian produk yang dibeli dan jaminan bahan dan bahan baku, terhadap keamanan dan ketahanan pangan dalam skala global (Bux *et al.*, 2022). Jaminan kehalalan makanan melalui label Halal dapat memenuhi spiritualitas konsumen muslim dalam menjalankan perintah Allah SWT untuk mengkonsumsi makanan halal, menciptakan citra produk, kepercayaan, kepuasan dan nilai emosional yang mendorong perilaku pembelian yang positif (Firdaus *et al.*, 2022). Temuan menunjukkan bahwa spiritualitas Muslim telah memperluas literatur pemasaran Islam untuk memprediksi perilaku konsumen Muslim. Perusahaan dapat menekankan dalam iklan bahwa logo bersertifikat Halal mencerminkan kualitas produk.

Selama dua dekade terakhir, peningkatan luar biasa dalam tren pembelian dan konsumsi makanan halal telah disaksikan baik di kalangan Muslim maupun non-Muslim (Syed *et al.*, 2022). Namun, penelitian tentang makanan halal masih belum matang dan perlu eksplorasi lebih lanjut. Selain itu, ada kelangkaan penelitian yang membahas dampak motivasi intrinsik pada niat membeli

makanan halal. Penelitian dapat dilakukan dengan tujuan untuk mengeksplorasi perilaku pembelian makanan halal yang termotivasi secara intrinsik, melalui "self-determination theory", yang didasarkan pada kebutuhan psikologis bawaan otonomi, kompetensi, dan keterkaitan. Hasilnya mengungkapkan bahwa keterkaitan adalah pendorong terkuat dari niat beli makanan halal, diikuti oleh kompetensi, sementara otonomi ditemukan sebagai prediktor terlemah dari niat beli makanan halal. Temuan ini memberi pemasar jalur baru untuk mengembangkan strategi yang termotivasi secara intrinsik dengan fokus khusus pada hubungan dekat.

SIMPULAN

Beberapa teori digunakan dalam penelitian ini untuk memahami keputusan pembelian makanan halal oleh pengguna aplikasi gofood dan shopee food di Kota Semarang, yaitu TPB, UTAUT2, dan MCDMS. Konstruk yang dikembangkan dari TPB mampu menjelaskan dengan baik perilaku pembelian makanan halal. Attitude toward dan subjective norm mampu mempengaruhi intensi pengguna dalam membeli makanan halal. Intensi seseorang tersebut kemudian menentukan keputusan pembelian makanan halal secara positif. Namun demikian, perceived behavioral control tidak terbukti memberikan pengaruh terhadap intensi pembelian makanan halal. Halal awareness yang dikembangkan dari MCDMS mampu menjadi prediktor signifikan intensi pembelian makanan halal, walaupun halal literacy dan religious commitment tidak berpengaruh. Hasil penelitian lainnya menunjukkan bahwa literasi keuangan dan konstruk dari UTAUT2 (price value, hedonic motivation, habit) tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi pembelian makanan halal.

Keputusan pembelian makanan halal oleh konsumen, khususnya konsumen muslim menarik untuk ditelaah lebih lanjut. Halal awareness adalah faktor penting karena mampu menjadi prediktor seseorang dalam membeli makanan halal. Oleh karena itu, konsumen muslim harus senantiasa ditingkatkan dan diingatkan mengenai pentingnya kehalalan makanan yang

dikonsumsi baik melalui pembelian secara online maupun secara konvensional. Konsumen diberikan edukasi bagaimana mengenal tanda halal pada sebuah makanan. Di samping itu, konsumen diberikan penguatan untuk memahami kehalalan makanan yang akan dikonsumsi. Penelitian selanjutnya bisa menambah jangkauan responden untuk bisa lebih memahami pola perilaku pembelian makanan halal dari berbagai lapisan masyarakat. Analisis juga bisa ditambahkan karena dalam penelitian ini tidak sampai pada perbandingan perilaku makanan halal dilihat dari profil responden (umur, gender, pendidikan, dan lainnya)..

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kami sampaikan kepada LPPM Universitas Negeri Semarang atas pendanaan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I., 1991. The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, pp.179–211.
- Akın, M.S., & Okumuş, A., 2020. Shaping the Consumers' Attitudes Towards Halal Food Products in Turkey. *Journal of Islamic Marketing*, 12(6), pp.1081–1096.
- Ali, A., Ali, A., Xiaoling, G., Sherwani, M., & Hussain, S., 2018. Expanding the Theory of Planned Behaviour to Predict Chinese Muslims Halal Meat Purchase Intention. *British Food Journal*, 120(1), pp.2–17.
- Arsil, P., Tey, Y.S., Brindal, M., Phua, C.U., & Liana, D., 2018. Personal Values Underlying Halal Food Consumption: Evidence from Indonesia and Malaysia. *British Food Journal*, 120(11), pp.2524–2538.
- Bashir, A.M., 2019. Effect of Halal Awareness, Halal Logo and Attitude on Foreign Consumers' Purchase Intention. *British Food Journal*, 121(9), pp.1998–2015.
- Bashir, A.M., 2020. Awareness of Purchasing Halal Food Among Non-Muslim Consumers: An Explorative Study with Reference to Cape Town of South Africa. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), pp.1295–1311.

- Bux, C., Varese, E., Amicarelli, V., & Lombardi, M., 2022. Halal Food Sustainability between Certification and Blockchain: A Review. *Sustainability (Switzerland)*, 14(4), pp.1–18.
- Firdaus, F.S., Ikhsan, R.B., & Fernando, Y., 2022. Predicting Purchase Behaviour of Indonesian and French Muslim Consumers: Insights from a Multi-group Analysis. *Journal of Islamic Marketing*, 2022.
- Hassan, Y., & Pandey, J., 2020. Examining the Engagement of Young Consumers for Religiously Sanctioned Food: The Case of Halal Food in India. *Young Consumers*, 21(2), pp.211–232.
- Iranmanesh, M., Mirzaei, M., Parvin-Hosseini, S.M., & Zailani, S., 2020. Muslims' Willingness to Pay for Certified Halal Food: an Extension of the Theory of Planned Behaviour. *Journal of Islamic Marketing*, 11(1), pp.14–30.
- Iranmanesh, M., Senali, M.G., Ghobakhloo, M., Nikbin, D., & Abbasi, G.A., 2021. Customer Behaviour Towards Halal Food: a Systematic Review and Agenda for Future Research. *Journal of Islamic Marketing*, 2021.
- Khan, A., Arafat, M.Y., & Azam, M.K., 2022. Role of Halal Literacy and Religiosity in Buying Intention of Halal Branded Food Products in India. *Journal of Islamic Marketing*, 13(2), pp.287–308.
- Khan, M.A., Hashim, S., & Bhutto, M.Y., 2021. Factors Affecting Brand Relationship Quality of Halal Food and The Mediating Role of Halal Literacy. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 11(14).
- Marmaya, N.H., Zakaria, Z., & Mohd Desa, M.N., 2019. Gen Y Consumers' Intention to Purchase Halal Food in Malaysia: a PLS-SEM Approach. *Journal of Islamic Marketing*, 10(3), pp.1003–1014.
- Muflih, M., & Juliana, J., 2021. Halal-labeled Food Shopping Behavior: the Role of Spirituality, Image, Trust, and Satisfaction. *Journal of Islamic Marketing*, 12(8), pp.1603–1618.
- Ramli, M.A., Abd Razak, M.A., & Jaafar, M.H., 2021. Understanding Non-Muslims' Reluctance to Halal Food: a Systematic Review.

- Journal of Islamic Marketing*, 2021.
- Sardiana, A., 2019. Halal Literacy and Halal Product Purchase Dimension: A Preliminary Study. *Insight Journal*, 6, pp.277-294.
- Sherwani, M., Ali, A., Ali, A., & Hussain, S., 2018. Determinants of Halal Meat Consumption in Germany. *Journal of Islamic Marketing*, 9(4), pp.863-883.
- Sthapit, E., Björk, P., Piramanayagam, S., & Coudounaris, D.N. 2022. Antecedents and Outcomes of Memorable Halal Food Experiences of Non-Muslim Tourists. *Journal of Islamic Marketing*, 2022.
- Suhartanto, D., Marwansyah., Muflih, M., Najib, M.F., & Faturrohman, I., 2020. Loyalty Formation Toward Halal Food: Integrating the Quality-Loyalty Model and the Religiosity-Loyalty Model. *British Food Journal*, 122(1), pp.48-59.
- Syed, S., Sh Ahmad, F., & Shah, S.R.H., 2022. Psychological Needs as Underlying Forces of Halal Food Purchase Intention. *Journal of Islamic Marketing*, 2022.
- Usman, H., Chairy, C., & Projo, N.W.K., 2021a. Between Awareness of Halal Food Products and Awareness of Halal-certified Food Products. *Journal of Islamic Marketing*, 2021.
- Usman, H., Chairy, C., & Projo, N.W.K., 2021b. Impact of Muslim Decision-making Style and Religiosity on Intention to Purchasing Certified Halal Food. *Journal of Islamic Marketing*, 2021.
- Venkatesh, V., Thong, J.Y.L., & Xu, X., 2012. Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, 36(1), pp.157-178.
- Waharini, F.M., & Purwantini, A.H., 2018. Model Pengembangan Industri Halal Food di Indonesia. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(1), pp.1-13.
- Wibowo, M.W., Putri, A.L.S., Hanafiah, A., Permana, D., & Sh-Ahmad, F., 2021. How Education Level Polarizes Halal Food Purchase Decision of Indonesian Millennials. *Journal of Islamic Marketing*, 2021.

BAB VII. REKONSTRUKSI MODEL PENGUKURAN KEPATUHAN SYARIAH PADA BANK SYARIAH

Hasan Mukhibad¹, Ahmad Nurkhin²

^{1,2}Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

hasanmukhibad@mail.unnes.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.15294/ie.v1i2.116>

Abstrak

Bank syariah didirikan untuk memberikan layanan perbankan yang sesuai dengan syariah. Transaksi yang dilarang dilakukan oleh bank syariah adalah transaksi bunga (*riba*), *gharar* dan *maysir*. Dilihat dari sejarahnya, pendirian bank syariah adalah untuk memberikan produk bank yang bebas dari bunga. Sehingga salah satu transaksi utama yang harus dihindari oleh bank syariah adalah penghindaran bunga. Studi ini dilakukan untuk mengembangkan model evaluasi kepatuhan syariah dengan menggunakan indikator kebebasan bunga pada transaksi tabungan dan deposito yang menggunakan akad *mudharabah*. Dengan literatur review dari penelitian sebelumnya, terdapat tiga metode yang untuk mengidentifikasi kebebasan bank syariah dengan sistem bunga, yaitu korelasi *return rate* bagi hasil tabungan atau deposito mudharabah dengan bunga, selisih bunga dengan *return rate* bagi hasil dana tabungan/deposito mudharabah dengan bunga, dan selisih perubahan bunga dengan perubahan *return rate* bagi hasil tabungan atau deposito mudharabah.

Kata kunci: Kepatuhan Syariah, Bebas Bunga, Pendapatan Non Halal.

PENDAHULUAN

Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) nomor 1 tahun 2004 tentang bunga (interest atau Fa'idah) menyatakan bahwa praktek pembungaan uang saat ini telah memenuhi kriteria riba yang terjadi pada zaman Rasulullah SAW, yakni riba nasi'ah. Dengan demikian, praktek pembungaan uang termasuk salah satu bentuk

riba, dan riba haram hukumnya. Praktek pembungaan ini hukumnya adalah haram, baik dilakukan oleh bank, asuransi, pasar modal, pegadaian, koperasi, dan lembaga keuangan lainnya maupun dilakukan oleh individu. Lahirnya fatwa MUI ini didahului dengan pertemuan 150 Ulama' terkemuka dalam konferensi penelitian Islam di bulan muharram 1385 H, atau mei 1965 di Kairo, Mesir. Pertemuan ini menyepakati secara aklamasi bahwa segala keuntungan atas berbagai macam pinjaman merupakan praktek riba yang diharamkan termasuk bunga bank. Berbagai forum ulama internasional yang juga mengeluarkan fatwa pengharaman bunga bank. Pelarangan bunga dalam hukum Islam ini menjadi alasan dibutuhkan bank yang memberikan layanan bank sesuai syariah, yakni bank syariah (Mukhibad & Anisykurlillah, 2020).

Pendirian pertama bank syariah di dunia pertama kali dimulai dengan pendirian Mit Ghamr oleh Ahmad Al-Najjarin di Mesir dan di Karachi (ElMassah *et al.*, 2019; Mukhibad & Khafid, 2018). Kesuksesan pendirian bank tanpa bunga ini menginspirasi umat Muslim diseluruh dunia untuk mendirikan bank tanpa bunga. Selanjutnya, Bank syariah pertama yang bersifat swasta adalah Dubai Islamic Bank, yang didirikan tahun 1975 oleh sekelompok usahawan muslim dari berbagai negara. Pada tahun 1977, di Mesir dan Sudan berdiri dua bank Islam dengan nama Faysal Islamic Bank. Pada tahun yang sama, Pada tahun yang sama, pemerintah Kuwait mendirikan Kuwait Finance House.

Perkembangan bank syariah di tandai dengan pendirian Bait At-Tamwil Salman ITB di Bandung dan Koperasi Ridho Gusti di Jakarta pada tahun 1980. MUI pada tahun 1990 membentuk suatu kelompok kerja pendirian bank syariah di Indonesia. Selanjutnya, antara 18-20 Agustus 1990, MUI menyelenggarakan lokakarya bunga bank dan perbankan di Cisarua, Bogor, Jawa Barat. Hasil lokakarnya ini dilanjutkan pembahasannya pada Musyawarah Nasional IV MUI di Jakarta 22-25 Agustus 1990. Pembahasan ini menghasilkan amanat bagi para kelompok kerja pembentukan bank Syariah di Indonesia yang bernama Tim Perbankan MUI. Tugas mereka adalah melakukan pendekatan serta

konsultasi bersama semua pihak terkait. Akhirnya, Tim Perbankan MUI berhasil membangun bank syariah pertama di Indonesia, yaitu PT Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada 1 November 1991.

Pendirian Bank Muamalat Indonesia sebagai bank syariah pertama di Indonesia disambut dengan bermunculan bank syariah lain seperti Bank Syariah Mandiri, Bank Mega Syariah, Bank BRI syariah dan Bank BNI syariah dan lainnya. Data statistik perbankan syariah Indonesia per Juni 2022 menyampaikan bahwa sampai bulan Februari 2022, ada 14 bank umum syariah dan 20 bank dalam bentuk unit usaha syariah. Data bank syariah berkurang menjadi 12 bank semenjak tiga bank umum syariah milik negara melakukan merger. Bank syariah mandiri, bank BNI syariah dan bank BRI syariah melakukan merger menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI).

Perkembangan industri perbankan syariah di Dunia ditandai dengan pertumbuhan aset yang signifikan. Data juga menunjukkan bahwa jumlah aset lembaga keuangan syariah global adalah US\$ 80 miliar pada tahun 2000 dan meningkat menjadi US\$ 1,1 triliun pada akhir tahun 2011 (Mukhibad & Khafid, 2018). Tingkat pertumbuhan rata-rata selama tahun 2000–2007 adalah 30 persen (Antonio *et al.*, 2012). Jumlah aset bank syariah lebih besar dilaporkan oleh International Monetary Fund (Oktober 2009) yang melaporkan bahwa negara-negara teluk memiliki pertumbuhan aset industri syariah sebanyak 44 persen per tahun (Matoussi & Grassa, 2012). Dengan pencapaian tersebut, perkembangan bank syariah di dunia sangat tinggi dibandingkan dengan bank konvensional (Mukhibad & Khafid, 2018).

Pesatnya pertumbuhan bank syariah juga terjadi di Indonesia. Data perbankan Indonesia tahun 2012-2017 menunjukkan bahwa bank syariah di Indonesia memiliki perkembangan aset sebanyak 28,42 persen setiap tahunnya, sedangkan bank konvensional memiliki perkembangan aset sebanyak 11,91 persen. Hal ini berarti pertumbuhan yang dicapai bank syariah lebih tinggi dibandingkan dengan pertumbuhan bank konvensional.

Penelitian sebelumnya belum spesifik dalam mengembangkan alat ukur untuk mengidentifikasi terbebasnya bank syariah dengan sistem bunga. Penelitian sebelumnya menggunakan indikator pengeluaran zakat (Mukhibad, Jayanto, et al., 2022), pendapatan non-halal (Mukhibad, Nurkhin, et al., 2022; Basiruddin & Ahmed, 2019). Studi ini memperbarui indikator kepatuhan syariah yang diukur dengan terbebasnya bank syariah dari sistem bunga.

TANTANGAN BANK SYARIAH

Bank syariah memiliki pembatasan operasional akibat operasinya yang berdasarkan prinsip syariah. Syariah adalah hukum Islam yang mengklasifikasikan kebijakan atau transaksi yang haram dan halal. Tiga jenis transaksi utama yang diharamkan oleh bank syariah adalah *riba*, *gharar*, dan *maysir* (Rahahleh *et al.*, 2019; Baydoun *et al.*, 2018; Ismal, 2011). Literatur keuangan syariah mengklasifikasikan *riba* menjadi empat jenis, yaitu *riba fadhl*, *nasiah*, *jahiliyah*, dan *qard*. *Riba fadhl* adalah pertukaran antar dua barang ribawi yang kuantitasnya tidak sama besar. Barang-barang ribawi adalah emas, perak, gandum, dan lainnya. *Riba nasi'ah* adalah penangguhan penyerahan atau penerimaan jenis barang ribawi yang dipertukarkan dengan jenis barang ribawi lainnya. *Riba* ini muncul karena adanya perbedaan, perubahan atau tambahan antara yang diserahkan saat ini dan yang diserahkan kemudian. *Riba jahiliyah* adalah utang dibayar lebih tinggi dari pokok karena si peminjam tidak mampu membayar sesuai jangka waktunya. Jika peminjam mampu membayar sebelum jatuh tempo tdk dibebani bunga. *Riba qardh* adalah kelebihan tertentu yang diisyaratkan pada transaksi hutang piutang.

Gharar adalah ketidakpastian transaksi yang memiliki potensi merugikan salah satu pihak. Dalam syariah, transaksi harus dilakukan secara adil, dan menguntungkan bagi seluruh pihak yang bertransaksi. Haramnya *gharar* karena transaksi ini berpotensi merugikan salah satu pihak dan salah satu pihak tidak adil kepada pihak lainnya. *Maysir* adalah transaksi perjudian yang tidak terkait dengan produktifitas. *Maysir* adalah suatu bentuk permainan yang

didalamnya dipersyaratkan, jika salah seorang pemain menang, maka ia akan mengambil keuntungan dari pemain yang kalah dan sebaliknya. *Maysir* dilarang dalam syariah *maysir* berdasarkan perjanjian antara pemain yang didasarkan pada bujukan atau harapan yang sepenuhnya hanya angan-angan dalam pikiran para pelaku. Angan-angan tersebut merupakan keinginan untuk memperoleh keberuntungan dengan bertaruh nasib, tanpa pertimbangan untuk kemungkinan menderita kerugian.

Dari ketiga jenis transaksi yang dilarang dalam Islam, penghindaran bunga merupakan transaksi yang harus dijaga oleh manajemen bank syariah. Penghindaran bunga harus diimplementasikan pada seluruh transaksi bank syariah. Namun, temuan peneliti sebelumnya sepertinya mengarah pada permasalahan bahwa bank syariah belum bebas bunga atau memiliki tingkat kepatuhan syariah yang rendah. Ullah (2014) menemukan bahwa kepatuhan syariah bank dalam kondisi yang rentan dan bervareasi antar bank. Selanjutnya Šeho *et al.* (2020), Hamza (2016), Mahmood & Rahman (2017), Ergeç & Arslan (2013), Chong & Liu (2009) menemukan bahwa bank syariah memiliki kepatuhan syariah yang rendah karena adanya korelasi bagi hasil dana tabungan dan deposito bank syariah dengan bunga. Dengan demikian, dari berbagai studi terdahulu, terdapat indikasi bahwa bank syariah tidak bebas bunga (Chong & Liu, 2009).

INDIKATOR KEPATUHAN SYARIAH

Kepatuhan syariah ini menjadi faktor utama bagi bank syariah karena tujuan utama pendirian bank syariah sebagai solusi bagi muslim untuk memperoleh jasa perbankan yang sesuai syariah (Omar, 2019; Grais & Pellegrini, 2006). Studi tentang kepatuhan syariah oleh peneliti sebelumnya menggunakan indikator yang berbeda-beda dalam mengukur kepatuhan syariah: rasio pendapatan halal (Mukhibad, Nurkhin, *et al.*, 2022; Basiruddin & Ahmed, 2019), luasan pengungkapan (Muhammad *et al.*, 2021; Fakhruddin & Jusoh, 2018), dan kepatuhan syariah yang diukur dari *self assesment bank* (Meutia *et al.*, 2019).

Indikator Berdasarkan Rasio Pendapatan Non-Halal

Indikator pertama yang digunakan untuk mengukur tingkat kepatuhan syariah adalah rasio pendapatan halal. Indikator ini digunakan oleh Mukhibad, Nurkhin, *et al.* (2022) dan Basiruddin & Ahmed (2019). Indikator ini diukur dengan rasio pendapatan non-halal terhadap seluruh pendapatan yang diterima bank. Justifikasi dari indikator ini adalah rasio pendapatan non-halal yang besar mengindikasikan bahwa bank memiliki kepatuhan syariah yang rendah. Sebaliknya bank yang memiliki rasio pendapatan non-halal yang rendah mengindikasikan bahwa bank syariah memiliki kepatuhan syariah yang tinggi.

Sumber dana non-halal berasal dari pendapatan yang berasal dari bunga bank konvensional. Laporan tahunan bank BRI tahun 2020 menjelaskan berikut ini:

“Dana penerimaan jasa giro yang berasal dari bank non-syariah dikategorikan sebagai dana non-halal, sehingga bank syariah menyalurkannya sebagai dana kebajikan. Sebelum dana kebajikan tersebut disalurkan, maka pencatatannya di sisi liabilitas.”

Pernyataan yang mirip disampaikan pada laporan tahunan bank muamalat tahun 2020 sebagai berikut:

“Sumber Dana Kebajikan tahun 2020 sebesar Rp0,36 miliar, sumber dana berasal dari Penerimaan non halal yang berasal dari penempatan Giro di bank konvensional (nostro) yang kemudian untuk disalurkan untuk dana kebajikan. Penyaluran dana kebajikan sendiri di tahun 2020 sebesar yang dihimpun, disalurkan penggunaannya untuk sumbangan sesuai dengan ketentuan syariah yang berlaku dan arahan DPS.”

Laporan tahunan bank syariah mandiri tahun 2020 menyampaikan berikut ini:

“Pendapatan non halal menjadi sumber dana kebajikan bank yang terdiri dari (a) Dana Kebajikan dari Penalty, yakni Dana yang berasal dari denda keterlambatan (penalti) pembayaran angsuran; (b) Dana Kebajikan dari Jasa Giro, yakni Dana kebajikan yang berasal dari jasa giro yang diterima Bank dari penempatan pada bank konvensional.; (c) Dana Kebajikan

Lainnya, yakni Dana kebajikan yang berasal dari komisi, fee, atau pendapatan dalam bentuk lainnya dari rekanan Bank selain pendapatan yang berhak diterima sesuai dengan ketentuan manajemen.”

Dari berbagai pernyataan di atas menunjukkan bahwa pada dasarnya pendapatan non halal bukan berarti bank menerima pendapatan yang berasal dari transaksi ilegal. Namun pendapatan non halal berasal dari pendapatan bunga karena bank syariah memiliki rekening giro atau tabungan pada bank konvensional. Namun demikian, pendapatan non halal ini akan digunakan oleh bank syariah untuk membiayai aktivitas sosial bank syariah. Peneliti yang menggunakan dasar pendapatan non halal sebagai indikator kepatuhan bank syariah terhadap prinsip syariah berasumsi bahwa bank syariah yang memiliki pendapatan non halal besar mengindikasikan bank syariah banyak terlibat dalam transaksi dengan bank konvensional. Banyaknya bank syariah melakukan transaksi dengan bank konvensional, semakin mendekati bank syariah melakukan transaksi yang tidak sesuai dengan syariah. Berikut ini adalah rumus untuk menghitung kepatuhan syariah berdasarkan rasio pendapatan non halal.

$$\text{Rasio pendapatan non halal} = \frac{\sum \text{pendapatan non halal}}{\sum \text{seluruh pendapatan bank}} \times 100$$

Berdasarkan rumus di atas, tingginya rasio pendapatan non halal mengindikasikan rendahnya kepatuhan syariah

Indikator Berbasis Pengungkapan

Indikator kedua adalah luasan pengungkapan atas laporan tahunan yang diterbitkan oleh bank syariah. Indikator ini digunakan oleh Mukhibad, Yudo Jayanto, *et al.* (2022), Muhammad *et al.* (2021), dan Fakhrudin & Jusoh (2018). Spirit Islam lain selain penghindaran bunga, *gharar* dan *maysir* dan ditekankan dalam Islam adalah tanggungjawab dalam mengelola *amanah* yang diterima dari *stakeholders*. Islam memandang tanggungjawab secara luas menyangkut pertanggungjawaban secara horisontal dan vertikal (pertanggungjawaban kepada Tuhan).

Pertanggungjawaban dalam bentuk mengungkapkan semua informasi yang diperlukan untuk memberi informasi kepada *umma* (komunitas Islam) tentang operasi perusahaan, karena *stakeholders* memiliki hak untuk mengetahui bagaimana organisasi yang merupakan bagian dari *stakeholders* mempengaruhi kesejahteraannya (Maali *et al.*, 2006). Asumsi yang digunakan oleh peneliti yang menggunakan indikator ini bank yang mengungkapkan lebih banyak informasi memiliki kepatuhan syariah yang lebih tinggi. Sebaliknya bank syariah yang memberikan pengungkapan informasi yang lebih rendah mengindikasikan bahwa bank syariah memiliki kepatuhan syariah yang lebih rendah.

Indikator kepatuhan syariah berdasarkan pengungkapan adalah:

Tabel 7.1. Indikator Pengungkapan

No	Indikator
	Pengungkapan Syariah
1	Nama anggota dewan Syariah
2	Penjelasan singkat tentang masing-masing anggota Dewan Syariah (Latar belakang dan kualifikasinya)
3	Jumlah anggota dewan
4	Gambar anggota dewan
5	Jabatan administrasi pengurus syariah dalam struktur organisasi
6	Peran dan tanggung jawab dewan
7	Wewenang dewan
8	Departemen audit Syariah di bank
9	Jumlah rapat dewan
10	Informasi tentang kehadiran dewan dalam rapat
11	Informasi tentang notulensi rapat
12	Apakah situs web atau laporan tahunan mengungkapkan Fatwa Dewan Syariah terkait dengan layanan Islam
13	Apakah situs tersebut mengungkapkan peran dewan untuk menyebarkan kesadaran tentang pemikiran perbankan Islam
14	Laporan DPS yang ditugaskan dari pengurus
15	Informasi tentang tanggung jawab bank dalam Zakat
16	Informasi tentang tanggung jawab bank atas aktivitas yang tidak sesuai dengan Syariah dan cara bank menghadapinya
17	Informasi tentang bagaimana proses distribusi keuntungan di bank sesuai dengan Syariah Islam
18	Informasi tentang independensi pengurus syariah dengan piagam menunjukkan objektivitas pengurus
19	Informasi tentang opini untuk dewan tentang kepatuhan bank sepenuhnya dengan aturan Syariah Islam

- 20 Dewan mengungkapkan pendapatnya setelah meninjau semua dokumen dan semua laporan keuangan bank
 - 21 Apakah laporan tersebut menunjukkan bahwa bank telah memenuhi fatwa DSN
 - 22 Informasi tentang tanggal laporan dan nama bank
 - 23 Nama anggota dewan Syariah
 - 24 Penjelasan singkat tentang masing-masing anggota Dewan Syariah (Latar belakang dan kualifikasinya)
 - 25 Jumlah anggota dewan Gambar anggota dewan
 - 26 Jabatan administrasi pengurus syariah dalam struktur organisasi
 - 27 Peran dan tanggung jawab dewan Wewenang dewan
-
- Pengungkapan Kinerja Sosial
- 1 Kesejahteraan karyawan
 - 2 Kebijakan pelestarian lingkungan internal
 - 3 Pendapatan dan pengeluaran dilarang oleh Syariah
 - 4 Layanan pelanggan
 - 5 Pembayaran terlambat dan klien bangkrut dan menghindari persyaratan yang memberatkan
 - 6 Qard Hassan
 - 7 Usaha mikro dan kecil dan tabungan sosial dan investasi dan Pembangunan
 - 8 Menyaring dan menginformasikan klien untuk kepatuhan dengan prinsip-prinsip Islam
 - 9 Aktifitas Zakat Charitable
-
- 10 Pengelolaan wakaf Tanggung jawab sosial
-
- Pengungkapan Kinerja Keuangan
- 1 Laporan keuangan komparatif
 - 2 Informasi dasar tentang bank
 - 3 Pengungkapan mata uang yang digunakan untuk pengukuran akuntansi
 - 4 Pengungkapan kebijakan akuntansi yang signifikan
 - 5 Pengungkapan pendapatan atau pengeluaran yang dilarang oleh Syariah
 - 6 Pengungkapan tentang risiko aset dan kewajiban
 - 7 Pengungkapan kontinjensi
 - 8 Pengungkapan perubahan kebijakan akuntansi
 - 9 Penyajian dan pengungkapan dalam Posisi Keuangan
 - 10 Penyajian dan pengungkapan dalam Laporan Laba Rugi
 - 11 Pengungkapan dalam Laporan Arus Kas Laporan Perubahan Ekuitas Pemilik
 - 12 Laporan Perubahan Investasi Yang Dibatasi
 - 13 Pengungkapan dalam Pernyataan Sumber dan Penggunaan Dana Zakat dan Sadaqoh
 - 14 Pengungkapan dalam pernyataan sumber dan penggunaan dana, Dana Pinjaman (Dana Qard Hassan)
-

Sumber : Mukhibad, Yudo Jayanto, *et al.* (2022)

Metode ini diukur dengan masing-masing indikator diberikan skore 1 atau nol. Skore 1 diberikan jika bank memberikan penjelasan pada laporan tahunan bank. Sebaliknya,

skore nol jika bank syariah tidak memberikan penjelasan dari indikator.

$$Disclosure\ index = \frac{\sum Total\ skore\ pengungkapan}{\sum Skore\ maksimal\ pengungkapan}$$

Berdasarkan rumus di atas, tingginya *disclosure index* mengindikasikan tingginya kepatuhan syariah

Indikator Berbasis *Self-Assessment Bank*

Ketiga menggunakan indikator kepatuhan syariah yang diukur dari *self-assessment bank* (Meutia *et al.*, 2019). *Self-assessment* ini didasarkan Peraturan Bank Indonesia peraturan bank indonesia nomor 11/ 33 /PBI/2009 tentang pelaksanaan good corporate governance bagi bank umum syariah dan unit usaha syariah. Peraturan ini muncul karena adanya dorongan dari regulator agar bank mengimplementasikan tata kelola yang baik. *Self-assessment* ini merupakan cara manajemen bank dalam mengukur atau menilai implementasi tata kelola perusahaan yang diaplikasikan bank.

Dalam *self-assessment* ini, terhadap sebelas aspek yang harus dinilai. Indikator tersebut adalah:

1. Pelaksanaan Tugas dan Tanggung Jawab Dewan Komisaris.
2. Pelaksanaan Tugas dan Tanggung Jawab Direksi.
3. Kelengkapan dan Pelaksanaan Tugas Komite.
4. Pelaksanaan Tugas dan Tanggung Jawab Dewan Pengawas Syariah.
5. Pelaksanaan Prinsip Syariah dalam Kegiatan Penghimpunan Dana dan Penyaluran Dana serta Pelayanan Jasa Bank.
6. Penanganan Benturan Kepentingan.
7. Penerapan Fungsi Kepatuhan Bank.
8. Penerapan Fungsi Audit Intern.
9. Penerapan Fungsi Audit Ekstern.
10. Batas Maksimum Penyaluran Dana.
11. Transparansi Kondisi Keuangan dan Non Keuangan, Laporan Pelaksanaan GCG dan Pelaporan Internal.

Dari sebelas indikator *self-assessment* ini diukur dengan lima peringkat atau komposit. Berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa

Keuangan Nomor 4/POJK.03/2016 Tentang Penilaian Tingkat Kesehatan Bank Umum.

Tabel 7.2. Komposit dalam Pengukuran *Self-assessment*

No	Peringkat	Indikasi
1	Komposit 1	Sangat sehat
2	Komposit 2	Sehat
3	Komposit 3	Cukup sehat
4	Komposit 4	Kurang sehat
5	Komposit 5	Tidak sehat

Berdasarkan rumus di atas, tingginya skore *self-assessment* mengindikasikan rendahnya kepatuhan syariah

Indikator Berbasis Kepedulian Bank Syariah terhadap Masalah Sosial

Didalam Islam terdapat konsep *khalifah fil ard; ummah; hablumminannas*. Konsep di atas memiliki dampak bahwa seorang muslim tidak hanya memiliki tanggungjawab atas dirinya sendiri, namun juga memiliki tanggungjawab untuk mensejahterakan orang lain. *Khalifah fil ard*, secara Bahasa berarti sebagai “pengelola bumi”. Konsep ini memiliki konsekuensi bahwa manusia memiliki tugas dari Allah SWT untuk mengelola alam semesta (Rizk, 2014; Mukhibad, 2018).

Bank Syariah adalah bank yang menggunakan hukum Islam sebagai operasinya. Hukum Islam ini membawa konsekuensi bahwa selain untuk kinerja komersial juga memiliki tanggungjawab untuk memiliki kinerja sosial. Artinya, kinerja sosial bank Syariah seharusnya lebih baik daripada bank konvensional (Basah & Yusuf, 2013; Aracil, 2019). Dalam kaidah ekonomi konvensional, alasan bisnis karena alasan ekonomi, yakni memaksimalkan keuntungan dan meminimalkan pengeluaran (Azid, Asutay, & Burki, 2007).

Penelitian yang menggunakan konsep ini berpendapat bahwa kepatuhan syariah lebih tepat diukur dengan kepedulian bank kepada masyarakat miskin dengan mengeluarkan sebagian pendapatan bank (zakat). Walaupun sampai saat ini belum ada

kesepakatan ulama bahwa mengeluarkan zakat wajib bagi bank syariah, namun banyak ayat Qur'an yang menekankan pentingnya membayar zakat. Zakat merupakan salah satu rukun Islam yang disebutkan dalam Quran pada 24 ayat (Darussalam & Zulfiqar, 2014). Zakat sebagai bukti kepedulian muslim terhadap kemiskinan (Salleh, 2017). IB dipertimbangkan untuk menjalankan fungsi sosial ekonomi sejalan dengan agenda keadilan sosial Nabi (Hassan & Lewis, 2007). Zakat salah satu bentuk bank telah menjalankan fungsi sosial (Abdullahi, 2019). Zakat terbukti dapat menurunkan kemiskinan, meningkatkan daya beli, dan pertumbuhan ekonomi (Furqani *et al.*, 2018; Ayuniyyah *et al.*, 2018; Majid & Widiastuti, 2021) serta *developing small business entrepreneurship* (Hoque *et al.*, 2015). Kontribusi muslim dalam mengentaskan kemiskinan juga bagian dari tugas muslim sebagai *khalifah fill ard*. Konsep ini sejalan dengan Hadis Rasulullah SAW bahwa "sebaik-baik manusia adalah manusia yang memiliki manfaat kepada orang lain." (HR Ahmad, ath-Thabrani). Untuk mengukur tingkat kepatuhan syariah yang diproksikan dengan pengeluaran zakat (Mukhibad, Jayanto, *et al.*, 2022) yang diukur dengan logaritma natural dari zakat yang dikeluarkan oleh bank syariah. Metode ini dimodifikasi dari pendapat Mukhibad, Kiswanto, & Jayanto (2017), Mukhibad & Setiawan (2020). Kami menilai bahwa besarnya pengeluaran zakat akan meningkatkan kepatuhan IB terhadap syariah.

$$\text{Pengeluaran zakat} = \log \sum \text{Pengeluaran zakat bank}$$

Berdasarkan rumus di atas, tingginya pengeluaran zakat mengindikasikan tingginya kepatuhan syariah

Model Indikator Kepatuhan Syariah Berdasarkan Penghindaran Bank Syariah Dari Sistem Bunga

Dari berbagai indikator yang dikembangkan oleh peneliti sebelumnya dalam mengukur kepatuhan syariah terlihat bahwa indikator yang dikembangkan tidak terkait dengan penghindaran bank syariah terhadap bunga. Keterbatasan ini mendasari

dikembangkan indikator kepatuhan syariah yang berdasarkan pada kemungkinan bank bebas dari bunga.

Bunga adalah timbal balik yang didapatkan oleh kreditur atas dana yang dipinjamkan ke debitur. Kreditur merupakan sebutan bagi orang yang memberikan pinjaman, sedangkan debitur adalah orang yang meminjam. Umumnya, perhitungan bunga dinyatakan dalam jumlah persen. Dalam praktek perbankan konvensional, bunga terdapat pada produk tabungan, deposito dan kredit.

Korelasi Bunga dengan Return Rate Bagi Hasil Tabungan atau Deposito Mudharabah

Korelasi adalah hubungan timbal balik atau sebab akibat antara satu kejadian dengan kejadian lainnya. Secara sederhana korelasi berarti hubungan. Misalnya, korelasi jumlah pembiayaan dengan laba. Dalam ilmu statistika, korelasi dipakai untuk mengukur hubungan antara dua variabel. Dilihat dari hubungannya, korelasi ini dibagi menjadi dua jenis hubungan, yakni positif dan negatif.

Peneliti sebelumnya mengidentifikasi kepatuhan syariah dengan melihat korelasi antara return rate dana pihak ketiga dengan interest rate. Korelasi yang besar dan signifikan antara keduanya menunjukkan bahwa bank syariah mengambil kebijakan dengan memberikan return rate yang tergantung dari interest rate. Dengan dasar ini dapat disusun rumus kepatuhan syariah berikut ini:

$$RR_t = \beta_0 + \beta_1 \cdot IR_t + e_i$$

$$\beta_1 = \frac{n \cdot \sum IR_t \cdot RR_t - \sum IR_t \cdot \sum RR_t}{n \cdot \sum IR_t^2 - (\sum IR_t)^2}$$

$$\beta_0 = \frac{n \cdot \sum IR_t^2 \cdot \sum RR_t - \sum IR_t \cdot \sum IR_t \cdot RR_t}{n \cdot \sum IR_t^2 - (\sum IR_t)^2}$$

Untuk mencari tingkat korelasi atau tingkat kepatuhan syariah (R) yaitu :

$$R = \frac{\sum (IR_t - \bar{IR}) \cdot (RR_t - \bar{RR})}{\sqrt{\sum (IR_t - \bar{IR})^2 \cdot \sum (RR_t - \bar{RR})^2}}$$

Untuk mencari koefisien determinasi tingkat kepatuhan syariah (R^2) yaitu :

$$R^2 = 1 - \frac{\sum ei^2}{\sum (RR_t - \bar{RR})^2}$$

RR adalah return rate pada tabungan atau deposito *mudharabah* bank syariah. IR adalah suku bunga tabungan/deposito bank konvensional. T adalah waktu tertentu.

Keputusan: R^2 (R square) yang besar mengindikasikan bahwa RR bank syariah dipengaruhi oleh suku bunga dan ini mengindikasikan bank syariah memiliki kepatuhan syariah yang rendah.

Selisih Bunga dengan Return Rate Tabungan atau Deposito Mudharabah

Rumus korelasi antara return rate dengan interest rate sebagai indikator dalam menilai kepatuhan syariah memiliki kelemahan karena adanya korelasi antara keduanya bukan berarti keduanya saling terkait. Bank syariah dan bank konvensional beroperasi pada lingkungan perekonomian yang sama, sehingga keduanya memiliki dampak atas kebijakan moneter yang sama. Selain itu, mereka menghadapi kondisi makro ekonomi yang sama, seperti *gross domestic product* (GDP) dan inflasi. Dengan analogi ini, maka pendapatan yang diperoleh bank syariah dan bank konvensional relatif sama karena keduanya dipengaruhi oleh sistem kondisi makro ekonomi yang sama.

Dengan dasar ini, kepatuhan syariah dapat diukur dengan selisih antara bagi hasil tabungan atau deposito *mudharabah* dengan bunga bank konvensional. Selisih yang rendah mengindikasikan bank syariah memberikan bagi hasil yang mirip atau sama besar dengan bunga dan mengindikasikan bahwa bank syariah memiliki kepatuhan syariah yang rendah.

$$\text{Selisih bunga dengan bagi hasil} = \sqrt{(IR - RR)^2}$$

Keputusan: Selisih yang besar mengindikasikan bahwa RR bank syariah sangat berbeda dengan suku bunga dan ini

mengindikasikan bank syariah memiliki kepatuhan syariah yang tinggi.

Selisih Perubahan Bunga dengan *Return Rate* Tabungan atau Deposito *Mudharabah*

Rumus selisih antara bunga bank konvensional dengan bagi hasil tabungan atau deposito *mudharabah* memiliki kelemahan karena tidak mempertimbangkan kinerja bank syariah. Bagi hasil tabungan atau deposito *mudharabah* dihitung berdasarkan pendapatan utama yang diterima bank, sehingga pendapatan besar akan menyebabkan bank memberikan bagi hasil yang besar pula. Namun demikian, pemberian bagi hasil yang besar ini mungkin juga ternyata sama besarnya dengan bunga.

Sebagai alternatif, kepatuhan syariah dapat diukur dengan selisih antara perubahan bunga bank konvensional dengan perubahan bagi hasil tabungan atau deposito *mudharabah*. Selisih perubahan yang rendah mengindikasikan bahwa perubahan bunga menyebabkan perubahan bagi hasil yang hampir sama, sehingga mengindikasikan bagi hasil tabungan atau deposito *mudharabah* tidak bebas bunga. Hal ini mengindikasikan bank syariah memiliki kepatuhan syariah yang rendah.

Selisih perubahan bunga dengan bagi hasil = $\sqrt{(\Delta IR - \Delta RR)^2}$

Dimana:

$$\Delta IR_t = \frac{IR_t - IR_{t-1}}{IR_{t-1}}$$

$$\Delta RR_t = \frac{RR_t - RR_{t-1}}{RR_{t-1}}$$

SIMPULAN

Naskah ini menjelaskan model dalam mengidentifikasi kepatuhan syariah dengan berbasis pada penghindaran bunga. Pada dasarnya kepatuhan syariah terkait dengan kemampuan bank syariah menghindari transaksi yang dilarang secara syariah. Beberapa transaksi yang harus dihindari adalah transaksi bunga, *gharar* dan *maysir*. Naskah ini hanya menekankan pada model untuk mengidentifikasi kemampuan bank menghindari sistem

bunga. Terdapat tiga metode yang dikembangkan untuk mengidentifikasi kemampuan bank menghindari sistem bunga, yaitu korelasi *return rate* bagi hasil tabungan atau deposito *mudharabah* dengan bunga, selisih bunga dengan *return rate* bagi hasil dana tabungan/deposito *mudharabah* dengan bunga, dan selisih perubahan bunga dengan perubahan *return rate* bagi hasil tabungan atau deposito *mudharabah*.

Model identifikasi kepatuhan syariah yang dikembangkan pada paper ini hanya terbatas pada produk tabungan dan deposito yang menggunakan akad *mudharabah*. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan indikator kepatuhan syariah pada produk pembiayaan. Selain itu, paper ini hanya menekankan pada transaksi bunga sebagai transaksi yang harus dihindari oleh bank syariah. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan model untuk mengevaluasi tingkat kepatuhan syariah dengan indikator tingkat kebebasan bank syariah dari transaksi *gharar* dan *maysir*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Negeri Semarang (UNNES), Indonesia, atas pendanaan penelitian ini. Juga, penulis menghargai dan berterima kasih atas komentar konstruktif oleh *reviewer paper* ini. Para penulis penerima pendanaan dana penelitian dari LP2M Universitas Negeri Semarang tahun 2022

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullahi, S.I., 2019. Zakah as Tool for Social Cause Marketing and Corporate Charity: A Conceptual Study. *Journal of Islamic Marketing*, 10(1), pp.191–207.
- Antonio, M.S., Sanrego, Y.D., & Taufiq, M., 2012. An Analysis of Islamic Banking Performance: Maqashid Index Implementation in Indonesia and Jordania. *Journal of Islamic Finance*, 1(1), pp.12–29.
- Ayuniyyah, Q., Pramanik, A.H., Saad, N.M., & Ariffin, M.I., 2018. Zakat for Poverty Alleviation and Income Inequality Reduction. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 4(1), pp.85–100.
- Basiruddin, R., & Ahmed, H., 2019. Corporate Governance and Shariah Non-compliant Risk in Islamic Banks: Evidence from

- Southeast Asia. *Corporate Governance (Bingley)*, 20(2), pp.240–262.
- Baydoun, N., Sulaiman, M., Ibrahim, S., & Willett, R., 2018. *Principles of Islamic Accounting*. John Wiley & Sons.
- Chong, B.S., & Liu, M.H., 2009. Islamic Banking: Interest-free or Interest-Based? *Pacific Basin Finance Journal*, 17(1), pp.125–144.
- Darussalam, & Zulfiqar, M., 2014. *Zakah According to the Quran & Sunnah*. Darussalam Publishers.
- ElMassah, S., AlSayed, O., & Bacheer, S.M., 2019. Liquidity in the UAE Islamic Banks. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 10(5), pp.679–694.
- Ergeç, E.H., & Arslan, B.G., 2013. Impact of Interest Rates on Islamic and Conventional Banks: The Case of Turkey. *Applied Economics*, 45(May), pp.2381–2388.
- Fakhrudin, I., & Jusoh, M.A., 2018. Influence of Sharia Supervisory Board Characteristics on the Shariah Compliance. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 231(AMCA), pp.355–357.
- Furqani, H., Mulyany, R., & Yunus, F., 2018. Zakat for Economic Empowerment (Analyzing the Models, Strategy and Implications of Zakat Productive Program in Baitul Mal Aceh and Baznas Indonesia). *Iqtishadia*, 11(2), pp.391.
- Grais, W., & Pellegrini, M., 2006. Corporate Governance and Shariah Compliance in Institutions Offering Islamic Financial Services. *World Bank Policy Research Working Paper*, 4054.
- Hamza, H., 2016. Does Investment Deposit Return in Islamic Banks Reflect PLS Principle? *Borsa Istanbul Review*, 16(1), pp.32–42.
- Hassan, M.K., & Lewis, M.K., 2007. Handbook of Islamic Banking. In *Handbook of Islamic Banking*. Edward Elgar Publishing Limited.
- Hoque, N., Khan, M.A., & Mohammad, K.D., 2015. Poverty Alleviation by Zakah in a Transitional Economy: A Small Business Entrepreneurial Framework. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 5(1).
- Ismal, R., 2011. Depositors' Withdrawal Behavior in Islamic Banking: Case of Indonesia. *Humanomics*, 27(1), pp.61–76.
- Maali, B., Casson, P., & Napier, C., 2006. Social Reporting by Islamic Banks. *Abacus*, 42(2), pp.266–289.
- Mahmood, A., & Rahman, M.A.U., 2017. PLS - A True Alternative to Interest-Based Banking: Reality or a Myth? *Journal of Finance*

- and Bank Management*, 5(2), pp.32–39.
- Majid, R., & Widiastuti, T., 2021. *The Impact of Zakat on Socio-Economic Welfare before COVID-19 Pandemic in Indonesia : A Quantitative Study*. 6(2), pp.75–90.
- Matoussi, H., & Grassa, R., 2012. Is Corporate Governance Different For Islamic Banks? A Comparative Analysis Between The Gulf Cooperation Council Context and The Southeast Asia Context. *Economic Reserach Forum*, pp.1–30.
- Meutia, I., Adam, M., & Susi, R., 2019. *Does Sharia Compliance Affect Islamic Banks Performance ? Evidence from Islamic Banks in Indonesia*. 7(3), pp.12–25.
- Muhammad, R., Annuar, H.A., Taufik, M., & Nugraheni, P., 2021. The Influence of the SSB's Characteristics Toward Sharia Compliance of Islamic Banks. *Cogent Business and Management*, 8(1), pp.1–20.
- Mukhibad, H., 2018. Peran Dewan Pengawas Syariah Dalam Pengungkapan Islamic Sosial Reporting. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 9(2), pp.299–311.
- Mukhibad, H., & Anisykurlillah, I., 2020. Evaluation Study: Does The Sharia Supervisory Board Have A Direct Effect on Profitability? *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 11(1), pp.55–69.
- Mukhibad, H., Jayanto, P.Y., Jati, K.W., & Khafid, M., 2022. Attributes of Shariah Supervisory Board and Shariah Compliance. *Corporate Governance and Organizational Behavior Review*, 6(3), pp.173–180.
- Mukhibad, H., & Khafid, M., 2018. Financial Performance Determinant of Islamic Banking in Indonesia. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 22(3), pp.506–517.
- Mukhibad, H., Nurkhin, A., Jati, K.W., & Yudo, P., 2022. Corporate Governance and Islamic Law Compliance Risk. *Cogent Economics & Finance*, 10(01), pp.1–17.
- Mukhibad, H., Yudo-Jayanto, P., Suryarini, T., & Bagas-Hapsoro, B., 2022. Corporate Governance and Islamic Bank Accountability Based on Disclosure - A Study on Islamic Banks in Indonesia. *Cogent Business & Management*, 9(1), pp.13–19.
- Omar, H.N., 2019. Shariah Non-Compliance Treatment in Malaysian Islamic Banks. *International Journal of Management and Applied Research*, 6(4), pp.220–233.
- Rahahleh, N., Al-Bhatti, I.M., & Mismam, F.N., 2019. Developments in Risk Management in Islamic Finance: A Review. *Journal of Risk*

and Financial Management, 12(1), pp.37.

Salleh, M.S., 2017. Contemporary Vision of Poverty and Islamic Strategy for Poverty Alleviation. *Sage Open*, April-June, pp.1–

Šeho, M., Bacha, O.I., & Smolo, E., 2020. The Effects of Interest Rate on Islamic Bank Financing Instruments: Cross-country Evidence from Dual-Banking Systems. *Pacific-Basin Finance Journal*, December 2019, 101292.

Ullah, H., 2014. Shari’ah Compliance in Islamic Banking: An Empirical Study on SELECTED ISLAMIC BANKS in Bangladesh. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 7(2), pp.182–199.

BAB VIII. HUBUNGAN ANTARA *GLOBAL UNIVERSITY RANKING (GUR)* DAN *SUSTAINABILITY UNIVERSITY RANKING (SUR)*: ANALYSIS SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW

Maylia Pramono Sari¹; Agus Wahyudin²;

Nanik Sri Utaminingsih³; Surya Raharja⁴

^{1,2,3} Program Studi Akuntansi FE, Universitas Negeri Semarang

⁴ Program Studi Akuntansi FEB, Universitas Diponegoro

mayliapramonosari@mail.unnes.ac.id

aguswahyudin@mail.unnes.ac.id

nanik_akuntansi@mail.unnes.ac.id

suryaraharja@lecturer.undip.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.15294/ie.v1i2.117>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menyajikan analisis *bibliometric* terkait hubungan antara *Global University Rank (GUR)* yang dasarnya adalah indikator akademik dengan *Sustainability University Rank (SUR)* yang dasarnya adalah indikator keberlanjutan. Data yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 92 artikel yang dipublikasikan dari tahun 2000 hingga tahun 2022. Penelitian ini menggunakan R *biblioshiny* untuk analisis dan visualisasi data. Selanjutnya dilakukan pula analisis tambahan dengan menggunakan *Vos Viewer*. Hasil penelitian menunjukkan Hubungan antara *Global University Rank (GUR)* dan *Sustainability University Rank (SUR)* masih menjadi topik yang menarik untuk diteliti hingga saat ini ditunjukkan oleh trend publikasi tahunan. Publikasi paling banyak terdapat di tahun 2020 dan 2022 dengan jumlah mendekati 15 artikel. Publikasi paling berpengaruh adalah artikel Veleva yang diterbitkan 2001 pada *Journal of Cleaner Production* sebanyak 157. Jurnal yang paling banyak mempublikasikan artikel adalah jurnal *Sustainability* dengan total artikel sebanyak 11. Kolaborasi penulis antarnegara paling banyak dilakukan oleh penulis dari negara USA dan Germany. Temuan

penelitian ini menjadi acuan dan memberi arah bagi para peneliti berikutnya dengan tema serupa serta memberikan *mapping* keterkaitan GUR dan SUR dalam upaya pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs).

Keywords: *Global University Rank* (GUR); *Sustainability University Rank* (SUR); *Systematic Literature Review* (SLR); *Bibliometric*, *Biblioshiny*

PENDAHULUAN

Sustainable Development Goals (SDGs) merupakan target dari Agenda 2030, yang merupakan perjanjian global untuk mencapai 17 SDGs tersebut selama 15 tahun ke depan pada tahun 2030 (Mallow, 2020). Institusi pendidikan tinggi menempati peran sentral dalam mendukung kemajuan pembangunan berkelanjutan (SD) dan mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs). Selain memainkan peran penting dalam memproduksi dan menyebarkan pengetahuan, Institusi Pendidikan Tinggi dapat mempromosikan dasar untuk belajar menuju kompleksitas perilaku dan keputusan yang dibutuhkan oleh pembangunan berkelanjutan. Universitas yang berkelanjutan secara konsisten bertindak dengan praktik keberlanjutan dalam pendidikan, penelitian, penyuluhan, manajemen kampus dan kebijakan dan pengalaman kelembagaan (Amaral et al., 2015). Inisiatif diamati di berbagai domain, seperti dalam struktur kelembagaan dari pengembangan kebijakan keberlanjutan, penyisipan keberlanjutan dalam misi, visi universitas, penciptaan departemen specific dan penandatanganan deklarasi yang berkaitan dengan penyebabnya.

Universitas kelas dunia (*World Class University*) sudah menjadi kosakata sehari-hari karena istilah ini sering muncul di berbagai media dan menghiasi banyak baliho iklan berbagai universitas di tanah air. Meskipun demikian pengertian dan definisinya yang tepat masih akan terus menjadi bahan perdebatan hangat bagi para peminat. Ciri-ciri universitas kelas dunia yang universal diterima adalah: terkumpulnya orang-orang berbakat,

sumber daya yang berlimpah, dan tata kelola yang efisien dan efektif. Pada saat yang sama dalam satu dekade terakhir ini setiap tahun publik mendapat sajian hasil pemeringkatan universitas berskala global yang dilakukan oleh berbagai lembaga pemeringkatan. Daftar urutan pemeringkatan itu secara tidak langsung telah menjadi salah satu alat (utama) pengakuan adanya universitas kelas dunia yang jumlahnya sangat terbatas, sangat kecil dibanding jumlah universitas yang ada di dunia. Keberadaan universitas dalam daftar itu tidak saja menjadi gengsi bagi Negara asal universitas namun juga mulai punya dampak dalam berbagai sektor kehidupan seperti politik, ekonomi dan psiko-sosial. Sejumlah pemimpin Negara maju, seperti Presiden Perancis Sarkozy dan Presiden Rusia Putin secara khusus merasa perlu pula untuk berkomentar terhadap hasil-hasil pemeringkatan itu dan meresponsnya sebagai tantangan. Kulminasinya adalah sejumlah Negara maju yang semula tidak peduli dengan hasil-hasil pemeringkatan itu kini mulai serius menggunakannya untuk menyusun sejumlah kebijakan terkait alokasi pendanaan bagi universitas di negaranya. Oleh karena itu tidak mengherankan jika hasil pemeringkatan oleh sejumlah lembaga itu kini mulai dipakai sebagai bahan pertimbangan pengambilan kebijakan publik di berbagai negara.

Praktek sejenis pemeringkatan universitas dapat ditelusuri balik hingga ke tahun 1900 dengan diterbitkannya *Where we get our best men* di Inggris. Selanjutnya dalam bentuk yang lebih terstruktur dan berskala lebih luas pemeringkatan universitas mulai dilakukan oleh US News & World Report – US Best College Rankings sejak tahun 1983. Kemudian dalam tiga dekade terakhir ini telah bermunculan berbagai lembaga pemeringkatan universitas berskala dunia seperti *Times Higher Education Supplement* (THES), *Academic Ranking World Universities* (ARWU) atau dikenal sebagai *Shanghai Jiao Tong World Universities Ranking*), *QS World Universities Ranking* (QS-WUR), *Webometric*, *UI-GreenMetric*, *U-Multirank* dsb.

Berbagai kriteria dan metodologi telah digunakan oleh lembaga-lembaga tersebut untuk menyusun daftar pemeringkatan

universitas dunia. UNESCO pun sejak tahun 2005 telah mengikuti dengan cermat perkembangan pemeringkatan tersebut. Pada umumnya setiap lembaga pemeringkatan mempunyai kriteria dan metodologi sendiri. Meskipun demikian ada ciri umum dari kriteria yang digunakan yaitu sederhana, mudah digunakan untuk membandingkan, tampak objektif, transparan, dan tidak berbayar. Lembaga itu umumnya mempunyai unit usaha tersendiri untuk membiayai kegiatan mahal pemeringkatan. Unit usaha itu secara tidak langsung mempunyai hubungan dengan kegiatan pemeringkatan, misalnya menjual data, penerbitan, menyelenggarakan seminar internasional terkait pemeringkatan dan sebagainya.

Pada saat ini lembaga pemeringkatan yang mempunyai pengaruh kuat sehingga hasilnya banyak diacu atau digunakan adalah lembaga pemeringkatan yang menekankan pentingnya kegiatan akademik, khususnya yang terkait dengan pendidikan dan penelitian, baik yang ada hubungannya dengan industri maupun tidak, yaitu ARWU, THES dan QS-WUR. Hasil pemeringkatan mereka dapat berbeda dengan cukup tajam karena kriterianya memang berbeda. Meskipun demikian secara garis besar universitas yang masuk dalam daftar top 200 nyaris sama, urutannya saja yang berbeda. Dari ketiga lembaga pemeringkatan itu, ARWU sering dianggap yang paling berat kriteria akademiknya, misalnya jumlah dosen yang mendapat hadiah Nobel atau Fields medal, jumlah publikasi di jurnal Nature atau Science dan sebagainya. Meskipun demikian THES maupun QS-WUR juga banyak digunakan oleh berbagai kalangan karena juga mempunyai kriteria yang menekankan pentingnya pendidikan dan penelitian namun dari sudut pandang lain.

Pengembangan sejumlah *Sustainability Assessment Tools* (SATs) dan index juga telah dikembangkan terkait dengan *assessment of HEIs Sustainability Performance*. Diantaranya *Auditing Instrument for Sustainability in Higher Education (AISHE)* (Roorda, 2005); *Campus of Sustainability Assessment Framework* (Cole 2003, n.d.); *the Graphical Assessment for Sustainability in Universities (GASU)* (Lozano, 2006); *the Sustainability Tol for*

Assessing Universities' Curricula Holistically (STAUNCH) (Lozano, 2010); *the revised version AISHE 2.0* (Roorda, n.d.); *Uncertainty-based DPSEEA-Sustainability index Model (uD-SiM)* (Waheed et al., 2011), *the Sustainability Tracking, Assessment and Rating System (STARS)* (Caeiro et al., 2013); *Adaptable Model for Assessing Sustainability* (Baviera-Puig et al., 2015). Pengembangan SATs mayoritas dilakukan sebelum tahun 2015. Hal ini menunjukkan bahwa SATs yang ada belum mengakomodir upaya pencapaian SDGs. Setelah dicanangkan SDGs, berbagai riset dilakukan dengan membandingkan antar SATs atau index diantaranya (Alghamdi et al., 2017; Berzosa et al., 2017; Brinkhurst et al., 2012; Caeiro et al., 2020; De Filippo et al., 2019; Drahein et al., 2019; Du et al., 2020; Findler et al., 2018; Gamage & Sciulli, 2017; Kapitulčinová et al., 2018; Minutolo et al., 2020; Parvez & Agrawal, 2019; Sepasi et al., 2019; Sonetti et al., 2016; Zahid et al., 2021).

Peringkat Institusi Pendidikan Tinggi adalah alat yang semakin umum, meskipun relevansi dan implikasi praktisnya dalam masyarakat tidak dipenuhi dengan konsensus. Peringkat, secara umum, dapat dipahami sebagai klasifikasi universitas atau departemen dari bidang pengetahuan tertentu, Peringkat universitas terkait keberlanjutan sangat penting untuk mengarahkan fokus pimpinan universitas tentang pentingnya tindakan SD, membantu dalam pelebagaan keberlanjutan karena mereka dapat mendorong penyelarasan praktik keberlanjutan dengan tujuan kelembagaan. Penelitian ini telah mengikuti proses tinjauan sistematis literatur. Perlu dilakukan sistematik literature review untuk menganalisis keterkaitan antara *Global University Rank (GUR)* dan *Sustainability University Rank (SUR)* agar dapat mengetahui keterkaitan keduanya dan membandingkan keduanya.

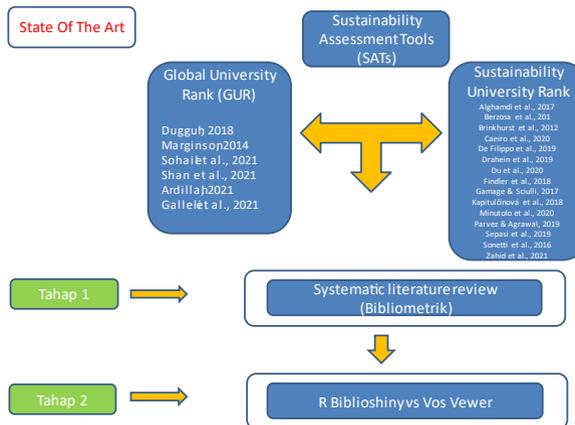
Analisis bibliometrik ini sebuah penelitian bertujuan untuk mengkaji produksi ilmiah pada subjek untuk memandu arah dan strategi penelitian masa depan. Beberapa penelitian Bibliometrik terkait *sustainability* (Adomssent et al., 2007; Avelar et al., 2019; Barth & Rieckmann, 2016; Bedin & Faria, 2021; Côrtes & Rodrigues, 2016; Diem & Wolter, 2013; Grosseck et al., 2019; Hallinger & Chatpinyakoop, 2019; Hallinger & Nguyen, 2020; X. Liu, 2013; Z. Liu

et al., 2019; Marrone *et al.*, 2018; Owens, 2017; Pizzi *et al.*, 2020; Prieto-Jiménez *et al.*, 2021; Rohrich & Takahashi, 2019; Vatananan-Thesenvitz *et al.*, 2019; Viegas *et al.*, 2016; Wright & Pullen, 2007; Zhang & Wang, 2021)

Tujuan penelitian ini melihat hubungan antara *Global University Rank* (GUR) yang dasarnya adalah indikator akademik dengan *Sustainability University Rank* (SUR) yang dasarnya adalah indikator keberlanjutan. Kontribusi penelitian ini adalah memberikan mapping keterkaitan GUR dan SUR dalam upaya pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs). Pertanyaan penelitian berikut telah didefinisikan:

RQ: Bagaimana profil penelitian dengan tema *Global University Rank* (GUR) dan *Sustainability University Rank* (SUR) yang dipublikasikan pada basis data Scopus dari tahun 2000 hingga 2022?

State of the Art dari penelitian ini adalah *Global University Rank* (GUR) dan *Sustainability university Rank* (SUR) dalam pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs).



Gambar 8.1. *State of art*

METODE

Analisis bibliometrik ini dilakukan menggunakan basis data Scopus untuk mengumpulkan data dokumen dengan keterkaitan antara *Global University Rank* (GUR) dan *Sustainability university Rank* (SUR) dalam pencapaian *Sustainable Development*

Goals (SDGs). Scopus merupakan basis data publikasi multidisiplin yang luas. Kutipan dan abstrak dari berbagai jenis publikasi seperti makalah *peer-review*, jurnal, buku, paten dan publikasi konferensi dapat dilihat pada Scopus. Scopus juga memiliki filter seperti jenis akses, nama penulis, tahun, tipe dokumen hingga Bahasa yang dapat digunakan untuk mempermudah pencarian. Selain itu Scopus menawarkan alat untuk menyimpan data dokumen berupa informasi sitasi dan bibliografi serta *abstract* dan kata kunci dalam format RIS, CSV, BibTeX, dan plain text.

Pengambilan data dokumen menggunakan kata kunci *Global University Rank* (GUR) dan *Sustainability University Rank* (SUR). Data diambil pada bulan Desember 2022 dan diperoleh sebanyak 92 dokumen. Data ini kemudian disaring kembali, diambil hanya yang berjenis artikel di jurnal, *open acces*, publikasinya dalam bahasa inggris dan sudah berada pada tahap akhir dengan hasil sebanyak 72 dokumen. Kata kunci digunakan untuk memudahkan pencarian dokumen dengan tema *Global University Rank* (GUR) dan *Sustainability university Rank* (SUR). Data bibliometrik 92 dokumen tersebut kemudian diolah menggunakan *R-biblioshiny* untuk menunjukkan matriks sitasi dan membuat serta memvisualisasikan jaringan *bibliometric*. Selain itu dilakukan pula analisis tambahan yaitu analisis sensitivity dengan menggunakan *Vos Viewer*.

HASIL DAN PEMBAHASAN INFORMASI DATA UTAMA

Publikasi yang digunakan pada penelitian ini berasal dari tahun 2000 sampai 2021 namun data menunjukkan tahun termuda adalah tahun 2000 yang membahas tentang *Global University Rank* dan *Sustainability University Rank*. Selama kurang lebih dua dekade, berasal dari 92 sumber berupa 72 jurnal, 1 buku, 5 *book chapter*, 7 *conference paper*, 1 editorial, 1 catatan dan 1 hasil review. Terdapat 324 penulis, yang tidak berkolaborasi sebanyak 12 penulis pada 12 artikel (Tabel 8.1).

Tabel 8.1. Informasi Data Utama

<i>Description</i>	<i>Results</i>
--------------------	----------------

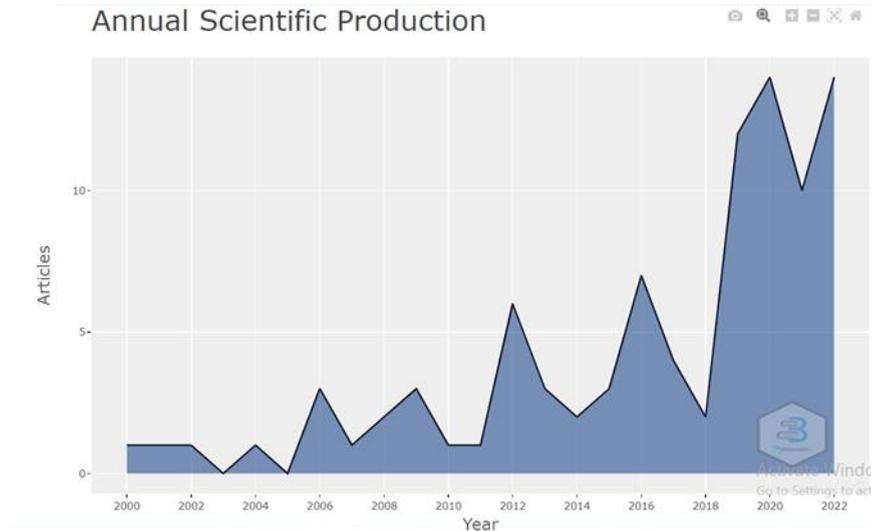
MAIN INFORMATION ABOUT DATA	
<i>Timespan</i>	2000:2021
<i>Sources (Journals, Books, etc)</i>	73
<i>Documents</i>	92
<i>Average years from publication</i>	5.46
<i>Average citations per documents</i>	12.83
<i>Average citations per year per doc</i>	2.229
<i>References</i>	4311
DOCUMENT TYPES	
<i>Article</i>	72
<i>Book</i>	1
<i>Book Chapter</i>	5
<i>Conference Paper</i>	7
<i>Editorial</i>	1
<i>Note</i>	1
<i>Review</i>	1
DOCUMENT CONTENTS	
<i>Keywords Plus (ID)</i>	585
<i>Author's Keywords (DE)</i>	311
AUTHORS	
<i>Authors</i>	324
<i>Author Appearances</i>	335
<i>Authors of single-authored documents</i>	12
<i>Authors of multi-authored documents</i>	312
AUTHORS COLLABORATION	
<i>Single-authored documents</i>	12
<i>Documents per Author</i>	0.284
<i>Authors per Document</i>	3.52
<i>Co-Authors per Documents</i>	3.64
<i>Collaboration Index</i>	3.9

Source: Olahan data R Biblioshiny

TREND PUBLIKASI DAN SITASI

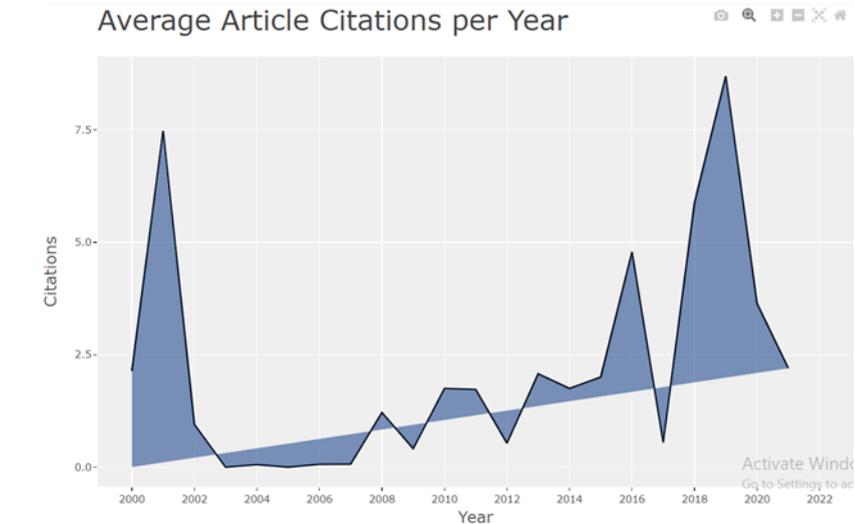
Publikasi paling awal di Scopus dengan menggunakan kata kunci *Global University Rank* dan *Sustainability University Rank* berada di tahun 2012 dan terus meningkat hingga bulan Oktober tahun 2022

(Gambar 8.2). Publikasi dengan tema *Global University Rank* dan *Sustainability University Rank* paling banyak terdapat di tahun 2020 dan 2022 dengan jumlah mendekati 15 artikel. Rata-rata pertumbuhan tren publikasi dengan tema ini sebesar 5.46%.



Gambar 8.2. Average Scientific Production

Secara keseluruhan publikasi dengan tema *Global University Rank* dan *Sustainability University Rank* trendnya semakin meningkat. Sedangkan trend sitasi mengalami fluktuasi. Pada tahun 2001 mengalami pucuk sitasi, selanjutnya mengalami penurunan drastis dengan trend yang mendatar. Pada tahun 2016 mengalami peningkatan sitasi kembali, meski mengalami penurunan sitasi di tahun 2017 dimana puncak sitasinya terjadi pada tahun 2019 (Gambar 8.3).

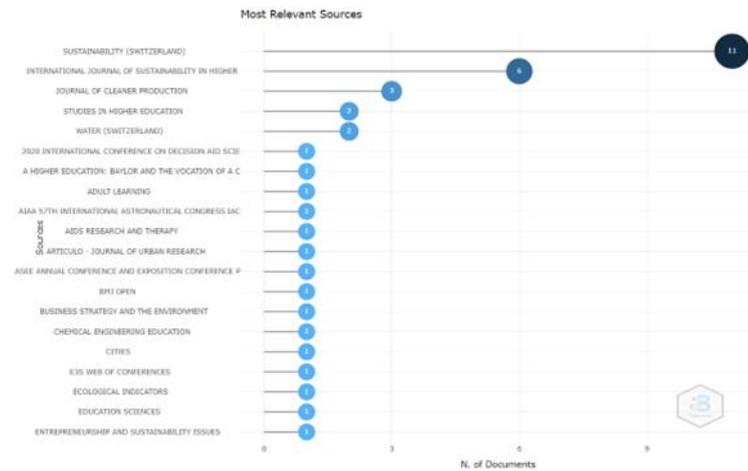


Gambar 8.3. Average Citations per Year

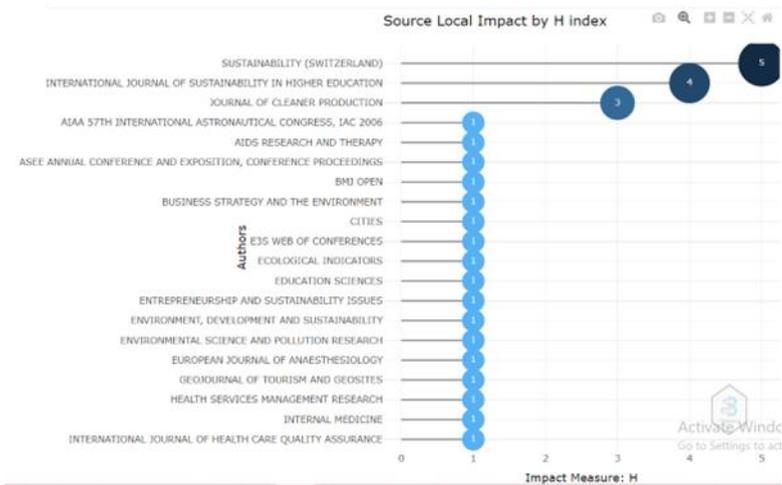
JURNAL TERELEVAN DAN SITASI TERBANYAK

Jurnal yang paling banyak mempublikasikan artikel dengan tema *Global University Rank* dan *Sustainability University Rank* adalah jurnal *Sustainability* dengan total artikel sebanyak 11. Terdapat perbedaan yang signifikan dengan jurnal-jurnal lain yaitu *International Journal of Sustainability in Higher Education* sebanyak 6; *Journal of Cleaner Production* sebanyak 3 *paper*; *Studies in Higher Education* sebanyak 2 *paper*, *Water* sebanyak 2 *paper*, sedangkan lainnya pada kisaran hanya 1 *paper* terkait publikasi artikel dengan tema serupa (Gambar 8.4).

Sementara itu Gambar 8.5, menunjukkan jurnal yang paling berpengaruh berdasarkan jumlah total *impact* secara lokal. Secara lokal maksudnya adalah berdasarkan data yang digunakan (sebanyak 92 artikel), jurnal yang paling banyak memiliki *impact* secara lokal adalah *Sustainability* sebanyak 5 *paper*, *International Journal of Sustainability In Higher Education* sebanyak 4 *paper*, *Journal of Cleaner Production* sebanyak 3. Jurnal yang lain hanya memiliki *impact lokal* dengan kisaran 1 *paper*.

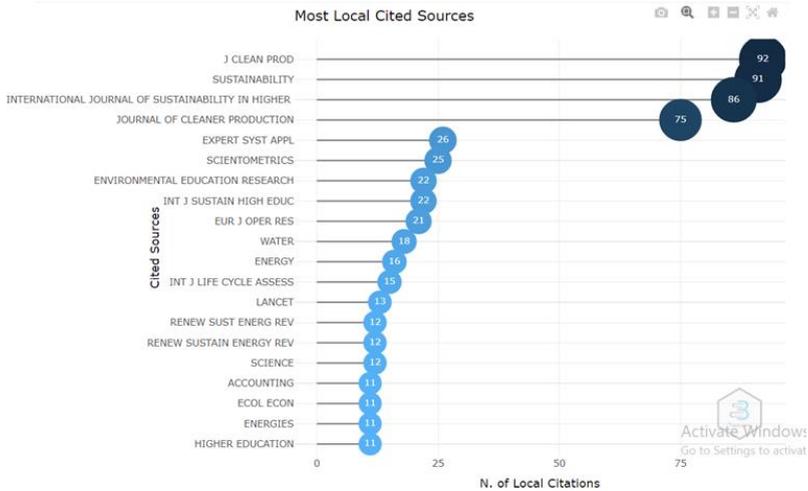


Gambar 8.4. Most Relevant Sources



Gambar 8.5. Source Local Impact by H Index

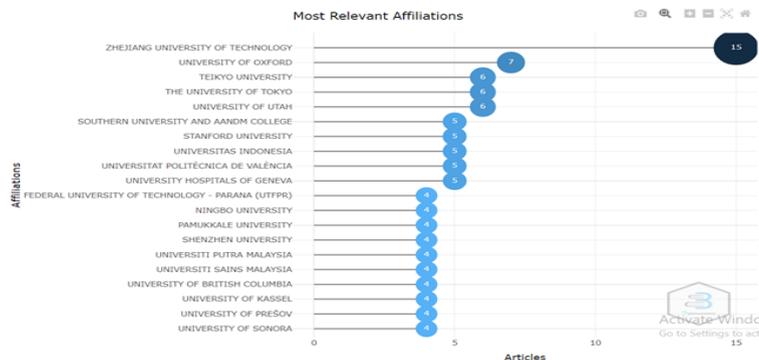
Sementara itu Gambar 8.6, menunjukkan jurnal yang paling relevan berdasarkan jumlah total sitasi secara lokal. Secara lokal maksudnya adalah berdasarkan data yang digunakan, jurnal yang paling banyak disitasi secara lokal adalah *Jurnal of Cleaner Production* dengan total sitasi sebanyak 92; *Sustainability* sebanyak 91; *International Journal of Sustainability in Higher Education* sebanyak 86 *paper*. Jurnal yang lain hanya disitasi dalam kisaran 11-26 kali.



Gambar 8.6. Most Local Cited Source

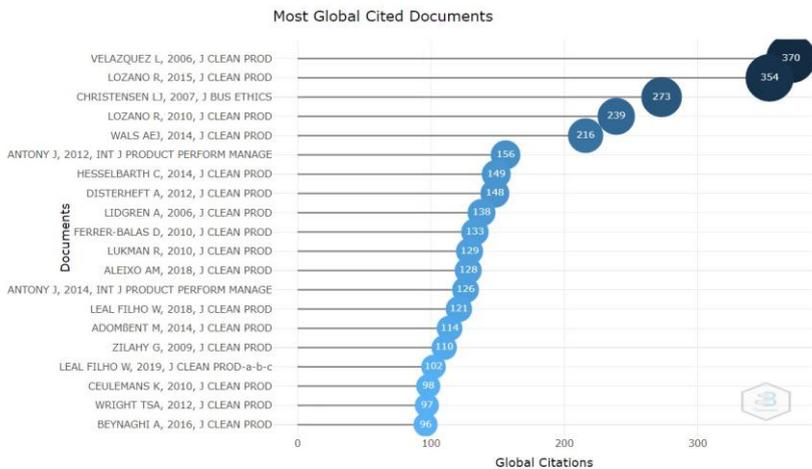
AFILIASI TERELEVAN DAN SITASI TERBANYAK

Terkait dengan afiliasi terbanyak dilakukan oleh *Zhejiang University of Technology* sebanyak 15 document. Berikutnya dilakukan oleh *Universiti of Oxford* sebanyak 7 document; *Tekyo University, The University of Tokyo and University of Utah* sebanyak 6 document. Selebihnya hanya berkisar antara 4-5 document (Gambar 8.7).



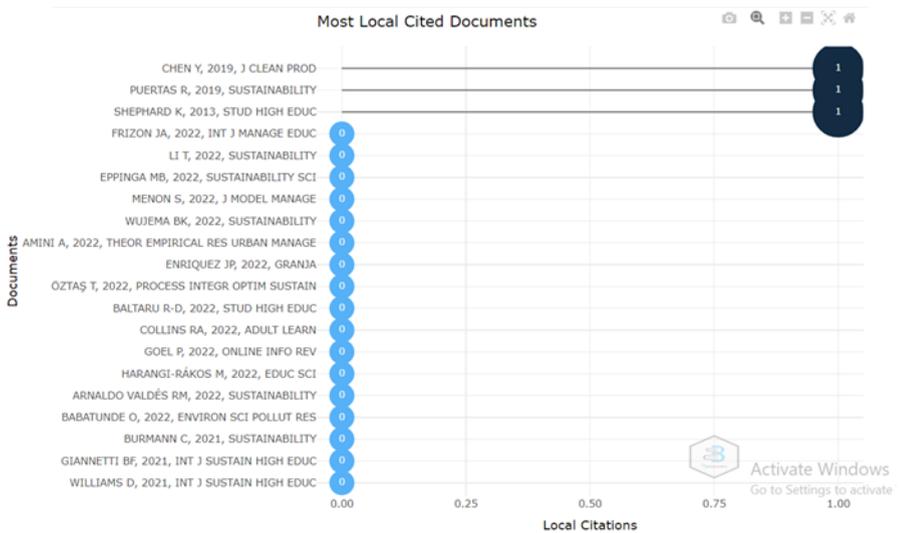
Gambar 8.7. Most Relevant Affiliation

Berdasarkan Gambar 8.8 dapat terlihat bahwa publikasi yang paling berpengaruh dilihat dari jumlah sitasi globalnya adalah artikel milik Veleva yang diterbitkan 2001 pada *Journal of Cleaner Production* sebanyak 157. Urutan kedua artikel yang paling banyak disitasi secara global juga diperoleh SI J. Artikel tersebut diterbitkan tahun 2016 pada *Sustainability Cites Social* dengan jumlah sitasi sebanyak 139 (Gambar 8.8).



Gambar 8.8. Most Global Cited Documents

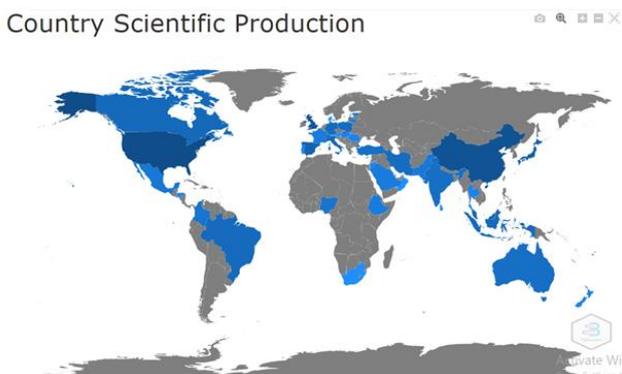
Berdasarkan Gambar 8.9 dapat terlihat bahwa publikasi yang paling berpengaruh dilihat dari jumlah sitasi lokalnya adalah artikel milik Chen Y yang diterbitkan 2019 pada *Journal of Cleaner Production* sebanyak 1; artikel milik Puertas yang diterbitkan 2019 pada *Sustainability Journal* dan Shephard, 2013 pada *Study Higher Education* sebanyak 1 kali (Gambar 8.9).



Gambar 8.9. Most Local Cited Documents

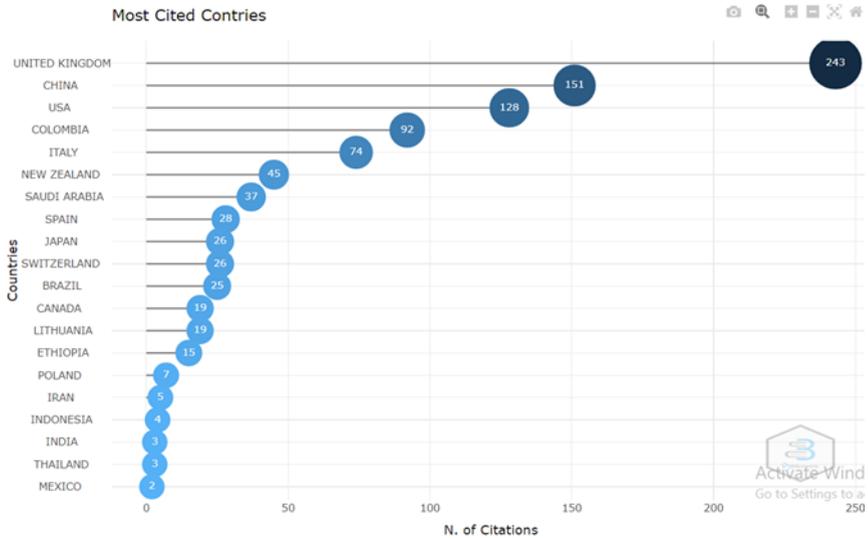
NEGARA TERPRODUKTIF DAN SITASI TERBANYAK

Menurut Gambar 8.10, penulis terproduktif berasal dari USA sebanyak 57 artikel; China sebanyak 39 artikel; UK sebanyak 31 artikel; *Japan* sebanyak 18 artikel; *Spain* sebanyak 14 artikel; Malaysia sebanyak 13 artikel; *Iyalt* sebanyak 12 artikel; *Canada* dan *Switzerland* sebanyak 10 arikel. Negara lain di bawah 10 *paper* yaitu *Germany*; Indonesia; Iran; *Poland*; Australia; India; *Turkey*; *Colombia*; Nigeria dan *Mexico*.



Gambar 8.10. Country Scientific Production

Terkait dengan negara yang paling berpengaruh (terbanyak disitasi) dipimpin oleh UK sebanyak 243 sitasi, kemudian disusul oleh China sebanyak 151 sitasi, USA sebanyak 128 sitasi, Colombia sebanyak 92 sitasi dan *Italy* sebanyak 74 sitasi. Negara negara lain hanya disitasi dengan kisaran 2-45. Informasi ditunjukkan pada Gambar 8.11.

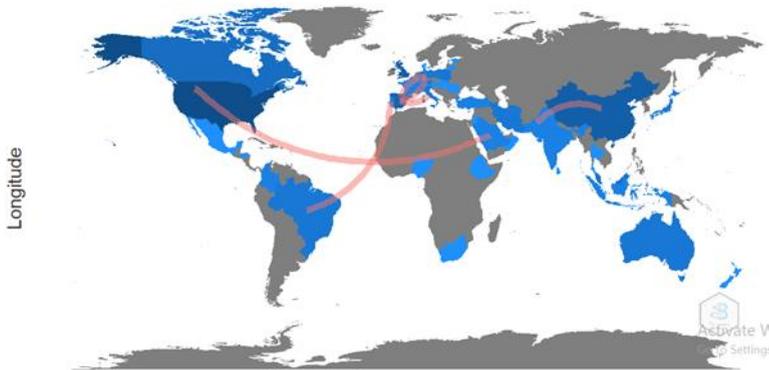


Gambar 8.11. Most Cited Countries

KOLABORASI PENULIS ANTARNEGARA

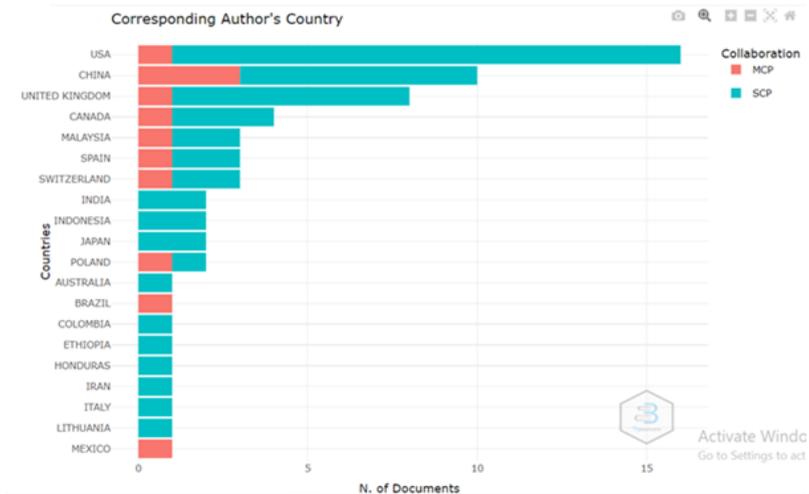
Berdasarkan gambar 8.12, penulis yang paling banyak melakukan kolaborasi antarnegara adalah penulis-penulis yang berasal dari negara USA dan *Germany*. Penulis USA paling banyak berkolaborasi dengan penulis dari Negara Australia, Brazil, *Canada*, *Germany*, Saudi, *Mexico*, *Switzerland*. Kemudian penulis *Germany* paling banyak berkolaborasi dengan penulis dari Negara *Denmark*, *Estonia*, *France*, *Poland* dan Saudi Arabia. Penulis dari Indonesia tercatat belum melakukan publikasi dan berkolaborasi dengan negara lain

Country Collaboration Map



Gambar 8.12. Country Collaboration Map

Terkait dengan Gambar 8.13 terkait dengan *corresponding author*, didapatkan hasil bahwa terbanyak dari USA, China dan UK. Selanjutnya diikuti negara *Canada, Malaysia, Spain, Switzerland, India, Indonesia, Japan* dan *Poland*. Secara *general* nampak bahwa *author* berkolaborasi dengan *author* lain di negara yang sama dikenal dengan *Single Country Publication (SCP)* dibanding *Multiple Country Publication (MCP)*.

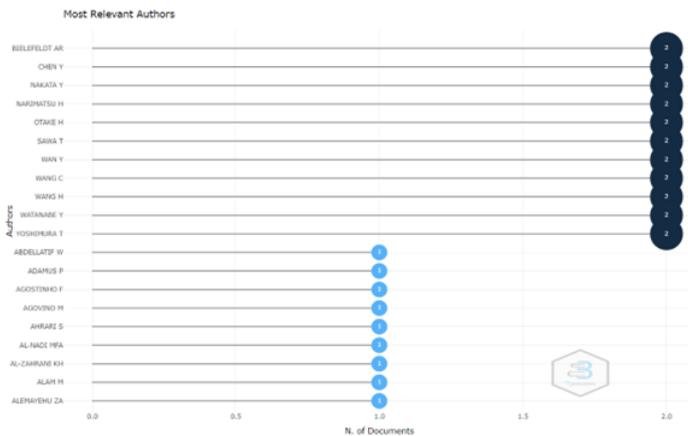


Gambar 8.13. Corresponding Author's Country

Terkait dengan Gambar 8.13 terkait dengan *corresponding author*, didapatkan hasil bahwa terbanyak dari USA, China dan UK. Selanjutnya diikuti negara *Canada, Malaysia, Spain, Switzerland, India, Indonesia, Japan* dan *Poland*. Secara *general* nampak bahwa *author* berkolaborasi dengan *author* lain di negara yang sama dikenal dengan *Single Country Publication (SCP)* dibanding *Multiple Country Publication (MCP)*.

PENULIS PALING PRODUKTIF

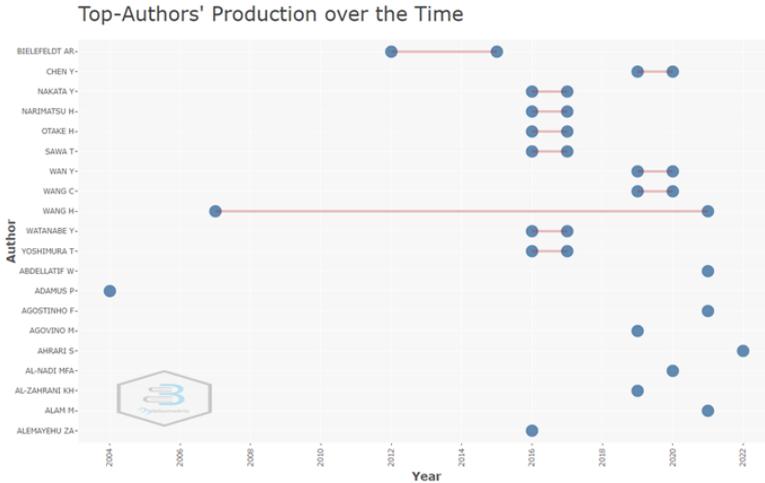
Gambar 8.14 menunjukkan dua puluh penulis paling produktif pada artikel dengan tema kunci *Global University Rank* dan *Sustainability University Rank*. Gambar produktifitas penulis menunjukkan urutan teratas ditempati Bielefeldt; Chen; Nakata; Narimatsu; Otake; Sawa; Wan, Wang, Wang, Watanabe dan Yoshimura sebanyak 2 artikel. Sementara penulis lain sebanyak 1 *paper*.



Gambar 8.14. Top-Authors' Production over the Time

Gambar 8.15 memberikan gambaran yang lebih detail. Bielefeldt merupakan author yang produktif, dimana memiliki dua publikasi dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2015. Wang H memiliki dua publikasi pada tahun 2007 dan 2021. Kemudian Chen, Wan dan Wang C melakukan publikasi pada tahun 2019 dan 2020.

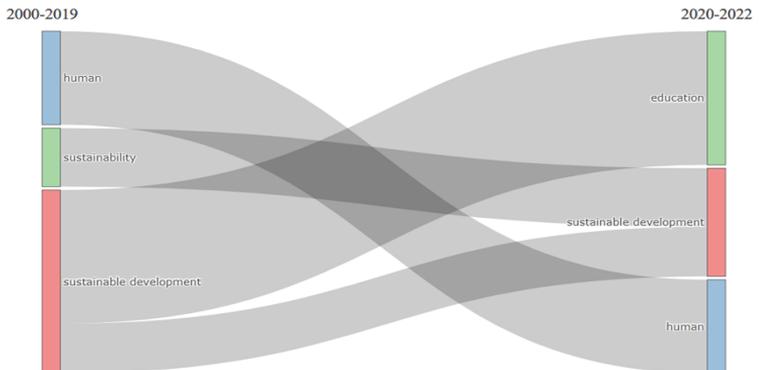
Selanjutnya Nakata, Narimatsu, Otake, Sawa, Watanabe dan Yoshimura merupakan penulis di tahun 2016 dan 2017.



Gambar 8.15. Most Relevant Authors

THEMATIC EVOLUTION

Gambar 8.16 menunjukkan terdapat pergeseran tema antara tahun 2000-2019 dan 2020-2022. Tema human masih menarik untuk diteliti hingga saat ini. Tema *sustainability development* dan *education* merupakan trending tema pada dua tahun terakhir ini.



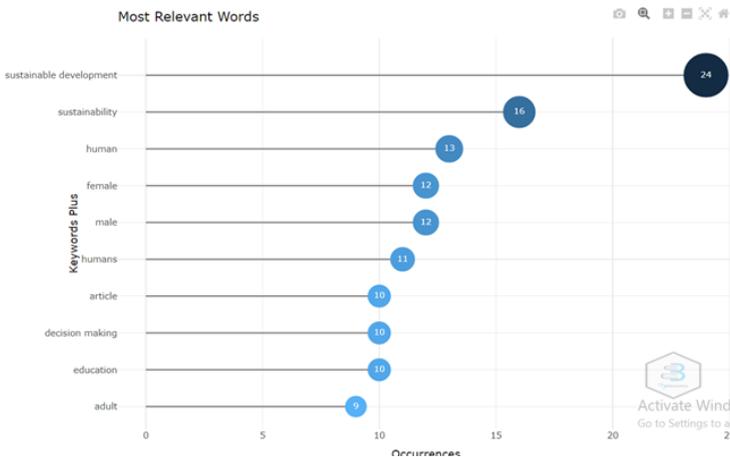
Gambar 8.16. Peta Evolusi Tema



Gambar 8.18. Topik Trend

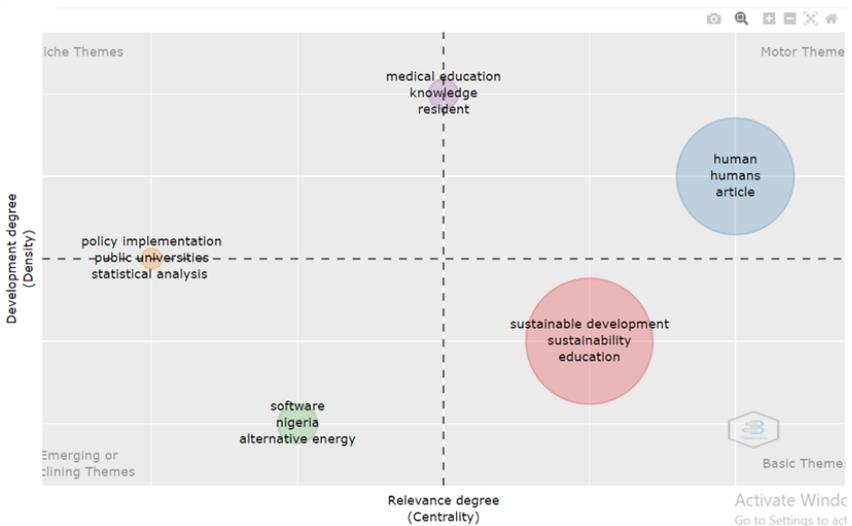
KEYWORDS

Pada Gambar 8.19, 8.20 dan 8.21 menunjukkan *keyword* yang banyak digunakan adalah *sustainable development* sebanyak 24 (8%) artikel, selanjutnya *sustainability* 16 (6%) artikel dan yang ketiga *human* sebanyak 13 (4%) artikel.



Gambar 8.19. Most Relevant Words

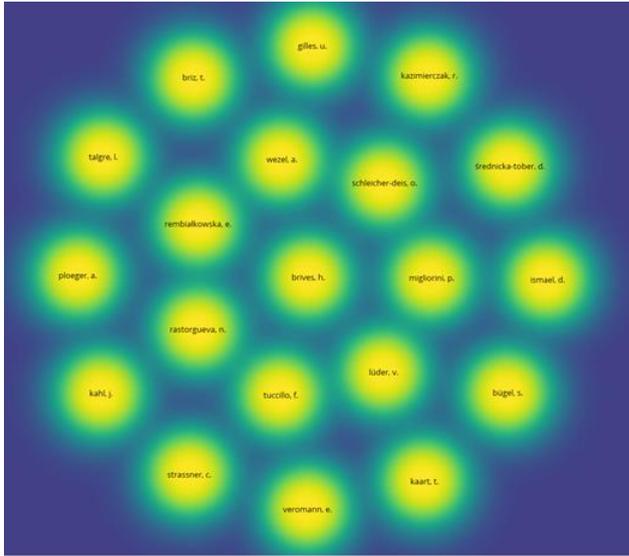
rendah ada di atas kuadran kiri atas. Selanjutnya, tema dengan tren menurun berada di kuadran kiri bawah, sedangkan tema fundamental dengan sentralitas tinggi tetapi kepadatan rendah berada di kuadran kanan bawah. *Thematic Map* menunjukkan bahwa adanya keterkaitan antara tiga tema yaitu *sustainability development*, *sustainability and education* berada di kuadran kanan bawah. Penelitian lebih lanjut terkait hubungan antara *sustainability in higher education* dengan *sustainability development* memiliki peluang besar dan layak untuk dilakukan karena sentralitasnya tinggi namun masih jarang dilakukan hingga saat ini



Gambar 8.22. *Density*

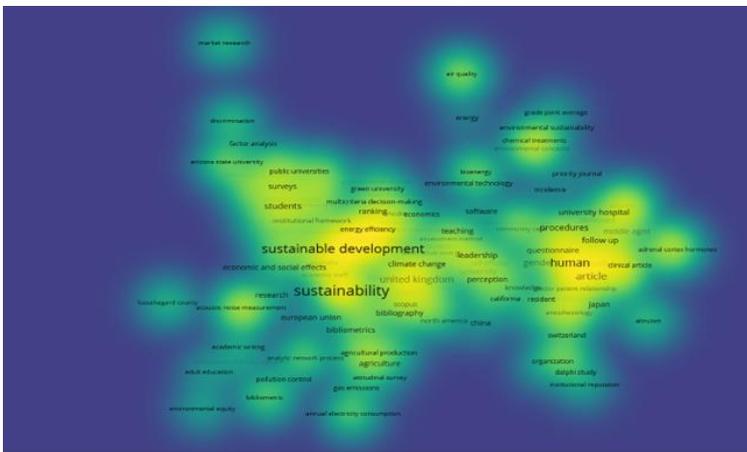
CONCEPTUAL STRUCTURE

Selanjutnya dilakukan pula analisis tambahan dengan menggunakan *Vos Viewer*. Hasil penelitian menunjukkan *Sustainability in Higher Education Institutions* masih menjadi topik yang menarik untuk diteliti hingga saat ini ditunjukkan oleh *trend* publikasi tahunan (Gambar 8.23). *Conceptual structure* berdasar *co authorship* menunjukkan bahwa terdapat keterkaitan antar penulis yang menghasilkan penelitian bersama yaitu Brives, Briz, Bugel, Ismael, Kaart, Kahl, Kazimierczak, Luder, Migliorini, Ploeger,



Gambar 8.26. Density Visualization Vos Viewer (Co Authorship)

Penelitian mendatang dapat mengikuti tren topik ini, karena masih belum banyak diteliti oleh para peneliti sebelumnya. Hasil *vos viewer* ini konsisten dengan hasil *biblioshiny* yaitu *keyword* yang banyak digunakan adalah *sustainable development*, *sustainability* dan *human*. Hal ini ditunjukkan dengan *font keyword* tersebut lebih besar dibanding yang lainnya.



Gambar 8.27. Density Visualization Vos Viewer (Co curanceship)

SIMPULAN

Artikel dengan tema *Global University Rank* dan *Sustainability University Rank* diterbitkan tahun 2000 dan masih menjadi tema yang menarik untuk diteliti hingga saat ini. Selama kurang lebih dua dekade, berasal dari 92 sumber berupa 72 jurnal, 1 buku, 5 *book chapter*, 7 *conference paper*, 1 editorial, 1 catatan dan 1 hasil review. Terdapat 324 penulis, dengan jumlah penulis yang tidak berkolaborasi sebanyak 12 penulis pada 12 artikel. Jurnal *Sustainability* paling banyak memuat tema tersebut. Penulis paling produktif berasal dari USA, sedangkan penulis Indonesia belum ada yang terdaftar. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi terutama bagi penulis Indonesia yang akan melakukan publikasi internasional dengan tema serupa. Keterbatasan penelitian ini adalah sebagian besar pengolahan data didasarkan pada kata kunci yang tidak disertai alasan pemilihan kata kunci tersebut. Selain itu data yang digunakan terbatas pada artikel yang dipublikasikan di Scopus. Penulis Indonesia disarankan untuk dapat berkolaborasi dengan lebih banyak peneliti dari negara lain yang memiliki peneliti yang sangat produktif terkait tema ini. Peluang publikasi internasional juga akan menjadi lebih besar apabila publikasi ditargetkan pada jurnal-jurnal yang telah banyak menerbitkan karya penulis Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Adomssent, M., Godemann, J., Michelsen, G., Barth, M., Rieckmann, M., & Stoltenberg, U., 2007. Developing Key Competencies for Sustainable Development in Higher Education. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 2007.
- Alghamdi, N., den Heijer, A., & de Jonge, H., 2017. Assessment Tools' Indicators for Sustainability in Universities: An Analytical Overview. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 18(1), pp.84–115.
- Amaral, L.P., Martins, N., & Gouveia, J.B., 2015. Quest for a Sustainable University: A Review. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 16(2), pp.155–172.
- Avelar, A.B.A., Silva-Oliveira, K.D.da., & Pereira, R.da.S., 2019. Education for Advancing the Implementation of the Sustainable Development Goals: A Systematic Approach.

- International Journal of Management Education*, 17(3), pp.100322.
- Barth, M., & Rieckmann, M., 2016. State of the Art in Research on Higher Education for Sustainable Development. *Routledge Handbook of Higher Education for Sustainable Development*, 2019, pp.100–113.
- Baviera-Puig, A., Gómez-Navarro, T., García-Melón, M., & García-Martínez, G., 2015. Assessing the Communication Quality of CSR Reports. A Case Study on Four Spanish Food Companies. *Sustainability (Switzerland)*, 7(8), pp.11010–11031.
- Bedin, É.P., & Faria, L.C.de., 2021. Sustainability in Higher Education Institutions (HEI): Merging the Study Systematic Review, Analysis Content and Bibliometrics. *Macro Management & Public Policies*, 3(3).
- Berzosa, A., Bernaldo, M.O., & Fernández-Sanchez, G., 2017. Sustainability Assessment Tools for Higher Education: An Empirical Comparative Analysis. *Journal of Cleaner Production*, 161, pp.812–820.
- Brinkhurst, M., Rose, P., Maurice, G., & Ackerman, J.D., 2012. *International Journal of Sustainability in Higher Education Information*, 2012.
- Caeiro, S., Azeiteiro, U.M., Filho, W.L., & Jabbour, C., 2013. Sustainability Assessment Tools in Higher Education Institutions: Mapping Trends and Good Practices Around the World. *Sustainability Assessment Tools in Higher Education Institutions: Mapping Trends and Good Practices Around the World*, pp.1–417.
- Caeiro, S., Hamón, L.A.S., Martins, R., & Aldaz, C.E.B., 2020. Sustainability Assessment and Benchmarking in Higher Education Institutions-a Critical Reflection. *Sustainability (Switzerland)*, 12(2), pp.1–30.
- Cole., 2003. *Assessing Sustainability on Canadian University Campuses: Development of a Campus Sustainability Assessment Framework*.
- Côrtes, P.L., & Rodrigues, R., 2016. A Bibliometric Study on “Education for Sustainability.” *Brazilian Journal of Science and Technology*, 3(1).
- De Filippo, D., Sandoval-Hamón, L.A., Casani, F., & Sanz-Casado, E., 2019. Spanish Universities’ Sustainability Performance and Sustainability-Related R & D+I. *Sustainability (Switzerland)*, 11(20).

- Diem, A., & Wolter, S.C., 2013. The Use of Bibliometrics to Measure Research Performance in Education Sciences. *Research in Higher Education*, 54(1), pp.86–114.
- Drahein, A.D., De Lima, E.P., & Da-Costa, S.E.G., 2019. Sustainability Assessment of the Service Operations at Seven Higher Education Institutions in Brazil. *Journal of Cleaner Production*, 212, pp.527–536.
- Du, Y., Arkesteijn, M.H., den-Heijer, A.C., & Song, K., 2020. Sustainable Assessment Tools for Higher Education Institutions: Guidelines for Developing a Tool for China. *Sustainability (Switzerland)*, 12(16).
- Findler, F., Schönherr, N., Lozano, R., & Stacherl, B., 2018. Assessing the Impacts of Higher Education Institutions on Sustainable Development-an Analysis of Tools and Indicators. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1).
- Gamage, P., & Sciulli, N., 2017. Sustainability Reporting by Australian Universities. *Australian Journal of Public Administration*, 76(2), pp.187–203.
- Grosbeck, G., Tîru, L.G., & Bran, R.A., 2019. Education for Sustainable Development: Evolution and Perspectives: A Bibliometric Review of Research, *Sustainability (Switzerland)*, 11(21), pp.1992–2018.
- Hallinger, P., & Chatpinyakoop, C., 2019. A Bibliometric Review of Research on Higher Education for Sustainable Development, 1998-2018. *Sustainability (Switzerland)*, 11(8).
- Hallinger, P., & Nguyen, V.T., 2020. Mapping the Landscape and Structure of Research on Education for Sustainable Development: A Bibliometric Review. *Sustainability (Switzerland)*, 12(5), pp.1–16.
- Kapitulčinová, D., AtKisson, A., Perdue, J., & Will, M., 2018. Towards Integrated Sustainability in Higher Education – Mapping the Use of the Accelerator Toolset in All Dimensions of University Practice. *Journal of Cleaner Production*, 172, pp.4367–4382.
- Liu, X., 2013. Full-Text Citation Analysis: A New Method to Enhance. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 64(July), pp.1852–1863.
- Liu, Z., Moshi, G.J., & Awuor, C.M., 2019. Sustainability and Indicators of Newly Formed World-Class Universities (NFWCUs) between 2010 and 2018: Empirical Analysis from the Rankings of ARWU, QSWUR and THEWUR. *Sustainability (Switzerland)*, 11(10).

- Lozano, R., 2006. A Tool for a Graphical Assessment of Sustainability in Universities (GASU). *Journal of Cleaner Production*, 14(9-11), pp.963-972.
- Lozano, R., 2010. Diffusion of Sustainable Development in Universities' Curricula: An Empirical Example from Cardiff University. *Journal of Cleaner Production*, 18(7), pp.637-644.
- Mallow., 2020. *Transforming Our World: Higher Education and The Agenda 2030*.
- Marrone, P., Orsini, F., Asdrubali, F., & Guattari, C., 2018. Environmental Performance of Universities: Proposal for Implementing Campus Urban Morphology as an Evaluation Parameter in Green Metric. *Sustainable Cities and Society*, 42(July), pp.226-239.
- Minutolo, M.C., Ivanova, A., & Cong, M., 2020. Signaling Sustainability: Impact that Learning How to Report has on Enrollment, Endowment and Emissions of North American Higher Education Institutions. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 12(5), pp.1140-1158.
- Owens, T.L., 2017. Higher Education in the Sustainable Development Goals Framework. *European Journal of Education*, 52(4), pp.414-420.
- Parvez, N., & Agrawal, A., 2019. Assessment of Sustainable Development in Technical Higher Education Institutes of India. *Journal of Cleaner Production*, 214, pp.975-994.
- Pizzi, S., Caputo, A., Corvino, A., & Venturelli, A., 2020. Management Research and the UN Sustainable Development Goals (SDGs): A Bibliometric Investigation and Systematic Review. *Journal of Cleaner Production*, 276, pp.124033.
- Prieto-Jiménez, E., López-Catalán, L., López-Catalán, B., & Domínguez-Fernández, G., 2021. Sustainable Development Goals and Education: A Bibliometric Mapping Analysis. *Sustainability (Switzerland)*, 13(4), pp.1-20.
- Rohrich, S.S., & Takahashi, A.R.W., 2019. Environmental Sustainability in Higher Education Institutions, a Bibliometric Study on National Publications. *Gestao e Producao*, 26(2).
- Roorda, N., n.d. Assessment, Policy Development and Certification of Education for Sustainable Development: AISHE 2.0. *English*, 0, pp.1-12.
- Roorda, N., 2005. Developing Sustainability in Higher Education Using Aishe. *Higher Education and the Challenge of Sustainability*, pp.305-318.

- Sepasi, S., Braendle, U., & Rahdari, A.H., 2019. Comprehensive Sustainability Reporting in Higher Education Institutions. *Social Responsibility Journal*, 15(2), pp.155–170.
- Sonetti, G., Lombardi, P., & Chelleri, L., 2016. True Green and Sustainable University Campuses? Toward a Clusters Approach. *Sustainability (Switzerland)*, 8(1), pp.1–23.
- Vatananan-Thesenvitz, R., Schaller, A.A., & Shannon, R., 2019. A Bibliometric Review of the Knowledge Base for Innovation in Sustainable Development. *Sustainability (Switzerland)*, 11(20), pp.1–22.
- Viegas, C.V., Bond, A.J., Vaz, C.R., Borchardt, M., Pereira, G.M., Selig, P.M., & Varvakis, G., 2016. Critical Attributes of Sustainability in Higher Education: A Categorisation from Literature Review. *Journal of Cleaner Production*, 126, pp.260–276.
- Waheed, B., Khan, F.I., & Veitch, B., 2011. Developing a Quantitative Tool for Sustainability Assessment of HEIs. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 12(4), pp.355–368.
- Wright, T., & Pullen, S., 2007. Examining the Literature: A Bibliometric Study of ESD Journal Articles in the Education Resources Information Center Database. *Journal of Education for Sustainable Development*, 1(1), pp.77–90.
- Zahid, M., Ur Rahman, H., Ali, W., Habib, M.N., & Shad, F., 2021. Integration, Implementation and Reporting Outlooks of Sustainability in Higher Education Institutions (HEIs): Index and Case Base Validation. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 22(1), pp.120–137.
- Zhang, Y.Y., & Wang, P., 2021. Detecting the Historical Roots of Education for Sustainable Development (ESD): a Bibliometric Analysis. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 2021.

