

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Pembahasan yang akan dilakukan pada penelitian ini merujuk pada penelitian-penelitian sebelumnya. Berikut ini uraian topik penelitian, permasalahan yang diangkat, metode penelitian dan kesimpulan penelitian terdahulu serta persamaan dan perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang dilakukan saat ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh Tony wijaya (2008) dengan judul "Kajian Model Empiris Perilaku Berwirausaha UKM DIY dan Jawa Tengah" yang terdapat dalam Jurnal manajemen Dan Kewirausahaan, Vol. 10, No. 2, September 2008. Penelitian ini menguji 344 sampel dari pengusaha UKM di DIY dan Jawa Tengah dengan menggunakan *purposive sampling* yaitu usaha yang dijalankan lebih dari 3 tahun dengan pertimbangan memiliki pengalaman yang dapat diobservasi secara objektif. Secara umum penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk menguji kelayakan rancangan model peran sikap berwirausaha, norma subjektif, efikasi diri terhadap perilaku berwirausaha melalui intensi berwirausaha. Secara khusus penelitian ini bertujuan memperoleh hasil analisis peran antar variable yaitu besaran peran sikap berwirausaha, norma subjektif, efikasi diri terhadap intensi berwirausaha, besaran peran efikasi

diri terhadap perilaku berwirausaha dan besaran peran intensi berwirausaha terhadap perilaku berwirausaha.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Tony Wijaya adalah bahwa sikap berwirausaha, norma subjektif dan efikasi diri berpengaruh positif terhadap perilaku berwirausaha melalui intensi berwirausaha. Secara parsial, efikasi diri tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku berwirausaha secara langsung maupun melalui intensi berwirausaha.

Persamaan yang terdapat dalam penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama meneliti pola perilaku pada pengusaha kecil menengah. Adapun perbedaan yang terdapat dalam penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan terdahulu adalah pada penelitian terdahulu yang ingin diteliti adalah perilaku berwirausaha sedangkan pada penelitian yang dilakukan saat ini adalah perilaku pencatatan transaksi.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Niat Melakukan Pencatatan Transaksi

Niat untuk melakukan pencatatan transaksi dapat dilihat dari beberapa pengertian dari niat (Setyawan dan Ihwan dalam Foedjiawati dan Samuel, 2007) sebagai berikut:

1. Niat dianggap sebagai sebuah ‘perangkap’ atau perantara antara faktor-faktor motivasional yang mempengaruhi perilaku.
2. Niat juga mengindikasikan seberapa jauh seseorang mempunyai kemauan untuk mencoba.

3. Niat menunjukkan pengukuran kehendak seseorang.
4. Niat berhubungan dengan perilaku yang terus menerus.

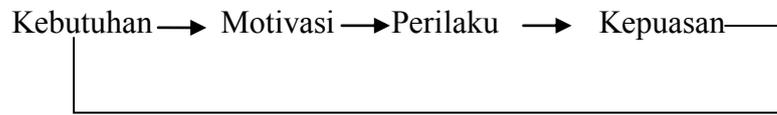
Tony Wijaya (2008) mengartikan niat sebagai kecenderungan seseorang untuk memilih melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Niat ditentukan oleh sejauh mana individu memiliki sikap positif pada perilaku tertentu, dan sejauh mana apabila dia memilih untuk melakukan perilaku tertentu dia mendapat dukungan dari orang lain yang berpengaruh dalam hidupnya.

Perilaku untuk melakukan pencatatan transaksi dapat diprediksi melalui niat. Fishben dan Ajzen dalam Foedjiawati dan Semuel (2007) mengatakan bahwa cara yang paling efektif untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku adalah dengan menanyakan atau mengetahui niat individu tersebut. Dengan kata lain, niat merupakan maksud yang dapat digunakan untuk memprediksi suatu perilaku tertentu.

2.2.2 Motivasi

Motivasi adalah proses yang dimulai dengan definisi fisiologis atau psikologis yang menggerakkan perilaku atau dorongan yang ditujukan untuk tujuan insentif. Motivasi juga berkaitan dengan reaksi subjektif yang terjadi sepanjang proses ini. Timbulnya motivasi dapat dikarenakan belum terpenuhinya kebutuhan seseorang terhadap sesuatu yang belum dicapainya (Arfan Ikhsan, 2010 : 84).

Gambar 2.1.
Proses motivasi

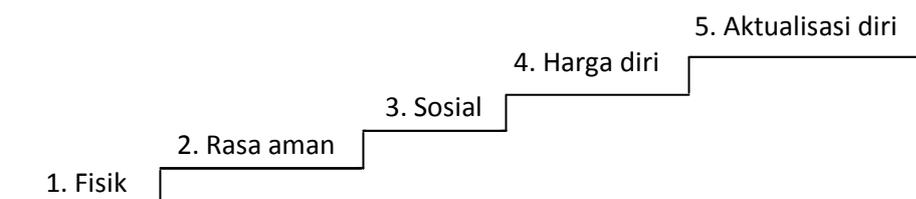


Feed back untuk hubungan yang belum terpuaskan

Sumber: Arfan Ikhsan (2010: 84-85)

Menurut Maslow dalam Arfan Ikhsan (2010 : 85), setiap individu memiliki beraneka ragam kebutuhan yang dapat mempengaruhi perilaku mereka. Maslow juga menjabarkan lima hierarki kebutuhan manusia yaitu kebutuhan fisiologis yaitu kebutuhan fisik, kebutuhan akan keamanan yaitu kebutuhan akan keselamatan dari ancaman dan bahaya, kebutuhan sosial yaitu kebutuhan akan rasa cinta dan kepuasan dalam menjalin hubungan dengan orang lain, kebutuhan akan penghargaan yaitu kebutuhan akan kedudukan, reputasi dan prestasi, dan yang terakhir adalah kebutuhan akan aktualisasi diri yaitu kebutuhan pemenuhan diri untuk melakukan apa yang sesuai dengan dirinya.

Gambar 2.2
Hierarki kebutuhan Maslow's



Sumber: Arfan Ikhsan (2010: 85-86)

2.2.3 Sikap

Sikap (*attitude*) adalah evaluasi, perasaan emosional dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama dari seseorang terhadap beberapa objek atau gagasan (Setiadi dalam Utami, 2007).

Arfan Ikhsan (2010) mendefinisikan sikap sebagai tendensi tindakan, baik yang menguntungkan maupun yang kurang menguntungkan dari seseorang terhadap beberapa objek, gagasan, atau situasi. Sikap menjadi suatu bentuk bagian dari pribadi individu yang dapat membantu konsistensi perilaku.

Karakteristik sikap dilihat menurut Engel et al (1995), terhadap lima dimensi sikap :

1. *Valence* atau arah ; dimensi ini berkaitan dengan kecenderungan sikap, apakah positif, netral, ataukah negatif.
2. Ekstremitas (*extremity*): yaitu intensitas ke arah positif atau negatif. Dimensi ini didasari oleh asumsi bahwa perasaan suka atau tidak suka memiliki tingkatan – tingkatan.
3. Resistensi (*resistance*): yaitu tingkat kekuatan sikap untuk tidak berubah. Sikap memiliki perbedaan konsistensi, ada yang mudah berubah (*tidak konsisten*) ada yang sulit berubah (*konsistensi*).
4. Persistensi (*persistance*): dimensi ini berkaitan dengan perubahan sikap secara gradual yang disebabkan oleh waktu. Seiring perubahan waktu, sikap juga berubah.

5. Tingkat keyakinan (*confidence*): dimensi ini berkaitan dengan seberapa yakin seseorang akan kebenaran sikapnya. Dimensi ini dekat hubungannya dengan perilaku.

Sikap terdiri dari tiga komponen yaitu pengertian (*cognition*), pengaruh (*affect*), dan perilaku (*behavior*) (Arfan Ikhsan, 2010 : 78). Kognitif adalah sikap tertentu yang berisikan informasi yang dimiliki sesuai dengan objek tertentu, afektif adalah segmen emosional atau perasaan dari suatu sikap yang ditunjukkan dengan pernyataan, perilaku adalah suatu maksud untuk berperilaku dengan suatu cara tertentu terhadap seseorang atau sesuatu.

Menurut Thurstone dalam Edwards yang dikutip oleh Nawawi (2009) berpendapat bahwa “satu sikap seperti katika derajat tingkat dari hal positif atau hal negative memengaruhi yang dihubungkan dengan beberapa obyek psikologis. Berdasarkan obyek psikologis, Thurstone mengartikan sebagai symbol, ungkapan, semboyan, orang, lembaga, idaman atau gagasan yang dapat memengaruhi orang – orang baik berkenaan dengan hal positif atau negatif”

Walgito dalam Nawawi (2009) mengungkapkan pendapat Newcomb (1965: 42) dengan menghubungkan sikap dengan komponen kognitif dan konatif. Namun komponen afektif yang ditonjolkan oleh Thurstone justru tidak tampak.

Dari batasan tersebut dapat dikemukakan bahwa dalam pengertian sikap telah terkandung komponen kognitif dan konatif, yaitu sikap sebagai

predisposing untuk merespons dan untuk berperilaku. Artinya, sikap berkaitan dengan perilaku, yakni sikap merupakan predisposisi untuk berbuat atau berperilaku.

2.2.4 Konsep Nilai

Sutono (2004) berpendapat bahwa nilai-nilai adalah harapan dan gambaran yang lebih umum tentang perilaku manusia, yang mungkin sadar atau tertanam secara sangat dalam sehingga tidak dapat dirumuskan secara verbal. Dengan demikian, nilai-nilai dapat didefinisikan sebagai gambaran yang abstrak, kolektif yang manusia percaya bahwa hal itu adalah benar, baik dan layak untuk dikejar (Pratley dalam Sutono, 2004 : 14).

Menurut Arfan Ikhsan (2010 : 98) nilai dinyatakan sebagai “suatu modus perilaku atau keadaan akhir dari eksistensi yang khas dan lebih disukai secara pribadi atau sosial dibandingkan dengan suatu modus perilaku atau keadaan akhir yang berlawanan”. Nilai dianggap penting dalam mempelajari perilaku dalam organisasi karena nilai meletakkan dasar untuk memahami sikap serta motivasi.

Buzan (3003, p.22-23) mendefinisikan nilai sebagai panduan – panduan untuk bertindak atau bersikap yang berasal dari dalam diri kita sendiri, prinsip – prinsip tentang bagaimana kita menjalani hidup dan menganbil keputusan. Nilai adalah moral dan dasar perilaku yang kita tetapkan untuk diri kita sendiri, yang kebanyakan mencakup konsep – konsep universal seperti kebenaran, kejujuran, ketidakberpihakan, keadilan, kehormatan dan lain – lain.

Nilai dibedakan menjadi dua, yaitu nilai personal dan nilai organisasional. Nilai personal diukur melalui empat dimensi, yaitu: intelektual, kejujuran, pengendalian diri, dan religiusitas. Nilai organisasional diukur melalui tiga dimensi, yaitu: pelayanan, produktivitas, dan kepemimpinan. Berdasarkan literatur yang ada, baik nilai personal dan nilai organisasi berdaya guna dalam pengambilan keputusan organisasi (Akaah dan Lund dalam Sutono, 2004, p.16)

2.2.5 Konsep Perilaku

Perilaku (*behavior*) adalah tindakan-tindakan (*actions*) atau reaksi-reaksi (*reaction*) dari suatu obyek atau organisme (Jogiyanto, 2007 : 11). Dari sudut pandang biologis semua makhluk hidup mulai dari tumbuhan, binatang sampai dengan manusia itu berperilaku, karena mereka semua memiliki aktivitas masing-masing. Perilaku dapat dibedakan menjadi dua, yaitu: Perilaku tertutup dan perilaku terbuka. Perilaku tertutup adalah respon atau reaksi terhadap stimulus dalam bentuk terselubung atau tertutup. Perilaku terbuka adalah respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk tindakan nyata atau terbuka.

Menurut Skinner dalam Hergentahn (1976) yang dikutip oleh Nawawi (2009) bahwa perilaku manusia sebagian terbesar adalah perilaku yang dibentuk dan dipelajari, termasuk mempelajari aktivitas administrasi dalam organisasi dan manajemen. Berkaitan dengan hal tersebut maka salah satu persoalannya yakni bagaimana cara membentuk perilaku (perilaku

administrasi) yang sesuai dengan harapan, yakni perilaku yang efektif dan efisien.

1. Cara pembentukan perilaku dengan kondisioning atau kebiasaan. Salah satu pembentukan perilaku dapat ditempuh dengan pengondisian atau kebiasaan. Dengan cara membiasakan diri untuk berperilaku seperti yang diharapkan, akhirnya akan terbentuklah perilaku tersebut.
2. Pembentukan perilaku dengan pengertian (*insight*). Di samping pembentukan perilaku dengan pengondisian atau kebiasaan, pembentukan perilaku dapat ditempuh dengan pengertian atau *insight*.

Walgito, Skinner dalam Nawawi (2009) membedakan perilaku menjadi (a) perilaku alami, dan (b) Perilaku operan. Perilaku alami merupakan perilaku yang dibawa sejak organisme dilahirkan, yaitu berupa refleks-refleks dan insting-insting. Sementara itu, perilaku operan adalah perilaku yang dibentuk melalui proses belajar. Pada manusia, perilaku psikologis itulah yang dominan dan sebagian terbesar perilaku manusia merupakan perilaku yang diperoleh, serta dipelajari melalui proses belajar. Pada dasarnya perilaku reflektif merupakan perilaku yang tidak dapat dikendalikan karena bersifat alami, bukan perilaku yang dibentuk. Perilaku operan, atau perilaku psikologis merupakan perilaku yang dibentuk, dipelajari, dan dapat dikendalikan sehingga dapat berubah melalui proses belajar (Nawawi, 2009)

Menurut Rogers dalam Notoatmodjo (2007), sebelum orang mengadopsi perilaku baru (berperilaku baru), didalam diri orang tersebut terjadi proses yang berurutan, yakni.

1. *Awareness* (kesadaran), yakni orang tersebut menyadari dalam arti mengetahui stimulus (objek) terlebih dahulu
2. *Interest*, yakni orang mulai tertarik kepada stimulus
3. *Evaluation* (menimbang – nimbang baik dan tidaknya stimulus bagi dirinya). Hal ini berarti sikap responden sudah lebih baik lagi
4. *Trial*, orang telah mulai mencoba perilaku baru
5. *Adoption*, subjek telah berperilaku baru sesuai dengan pengetahuan, kesadaran, dan sikapnya terhadap stimulus

Apabila penerimaan perilaku baru melalui proses seperti ini dan didasari oleh pengetahuan, kesadaran dan sikap yang positif maka perilaku tersebut akan menjadi suatu kebiasaan (Notoatmodjo, 2007 : 144).

2.2.6 Perilaku Pengusaha Kecil dan Menengah

Menurut Utami (2007) perilaku pengusaha UKM pada dasarnya tidak jauh berbeda dengan pengertian perilaku konsumen. Perilaku konsumen lebih cenderung kepada hal yang bersifat individu dan faktor-faktor yang mempengaruhinya seperti budaya, sosial, pribadi dan psikologis dalam memutuskan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan sedangkan perilaku pengusaha UKM adalah perilaku pemilik perusahaan dengan karakteristik tertentu yang dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial,

informasi, pribadi dan psikologis dalam mengambil keputusan mendapatkan dana maupun alokasi dana untuk mencapai tujuan organisasi.

2.2.7 Gaya Mencatat

Winarto (2011) berpendapat bahwa gaya mencatat berkaitan dengan media dan alat yang digunakan, yakni:

- a) Kertas dan alat tulis, media ini sangat umum digunakan sebagai alat untuk mencatat. Para jurnalis/penulis/peneliti sangat sering memanfaatkan media ini sebagai jalan untuk mencatat.
- b) Mencatat di *handphone/smartphone*, perkembangan teknologi dapat membantu seseorang untuk mencatat. Pengusaha kecil menengah dapat memanfaatkan perkembangan teknologi dengan menggunakan *handphone* sebagai sarana untuk mencatat.
- c) *Voice/video recorder*, cara lain yang dapat digunakan untuk menyimpan, mencatat, dan mendokumentasikan informasi adalah dengan merekam dalam bentuk *audio/audio video*. Dengan *voice/video recorder*, seseorang dapat memutar kembali rekaman yang disimpan sebagai media pengingat.
- d) Kamera dan foto, alat ini dapat digunakan sebagai media mencatat. Foto atau gambar dapat menjadi sebuah penguat sebuah tulisan.
- e) *Draft* di blog/Microsoft Word, beberapa *blogger* mencoba untuk menuliskan ide-ide yang muncul dengan cara menuliskan ide tersebut sebagai sebuah draft di blog atau di Microsoft Word. Hal ini sangat mungkin dilakukan karena prinsipnya adalah mencatat.

2.2.8 Etnometodologi

Etnometodologi merupakan studi tentang bagaimana individu menciptakan dan memahami kehidupan sehari-hari, metodenya untuk mencapai kehidupan sehari-hari. Etnometodologi didasarkan pada ide bahwa kegiatan sehari-hari dan interaksi sosial yang sifatnya rutin, dan umum, mungkin dilakukan melalui berbagai bentuk keahlian (Mudjiyanto, 2009). Menurut Bogdan dan Biklen dalam Mulyana (2008), pengertian etnometodologi tidaklah mengacu pada suatu model atau teknik mengumpulkan data ketika seseorang sedang melakukan suatu penelitian, tetapi lebih memberikan arah mengenai masalah apa yang akan diteliti.

Secara terminology, etnometodologi diterjemahkan sebagai sebuah metode pengorganisasian masyarakat dengan melihat beberapa aspek kebutuhan, diantaranya: pencerahan dan pemberdayaan. Etnometodologi bukanlah metode yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, melainkan menunjuk pada permasalahan apa yang akan diteliti. Etnometodologi adalah studi tentang bagaimana individu menciptakan dan memahami kehidupan sehari-hari, metodenya untuk mencapai kehidupan sehari-hari. Etnometodologi didasarkan pada ide bahwa kegiatan sehari-hari dan interaksi sosial yang sifatnya rutin, dan umum, mungkin dilakukan melalui berbagai bentuk keahlian, pekerjaan praktis, dan asumsi-asumsi tertentu. Keahlian, pekerjaan praktis, dan asumsi-asumsi itulah yang disebut dalam etnometodologi (Mudjiyanto, 2009).

Garfinkel sendiri mendefinisikan etnometodologi sebagai penyelidikan atas ungkapan-ungkapan indeksikal dan tindakan-tindakan praktis lainnya sebagai kesatuan penyelesaian yang sedang dilakukan dari praktek-praktek kehidupan sehari-hari yang terorganisir. Etnometodologi Garfinkel ditujukan untuk meneliti aturan interaksi sosial sehari-hari yang berdasarkan akal sehat. Apa yang dimaksudkan dengan dunia akal sehat adalah sesuatu yang biasanya diterima begitu saja, asumsi-asumsi yang berada di baliknya dan arti yang dimengerti bersama. Inti dari etnometodologi Garfinkel adalah mengungkapkan dunia akal sehat dari kehidupan sehari-hari (Mudjiyanto, 2009). Pekerjaan etnometodologi menurut Garfinkel (1967) studi tentang bagaimana orang-orang sebagai pendukung dari tatanan yang lazim menggunakan sifat-sifat tatanan itu agar bagi para warga dapat terjadi ciri-ciri terorganisasi yang kelihatan nyata.

Seringkali orang beranggapan bahwa etnometodologi merupakan suatu metodologi baru dari etnografi, padahal kedua pengertian dari kedua penelitian itu jelas-jelas berbeda. etnografi penelitian yang menggambarkan seluruh dimensi (kehidupan) dari satu komunitas budaya (semua anggota budaya menjadi partisipan penelitian). Sedangkan etnometodologi berkaitan dengan metode penelitian yang mengamati perilaku individu dalam mengambil tindakan yang disadarinya, cara mengambil tindakannya atau cara mereka belajar dalam mengambil tindakan itu. Sesungguhnya etnometodologi mengambil fenomenologi dan menggabungkannya dengan sosiologi tradisional untuk menghasilkan perspektif unik yang menekankan

pada penelitian empiris (Mulyana, 2009). Dengan demikian *etnometodologi* berarti studi tentang bagaimana individu-individu menciptakan dan memahami kehidupan sehari-hari mereka, cara mereka menyelesaikan pekerjaan di dalam hidup setiap harinya.

2.2.9 Usaha Kecil Menengah

UKM (termasuk usaha kecil) didefinisikan dengan berbagai cara yang berbeda serta mempunyai batasan yang bervariasi. Berbagai definisi mengenai UKM (Hubeis, 2009 : 20) yaitu sebagai berikut:

1. Badan Pusat Statistik (BPS)

BPS mengkriterikan jumlah karyawan berdasarkan jumlah tenaga kerja atau jumlah karyawan sebagai tolak ukur. Untuk usaha dengan skala kecil memiliki pekerja antara 5-19 orang, untuk usaha skala menengah memiliki pekerja antara 20-99 orang, dan untuk usaha dengan skala besar memiliki pekerja ≥ 100 orang.

2. Bank Indonesia (BI)

Menurut Bank Indonesia UKM adalah perusahaan atau industri dengan karakteristik berupa:

- a) Modalnya kurang dari Rp 20 juta
- b) Untuk satu putaran dari usahanya hanya membutuhkan dana Rp 5 juta
- c) Memiliki aset maksimum Rp 600 juta di luar tanah dan bangunan
- d) Omzet tahunan \leq Rp 1 miliar

3. Departemen (sekarang Kantor Menteri Negara) Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UU No.9 Tahun 1995)

UKM adalah kegiatan ekonomi rakyat berskala kecil dan bersifat tradisional, dengan kekayaan bersih Rp 50 juta – Rp 200 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha), omzet tahunan \leq Rp 1 miliar, milik WNI, berdiri sendiri bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau usaha bersama, berbentuk usaha orang perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi; dalam UU UMKM tahun 2008 dengan kekayaan bersih Rp 50 juta – Rp 500 juta dan penjualan bersih tahunan Rp 300 juta – Rp 2,5 miliar.

Beberapa contoh usaha kecil menengah

1) Usaha Kecil

- a) Usaha tani sebagai pemilik tanah perorangan yang memiliki tenaga kerja,
- b) Pedagang di pasar grosir (agen) dan pedagang pengumpul lainnya,
- c) Pengrajin industri makanan dan minuman, industri meubelair, kayu dan rotan, industri alat-alat rumah tangga, industri pakaian jadi dan industri kerajinan tangan,
- d) Peternakan ayam, itik, dan perikanan,
- e) Koperasi berskala kecil.

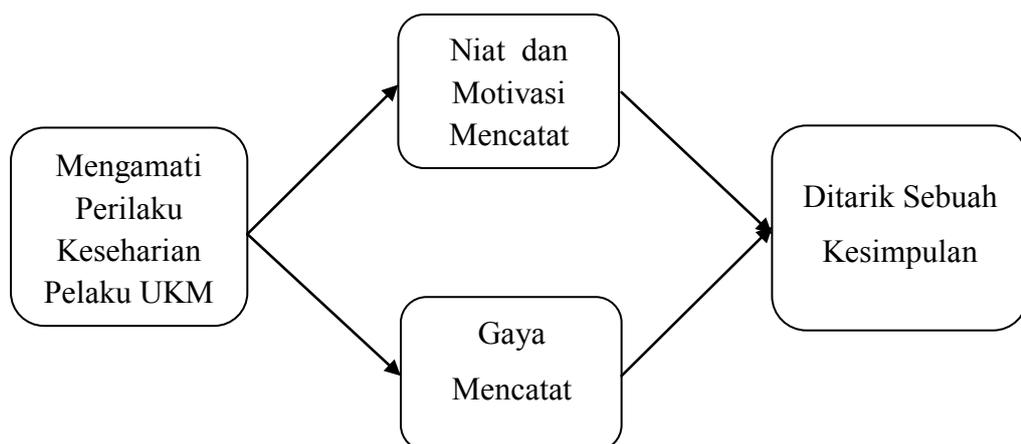
2) Usaha Menengah

- a) Usaha pertanian, peternakan, perkebunan, kehutanan skala menengah,
- b) Usaha perdagangan (grosir) termasuk ekspor impor,
- c) Usaha jasa EMKL (Ekspedisi Muatan Kapal Laut), garment dan jasa transportasi taxi dan bus antar propinsi,
- d) Usaha industri makanan dan minuman, elektronik dan logam,
- e) Usaha pertambangan batu gunung untuk konstruksi dan marmer buatan.

2.3 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku mencatat transaksi pada pengusaha kecil menengah. Hal ini dijelaskan dengan kerangka pemikiran dengan model penelitian sebagai berikut:

Gambar 2.3
Model Penelitian



Penjelasan

Mengamati perilaku keseharian pelaku UKM merupakan langkah yang diambil oleh peneliti untuk mengetahui gaya mencatat pada pengusaha kecil menengah akan tetapi sebelum mengetahui gaya mencatat pengusaha tersebut peneliti perlu mengetahui niat dan motivasi pengusaha tersebut

sehingga dapat mengetahui alasan pengusaha tersebut mengapa mengambil keputusan untuk melakukan atau tidak melakukan pencatatan.

Gaya mencatat pada pengusaha kecil menengah dapat dilihat dari media atau alat yang digunakan pengusaha kecil menengah tersebut untuk melakukan pencatatan atas transaksi usahanya. Penelitian ini dilakukan oleh peneliti bertujuan agar dapat mengerti, dan menampilkan kenyataan baru berdasarkan lingkungan harian yang diinginkan dari subyek penelitian yaitu pengusaha kecil menengah mengenai perilakunya dalam mencatat transaksi sehingga dapat diketahui bahwa pengusaha kecil menengah tersebut dalam menjalankan usahanya melakukan atau tidak melakukan pencatatan transaksi.