

PENGARUH PENERAPAN MANAJEMEN RISIKO OPERASIONAL DAN MANAJEMEN RISIKO PASAR TERHADAP TINGKAT REPUTASI EKONOMI KREATIF DI MALANG RAYA

Oleh

Nurina Rifdah *)

Jeny Susyanti **)

Budi Wahono *)**

Email : nurinarifdah@yahoo.com

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang

ABSTRACT

The purpose of this study was to find out how the influence of the implementation of operational risk management and market risk management on the level of reputation of the creative economy in Malang.

*The population in this study were creative economic actors in Malang with a total of 999. The sampling method was a probability sampling method. The method used is multiple linear regression analysis with hypothesis testing using *t* test and *f* test.*

The results of this study indicate that the application of operational risk management and market risk management has a partially significant effect on the level of reputation. and operational risk management and influential market risk management simultaneously.

Keywords: *Operational risk management, market risk management and reputation level.*

PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG

Mengingat bahwa semakin berkembangnya ekonomi kreatif, maka mengingat pula bahwa semakin banyak pesaing ekonomi. Maka dari itu, para pelaku ekonomi kreatif dituntut untuk memahami cara mengelola suatu bisnis agar bisnis yang dijalankan mampu terus bergerak dan dapat memberikan manfaat kepada konsumen.

Berkaitan dengan penerapan manajemen risiko, saat ini masih sedikit yang memahami maupun dapat menerapkan manajemen risiko dalam bisnisnya, sehingga tidak jarang kita melihat bisnis yang hanya bertahan sebentar. Hal itu

bisa disebabkan karena pelaku bisnis sedikit memperhatikan sumber risiko dan kurang mampu dalam meminimalisir risiko.

Menurut Djohanputro (2008), manajemen risiko operasional adalah potensi yang menyebabkan penyimpangan antara harapan dengan realita yang disebabkan oleh tidak berfungsinya internal bisnis atau perusahaan seperti pada masalah Sumber Daya Manusia (SDM), teknologi, serta bisa disebabkan oleh faktor eksternal. Faktor-faktor yang menyebabkan munculnya risiko operasional yaitu seperti faktor manusia, faktor sistem, faktor proses dan faktor kejadian eksternal.

Risiko pasar atau *market risk* adalah risiko yang mengakibatkan kerugian disebabkan oleh perubahan suku bunga, kurs valuta asing dan hal lainnya yang nilainya ditentukan oleh pasar, contohnya komoditi. Pelaku bisnis harus mengenal bagaimana perkembangan suku bunga maupun kurs valuta asing untuk menghindari suatu kerugian.

Reputasi adalah suatu nilai yang diberikan kepada individu, institusi atau negara. Reputasi tidak dapat diperoleh dengan waktu yang singkat, tetapi membutuhkan waktu yang relatif lama untuk menghasilkan sesuatu yang bisa dinilai oleh publik. Maka dari itu, untuk terbentuknya suatu reputasi, sebagai pelaku usaha juga dituntut untuk mengetahui serta menerapkan manajemen risiko khususnya manajemen risiko operasional dan manajemen risiko pasar.

Dari uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti dengan judul **“Pengaruh Penerapan Manajemen Risiko Operasional dan Manajemen Risiko Pasar terhadap Tingkat Reputasi Ekonomi Kreatif di Malang Raya”**.

RUMUSAN MASALAH

Dari uraian dari latar belakang tersebut, maka dalam penelitian ini masalah dirumuskan sebagai berikut.

1. Bagaimana pengaruh penerapan manajemen risiko operasional terhadap tingkat reputasi ekonomi kreatif?
2. Bagaimana pengaruh penerapan manajemen risiko pasar terhadap tingkat reputasi ekonomi kreatif?
3. Bagaimana pengaruh penerapan manajemen risiko operasional dan manajemen risiko pasar secara simultan terhadap tingkat reputasi ekonomi kreatif?

TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui pengaruh penerapan manajemen risiko operasional terhadap tingkat reputasi ekonomi kreatif

2. Untuk mengetahui pengaruh penerapan manajemen risiko pasar terhadap tingkat reputasi ekonomi kreatif
3. Untuk mengetahui pengaruh penerapan manajemen risiko operasional dan manajemen risiko pasar secara simultan terhadap tingkat reputasi ekonomi kreatif

MANFAAT PENELITIAN

- a) Bagi pelaku ekonomi kreatif:
Memberikan manfaat kepada pelaku ekonomi kreatif untuk lebih memperhatikan risiko-risiko yang sering muncul. Terlebih agar dapat menerapkan manajemen risiko, khususnya risiko operasional dan risiko pasar. Sehingga pengelola mampu meminimalisir risiko yang berkelanjutan. Serta mampu meningkatkan evaluasi kepada para pelaku ekonomi kreatif, guna melakukan kegiatan ekonomi yang lebih baik.
- b) Bagi pembaca:
Memberikan wawasan kepada pembaca tentang pentingnya manajemen risiko yang ada didalam perusahaan, khususnya manajemen risiko operasional dan manajemen risiko pasar.
- c) Bagi penulis:
Menambah wawasan lebih luas tentang manajemen risiko, sehingga hal yang belum diketahui, penulis menjadi lebih tahu. Serta dapat memberikan gambaran apa saja yang dibutuhkan atau dipahami sebelum memulai usaha.

TINJAUAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS EKONOMI KREATIF

Hownkings (2001), perubahan-perubahan orientasi ekonomi dikenal dengan gelombang ekonomi, dan saat ini sedang memasuki gelombang ekonomi ke empat, yaitu gelombang ekonomi kreatif. Menurut Hownkings, pada awal Abad ke-21, kita memasuki era ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif adalah kegiatan ekonomi yang didorong oleh industri kreatif, peran kekayaan intelektual, kegiatan ekonomi kreatif ini dilakukan oleh pengusaha.

KONDISI PENTING KREATIFITAS

Menurut Hownkings (2001:6), kreatifitas memiliki tiga kondisi penting, yaitu:

- a. Kepribadian (*Personality*)
Menurut Hownkings (2001:6), orang dengan kemampuan berpikir dapat menciptakan sesuatu atau alat saat mereka memproduksi, tetapi mereka tidak dapat menciptakan apa pun. Ketika kita memproses dan memproduksi sesuatu, itu berarti mesin dan komputer dapat bekerja.
- b. Keaslian (*Originality*)

Menurut Hownkins (2001:7), keaslian atau orisinalitas dapat diartikan sesuatu yang benar-benar asli, yaitu sesuatu dari yang awalnya belum ada menjadi ada.

c. Makna (*Meaning*)

Menurut Teresa Amabile (2001: 10), yang dikutip oleh Hownkins, kenyataan tidak cukup di dunia bisnis saja. Untuk menjadi produk kreatif, sebuah ide harus bermanfaat.

KARAKTERISTIK ORANG KREATIF

Menurut Peter Bazalgette dalam Hownkins (2001: 14), orang kreatif berpikiran terbuka, tidak tergantung pada pikiran, takut akan perubahan dan memiliki humor yang baik.

MANAJEMEN

Menurut Susyanti (2017), manajemen adalah “proses perencanaan, perorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan”.

MANAJEMEN RISIKO

Menurut Hubbard (2009), manajemen risiko merupakan “sebagai *probability and magnitude of a loss, disaster, or the undesirable event*. Yang artinya adalah risiko merupakan probabilitas kerugian, bencana, atau peristiwa yang tidak diharapkan”. Dalam bahasa singkat yang biasanya dikatakan sebagai sesuatu buruk yang mungkin terjadi.

RISIKO OPERASIONAL

Dalam buku manajemen risiko yang ditulis oleh Ali (2006) menjelaskan bahwa risiko operasional merupakan risiko yang terjadi diakibatkan oleh tidak berfungsinya proses internal, kesalahan manusia, kegagalan sistem dan adanya terjadinya eksternal yang dapat memengaruhi operasional perusahaan.

RISIKO PASAR

Menurut Bambang (2017) menjelaskan bahwa risiko yang timbul dari perubahan harga pasar, posisi keuangan dan akun administratif dalam bentuk perubahan risiko pasar dan perubahan umum dalam kondisi pasar, termasuk risiko perubahan harga opsional.

PENERAPAN MANAJEMEN RISIKO PASAR

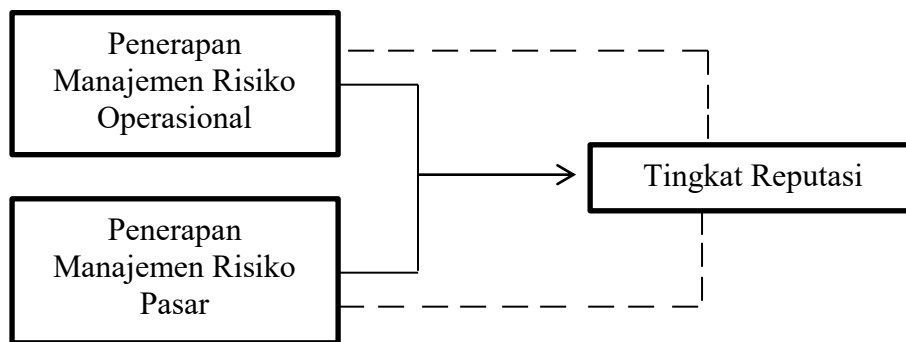
Dalam buku Manajemen Risiko (Bambang:2017) menjelaskan bahwa penerapan manajemen risiko untuk risiko pasar yaitu mencakup:

- 1) Pengawasan aktif dari dewan komisaris dan direksi
- 2) Kebijakan, prosedur dan penetapan limit
- 3) Proses identifikasi, pengukuran, pemantauan dan pengendalian risiko
- 4) Sistem pengendalian internal

REPUTASI PERUSAHAAN

Fombrun (1996:72) menyatakan bahwa “reputasi perusahaan merupakan gambaran secara keseluruhan akan tindakan perusahaan di masa lalu dan prospek yang dimiliki perusahaan di masa yang akan datang melalui segala kebijakan yang telah diambil apabila dibandingkan dengan perusahaan pesaingnya”.

KERANGKA KONSEPTUAL



(Gambar Kerangka Konseptual)

Keterangan:

—————→ = pengaruh secara simultan

-----> = pengaruh secara parsial

HIPOTESIS PENELITIAN

H1= Bahwa penerapan manajemen risiko operasional berpengaruh secara parsial terhadap tingkat reputasi ekonomi kreatif.

H2= Bahwa penerapan manajemen risiko pasar berpengaruh secara parsial terhadap tingkat reputasi ekonomi kreatif.

H3= Bahwa penerapan manajemen risiko operasional dan penerapan manajemen risiko pasar berpengaruh secara simultan terhadap tingkat reputasi ekonomi kreatif.

METODE ANALISIS DATA

UJI INSTRUMEN PENELITIAN

a. Uji Validitas

Dalam uji validitas ini berfungsi untuk mengukur item pernyataan kuesioner yang dimunculkan apakah sudah valid atau tidak. Sehingga pernyataan tersebut mampu mengungkapkan variabel yang ada dalam penelitian ini. Untuk menguji validitas ini menggunakan Korelasi *Pearson* yaitu dengan menghitung hubungan antara nilai yang diperoleh dari pertanyaan. Koefisien $R \geq 0,03$ dinyatakan valid.

b. Uji Reabilitas

Pengujian reliabilitas adalah alat yang mencakup keandalan untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data, karena perangkat ini sudah baik. Untuk mengetahui kuesioner tersebut dapat dipercaya sebagai pengambilan data, maka dilakukan reabilitas dengan *Alpha Cronbach*. Jika nilai $\alpha > 0,7$ artinya reliabilitas mencukupi (*sufficient reliabillity*) sementara jika $\alpha > 0,80$ ini mensugestikan seluruh item reliabel

c. Uji Normalitas

Untuk mendeteksi normalitas dapat diuji dengan *Kolmogorof-Smirnof*. Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymtotic Significance*) Jika nilai signifikansi $>$ dari $\alpha = 0,05$, maka data tersebut berdistribusi normal.

UJI ASUMSI KLASIK

a) Uji Multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antara variabel bebas atau tidak. Pengujian uji multikolinieritas ini dapat dilihat dari *variance influence factor* (VIF), apabila nilai $VIF < 10$ dan mendekati 1, maka dapat disimpulkan bahwa asumsi multikolineritas ditolak, sebaliknya jika nilai $VIF > 10$ maka asumsi multikolinieritas diterima.

b) Uji Heterokedasitas

Pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah ada varian dalam pengamatan ketimpangan residual dalam model regresi lain (Imam Ghazali, 2013: 139). Jika varian residual tetap dari satu pengamatan ke yang lain, itu disebut homoskedastisitas dan jika berbeda, itu disebut heteroskedastisitas.

ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Persamaan model regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

PENGUJIAN HIPOTESIS

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji t dan uji f antara lain:

a. Uji F

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel independen yang termasuk dalam model memiliki efek umum pada variabel dependen atau variabel dependen (Ghozali 2012: 98). Jika Nilai Sig F < 0,05, Maka Ho Ditolak dan Ha Diterima.

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan bertujuan untuk mengetahui seberapa besar variasi variabel bebas dapat menjelaskan variabel dependen. Jika nilai koefisien R Square nol berarti bahwa variabel independen tidak berpengaruh pada variabel dependen. Jika nilai R *Frame* yang disesuaikan mendekati satu, dapat dikatakan bahwa variabel independen memiliki efek pada variabel dependen.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

UJI INSTRUMEN PENELITIAN

Uji Validitas

Hasil penelitian dapat dikatakan valid, apabila nilai koefisien $r > 0,30$ dan jika nilai koefisien $r < 0,30$ maka item tersebut tidak valid.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa semua item pernyataan memiliki nilai koefisien $r > 0,03$ sehingga dapat disimpulkan semua item pernyataan dalam kuesioner adalah valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji realibilitas merupakan pengujian yang digunakan untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur, atau mempunyai hasil yang konsisten apabila digunakan pada waktu yang berbeda. dalam menentukan realibilitas sebuah variabel nilai *Cronbach's Alpha* harus lebih dari 0,6.

Pada tabel hasil uji reliabilitas, variabel penerapan manajemen risiko operasional, penerapan manajemen risiko pasar, dan tingkat reputasi dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6.

Hasil Uji Normalitas

Prosedur ini dilakukan dengan uji *Kolmogrov- Smirnov* (K-S) dengan ketentuan nilai probabilitas atau Asymp Sig. (2- Tailed) > 0,50 maka dikatakan normal.

Berdasarkan hasil yang didapatkan, dapat dilihat bahwa nilai probabilitas atau Asymp, Sig (2-tailed) masing masing > 0,05 yang dikatakan bahwa variabel terdistribusi normal.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *Variance Influence Factor* (VIF). Jika nilai VIF < 10, maka tidak terjadi masalah multikolinieritas. Sebaliknya jika nilai VIF > 10, maka terjadi masalah multikolinieritas.

Dari hasil uji yang dihasilkan, maka dapat disimpulkan bahwa nilai *VIF* penerapan manajemen risiko operasional dan penerapan manajemen risiko pasar <10 dan nilai *Tolerance* > 0,1 artinya bahwa tidak terjadi korelasi antara variabel

2. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji yang didapatkan, maka dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi variabel penerapan manajemen risiko operasional dan manajemen risiko pasar masing-masing menghasilkan hasil sign. > 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi hetero.

Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 6 didapatkan susunan regresi linear berganda sebagai berikut

$$Y = 9,096 + 0.096X_1 + 0.129X_2 + e$$

Dalam persamaan diatas bisa disimpulkan bahwa :

- a. Koefisien variabel penerapan manajemen risiko operasional sebesar 0,096 (positif) mengidentifikasikan bahwa, bila variabel penerapan manajemen risiko operasional mengalami peningkatan.
- b. Koefisien variabel penerapan manajemen risiko pasar sebesar 0,129 (positif) mengidentifikasikan bahwa, bila variabel penerapan manajemen risiko pasar mengalami peningkatan

Hasil Uji Hipotesis

1. Uji F

Dari hasil uji yang didapatkan, maka dapat disimpulkan bahwa nilai F sebesar 4,764 dan Sig. 0,000 < α = 0,005. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan penerapan manajemen risiko operasional, dan penerapan manajemen risiko pasar secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat reputasi.

2. Uji t

- a. Variabel X1 memiliki nilai statistik uji t 1,958 dan signifikansi 0,024 <0,05. Tes ini menunjukkan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima.
- b. Variabel X2 memiliki nilai statistik uji t 1,776 dan nilai signifikansi 0,038 <0,05. Tes ini menunjukkan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan manajemen risiko operasional berpengaruh signifikan positif terhadap tingkat reputasi. Artinya baik perusahaan dan sumber daya manusia di dalam pelaku kegiatan ekonomi perlu memperhatikan sistem operasionalnya..
2. Penerapan manajemen risiko pasar berpengaruh signifikan positif terhadap tingkat reputasi. Artinya dalam kegiatan penetapan aktif dari dewan komisaris, direksi, dan kebijakan serta prosedur yang diambil akan mempengaruhi tingkat reputasi.
3. Penerapan manajemen risiko operasional, dan penerapan manajemen risiko pasar secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh signifikan terhadap tingkat reputasi

Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan dari hasil penelitian, maka diajukan beberapa saran yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya satu dilakukan dengan mengambil *setting* pelaku ekonomi aktif di Malang Raya, jadi diharapkan untuk peneliti berikutnya dapat memperluas lingkup dalam penelitian ini dengan menambah tempat penelitian.
2. Diharapkan untuk peneliti berikutnya bisa menggunakan variabel lain (misalnya kinerja keuangan) sebagai variabel yang bisa mempengaruhi tingkat reputasi.
3. Bagi penelitian selanjutnya lebih banyak untuk menambah jumlah sampel yang akan digunakan dalam mengembangkan penelitian ini, sehingga hasil yang didapat juga bisa lebih menggambarkan kondisi yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Masyhud. 2006. *Manajemen Risiko: Strategi Perbankan dan Dunia Usaha Menghadapi Tantangan Globalisasi Bisnis*. Bandung: Kharisma Putra Utama Offset
- Anwar, Sanusi. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Djohanputro, Bramantyo. 2008. *Manajemen Risiko Korporat*. Jakarta: PPM
- Fahmi, Irham. 2014. *Manajemen Risiko*. Cetakan keempat. Bandung: Alfabeta
- Fombrun, Charles J. 1996. *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image*. Harvard Business School Press
- Ghozali. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: UNDIP
- Hanafi, Mamduh M. 2012. *Manajemen Risiko*. Edisi Kedua. Cetakan Kedua. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Hasan, Iqbal. 2002. *Pokok-pokok Materi Statistika 1. Edisi Kedua*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Kuncoro, Mudrajad. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga
- Mardani, Ronny Malavia. 2017. *Ekonometrika*. Malang: BPFE UNISMA
- Margono, S. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Muslich, Muhammad. 2007. *Manajemen Risiko Operasional*. Jakarta: Sinar Grafika Offset
- Rianto, Bambang. 2017. *Manajemen Risiko: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat
- Shodiq, Noor dan Jeni Susyanti. 2017. *Menuju Indonesia Mandiri*. Malang:BPFE
- Sopannah. 2018. "Prospek Pengembangan Malang Raya Sebagai Kota Kreatif Berbasis Kearifan Lokal". Universitas Widyagama Malang
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&B*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2011. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta



Tim Penyusun FEB UNISMA. 2016. *Usulan Penelitian dan Penulisan Skripsi*.
Edisi Revisi. Malang: BPFE UNISMA

- *) Nurina Rifdah adalah Ummidunus Fakultas Ekonomi Unisma
- **) Jeni Susyanti, Dosen tetap Fakultas Ekonomi Unisma
- ***) Budi Wahono, Dosen tetap Fakultas Ekonomi Unisma

