

ANALISA KONTEN SERTA TINGKAT KETERBACAAN PERNYATAAN MISI DAN PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA PERBANKAN INDONESIA

CONTENT ANALYSIS AND THE READING RATE OF MISSION STATEMENTS AND ITS EFFECT ON INDONESIA BANKING PERFORMANCE

Maya Permata Sari¹

Herri²

¹⁾²⁾Magister Manajemen Universitas Andalas.

permata3087@gmail.com¹⁾, herri@fekon.unand.ac.id²⁾

ABSTRAK :Pernyataan misi telah menjadi bagian yang terintegrasi dari perencanaan operasional perusahaan baik perusahaan pribadi maupun perusahaan publik. Misi perusahaan merupakan bagian vital dari proses rencana strategis. Dapat dikatakan bahwa pernyataan visi dan misi perusahaan merupakan alat yang penting dalam komunikasi non verbal kepada *stakeholders* internal dan eksternal.Untuk itu perlu dibahas lebih lanjut mengenai efektifitas pernyataan misi serta pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang berfungsi untuk menjelaskan objek penelitian sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: (1) Matriks evaluasi pernyataan misi untuk mengevaluasi pernyataan misi perusahaan, (2) Analisa Fog Indeks untuk menilai tingkat keterbacaan misi perusahaan, (3) Analisa Deskriptif digunakan untuk melihat pengaruh antara pernyataan misi terhadap kinerja perusahaan.

Kata Kunci : Evaluasi Pernyataan Misi, Fog Indeks, Kinerja Organisasi

ABSTRACT: *The mission statement has become an integrated part of corporate operational planning both private and public companies. The company's mission is a vital part of the strategic planning process. It can be said that the company's vision and mission statement is an important tool in non-verbal communication to internal and external stakeholders. For this reason, it is necessary to further discuss the effectiveness of mission statements and their effects on company performance. This type of research is a descriptive study that serves to explain the object of research in accordance with the actual conditions. Data analysis techniques used in this study are: (1) Matrix of mission statement evaluation to evaluate the company's mission statement, (2) Fog Index Analysis to assess the level of company mission readability, (3) Descriptive Analysis is used to see the effect of mission statements on performance company.*

Keywords: *Evaluation of Mission Statement, Fog Index, Organizational Performance*

A. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan yang terus tumbuh membutuhkan alat komunikasi untuk menyampaikan tentang kebijakan, prosedur, perencanaan dan strategi kepada *stakeholder* internal dan eksternal. Pernyataan misi dapat berperan sebagai alat komunikasi tersebut. Secara umum, pernyataan misi merupakan alat strategik yang efektif yang dapat diterima secara luas oleh praktisi dan akademisi (Keeling, 2013; Rajasekar, 2013).

Selain sebagai alat komunikasi, Kemp dan Dwyer (2002) menyatakan bahwa pernyataan misi yang dirancang dengan baik penting untuk formulasi, implementasi dan mengevaluasi strategi bisnis. Pernyataan misi merupakan sebuah ekspresi umum dari tujuan utama organisasi yang idealnya sejalan dengan nilai dan harapan mayoritas *stakeholder*. Beberapa ahli bahkan menganggap bahwa pernyataan misi sebagai “lem budaya” yang dapat menyatukan beberapa fungsi berbeda dalam perusahaan. “Lem budaya” ini terdiri dari norma-norma dan nilai yang kuat yang memberikan pengaruh terhadap bagaimana orang-orang berperilaku, cara mereka bekerja dan bagaimana mereka mencapai tujuan organisasi.

Bart dan Baetz (1998) menyebutkan beberapa alasan kenapa pernyataan misi meningkatkan kinerja perusahaan. Pertama, pernyataan misi dapat memberikan motivasi yang lebih baik kepada karyawan untuk mencapai tujuan organisasi. Kedua, pernyataan misi memungkinkan diterapkannya praktek manajemen yang lebih baik dengan memberikan motivasi kepada karyawan. Kedua keuntungan ini dapat terwujud jika target organisasi, filosofi, nilai dan prioritas diterima baik oleh karyawan.

Pesan-pesan yang terdapat dalam pernyataan misi akan dapat diterima baik jika pernyataan misi tersebut mudah dipahami. Pemahaman tersebut dapat diukur dengan cara menganalisa tingkat keterbacaan suatu kalimat. Beberapa penelitian terdahulu (Ahmed, 2013; Kemp & Dwyer, 2002; Rajeskar, 2013) menunjukkan bahwa rata-rata tingkat keterbacaan misi perusahaan cukup tinggi, terutama perusahaan perbankan. Manajemen suka menempatkan kata-kata rumit dan panjang pada pernyataan misi mereka sehingga tidak semua kalangan mampu untuk memahami pesan yang ingin disampaikan perusahaan melalui pernyataan misi.

Namun penelitian sebelumnya hanya sebatas membahas tentang tingkat keterbacaan misi tanpa melihat pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan. Padahal pernyataan misi erat kaitannya dengan pemilihan strategi, serta implementasi strategi dapat terlihat pada kinerja perusahaan.

Penelitian ini mencoba untuk melihat kaitan antara pernyataan misi yang efektif dengan kinerja perusahaan.

1.2 Tujuan dan Kegunaan Hasil Penelitian

Penelitian ini disusun dengan tujuan sebagai berikut, (1) Mengetahui kualitas pernyataan misi perusahaan perbankan di Indonesia, (2) Mengetahui tingkat keterbacaan pernyataan misi perusahaan perbankan di Indonesia, (3) Mengetahui kinerja perbankan Indonesia terkait dengan kualitas pernyataan misi serta tingkat keterbacaannya.

Penelitian diharapkan memberikan kontribusi yang positif bagi perusahaan, terutama dalam mengetahui sejauh mana efektifitas pernyataan misi dan tingkat keterbacaan pernyataan misi perusahaan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

B. LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Misi Perusahaan

Di dalam bukunya yang berjudul *Strategic Management, Planning for Domestic and Global Competition*, Pearce dan Robinson mengatakan bahwa misi perusahaan adalah tujuan unik yang mengatur setiap bagian perusahaan dan mengidentifikasi cakupan perusahaan dari sisi operasional produk, pasar dan teknologi. Lebih lanjut Pearce menjelaskan bahwa misi perusahaan merupakan sebuah kerangka yang luas akan tetapi memiliki pernyataan yang abadi tentang maksud dan tujuan perusahaan. Hal ini menunjukkan filosofi bisnis dari pengambil keputusan strategis yang ada di perusahaan, implikasi gambaran perusahaan terhadap proyek, merefleksikan konsep perusahaan dan menunjukkan produk atau jasa yang akan dihasilkan dan kebutuhan konsumen yang akan dipuaskan oleh perusahaan. Selain itu, misi perusahaan juga mencakup keseluruhan karakteristik perusahaan seperti tujuan perusahaan, kualitas unik sebuah perusahaan, nilai-nilai, kritikal *stakeholders* dan tujuan dasar perusahaan (Pearce and Robinson, 2013; David, 2006)

2.2 Kinerja Perbankan

Kinerja perbankan dapat diartikan sebagai hasil yang dicapai suatu bank dengan mengelola sumber daya yang ada dalam bank seefektif mungkin dan seefisien mungkin guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan manajemen (Desfian, 2005). Penilaian kinerja perbankan menjadi sangat penting dilakukan karena operasi perbankan sangat peka terhadap maju mundurnya perekonomian suatu negara (Setyani, 2002). Kinerja perbankan dapat dinilai dengan pendekatan analisa rasio keuangan. Tingkat kesehatan bank diatur oleh Bank Indonesia dalam Surat Edaran Bank Indonesia Nomor 6/23/DPNP 31 Mei 2004 kepada semua bank umum yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional perihal sistem penilaian tingkat kesehatan bank umum dan Peraturan Bank Indonesia Nomor 6/10/PBI/2004 tanggal 12 April 2004 tentang sistem penilaian tingkat kesehatan

bank umum, bank wajib melakukan penilaian tingkat kesehatan bank secara triwulan untuk posisi bulan Maret, Juni, September, dan Desember. Apabila diperlukan Bank Indonesia meminta hasil penilaian tingkat kesehatan bank tersebut secara berkala dan sewaktu-waktu untuk posisi penilaian tersebut terutama untuk menguji ketepatan dan kecukupan hasil analisis bank.

2.3 Proses Pengembangan Pernyataan Misi

Pernyataan misi yang jelas dibutuhkan sebelum alternatif strategi dapat diformulasi dan diimplementasikan. Penting untuk melibatkan sebanyak mungkin manajer proses pengembangan pernyataan misi, karena melalui proses keterlibatan ini pegawai akan memiliki komitmen kepada perusahaan (David, 2006).

Kemp dan Dwyer (2002) menyatakan bahwa pernyataan misi memberikan para manager kesatuan arah yang dapat melampaui kemampuan individu dan kebutuhan sementara. Pernyataan misi juga mendorong harapan berbagi terhadap seluruh level dan generasi karyawan. Pernyataan misi dapat memperkokoh nilai-nilai perusahaan diantara individu dan kelompok-kelompok terkait. Selain itu, pernyataan misi bisa memberikan gambaran kepada pihak luar tentang nilai berharga dan kesungguhan perusahaan. Terakhir, pernyataan misi bisa menguatkan komitmen perusahaan terhadap tindakan bertanggung jawab yang bertujuan untuk melindungi kebutuhan pihak internal akan bertahan, tumbuh dan profitabilitas.

Cochran, David dan Gibson mengembangkan model yang dapat membantu organisasi dalam proses mengembangkan misi yang efektif. Ada 3 langkah yang bisa dilakukan.

1. Orientasi (*orientation*)

Tujuan orientasi adalah untuk memastikan setiap individu memahami proses manajemen strategis. Masa orientasi ini harus mampu meningkatkan kepedulian terhadap peran individu dalam proses perencanaan. Kegiatan ini dapat meliputi: ikhtisar terhadap strategic manajemen proses dan pengenalan terhadap proses pengembangan yang digunakan untuk merancang pernyataan misi yang efektif untuk organisasi.

2. Analisis komponen (*Component analysis*)

Menginformasikan tentang isi dari pernyataan misi merupakan langkah yang penting. Karyawan harus mengidentifikasi komponen utama yang harus dimasukkan kedalam pernyataan misi mereka

3. Analisis komunikasi (*Communication analysis*)

Kennedy dalam Cochran, David dan Gibson menyebutkan bahwa perusahaan dan organisasi yang melakukan dengan baik tugas mereka memikirkan secara menyeluruh mengenai keberadaan mereka, memutuskan bagaimana dan kepada siapa pesan utama harus dikomunikasikan dan mengeksekusi rencana komunikasi dengan cara yang berkualitas maka akan memberikan rasa bangga didalam organisasi. Analisis komunikasi ini terbagi kedalam 3 bentuk yaitu: analisis denotative, merupakan tahapan untuk menentukan apakah pernyataan misi menarik; analisis konotatif, pernyataan misi haruslah menimbulkan suatu rasa dan emosi bagi organisasi; analisis kelayakan, apakah pernyataan misi bisa diaplikasikan disegala situasi

2.4 Pentingnya Pernyataan Misi

Pernyataan misi yang efektif dapat berfungsi sebagai alat control dan motivator bagi karyawan untuk mencapai tujuan organisasi dan sebagai pemandu dalam proses alokasi sumber daya organisasi. Pernyataan misi mendefinisikan lingkungan, tujuan dan peran organisasi, fokus pada sumber daya dan sebagai panduan dalam perencanaan. Beberapa ahli mengatakan bahwa pernyataan misi menggerakkan perencanaan strategis (Keeling, 2013).

Selain menggerakkan perencanaan strategis, pernyataan misi juga berperan dalam komunikasi. Ada 2 peran, pertama pernyataan misi mampu membawa karyawan untuk bernegosiasi dan mengklarifikasi mengenai peran dan tanggung jawab. Kedua, pernyataan misi mengkomunikasikan sebuah tujuan dalam melayani masyarakat dengan menjabarkan kebutuhan anggotanya tentang; keahlian, sumber daya dan kapasitas lain yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan tersebut; dan hasil lain yang diharapkan yang memberikan keuntungan kepada masyarakat (Keeling, 2013).

2.5 Komponen Pernyataan Misi

Pernyataan misi dapat berbeda dalam panjang, isi, bentuk dan spesifikasinya. Kebanyakan praktisi dan akademisi manajemen strategis merasa bahwa pernyataan misi yang efektif menunjukkan 9 karakteristik atau komponen berikut (David, 2006).

1. Pelanggan, siapa pelanggan perusahaan?
2. Produk atau jasa, apa produk atau jasa utama perusahaan?
3. Pasar, secara geografis, dimana perusahaan berkompetisi?
4. Teknologi, apakah perusahaan menerapkan teknologi terbaru?
5. Perhatian akan keberlangsungan, pertumbuhan dan profitabilitas, apakah perusahaan berkomitmen untuk pertumbuhan dan kondisi keuangan yang baik?
6. Filosofi, apa dasar-dasar kepercayaan, nilai, aspirasi dan prioritas etika perusahaan?
7. Konsep diri, apa kemampuan khusus atau keunggulan kompetitif perusahaan?
8. Perhatian akan citra publik, apakah perusahaan responsif terhadap pemikiran sosial, masyarakat dan lingkungan?
9. Perhatian akan karyawan, apakah karyawan merupakan asset yang berharga bagi perusahaan?

2.6 Hubungan Pernyataan Misi Terhadap Kinerja

Hubungan pernyataan misi dengan kinerja terdokumentasi dengan baik dalam literature, walaupun hasil penelitian bervariasi. Bart dan Baetz (1998) menemukan hubungan yang positif antara pernyataan misi dan kinerja organisasi. Sedangkan Wang dan Lin (2011) menyatakan bahwa pernyataan misi berpengaruh positif terhadap kinerja 353 perusahaan non profit di Cina. Pernyataan misi memberikan arahan terhadap organisasi, pengambilan keputusan internal dan pengalokasian sumber daya. Selain itu Wang dan Lin juga menemukan bahwa pernyataan misi memiliki pengaruh tidak langsung terhadap kinerja melalui kepuasan kerja.

Gharleghi, Nikbakht dan Bahar (2011) melakukan survey untuk mengetahui hubungan karakteristik pernyataan misi dengan kinerja organisasi. Variable yang diukur dari pernyataan misi adalah kejelasan, kelengkapan, realitas, *practicality*, tingkat kepedulian manajer dan karyawan, jumlah penerimaan pernyataan misi, fleksibilitas, fokus terhadap *stakeholder* dan tingkat pembeda. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif terhadap seluruh variable penelitian terhadap kinerja organisasi. Fleksibilitas dari pernyataan misi memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kinerja organisasi dibanding dengan variable lainnya.

Pada organisasi non profit juga dilakukan kajian terhadap hubungan pernyataan misi dengan kinerja organisasi. Penelitian yang dilakukan oleh Genc (2012) di Universitas-universitas yang ada di Turki menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara kualitas pernyataan misi dengan kinerja akademik Universitas. Hasil penelitian ini menolak teori yang mengatakan bahwa motivasi dan inspirasi yang terkandung dalam pernyataan misi dapat mendorong anggota organisasi untuk bekerja lebih giat.

2.7 Tingkat Keterbacaan

Keterbacaan teks adalah aspek yang membuat beberapa teks lebih mudah dibaca dibandingkan teks lain. Beberapa ahli berpendapat tentang definisi keterbacaan, seperti Dale & Chall dalam Gilliland (1972: 92), Klare (1963), Gretchen Hargis (1998). Dale & Chall dalam Gilliland (1972: 92) mendefinisikan keterbacaan (*readability*) adalah seluruh unsur yang ada dalam teks (termasuk di dalamnya interaksi antar teks) yang berpengaruh terhadap keberhasilan pembaca dalam memahami materi yang dibacanya dengan kecepatan membaca yang optimal. Sementara itu, Klare (1963) mendefinisikan keterbacaan sebagai kemudahan dalam memahami teks yang berhubungan dengan gaya penulisan. Pernyataan ini memberikan arti bahwa gaya penulisan terpisahkan dari isi teks, keruntutan, dan struktur teks tersebut.

Menguji tingkat keterbacaan suatu teks dinilai penting untuk kepentingan pembaca teks. Pembaca dapat menilai sejauh mana sebuah teks memiliki tingkat kemudahan atau justru sebaliknya (Saptono dan Ningsih, 2014).

Pada 1944, Gunning mendirikan lembaga yang secara khusus didedikasikan untuk mengukur dan menemukan formula keterbacaan suatu wacana. Ia melakukan studi dan membantu lebih dari 60 surat kabar ternama dan majalah di Amerika, juga membantu jurnalis, editor, dan para penulis agar tulisan mereka dipahami pembaca. Hasil penelitian Gunning sampai pada kesimpulan bahwa keterbacaan suatu wacana ditentukan oleh banyak variabel. Variabel-variabel yang dimaksudkan adalah: 1) Tingkat pendidikan pembaca sehingga berkorelasi dengan kosa kata yang (harus) dikuasainya, 2) Luasnya wawasan atau pengetahuan seorang pembaca, 3) Tempat tinggal dan pergaulan pembaca, 4) Kemampuan seseorang memahami sebuah teks dan mengingatnya, 5) Diksi, atau pilihan kata asing oleh penulis yang melampaui batas standar kemampuan pembaca, 6) Suku kata yang lebih dari tiga atau lebih. Misalnya, dalam bahasa Indonesia, kata benda atau kata sifat sering menggunakan prefiks, misalnya: kenyamanan, ketergantungan, keputusasaan, ketidaksadaran, dan lain-lain. Oleh mesin penghitung otomatis, kata-kata yang demikian dimasukkan ke dalam katagori “*big words*” atau sukar sebab terdiri atas lebih dari tiga suku kata. Selain itu, jumlah kata-kata sukar (*big words*) yang digunakan penting diperhatikan, yakni kata asing –selain Indonesia—atau kata yang untuk memahaminya harus membuka kamus terlebih dahulu atau bertanya pada pakarnya, dan 7) Kalimat dalam sebuah wacana yang panjang (lebih dari 7 kata per kalimat). Kalimat yang panjang akan menyulitkan pembaca untuk menghubungkan antara subjek, predikat, objek, dan keterangan. Dengan demikian, otomatis menyulitkan pemahaman sebab pembaca tidak dapat segera menangkap gagasan intinya (Putra, 2013).

C. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Menurut Sekaran (2003) penelitian deskriptif dapat dilakukan untuk mengetahui dan menjelaskan karakteristik variable yang diteliti dalam suatu situasi. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah memberikan gambaran kepada peneliti mengenai aspek-aspek yang relevan dengan fenomena perhatian dari perspektif seseorang, organisasi, orientasi industry atau lainnya.

3.2 Populasi dan Sampel

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 120 Bank yang tercatat oleh Bank Indonesia. 120 bank ini dapat dikelompokkan menjadi 6 kategori sebagai berikut.

- Bank Persero (4 bank),
- Bank Umum Swasta Nasional Devisa (35 bank),
- Bank Umum Swasta Nasional Non Devisa (30 bank)
- Bank Pembangunan daerah (26 bank)
- Bank Campuran (15 bank)
- Kantor cabang Bank Asing (10 bank)

Untuk lebih dalamnya mengetahui tentang pernyataan misi yang efektif terhadap perbankan Indonesia maka yang akan dijadikan sample dalam penelitian ini adalah bank-bank yang masuk didalam kategori Bank Persero (4 bank), Bank Umum Swasta Nasional Devisa (12 bank), Bank Umum Swasta Nasional Non Devisa (10 bank), Bank Pembangunan Daerah (8 bank), Bank Campuran (7 bank) dengan total 41 sampel.

3.3 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder (*secondary data*) merupakan informasi yang diperoleh dari sumber yang telah ada sebelumnya. Data ini bisa data internal maupun eksternal organisasi dan bisa diakses melalui internet atau informasi yang telah dipublikasikan sebelumnya (Sekaran, 2003). Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah langsung dari *website* masing-masing perusahaan serta laporan keuangan dan laporan tahunan yang secara rutin di publikasikan oleh perusahaan.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara mengakses informasi pernyataan misi perusahaan yang tercantum di *website* masing-masing

perusahaan. Hal ini mengacu kepada penelitian Sharon Kemp dan Larry Dwyer (2002) yang meneliti tentang efektifitas pernyataan misi pada 50 perusahaan penerbangan dunia dan penelitian James Rajeskar (2013) yang meneliti tentang pernyataan misi 45 perusahaan *Muscat Securities Market* (MSM) Oman.

Selain itu, untuk informasi mengenai indicator kinerja akan dikumpulkan melalui laporan tahunan tahun 2015 yang telah dipublikasikan melalui *website* masing-masing perusahaan per April 2016.

3.4 Teknik Analisa Data

Langkah awal dalam menganalisa data adalah melihat efektifitas pernyataan misi perusahaan. Model yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Matriks Evaluasi Pernyataan Misi yang dikembangkan oleh David (2006).

Pada matriks ini terdapat 9 indikator pernyataan misi yang efektif dan kemudian peneliti akan menilai apakah pernyataan misi perusahaan-perusahaan tersebut memiliki indicator yang dimaksud. Mengacu kepada penelitian Rajeskar (2013) indicator tersebut nilai dengan range sebagai berikut.

0 : tidak terdapat 9 indikator pada pernyataan misi

1 : terdapat 9 indikator pada pernyataan misi tapi samar

2 : terdapat 9 indikator pada pernyataan misi yang ditulis secara jelas

Setelah perusahaan dinilai, maka selanjutnya masing-masing komponen pernyataan misi dicari nilai rata-ratanya. Nilai rata-rata masing-masing komponen menunjukkan kualitas pernyataan misi perusahaan dengan pengelompokan sebagai berikut.

Nilai Rata-Rata	Kategori
< 0,5555	Sangat tidak efektif
0,5555 – 0,8	Kurang efektif
0,8 – 1,2	Cukup efektif
1,2 – 2	Sangat efektif

Setelah analisa konten dilakukan terhadap pernyataan misi langkah selanjutnya adalah melakukan analisis terhadap pernyataan misi untuk mengukur makna konotatif. Dalam hal ini alat analisa yang digunakan adalah Fog Indeks untuk mengukur tingkat keterbacaan (*readability*) masing-masing pernyataan misi perusahaan berdasarkan kategori jenis perbankan. Fog Indeks umum digunakan untuk menganalisa suatu kalimat yang mudah dibaca oleh orang lain (Rajeskar, 2013).

Rumus untuk menentukan Fog Indeks adalah sebagai berikut (Saptono, Sampurna dan Fitrianingih, 2013; Putra, 2013).

$$\text{Nilai Indek} = 0,4 \times \left(\frac{\text{Jumlah Kata}}{\text{Jumlah Kalimat}} \right) + 100 \left(\frac{\text{Jumlah Kata Kompleks}}{\text{Jumlah Kata}} \right)$$

Fog Indeks dihitung dengan algoritma berikut (Putra, 2013):

- Pilihlah sebuah wacana (dapat sebagian atau seluruh paragraf) yang terdiri atas lebih kurang 100 kata. Jangan menghilangkan satu kalimat pun
- Tentukan atau hitunglah rata-rata panjang sebuah kalimat terdiri dari berapa kata
- Hitung kata-kata sukar (*complex words*), termasuk kata yang bersuku tiga atau lebih. Jangan menyertakan kata benda, jargon akrab, atau kata majemuk. Jangan menghitung akhiran yang umum diketahui, misalnya: *an* dan *i* sebagai suku kata
- Tambahkan panjang rata-rata kalimat dengan persentase kata-kata sukar
- Kalikan dengan 0,4

Nilai ideal untuk Fog Indeks adalah berkisar antara 7- 12, artinya kalimat tersebut mudah untuk dibaca sehingga pembaca bisa memahami pesan yang ingin disampaikan oleh penulis (Putra, 2013; Rajeskar, 2013).

Selain dengan perhitungan manual, Fog Indeks juga dapat dihitung dengan menggunakan aplikasi web online di alamat www.gunning-fog-index.com. Tinggal *copy paste* kalimat yang ingin dinilai kemudian tinggal klik tombol *calculate*. Otomatis akan keluar perhitungan seperti jumlah

kata, jumlah kalimat dan jumlah kata-kata sulit yang diberi tanda dengan warna biru. Selain itu aplikasi ini juga menyediakan pilihan bahasa yang akan digunakan termasuk bahasa Indonesia.

Setelah pernyataan misi di evaluasi dan dinilai tingkat keterbacaannya, maka langkah selanjutnya adalah mengamati kinerja perusahaan berdasarkan kategori perbankan. Indikator kinerja yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah indikator keuangan seperti rasio profitabilitas seperti: *Return On Asset* (ROA), *Return On Equity* (ROE), *Net Interest Margin* (NIM) dan Rasio Biaya Operasional Terhadap Pendapatan Operasional (BOPO). Selain itu dalam laporan tahunan biasanya juga dibahas kinerja non keuangan seperti pertumbuhan *market share* serta aspek sumber daya manusia.

Walaupun penelitian ini membahas hubungan antara pernyataan misi (efektifitas dan tingkat keterbacaan) terhadap kinerja, akan tetapi dalam pengolahan datanya tidak menggunakan perhitungan statistic karena hanya akan membandingkan nilai evaluasi pernyataan misi dan nilai Fog Indeks terhadap kinerja perusahaan secara umum.

D. PEMBAHASAN

4.1 Evaluasi Pernyataan Misi

Analisa konten pernyataan misi menggunakan matriks evaluasi pernyataan misi yang dikembangkan oleh David (2006). Masing-masing pernyataan misi akan diberi nilai berdasarkan 9 indikator komponen pernyataan misi dan akan dicari rata-rata per komponen. Secara keseluruhan hasil evaluasi pernyataan misi perbankan dapat dilihat pada lampiran 1

Dari hasil evaluasi matriks dapat dilihat bahwa kelompok Bank Persero mendapat nilai terbaik jika dibandingkan dengan kelompok bank lain. 9 komponen pernyataan misi yang efektif tertuang dalam pernyataan misi perusahaan, meskipun komponen teknologi tidak disebutkan dengan jelas. Hampir semua bank mendapatkan nilai rendah pada komponen ini.

Pada matriks tersebut kita juga dapat melihat bahwa perusahaan yang sudah “mapan” dan besar lebih terarah dalam menyusun pernyataan misi mereka.

4.2 Analisa Fog Indeks

Analisa Fog Indeks dilakukan dengan perhitungan manual dan perhitungan melalui website. Hasilnya ternyata hampir semua sample mendapatkan nilai fog indeks jauh diatas nilai ideal. Nilai ideal untuk indeks fog adalah berkisar anta 7-12, sedangkan nilai perolehan masing-masing perusahaan rata-rata diatas 25. Bahkan Bank Kesejahteraan Ekonomi mendapatkan nilai tertinggi yaitu 40,75.

Hanya BCA yang mendapatkan nilai dibawah 20 yaitu 19,80. Faktor yang mempengaruhi tinggi atau rendahnya nilai Fog Indeks adalah jumlah kata-kata kompleks didalam kalimat. Gunning mendeskripsikan kata-kata kompleks sebagai kata yang memiliki jumlah suku kata 3 atau lebih. Lebih rinci, hasil perhitungan Fog Indeks masing-masing perusahaan dapat dilihat pada lampiran 2.

Tabel IV.1 Analisa Fog Indeks Pernyataan Misi Perbankan Indonesia

Kelompok Bank	Nilai Rata-Rata Fog Indeks
Bank Persero	30,09
Bank Swasta Nasional Devisa	28,44
Bank Swasta Nasional Non Devisa	29,83
Bank Pembangunan Daerah	30,11
Bank Campuran	31,18

4.3 Pengaruh Pernyataan Misi Terhadap Kinerja Perbankan Indonesia

4.3.1 Bank Persero

Kinerja perbankan dapat dilihat dari laporan keuangan triwulan yang rutin dipublikasikan serta laporan tahunan (*annual report*) perusahaan. Untuk kinerja keuangan secara sistematis tersaji dalam lampiran 3.

Secara umum kinerja industri perbankan nasional di tahun 2015 tetap menunjukkan pertumbuhan ditengah-tengah kondisi perekonomian yang terbilang masih tidak pasti di tahun 2015. Total asset industri perbankan nasional tercatat sebesar Rp6.234 triliun, tumbuh sebesar 9,28% dari pencapaian tahun 2014 sebelumnya sebesar Rp5.705 triliun. Pertumbuhan rata-rata total asset perbankan dalam 5 tahun terakhir mencapai 13,90% (www.ojk.go.id).

Pada kelompok Bank Persero secara umum kinerja perusahaan berada diatas rata-rata kinerja industry karena bank pada kelompok ini merupakan bank milik pemerintah yang sudah eksis jauh sebelum hadirnya bank-bank swasta di Indonesia.

Untuk nilai ROA sendiri, kelompok Bank Persero memang berada diatas rata-rata ROA perbankan secara umum yakni berkisar antara 3% – 4% kecuali BTN yang mendapatkan nilai ROA rendah yaitu 1,61%. Sedangkan untuk nilai ROE berkisar antara 16% - 25% dan masih diatas nilai rata-rata ROE perbankan. Sedangkan untuk nilai NIM hampir semua perbankan berada di angka 4% - 9%. Hal ini karena untuk rate bunga sudah diatur langsung oleh regulator sehingga perolehan NIM perbankan berada pada range yang sama. Untuk nilai BOPO kelompok Bank Persero masih berada dibawah angka 80% kecuali untuk BTN yang nilai BOPO nya di angka 84,83%.

Pernyataan misi pada bank-bank pada kelompok ini mendapat nilai rata-rata diatas 1 yang berarti bahwa pernyataan misi perusahaan sudah efektif. Seperti banyak teori yang dikemukakan oleh para ahli di bidang management strategic bahwa pernyataan misi penting dalam proses perumusan strategi. Strategi yang matang akan terlihat hasilnya dari kinerja yang baik karena semua karyawan dapat dikatakan sudah paham terhadap apa yang dikerjar oleh perusahaan.

Jika kita kembali melihat evaluasi pernyataan misi kelompok Bank Persero, maka akan terlihat bahwa komponen perhatian kepada keberlangsungan organisasi, pertumbuhan dan profitabilitas mendapat perhatian dari manajemen. Bank Mandiri dan BRI menyatkan dengan jelas komponen ini dalam misi mereka (lampiran 1). Secara deskriptif kita dapat melihat bahwa jika pernyataan misi dirancang dengan baik maka strategi pun akan terumuskan dengan benar dan hasilnya dapat terlihat pada kinerja perusahaan. Karena pernyataan misi sangat penting dalam proses perumusan strategi perusahaan

4.3.2 Bank Swasta Nasional Devisa

Tahun 2015 Bank Umum Swasta Nasional Devisa menguasai 38,54% asset perbankan nasional, sedikit lebih tinggi dibandingkan Bank Persero. Begitu juga dengan penguasaan pangsa pasar, Bank Swasta Nasional Devisa menguasai pasar sebesar 41,27%. Salah satu factor yang menyebabkannya adalah bank pada kelompok ini lebih banyak bermain pada segmen usaha kecil dan mikro yang mana segmen usaha ini memang sedang tumbuh dengan subur.

Walaupun pangsa pasar kelompok bank ini cukup besar, akan tetapi jumlah bank yang berada pada kategori ini cukup banyak. Ada 35 bank yang bersaing pada kelompok ini merebutkan pangsa pasar 41%. Sedangkan pada Bank Persero walupun pangsa pasar mereka 39% akan tetapi hanya ada 4 bank yang bersaing.

Untuk nilai ROA memang lebih rendah dibandingkan kelompok Bank Persero. Nilai ROA perusahaan berkisar antara 1% - 2%, hanya BCA dan Bank Mestika Dharma yang nilai ROA nya berada di angka 3%. ROA merupakan rasio yang mengukur seberapa efektif perusahaan memanfaatkan asset yang dimiliki dalam menghasilkan laba perusahaan. Semakin tinggi nilai ROA berarti semakin efektif perusahaan memaksimalkan nilai aset untuk memperoleh keuntungan.

Untuk nilai ROE berkisar antara 7% - 15% masih berada dibawah nilai ROE kelompok Bank Persero. ROE merupakan rasio yang menunjukkan seberapa laba bersih yang diperoleh dari jumlah ekuitas perusahaan. Tentu saja nilai ROE Bank Persero lebih baik karena permodalan mereka kuat. Sedangkan Bank Swasta terbatas dalam penyediaan modal sendiri walaupun beberapa bank dalam kelompok ini merupakan anak perusahaan bank milik pemerintah.

Nilai NIM Bank Swasta Nasional Devisa tidak jauh berbeda dengan Bank Persero karena penetapan tentang tingkat suku bunga telah diatur oleh regulator. Untuk nilai BOPO berada di kisaran 80% - 90% lebih tinggi dibandingkan dengan kelompok Bank Persero.

Untuk evaluasi pernyataan misi sendiri kelompok Bank Swasta Nasional Devisa ada 5 bank yang pernyataan misinya tidak efektif, bahkan Bank Permata mendapatkan nilai rata-rata 0,4444 dengan predikat sangat tidak efektif. Kinerja keuangan Bank Permata di tahun 2015 memang dibawah rata-rata. Dengan BOPO hampir 100% nilai ROA dan ROE perusahaan tidak lebih dari 2%. Pernyataan misi perusahaan juga tidak satupun memiliki komponen yang dinyatakan secara jelas.

4.3.3 Bank Swasta Nasional Non Devisa

Tahun 2015 Bank Swasta Nasional Non Devisa menguasai pasar sebesar 3,33%. Nilai ROA perusahaan juga lebih rendah dibandingkan dengan 2 kelompok bank sebelumnya berkisar antara 0,7% - 1%.

Dapat dilihat pada BOPO perusahaan yang rata-rata bernilai diatas 90%, cukup tinggi jika dibandingkan dengan 2 kelompok bank sebelumnya yang bernilai rata-rata 80%. Sedangkan untuk nilai ROE cukup bervariasi. Nilai ROE tertinggi diperoleh oleh BTPN yakni 14,1%. BTPN memang memiliki kinerja keuangan cukup baik jika dibandingkan dengan bank lain pada kelompok ini.

Seperti pernyataan misi perusahaan mendapatkan nilai yang tidak efektif, bahkan BTPN pernyataan misinya bernilai sangat tidak efektif dengan hanya 2 komponen yang tercantum dalam pernyataan misi dan itupun dinyatakan dengan samar. Hal ini cukup mencengangkan mengingat kinerja keuangan BTPN cukup bagus.

4.3.4 Bank Pembangunan Daerah (BPD)

Untuk tahun 2015 BPD memiliki 7,76% total asset bank umum dan penguasaan pasar sekitar 8,08%, menempati urutan ketiga setelah Bank Swasta Nasional Devisa dan Bank Persero. Walaupun cukup unggul di posisi asset kontribusi BPD terhadap pembangunan daerah masih rendah. Hal ini dapat dilihat dari komposisi kredit BPD yang masih di dominasi oleh kredit konsumtif bukan di sector produktif (www.ojk.go.id).

Untuk indikator keuangan BPD memang lebih baik dibandingkan dengan Bank Swasta Nasional Devisa dan Non Devisa. Untuk ROA nilainya rata-rata berkisar diangka 2% sedangkan untuk nilai ROE rata-rata diangka 23%. Bank DKI memiliki nilai ROE terendah hanya 6% akan tetapi memiliki nilai BOPO paling tinggi yaitu 90,99% jika dibandingkan dengan BPD lain yang rata-rata nilai BOPO diangka 80%.

Seperti dari sample kelompok bank ini pernyataan misinya tidak efektif. Komponen pelanggan mendapatkan nilai paling tinggi karena memang dalam pernyataan misi perusahaan dinyatakan bahwa ingin memajukan dan mendukung perekonomian daerah yang biasanya di dominasi oleh pengusaha kecil dan menengah. Akan tetapi seperti yang telah dijelaskan diatas bahwa komponen kredit BPD didominasi oleh sector konsumtif yang nasabahnya kebanyakan adalah PNS pemerintah daerah yang memang *pay roll* gajinya di BPD.

4.3.5 Bank Campuran

Tahun 2015 lalu asset Bank Campuran tumbuh 12,67% atau hanya sekitar Rp 298 triliun (www.ojk.co.id). Untuk rata-rata nilai ROA, Bank Campuran memang masih cukup rendah dengan nilai ROA berkisar antara 0,7% - 1%. Nilai ini jauh dibawah nilai ROA Bank Persero dan Bank Umum Swasta Nasional Devisa. Begitu juga dengan indikator keuangan ROE dan NIM Bank Asing masih memperoleh nilai yang rendah. Untuk nilai BOPO, Bank Asing memiliki nilai berkisar diangka 90% cukup tinggi jika dibandingkan dengan nilai rata-rata ideal BOPO perbankan Nasional yakni 80%.

Hasil evaluasi pernyataan misi kelompok Bank Campuran hanya 2 bank dari 7 sampel bank yang pernyataan misinya efektif, yaitu Bank ANZ Indonesia dan Bank Windu Kentjana

International. Sedangkan nilai terendah di peroleh oleh Bank Woori International, akan tetapi memiliki kinerja yang cukup baik jika dilihat dari indicator keuangan perusahaan. Bank Woori International memiliki nilai BOPO paling baik diantara 7 sample yakni 79.89% dan ROE paling tinggi yaitu 12,16%. Hal ini memang tertuang dalam pernyataan misi perusahaan yaitu “*performance oriented*: mengutamakan kinerja yang baik.”

E. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari pemaparan diatas dapat dilihat bahwa tidak terlihat hubungan yang jelas antara pernyataan misi efektif dan tingkat keterbacaan terhadap kinerja perusahaan. Seperti BTPN yang memiliki nilai evaluasi pernyataan misi paling rendah akan tetapi kinerja keuangan perusahaan cukup baik jika dibandingkan dengan kelompok bank swasta nasional non devisa lain.

Dalam model komprehensif manajemen strategis mengembangkan pernyataan visi dan misi merupakan langkah awal dalam merumuskan strategi perusahaan. Setelah strategi ditentukan dan dieksekusi maka hasil akan terlihat pada kinerja perusahaan.

Pada penelitian selanjutnya dapat ditambahkan beberapa variable lain seperti strategi dan kepuasan kerja, sehingga hubungan pernyataan misi terhadap kinerja dapat diukur dengan tepat.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, Ishfaq, dkk (2013). “Mission Statement Readability: An Insight Into Islamic Banks”. ResearchGate
- Bart. Christoper Kenneth and Mark C Baetz (1998). “The Relationship Between Mission Statements And Firm Performance: An Exploratory Study”. *Journal of Management Studies* 35:6
- Bart. Christoper K and Simon Taggar (1998). “A Model Of The Impact Of Mission Rationale, Content, Process And Aligment On Firm Performance”. Mc Master University, Working Paper No. 73
- Basran, Desfian (2005). Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kinerja Bank umum di Indonesia Tahun 2001-2003. Tesis Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Diponegoro
- Cochran, Daniel S et.al. “A Framework for Developing an Effective Mission Statement”. *Journal of Business Strategies*, Volume 25 Number 2
- David. Fred R (2006). “Strategic Management”. Edisi 10. Pearson Education-Prentice Hall
- Gililiand, Jhon (1972). “Readability. London: Hordder dan Stoughton
- Hunger, J. David & Thomas. L. Wheelen (2002). *Manajemen Strategis*. Edisi 2. Andi. Yogyakarta
- Keeling, Mary (2013). “Mission Statement: Rhetoric, Reality or Road Map to Success?”. Volume 42 no 1
- Kemp, Sharon and Larry Dwyer (2002). “Mission Statement of International Airlines: A contetnt Analysis”. Elsevier Ltd
- Pearce, John A and Richard Robinson. 2013. *Strategic Management: Planning for Domestic and Global Competition 13th edition, internatonal edition*. Published Mc Graw Hill. New York
- Putra, R. Masri Sareb (2013). “Fog Index dan Keterbacaan Berita Utama (Headline) Suara Merdeka 03 Mei 2013.” *Jurnal Ilmu Komunikasi*
- Rajeskar, James (2013). “A Comparative Analysis of Mission Statement Content and Readability”. *Journal of Management Policy and Practice* vol 14(6)
- Saptono, Debyo dan Tri Wahyu Retno Ningsih (2014). “Perbandingan Formulan Gunning Fox Indeks dan Flesch Level Pada Uji Keterbacaan Teks”. KOMMIT 2014
- Sekaran, Uma (2003). “Research Methods For Business”. Fourth Edition. John Willey & Sons, Inc
- Setyani, Astuti Yuli (2002). Analisis Kinerja Perusahaan Perbankan Sebelum dan Sesudah Menjadi Perusahaan Publik di Bursa Efek Jakarta (BEJ). Tesis Program Pasca Sarjana Magister Akuntansi Universitas Diponegoro

Wang Yashou and Lin Jian (2011). "Emperical Research on Influence of Mission Statements On The Performance of Non Profit Organization". Elsevier Ltd
www.bi.go.id/id/publikasi/dpi/default.asp

www.bri.co.id

www.bisnis.com

www.btn.co.id

www.danamon.co.id

www.kemenperin.go.id

www.ojk.go.id

www.wikipedia.co.id