

Judul Disertasi : Model Orientasi Pasar Pemerintah Daerah
Otonomi Khusus
Nama Mahasiswa : Ahmad Hudalil
Nomor Pokok Mahasiswa : 1531041010
Peminatan : Pemasaran
Program Studi : Doktor Ilmu Ekonomi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Lampung



MENYETUJUI

Promotor,

Prof. Dr. H. Satria Bangsawan, S.E., M.Si.
NIP. 19610904 198703 1 011

Ko Promotor,

Dr. Mahrinasari MS, S.E., M.Sc.
NIP. 19661027 199003 2 002

Ko Promotor,

Dr. Nairobi, S.E., M.Si.
NIP. 19660621 199003 1 003

Program Doktor Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung
Ketua,

Prof. Dr. H. Satria Bangsawan, S.E., M.Si.
NIP. 19610904 198703 1 011

1. Komisi Penguji Disertasi

- 1.1 Ketua : Prof. Dr. Ir. Wan Abbas Zakaria, M.S.
(Direktur Program Pascasarjana)
- 1.2 Sekretaris : Prof. Dr. Yuliansyah, S.E., M.S.A., Ph.D.,
Akt.
(Sekretaris Program Studi Doktor Ilmu
Ekonomi FEB Unila)
- 1.3 Penguji Luar Komisi Pembimbing : Dr. Ernie Hendrawaty, S.E., M.Si
(Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kerjasama FEB Unila)

Prof. Dr. Budiyanto, M.S.
(Penguji Eksternal)

Dr. Marselina, S.E., M.P.M.
(Penguji Internal)

Dr. Ayi Ahadiat, S.E., M.B.A.
(Penguji Internal)

2. MENGESAHKAN

2.1 Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung

Dr. Nairobi, S.E., M.Si.
NIP. 19660621 199003 1 003

2.2 Direktur Program Pascasarjana

Prof. Dr. Ir. Wan Abbas Zakaria, M.S.
NIP. 19610825 198702 1 001

2.3 Tanggal Lulus Ujian Disertasi : **20 November 2020**

MODEL ORIENTASI PASAR PEMERINTAH DAERAH OTONOMI KHUSUS

Oleh : Ahmad Hudalil

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh komitmen organisasi, kapabilitas teknologi informasi dan budaya organisasi terhadap orientasi pasar dan kinerja organisasi. Teori yang digunakan dalam menguji hipotesis penelitian ini adalah *Resource Advantage Theory* (Teori R-A). Jenis penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori yaitu penelitian yang menerangkan hubungan kausalitas antara variabel. Populasi penelitian ini adalah seluruh organisasi perangkat daerah (OPD) yang termasuk Pemerintah Daerah Otonomi Khusus (1) Provinsi Aceh (2) Provinsi Papua (3) Provinsi Papua Barat (4) Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta (5) Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel didasarkan pada *multiple cluster random sampling*. Jumlah sampel 312 pada Pemerintah Daerah Otonomi Khusus Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta dan Pemerintah Daerah Otonomi Khusus Provinsi Papua Barat. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang bersumber dari jawaban responden. Metode penelitian menggunakan metode survei. Alat analisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan *multigroup approach*. Hasil analisis menemukan bahwa faktor yang paling dominan membentuk model orientasi pasar pada Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta belanja daerah tertinggi adalah komitmen organisasi. Komitmen organisasi yang timbul dari rasa bangga untuk terlibat pada kegiatan yang konsisten dalam peningkatan orientasi pasar berdampak kepada peningkatan kinerja organisasi pada Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta, sementara itu faktor penentu dominan model orientasi pasar Provinsi Papua Barat yang memiliki belanja daerah terendah adalah budaya organisasi. Budaya organisasi yang timbul dari budaya adhokrasi yang menekankan pada inovasi dan berkembang serta menekankan pada pertumbuhan dan perolehan sumberdaya manusia dalam peningkatan orientasi pasar berdampak kepada peningkatan kinerja organisasi pada Provinsi Papua Barat.

Kata kunci: Komitmen Organisasi, Kapabilitas Teknologi Informasi, Budaya Organisasi, Kinerja Organisasi, Belanja Daerah.

DAFTAR ISI

Abstrak	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR GRAFIK	ix
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan Penelitian.....	17
1.4 Keaslian dan Kebaruan Penelitian.....	17
1.5 Kontribusi Penelitian.....	18
BAB II	
KAJIAN PUSTAKA, PERUMUSAN HIPOTESIS DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	20
2.1 Kajian Pustaka.....	20
2.1.1 Side-bet Theory	20
2.1.2 Competing Value Framework (CVF).....	20
2.1.3 Resource Advantage Theory (Teori R-A).....	21
2.1.4 Dukungan <i>Resource Advantage Theory</i> (Teori R-A) terhadap Periodisasi Orientasi Pasar.....	22
2.1.5 Orientasi Pasar.....	23
2.1.6 Komitmen Organisasi.....	24
2.1.7 Kapabilitas Teknologi Informasi.....	25
2.1.8 Budaya Organisasi.....	26
2.1.9 Belanja Daerah (Belanja Pegawai dan Belanja Modal)	30
2.1.10 Kinerja Organisasi.....	31
2.2 Penelitian Terdahulu	31
2.3 Pengembangan Hipotesis	35
2.3.1 Pengaruh komitmen organisasi terhadap orientasi pasar	35
2.3.2 Pengaruh kapabilitas teknologi informasi terhadap orientasi pasar	35
2.3.3 Pengaruh budaya organisasi terhadap orientasi pasar	36
2.3.4 Pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja organisasi.....	36

2.3.5	Pengaruh komitmen organisasi terhadap kinerja organisasi dimediasi oleh orientasi pasar.....	36
2.3.6	Pengaruh kapabilitas teknologi informasi terhadap kinerja organisasi dimediasi oleh orientasi pasar	37
2.3.7	Pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja organisasi dimediasi oleh orientasi pasar.....	38
2.3.8	Pengaruh ukuran kelompok belanja daerah Pemerintah Provinsi Daerah Khusus Ibukota (DKI) Jakarta dan Pemerintah Provinsi Papua Barat pada model orientasi pasar terhadap kinerja organisasi.....	39
BAB III		
	METODE PENELITIAN	42
3.1	Desain Penelitian.....	42
3.2	Populasi dan Sampel	43
3.2.1	Populasi	43
3.2.2	Sampel.....	45
3.3	Variabel, Defenisi dan Operasional Variabel.....	45
3.3.1	Variabel Penelitian	45
3.3.2	Definisi dan Operasional Variabel Penelitian	47
3.4	Metode Analisis Data.....	53
3.4.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	54
3.4.2	Model Pengujian Hipotesis	58
BAB IV		
	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	64
4.1	Pengumpulan Data	64
4.2	Karakteristik Responden	65
4.3	Asumsi Model Struktural	66
4.3.1	Normalitas Data.....	67
4.3.2	Input Data dan Estimasi Model.....	68
4.3.3	Model Analisis	69
4.4	Pembahasan.....	83
4.4.1	Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Organisasi	83
4.4.2	Pengaruh Komitmen Organisasi Terhadap Orientasi Pasar	85
4.4.3	Pengaruh Kapabilitas Teknologi Informasi Terhadap Orientasi Pasar	87
4.4.4	Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Orientasi Pasar	89
4.4.5	Orientasi Pasar Memediasi Pengaruh Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Organisasi.....	91

4.4.6	Orientasi Pasar Memediasi Pengaruh Kapabilitas Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Organisasi.....	92
4.4.7	Orientasi Pasar Memediasi Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Organisasi.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.8	Pengaruh model orientasi pasar terhadap kinerja organisasi lebih kuat pada daerah otonomi khusus dengan ukuran kelompok belanja daerah tertinggi daripada ukuran kelompok belanja daerah terendah	94
	BAB V	101
	SIMPULAN, IMPLIKASI DAN KETERBATASAN, SERTA SARAN.....	101
5.1	Simpulan.....	101
5.2	Keterbatasan dan Implikasi	102
5.3	Saran.....	107