



ISBN : 978-602-5548-14-7

# PROSIDING

PROSIDING PENELITIAN

Tema:

“Penelitian Bidang Ekonomi-Bisnis Serta Pembangunan Masyarakat,  
Dalam Upaya Meningkatkan Publikasi Internasional”



**Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Lampung**

Bandar Lampung, 11 Desember 2017

# PROSIDING PENELITIAN

Karya: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung

Copyrights © Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang  
*All rights reserved*

Desain Sampul: Zam-Zam Design  
Tata Letak Isi: Zam-Zam Design

ISBN: 978-602-5548-14-7  
Cetakan I, Desember 2017

Diterbitkan oleh:  
**ZAM-ZAM TOWER**  
Jl. Flamboyan III No. 35, Enggal, Bandar Lampung  
(Anggota IKAPI)

Sanksi Pelanggaran Pasal 113  
Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014  
Tentang Hak Cipta

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/ atau pidana denda paling banyak Rp. 100.000.000 (seratus juta rupiah)
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/ atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/ atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/ atau pidana denda paling banyak Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah)
3. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/ atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/ atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/ atau pidana denda paling banyak Rp. 1.000.000.000 (satu milyar rupiah)
4. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat 3 (tiga) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/ atau pidana denda paling banyak Rp. 4.000.000.000 (empat milyar rupiah)

# PROSIDING PENELITIAN

## PELAKSANA

Penanggung Jawab	Prof Dr. Satria Bangsawan,S.E.,M.Si
Pengarah	Dr.Mahrinasari,S.E.,M.SBA
	Dr. Fajar Gustiawati Dewi, S.E.,M.Si., Akt
	Dr. Ambya, S.E.,M.Si
	Dr. Nairobi, S.E,M.Si
	Dr. Farichah, S.E,M.Si
	Dr.RR Erlina,S.E,M.Si
Pelaksana	
Ketua	Dr .Marselina, S.E, M.P.M
Sekretaris	Prayudha Ananta, S.E.,M.Si.
Bendahara	Emi Maimunah, S.E.,M.Si
Penyunting	Dr. Toto Gunarto, S.E,M.S
	Dr Erni Hendrawati, S.E.,M.Si
	Dr. Rindu Ekagamayuni, S.E, MSi, Akt
	Dr.Lies Maria Hamzah, S.E., M.E.
Forum Riset Ekonomi dan Bisnis	
<i>Bidang Kajian Ekonomi Pembangunan</i>	
Koordinator	Nurbetty Herlina Sitorus, S.E., M.Si
Anggota	Zulfa Emalia, S.E., M.Sc
<i>Bidang Kajian Manajemen</i>	
Koordinator	Zainur M.Rusdi, S.E. , M.Si
Anggota	Yuniarti Fihartini, S.E., M.Si.
<i>Bidang Kajian Akuntansi</i>	
Koordinator	Dr Tri Joko Prasetyo, S.E.,M.Si
Anggota	Niken Kesumawardhani, S.E, M.Si, Akt

## KATA PENGANTAR

Prosiding penelitian ini disusun berdasarkan hasil *Call For Paper* dan Seminar Nasional, 2017 yang mengangkat Tema “ Meningkatkan Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat Bidang Ekonomi dan Bisnis yang Berkualitas, Dalam Upaya Meningkatkan Publikasi Internasional, 2017 “.

Hasil penelitian yang berkualitas diperlukan dalam pembangunan nasional. Penelitian berkualitas akan melewati prosedur ilmiah secara benar, berdasarkan data yang diperoleh secara objektif, dilakukan terus menerus. Hasil penelitian yang berkualitas mempunyai nilai tambah yang dapat dijadikan bahan untuk menyusun kebijakan. Dengan terselenggaranya *Call For Paper* dan Seminar Nasional 2017 ini, muncul penelitian-penelitian berkualitas yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang diselesaikan dengan bidang ilmu yang relevan. Penelitian yang berkualitas berpeluang besar untuk *published di* jurnal nasional terakreditasi dan atau jurnal internasional bereputasi

Kami mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak, para presenter, narasumber, editor serta seluruh panitia pelaksana *Call For Paper* dan Seminar Nasional, FEB 2017 ini, atas jerih payahnya sehingga kegiatan ini dapat berlangsung dengan baik sampai tersusunya prosiding ini. Akhir kata, semoga prosiding ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Bandar Lampung, 11 Desember 2017  
Ketua Pelaksana

Dr. Marselina, S.E., M.P.M



## DAFTAR ISI

PROSIDING PENELITIAN — iii

KATA PENGANTAR — iv

IMPLEMENTASI TRANSPARANSI PEMERINTAH DAERAH DAN AKUNTABILITAS  
LAPORAN KEUANGAN UNTUK MEMINIMALISASI TINGKAT KORUPSI  
PEMERINTAH DAERAH DI INDONESIA

**Afrizal Nilwan, Syamsu Rizal, Indrayenti, Khairudin — 1**

EVALUASI PENERAPAN GREEN GOVERNMENT DI PROVINSI LAMPUNG

**Doni Sagitarian Warganegara, Lindrianasari — 7**

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT  
PENGUNGKAPAN WAJIB DALAM LAPORAN KEUANGAN PEMERINTAH  
DAERAH (STUDI PADA PEMERINTAH KABUPATEN/KOTA DI INDONESIA)

**Fegy Yuliant, Rindu Rika Gamayuni — 12**

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI TINGKAT PENGUNGKAPAN PADA  
WEBSITE PEMERINTAH DAERAH DI INDONESIA

**Risa Rikafitri, Lindrianasari, Agrianti Komalasari — 23**

PENGARUH PENGUNGKAPAN (*DISCLOSURE*) TERHADAP BIAYA DANA  
PERUSAHAAN

**Tri Joko Prasetyo, Doni Warganegara, Marselina, — 29**

HUBUNGAN AMNESTI PAJAK DAN KEPATUHAN WAJIB PAJAK PADA KANTOR  
PELAYANAN PAJAK BANDAR LAMPUNG

**Yuliana — 35**

ANALISIS SPASIAL EKONOMI DAN MIGRASI DI SUMATERA, JAWA, DAN BALI

**Arivina Ratih — 39**

DISPARITAS DAN KONVERGENSI PERTUMBUHAN EKONOMI; STUDI DAERAH  
OTONOM BARU (DOB) DI SUMATERA

**Dr. Ambya, S.E., M.Si. — 46**

POLA KONSUMSI MAHASISWA DI UNIVERSITAS LAMPUNG

**Emi Maimunah, Julian — 53**

PENGARUH SPASIAL KENAIKAN UPAH MINIMUM DI PASAR KERJA INDONESIA

**Ida Budiarty — 61**



EFEKTIFITAS PROGRAM PUMP PADA KUBE DI DESA KUSAMBA

**Gusti Ayu Putu Wirathi, Surya Dewi Rustariyuni, Luh Putu Aswitari — 70**

MODEL DATA PANEL UNTUK PENANAMAN MODAL ASING LANGSUNG,  
FAKTOR-FAKTOR EKONOMI DAN INDEKS PERSEPSI KORUPSI PADA  
EMPAT NEGARA ASEAN

**Irma Febriana MK — 85**

PENGARUH KEBIJAKAN MONETER, PDB, DAN FDI TERHADAP NILAI  
EKSPOR INDONESIA

**Nurbetty Herlina Sitorus, Grandtino Arganata — 93**

ANALISIS FAKTOR PENYEBAB KEMISKINAN NELAYAN: STUDI LAPANG DI  
PESISIR PUGER JEMBER JAWA TIMUR

**Siswoyo Hari Santosa — 99**

TARIF JASA ANGKUTAN KOTA BERDASARKAN ABILITY TO PAY DAN  
WILLINGNESS TO PAY PENGGUNA DI KOTA TARAKAN

PENYERAPAN TENAGA KERJA DI INDUSTRI MEUBEL KOTA DENPASAR  
BERPENGARUH TERHADAP SOSIAL DEMOGRAFI?

**Surya Dewi Rustariyuni, S.E.,M.Si — 117**

ANALISIS PUSAT PERTUMBUHAN DAN WILAYAH HINTERLAND DI  
KABUPATEN KLATEN

**Dr. Unggul Priyadi, M.Si, Aulia Wahid Yudi Utama — 123**

EXCHANGE RATES PASS THROUGH TO PRICES DURING THE IMPLEMENTATION  
OF INFRATION TARGETING FRAMEWORK (2005:08-2017:03) IN  
INDONESIA

**Yoke Muelgini, Sonia Anggun Andini — 127**

IDENTIFIKASI POTENSI IMPLEMENTASI INOVASI LAYANAN KEUANGAN  
DIGITAL (LKD) DALAM PENGEMBANGAN UMKM DII PROVINSI  
LAMPUNG 135

**Yoke Muelgini dan Ria Pujianti — 135**

DETERMINAN AGLOMERASI INDUSTRI MANUFAKTUR DI PROVINSI JAWA  
BARAT

**Zulfa Emalia — 145**

PERAN BRAND IMAGE DALAM MEMEDIASI PENGARUH COUNTRY OF ORIGIN  
TERHADAP NIAT BELI

**A.A Diah Tarama Devi, Ni Wayan Ekawati — 152**

PENERAPAN 8 LANGKAH PERUBAHAN ORGANISASI DARI KOTTER'S DALAM  
RANGKA MENGEMBANGKAN INOVASI DI PT. POS INDONESIA UNTUK  
MENJAGA EKSISTENSI DAN DAYA SAING PELAYANAN PUBLIK (STUDI  
KASUS DI KANTOR POS JAKARTA UTARA 14000)



**Agung Surya Dwianto, Pupung Purnamasari — 159**

IDENTIFIKASI MARKET REGIME SEKTOR NON MANUFAKTUR PADA BURSA EFEK INDONESIA

**Defrizal dan Hengky Achmad Subing — 167**

PEMANFAATAN PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PENERAPAN TEKNOLOGI INFORMASI PADA SISTEM PEMBELIAN ONLINE DI KOTA PALEMBANG

**Desi Apriyanty, Indra Satriadi, Sony Oktapriandi , Hetty Meyleni — 174**

PENGARUH KUALITAS LAYANAN PENDIDIKAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI PADA UNIVERSITAS SWASTA DI BANDARLAMPUNG.

**Dra. Endang Siswati Prihastuti, MS — 185**

PENINGKATAN KETERAMPILAN RUMAH TANGGA MISKIN DI KABUPATEN BULELENG PROVINSI BALI

**I Gede Wardana, I Gede Sujana Budhiasa, I Made Jember — 193**

EFEKTIFITAS PROGRAM PUMP PADA KUBE DI DESA KUSAMBA GUSTIAYU PUTU WIRATHI, SURYA DEWI RUSTARIYUNI, LUH PUTU ASWITARI PENGARUH KARAKTERISTIK INDIVIDU DAN KEPUASAN KERJA TERHADAP KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL

**Habibullah Jimad — 223**

PERAN CITRA MEREK DALAM MEMEDIASI PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA PRODUK SPA BALI TANGI)

**I G. N. Satria Bramantha Rahmanda Putra, I Gede Ketut Warmika, Ni Made Rastini — 229**

TOURISM CONTRIBUTION ON BALI PROVINCIAL ECONOMY AND ITS IMPLICATIONS ON SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT

**I Made Wardana — 240**

PENGARUH KOMITMEN ORGANISASI DAN ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR (OCB) TERHADAP KINERJA KARYAWAN DI PT. BANK PERKREDITAN RAKYAT HOKI KANTOR PUSAT DENPASAR

**I Putu Agus Yoga Pratama. A.A.A Sriathi, Ni Wayan Mujiati — 247**

STRATEGI PENGEMBANGAN PASAR TRADISIONAL BERBASIS KEARIFAN LOKAL DI BALI

**I Putu Gde Sukaatmadja , Ni Nyoman Kerti Yasa, Henny Rahyuda — 256**

LAYANAN JASA TRANSPORTASI ONLINE BERBASIS INTERNET SEBAGAI ALTERNATIF TRANSPORTASI DI KALANGAN MAHASISWA DI PALEMBANG

- Ida Wahyuningrum, M.Noval, Heni Madora, Yusniarti — 266**  
 PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI HARGA,  
 DAN PEMASARAN INTERNET TERHADAP PEMESANAN ULANG  
 ONLINE HOTEL DI BALI
- Komang Agus Satria Pramudana, I Wayan Santika — 274**  
 KOMPARASI REKSADANA SAHAM PERUSAHAAN INVESTASI NASIONAL DAN  
 ASING DI INDONESIA
- Dr. Luh Gede Sri Artini, SE., M.Si1, A.A.Ayu Putri Utami — 284**  
 FAKTOR-FAKTOR RELASIONAL, TUGAS, DAN ORGANISASI PADA KINERJA  
 TENAGA PENJUAL DI BANDAR LAMPUNG
- Mirwan Karim, Yuniarti Fihartini — 291**  
 APAKAH NET PERFORMING LOANS (NPL) DIPENGARUHI OLEH SKALA  
 USAHA? (ANALISIS KREDIT UMKM PADA BANK PEMBANGUNAN  
 DAERAH)
- Muslimin, Dariyus — 303**  
 PERBANDINGAN PENGGUNAAN *FORWARD CONTRACT HEDGING* DENGAN  
*OPEN POSITION* DALAM MEMINIMALISASI EKSPOSUR VALUTA ASING  
 PADA CV. SABI-SABI
- Ni Kadek Diah Dwi Sartika Yanti, Nyoman Triaryati — 310**  
 PENGARUH LOYALITAS, PRESTASI KERJA DAN KOMPETENSI KARYAWAN  
 TERHADAP PROMOSI JABATAN DI PT. PLN (PERSERO) DISTRIBUSI  
 BALI
- Ni Komang Tri Astiti, A.A Sagung Kartika Dewi — 317**  
 STRATEGI PENGEMBANGAN SDM DAN KOMPENSASI SERTA PENGARUHNYA  
 TERHADAP KEPUASAN KERJA DAN DAMPAKNYA PADA KINERJA  
 KARYAWAN
- Nova Mardiana — 329**  
 PENGARUH STRES KERJA DAN KEPUASAN KERJA TERHADAP KOMITMEN  
 ORGANISASI KARYAWAN PBF. PT. BANYUMAS DENPASAR
- Putu Agus Yoga Ariawan1, A.A. Ayu Sriathi — 339**  
 PERAN PROFITABILITAS MEMEDIASI PENGARUH STRUKTUR MODAL,  
 PERTUMBUHAN PERUSAHAAN DAN LIKUIDITAS TERHADAP NILAI  
 PERUSAHAAN
- Putu Ayu Intan Permata Putri1 dan Ida Bagus Anom Purbawangsa — 351**  
 METODOLOGI PENELITIAN PENGARUH *MERCHANDISE, GERAJATMOSFER*  
 DAN *RETAIL SERVICE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA UD.  
 COMPUTER CORNER, RIMO TRADING CENTRE DENPASAR
- Putu Dian Karmana1, Ni Ketut Seminari — 359**



INFLUENCE OF MERCHANDISE, ATMOSPHERE AND RETAIL SERVICE CUSTOMERS ON CUSTOMER SATISFACTION IN UD. COMPUTER CORNER, RIMO TRADING CENTER DENPASAR

**Putu Dian Karmana1, Ni Ketut Seminari — 359**

PEMBERDAYAAN KARYAWAN, STRES KERJA DAN KOMITMEN ORGANISASIONAL KARYAWAN

**Putu Saroyini Piartrini — 369**

PERAN MEDIASI DISIPLIN KERJA PEGAWAI PADA PENGARUH KEPEMIMPINAN TERHADAP KINERJA ORGANISASI. STUDI PADA KOPERASI DI KABUPATEN TABANAN

**SuparthaWayan Gede, I Wayan Mudiarta Utama, I Komang Ardana — 378**

PENGARUH FAKTOR EXTERNAL TRIGGER CUES, IMPULSE BUYING TENDENCY, INTERNAL CUES, DAN NORMATIVE EVALUATION TERHADAP ONLINE IMPULSE BUYING DI BANDAR LAMPUNG 386

**Yuniarti Fihartini — 386**



# IMPLEMENTASI TRANSPARANSI PEMERINTAH DAERAH DAN AKUNTABILITAS LAPORAN KEUANGAN UNTUK MEMINIMALISASI TINGKAT KORUPSI PEMERINTAH DAERAH DI INDONESIA

*Afrizal Nilwan, Syamsu Rizal, Indrayenti, Khairudin*

\*Dosen Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bandar Lampung  
Email: afrizal\_nilwan@ubl.ac.id

**Abstrak:** Sejak diberlakukannya otonomi daerah hingga saat ini, pengelolaan keuangan daerah semakin menunjukkan perkembangan yang positif. Hal ini dapat dilihat dari makin meningkatnya pemerintah daerah yang mendapatkan opini WTP dari BPK-RI. Namun perkembangan positif pengelolaan keuangan daerah ini ternyata juga diikuti dengan makin meningkatnya tindak pidana korupsi yang dilakukan oleh pemerintah daerah dan praktek korupsi tersebut tentunya dapat dicegah apabila pemerintah daerah menerapkan transparansi dan akuntabilitas terhadap pengelolaan keuangannya. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris pengaruh transparansi dan akuntabilitas laporan keuangan terhadap tingkat korupsi pemerintah daerah di Indonesia. Variabel transparansi diukur dengan melihat seberapa banyak informasi pemerintah daerah yang terdapat dalam website pemerintah daerah, variabel akuntabilitas diukur berdasarkan opini audit BPK-RI yang diperoleh pemda dan variabel tingkat korupsi diukur dengan indeks integritas nasional yang dikeluarkan oleh KPK. Sampel pada penelitian sebanyak 60 pemerintah daerah yang memiliki indeks integritas nasional yang dikeluarkan oleh KPK dengan menggunakan data tahun 2013. Hasil penelitian secara statistik membuktikan bahwa transparansi dan akuntabilitas laporan keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat korupsi pemerintah daerah di Indonesia.

Kata Kunci: Transparansi, Akuntabilitas, Korupsi, Pemerintah Daerah

## PENDAHULUAN

Otonomi daerah yang diberlakukan efektif mulai 1 Januari 2001 berdasarkan UU No. 22 dan 25 tahun 1999 kemudian direvisi melalui UU No. 32 tahun 2004 dimaksudkan agar pemerintah daerah dapat mengelola pemerintahannya sendiri tanpa campur tangan dari pemerintah pusat dengan tujuan meningkatkan kemakmuran masyarakat, pelayanan umum dan daya saing daerah. Sejak diberlakukannya otonomi daerah hingga saat ini, pengelolaan keuangan daerah semakin

menunjukkan perkembangan yang positif. Hal ini dapat dilihat dari makin meningkatnya pemerintah daerah yang mendapatkan opini WTP dari BPK-RI, mengingat opini WTP merupakan bentuk akuntabilitas (pertanggungjawaban) pemerintah daerah atas pengelolaan keuangan daerah yang telah sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum, kecukupan pengungkapan, kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan; dan efektivitas pengendalian intern yang baik (Mardiasmo, 2002). Adapun perkembangan opini audit BPK-RI atas pemerintah daerah adalah sebagai berikut:

Tabel 1  
Perkembangan Opini Audit BPK-RI

Tahun	Opini Audit								Jumlah
	WTP	%	WDP	%	TW	%	TMP	%	
2007	4	1	283	60	59	13	123	26	469
2008	13	3	323	67	31	6	118	24	485
2009	15	3	330	65	48	10	111	22	504
2010	34	7	341	65	26	5	121	23	522
2011	67	13	349	67	8	2	96	18	520
2012	120	22,95	319	60,99	6	1,15	78	14,91	523
2013	156	29,77	311	59,35	11	2,1	46	8,78	524
2014	251	49	230	45	4	0,7	19	3,7	504

Sumber: BPK RI, 2015

Perkembangan positif akuntabilitas pemerintah daerah ini ternyata juga diikuti dengan makin meningkatnya tindak pidana korupsi, seperti yang disebutkan oleh Rinaldi, Purnomo, dan Damayanti (2007) sejak berlakunya otonomi daerah telah terjadi kecenderungan korupsi yang meningkat dan korupsi merupakan salah satu penghambat terbesar bagi pembangunan ekonomi dan sosial di seluruh dunia. Bahkan menurut Pusat Kajian Anti Korupsi FH UGM pada tahun 2010 yang menyatakan bahwa dari 103 orang pelaku korupsi, 43 diantaranya adalah pejabat daerah. Dan menutup tahun 2010 pada triwulan IV (Oktober-Desember), pejabat daerah kembali berada di urutan teratas aktor korupsi sebanyak 124 orang. Dibawahnya diikuti oleh para legislator sebanyak 118 orang dan kalangan swasta sebanyak 33 orang ([www.pukat.hukum.ugm.ac.id](http://www.pukat.hukum.ugm.ac.id)).

Pada tahun 2010 Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) menyebutkan bahwa sebanyak 73 persen perkara yang ditangani adalah korupsi di daerah. Data itu menunjukkan bahwa seiring pelaksanaan otonomi daerah, terjadi peningkatan angka korupsi di daerah. Dengan demikian semakin luasnya pelaksanaan otonomi daerah, perlu diimbangi dengan pengawasan yang memadai agar tidak menimbulkan korupsi, kolusi, nepotisme (KKN) baru atau memindahkan KKN dari tingkat pusat ke daerah.

Praktek korupsi tersebut tentunya dapat dicegah apabila pemerintah daerah menerapkan transparansi dan akuntabilitas terhadap pengelolaan keuangannya. Hal ini sesuai dengan pernyataan Widodo (2001) dan (ITB, 2004) yang menyatakan bahwa akuntabilitas merupakan persyaratan mendasar untuk mencegah penyalahgunaan kewenangan yang didelegasikan dan menjamin kewenangan tersebut diarahkan pada pencapaian tujuan-tujuan nasional yang diterima secara luas dengan tingkat efisiensi, efektivitas, dan kejujuran dan hasil sebesar mungkin (Widodo, 2001). Transparansi juga merupakan salah satu cara untuk mewujudkan pertanggungjawaban pemerintah kepada masyarakat. Masyarakat memiliki kesempatan untuk mengetahui berbagai aktivitas dalam penyelenggaraan pemerintahan, termasuk diantaranya kebijakan yang diambil pemerintah dan implementasi kebijakan tersebut. Adanya keterbukaan dalam penyelenggaraan urusan publik akan memudahkan pengawasan terhadap jalannya pemerintahan. Pengawasan dari masyarakat dapat mencegah terjadinya penyimpangan alokasi sumber daya maupun berbagai pelanggaran dalam kegiatan pemerintahan seperti korupsi (ITB, 2004).

Penelitian ini penting untuk dilakukan untuk

memberikan informasi yang akurat tentang implementasi transparansi, akuntabilitas dan tingkat korupsi pemerintah daerah di Indonesia; sekaligus juga untuk merumuskan rekomendasi untuk menghasilkan pemerintah daerah yang transparan, akuntabel dan bebas korupsi dalam rangka meningkatkan kualitas pemerintah daerah di Indonesia.

## TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

### Teori Keagenan (Agency Theory)

Teori keagenan menyangkut hubungan kontraktual antara dua pihak, yaitu *principal* dan *agent*. Teori keagenan membahas tentang hubungan keagenan dimana suatu pihak tertentu (*principal*) mendelegasikan pekerjaan kepada pihak lain (*agent*) yang melakukan pekerjaan. Adanya perbedaan kepentingan antara prinsipal dan agen dapat menimbulkan masalah keagenan. Dalam teori agensi yang diperkenalkan oleh *Jensen* dan *Meckling* (1976) menyatakan diantara pihak-pihak yang berkepentingan, pemilik dan pengelola, sejak perusahaan publik melakukan pemisahan antara keduanya, terdapat asimetri informasi antara kedua pihak tersebut. Akibat adanya asimetri informasi tersebut, pemilik kesulitan untuk mengetahui (*observe*) apakah agen sudah bertindak sebagaimana mestinya (Kusumawati dan Riyanto, 2005). Adanya asimetri informasi inilah yang memungkinkan terjadinya penyelewengan atau korupsi oleh agen. Pemerintah daerah harus dapat meningkatkan akuntabilitas atas kinerjanya agar dapat mengurangi asimetri informasi (Setiawan, 2012).

### Pengaruh Transparansi Pemerintah Daerah terhadap Tingkat Korupsi Pemerintah Daerah

Gedeona (2005) yang melakukan penelitian mengenai transparansi pengelolaan anggaran daerah sebagai sebuah alternatif pemberantasan korupsi di tingkat daerah. Ketertutupan sistem pengelolaan anggaran terlalu berbahaya untuk dibiarkan terus berlangsung tanpa transparansi. Pemerintah daerah harus proaktif dalam mengumumkan berbagai informasi mengenai pengelolaan APBD kepada masyarakat, sehingga akses informasi tentang anggaran dapat diperoleh masyarakat. Penerapan asas keterbukaan (transparan) dalam penyelenggaraan pemerintahan daerah memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk mengetahui berbagai informasi tentang penyeleng-

garaan pemerintahan daerah secara benar, jujur, dan tidak diskriminatif. Semakin meningkatnya transparansi pemerintah daerah akan mengurangi tingkat korupsi dan sebaliknya, semakin kurangnya transparansi pemerintah daerah maka tingkat korupsi akan semakin meningkat.

Adanya keterbukaan dalam penyelenggaraan urusan publik akan memudahkan pengawasan terhadap jalannya pemerintahan. Pengawasan dari masyarakat dapat mencegah terjadinya penyimpangan alokasi sumber daya maupun berbagai pelanggaran dalam kegiatan pemerintahan seperti korupsi (ITB, 2004). Keterbukaan (*openness*) pemerintah dalam memberikan informasi yang terkait dengan aktivitas pengelolaan sumber daya publik kepada pihak-pihak yang membutuhkan informasi diperlukan untuk mewujudkan penyelenggaraan negara yang bersih dan bebas dari korupsi, kolusi, dan nepotisme. Transparansi diyakini mampu mereduksi tingkat korupsi, dan sebaliknya.

$H_1$  = Transparansi pemerintah daerah berpengaruh positif terhadap tingkat korupsi Pemerintah Daerah.

### Pengaruh Akuntabilitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah terhadap Tingkat Korupsi Pemerintah Daerah

Penelitian yang dilakukan Rini dan Sarah (2014) menyatakan bahwa pengungkapan laporan keuangan daerah kabupaten dan opini audit memiliki keterkaitan dengan tingkat korupsi di Indonesia. Penelitian Setiawan (2012) menemukan bukti empiris bahwa akuntabilitas laporan keuangan pemerintah daerah (opini audit, kelemahan sistem pengendalian intern, dan ketidakpatuhan terhadap ketentuan peraturan

perundang-undangan) tidak berpengaruh terhadap tingkat korupsi pemerintah daerah di Indonesia.

Menurut De Asis (2006) strategi yang dapat dilakukan untuk memberantas korupsi di pemerintahan daerah salah satunya, yaitu dengan meningkatkan akuntabilitas. Akuntabilitas diyakini memberikan kontribusi dalam usaha mereduksi praktek korupsi yang banyak terjadi di pemerintah daerah. Pemeriksaan atas laporan keuangan dilakukan dalam rangka memberikan pendapat/opini atas kewajaran informasi keuangan yang disajikan dalam laporan keuangan ([www.bpk.go.id](http://www.bpk.go.id)).

Opini audit laporan keuangan menunjukkan tingkat kewajaran yang mencerminkan tingkat akuntabilitas laporan keuangan yang diyakini memberikan kontribusi dalam usaha mereduksi praktek korupsi. Opini audit yang wajar menunjukkan akuntabilitasnya baik diyakini mampu mereduksi tingkat korupsi, demikian juga sebaliknya.

$H_2$  = Akuntabilitas laporan keuangan pemerintah daerah berpengaruh positif terhadap tingkat korupsi Pemerintah Daerah.

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data skunder berupa data transparansi diperoleh dari website masing-masing pemerintah daerah se-Indonesia. Data akuntabilitas diperoleh dari opini yang diterbitkan BPK RI melalui Laporan Hasil Pemeriksaan (LHP). Data tingkat korupsi diperoleh dari indeks integritas nasional yang dipublikasikan oleh Komisi Pemberantas Korupsi (KPK). Berikut ini adalah tabel pemilihan sampel penelitian sebagaiberikut:

Tabel 2

Pemilihan Sampel

Populasi	542 Pemda
Pemda yang telah memiliki opini audit dari BPK-RI 2013	542 Pemda
Pemda yang telah memiliki website dan aktif	506 Pemda
Pemda yang memiliki Indeks Integritas Nasional dari KPK 2013	60 Pemda
Sampel yang diobservasi	60 Pemda

Tingkat Korupsi pemerintah daerah diukur menggunakan indeks integritas nasional yang dimodifikasi berdasarkan logika operasional matematika sederhana. Proses modifikasinya adalah sebagai berikut (Setiawan, 2012):

1. Dasar logika: Rentang indeks integritas nasional adalah dari 0 sampai dengan 10. Secara matematis apabila nilai indeks integritas nasional adalah 0

maka tingkat korupsinya adalah 10 (terjadi korupsi yang sangat tinggi) dan apabila nilai indeks integritas nasional adalah 10 maka tingkat korupsinya adalah 0 (tidak terjadi praktek korupsi).

2. Rumus operasional matematikanya adalah:  
*Tingkat Korupsi = 10 – Indeks Integritas Nasional*  
Tingkat korupsi yang dimodifikasi dari indeks



integritas nasional inilah yang digunakan untuk mengukur tingkat korupsi pemerintah daerah.

**Ukuran Transparansi** yang digunakan dalam penelitian ini melihat seberapa banyak informasi pemerintah daerah yang terdapat dalam website pemerintah daerah. Indikator transparansi yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada penelitian Sopanah dan Mardiasmo (2003) dan penelitian Aminah, Lindrianasari dan Tarmizy (2013) sebagai berikut: (1) terdapat pengumuman kebijakan anggaran; (2) tersedia dokumen anggaran dan mudah diakses; (3) tersedia laporan pertanggungjawaban yang tepat waktu; (4) terakomodasinya suara/usulan rakyat; (5) terdapat sistem pemberian informasi kepada publik; (6) informasi lainnya yang dipublikasikan pemerintah daerah terkait dengan aktivitas penting lainnya yang tidak dibatasi kriterianya, seperti informasi pengadaan barang terbuka/tender, informasi kesempatan investasi di

daerah, informasi kekayaan alam, informasi green government, dan lain sebagainya yang memiliki kandungan informasi penting. Pengukuran transparansi menggunakan skala 1 sampai 6. Apabila memenuhi enam kriteria tersebut dan selisih satu kriteria maka pemerintah daerah tersebut akan diberi skor 6, dan seterusnya. Semakin banyak informasi yang dirilis pemerintah daerah ke dalam website, maka diasumsikan semakin tinggi pula tingkat transparansi pemerintah daerah tersebut.

**Akuntabilitas** diukur dari opini yang diterbitkan BPK RI. Pengukuran opini menggunakan skala 1 sampai 4 dengan WTP diberi nilai 4, WDP diberi nilai 3, TW diberi nilai 2, dan TMP diberi nilai 1.

Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif meliputi: uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi.

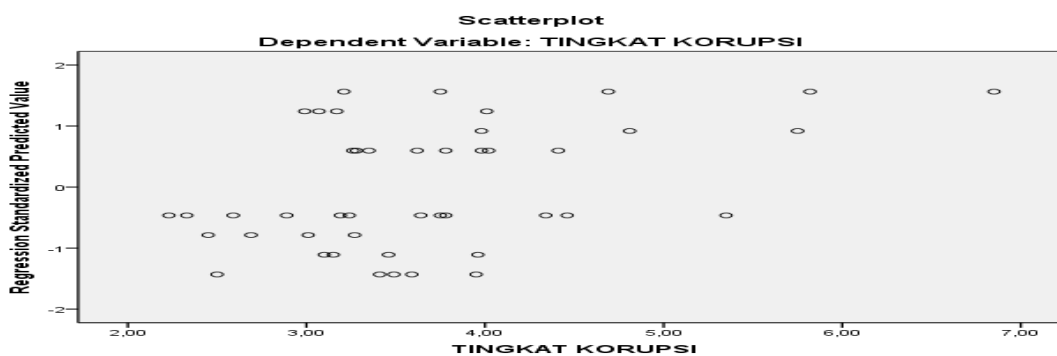
### HASIL, KESIMPULAN DAN SARAN

Tabel 3  
Uji Asumsi Klasik

Keterangan	Nilai	Kesimpulan
Uji Normalitas	Asymp. Sig. (2-tailed) = 0,988	Terdistribusi Normal
Uji Multikolinearitas	VIF Trans=1,008; VIF Akun=1,008	No Multikolinearitas

Berdasarkan tabel 3 dapat dijelaskan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal (nilai signifikansi > 0,05), tidak terjadi multikolinearitas (nilai VIF untuk transparansi dan akuntabilitas < 10).

Sedangkan hasil pengujian heteroskedastisitas dengan grafik *Scatterplot* menunjukkan titik-titik yang menyebar diatas angka nol pada sumbu Y sehingga tidak terjadi heterokedastisitas, seperti gambar berikut:



Tabel 4  
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviasi
Transparansi	60	0	6	2,98	2,354
Akuntabilitas	60	1	4	3,37	,663
Korupsi	60	5,66	7,71	6,80	,443
Valid N (listwise)	60				

Sumber: Data Primer Diolah



Berdasarkan statistik deskriptif di atas, maka dapat dijelaskan bahwa untuk variable akuntabilitas nilai minimum sebesar 1 sedangkan nilai maksimumnya sebesar 4 dan nilai rata-ratanya sebesar 3,37. Hal ini menunjukkan bahwa telah banyak pemerintah daerah yang menjadi sampel penelitian memperoleh opini wajar tanpa pengecualian. Untuk variable transparansi menunjukkan bahwa nilai rata-ratanya sebesar 2,96.

Hal ini menunjukkan bahwa transparansi informasi pada pemerintah daerah yang menjadi sampel penelitian masih relative rendah. Sedangkan nilai rata-rata variable tingkat korupsi sebesar 6,80. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata tingkat korupsi yang terjadi pada pemerintah daerah yang menjadi sampel penelitian masih relatif tinggi.

Tabel 5  
Regresi, Pengujian Hipotesis, R Square dan Uji Model

Keterangan	Nilai Beta	t_statistic	Sig
Konstanta	3,233	9,783	0,000
Transparansi	0,047	1,077	0,028
Akuntabilitas	0,066	0,745	0,046
Adjusted R_Square			0,267
F			585.670
Sig			0,000

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan tabel 5 diatas, maka persamaan regresi linier adalah sebagai berikut:  $Y = 3,233 + 0,047TR + 0,066AK$ . Persamaan regresi tersebut dapat diinterpretasikan bahwa jika transparansi dan akuntabilitas bernilai 0, maka tingkat korupsi mencapai 3,233%. Sedangkan untuk koefisien regresi transparansi bernilai 0,047 yang berarti jika transparansi naik sebesar 1% maka tingkat korupsi akan turun sebesar 0,047%. Nilai koefisien regresi akuntabilitas sebesar 0,066 yang berarti jika akuntabilitas naik sebesar 1% maka tingkat korupsi akan turun sebesar 0,066%. Sedangkan nilai F-statistik menunjukkan nilai 585.670 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga model regresi di atas adalah fit, dan nilai Adjusted R\_Square sebesar 0,267 menunjukkan bahwa tingkat korupsi pemerintah daerah yang menjadi sampel penelitian ini dipengaruhi oleh transparansi dan akuntabilitas sebesar 26,7%, sedangkan sisanya 73,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

dalam penyelenggaraan urusan publik akan memudahkan pengawasan terhadap jalannya pemerintahan. Pengawasan dari masyarakat dapat mencegah terjadinya penyimpangan alokasi sumber daya maupun berbagai pelanggaran dalam kegiatan pemerintahan seperti korupsi. Selain itu hasil penelitian ini juga mendukung hasil penelitian Gedeona (2005) yang melakukan penelitian mengenai transparansi pengelolaan anggaran daerah sebagai sebuah alternatif pemberantasan korupsi di tingkat daerah. Ketertutupan sistem pengelolaan anggaran terlalu berbahaya untuk dibiarkan terus berlangsung tanpa transparansi. Pemerintah daerah harus proaktif dalam mengumumkan berbagai informasi mengenai pengelolaan APBD kepada masyarakat, sehingga akses informasi tentang anggaran dapat diperoleh masyarakat. Penerapan asas keterbukaan (transparan) dalam penyelenggaraan pemerintahan daerah memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk mengetahui berbagai informasi tentang penyelenggaraan pemerintahan daerah secara benar, jujur, dan tidak diskriminatif. Semakin meningkatnya transparansi pemerintah daerah akan mengurangi tingkat korupsi dan sebaliknya, semakin kurangnya transparansi pemerintah daerah maka tingkat korupsi akan semakin meningkat.

### **Transparansi laporan keuangan pemerintah daerah berpengaruh positif terhadap tingkat korupsi pemerintah daerah**

Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai t statistic variabel transparansi sebesar 1,077 dengan tingkat signifikansi  $0,028 < 0,05$  sehingga hipotesis pertama diterima. Hal ini berarti bahwa transparansi laporan keuangan pemerintah daerah berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat korupsi pemerintah daerah. Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat ITB (2004) bahwa adanya keterbukaan

### **Akuntabilitas laporan keuangan pemerintah daerah berpengaruh positif terhadap tingkat korupsi pemerintah daerah.**

Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai t statistic variabel akuntabilitas sebesar 0,745 dengan tingkat signifikansi  $0,046 < 0,05$  sehingga hipotesis

diterima. Hal ini berarti bahwa akuntabilitas pengelolaan keuangan pemerintah daerah berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat korupsi pemerintah daerah. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan Rini dan Sarah (2014) yang menyatakan bahwa pengungkapan laporan keuangan daerah kabupaten dan opini audit (akuntabilitas) memiliki keterkaitan dengan tingkat korupsi di Indonesia. Selain itu hasil penelitian ini juga mendukung hasil penelitian De Asis (2006) yang menyatakan bahwa strategi yang dapat dilakukan untuk memberantas korupsi di pemerintahan daerah salah satunya, yaitu dengan meningkatkan akuntabilitas. Akuntabilitas diyakini memberikan kontribusi dalam usaha mereduksi praktek korupsi yang banyak terjadi di pemerintah daerah.

## HASIL, KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil pengujian secara statistik membuktikan bahwa transparansi dan akuntabilitas laporan keuangan pemerintah daerah berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat korupsi pada pemerintah daerah di Indonesia. Sehingga berdasarkan hasil penelitian ini dapat dikatakan bahwa salah satu strategi yang dapat dilakukan untuk mereduksi praktek korupsi pada pemerintah daerah di Indonesia adalah dengan meningkatkan kualitas transparansi informasi dan kualitas pengelolaan keuangan pemerintah daerah (akuntabilitas). Penelitian ini menarik untuk diteliti lebih lanjut dengan menambahkan variabel-variabel penelitian yang dimungkinkan relevan dengan kondisi di Indonesia. Hasil penelitian ini bagi pemerintah (pusat dan daerah) maupun bagi pihak-pihak lain yang berkepentingan dapat dijadikan referensi dalam rangka mewujudkan pemerintah daerah yang bebas dari korupsi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aminah, Lindrianasari dan Tarmizy, Rosmiati. (2013). *Good Government and Opinions of The Audit Board of Republik Indonesia. International Journal of Monetary Economics and Finance. Vol 9, No.2.*
- Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia. (2015). *Ikhtisar Hasil Pemeriksaan Semester I & II.* Jakarta.
- De Asis, Maria Gonzales. (2006). *Reducing Corruption at the Local Level.* Washington DC: World Bank Institute.

- Gedeona, Hendrikus Triwibawanto. (2005). *Transparansi Pengelolaan Anggaran Daerah: Sebuah Alternatif Pemberantasan Korupsi di Tingkat Daerah. Jurnal Ilmu Administrasi, Volume 2, Nomor 3: 245-256.*
- ITB, CUI. (2004). *Keterkaitan Akuntabilitas dan Transparansi dalam Pencapaian Good Governance. Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota, Volume 15, Nomor 1: 34-37.*
- Jensen, M. C., and W. Meckling. (1976). *Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Cost, and Ownership Structure. Journal of Financial Economics 3: 305-360.*
- Kusumawati, Dwi Novi, dan Riyanto, Bambang. (2005). *Corporate Governance dan Kinerja: Analisis Pengaruh Compliance Reporting dan Struktur Dewan terhadap Kinerja. Simposium Nasional Akuntansi VIII di Solo.*
- Mardiasmo. (2002). *Akuntansi Sektor Publik.* Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Republik Indonesia, Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah
- Rinaldi, Taufik., Purnomo, Marini., dan Damayanti, Dewi. (2007). *Fighting Corruption in Decentralized Indonesia Case Studies on Handling Local Government Corruption.*
- Rini, dan Sarah, Adhariani. (2014). *Opini Audit dan Pengungkapan atas Laporan Keuangan Pemerintah Kabupaten serta Kaitannya dengan Korupsi di Indonesia. Jurnal Etikonomi, Volume 13, Nomor 1.*
- Setiawan, Wahyu. (2012). *Pengaruh Akuntabilitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah (LKPD) terhadap Tingkat Korupsi Pemerintah Daerah di Indonesia. Skripsi Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro.*
- Sopannah, dan Mardiasmo. (2003). *Pengaruh Partisipasi Masyarakat dan Transparansi Kebijakan Publik terhadap Hubungan Pengetahuan antara Pengetahuan Dewan tentang Anggaran dengan Pengawasan Keuangan Daerah. Simposium Nasional Akuntansi (SNA) VI di Surabaya.*
- Widodo, Joko. (2001). *Good Governance: Telaah dari Dimensi Akuntabilitas dan Kontrol Birokrasi pada Era Desentralisasi dan Otonomi Daerah.* Surabaya: Insan Cendekia.
- [www.bpk.go.id](http://www.bpk.go.id)  
[www.pukat.hukum.ugm.ac.id](http://www.pukat.hukum.ugm.ac.id)  
[www.kpk.go.id](http://www.kpk.go.id)

# EVALUASI PENERAPAN GREEN GOVERNMENT DI PROVINSI LAMPUNG

*Doni Sagitarian Warganegara, Lindrianasari*

**Abstrak:** Tujuan Penelitian ini dibuat adalah untuk melihat gambaran terhadap kesadaran kebijakan pemerintah dalam mentaati UU No.32 Tahun 2009 mengenai perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup yang terkait dengan Green Government yang ada di Provinsi Lampung. Perhatian terhadap Undang – Undang lain seperti Undang-Undang No. 24 Tahun 2007 mengenai Penanggulangan Bencana, serta memperhatikan Undang-Undang No. 26 Tahun 2007 mengenai Penataan Ruang menjadi acuan penyertaan penerapan Green Government dalam pengembangan konsep kota hijau (Green City) di berbagai daerah di Indonesia yang tentunya juga harus diterapkan untuk Provinsi Lampung. Terlaksananya fokus penelitian ini akan semakin menyadari pentingnya peran pemerintah dan pemerintah daerah dalam melaksanakan tugasnya sesuai didalam pasal 63 didalam UU kementerian lingkungan hidup No. 32 tahun 2009 dimana Undang-Undang tersebut menjadi acuan sebagai gambaran konsep Green Government Provinsi Lampung. Selain itu, disisi lain penerapan Green Government di provinsi ini, dilandasi dengan prinsip-prinsip etika dan nilai dalam issue sosial dan lingkungan yang merupakan bagian dalam penerapan peran pemerintah daerah tersebut.

**Keywords:** anggaran, produk hukum, akuntansi lingkungan

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Mengatasi permasalahan sosial perkotaan dan bisa keluar dari kondisi buruk perkotaan tersebut bukanlah perkara yang mudah. P ertumbuhan kota, degradasi lingkungan, penyebaran lahan terbangun, inefisiensi jaringan transportasi, meningkatnya polusi udara perkotaan, dapat menimbulkan pemborosan biaya – biaya yang tidak sedikit didalam menanggulangi permasalahan-permasalahan tersebut dan berdampak bergesernya nilai-nilai positif masyarakat perkotaan. Menciptakan dan melaksanakan Visi dan komitmen yang tinggi dalam mengatasi permasalahan sosial diperkotaan saat ini menjadi salah satu langkah yang harus ditempuh dalam memimpin pemerintahan serta menyatukan visi, komitmen, serta paradigma berpikir lainnya oleh setiap kepala daerah yang berada di kawasan Indonesia, baik bupati maupun walikota yang memimpin di wilayahnya masing-masing yang akan menjadi penyangga Ibu Kotanya tersebut.

Pemahaman green government dapat dikembangkan di setiap kepala daerah yang memimpin didaerahnya masing-masing untuk mengatasi masalah sosial perkotaan. Dewasa ini, pemahaman Green

government diartikan sebagai pemerintahan yang berwawasan lingkungan berkelanjutan. Namun, *green government* bukan saja diartikan sekadar pemerintahan yang peduli lingkungan hidup, melainkan juga pemerintahan yang benar-benar memiliki visi dan misi terhadap pembangunan kota yang berkelanjutan. *Green Government* mengutamakan pengaruhnya dalam adaptasi atas perubahan iklim dalam membuat kebijakan pemerintah. Register (1987) menyatakan bahwa green government sama artinya pemerintah yang dapat membangun sebuah kota mandiri, yang bisa menggunakan sumber energi yang ramah lingkungan, berpolusi sangat rendah, gedung-gedung bermaterial ramah lingkungan, dan berkontribusi meminimalisasi terjadinya perubahan iklim.

Selain UU RI No.32 tahun 2009, Indonesia mempunyai peraturan yang menjadi acuan yang dapat dikaitkan dalam konsep hijau pemerintahan RI, dimana, Indonesia telah memiliki Undang-Undang No. 24 Tahun 2007 yang isinya mengenai Penanggulangan Bencana. Kaitannya dengan UU ini, agar kota-kota yang berada di Indonesia harus menjadi kota waspada bencana. Pasal 2 didalam UU ini menekankan Penanggulangan bencana harus juga berasaskan pada kelestarian lingkungan hidup.



Undang-undang lain yang berkaitan dengan pembangunan kota hijau (Green City) dapat juga memperhatikan Undang-Undang No. 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang. Pasal 17 didalam UU ini juga mengatur ketentuan tata ruang wilayah dengan melihat memperhatikan keterkaitan antar wilayah, antar fungsi kawasan dan antar kegiatan kawasan. Pasal 1 dari UU ini juga membahas klasifikasi ruang terbuka hijau (RTH) didalam berbagai jenis-jenis dari kawasan hijau di Indonesia saat ini.

Provinsi Lampung, pengembangan konsep green government tentunya banyak mengadopsi dari aturan-aturan perundang yang disosialisasikan oleh pemerintah pusat. program pengembangan kota hijau P2KH yang telah dilaksanakan oleh Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (Bappeda) seperti penerapannya terhadap *Green Planning* dan *Design*, *Green Openspace*, *Green Waste*, *Green Transportation*, *Green Water*, *Green Energy*, *Green Building*, dan *Green Community* di Indonesia menjadikan indikator penting penerapannya dalam membangun kota hijau di Provinsi Lampung. Namun Keberhasilan Green Government yang diciptakan oleh Green Government Berkelanjutan yang diterapkan di Bonita Spring 2046, Florida, Amerika Serikat dengan menanamkan komponen strateginya seperti pengoptimalan energi, transportasi, konservasi, lingkungan serta penggunaan tanahnya telah banyak dioptimalkan dan telah menunjukkan suatu keberhasilan penerapan wilayah tersebut. Bonita Springs Florida adalah salah satu negara bagian di Amerika Serikat yang mempunyai ketertarikan dalam bidang pantai wisatanya, dan sangat berkembang dalam bidang seni musik, tari dansanya, dan pertunjukan festival-festival seninya dan menjadi salah satu ranking yang cukup tinggi di Amerika Serikat. Bonita Springs mempunyai Taman pantai pemeliharaan kaki ayam/Barefoot, Taman Pantai Pulau Little Hickory dan lain-lain dimana negara tersebut juga sangat baik dalam merawat perkebunan dan pemeliharaan hewan-hewan khasnya di negara tersebut.

Penulis mencoba mengevaluasi penerapan konsep Green Government yang ada di Provinsi Lampung, apakah telah berjalan sesuai dengan menghubungkan penerapan kebijakan yang telah dibuat di pemerintah Indonesia dalam membangun kota yang bernuansa hijau yang terkandung P2KH serta mencoba memperoleh gambaran keberhasilan penerapan green government yang berada di wilayah lain seperti Bonita Springs, Florida yang telah berhasil mengembangkan konsep Green Government

Berkelanjutan di negara tersebut serta perkembangan etika dan nilai-nilai dari Kepala Daerah, pelaku bisnis dan Masyarakatnya dalam mendukung program green government tersebut. Dari alasan-alasan tersebut diatas yang menjadi latar belakang penulis untuk mencoba meneliti judul yang bernuansa lingkungan berjudul “EVALUASI PENERAPAN GREEN GOVERNMENT DI PROVINSI LAMPUNG”

## 1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan UU yang berkaitan dengan Konsep Green Government di atas, masalah yang akan dikaji didalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah pelaksanaan *Green Government* saat ini di Provinsi Lampung telah melaksanakan penerapan prinsip-prinsip etika didalam membangun issue sosial atas lingkungan dibangunnya?
2. Apakah Kepala Daerah Yang ada di Provinsi Lampung telah memperoleh gambaran yang jelas mengenai konsep *Green Government*?

## LANDASAN TEORI

### 2.1 Otonomi Daerah

Di dalam Undang-Undang No. 22 Tahun 1999 pada pasal 90 juga terdapat identifikasi 4 jenis kawasan perkotaan. *Pertama*, kawasan perkotaan yang sudah berstatus kota. *Kedua*, kawasan perkotaan yang merupakan bagian dari kabupaten (bisa kelurahan atau kecamatan), *Ketiga* kawasan perkotaan yang baru dan merupakan hasil pembangunan yang mengubah kawasan perdesaan menjadi perkotaan di kabupaten. *Keempat*, kawasan perkotaan yang merupakan bagian dari dua atau lebih daerah otonom yang berbatasan sebagai satu kesatuan sosial, ekonomi, dan fisik perkotaan.

### 2.2 Undang-Undang Terkait Dalam Konsep Green Government

#### 2.3.1 Undang-Undang 32 tahun 2009

Undang-Undang ini dibuat untuk segala aktivitas manusia untuk meningkatkan taraf hidup yang seringkali tidak melaksanakan tanggung jawabnya dalam semua aktivitas yang dilakukan dan mengakibatkan kerusakan pada alam. Dengan adanya

UU ini menjadikan sebagai tindakan pemerintah untuk mencegah semakin rusaknya lingkungan dan untuk mengelola lingkungan menjadi lebih baik.

Pemerintah daerah dalam melakukan perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup daerah harus bertindak secara efektif dan efisien dalam melaksanakan kredibilitasnya di mata publik. Pembinaan, personel lembaga lingkungan hidup dituntut untuk memiliki kapasitas sumber daya manusia yang berkualitas serta memiliki integritas tinggi. Besarnya tanggung jawab yang diemban pemerintah daerah untuk melakukan perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup tergambar dari beragamnya kewenangan dan tugas sebagaimana dinyatakan dalam undang-undang. Sesuai dengan ketentuan Pasal 63 ayat 3 Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup (PPLH),

### 2.3. PENGEMBANGAN KOTA HIJAU

Program pengembangan kota hijau adalah kepanjangan dari P2KH dalam konteks lingkungan. Pengertian dan definisinya adalah pengembangan kota secara komprehensif menggunakan pendekatan pembangunan secara berkelanjutan.

Menurut P2KH, Kota hijau adalah kota yang dibangun dengan tak mengorbankan aset kota, tapi terus-menerus memupuk semua aset, yakni manusia, lingkungan, dan sarana prasarana terbangun. Ciri-ciri kota hijau antara lain memanfaatkan secara efektif dan efisien sumber daya air dan energi, mengurangi limbah, menerapkan sistem transportasi terpadu, menjamin kesehatan lingkungan, serta menyinergikan lingkungan alami dan buatan berdasarkan perencanaan dan perancangan kota yang berpihak pada prinsip pembangunan berkelanjutan (lingkungan, sosial, dan ekonomi).

## METODE PENELITIAN

### 3.1 Rancangan Penelitian

Dalam Penelitian ini menggunakan desain penelitian Kualitatif dan Penelitian Kuantitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis atau prosedur pemecahan masalah dengan menggambarkan keadaan subyek atau obyek penelitian. Sedangkan Penelitian Kuantitatif memberikan penjelasan hubungan kausalitas antar variabel melalui pengujian hipotesis.

### 3.2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pemerintah daerah di Provinsi Lampung. Provinsi Lampung mempunyai 15 kepala daerah yang terdiri dari 12 Kabupaten dan 2 Kota serta 1 Provinsi.

### 3.3 Data Penelitian

Sumber data diperoleh dari website dari masing-masing kabupaten, kota dan provinsi tersebut dengan melihat kebijakan-kebijakan terkait dengan 16 items yang merupakan terdapat dalam Pasal 63 pada Undang-Undang No. 32 Tahun 2009.

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilaksanakan dalam laporan tersebut dengan membuat laporan dan analisis masalah objek penelitian dalam bentuk kebenaran dan keakuratan data yang berhubungan dengan teoritis serta situasi objek penelitian laporan tersebut. Adapun metode pengumpulan data dan informasi dalam laporan ini berupa:

### 3.5. Studi Perpustakaan

Pengumpulan data tersebut dipelajari, dicatat, dan menyadur sumber dari beberapa buku serta yang berhubungan dengan permasalahan secara online dan offline.

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Analisis Data

Data yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi data anggaran pemerintah daerah terkait dengan alokasi anggaran pemerintah daerah untuk lingkungan hidup yang dilakukan sebelum penerapan UU no 32 tahun 2009 dengan data anggaran setelah penerapan UU no 32 tahun 2009. Data lainnya yang dibutuhkan adalah data terkait dengan produk yang dihasilkan pemerintah daerah untuk melakukan perlindungan terhadap lingkungan di daerah/kota tempat produk tersebut dihasilkan.

Sampel yang dipergunakan adalah kabupaten/kota seprovinsi Lampung sebanyak 10 kabupaten kota yaitu: Kabupaten Lampung Selatan, Kabupaten





Lampung Utara, Kabupaten Lampung Timur, Kabupaten Tanggamus, Kabupaten Tulang Bawang, Kabupaten Waay Kanan, Kota Metro, Kota Bandar Lampung, Kabupaten Lampung Tengah dan Lampung Barat. Sampel dari kabupaten lain di provinsi Lampung tidak tersampel karena merupakan kota/kabupaten yang baru dimekarkann.

Berikut ini adalah data tentang anggaran sebelum dan setelah UU No 32 diterapkan dan data mengenai produk hukum yang dihasilkan.

Hasil uji statistik menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara anggaran sebelum dan setelah penerapan Undang-undang No 32. Begitu juga dengan produk hukum yang terkait dengan lingkungan. Terdapat perbedaan antara produk hukum sebelum dan setelah UU No 32.

Berdasarkan hasil pengujian uji beda sampel sebelum dan setelah penerapan Undang – Undang No. 32 tahun 2009, UU No.24 Tahun 2007, dan UU No. 26 Tahun 2007 terlihat ada perbedaan produk perundangan hal ini memberikan gambaran terhadap kesadaran kebijakan pemerintah dalam mentaati. Pentingnya melaksanakan peran pemerintah daerah dalam melaksanakan tugasnya dimana pertimbangan prinsip-prinsip etika dalam issue sosial dan lingkungan yang terjadi saat ini merupakan bagian dalam pelaksanaan peran pemerintah dalam melaksanakan pasal 63 didalam kementerian lingkungan hidup No. 32 tahun 2009. Memberikan gambaran Pemerintah khususnya Kepala Daerah, kalangan bisnis, dan masyarakat dalam lingkungannya mengetahui konsep green government yang dikaitkan dengan dengan pembangunan kota hijau (Green City ) dewasa ini?

## KESIMPULAN

### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran terhadap kesadaran kebijakan pemerintah dalam mentaati Undang – Undang No. 32 tahun 2009, UU No.24 Tahun 2007, dan UU No. 26 Tahun 2007. Pentingnya melaksanakan peran pemerintah daerah dalam melaksanakan tugasnya dimana pertimbangan prinsip-prinsip etika dalam issue sosial dan lingkungan yang terjadi saat ini merupakan bagian dalam pelaksanaan peran pemerintah dalam melaksanakan pasal 63 didalam UU kementerian lingkungan hidup No. 32 tahun 2009. Memberikan gambaran Pemerintah

khususnya Kepala Daerah, kalangan bisnis, dan masyarakat dalam lingkungannya mengentahui konsep green government yang dikaitkan dengan dengan pembangunan kota hijau. Hasil penelitian ini menunjukkan hasil uji statistik menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara anggaran sebelum dan setelah penerapan Undang-undang No 32. Begitu juga dengan produk hukum yang terkait dengan lingkungan. Terdapat perbedaan antara produk hukum sebelum dan setelah UU No 32.

Berdasarkan hasil pengujian uji beda sampel sebelum dan setelah penerapan Undang – Undang No. 32 tahun 2009, UU No.24 Tahun 2007, dan UU No. 26 Tahun 2007 terlihat ada perbedaan produk perundangan hal ini memberikan gambaran terhadap kesadaran kebijakan pemerintah dalam mentaati. Pentingnya melaksanakan peran pemerintah daerah dalam melaksanakan tugasnya dimana pertimbangan prinsip-prinsip etika dalam issue sosial dan lingkungan yang terjadi saat ini merupakan bagian dalam pelaksanaan peran pemerintah dalam melaksanakan pasal 63 didalam UU kementerian lingkungan hidup No. 32 tahun 2009. Memberikan gambaran Pemerintah khususnya Kepala Daerah, kalangan bisnis, dan masyarakat dalam lingkungannya mengetahui konsep green government yang dikaitkan dengan dengan pembangunan kota hijau dewasa ini.

### 5.2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini menggunakan proksi produk hukum dan anggaran terkait dengan biaya untuk perlindungan lingkungan. Pada penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yaitu sedikitnya sampel penelitian yang diperoleh karena dibatasi di provinsi Lampung yang telah mengalami pemekaran.

## DAFTAR PUSTAKA

- City of Bonita Springs Official : <http://www.cityofbonitasprings.org/government/green/>  
P2KH (Program Pengembangan Kota Hijau): <http://kotahijau.id/>  
Republik Indonesia, *UndangUndang No. 22 Tahun 1999* Tentang Pemerintah Daerah  
Republik Indonesia, *Undang-Undang No.24 Tahun 2007*Tentang Penanggulangan Bencana  
Republik Indonesia, *Undang-Undang No. 26 Tahun 2007* Tentang Penataan Ruang



Republik Indonesia, *Undang-Undang No.32 Tahun 2009* Tentang Perlindungan & Pengelolaan Lingkungan hidup  
Richard Register, 1987. *Ecocity Berkeley: Building*

*Cities for a Healthy Future*, North Atlantic Book.  
Richard Register, (1987): <https://www.ecocitybuilders.org/richard-register/>

# Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Pengungkapan Wajib dalam Laporan Keuangan Pemerintah Daerah (Studi pada Pemerintah Kabupaten/Kota di Indonesia)

Fegy Yuliant, Rindu Rika Gamayuni

University of Lampung , Indonesia

---

**Abstract:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pengungkapan wajib dalam Laporan Keuangan Pemerintah Daerah (LKPD). Faktor-faktor yang digunakan meliputi: kekayaan pemda, umur administrative pemda, pendapatan transfer. Penelitian ini berfokus pada pengungkapan wajib dalam neraca LKPD yang telah ditetapkan dalam Standar Akuntansi Pemerintahan (SAP). 165 Laporan Keuangan Pemerintah Daerah dipilih sebagai sampel dalam penelitian ini. rata-rata tingkat pengungkapan wajib dalam LKPD Kabupaten/kota di Indonesia tahun 2015 adalah sebesar 40,54 yaitu rata-rata pemerintah daerah hanya mengungkapkan sebanyak 14 item dari total item yang harus diungkapkan sebanyak 34 item tersebut mengindikasikan bahwa tingkat pengungkapan wajib dalam laporan keuangan pemerintah daerah masih rendah, sehingga dapat disimpulkan bahwa pemerintah daerah belum taat terhadap SAP.

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa pendapatan transfer berpengaruh positif terhadap pengungkapan wajib dalam laporan keuangan pemerintah daerah. Hal ini berarti tingginya pengawasan dari pemerintah pusat menuntut pemerintah daerah menyajikan informasi yang lebih banyak terkait penggunaan pendapatan transfer tersebut dan meningkatkan kualitas laporannya. Sementara kekayaan pemda dan umur administratif pemda tidak mempengaruhi tingkat pengungkapan wajib dalam LKPD.

---

## LATAR BELAKANG

Pelaksanaan pengelolaan keuangan negara dalam pemerintah, baik pusat maupun daerah wajib melaksanakan pengelolaan keuangan yang handal, baik dan akuntabel. Nurtari, *et al.* (2016) menyatakan bahwa pada hakikatnya uang yang dikelola oleh pemerintah berasal dari masyarakat, oleh karena itu pengelolaan keuangan harus dioptimalkan, dapat dipertanggungjawabkan, serta mendatangkan manfaat bagi seluruh masyarakat.

Upaya konkrit yang dapat dilakukan untuk mewujudkan *good governance*, serta meningkatkan transparansi dan akuntabilitas pengelolaan keuangan pemerintah, baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah yaitu wajib menyampaikan laporan pertanggungjawaban yang berupa laporan keuangan (Masdiantini dan Erawati, 2016).

Laporan keuangan merupakan suatu bentuk mekanisme pertanggungjawaban sekaligus dasar untuk pengambilan keputusan bagi pihak eksternal karenanya laporan keuangan yang diaudit harus

dilengkapi dengan pengungkapan yang memadai.

Sebagaimana yang telah disebutkan dalam Ikhtisar hasil Pemeriksaan Semester (IHPS) 1 tahun 2016 bahwasannya pada tahun 2015, seluruh pemda telah menerapkan akuntansi berbasis akrual sebagai pelaksanaan Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2010 tentang Standar Akuntansi Pemerintahan (SAP) sehingga peneliti tertarik untuk meneliti beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat pengungkapan wajib pemerintah daerah di Indonesia terhadap SAP berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2010 (Sumber: IHPS BPK Semester I Tahun 2016).

Penelitian tentang tingkat pengungkapan wajib sangat penting untuk dilakukan karena dapat mengetahui sejauhmana tingkat kepatuhan pengungkapan wajib akuntansi pemerintah daerah di Indonesia. Selain itu juga Adanya pertentangan atas hasil penelitian dan ketidakkonsistenan hasil atas faktor-faktor penentu tingkat pengungkapan LKPD, maka diperlukan penelitian yang lebih lanjut untuk menguji ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu. Sehingga dari hasil penelitian ini diharapkan dapat

menjadi bahan masukan kepada pemerintah dalam membuat kebijakan akuntansi sector publik serta peningkatan transparansi dan akuntabilitas demi terwujudnya *good governance*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pengungkapan wajib dalam laporan keuangan pemerintah daerah pada pemerintah kabupaten/kotadi Indonesia.

## METODOLOGI

Populasi dan sampel: Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pemerintah kabupaten/kota di Indonesia, baik tingkat provinsi maupun kabupaten/kota pada tahun anggaran 2015 yang diaudit oleh BPK pada Semester I Tahun 2016. Berdasarkan proses seleksi, diperoleh sebanyak 165 kabupaten/kota di Indonesia sebagai sampel penelitian.

**Metode Pengumpulan data** :Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder (*secondary data*), yaitu data yang dikumpulkan oleh seseorang selain peneliti yang sedang melakukan penelitian tersebut (Sekaran, 2010). Data-data keuangan dalam penelitian ini bersumber dari Laporan Keuangan Pemerintah Daerah Tahun Anggaran 2015 yang telah diaudit oleh Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia. Adapun data umur administratif pemerintah daerah dari situs resmi masing-masing pemerintah daerah.

### Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

#### Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat pada penelitian ini adalah tingkat pengungkapan wajib LKPD. Tingkat pengungkapan LKPD yang dimaksud adalah perbandingan antara pengungkapan yang telah disajikan dengan LKPD dengan Pengungkapan yang seharusnya disajikan dalam Catatan atas Laporan Keuangan (CALK). Oleh karena itu, tingkat pengungkapan wajib LKPD dapat dihitung dengan rumus yang diperoleh dari penelitian (Setyaningrum dan Syafitri, 2012).

$$INVDISC = \frac{\text{Jumlah item yang diungkapkan}}{\text{Total item yang harus diungkapkan}}$$

Pengukuran tingkat pengungkapan dilakukan dengan menggunakan sistem scoring dengan mengadopsi penelitian yang dilakukan oleh

Setyaningrum dan Syafitri (2012). Mekanisme pengukuran tingkat pengungkapan LKPD adalah:

1. Membuat daftar pengungkapan
2. Memberikan nilai untuk setiap pengungkapan dalam LKPD sesuai dengan daftar pengungkapan. Pemberian nilai dibagi menjadi tiga bagian, yaitu “ya”, “tidak”, dan “*not available*”. Setiap satu item pengungkapan yang sesuai dengan daftar pengungkapan diberi nilai 1, jika tidak diungkapkan maka diberi nilai 0, sedangkan *not available* diberikan jika item pengungkapan tersebut tidak dapat diaplikasikan,
3. Menjumlahkan nilai-nilai yang didapat untuk setiap LKPD.
4. Menghitung tingkat pengungkapan dengan membagi jumlah nilai yang diperoleh dengan nilai maksimum yang seharusnya diperoleh jika melakukan pengungkapan penuh.

Variabel dependen dalam penelitian ini diperoleh dari laporan keuangan pemerintah daerah dengan mengukur berapa banyak butir pengungkapan laporan keuangan berdasarkan standar akuntansi pemerintahan yang diungkap oleh pemerintah daerah. yang tergolong dalam butir yang wajib diungkapkan pemerintah daerah dalam laporan keuangan adalah butir-butir yang tercantum dalam Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2010 tentang Standar Akuntansi Pemerintahan, yaitu yang tertuang dalam PSAP 05 sampai dengan PSAP 09.

#### Variabel Independen

**Kekayaan Pemda** (*wealth*): Pemerintah daerah juga memiliki Pendapatan Asli daerah (PAD) beragam yang salah satunya tergantung dari kekayaan daerah yang dimilikinya. Pemerintah daerah juga memiliki Pendapatan Asli daerah (PAD) beragam yang salah satunya tergantung dari kekayaan daerah yang dimilikinya. Kekayaan Pemda diprosikan dengan pendapatan asli daerah (PAD). PAD sebagai salah satu penerimaan daerah yang bersumber dari wilayahnya sendiri yang mencerminkan tingkat kemandirian daerah (Santosa dan Rahayu 2005). Sumber PAD yang utama adalah pajak dan retribusi daerah yang berasal dari masyarakat masing-masing daerah. Dengan demikian, semakin besar PAD maka semakin tinggi partisipasi masyarakat dalam membayar pajak dan retribusi daerah, sehingga pemda akan terdorong untuk melakukan pengungkapan secara lengkap pada laporan



keuangannya agar transparan dan akuntabel (Setyaningrum dan syafitri, 2012). Dalam mengukur tingkat kekayaan penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh (Setyaningrum dan syafitri, 2012).

### **WEALTH = Ln Pendapatan Asli Daerah**

#### **Umur Administratif Pemerintah Daerah:**

Lesmana (2010) yang berpendapat bahwa semakin tua umur administratif pemerintah daerah mendorong perintah untuk melakukan pengungkapan LKPD yang lebih baik, atau dengan kata lain semakin banyak pula informasi yang diungkapkan daripada daerah dengan umur administratif muda atau masih berdiri. Sehingga dalam mengukur umur administratif pemerintah daerah dapat diperoleh dengan :

### **AGE = 2015 - (tahun penetapan undang-undang pembentukan pemerintah daerah)**

**Pendapatan Transfer:** Okfitasari (2015) Pemerintah daerah yang memiliki tingkat ketergantungan yang tinggi terhadap sumber dana pemerintah pusat mendapat tekanan untuk mempertanggungjawabkan penggunaan dana tersebut untuk penyelenggaraan pemerintahannya. Pertanggungjawaban ini berupa pelaporan keuangan yang harus memenuhi SAP. Dengan demikian semakin tinggi pendapatan transfer ( intergovernmental) maka semakin relevan laporan keuangan yang dihasilkan. Dalam mengukur pendapatan transfer dirumuskan dengan rumus yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan oleh (Setyaningrum dan Syafitri, 2012):

$$\text{INTREV} = \frac{\text{Total Dana Perimbangan}}{\text{Total Pendapatan}} \times 100\%$$

### **Metode Analisis Data**

Model yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah model persamaan regresi berganda (multiple linier regression). Pengujian analisis regresi berganda dapat menjelaskan pengaruh antara variabel terikat dengan beberapa variabel bebas. Dalam melakukan analisis regresi berganda diperlukan beberapa langkah dan alat analisis. Penelitian ini dilakukan dengan alat analisis dengan menggunakan bantuan program SPSS 22 (*Statistical Program for Social Science*).

### **Uji Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif dalam penelitian ini memberikan gambaran umum mengenai karakteristik variabel penelitian meliputi nilai rata-rata (*mean*), nilai tertinggi/maksimum, nilai terendah/minimum, serta nilai standar deviasi yang menggambarkan penyebaran data. Statistik deskriptif menyajikan ukuran-ukuran numerik yang sangat penting bagi data sampel. Ukuran numerik ini merupakan bentuk penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih ringkas dan sederhana yang pada akhirnya mengarah pada suatu penjelasan dan penafsiran.

### **Uji Asumsi Klasik**

Pengujian asumsi klasik diperlukan untuk mendeteksi ada/ tidaknya penyimpangan asumsi klasik atas persamaan regresi berganda yang digunakan. uji asumsi klasik penelitian ini meliputi uji normalitas, multikolonieritas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas.

### **Uji Normallitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2011). Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal.

### **Uji Multikolonieritas**

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen (Ghozali, 2011). Salah satu untuk mengetahui ada/tidaknya multikolinearitas ini adalah dengan menggunakan Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance. Nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena  $VIF=1/Tolerance$ ) (Ghozali, 2013). Kriteria pengambilan keputusan dengan nilai tolerance dan VIF adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai *tolerance*  $\leq 0,10$  atau nilai *VIF*  $\geq 10$ , berarti terjadi multikolonieritas,
2. Jika nilai *tolerance*  $\geq 0,10$  atau nilai *VIF*  $\leq 10$ , berarti tidak terjadi multikolonieritas.

### **Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan

pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya) (Ghozali, 2013). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada masalah autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu dan berkaitan satu sama lainnya. Model regresi yang baik adalah yang bebas dari autokorelasi (Ghozali, 2013).

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas (Ghozali, 2011).

### Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat (Ghozali, 2013). Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai F-statistik dengan F-tabel, jika F-statistik lebih besar dari F-tabel maka model regresi tersebut signifikan. Cara lainnya dapat dilakukan dengan melihat nilai Prob (F-statistik). Jika nilai prob (F-statistik) lebih kecil dari  $\alpha = 5\%$ , maka seluruh variabel independen secara bersama sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

### Uji Koefisien Determinasi (uji $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur

seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas.

Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Namun ada kemungkinan bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan dalam model. Oleh karena itu banyak peneliti yang menganjurkan untuk menggunakan *Adjusted  $R^2$*  saat mengevaluasi mana model regresi terbaik (Ghozali, 2013).

### Uji Signifikansi Parameter Individual (uji Statistik t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2013). Uji-t dilakukan untuk melihat apakah masing-masing variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Uji-t dilakukan dengan membandingkan nilai t-statistik dengan t-tabel, jika t-statistik lebih besar dari nilai t-tabel maka variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Uji-t juga dapat dilakukan dengan melihat nilai prob (t-statistik). Jika nilai prob (t-statistik) lebih kecil dari  $\alpha = 5\%$ , maka variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif  
Tabel 4.1 Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DISC	165	,2100	,6400	,405455	,0708868
WEALTH	165	7,73	7,95	7,8323	,04382
AGE	165	1,61	4,34	3,3241	,81234
INTREV	165	,0000	187,0000	75,854545	27,3714856

Sumber: data sekunder yang diolah.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah tingkat pengungkapan wajib dalam LKPD yang dilambangkan dengan DISC yang berdasarkan SAP. Hasil statistik deskriptif pada penelitian ini

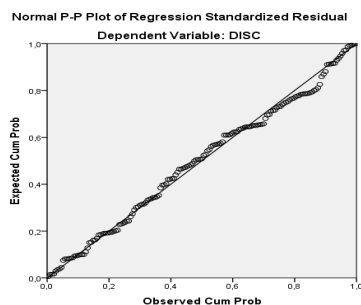
menunjukkan bahwa dari jumlah sampel (N) sebanyak 165, rata-rata tingkat pengungkapan wajib dalam LKPD Kabupaten/kota di Indonesia tahun 2015 adalah sebesar 40,54%, yaitu rata-rata pemerintah daerah

hanya mengungkapkan sebanyak 14 item dari total item yang harus diungkapkan sebanyak 34 item.

### Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan menguji apakah dalam model penelitian variabel terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi nilai residual normal atau mendekati normal (Ghozali, 2009).

**Gambar 4.1 Uji Normalitas Probability Plots**



Sumber: data sekunder yang diolah

Selanjutnya Tabel 4.2 merupakan hasil uji statistik yang uji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan One-Sample Kolmogorov Smirnov test. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.2**  
Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		165
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,06921306
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,067
	Positive	,067
	Negative	-,041
Test Statistic		,067
Asymp. Sig. (2-tailed)		,070 <sup>c</sup>

Sumber: data sekunder yang diolah

Dari tabel 4.2 diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi (*p-value*) seluruh variabel lebih besar diatas level signifikansi 0,05, sehingga dapat dinyatakan bahwa data dalam penelitian ini telah terdistribusi dengan normal.

### Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas terjadi jika nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,10 yang berarti terjadi hubungan yang cukup besar antara variabel bebas dan tidak ada korelasi antar variabel independen yang nilainya lebih dari 95% (kofisien lemah tidak lebih besar dari 5). Jika *VIF* lebih besar dari 10, apabila *ViF* kurang dari 10 dapat dikatakan bahwa variabel independen yang digunakan dapat dipercaya dan objektif.

**Tabel 4.3**  
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
WEALTH	,857	1,167
AGE	,855	1,170
INTREV	,998	1,002

Sumber: data sekunder yang diolah.

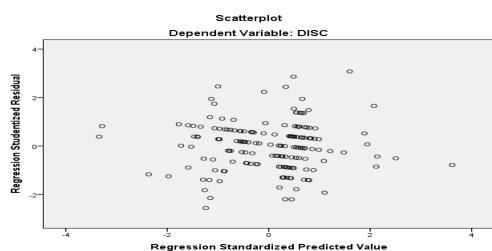
Berdasarkan uji multikolinieritas pada Tabel 4.3 di atas, dapat dilihat bahwa hasil perhitungan nilai *tolerance* menunjukkan bahwa variabel WEALTH (kekayaan pemda), AGE (umur administratif pemerintah daerah), dan INTREV (pendapatan transfer) memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10 (10%) yang artinya bahwa korelasi antar variabel bebas tersebut nilainya kurang dari 95%, dan hasil dari *Varian infanation factor* (VIF) menunjukkan bahwa variabel WEALTH, AGE, dan INTREV kurang dari 10. Dimana, jika nilai *tolerance* lebih dari 0,10 atau 10% dan nilai VIF kurang dari 10, maka dalam pengujian data tersebut tidak terdapat korelasi antar variabel bebas atau tidak terjadi multikolinieritas.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskeastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antar SRESID dan ZPRED dimana sumbu X dan Y yang telah diprediksi, dan sumbu x adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di-*studentized* (Ghozali, 2009).



**Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas**



Sumber : data sekunder yang diolah

Gambar 4.2 menunjukkan hasil pengujian heteroskedastisitas pada tampilan grafik scatterplot bahwa titik-titik tidak berkumpul dan menyebar secara acak baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini.

### Uji Autokorelasi

Tabel 4.4 Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,216 <sup>a</sup>	,047	,029	,0698549	2,078

Sumber: data sekunder yang diolah.

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel pengganggu periode sebelumnya. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi akan dilakukan pengujian *Durbin-Watson* (DW\_test). Hasil pengujian diperoleh nilai DW = 2,078 sedangkan  $D_{tabel} = 1.7825$  (N=165, k=3). Berdasarkan kriteria tersebut maka  $1.7825 < 2,078$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

### Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan Uji statistik t, uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

### Uji Statistik F

Berikut adalah hasil pengujian statistik F dalam

penelitian ini, pengujian yang dilakukan oleh peneliti bersifat satu arah dengan *level of significant* sebesar 0,05 dan jumlah sampel sebanyak 165 dengan melibatkan 4 parameter yaitu 1 konstanta dan 3 koefisien.

Tabel 4.5 Uji Statistik F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	9,382	3	3,127	4,065	,008 <sup>b</sup>
Residual	123,867	161	,769		
Total	133,248	164			

Sumber : data sekunder yang diolah.

Berdasarkan Tabel 4.5, hasil uji pengujian F-statistik menunjukkan nilai F hitung sebesar 4,065 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,008 di bawah 0,05. Kemudian, nilai F hitung sebesar 4,065 menunjukkan nilai yang lebih besar dari nilai F tabel sebesar 2,66. Dengan melihat tingkat signifikansi tersebut, maka model ini dapat digunakan untuk Pengungkapan Wajib dalam Laporan Keuangan Pemerintah Daerah atau dengan kata lain WEALTH, AGE, dan INTREV berpengaruh secara bersama-sama terhadap tingkat pengungkapan wajib laporan keuangan pemerintah daerah, dengan demikian persamaan model ini bersifat *fit* atau layak digunakan.

### Uji Statistik t

Uji t-statistik dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen.

Tabel 4.6 Hasil Pengujian t-statistik

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	3,528	,335		10,524	,000
WEALTH	-.002	,118	-.001	-.017	,987
AGE	-.129	,138	-.079	-.935	,351
INTREV	,006	,003	,154	1,977	,050

Sumber: data sekunder yang diolah (2017).

1. Variabel independen INTREV memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,977 sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 1,654 dan memperoleh signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , dan signifikansi  $0,050 = 0,050$ , maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen INTREV terhadap tingkat pengungkapan wajib dalam laporan keuangan pemerintah daerah.

- Variabel independen WEALTH memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar -0,017 sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 1,654 dan memperoleh signifikansi sebesar 0,987. Karena nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , dan signifikansi  $0,987 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen WEALTH terhadap tingkat pengungkapan wajib dalam laporan keuangan pemerintah daerah.
- Variabel independen AGE memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar -0,935 sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 1,654 dan memperoleh signifikansi sebesar 0,351. Karena nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , dan signifikansi  $0,351 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen AGE terhadap tingkat pengungkapan wajib dalam laporan keuangan pemerintah daerah.

### Uji Koefisien Determinasi

Model	R Square	Adjusted R Square
1	,070	,053

Sumber : data sekunder yang diolah

Hasil pengujian tersebut memperoleh nilai  $R^2$  sebesar 0,053 yang artinya 5,3% variabel Tingkat pengungkapan wajib dalam laporan keuangan pemerintah daerah yang diproksikan dengan item pengungkapan dapat dijelaskan oleh variabel WEALTH, AGE, dan INTREV. Sedangkan sisanya sebesar 94,7% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diuji dalam penelitian ini.

### Uji Hipotesis

Tabel 4.2 Hasil Uji Hipotesis

Variabel	Nilai Koefisien	Nilai Signifikan	t-hitung	Uji hipotesis
WEALTH	-,001	,987	-,017	Tidak Didukung
AGE	-,079	,351	-,935	Tidak Didukung
INTREV	,154	,050	1,977	Didukung

Berdasarkan tabel di atas dapat dibuat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 3,528 + 0,987 \text{ WEALTH} + 0,351 \text{ AGE} + 0,050 \text{ INTREV} + e$$

Dari model regresi yang terbentuk tersebut maka diperoleh hubungan antara masing-masing variabel independen yaitu variabel WEALTH, AGE, dan INTREV dengan variabel independen DISC (tingkat pengungkapan wajib dalam laporan keuangan pemerintah daerah) yang diproksikan dengan item pengungkapan yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Koefisien regresi WEALTH (kekayaan pemda) bernilai positif sebesar 0,987 menyatakan, bahwa variabel WEALTH memiliki pengaruh yang positif terhadap DISC (tingkat pengungkapan wajib dalam laporan keuangan pemerintah daerah), serta nilai signifikan (0,987) lebih besar dari 0,05 sehingga hipotesis yang menyatakan “Kekayaan Pemda berpengaruh positif terhadap Tingkat pengungkapan Wajib dalam Laporan Keuangan Pemerintah Daerah”, tidak didukung.
- Koefisien regresi AGE (umur administratif pemerintah daerah) bernilai positif sebesar 0,351 menyatakan, bahwa variabel AGE memiliki pengaruh yang positif terhadap DISC (tingkat pengungkapan wajib dalam laporan keuangan pemerintah daerah), serta mempunyai nilai signifikan (0,351) lebih besar dari 0,05 sehingga hipotesis yang menyatakan “Umur administratif Pemda berpengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Pengungkapan Wajib dalam Laporan Keuangan Pemerintah Daerah”, tidak didukung.
- Koefisien regresi INTREV (pendapatan transfer) bernilai positif sebesar 0,050 menyatakan, bahwa INTREV mempunyai pengaruh yang positif terhadap DISC (tingkat pengungkapan wajib dalam laporan keuangan pemerintah daerah), serta mempunyai nilai signifikan (0,050) sama dengan atau tidak lebih dari 0,05 sehingga hipotesis yang menyatakan “Pendapatan Transfer berpengaruh positif terhadap Tingkat Pengungkapan Wajib dalam Laporan Keuangan Pemerintah Daerah”, didukung.

### PEMBAHASAN

#### WEALTH (Kekayaan Pemda) terhadap Tingkat pengungkapan Wajib dalam Laporan Keuangan Pemerintah Daerah

Berdasarkan hasil pengujian kekayaan pemda yang diproksikan dengan Natural Logaritma pendapatan asli

daerah (PAD) terhadap pengungkapan wajib dalam laporan keuangan pemerintah daerah, dapat diketahui bahwa variabel WEALTH (Kekayaan pemda) tidak berpengaruh terhadap pengungkapan wajib dalam laporan keuangan pemerintah daerah, dengan demikian hipotesis yang menyebutkan bahwa “Kekayaan Pemda berpengaruh positif terhadap Tingkat pengungkapan Wajib dalam Laporan Keuangan Pemerintah Daerah”, tidak didukung. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pemerintah provinsi di Indonesia belum bisa menggali lebih dalam potensi PAD yang dimilikinya. Selain itu menurut Muqorobin (2014), konsentrasi pemerintah daerah yang memiliki kekayaan daerah lebih besar cenderung mengalokasikan PAD untuk kepentingan rumah tangganya sendiri, belum untuk upaya peningkatan pengungkapan laporan keuangan. Sumarjo dalam Khasanah dan Rahardjo (2014) berpendapat bahwa tingkat ketergantungan pemerintah daerah atas dana transfer masih tinggi sehingga pengungkapan terhadap PAD belum menjadi prioritas utama pemerintah daerah.

Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Liestiani (2008) yang membuktikan bahwa kekayaan daerah berhubungan positif dan signifikan dengan tingkat pengungkapan laporan keuangan pemerintah kabupaten/kota. Sehingga dengan demikian penelitian tersebut tidak menunjukkan bahwa semakin besar PAD maka semakin tinggi partisipasi masyarakat dalam membayar pajak dan retribusi daerah, sehingga Pemda akan terdorong untuk melakukan pengungkapan secara lengkap pada laporan keuangannya agar transparan dan akuntabel.

### **AGE (umur administratif pemda) terhadap Tingkat pengungkapan wajib Laporan Keuangan Pemerintah Daerah**

Berdasarkan hasil pengujian umur administratif pemda yang diperoleh dari Umur pemerintah daerah berdasarkan undang-undang pembentukan daerah masing-masing terhadap pengungkapan wajib laporan keuangan pemerintah daerah, dengan demikian hipotesis yang menyebutkan bahwa “Umur administratif Pemda berpengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Pengungkapan Wajib dalam Laporan Keuangan Pemerintah Daerah”, tidak didukung.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Mandasari (2009) yang tidak menemukan pengaruh umur pemerintah daerah terhadap tingkat pengungkapan wajib dalam laporan keuangan

pemerintah daerah. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Marwata (2001) yang tidak menemukan pengaruh umur perusahaan terhadap kelengkapan pengungkapan laporan keuangan. Namun, Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lesmana (2010) yang membuktikan bahwa umur pemerintah daerah berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan wajib laporan keuangan. Sehingga dengan demikian dari hasil penelitian tersebut tidak menunjukkan bahwa Pemerintah daerah yang memiliki umur administratif yang lebih lama akan semakin berpengalaman dan memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menyajikan laporan keuangannya secara wajar sesuai dengan SAP.

### **INTREV (pendapatan transfer) terhadap Tingkat pengungkapan Wajib dalam Laporan Keuangan Pemerintah Daerah**

Berdasarkan hasil pengujian INTREV (pendapatan transfer) yang diprosikan total dana perimbangan berbanding dengan total pendapatan terhadap pengungkapan wajib dalam laporan keuangan pemerintah daerah, dengan demikian hipotesis yang menyebutkan bahwa “Pendapatan Transfer berpengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Pengungkapan Wajib dalam Laporan Keuangan Pemerintah Daerah”, diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suhardjanto et al. (2010) yang membuktikan bahwa pendapatan transfer (*Intergovernmental Revenue*) berpengaruh positif terhadap kesesuaian pengungkapan wajib dalam laporan keuangan pemerintah daerah. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Setyaningrum dan Syafitri (2012) yang membuktikan pendapatan transfer (*intergovernmental revenue*) berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan wajib dalam LKPD pada tahun 2008-2009. Hal ini berarti semakin besar Pendapatan transfer yang diperoleh pemerintah daerah akan mendorong tingkat pengungkapan yang lebih besar kepada pihak pemerintah pusat sebagai bentuk pertanggungjawaban atau dengan kata lain semakin besar pendapatan transfer yang diterima oleh pemerintah daerah, maka semakin banyak menyajikan item-item pengungkapan. Tingginya pengawasan dari pemerintah pusat menuntut pemerintah daerah menyajikan informasi yang lebih banyak terkait penggunaan pendapatan transfer tersebut dan meningkatkan kualitas laporan keuangannya.



## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pengungkapan wajib dalam laporan keuangan pemerintah daerah pada pemerintah kabupaten/kota di Indonesia.

Hasil statistik pada penelitian ini menunjukkan bahwa dari jumlah sampel (N) sebanyak 165, rata-rata tingkat pengungkapan wajib dalam LKPD Kabupaten/kota di Indonesia tahun 2015 adalah sebesar 40,54%, yaitu rata-rata pemerintah daerah hanya mengungkapkan sebanyak 14 item dari total item yang harus diungkapkan sebanyak 34 item. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa tingkat pengungkapan wajib dalam laporan keuangan pemerintah daerah masih rendah, sehingga dapat disimpulkan bahwa pemerintah daerah belum taat terhadap SAP.

Dari tiga variabel independen yang diuji, terdapat satu variabel yang memberikan pengaruh positif signifikan terhadap tingkat pengungkapan wajib dalam LKPD. Variabel independen yang berpengaruh signifikan adalah pendapatan transfer. Sehingga hipotesis yang menyebutkan bahwa "Pendapatan Transfer berpengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Pengungkapan Wajib Laporan Keuangan Pemerintah Daerah", diterima. Sedangkan,

Variabel Kekayaan pemda dan umur administratif pemda tidak berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan wajib dalam LKPD. Sehingga hasil penelitian ini tidak dapat memberikan bukti bahwa kekayaan pemda dan umur administratif pemda berpengaruh terhadap pengungkapan wajib laporan keuangan pemerintah daerah.

### Saran

Saran yang diberikan peneliti untuk penelitian yang selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan data time series sehingga dapat memberikan gambaran dari waktu ke waktu atas pengungkapan wajib laporan keuangan. Selain itu dapat dilihat trend atau kecenderungan dari masing-masing pemerintah daerah.
2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan variabel lain yang lebih dapat menjelaskan tingkat pengungkapan dalam LKPD yang merujuk terhadap kepatuhan seperti

Transparansi dan Akuntabilitas.

3. dengan menggunakan SAP yang baru dipandang perlu melakukan penelitian dengan membandingkan pengungkapan dengan SAP yang lama dengan SAP yang baru.

### DAFTAR PUSTAKA

- 2003. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2003 Tentang Keuangan Negara. Diakses melalui : [www.bpk.go.id](http://www.bpk.go.id)
- . 2010. Peraturan Pemerintah RI No. 71 Tahun 2010 Tentang Standar Akuntansi Pemerintahan.
- Asyrofi, M. Z. 2016. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Pengungkapan Laporan Keuangan Pemerintah Daerah (Studi atas Laporan Keuangan Pemerintah Kabupaten/Kota di Pulau Jawa Tahun Anggaran 2014). *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Bastian, Indra. 2006. *Sistem Akuntansi Sektor Publik*. Jakarta: Erlangga.
- Feriyanti, *et al.* 2015. Determinan Kepatuhan pada Ketentuan Pengungkapan Wajib Laporan Keuangan Pemerintah Daerah (Studi Pada Kabupaten/Kota Di Provinsi Nusa Tenggara Barat). *Jurnal InFestasi*. Vol. 11, No.2, Desember 2015. Hal. 171-185.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Cetakan Kelima. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 21, Edisi Ketujuh*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hendriyani dan Tahar. 2015. Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Tingkat Pengungkapan Laporan Keuangan Pemerintah Provinsi di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*. Maret 2015. Hal. 25 – 33. Vol. 22, No. 1. ISSN: 1412-312625.
- Ikhtisar Hasil Pemeriksaan Semester I Tahun 2015*. (2015). Jakarta: Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia (BPK RI).
- Ingram, R. W. (1984). *Economic Incentives and the Choice of State Government Accounting Practices*. *Journal of Accounting Research*, Vol. 22.
- Ismoyo, Rudi. 2011. Pengaruh Karakteristik Kepala Daerah dan Karakteristik Keuangan Pemerintah

- Daerah terhadap Tingkat Kelengkapan Pengungkapan Wajib Laporan Keuangan Pemerintah daerah (Studi Empiris pada Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota di Indonesia Tahun 2008). *Skripsi*. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Jansen, Michael C. and Meckling, William H. (1976). *Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure*. *Journal of Financial Economics*. Vol 3, No 4, hal. 305-306.
- Khasanah dan Rahardjo. 2014. pengaruh Karakteristik, Kompleksitas, dan temuan Audit terhadap Tingkat Pengungkapan Laporan Keuangan Pemerintah Daerah. *Diponegoro Journal Of Accounting*. Volume 3, Nomor 3. Tahun 2014. Halaman 1-1. ISSN (Online): 2337-3806.
- Laswad, F., Fisher, R., dan Oyelere, P. 2005. *Determinant of Voluntary Internet Financial Reporting by Local Government Authorities*. *Journal of Accounting and Public Policy*.
- Lesmana, S. I. 2010. *Pengaruh Karakteristik Pemda Terhadap Tingkat Pengungkapan Wajib di Indonesia*. Thesis, Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Liestiani, Annisa. (2008). *Pengungkapan Laporan Keuangan Pemetintah Daerah Kabupaten/Kota di Indonesia untuk tahun anggaran 2006*. Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Depok.
- Mandasari, Putriesti. 2009. Practices of Mandatory Disclosure Compliance in Indonesian Local Government. Tesis Master. Universitas Sebelas Maret.
- Martani, Dwi. & Liestiani, Annisa. (2010). Local Government Financial Statement Disclosure in Indonesia. Conference Proceedings: Asian Academic Accounting Association.
- Martani, D., & Liestiani, A. 2012. Disclosure in Local Government Financial Statements: the Case of Indonesia. *Global Review of Accounting and Finance*. Vol.3. No.1 March, 67 - 84.
- Marwata. 2001. Hubungan Antara Karakteristik Perusahaan dan Kualitas Ungkapan Sukarela dalam Laporan Tahunan Perusahaan Publik di Indonesia. Makalah dipresentasikan dalam Simposium Nasional Akuntansi IV, 2001.
- Masdiantini dan Erawati. 2016. Pengaruh Ukuran Pemerintah Daerah, Kemakmuran, *Intergovernmental Revenue*, Temuan dan Opini Audit Bpk pada Kinerja Keuangan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. 14.2 Februari (2016). 1150-1182 1150. ISSN: 2302-8556.
- Maulana, Candra dan Handayani, Bestari D. 2015. Pengaruh Karakteristik, Kompleksitas Pemerintahan dan Temuan Audit terhadap Tingkat Pengungkapan Wajib LKPD. *Accounting Analysis Journal*. 2015. ISSN: 2252-6765.
- Muqorobin, M. M. 2013. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Laporan Keuangan Pemerintah Daerah di Indonesia Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2005 tentang Standar Akuntansi Pemerintahan. Skripsi Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Nurtari, et al. 2016. Pengaruh Karakteristik dan Kompleksitas Pemerintah Daerah terhadap Pengungkapan Laporan Keuangan (Studi pada Laporan Keuangan Pemerintah Kota/Kabupaten Provinsi Jawa barat periode 2013-2014). *Jurnal Akuntansi*. Volume 2, No. 1. Tahun 2016.
- Okfitasari, Antin. 2015. Karakteristik Pemerintah Daerah dan Kualitas Pelaporan Keuangan Pemerintah Daerah (Studi Empiris: Pemerintah Daerah Se-Jawa Tengah). *Jurnal Sainstech Politeknik Indonusa Surakarta*. ISSN : 2355-5009 Vol. 2 Nomor 4 Desember Tahun 2015.
- Pandansari, Tiara. 2016. Tingkat Ketergantungan, Kompleksitas Pemerintah, dan Tingkat Pengungkapan Laporan Keuangan Pemerintah Daerah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Volume XIX No. 3, Desember 2016. ISSN 1979 – 6471.
- Santosa, P. B., dan Rahayu, R. P. 2005. Analisis Pendapatan Asli Daerah Dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya Dalam Upaya Pelaksanaan Otonomi Daerah di Kabupaten Kediri. *Dinamika Pembangunan*. Vol. 2 No. 1.
- Sekaran, U., & Bougi, R. 2010. *Research Methods for Business a Skill Building Approach 5th Edition*. United Kingdom : John Willey & Sons Ltd.
- Setyaningrum, Dyah dan Syafitri, Febriyani. 2012. Analisis Pengaruh Karakteristik Pemerintah Daerah terhadap Tingkat Pengungkapan Laporan Keuangan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*. Desember 2012. Vol. 9, No. 2. hal 154-170.
- Suhardjanto dan Lesmana. 2010. Pengaruh Karakteristik Pemerintah Daerah terhadap Pengungkapan Wajib di Indonesia. *Prestasi* Vol. 6 No. 2 – Desember 2010. ISSN 1411-1497.
- Suhardjanto dan Yulianingtyas. 2011. Pengaruh Karakteristik Pemerintah Daerah terhadap Kepatuhan Pengungkapan Wajib dalam Laporan



- Keuangan Pemerintah Daerah (Studi Empiris pada Kabupaten/Kota di Indonesia). Universitas Sebelas Maret. *Jurnal Akuntansi & Auditing* .Volume 8/No. 1/November 2011: 1-94.
- Sumarjo, Hendro. 2010. Pengaruh Karakteristik pemerintah daerah terhadap kinerja keuangan pemerintah daerah. Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Suranta dan Siregar. 2015. Pengaruh Karakteristik Pemerintah Daerah terhadap Kepatuhan Pengungkapan Investasi Pemerintah Daerah (Studi pada Pemerintah Kabupaten/Kota di Pulau Jawa dan Sumatera). *Jurnal akuntansi*. Vol.3 No. 1 Juni 2015.
- Suryani, Lilis. 2016. Pengaruh Karakteristik Pemerintah, Pengawasan Legislatif dan Temuan Audit terhadap Tingkat Pengungkapan Laporan Keuangan Provinsi, Kabupaten, Kota Tahun 2014. *Tesis*. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Syaifitri, Febriyani. 2012. Analisis Pengaruh Karakteristik Pemerintah Daerah terhadap Tingkat Pengungkapan Laporan Keuangan. *Skripsi*. Universitas Indonesia. Depok.
- Yulianingtyas, R.R. 2010. Pengaruh Karakteristik Pemerintah Daerah terhadap Kepatuhan PengungkapanWajib dalam Laporan Keuangan Pemerintah Daerah (studi Empiris pada Kabupaten/kota di Indonesia). *Skripsi*. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.



# Faktor-faktor yang Memengaruhi Tingkat Pengungkapan Pada Website Pemerintah Daerah di Indonesia

Risa Rikafitri, Lindrianasari, Agrianti Komalasari

Universitas Lampung

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi tingkat pengungkapan pada website pemerintah daerah di Indonesia. Faktor-faktor yang diuji dalam penelitian ini adalah rasio pendapatan asli daerah, ukuran, tipe, umur administratif, dan pembiayaan utang pemerintah daerah. Pengumpulan data menggunakan metode purposive sampling pada pemerintah kota dan kabupaten di Indonesia pada tahun 2012, 2013, dan 2015. Sebanyak 226 pemerintah daerah digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel independen yang berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat pengungkapan pada website pemerintah daerah di Indonesia adalah rasio pendapatan asli daerah, tipe, dan umur administratif pemerintah daerah. Ukuran dan tingkat pembiayaan utang pemerintah daerah tidak menunjukkan pengaruh terhadap tingkat pengungkapan pada website pemerintah daerah di Indonesia.

**Kata Kunci:** Website, rasio pendapatan asli daerah, ukuran pemerintah daerah, tipe pemerintah daerah, umur administratif pemerintah daerah, dan pembiayaan utang pemerintah daerah

## PENDAHULUAN

Sejak diberlakukannya Undang-undang Nomor 22 tahun 1999 tentang Pemerintah Daerah, penyelenggaraan pemerintahan di Indonesia beralih ke sistem otonomi daerah dan desentralisasi fiskal. Penyerahan sebagian kekuasaan pengelolaan keuangan Negara dari presiden kepada gubernur/bupati/walikota selaku kepala pemerintah daerah menjadikan masing-masing kepala daerah memiliki tanggungjawab untuk menyusun, melaksanakan, dan mempertanggungjawabkan anggarannya kepada pemerintah pusat.

Reformasi birokrasi yang selama ini berjalan telah menjadikan kebutuhan masyarakat akan transparansi pengelolaan pemerintah menjadi semakin luas. Undang-undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik menjadi suatu bukti adanya perhatian pemerintah terhadap kebutuhan tersebut. Badan publik diwajibkan untuk menyediakan, memberikan dan/atau menerbitkan informasi publik yang berada di bawah kewenangannya kepada pemohon informasi publik, selain informasi yang dikecualikan sesuai dengan ketentuan.

Isu transparansi dan akuntabilitas di lingkungan pemerintah daerah semakin meningkat seiring dengan

terjadinya degradasi kepercayaan masyarakat terhadap pengelolaan keuangan yang dilakukan oleh berbagai institusi negara. Selain itu, isu mengenai tata kelola pemerintahan yang baik (*good public governance*) sebagai tujuan reformasi birokrasi juga mendorong terciptanya penyelenggaraan pemerintahan yang transparan dan bertanggungjawab (*accountable*). Akuntabilitas dan transparansi dapat diwujudkan oleh pemerintah dalam bentuk laporan keuangan dan kinerja yang disampaikan secara periodik sesuai ketentuan yang berlaku. Dengan semakin banyak penggunaan internet sebagai media penyampaian informasi, pemerintah memiliki insentif untuk memanfaatkan *website* dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Maka dari itu, kualitas pengungkapan informasi keuangan melalui internet menjadi isu yang penting (Novianty *et al.*, 2013).

Pemanfaatan teknologi dalam pemerintahan merupakan suatu nilai lebih dalam efektifitas, efisiensi, transparansi, dan pertanggungjawaban penyelenggaraan pemerintahan. Pemanfaatan teknologi tersebut salah satunya adalah dengan melakukan pengungkapan di *website* pemerintah daerah. Moon (2002) menyatakan bahwa penggunaan *website* dan teknologi informasi juga merupakan aplikasi dari *e-government* yang akan memegang

peranan penting dalam pelaksanaan pemerintahan di masa mendatang. Riset di beberapa negara menunjukkan, salah satu bentuk transparansi dan akuntabilitas pemerintah daerah dilakukan dengan mempublikasikan laporan keuangan di internet (Laswad *et al.*, 2005).

Melakukan identifikasi terhadap karakteristik pemerintah daerah yang melakukan pengungkapan laporan keuangan di internet merupakan hal yang penting untuk mengetahui alasan pemerintah daerah tertentu dalam mengambil kebijakan melakukan atau tidak melakukan pelaporan keuangan di internet.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Laswad *et al.* (2005) yang melakukan penelitian di Selandia Baru dengan menggunakan variabel kompetensi politik, ukuran pemerintahan daerah, *leverage*, kekayaan pemerintah daerah, visibilitas pers dan tipe pemerintahan terhadap *internet financial reporting*.

Tujuan dari penelitian ini antara lain:

- i. Untuk mengetahui pengaruh rasio pendapatan asli pemerintah daerah terhadap tingkat pengungkapan pada *website* pemerintah daerah.
- ii. Untuk mengetahui pengaruh ukuran pemerintah daerah terhadap tingkat pengungkapan pada *website* pemerintah daerah.
- iii. Untuk mengetahui pengaruh tipe pemerintah daerah terhadap tingkat pengungkapan pada *website* pemerintah daerah.
- iv. Untuk mengetahui pengaruh umur administrasi pemerintah daerah terhadap tingkat pengungkapan pada *website* pemerintah daerah.
- v. Untuk mengetahui pengaruh pembiayaan utang terhadap tingkat pengungkapan pada *website* pemerintah daerah.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan sampel pemerintah daerah kabupaten dan kota di Indonesia. Pemilihan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* sehingga diperoleh sampel sebanyak 678 observasi. Metode pemilihan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria sebagai daerah kabupaten dan kota di Indonesia yang mempunyai laporan keuangan dengan anggaran dan realisasi belanja, kemudian kabupaten dan kota yang telah memiliki *website* dan dapat diakses pada saat periode

pengamatan pada November – Desember 2013, Desember 2014, dan Desember 2016.

Penelitian ini menggunakan model statistik yaitu regresi berganda dengan metode *Ordinary Least Square* (OLS). Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui keakuratan hubungan antara variabel dependen dan variabel independen.

**OPERASIONAL VARIABEL :** Tingkat pengungkapan pada *website* menunjukkan jumlah informasi yang disajikan pemerintah daerah di dalam situs resmi masing-masing daerah, baik kabupaten maupun kota. Jumlah pengungkapan pada situs resmi pemerintah daerah diukur dengan menggunakan instrumen indeks pengungkapan yang berisi beberapa poin dalam penelitian Aminah *et al.* (2016). Total pengungkapan yang akan digunakan terdiri dari enam poin, yaitu:

- 1) Terdapat pengumuman kebijakan anggaran/ produk hukum
- 2) Tersedia dokumen anggaran dan mudah diakses
- 3) Tersedia laporan pertanggungjawaban yang tepat waktu
- 4) Terakomodasinya suara/usulan rakyat/media interaktif
- 5) Terdapat sistem pemberian informasi kepada publik
- 6) Terdapat informasi penting lainnya, seperti potensi daerah, peluang investasi, kegiatan kepala daerah, lelang/tender terbuka, dll

Jumlah skor tiap-tiap pemerintah daerah akan ditentukan sesuai dengan pemenuhan kriteria dalam indeks pengungkapan.

Pendapatan asli daerah menunjukkan kemandirian suatu pemerintah daerah untuk membiayai kegiatan pemerintahannya. Pendapatan daerah yang tinggi menunjukkan bahwa pemerintah daerah tersebut telah menghasilkan kinerja yang tinggi. Semakin tinggi kinerja pemerintah daerah, maka pengungkapan akan lebih banyak, begitu pula sebaliknya. Penelitian ini menggunakan rasio pendapatan asli seperti yang digunakan oleh Puspita dan Martani (2012) dengan membagi total PAD berbanding Total pendapatan pemerintah daerah.

Semakin besar ukuran pemerintah daerah, maka pengungkapan yang semakin banyak bukanlah menjadi suatu kendala. Bahkan, pengungkapan di media internet dianggap sebagai tindakan yang memberikan kontribusi positif terhadap nilai

organisasi. Penelitian ini menggunakan total asset sebagai ukuran pemerintah daerah dimana variabilitas total aset ditransformasi dengan menggunakan natural logaritma Sumarjo (2010).

Tipe pemerintah daerah didefinisikan sebagai bentuk pemerintahan daerah, yaitu apakah pemerintah kota atau pemerintah kabupaten. Pada daerah kota, heterogenitas populasi yang lebih kompleks memberikan insentif bagi pemerintah untuk melakukan pengungkapan yang lebih banyak. Penelitian ini menggunakan pengukuran yang digunakan oleh Laswad *et al.* (2005), yaitu menggunakan variabel *dummy* dengan nilai 1 untuk pemerintahan kota dan nilai 0 untuk pemerintahan kabupaten.

Umur administratif pemerintah daerah didefinisikan sebagai seberapa lama pemerintah daerah ada. Hossain dan Hammami (2009) menyatakan bahwa organisasi yang sudah lama berdiri dianggap memiliki kemampuan yang baik untuk mengungkapkan informasi dalam laporan keuangan sesuai dengan standar yang berlaku dibandingkan dengan organisasi yang lebih muda atau baru didirikan, karena organisasi tersebut tidak memiliki *track record* sehingga hanya sedikit informasi yang diungkapkan. Pengukuran variabel umur administratif pemerintah daerah pernah dilakukan oleh Setyaningrum dan Syafitri (2012) dalam satuan tahunan berdasarkan penetapan pembentukan suatu pemerintah daerah yang diatur dalam undang-undang.

Rasio pembiayaan utang atau leverage merupakan proporsi besarnya utang dari pihak eksternal dibandingkan dengan modal sendiri. Dengan adanya utang yang dimiliki pemerintah daerah, maka insentif untuk menyajikan laporan mengenai kinerjanya akan semakin besar. Penelitian ini menggunakan proksi pembiayaan utang yang digunakan Laswad *et al.* (2005) yaitu dengan membagi total kewajiban per total ekuitas.

Penelitian ini menggunakan model statistik yaitu regresi berganda dengan metode *Ordinary Least Square* (OLS). Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui keakuratan hubungan antara variabel dependen dan variabel independen.

## HASIL

Tabel 1: Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		678
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.68395528
Most Extreme Differences	Absolute	.125
	Positive	.061
	Negative	-.125
Test Statistic		.125
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Hasil pengujian nilai normalitas data, besarnya nilai Kolmogorov-smirnov adalah 0,125 dan signifikan pada 0,000. Hal ini berarti  $H_0$  ditolak yang berarti data residual terdistribusi tidak normal. Penelitian ini menggunakan asumsi *central limit theorem* di mana apabila jumlah observasi yang digunakan dalam penelitian cukup besar, yaitu  $n > 30$  maka asumsi normalitas dapat diabaikan (Gujarati, 2003). Dalam hal ini, pengujian asumsi klasik yang lainnya diabaikan.

Tabel 1: Hasil Statistik F

Model	ANOVA <sup>a</sup>				
	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	139.301	5	27.860	9.752	.000 <sup>b</sup>
Residual	1919.773	672	2.857		
Total	2059.074	677			

a. Dependent Variable: Y\_trans  
b. Predictors: (Constant), X5\_LEV, X1\_PAD, X4\_AGE, X3\_TYPE, X2\_ASSET

Berdasarkan hasil uji F di atas, menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 9,752 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang berarti model regresi dapat digunakan untuk menguji pengaruh variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yang terdiri dari variabel bebas PAD, ASSET, TYPE, AGE, dan LEV secara bersama-sama berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan pada *website* pemerintah daerah.

Tabel 2: Uji Statistik Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>		
Model	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.061	1.69021

a. Predictors: (Constant), X5\_LEV, X1\_PAD, X4\_AGE, X3\_TYPE, X2\_ASSET  
b. Dependent Variable: Y\_trans

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) di atas dapat diketahui bahwa nilai adjusted R square adalah 0,061 menjelaskan bahwa sebesar 6,1% variasi tingkat pengungkapan pada website pemerintah daerah dapat dijelaskan oleh variabel bebas (independen) yaitu PAD, ASSET, TYPE, AGE, dan LEV, sedangkan sisanya sebesar 93,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini

Tabel 3: Hasil Pengujian Hipotesis

Coefficients				
Model	Unstandardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	-1.653	2.796	-.591	.555
X1_PAD	1.121	.530	2.115	.035
X2_ASSET	.164	.100	1.638	.102
X3_TYPE	.459	.178	2.579	.010
X4_AGE	.013	.003	4.010	.000
X5_LEV	.943	.809	1.166	.244

a. Dependent Variable: Y\_trans

Berdasarkan hasil pengujian regresi di atas diketahui bentuk persamaan regresi berganda dalam penelitian ini adalah:

$$Y = -1,653 + 1,121 \text{ PAD} + 0,164 \text{ ASSET} + 0,459 \text{ TYPE} + 0,0713 \text{ AGE} + 0,943 \text{ LEV} + \varepsilon$$

Persamaan regresi di atas dapat diinterpretasikan bahwa konstanta sebesar -1,653 menyatakan bahwa jika variabel independen dianggap konstan, maka rata-rata tingkat pengungkapan pada website pemerintah daerah berkurang sebesar -1,653.

## PEMBAHASAN

Rasio pendapatan asli daerah memiliki pengaruh terhadap tingkat pengungkapan pada website pemerintah daerah. Pemerintah daerah yang memiliki PAD tinggi akan menunjukkan kepada para *stakeholder*-nya bahwa mereka telah menghasilkan kinerja yang tinggi (Puspita dan Martani, 2012). Pendapatan asli daerah sebagai sumber pendapatan dari kegiatan ekonomi pemerintah daerah menunjukkan tingkat kemandirian pemerintah untuk membiayai kegiatan operasionalnya sendiri. Berdasarkan penelitian Laswad *et al.* (2005), besarnya kemampuan daerah dalam membiayai sendiri kegiatannya menunjukkan kinerja pemerintahan yang baik. Hasil penelitian ini mendukung Laswad *et al.* (2005) yang menemukan bahwa kekayaan asli pemerintah daerah berhubungan secara positif signifikan terhadap

pengungkapan yang lebih atas informasi keuangan pada situs resminya.

Hasil penelitian membuktikan bahwa ukuran pemerintah daerah berpengaruh terhadap pengungkapan pada website. Hal ini sejalan dengan Martani *et al.* (2014) yang menyatakan bahwa ukuran pemerintah daerah tidak berpengaruh terhadap tingkat pengungkapan LKPD. Setyaningrum dan Syafitri (2012) menemukan bahwa hubungan yang tidak signifikan ini dikarenakan aset yang dimiliki pemerintah daerah biasanya berjumlah sangat besar dan tidak diiringi dengan kemampuan yang memadai atas pencatatan aset sesuai dengan standar yang berlaku. Hal ini menjadi kendala untuk melaporkannya dalam laporan keuangan.

Selanjutnya, penelitian ini membuktikan adanya hubungan antara tipe pemerintah daerah dengan tingkat pengungkapan pada website. Pemerintah daerah kota dengan tingkat kemajemukan masyarakat yang lebih tinggi memiliki insentif untuk menciptakan suatu sistem keterbukaan kepada masyarakatnya. Styles dan Tennyson (2007) menyatakan bahwa kota-kota besar dengan tingkat pelayanan yang lebih tinggi cenderung menghasilkan website yang lebih canggih. Penelitian ini mendukung temuan Laswad *et al.* (2005) yang menyatakan bahwa tipe pemerintahan yang berbentuk kota yang penduduknya lebih besar dan beragam, situs pemerintah daerahnya lebih canggih dan lebih banyak informasi yang diungkapkan pada situsnya.

Keberadaan pemerintah daerah dengan umur yang relatif lebih lama menunjukkan tingkat kelembagaan yang lebih *mature*. Pemerintah daerah yang telah lama berdiri juga telah memiliki pengalaman dalam pengelolaan organisasinya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Setyaningrum dan Syafitri (2012) yang menyebutkan pemerintah daerah yang telah lama berdiri memiliki pengalaman lebih banyak dan kemampuan dalam pengelolaan infrastruktur serta keuangan daerah yang lebih stabil untuk mengembangkan pemanfaatan internet.

Besarnya pembiayaan utang pemerintah daerah tidak menjadi insentif bagi pemerintah daerah untuk memberikan pengungkapan yang lebih. Hal ini dimungkinkan karena pemerintah daerah tersebut cenderung mengambil kebijakan untuk mengurangi pengungkapan informasi agar tidak menjadi sorotan pemberi pinjaman (Rahman *et al.*, 2013). Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Araujo dan Romero (2012).

## KETERBATASAN

Faktor-faktor yang memengaruhi tingkat pengungkapan pada website pemerintah daerah dalam penelitian ini hanya terdiri dari lima variabel independen, yaitu rasio pendapatan asli daerah, ukuran, tipe, umur administratif, dan pembiayaan utang pemerintah daerah. Hal ini mengakibatkan karakteristik pemerintah daerah yang melakukan pengungkapan informasi pada website belum sepenuhnya dapat dijelaskan. Selain itu, penggunaan instrumen dengan sistem pemberian skor atas pengungkapan informasi pada website pemerintah daerah dilakukan hanya pada skala kuantitas dan tidak menilai kualitas informasi dari pengungkapan. Hal tersebut menyebabkan pengukuran atas pengungkapan informasi pada website belum mencakup informasi yang komprehensif mengenai praktik dan pengungkapan yang dilakukan.

## KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh dari rasio pendapatan asli daerah, ukuran, tipe, umur administratif, dan pembiayaan utang pemerintah daerah terhadap tingkat pengungkapan pada *website* pemerintah daerah kabupaten dan kota di Indonesia pada tahun 2012, 2013, dan 2015 dengan menggunakan 678 pemerintah daerah sebagai sampel penelitian. Hasil pengujian dalam penelitian ini menyimpulkan bahwa tingkat pengungkapan pada *website* pemerintah daerah di Indonesia dipengaruhi oleh rasio pendapatan asli daerah, tipe, dan umur pemerintah daerah, sedangkan ukuran dan pembiayaan utang pemerintah daerah tidak memiliki pengaruh.

## DAFTAR PUSTAKA

1. Aminah, Lindrianasari, and Rosmiaty. 2016. *Good Government Governance and Opinions of The Audit Board of Republic Indonesia*. International Journal of Monetary Economics and Finance, Vol. 9, No. 2.
2. Araujo, J.F., and Tejedro-Romero, F. 2012. *Political and Economic Determinant of Information Transparency in Spanish Local Government*. The Fourth of Global Conference in Transparency Research: 1 - 17
3. Beattie, V., & Pratt, K. (2001). *Business reporting: Harnessing the power of the internet for users*. Edinburgh: Institute of Chartered Accountants of Scotland.
4. Craven, B., and Marston, C.1999. Financial Reporting on the Internet by Leading UK Companies. *The European Accounting Review* 8(2), 321-333.
5. Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Edisi 5. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
6. Ghozali, Imam. 2007. *Teori Akuntansi*. Edisi 3. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
7. Hendriyani, R. dan Tahar, A. 2015. Analisis Faktor-faktor Yang Memengaruhi Tingkat Pengungkapan Laporan Keuangan Pemerintah Provinsi di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE.)* 22(1): 25 -33
8. Hossain, M. and Hammami, H. 2009. *Voluntary Disclosure in The Annual Reports of An Emerging Country: The Case of Qatar*. Advances in Accounting, Incorporating Advances in International Accounting.
9. Jensen, M.C. and Meckling, W.H. 1976. *Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Cost, and Ownership Structure*. Journal of Financial Economics. Volume 3, 305-360.
10. Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi. 2012. *Penataan Tata Laksana Dalam Rangka Penerapan e-Government*. Deputi Bidang Tatalaksana.
11. Kusumawati, Dwi Novi. 2007. "Profitability and Corporate Governance Disclosure: An Indonesian Study", *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, Vol. 10, No. 2, Hal. 131-146
12. Laswad, F., Fisher, R. and Oyelere, P. 2005. *Determinants of Voluntary Internet Financial Reporting by Local Government Authorities*. Journal of Accounting and Public Policy, 24, 101-121.
13. Mardiasmo. 2006. *Perwujudan Transparansi dan Akuntabilitas Publik Melalui Akuntansi Sektor Publik: Suatu Sarana Good Governance*. Jurnal Akuntansi Pemerintahan Vol.2 (1).
14. Martani, D., Nastiti, D., dan Wicaksono, P. 2014. *Disclosure of Non Financial Information About Public Services on the Official Website of Local Governments in Indonesia*. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*. 66 (2): 500 – 512
15. Moon, M. Jae. 2002. *The Evolution of E-Government among Municipalities: Rhetoric or Reality?*. *Public Administration Review*, July/Agust, Vol 62 (4): 424 – 433.



16. Novianty, Risca, Budi Hermana, Avinanta Tarigan, dan Henny Medyawati. 2013. *Proceeding of the Second International Conference on Advances in Information Technology*.
17. Puspita, Rora dan Dwi Martani. 2012. *Analisis Pengaruh Kinerja dan Karakteristik Pemda Terhadap Tingkat Pengungkapan dan Kualitas Informasi dalam Website Pemda*. Banjarmasin: Simposium Nasional Akuntansi 15.
18. Rahman, A., Sutaryo, dan Budiatmono, A. 2013. *Determinan Internet Financial Local Government Reporting in Indonesia*. Simposium Nasional ed Akuntansi XVI Manado. 1299 – 1323
19. Reddick, C. G. 2004. *A two stage model of e-government growth: Theories and empirical evidence for U.S. cities*. *Government Information Quarterly* Vol 21, 51 – 64.
20. Setyaningrum, D., dan Syafitri, F. 2012. *Analisis Pengaruh Karakteristik Pemerintah Daerah Terhadap Tingkat Pengungkapan Laporan Keuangan*. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia* 9(2): 154 – 170
21. Serrano-Cinca, Carlos, Mar Rueda-Tomas, and Pilar Portillo-Tarragona. 2008. *Factors Influencing e-disclosure in Local Public Administrations*. Working Paper No.2008-02, Facultad de Ciencias Economicas y Empresariales, Universidad de Zaragoza.
22. Spence, M. 1973. *Job Market Signaling*. *The Quarterly Journal of Economics*, 87 (3), 355 – 374.
23. Styles, Alan K., Mack Tennyson. 2007. *The Accessibility of Financial Reporting U.S. Municipalities on The Internet*. *Journal of Public Budgeting, Accounting & Financial Management*, 19 (1), 56 – 92.
24. Sumarjo, Hendro. 2010. *Pengaruh Karakteristik Pemerintah Daerah Terhadap Kinerja Keuangan Pemerintah Daerah*. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*. Vol. 13, No.1.
25. Suwardjono. 2005. *Teori Akuntansi: Perekayasa Pelaporan Keuangan*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: BPF
26. Zimmerman, Jerold L. 1977. *The Muncipal Accounting Maze: An Analysis of Political Incentives*. *Journal of Accounting Research*. Vol. 15, 107 – 144.



## Pengaruh Pengungkapan (*Disclosure*) Terhadap Biaya Dana Perusahaan

Tri Joko Prasetyo, [trijokpras@yahoo.com](mailto:trijokpras@yahoo.com) ;  
Doni Warganegara [doni.warganegara@feb.unila.ac.id](mailto:doni.warganegara@feb.unila.ac.id) ,  
Marselina, [ikbal\\_tawakal@yahoo.com](mailto:ikbal_tawakal@yahoo.com),

University of Lampung , Indonesia

---

**Abstract:** Disclosure dilakukan oleh perusahaan selain untuk mengurangi asimetri informasi juga untuk mengurangi cost of capital bagi investor yang diukur dengan cost of asset pricing model ( CAPM ). Penelitian ini menarik karena selama ini pengaruh disclosure terhadap asimetri informasi yang diukur dengan selisih harga penawaran dan permintaan di pasar modal (bid-ask), namun terhadap manfaat bagi emiten masih sedikit. Secara teori dinyatakan bahwa manfaat disclosure bagi perusahaan akan mengurangi asimetri informasi sehingga akan mengurangi biaya dana atau tingkat suku bunga hutang bagi perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh disclosure pada biaya hutang, biaya modal dan risiko perusahaan. Sampel penelitian adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian menemukan bahwa (1) disclosure tidak mempengaruhi biaya dana dari hutang dan biaya modal, (2) disclosure mempengaruhi tingkat risiko perusahaan. Disarankan agar perbankan dalam menentukan tingkat suku bunga pinjaman tidak perlu seragam tetapi memperhatikan resiko perusahaan.

**Kata kunci :** disclosure,, biaya dana, risiko perusahaan, cost of capital.

---

### PENDAHULUAN

Masalah ekonomi informasi menjadi menarik untuk diteliti semenjak hadiah nobel diberikakepada Akerlof, A. Michael Spence dan Stiglitz. Asimetri informasi mempengaruhi tingkat risiko sehingga asimetri tinggi akan berpengaruh pada tingkat bunga di pasar kredit (Akerlof, 1970; Stiglitz dan Weiss, 1981; Berger dkk., 2001; Ivashika, 2009; Moerman, 2010; Apergis dan Stebunous, 2013). Makin *disclosure* perusahaan makin kecil asimetri informasi yang terjadi. Kaitan asimetri informasi dengan *disclosure informasi* dikemukakan oleh Diamond dan Verrechia (1991), Botosan (1997), Komalasari (2001), Mardiyah, (2002)., dimana biaya modal diukur dengan biaya ekuitas yaitu biaya modal di bursa efek untuk investor bukan bagi perusahaan penerbit disclosure.

Laporan keuangan tahunan merupakan media utama penyampaian informasi oleh manajemen ke pihak-pihak luar perusahaan yang memerlukan informasi tentang perusahaan untuk pengambilan keputusan. Informasi yang disampaikan dalam laporan keuangan dikelompokkan dalam *mandatory disclosure* dan *voluntary disclosure*. *Disclosure* adalah sinyal

yang diberikan oleh manajer kepada investor tentang kondisi perusahaan guna mengambil keputusan dan mengurangi kesenjangan informasi ( Chang dkk., 1983; Komalasari, 2002; Mardiyah, 2002).

Pemerintah melalui Surat Keputusan Bapepam Tanggal 13 Maret 2000 tentang Pedoman Penyajian Laporan Keuangan yang kemudian disempurnakan dengan Surat Edaran Ketua Bapepam nomor 02/PM/2002 memberikan ketentuan tentang kewajiban minimal yang harus diungkapkan dalam laporan keuangan. Dengan ketentuan ini maka diharapkan pemakai laporan keuangan memperoleh informasi yang mencukupi untuk pengambilan keputusan dan mengurangi asimetri informasi yang ada.

Jogiyanto (2008) mengemukakan perusahaan yang melakukan *go public* akan meningkatkan *disclosure* informasi ke pasar. *Disclosure* ke pasar memerlukan biaya namun salah satu tujuannya adalah untuk menurunkan biaya modal/dana yaitu biaya kebutuhan modal perusahaan untuk operasional perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *disclosure* terhadap biaya modal atau biaya dana perusahaan. Biaya modal pada penelitian ini adalah biaya dana yaitu dana untuk modal kerja,

modal investasi yang meliputi tingkat biaya bunga hutang dan biaya perusahaan dari biaya modal saham. Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kebijakan tentang manfaat disclosure bagi perusahaan sehingga akan lebih meningkatkan transparansi.

## TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### Teori Asimetri Informasi

Artikel tentang asimetri informasi saat menarik diteliti sejak Akerlof (1970) menulis informasi asimetri harga pada pasar *lemons*. Akerlof mengungkapkan, dipasar, penjual memiliki informasi lebih banyak dari pembeli. Akibatnya pembeli akan hati-hati dengan cara menawar serendah mungkin sehingga keseimbangan pasar akan sulit terbentuk, untuk itu disarankan reputasi penjual menjadi solusi. Lebih lanjut Akerlof juga menjelaskan asimetri informasi yang terjadi di pasar kredit dan khususnya banyak terjadi di negara-negara sedang berkembang, maka suku bunga yang tinggi dikenakan bank, untuk mengantisipasi asimetri informasi debitur secara lengkap melalui reputasi debitur. Spence (1973) menguraikan adanya asimetri informasi di pasar tenaga kerja, dimana, solusinya adalah pihak perusahaan akan menseleksi calon pendaftarannya menggunakan sinyal berupa tingkat pendidikan calon pekerja, surat kelakuan baik, cek kesehatan dll. Pekerja yang memiliki keahlian memadai adalah yang memiliki pendidikan mencukupi, dengan demikian tingkat pendidikan memiliki korelasi positif dengan produktifitas pekerja. Stiglitz dan Rothschild (1976) mengembangkan tulisan pertamanya tentang asimetri informasi pada pasar asuransi, dengan memperkenalkan konsep *screening* yaitu dengan menawarkan berbagai macam kontrak yang mendorong agen untuk memperoleh informasi yang akurat tentang risikonya melalui suatu proses seleksi diri sendiri. Berle dan Means (1933) adalah ekonom yang pertama yang secara spesifik mengidentifikasi asimetri informasi sebagai problem untuk manajemen perusahaan yang disebutnya dengan *problem keagenan*, yang merupakan masalah klasik dari asimetri informasi. Simon (1955) mengaitkannya dengan *bounded rationality*. Vickrey (1961) dan Mirreles (1971) menyatakan informasi memiliki nilai, ketidaksempurnaan informasi ini dapat menyebabkan ketidakefisienan.

Implimentasi asimetri informasi ini dilanjutkan oleh Smith (1776) dengan melihat ada perilaku debitur yang berbeda ketika terjadi perubahan tingkat suku bunga di pasar kredit. Walras (1874) menemukan keseimbangan umum tidak tercapai karena ada proses informasi. Walras (1874), Rosser, (2001) mengemukakan adanya masalah informasi yang serius pada sektor riil. Terkait dengan negara, Hayek (1945) menemukan bahwa model sentralistis tidak efisien karena adanya asimetri informasi. Stiglitz dan Weiss (1981) menjelaskan untuk mengurangi asimetri informasi, perbankan akan menggunakan suku bunga sebagai alat *screening*. Debitur dengan asimetri informasi yang tinggi akan dikenakan suku bunga tinggi, dan sebaliknya. Berger, Klepper dan Udell (2001) meneliti pengaruh asimetri informasi terhadap tingkat spread bank dengan sampel Negara Argentina dan beberapa Negara Amerika latin hasilny menemukan bahwa asimetri informasi berpengaruh positif terhadap spread bank. Gaul dan Stebunous (2008) meneliti adanya asimetri informasi di pasar kredit menemukan bahwa di pasar kredit terdapat asimetri informasi dan pengusaha berusaha melakukan asimetri informasi untuk memperoleh keuntungan. Ivashika V (2009), Moerman (2010) menemukan bahwa asimetri informasi mempengaruhi suku bunga dan jangka waktu kredit. Apergis dan Alevizopoulou (2013) menemukan bahwa asimetri informasi mempengaruhi pertumbuhan kredit.

### Teori Disclosure

Laporan keuangan akan mengkomunikasikan informasi kondisi keuangan dan informasi lainnya kepada pemegang saham, kreditor dan stakeholder lainnya. Informasi yang diungkap dalam laporan keuangan meliputi laporan wajib (*mandatory disclosure*) dan disclosure sukarela (*voluntary disclosure*). *Disclosure wajib* di Indonesia diatur oleh Bapepam melalui surat keputusan Ketua Bapepam No.Kep-17/PM/1995 yang disempurnakan dengan Surat Keputusan Ketua Bapepam nomor Kep-97/PM/1996. SK Bapepam No Kep-06/PM/2000 berisi tentang Penyajian Laporan Keuangan dan SE Ketua Bapepam no.02/PM/2002 tentang pedoman penyajian dan *disclosure* laporan keuangan emiten atau perusahaan publik. Laporan keuangan disusun sesuai dengan prinsip akuntansi Indonesia dengan menggunakan standar laporan keuangan dunia (IFRS). *Disclosure* sukarela merupakan informasi yang melebihi dari yang diwajibkan oleh peraturan dan merupakan inisiatif manajemen untuk memberikan

informasi keuangan atau informasi lainnya yang relevan untuk keputusan para stakeholder (Meek, Robert dan Gray, 1995).

### 2.3. Pengaruh Disclosure Terhadap Biaya Modal

Terdapat beberapa penelitian tentang pengaruh disclosure terhadap biaya modal/capital dengan proksi pengukuran *bid-ask*. Dye (1990), Botosan (1997) menemukan bahwa *disclosure* memiliki pengaruh terhadap biaya modal. Komalasari dan Baridwan (2001), Mardiyah (2002) menemukan bahwa makin besar *disclosure* makin kecil asimetri informasi sehingga semakin kecil biaya modal. Putri (2013) menemukan makin banyak perusahaan melakukan makin menurun risiko perusahaan.

#### Pengembangan Hipotesis

#### Pengaruh Disclosure terhadap Biaya Dana

Manajemen dalam membuat keputusan tentang disclosure mempertimbangkan biaya dan manfaat. Pertimbangan manfaat adalah manfaat bagi manajemen. *Disclosure* informasi memerlukan biaya sehingga perusahaan yang *go public* biaya *disclosure* makin besar (Jogiyanto, (2012). Peraturan pemerintah tentang disclosure lebih menekankan manfaat *disclosure* bagi investor dan calon investor sehingga manfaat *disclosure* masih dirasakan di pasar sekunder yaitu di bursa saham.

Demsetz (1968), Copeland dan Galai (1983), Diamond dan Verrechia (1991), Botosan (1997) menemukan bahwa *disclosure* mempengaruhi biaya modal. Namun Klein dan Bawa (1976), Hamda dan Linn (1983), Clarkson dkk. (1996) . menemukan hal yang berbeda bahwa tingkat *disclosure* tidak berpengaruh terhadap pada biaya modal. Ketidakkonsistenan ini diduga disebabkan karena ukuran perusahaan yang berbeda, untuk UMKM, *disclosure* akan berpengaruh negatif pada biaya dana, sedangkan untuk perusahaan besar sebaliknya. Perusahaan dalam menghasilkan informasi memerlukan biaya sehingga perusahaan akan mempertimbangkan manfaat dan biayanya. Jogiyanto (2012) mengungkapkan bahwa keuntungan dari perusahaan yang *go public* adalah kemudahan akses pasar sehingga kemudahan memperoleh dana dan biaya dana yang lebih murah. Berdasarkan hal tersebut maka hipotesis yang diturunkan sbb:

**H1 : *Disclosure* berpengaruh negatif terhadap biaya dana bagi perusahaan yang mengungkapkan.**

*Disclosure* membuat informasi tentang perusahaan makin banyak sehingga pengambilan keputusan lebih baik. Dengan informasi yang makin banyak, asimetri informasi akan semakin berkurang. Asimetri informasi adalah perbedaan tingkat informasi yang dimiliki oleh pihak yang bertransaksi. Maka dengan adanya pengungkapan wajib dan sukarela hipotesa yang diturunkan sebagai berikut:

**H2 : *Disclosure* berpengaruh negatif terhadap tingkat risiko perusahaan.**

Tingkat asimetri informasi mempengaruhi tingkat suku bunga (Akerlof, 1970; Stiglitz dan Weiss, 1981, Ivashika, 2009; Moerman, 2010). Dengan demikian perusahaan yang mengungkapkan informasi ke pasar berharap biaya bunga atas hutang dan biaya atas penjualan saham akan semakin kecil, dengan demikian diharapkan tingkat disclosure akan berpengaruh negatif terhadap biaya dana sehingga hipotesis sbb:

**H3 : *Disclosure* berpengaruh negatif terhadap tingkat bunga hutang perusahaan**

#### METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia, Bapepam, PT Indonesian Capital Market Electronic Library, data dari internet [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id), yahoo finance dan dari [bi.go.id](http://bi.go.id). Sampel penelitian adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang mempublikasi laporan keuangan tahun 2009 sampai dengan tahun 2016.. Sampel perusahaan yang terpilih sebanyak 35 perusahaan.

#### Pengukuran Variabel

Penggunaan indeks *disclosure* mengacu pada penelitian Botosan (1997) yaitu = Jumlah item disclosure/ jumlah yang seharusnya. Biaya hutang dihitung tingkat bunga atas pinjaman. Pengukuran *cost of capital* atau *cost of fund* adalah biaya dana yang diperoleh untuk menjalankan usaha yaitu dari hutang dan dari modal saham yang diukur secara rata-rata tertimbang. Perusahaan memperoleh dana dari hutang yang menimbulkan beban bunga dan dari modal yang menimbulkan beban biaya modal. Pengukuran Biaya



dana penelitian ini adalah :

$$WACC = \frac{E}{V} * Re + \frac{D}{V} * Rd * (1 - Tc)$$

Re = biaya dana equitas

Rd = biaya bunga hutang

E = market value of the firm's equity

D = market value of the firm's debt

$$V = E + D$$

E/V = percentage of financing that is equity

D/V = percentage of financing that is debt

Tc = corporate tax rate

### Alat Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan statistic multivariate yaitu regresi, dengan model ekonometrik sebagai berikut:

$$\text{Biaya bunga} = \alpha + \beta_1 (\text{Disclosure}) + \beta_2 \text{Size} + e$$

$$\text{Informasi} = \alpha + \beta_1 (\text{Disclosure}) + \beta_2 \text{Size} + e$$

$$\text{Biaya dana} = \alpha + \beta_1 (\text{Disclosure}) + \beta_2 \text{Size} + e$$

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pengaruh Disclosure terhadap Biaya Dana

Berdasarkan regresi linear sederhana diperoleh hasil bb:

**Tabel. Hasil Regresi Pengaruh Disclosure Terhadap Beban Bunga**

		t stat	F test	R-square	Keterangan
int	0,144	0,0002	0,111	0,0337	Tidak signifikan
X1	0,001	0,916			Tidak signifikan

*Disclosure* tidak mempengaruhi biaya bunga bagi emiten. Hasil uji ini bertentangan dengan teori. Hal ini dikarenakan ketika perusahaan melakukan disclosure, perusahaan akan mempertimbangkan biaya dan manfaat. Bila manfaat yang diperoleh lebih besar daripada biayanya, maka motivasi emiten untuk melakukan disclosure lebih tinggi.

Biaya bunga bank atas hutang ternyata tidak dipengaruhi secara signifikan oleh tindakan disclosure ini. Hal ini menunjukkan bahwa bank selama ini belum banyak mempertimbangkan variabel disclosure dalam

menentukan suku bunga, lebih nyaman menggunakan system bunga yang seragam. Tingkat suku bunga bank pada debitur yang dikenakan secara sama besar membuat tingkat disclosure tidak mempengaruhi biaya dana.

### Pengaruh Disclosure pada Risiko

Disclosure mempengaruhi asimetri informasi sehingga akan mempengaruhi tingkat risiko perusahaan. Pada penelitian ini risiko perusahaan diukur dengan beta pasar. Adapun hasil pengujian pengaruh disclosure terhadap risiko sebagai berikut ini.

**Tabel. Pengaruh Disclosure Terhadap Tingkat Risiko**

		t-stat	F test	R2	Ket
Intersep	0,260	4,196	6,173	0,1576	Signifikan
X1	-0,40	-2,48			Signifikan

Dari hasil pengujian menunjukkan bahwa *disclosure* mengurangi asimetri informasi sehingga menurunkan tingkat risiko perusahaan. Makin banyak perusahaan melakukan disclosure, makin kecil risiko perusahaan. Disclosure akan mengurangi fluktuasi nilai saham pada nilai pasar sehingga disclosure memberikan manfaat pada tingkat risiko pasar.

### Pengaruh Disclosure terhadap Biaya Dana

Disclosure mempengaruhi asimetri informasi sehingga akan mempengaruhi tingkat biaya modal yang pada penelitian ini menggunakan *capital asset pricing model*. Adapun pengaruh *disclosure* terhadap biaya modal sebagai berikut ini.

**Tabel. Pengaruh Disclosure Terhadap Biaya Dana**

		t-stat	Ftest	R2	Keterangan
intersep	5,661	5,004	2,137	0,1523	Tidak Signifikan
X1	-4,3690	-1,461			Tidak Signifikan

Penelitian ini menemukan bahwa *disclosure* mempunyai hubungan negative terhadap biaya modal, namun pengaruhnya tidak signifikan. Hasil ini berbeda dengan teori dan beberapa penelitian terdahulu. Hal ini terjadi karena biaya bunga bank biasanya dikenakan seragam kurang berdasarkan biaya modal.

## SIMPULAN DAN REKOMENDASI

### Simpulan

1. Tingkat disclosure tidak signifikan mempengaruhi biaya dana khususnya tingkat bunga dan biaya modal
2. Tingkat disclosure signifikan mempengaruhi tingkat risiko..

### Rekomendasi

1. Penelitian ini diperluas dengan sampel perusahaan yang melakukan pencarian dana berupa hutang obligasi apakah tingkat disclosure akan mempengaruhi harga obligasi.
2. Sampel perusahaan adalah perusahaan yang melakukan *right issue* sehingga dengan tingkat disclosure akan mempengaruhi *undervalue* atau *overvalue* saham.

## REFERENSI

- Akerlof, G.A, 1970; "The Market for Lemons: Quality Uncertainty and the Market Mechanism" *The Quarterly Journal of Economics*, vol.84. No.3 Aug. pp.488-500
- Ariccia, G.D. 1998; "Asymmetric Information and the Market Structure of the Banking Industry", *IMW Working Paper*, June. Pp 1-31.
- Atiase Rowland K, 1985; "Predisclosure Information, Firm Capitalization and Security Price Behavior Around Earnings Announcements" *Journal of Accounting Research* vol.23. no.1 Spring, 21-36.
- Botosan, Cristine A. 1997; "Disclosure Level and The Cost of Equity Capital" *The Accounting Review*. Vol. 7 No.3. July; 323-349
- Freeman, R.H. 1987 : "The Association Between Accounting Earnings and Security Return for Large and Small Firms" *Journal of Accounting and Economics* 9, 195-228.
- Fungacova Z., Godlewski dan Weill, 2009, "Asymmetric Information and Loan Spread in Rusia: Evidence from Syndication Loans" *Working paper, google.com*.
- Gupta, M.C.R., dan Heffner, 1972; "A Cluster Analysis Study of Financial Ratios and Industry Characteristics" *Journal of Accounting Research*, Spring. 77-94.
- Hahn, J.H. & Mishkin, F.S. 2000; "The Korean Financial crisis: an asymmetric information perspective", *Emerging Markets Review*. pp21-52.
- Holod D. & Peek, J. 2004; "Asymmetric Information and Liquidity Constraints : A More Complete Test". *Departement of Economics, University of Kentucky, Lexington*. Google.com.
- Ivashika V. 2009. "Asymmetric information effects on loan spread" *Journal of Financial Economics*, vol.92 issue, May, pp. 300-319.
- Jogiyanto, H.M. 2010; "Teori Portofolio dan Analisis Investasi" Edisi 7, *BPFE Jogjakarta*.
- Kelly, K. dan Patricia, M.T., 2010; "The Effects of Profit-Sharing and Feedback on Sustainability of Cooperation", *Journal of Management Accounting Research*, Vol.22, pp.251-269.
- Khomasyah dan Susanti, 2003 "Disclosure Asimetri Informasi dan Cost of Capital" *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*. Vol.5. No.3 Desember 237-257.
- Komalasari, Puput dan Baridwan Z, 2001 "Asimetri Informasi dan Cost of Equity Capital" *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia Vol.4 No.2 Januari* 64-81.
- Kuang, Xi dan Moser, D.V. 2009; "Reciprocity and the Effectiveness of Optimal Agency Contracts", *The Accounting Review* Vol.84.No.5, pp.1671-1694.
- Livingston M. 1977; "Industry Movement of Common Stocks", *The Journal of Finance*, June, 861-874.
- Mardiyah, AA. 2002; "Pengaruh Asimetri Informasi dan Disclosure terhadap Cost of Capital" *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia* Vol2 Mei; 229-256.
- Moerman, R.W.2010. "The Impact of Information Asymetry on Debt Pricing and Maturity" *Chicago Booth School of Business, google.com*.
- Rabin M (1993); "Incorporating Fairness into Game Theory and Economics", *American Economic Review* 83, pp.1282-1302.
- Reburn J.P. 1994; "Anoteof Firm Size, Information Availability and Market Reaction to US Stock Ownership Reporting Announcements" *Journal of Business and Accounting*, April 445-455.
- Rosset Jr. J.B., 2001; "A Nobel Price for Asymmetric Information: The Economic Contributions of George Akerlof, Michael Spence, and Joseph Stiglitz" *rosserjb@jmu.edu*, 1-46.
- Schwartz, 1986; "The Battle for Human Nature" New

York, Norton  
Scott W.R. 2006;" Financial Accounting  
Theory",*Pearson Prentice Hall*, Canada  
Spence, A.M., 1973;"Job market signaling", *Quarterly*

*Journal of Economics*, 87. Pp.355-374.  
Stiglitz, J.E & Rothschild, M.E.,1981;"Credit  
Rationing in market with imperfect information",  
*American Economic Review*, 71 pp.393-410.



# Hubungan Amnesti Pajak Dan Kepatuhan Wajib Pajak Pada Kantor Pelayanan Pajak Bandar Lampung

Yuliana

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Prasetya Mandiri, Lampung.

**Abstrak:** Kemajuan suatu negara tidak terlepas dari pendapatan yang diperoleh baik dari hasil produksi ataupun hasil bumi. Selain dari hasil tersebut 70 persen atau 2/3 penerimaan negara bersumber dari pajak yang merupakan hasil terbesar. Penerimaan pajak yang menurun dengan latar belakang tersebut Presiden RI mengesahkan Undang-Undang Tax Amnesty Nomor 11 Tahun 2016 Tentang Pengampunan Pajak. Dengan adanya pengampunan pajak diharapkan tingkat kepatuhan wajib pajak dapat meningkat.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat hubungan amnesti pajak terhadap kepatuhan wajib pajak Pada Kantor Pelayanan Pajak Di Bandar Lampung. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para wajib pajak badan di Kantor Pelayanan Pajak Bandar Lampung. Metode pengumpulan data adalah data primer dengan menyebarkan angket (kuesioner).

Untuk mengetahui tingkat hubungan amnesti pajak dan kepatuhan wajib pajak menggunakan Teknik analisa uji korelasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa amnesti pajak dan kepatuhan wajib pajak mempunyai tingkat hubungan sebesar 0,90 yang berarti bahwa dengan adanya amnesti pajak akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

**Kata kunci:** Amnesti Pajak dan Kepatuhan Wajib Pajak

## PENDAHULUAN

Kemajuan suatu negara tidak terlepas dari pendapatan yang diperoleh baik dari hasil produksi ataupun hasil bumi. Selain dari hasil tersebut 70 persen atau 2/3 penerimaan negara bersumber dari pajak yang merupakan hasil terbesar.

Pajak adalah pungutan atau iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang – undang sehingga dapat dipaksakan dengan tidak mendapatkan balas jasa secara langsung.

Pada tahun 2015 bahwa realisasi penerimaan pajak sebesar Rp.1.055,61 triliun. Realisasi ini merupakan penerimaan pajak pertama kalinya dengan pencapaian diatas Rp.1.000 triliun. Penerimaan ini lebih besar 7,8% dari tahun 2014 dengan realisasi penerimaan Rp.985,13 triliun..

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari media one line saibumi.com bahwa realisasi penerimaan pajak yang diterima Direktorat Jenderal Pajak (DJP)

Kantor Wilayah Bengkulu dan Lampung tanggal 31 Desember 2015 data realisasi dan target penerimaan pajak disajikan sebagai berikut:

Tabel : I. Penerimaan pajak Tahun 2015-2016

No.	Tahun	Realisasi	Target
1.	2015	Rp.,6,898 triliun	Rp.8,861triliyun
2.	2016	Rp. 7,8 triliun	Rp. 9,9 triliun

Penerimaan pajak tersebut menunjukkan masih rendahnya tingkat kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian Arifin (2016), mengatakan bahwa tingkat kepatuhan wajib pajak dapat dipengaruhi oleh tax amnesty.

Selain itu ada beberapa masalah kepatuhan yang juga dihadapkan pada era keterbukaan informasi terkait dengan automatic exchange of tax information (AEOI) dimulai implementasi september tahun 2018.

Berikut ini merupakan beberapa alasan mengapa Indonesia perlu memberikan tax amnesty kepada para pembayar pajak, antara lain:

1. Adanya harta milik warga negara baik di dalam maupun di luar negeri yang belum atau belum seluruhnya dilaporkan dalam Surat Pemberitahuan Tahunan Pajak Penghasilan.
2. Tax amnesty digunakan untuk meningkatkan penerimaan negara dan pertumbuhan perekonomian serta kesadaran dan kepatuhan masyarakat dalam pelaksanaan kewajiban perpajakan, dan perlu menerbitkan kebijakna pengampunan.
3. Adanya kasus Panama Pappers
4. Dengan adanya alasan tersebut yang dijadikan sebagai latar belakang adanya Tax amnesty maka pada tanggal 1 Juli 2016 lalu, Presiden RI mengesahkan Undang-Undang Tax Amnesty Nomor 11 Tahun 2016 Tentang Pengampunan Pajak.

Dengan adanya peraturan ini, Pemerintah mengharapkan para pengusaha yang memiliki banyak aset di luar negeri akan memindahkan aset nya ke Dalam Negeri (Indonesia). Dengan begitu, jika banyak pengusaha yang memindahkan asetnya, otomatis dapat meningkatkan pendapatan pajak negara. Peraturan ini di khususnya untuk para pengusaha yang memiliki aset di luar negeri, Untuk anda para wajib pajak di dalam negeri pun, akan diberikan pengampunan pajak. Terutama untuk mereka yang selama ini laporannya tidak benar dan cenderung mengabaikan atau tidak tahu tentang pajak usahanya, sekarang inilah saat yang tepat untuk memulainya.

Berkenaan dengan kepatuhan wajib pajak sekitar 250 juta wajib pajak di Indonesia hanya 50 juta yang mempunyai Nomor Pokok Wajib Pajak. Kepatuhan wajib pajak menurut Arum (2012), baik berkenaan dengan kesadaran wajib pajak, otoritas pajak layanan ataupun sanksi perpajakan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Menurut Irmayani 2015, menyatakan hasil penelitiannya bahwa modernisasi sistem administrasi perpajakan memiliki dampak terhadap kepatuhan wajib pajak.

Irmayani (2015), menyatakan bahwa program-program untuk mewujudkan modernisasi budaya organisasi tidak dapat digunakan sebagai upaya untuk meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak.

Dari hal tersebut saya tertaik untuk melakukan

penelitian mengenai hubungan amnesti pajak dan kepatuhan wajib pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Bandar Lampung..

## METODOLOGI

Subjek penelitian adalah seluruh peserta wajib pajak pada Kantor Pelayanan wajib pajak di wilayah Bandar Lampung. Yang meliputi Kantor Pelayanan Pajak Kedaton, Tanjung Karang dan Kantor Pelayanan Pajak Teluk Betung.

penentuan jumlah sampel menggunakan rumus slovin menurut Sujarweni (2012) aalah sebagai

$$\text{berikut: } n = \frac{N}{1+(NXe^2)}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = Populasi

E = Presentase kelonggaran ketidak terikatan karena keseluruhan pengambilan sampel yang masih diinginkan (nilai e=0,05 atau 5%)

Indikator yang digunakan untuk mengukur tentang kebijakan amnesti pajak adalah dengan adanya keterbukaan dalam pelaksanaan amnesti pajak,. perioditas adalah meliputi periode pelaksanaan amnesti pajak dan setiap perhitungan amnesti pajak dilakukan secara rinci..

Kepatuhan wajib Pajak dengan menggunakan Indikator bahwa wajib Pajak paham dan berusaha memahami undang – undang, wajib pajak selalu mengisi formulir pajak dengan benar,

Wajib pajak menghitung pajak dengan benar selalu membayar pajak tepat pada waktunya.

Masing – masing indikator dilakukan dengan cara menggunakan perhitungan 5 poin skala liket 5 poin Skala Likert, 1 untuk Sangat Tidak Setuju hingga 5 untuk Sangat setuju

Pengumpulan data: Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data sekunder diperoleh dari beberapa literatur yang ada ( teori dan empiris studi), musalnya jurnal, laporan dan buku lainnya. Sedangkan untuk teknik pengumpulan data primer dalam penelitian ini peneliti melakukan beberapa hal seperti observasi, wawancara penyebaran kuesioner dan dokumentasi.

Dalam kuesioner yang diisi setiap responden, kemudian dihitung dan diolah dengan menggunakan uji korelasi. yang dilakukan dalam penelitian ini yakni untuk menunjukkan tentang adanya hubungan variabel

x dan variabel y.. Koefisien korelasi untuk 2 buah variabel X dan Y dengan jumlah data sebesar N, dapat dihitung dengan menggunakan rumus yang dikembangkan oleh Karl Pearson, yaitu: (1)

$$r = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{N\sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Dimana:

$r_{yx1}$  = Koefisien korelasi antara variabel  $x_1$  dengan variabel y

N = Jumlah data/sampel

$\sum x_1$  = Jumlah data  $X_1$

$\sum Y$  = Jumlah dari Y

$\sum Y^2$  = Jumlah dari  $Y^2$

$\sum x_{1y}$  = Jumlah dari  $X_1.Y$

$b_1$  = koefisien dari regresi .

Koefisien korelasi menunjukkan berapa besar varians total satu variabel berhubungan dengan varians variabel lain. Hal ini berarti bahwa tiap nilai  $r$  perlu ditafsirkan posisinya dalam keterkaitan tersebut. Untuk memberikan tafsiran pada nilai koefisien korelasi, dapat digunakan referensi *guilford empirical rules* pada tabel 3.1.

Tabel 3.1. Penafsiran Koefisien Korelasi

Besar $r_{yx}$	Penafsiran
0,00 - < 0,20	Hubungan sangat lemah
$\geq 0,20$ - < 0,40	Hubungan rendah/Lemah
$\geq 0,40$ - < 0,70	Hubungan sedang/ cukup
$\geq 0,70$ - < 0,90	Hubungan kuat
$\geq 0,90$ - $\leq 100$	Hubungan sangat kuat

Setelah nilai koefisien korelasi diperoleh, nilai koefisien determinasi juga dapat diperoleh dengan persamaan berikut [2] :

$$KP = (R_{x_1, x_2, y})^2 \times 100\%$$

Nilai KP pada persamaan di atas menunjukkan seberapa besar nilai variabel bebas  $x_1$  atau  $x_2$ ... mempengaruhi nilai variabel terikat y. Nilai (1 - KP) akan menunjukkan persentase besarnya pengaruh faktor-faktor lain di luar faktor yang ada pada variabel bebas, dalam mempengaruhi variabel terikat y.

## PEMBAHASAN

Uji hipotesis Karl Pearson analisis dalapenelitian ini digunakan untuk mengetahui hubungan amnesti pajak terhadap kepatuhan wajib pajak. Adapun hasil analisis korelasi dengan menggunakan rumus Karl Pearson adalah sebagai berikut

$$r = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{N\sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

$$r = \frac{240.9792000 - (240)(4080)}{\sqrt{240.24000^2 - (240)^2} \sqrt{24069860^2 - (4080)^2}}$$

$$r = \frac{8812800}{\sqrt{576000 - 57600} \sqrt{16642320}}$$

$$r = \frac{8812800}{\sqrt{949012}}$$

$$r = 0,90$$

Hasil perhitungan diatas menunjukkan bahwa amnesti pajak dengan indikator Keterbukaan dalam pelaksanaan amnesti pajak, perioditas meliputi periode pelaksanaan amnesti pajak dan terinci setiap perhitungan amnesti pajak yang dilakukan memiliki hubungan yang sangat kuat yaitu  $r = 0,90$  atau 90%. Besarnya pengaruh faktor-faktor lain yaitu sebesar  $1 - 0,90 = 0,10$  atau 10% merupakan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## KETERBATASAN PELITIAN

Beberapa keterbatasan dalampenelitian ini untuk bahan revisi penelitian selanjutnya, agar hasil penelitian ini dapat digunakan secara luas, maka untuk peneliti berikutnya subjek penelitian tidak hanya terbatas pada Kantor Pelayanan Pajak Di Bandar Lampung yang menjadi subjek dalam penelitian ini, namun mungkin dapat menambah penelitian Pada Kantor Pelayanan Pajak di luar Bandar Lampung sebagai subjek penelitian.

Bagi peneliti selanjutnya perlu memasukkan variabel-variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini misalnya, tingkat kesadaran dan pengetahuan wajib pajak .

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uji korelasi dalam penelitian ini, maka diambil kesimpulan :

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat

tingkat hubungan yang sangat kuat antara amnesti pajak dan kepatuhan wajib pajak badan Pada Kantor Pelayanan Pajak Di Bandar Lampung.

Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa dengan adanya amnesti pajak dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak

#### DAFTAR PUSTAKA

1. Arum, Jarijanti Puspa And Zulaikha (2012), *Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pelayanan fiscus, dan Sangsi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Melakukan Kegiatan Usaha Dan Pekerjaan Bebas (Studi Di Wilayah Kpp Pratama Cilacap. Undergraduate thesis, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro*
2. Candra, R.H.dan Mujilan, 2013, Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan dan Kepatuhan Wajib Pajak, *Jurnal Riset Manajemen & Akuntansi* 1 (1): 1-9,5Lipka, O., & Siegel, L. S. (2012). The development of reading comprehension skills in children learning English as a second language. *Reading and Writing*, 25(8), 1873-1898.
3. Mardiasmo. 2013. *Perpajakan* (Edisi Revisi 2011). Jakarta: Penerbit Andi
4. Moleong, 2011 *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, Bandung :PT Remaja.
5. Mukhtar. 2013. *Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta : GP Press Group
6. Ngadiman dan Huslin: Pengaruh Sunset Policy, Tax Amnesty dan Sanksi Pajak terhadap kepatuhan wajib pajak *Jurnal Akuntansi/Volume XIX, No. 02, Mei 2015: 225-241*
7. Nasucha 2011, *Perpajakan dan Reformasi perpajakan*, Yogyakarta: Drahailmu.
8. *Peraturan Menteri Keuangan No. 118/PMK.03/2016 Tentang Amnesti Pajak.*
9. Ririn, Irmayani 2015, Pengaruh Penerapan Sistem Administrasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak, *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi, Sekolah aTinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Vol 4, No. I.Surabaya.*
10. Sujarweni, V. Wiranatanadan Poly Endaryanto, 2012, *Statistika Untuk Penelitian Yogyakarta, Graha Ilmu.*
11. Undang-Undang Tax Amnesty Nomor 11 Tahun 2016 Tentang Pengampunan Pajak,
12. Undang-Undang No. 16 Tahun 2009, *Tentang Pajak*
13. Wahyu, S. N, (2015) "Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Perorangan Masih Rendah". Dalam *Tribun Jogja*, 9 Februari: Yogyakarta

# Analisis Spasial Ekonomi dan Migrasi di Sumatera, Jawa, dan Bali

Arivina Ratih

Jurusan Ekonomi Pembangunan  
Universitas Lampung

---

**Abstrak :** Penelitian ini mengangkat fenomena migrasi risen penduduk yang terjadi di Sumatera, Jawa, dan Bali. Tujuan dilakukan penelitian adalah untuk memetakan kondisi migrasi risen di wilayah pengamatan Sumatera, Jawa, dan Bali. Kemudian untuk mengetahui kondisi ekonomi wilayah yang diamati di Pulau Sumatera, Jawa, dan Bali. Hal ini dirasakan perlu sebagai salah satu dasar memahami interaksi dan alasan migrasi penduduk antar wilayah. Tujuan terakhir adalah untuk mengetahui interaksi ekonomi antar wilayah menggunakan korelasi spasial dengan penimbang k-nearest region, di kaitkan dengan kondisi migrasi risen.

**Key words:** Bali, Jawa, Migrasi, Spasial, Sumatera

---

## PENDAHULUAN

Penduduk adalah sumber daya yang memiliki mobilitas cukup tinggi jika ditunjang oleh sarana dan prasarana pendukung yang baik. Penduduk akan cenderung bermukim di wilayah yang menguntungkan bagi kehidupannya, sehingga kepadatan penduduk yang tinggi biasanya terjadi di pusat-pusat pertumbuhan atau pusat-pusat aktivitas ekonomi. Pusat pertumbuhan utama umumnya terletak di kota besar, seperti ibukota kabupaten, provinsi ataupun ibukota negara.

Lasuen (1972) menyatakan pertumbuhan dapat menjadi cepat karena inovasi yang secara konsisten dijalankan industri atau perusahaan, sehingga berdampak pada pembangunan wilayah. Aktivitas industri atau perusahaan di suatu wilayah dapat menjadi magnet bagi penduduk untuk bergerak mendekat, saat populasi bertambah banyak maka tempat tersebut menjadi magnet bagi aktivitas produksi lainnya. Proses ini berlangsung terus-menerus hingga tercipta konsentrasi-konsentrasi aktivitas produksi dan penduduk di beberapa tempat, *once started, this process will feed on itself* (Krugman, 1991).

Magnet terbesar dari aktivitas perekonomian di Indonesia terletak di Pulau Jawa, karena di sanalah ibukota negara berada. *Share* pendapatan regional (PDRB) pulau ini dibandingkan wilayah nasional lainnya adalah yang terbesar, kepadatan penduduk per kilometer persegi cukup tinggi, dan beberapa wilayah

memiliki aktivitas industri cukup padat dan terlokalisasi. Selain Pulau Jawa, Pulau Sumatera dan Bali juga menjadi objek penelitian. Pulau Sumatera dan Bali secara geografis terletak dekat dengan Pulau Jawa, selain itu Pulau Sumatera adalah penyumbang terbesar kedua dalam pendapatan regional (PDRB) nasional. Pulau Bali memiliki daya tarik tersendiri karena menjadi salah satu destinasi pariwisata yang cukup dikenal di kancah internasional, karena itu aktivitas pariwisata di Bali menjadi penggerak utama perekonomian wilayah..

Migrasi penduduk ke wilayah-wilayah di Pulau Jawa sangat wajar terjadi, karena daya tarik yang telah disebutkan. Akan tetapi, ada fenomena menarik terkait dengan migrasi penduduk yang terjadi. Perpindahan penduduk keluar Jawa menuju pulau lain menjadi sesuatu yang dominan. Imigran asal DKI, Jawa Tengah, Jawa Timur, dan Jawa Tengah hampir berada di semua provinsi di Indonesia (BPS, 2015a). Selain itu, migrasi risen yang tercatat oleh BPS juga menginformasikan bahwa perpindahan terjadi dari wilayah yang terdekat dengan wilayah tujuan. Karena beberapa hal tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi fenomena migrasi risen dikaitkan dengan analisis spasial ekonomi, tetapi dalam lingkup terbatas.

## METODOLOGI

### 1. Wilayah dan Waktu Penelitian

Wilayah penelitian adalah provinsi-provinsi yang terdapat di Pulau Sumatera, Jawa, dan Bali dengan rentang waktu antara tahun 2010-2015. Pemilihan wilayah penelitian berdasarkan kondisi perekonomian relatif, share PDRB Pulau Jawa merupakan yang terbesar di Indonesia diikuti oleh Sumatera. Pulau Bali merupakan salah satu wilayah di Indonesia yang sudah terkenal di dunia internasional melalui pariwisata, dan berbatasan langsung dengan Pulau Jawa.

Waktu penelitian dipilih antara tahun 2010 hingga 2015 mengikuti ketersediaan data yang diambil pada publikasi Badan Pusat Statistik (BPS). Data yang digunakan di penelitian merupakan hasil dari Survei Penduduk Antar Sensus (SUPAS) tahun 2015 yang telah dipublikasi oleh BPS.

### 2. Definisi Operasional Variabel

Tabel 1.  
Definisi Operasional Variabel

Istilah	Definisi	Sumber
Migrasi Risen	Penduduk yang tempat tinggalnya saat pencacahan berbeda wilayah administrasi (provinsi atau kabupaten/ kota) dengan tempat tinggalnya pada lima tahun yang lalu.	BPS
Migran	Penduduk yang melakukan perpindahan tempat tinggal melewati batas wilayah administrasi seperti provinsi atau kabupaten/kota.	BPS
PDRB	Produk Domestik Regional Bruto yang digunakan adalah harga konstan 2010. PDRB harga konstan 2000 disesuaikan menjadi harga konstan 2010 dengan rumus dari BPS. $PDRB_{t-1,2000} = \frac{PDRB_{t-1,93}}{PDRB_{t,93}} \times PDRB_{t,2000}$ PDRB yang digunakan memasukkan unsur migas, sesuai dengan keadaan yang terjadi di wilayah bersangkutan.	BPS
Jumlah Penduduk	Jumlah penduduk diperoleh dengan membagi PDRB harga berlaku dengan PDRB harga berlaku kapita. Hal tersebut dilakukan karena jumlah penduduk berbeda di setiap publikasi yang berbeda.	BPS

### 3. Tipologi Ekonomi

Untuk kepentingan penelitian ini, tipologi yang digunakan bertujuan untuk membuat klasifikasi ekonomi wilayah yang didasari pada nilai PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) per kapita dan juga pertumbuhan PDRB harga konstan 2010.

### 4. Interaksi Spasial

Interaksi spasial antar wilayah akan dihitung menggunakan Indeks Moran, alat ini menggunakan konsep korelasi tetapi dikaitkan dengan aspek spasial (kewilayahan). Aspek kewilayahan yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah banyaknya tetangga terdekat, dilihat dari posisi geografis wilayah pengamatan.

#### 4.1. Indeks Moran Global

$$I = \frac{\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n W_{ij} \cdot (x_i - \bar{x}) \cdot (x_j - \bar{x})}{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}$$

Rentang nilai Indeks Moran terstandarisasi antara  $-1 \leq I \leq 1$ . Signifikansi dari uji Indeks Moran menggunakan pendekatan uji normalitas dengan Z.

Interaksi spasial antar wilayah dinyatakan berkorelasi bila  $Z(I) > Z_{1-\alpha}$ , atau dengan kata lain terdapat autokorelasi spasial positif. Istilah autokorelasi digunakan karena variabel yang diamati sama tetapi diberlakukan di wilayah yang berbeda.

#### 4.2. Local Indicator of Spasial Association (LISA)

$$I_i = \frac{(x_i - \bar{x}) \sum_{j=1}^n W_{ij} \cdot (x_j - \bar{x})}{\sum_{j=1}^n (x_j - \bar{x})^2 / n}$$

Nilai dari  $I_i$  akan + jika kedua wilayah (wilayah  $i$  dan tetangganya) bernilai di atas atau di bawah nilai rata-rata variabel X (*geo-referenced*). Nilai dari  $I_i$  akan negatif jika wilayah  $i$  memiliki nilai rata-rata di atas (bawah) dan wilayah tetangganya di bawah (atas) dari nilai rata-rata X.

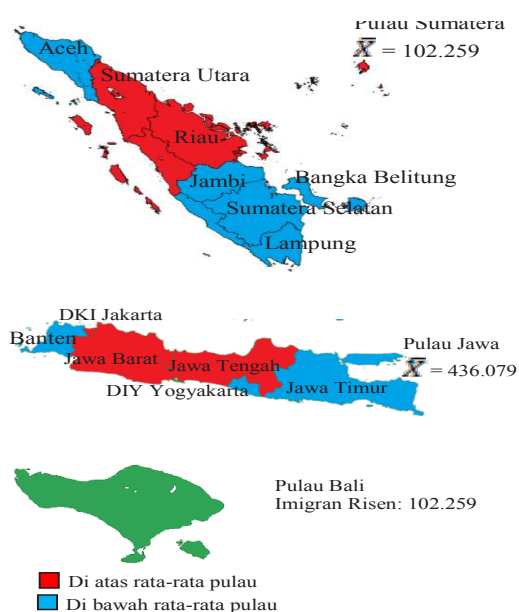
$$\begin{aligned} \text{Besarnya Expected Value } E(I_i) &= -\frac{W_i}{n-1} = -\frac{1}{n-1} \\ &\text{dengan } W_i \\ &= \sum_{j=1}^n W_{ij} = 1 \end{aligned}$$



Hubungan antara Indeks Moran global ( $I$ ) dan lokal ( $I_i$ ) adalah  $I = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n I_i$ .

## PEMBAHASAN

Migrasi risen adalah salah satu indikator yang digunakan untuk melihat mobilisasi penduduk dari satu wilayah ke wilayah lain. Ciri khas data migrasi risen adalah tempat tinggal responden saat sensus dibandingkan tempat tinggalnya lima tahun yang lalu. Data ini diperoleh dari Survei Penduduk Antar Sensus (SUPAS) 2015 dengan cakupan wilayah seluruh Indonesia. Responden yang digunakan sebanyak 652.000 rumah tangga dan hasilnya dapat dilihat pada dipublikasi Badan Pusat Statistik (BPS).



Sumber: SUPAS 2015 dalam BPS (2015a)

Gambar 1. Peta Jumlah Imigran Risen Sumatera, Jawa, dan Bali

Meskipun keberadaan provinsi di Sumatera lebih banyak dibandingkan Jawa, jumlah imigran yang berada di Jawa jauh lebih besar. Daya tarik aktivitas ekonomi diduga menjadi salah satu penyebab hal tersebut terjadi. Gambar 1 menyajikan informasi bahwa ada wilayah-wilayah tertentu yang menjadi tujuan favorit imigran, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Jawa Barat, dan Jawa Tengah merupakan tiga provinsi tujuan migrasi risen yang menjadi favorit di Jawa, hal ini ditunjukkan oleh jumlah imigran yang cukup besar dibandingkan wilayah lain. Tujuan migrasi risen

favorit di Sumatera ditandai warna merah yaitu berada di Sumatera Utara, Sumatera Barat, Riau, dan Kepulauan Riau.

Wilayah asal dari imigran risen yang berada di Sumatera, Jawa, dan Bali juga dapat diketahui dari SUPAS 2015, akan tetapi untuk kepentingan penelitian kali ini wilayah asal imigran hanya dibatasi lima. Hal tersebut didasari oleh jumlah imigran terbanyak tetapi tidak termasuk imigran yang berasal dari luar negeri. Imigran dari luar negeri tidak dimasukkan karena daerah asal yang tidak disebutkan secara rinci dalam publikasi BPS.

Tabel 2. Migrasi Risen Sumatera, Jawa, dan Bali Hasil SUPAS 2015

No	Tempat Tinggal saat Sensus	Tempat Tinggal 5 Tahun Lalu (%)			
		Laki (L)		Perempuan (P)	
1.	Aceh Ir : 40.616 L : 53,78% P : 46,22%	Sumut	27,56	Sumut	29,18
		DKI	3,93	DKI	3,35
		Riau	2,94	Riau	2,26
		Jabar	2,30	Jabar	1,78
		Sumbar	1,59	Sumbar	1,77
2.	Sumatera Utara Ir: 142.774 L : 47,83 % P : 52,17%	Riau	11,54	Riau	13,23
		DKI	7,55	Aceh	7,40
		Aceh	5,14	DKI	6,30
		Jabar	4,11	Jabar	4,10
		Kep.Ri	2,97	Kep.Ri	4,09
3.	Sumatera Barat Ir: 138.826 L : 53,28 % P : 46,72 %	Riau	13,21	Riau	12,32
		DKI	7,13	Sumut	6,29
		Jambi	6,85	DKI	6,24
		Jabar	5,06	Jambi	4,01
		Sumut	3,94	Kep.Ri	3,15
4	Riau Ir: 215.350 L : 49,90 % P : 50,10 %	Sumut	20,04	Sumut	23,56
		Sumbar	11,69	Sumbar	11,08
		Jateng	2,75	Kep.Ri	2,27
		Jatim	2,52	Jateng	1,94
		Kepri	1,89	Jatim	1,71
5.	Jambi Ir: 67.574 L : 54,62 % P : 45,38 %	Sumut	7,38	Sumut	7,80
		Sumbar	6,89	Riau	5,65
		Riau	6,85	Sumbar	5,09
		Jateng	6,52	Sumsel	4,84
		Sumsel	5,83	Jateng	4,57

No	Tempat Tinggal saat Sensus	Tempat Tinggal 5 Tahun Lalu (%)			
		Laki (L)		Perempuan (P)	
6.	Sumatera Selatan Ir: 75.760 L : 49,46 % P : 50,54 %	Lpg	9,39	Lpg	14,14
		Jateng	9,10	Jabar	4,87
		Jabar	6,60	Jateng	4,81
		DKI	3,67	DKI	4,17
		Jambi	3,64	Jatim	3,20
7.	Bengkulu Ir: 38.574 L : 50,54 % P : 49,46 %	Sumsel	15	Sumsel	15,13
		Sumbar	5,66	Lpg	6,43
		Lpg	6,49	DKI	4,89
		Jateng	3,93	Sumbar	4,76
		DKI	3,68	Sumut	3,06
8.	Lampung Ir: 81.200 L : 48,13 % P : 51,87 %	Jabar	8,52	Jabar	10,54
		Sumsel	8,11	Sumsel	8,68
		DKI	7,38	DKI	8,04
		Jateng	5,94	Banten	6
		Banten	5,42	Jatim	4,29
9.	Bangka Belitung Ir: 32.417 L : 49,18 % P : 50,82 %	Sumsel	11,11	Sumsel	13,33
		Lpg	5,71	Lpg	6,19
		Jabar	5,47	Jabar	5,91
		Jatim	5,17	Jatim	4,21
		Jateng	4,92	Jateng	3,67
10.	Kep.Riau Ir: 189.498 L : 50,24 % P : 49,76 %	Sumut	10,90	Sumut	15,33
		Sumbar	7,70	Sumbar	6,06
		Jateng	5,54	Jateng	5,07
		Jatim	5,18	Jatim	5,04
		Riau	4,70	Riau	4,09
11.	DKI Jakarta Ir: 499.101 L : 45,56 % P : 54,44 %	Jateng	13,48	Jabar	17,32
		Jabar	11,48	Jateng	16,91
		Banten	7,08	Banten	6,35
		Jatim	4,40	Jatim	3,42
		Sumut	1,66	Lpg	2,53
12.	Jawa Barat Ir: 750.999 L : 50,79 % P : 49,21%	DKI	21,36	DKI	18,17
		Jateng	12,06	Jateng	10,59
		Banten	4,18	Banten	3,54
		Jatim	3,07	Jatim	2,69
		Sumut	1,27	Sumut	1,63

No	Tempat Tinggal saat Sensus	Tempat Tinggal 5 Tahun Lalu (%)			
		Laki (L)		Perempuan (P)	
13.	Jawa Tengah Ir: 518.103 L : 52,05 % P : 47,95 %	DKI	11,85	DKI	10,74
		Jabar	11,17	Jabar	10,26
		Jatim	4,74	Jatim	4,79
		Banten	3,54	Banten	3,63
		DIY	3,15	DIY	2,61
14.	DIY Yogyakarta Ir: 208.257 L : 47,80 % P : 52,20 %	Jateng	16,58	Jateng	21,25
		Jabar	5,83	Jabar	6,56
		Jatim	4,86	Jatim	3,81
		DKI	3,12	DKI	3,01
		Sumsel	1,79	Sumsel	1,87
15.	Jawa Timur Ir: 315.543 L : 52,06 % P : 47,94 %	Jateng	6,62	Jateng	7,36
		DKI	5,21	DKI	4,60
		Jabar	3,74	Jabar	4,32
		Kaltim	3,41	Kaltim	2,90
		Bali	3,28	Bali	2,35
16.	Banten Ir: 324.472 L : 50,90 % P : 49,10 %	DKI	19,94	DKI	18,59
		Jabar	11,28	Jabar	11,99
		Jateng	7,62	Jateng	7,24
		Jatim	2,72	Lpg	2,80
		Lpg	1,91	Jatim	2,45
17.	Bali Ir: 139.849 L : 54,36 % P : 45,64 %	Jatim	28,01	Jatim	20,93
		NTT	4,72	Jabar	5,16
		NTB	3,61	NTB	3,82
		Jabar	3,58	NTT	3,41
		Jateng	3,14	Jateng	2,32

Sumber: BPS (2015a,b)

Keterangan: Ir: Imigran risen. Sumut: Sumatera Utara; Sumbar: Sumatera Barat; Kep.Ri: Kepulauan Riau; Sumsel: Sumatera Selatan; Babel: Bangka Belitung; Lpg: Lampung; DKI: DKI Jakarta; Jabar: Jawa Barat; Jateng: Jawa Tengah; Jatim: Jawa Timur; DIY: DIY Yogyakarta.

Imigran risen tidak terbatas pada laki-laki saja, perempuan juga termasuk yang berpindah dengan jumlah yang beragam untuk setiap provinsi pengamatan. Melihat daerah asal imigran yang berada

di wilayah Sumatera, Jawa, dan Bali, daerah asal pendatang didominasi oleh wilayah yang berada di sekitar wilayah tujuan atau dengan kata lain adalah wilayah tetangga (secara geografis).

Aguila *et al* (2012) mengemukakan ada tiga faktor yang membuat migrasi terjadi dari Meksiko ke Amerika Serikat yaitu:

1. *Demand-pull* adalah faktor penarik migrasi yang berasal dari wilayah tujuan misalnya berasal dari perekrutan pekerja atau lowongan pekerjaan di daerah tujuan, serta perbedaan upah antara dua wilayah
2. *Supply-push* adalah hal yang mendorong terjadinya migrasi dari daerah asal misalnya karena kondisi perekonomian wilayah asal yang kurang baik (miskin, tertinggal) atau juga karena tingginya kesenjangan sosial ekonomi antar wilayah di wilayah asal
3. *Networks* adalah jejaring yang dimiliki oleh imigran, biasanya berasal dari hubungan kekerabatan yang pernah terjalin ketika masih berada di wilayah asal. Imigran yang sudah berhasil di wilayah tujuan biasanya cenderung memfasilitasi kerabatnya untuk datang dan bekerja di wilayah tujuan yang sama.

Faktor ekonomi ternyata menjadi salah satu pemicu terjadinya perpindahan penduduk (Aguila *et al* ,2012), yang selalu berusaha mendapatkan kondisi yang lebih baik. Kurangnya lowongan pekerjaan, tidak sesuainya keahlian, serta bayaran yang rendah biasanya menjadi beberapa hal yang melatarbelakangi perpindahan karena alasan ekonomi. Penelitian ini melihat karakteristik ekonomi dari sisi pendapatan per kapita, serta pertumbuhan ekonomi yang dibandingkan antara wilayah asal imigran dan wilayah tujuan di tahun 2010.

Terdapat 17 provinsi di tiga pulau pengamatan dan dari jumlah tersebut karakteristik ekonomi wilayahnya berbeda-beda. Informasi yang didapatkan dari data PDRB per kapita menurut publikasi BPS (2015b) yaitu, sebanyak 50,58 persen wilayah asal imigran risen memiliki nilai PDRB per kapita di atas wilayah tujuan migrasi, dan 49,42 persen wilayah asal imigran risen memiliki nilai di bawah wilayah tujuan. Dorongan migrasi karena pendapatan per kapita wilayah asal yang lebih rendah dari pada daerah tujuan tidak bisa ditemukan dalam kesempatan ini. Kemungkinan besar penyebabnya karena wilayah perbandingan yang digunakan masih sama-sama berada

di Kawasan Barat Indonesia.

Hal yang sama juga ditemui untuk kondisi perekonomian dari sisi pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi menjadi salah satu ukuran capaian kerja aktivitas ekonomi dari satu periode ke periode berikutnya. Pertumbuhan ekonomi wilayah yang tinggi, dilihat dari nilai PDRB, seringkali dikaitkan dengan semakin tingginya penciptaan nilai tambah di wilayah bersangkutan. Keadaan ini sering juga dikaitkan dengan kesempatan kerja yang lebih besar, sehingga menjadi pemancing masuknya imigran. Sayangnya, hal tersebut belum terlihat di penelitian ini, karena sebanyak 57,47 persen pertumbuhan ekonomi wilayah asal imigran risen justru berada di atas pertumbuhan ekonomi wilayah tujuan.

Gambar 1. memberikan visualisasi bahwa ada wilayah-wilayah tertentu yang menjadi tujuan favorit dari mobilitas penduduk. Wilayah asal imigran risen dalam penelitian ini didominasi oleh wilayah yang bertetangga secara geografis dengan wilayah tujuan. Kedekatan letak geografis wilayah sepertinya mempermudah arus mobilisasi mereka. Kedekatan wilayah saat ini tidak hanya ditunjukkan oleh letak geografis yang berdampingan saja, tetapi juga bagaimana sarana dan prasarana menuju ke wilayah bersangkutan. Perkembangan alat transportasi seperti pesawat terbang membuat wilayah yang terpisah cukup jauh menjadi dekat, karena waktu tempuh yang semakin singkat.

Kedekatan wilayah secara geografis dapat dengan mudah dilihat dari visualisasi peta. Kedekatan aktivitas ekonomi antara Sumatera, Jawa, dan Bali dilihat menggunakan aktivitas ekonomi (PDRB) tahun 2010 dan 2015, yang dihitung menggunakan Indeks Moran dan hasilnya dapat dilihat pada Tabel 3.

**Tabel 3. Nilai Indeks Moran PDRB Harga Konstan 2010 untuk Sumatera, Jawa, dan Bali**

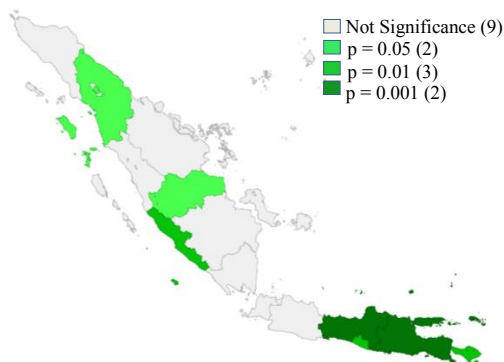
Tahun	Nilai Indeks Moran	Keterangan
2010	0,180854*	Terjadi autokorelasi
2015	0,184065*	Terjadi autokorelasi

Sumber: BPS (diolah)

Keterangan: Tanda \* : Signifikan

Indeks Moran menunjukkan nilai positif dan terjadi autokorelasi untuk perekonomian di wilayah Sumatera, Jawa, dan Bali dengan penimbang lokasi

menggunakan k-nearest region. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa perekonomian Sumatera, Jawa, dan Bali memiliki keterkaitan, atau dengan kata lain saling memberikan kontribusi. Provinsi mana saja yang secara statistik memiliki keterkaitan ekonomi dapat dilihat dari peta signifikansi LISA.



**Gambar 2. LISA Significance Map untuk Perekonomian Tahun 2010 dan 2015**

Provinsi yang memiliki keterkaitan ekonomi dengan lima wilayah terdekat ditandai dengan warna hijau. Jika dikaitkan dengan informasi di Tabel 1, maka provinsi dengan keterkaitan ekonomi tersebut juga menjadi wilayah tujuan migrasi maupun wilayah asal imigran risen.

## PENUTUP

### Simpulan

1. Imigran risen terbanyak berada di Pulau Jawa meskipun jumlah provinsi yang diamati lebih banyak terdapat di Sumatera. Imigran terdiri dari laki-laki dan perempuan dengan rasio yang tidak terlalu jauh berbeda, tidak dapat disimpulkan bahwa imigran laki lebih banyak dari perempuan di wilayah pengamatan, karena kondisi rasio keduanya berbeda untuk masing-masing provinsi.
2. Perekonomian provinsi-provinsi di Sumatera dan Jawa didominasi oleh beberapa wilayah seperti DKI Jakarta dan Riau. Penelitian ini tidak bisa menyimpulkan ekonomi wilayah asal migran risen lebih rendah dari wilayah tujuan migrasi, karena kondisi di beberapa provinsi berlaku sebaliknya.
3. Interaksi spasial ekonomi terjadi antara Sumatera, Jawa, dan Bali untuk tahun 2010 dan 2015, hal

ini diketahui dari nilai Indeks Moran yang signifikan. Nilai Indeks Moran lokal (LISA) yang signifikan memberikan informasi bahwa ekonomi beberapa provinsi terbukti secara statistik berkontribusi terhadap wilayah lain.

### Saran

Diperlukan penguatan transportasi antara wilayah yang sudah maju dengan wilayah masih berkembang untuk membantu pemerataan penyebaran penduduk maupun aktivitas ekonomi. Selain itu, bagi penelitian selanjutnya di harapkan menambah jumlah wilayah pengamatan dan variabel sosial ekonomi supaya mendapatkan hasil yang lebih komprehensif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aguila, Emma. Alisher R. Akhmedjonov, Ricardo Basurto-Davila, Krishna B. Kumar, Sarah Kups and Howard J. Shatz. 2012. Causes of Migration from Mexico to the United States dalam United States and Mexico Ties That Bind, Issues That Divide. RAND Corporation.
- Badan Pusat Statistik. 2015a. Penduduk Indonesia Hasil Survei Penduduk antar Sensus 2015. BPS. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2015b. Produk Domestik Regional Bruto Provinsi-Provinsi di Indonesia Menurut Lapangan Usaha 2010-2014. BPS. Jakarta
- Badan Pusat Statistik. 2017. Produk Domestik Regional Bruto Provinsi-Provinsi di Indonesia Menurut Lapangan Usaha 2012-2016. BPS. Jakarta.
- Dawkins, Casey. 2003. "Regional Development Theory: Conceptual Foundations, Classic Works, and Recent Developments". *Journal of Planning Literature* 18(2).
- Dion, David-Pascal. 2004. "Trade, Growth and Geography: A Synthetic Approach". *Governance and The Efficiency of Economic Systems Discussion Paper No.22*.
- Fujita, Masahita. Paul Krugman dan Anthony J Venables. 1999. *The Spatial Economy Cities, regions, and International Trade*. MIT Press.
- Kuncoro, Mudrajad. 2012. *Perencanaan Daerah, Bagaimana Membangun Ekonomi Lokal, Kota, dan Kawasan*. Salemba Empat.
- Krugman, Paul. 1991b. "Increasing Returns and

Economic Geography". The Journal of Political Economy 99 (3): 483-499.

Lasuen, J.R., 1972. "On Growth Poles" dalam Niles M Hansen (editor), Growth Centers in regional Economic Development. The Free Press, New

York.

Myrdal, Gunnar. 1957. "The Drift Toward Regional Economic Inequalities in a Country", Ch.3 dalam Economic Theory and Underdeveloped Regions, diakses 28 November 2014.

# DISPARITAS DAN KONVERGENSI PERTUMBUHAN EKONOMI; STUDI DAERAH OTONOM BARU (DOB) DI SUMATERA

Dr. Ambya, S.E., M.Si.

Universitas Lampung, Indonesia

**Abstract:** Sebagai daerah propinsi di luar pulau Jawa, provinsi di pulau Sumatera memiliki keragaman pertumbuhan ekonomi antar daerah yang dapat menimbulkan ketimpangan pembangunan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konvergensi sigma dan konvergensi beta absolut serta mengukur kecepatan konvergensi pertumbuhan ekonomi di DOB Se Sumatera. Metode penelitian menggunakan data panel dengan model Fixed Effect. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konvergensi sigma terjadi selama empat tahun selama periode penelitian. Sedangkan konvergensi absolut tidak terjadi, hal ini dilihat dari tingkat PDRB per kapita daerah otonom baru yang lebih rendah tidak tumbuh lebih cepat dibandingkan daerah otonom baru yang memiliki PDRB per kapita lebih tinggi. Kecepatan konvergensi absolut adalah 11 persen per tahun dan waktu yang dibutuhkan menutup setengah dari kesenjangan awal (the half-time convergence) adalah enam tahun.

**Key words:** DOB, Konvergensi dan Pertumbuhan ekonomi

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang terdiri dari beberapa pulau, salah satunya yaitu pulau Sumatera. Pulau Sumatera merupakan pulau yang berada di bagian barat wilayah Indonesia. Pulau Sumatera memiliki tujuh provinsi dan kabupaten/kota. Perbedaan potensi yang dimiliki pada setiap daerah mendorong terjadinya ketimpangan pertumbuhan ekonomi antar daerah. Pemerintah berkewajiban untuk membatasi adanya kesenjangan pembangunan antar daerah provinsi maupun antar kabupaten/kota. Masalah pertumbuhan ekonomi dan kesenjangan distribusi pembangunan merupakan masalah penting yang harus di selesaikan. Strategi yang digunakan untuk mewujudkan tujuan pembangunan pada suatu daerah yaitu dengan melakukan pemerataan pembangunan.

Pembangunan di berbagai daerah di Indonesia bertujuan meningkatkan pertumbuhan ekonomi, dan pemerataan hasil pembangunan. Pembangunan yang berkualitas dicerminkan oleh ketimpangan pembangunan antar daerah semakin menurun dengan pertumbuhan ekonomi yang meningkat. Menurut Sjafrizal (2012), ketimpangan pembangunan ekonomi antar wilayah merupakan fenomena yang terjadi dalam proses pembangunan ekonomi suatu daerah. Pada

awalnya ketimpangan disebabkan oleh adanya perbedaan kondisi demografi masing-masing wilayah. Fan dan Casetti (1994) menjelaskan, ketimpangan pembangunan ekonomi antar daerah yang berpendapatan tinggi lebih rendah daripada ketimpangan pembangunan ekonomi antar daerah yang berpendapatan rendah

Solow (1956) menjelaskan bahwa diperlukan sejumlah penanaman modal atau investasi untuk mendorong pertumbuhan output dengan asumsi tingkat pengembalian modal pada posisi yang semakin menurun (*diminishing return to capital*). Sehingga, pada periode jangka panjang kondisi steady-state pendapatan perkapita antar daerah akan sama atau terjadi suatu proses konvergensi (Sala-i-Martin, 1997). Konsep konvergensi dilanjutkan atau dikembangkan Borts dan Stein (1964), Barro dan Sala-i-Martin (1991), King dan Rebelo (1990) serta Knight et al. (1993). Barro dan Sala-i-Martin (1991) mengembangkan sebuah model regresi, dimana pertumbuhan ekonomi sebagai variabel independennya dan pendapatan perkapita sebagai (1993) dengan mengembangkan model yang menggunakan teknik Markov Chain. Kedua model ini terus berkembang dan digunakan sebagai alat analisis konvergensi sampai saat ini.



Di Indonesia Sumatra merupakan daerah yang banyak membentuk DOB. Sementara daerah yang memiliki kabupaten/kota terbesar adalah Jawa Timur dan Jawa Tengah. Provinsi-provinsi di Sumatera memiliki keragaman potensi antar daerah yang dapat menimbulkan ketimpangan pembangunan. Konvergensi pembangunan ekonomi antar daerah kabupaten dan kota di Sumatera memungkinkan terjadinya ketimpangan pembangunan ekonomi antar daerah kabupaten/kota yang memiliki potensi cukup tinggi. Pertanyaan penelitian yang perlu dijawab yaitu apakah ketimpangan pembangunan ekonomi antar daerah kabupaten/kota DOB di Sumatera mengalami konvergensi atau divergensi dan seberapa kecepatan proses konvergensinya.

Hakekat otonomi adalah adanya kewenangan daerah, bukan pendelegasian (Saragih, 2003). Daerah tidak lagi sekedar menjalankan instruksi pemerintah pusat, tetapi benar-benar mempunyai keleluasaan untuk meningkatkan kretifitas dalam mengembangkan potensi yang selama era sentralisasi bisa dikatakan terpasung (Mardiasmo, 2002). Otonomi daerah tidak hanya berhenti pada pembagian dana yang diwujudkan dalam bentuk dana perimbangan (*balancing fund*), tetapi keberhasilan otonomi daerah juga diukur dari seberapa besar porsi sumbangan masyarakat local terhadap pertumbuhan ekonomi daerah dan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Oleh sebab itu, implementasi otonomi daerah tidak hanya tanggung jawab penyelenggara pemerintah daerah, yakni Bupati atau Walikota serta perangkat daerah lainnya, tetapi juga seluruh masyarakat local di tiap-tiap daerah (Saragih, 2003)

PDRB adalah jumlah keseluruhan nilai tambah barang dan jasa yang dihasilkan dari semua kegiatan perekonomian diseluruh wilayah dalam periode tahun tertentu yang pada umumnya dalam waktu satu tahun. Pada perhitungan PDRB dapat menggunakan dua harga yaitu PDRB harga berlaku dan PDRB harga konstan, yang dimana PDRB harga berlaku merupakan nilai suatu barang dan jasa yang dihitung menggunakan harga yang berlaku pada tahun tersebut, dan PDRB harga konstan adalah nilai suatu barang dan jasa yang dihitung dengan menggunakan harga pada tahun tertentu yang dijadikan sebagai tahun acuan atau tahun dasar.

Besar kecilnya PDRB yang dapat dihasilkan oleh suatu wilayah/daerah dipengaruhi oleh besarnya sumberdaya alam yang telah dimanfaatkan dan macamnya, jumlah dan mutu sumberdaya manusia, kebijaksanaan pemerintah, letak geografis serta

tersedianya sarana dan prasarana.

Peran human capital juga merupakan factor yang mempengaruhi pendapatan yang diperoleh suatu wilayah. Sebagaimana yang diungkapkan Handoyo (2000) Modal manusia dapat menjadi sumber daya manusia yang handal dalam peningkatan pendapatan apabila memiliki kualitasnya tinggi. Dalam hal ini sumber daya manusia dalam peningkatan pendapatan memiliki peranan penting dalam kaitannya untuk meningkatkan kualitas pembangunan daerah dan menjaga kelangsungan pembangunan itu sendiri, dan peningkatan pendapatan secara nasional.

Selain itu adanya daya saing ekonomi daerah juga mempengaruhi dari pembangunan ekonomi suatu wilayah. Setiap daerah mempunyai corak pertumbuhan ekonomi yang berbeda antara satu daerah dengan daerah lainnya. Pembangunan ekonomi daerah perlu mengenali karakter ekonomi, sosial dan fisik daerah, termasuk interaksinya dengan daerah lain. Strategi pembangunan ekonomi daerah perlu memperhatikan daya saing daerah baik dalam keunggulan kompetitif maupun komperatif. Meningkatkan daya saing daerah dapat dilakukan melalui pengembangan produk yang berorientasi pasar dan memiliki tingkat efisiensi teknis dan ekonomis yang menguntungkan. Kuncoro, (2004), menjelaskan salah satu kebijakan yang diambil pemerintah untuk mempersempit ketimpangan regional yaitu diterapkannya kebijakan pembangunan daerah melalui konsep kawasan andalan, yang dilakukan berdasarkan potensi yang dimiliki daerah. Kebijakan tersebut, diharapkan akan terjadi keseimbangan tingkat pertumbuhan dan pendapatan perkapita antar wilayah. Kawasan andalan merupakan kawasan yang ditetapkan sebagai penggerak perekonomian wilayah (*prime mover*), yang memiliki kriteria sebagai kawasan yang cepat tumbuh dibandingkan daerah lainnya dalam satu provinsi, memiliki sektor unggulan dan memiliki keterkaitan ekonomi dengan daerah sekitar (*hiterland*).

Daya saing daerah merupakan suatu strategi yang potensial untuk diterapkan di DOB tertinggal dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan maka rumusan masalah atas penelitian ini adalah Apakah Daerah Otonom Baru (DOB) yang ada di pulau Sumatera terjadi  $\sigma$ -convergence,  $\beta$ -convergence, serta speed of convergence pertumbuhan ekonomi di DOB sesumatera.



## METODOLOGI

**Subjek penelitian:** Penelitian dilakukan pada seluruh Daerah Otonom Baru (DOB) di Sumatera yang memiliki usia lebih dari sepuluh tahun atau dua kali periode pemerintahan. Data yang digunakan yaitu data sekunder dalam bentuk runtun waktu (time series) tahun 2006-2016 yaitu Pertumbuhan ekonomi, PDRB Perkapita DOB di Sumatera, Sumber data meliputi Badan Pusat Statistik (BPS) Seluruh Provinsi se Sumatera, Direktorat Jenderal Perimbangan Keuangan (DJPK) Kementerian Keuangan RI, dan Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA) Provinsi se Sumatera, dan Instansi/Institusi lain yang terkait dengan penelitian ini.

**Metode penelitian :** index Williamson akan digunakan untuk menunjukkan ketimpangan kemampuan keuangan daerah DOB di Sumatera. Indeks Williamson dapat didefinisikan sebagai berikut:

$$V_w = \frac{\sqrt{\sum (Y_i - \bar{Y})^2 \frac{f_i}{n}}}{\bar{Y}}$$

Dimana :

Vw = Indeks Williamson

Fi = jumlah penduduk daerah i

N = jumlah penduduk seluruh daerah

Yi = nilai variabel pemerataan yang akan diukur untuk daerah i

Y = rata-rata nilai variabel pemerataan yang akan

diukur

Konvergensi sigma pada penelitian ini diukur dengan cara menghitung dispersi PDRB per kapita DOB. Untuk menghitung dispersi didasarkan atas hasil standar deviasi dari logaritma pertumbuhan ekonomi antar DOB di Sumatera setiap tahun. Berikut formula untuk mengestimasi koefisien variasi tiap tahunnya (Shankar dan shah, 2005) :

$$CV = \frac{\sqrt{\frac{\sum (Y_i - \bar{Y})^2}{n}}}{\bar{Y}}$$

CV = Koefisien variasi pada tahun tertentu.

Y<sub>i</sub> = PDRB per kapita tiap DOB di Sumatera

pada tahun 2011-2016

$\bar{Y}$  = Mean dari PDB per kapita tiap negara pada tahun 2011-2016

n = Jumlah DOB

Penelitian ini juga menggunakan data panel untuk menghitung konvergensi absolut . untuk menentukna model yang digunakan. Penelitian ini mengestimasi data panel menggunakan:

1. Uji chow test digunakan untuk mengetahui apakah teknik regresi data panel dengan *fixed effect* (FE) lebih baik daripada model regresi data panel *common effect* (CE) dengan melihat residual sum squares (Green, 2000).
2. Uji Hausman digunakan Untuk menentukan metode apa yang sebaiknya dipakai antara *fixed effect* atau *random effect*, digunakan metode yang dikembangkan oleh Hausman.
3. Uji LM Untuk mengetahui apakah model *random effect* lebih baik daripada metode *common effect* maka digunakan uji Lagrange Multiplier (LM) yang dikembangkan oleh Breusch-Pagan

Menurut Barro dan Sala-i-Martin (1995), untuk menghitung kecepatan konvergensi beta adalah:

Dimana  $\beta$  adalah koefisien variabel prediktor dan T adalah lama periode waktu. koefisien pada PDB per kapita awal periode  $[(1-e-\beta T)/T]$ , pada persamaan 1 akan terlihat semakin menurun seiring dengan panjangnya interval waktu T. Nilai koefisien tersebut akan mendekati 0 seiring T mendekati waktu tak terhingga, dan sebaliknya akan mendekati  $\beta$  seiring T mendekati 0. Penentuan lama waktu *half-time convergence* (waktu yang dibutuhkan untuk menghilangkan separuh gap yang terjadi) dapat dilakukan sebagai berikut (Barro, 1995).  $\ln [y(t)] = (1 - e^{-\beta T}) \cdot \ln(y^*) + e^{-\beta T} \cdot \ln[y(0)]$  Waktu t yang dibutuhkan bagi  $\ln [y(t)]$  untuk menghilangkan gap antara  $\ln [y(0)]$  dan  $\ln(y^*)$  adalah harus memenuhi kondisi  $e^{-\beta T} = 0,5$ , maka *half-time convergence* adalah:

$$t = \frac{-\ln(0,5)}{\beta} \text{ atau } t = \frac{\ln(2)}{\beta}$$

## HASIL

**Hasil penelitian: Indeks** Williamson yang diperoleh terletak antara 0 (nol) sampai 1 (satu).

- a. Jika ketimpangan Williamson mendekati 0 maka

ketimpangan distribusi pendapatan antar DOB se-Sumatera adalah rendah atau pertumbuhan ekonomi antara daerah merata.

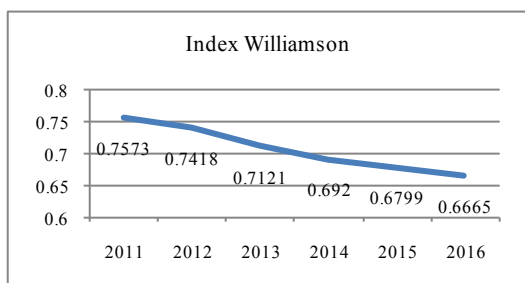
- b. Jika ketimpangan Williamson mendekati 1 maka ketimpangan distribusi pendapatan antar DOB se-Sumatera adalah tinggi atau pertumbuhan ekonomi antara daerah tidak merata. Hasil dari perhitungan index Williamson

Tabel 1. Index Williamson

Tahun	Index Williamson
2011	0.7573
2012	0.7418
2013	0.7121
2014	0.6920
2015	0.6799
2016	0.6665

Sumber : Data diolah, ( Lampiran 1)

Berdasarkan Tabel di atas dapat dikatakan bahwa ketimpangan di DOB se-Sumatera setiap tahunnya mengalami penurunan. Meskipun ketimpangan setiap tahunnya berkurang namun rata-rata ketimpangan masih tinggi yaitu sebesar 0,7083, karena nilai tersebut hampir mendekati 1. Dapat dilihat pergerakan ketimpangan DOB di Sumatera setiap tahunnya di bawah ini:



Sumber : Data diolah, 2017

Gambar 1. Grafik Ketimpangan Daerah Otonomi Baru di Sumatera Tahun 2011-2016

Berdasarkan grafik di atas dapat dikatakan bahwa ketimpangan di DOB se-Sumatera setiap tahunnya mengalami penurunan. Hal itu dapat terlihat bahwa pada tahun 2011 ketimpangan sebesar 0.7573, kemudian pada tahun 2012 menurun menjadi sebesar 0.7418. Pada tahun 2013 ketimpangan sebesar, 0.7121. Ketimpangan menurun pada tahun 2014 menjadi sebesar 0.6920. Pada tahun 2015 ketimpangan sebesar 0.6799. Pada tahun 2016 menurun menjadi sebesar 0.6665.

Pada Hasil konvergensi sigma terdapat hasil sebagai berikut:

Tabel 2. Koefisien Variasi Konvergensi Sigma

Tahun	Coefficient Variation (CV)	Keterangan
2011	0.9253	-
2012	0.9281	Divergen
2013	0.9115	Konvergen
2014	0.8996	Konvergen
2015	0.8957	Konvergen
2016	0.8879	Konvergen

Sumber : Data diolah (lampiran 2)

Disparitas dapat diukur dengan cara menghitung koefisien variasi dari PDRB per kapita setiap tahunnya. Jika koefisien variasi tahun tertentu lebih kecil dari koefisien variasi tahun sebelumnya, maka terjadi konvergensi sigma (Barro dan Salla-i-martin, 1992). Sebaliknya jika koefisien variasi tahun tertentu lebih besar dari tahun sebelumnya, maka tidak terjadi konvergensi sigma. Artinya, ketika koefisien variasi tahun tertentu lebih kecil dari tahun sebelumnya menunjukkan bahwa disparitas yang terjadi pada daerah Kab/Kota di Sumatera mengecil pada tahun tertentu. Berdasarkan Tabel 2 bahwa koefisien variasi dari PDRB per kapita menunjukkan bahwa pada DOB di Sumatera terjadi konvergensi pada kurun waktu empat tahun selama periode waktu penelitian 2011–2016 yaitu pada setiap tahun kecuali tahun 2012. Dispersi dalam pendapatan per kapita di DOB se-Sumatera sebesar 0.9253 di tahun 2011 menjadi 0.8879 di tahun 2016. Pada tahun 2011-2012 dispersi sempat mengalami peningkatan yaitu dari 0.9253 di tahun 2011 menjadi 0.9281 di tahun 2012, akan tetapi setelah itu dispersi terus menurun sampai tahun 2016.

Pada konvergensi absolut berdasarkan dilakukannya Uji Show, dan Uji LM maka model estimasi yang terpilih yaitu Fixed Effect model. Berikut hasil regresi konvergensi absolut daerah Kab/ Kota di Sumatera, diperoleh hasil seperti berikut:

$$\text{LogYit} = 0,473396 + 0,937699\text{LogYit-1}$$

$$P_0 = (0,0080) (0,0000)$$

$$R^2 = 0,999952$$

$$DW = 2,540261$$

Persamaan regresi tersebut mempunyai makna sebagai berikut :

Koefien PDRB per kapita tahun sebelumnya / *initial income* DOB di Sumatera sebesar 0,9376 yang berarti bahwa peningkatan atau penurunan PDRB per kapita DOB di Sumatera sebesar 1 persen akan berdampak pada peningkatan atau penurunan PDB

per kapita sebesar 0,93 persen. Berdasarkan hasil estimasi, koefisien PDRB per kapita tahun sebelumnya menunjukkan nilai yang positif yang berarti belum terjadi konvergensi absolut di DOB se-Sumatera pada tahun 2011-2016. Selama periode waktu 2011–2016 DOB di Sumatera yang memiliki PDRB per kapita lebih rendah belum mampu tumbuh lebih cepat dari DOB di Sumatera yang kondisi awal sudah lebih baik.

**Kecepatan Konvergensi**, mengacu pada estimasi antara PDRB per kapita tahun tertentu dengan PDRB per Kapita tahun sebelumnya/Initial Income, maka yang menjadi koefisien prediktor adalah koefisien dari pendapatan awal periode pada konvergensi absolut yaitu sebesar 0,937699 dan kemudian angka itu dimasukkan ke dalam rumus untuk mencari nilai konvergensi beta yaitu sebesar:

$$\beta = \frac{[\ln (0,937699+1)]}{6} = 0,1102$$

Nilai konvergensi beta sebesar 0,1102 mengindikasikan sebesar 11 persen kesenjangan yang dapat dikurangi antara kondisi PDRB per kapita awal periode dengan kondisi pendapatan yang *steady state* dalam waktu 1 tahun. Tanda positif mengidentifikasi kenaikan PDRB per kapita DOB di Sumatera yang masih rendah tidak tumbuh lebih cepat dari pada DOB di Sumatera yang PDRB per kapitanya tinggi, dengan kata lain tidak menunjukkan terjadinya *catch up* antar DOB di Sumatera. Dari nilai konvergensi beta sebesar 0,1102 dapat diketahui *half-life convergence* yaitu waktu yang dibutuhkan untuk menutup setengah dari kesenjangan awal akan tercapai:  $T = 0,6931/0,1102 = 6,2894$ , Sehingga waktu yang dibutuhkan untuk menutup setengah gap dari kesenjangan awal adalah enam tahun. Dibutuhkan waktu enam tahun untuk mengejar kesenjangan PDRB per kapita yang terjadi di DOB di Sumatera.

Pengaruh perubahan *initial income* antar DOB di Sumatera maupun antar waktu, terhadap terhadap PDRB per kapita masing-masing daerah kab/kota sebagai berikut:

Tabel 3. *Individual Effect*

		Koefisien
C		0,473396
LN_YIT_1		0,937699
Kab/Kota	Koefisien Fixed Effect	Individual Effect

Kepulauan Mentawai	0,002592	0,475988
Rokan Hulu	0,000736	0,474132
Siak	0,016999	0,490395
Rokan Hilir	-0,174760	0,298636
Dumai	0,020143	0,493539
Karimun	0,015642	0,489038
Natuna	0,052933	0,526329
Batam	0,026372	0,499768
Muaro Jambi	0,009084	0,48248
T. Jabung Timur	0,028880	0,502276
Tebo	0,006185	0,479581
Lampung Timur	0,001645	0,475041
Way Kanan	-0,006457	0,466939
Metro	0,00000591	0,473402

Sumber : Data diolah, 2017

Hasil estimasi dapat dilihat bahwa nilai koefisien intersep dari setiap DOB se-Sumatera memiliki nilai yang berbeda. Adanya perbedaan nilai koefisien intersep tersebut dimungkinkan karena daerah yang diteliti memiliki karakteristik yang berbeda satu sama lain. Nilai koefisien intersep ini menunjukkan perbedaan perilaku dari masing-masing daerah. Daerah yang memiliki koefisien intersep yang positif menunjukkan bahwa daerah kab/kota tersebut memiliki nilai PDRB per kapita lebih tinggi dibanding daerah kab/kota lain. Sedangkan daerah kab/kota yang memiliki koefisien intersep yang negatif memiliki PDRB per kapita yang lebih rendah dibanding daerah kab/kota lain.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Selama periode penelitian menunjukkan terjadinya konvergensi sigma di DOB se-Sumatera dengan rata-rata nilai CV 0,9080. Konvergensi sigma terjadi karena koefisien variasi PDRB per kapita tahun tertentu lebih kecil dari koefisien variasi PDRB per kapita tahun sebelumnya yang berarti adanya penurunan disparitas pendapatan per kapita.
2. Untuk konvergensi absolut hasil menunjukkan bahwa tidak terjadi konvergensi absolut di DOB se-Sumatera, karena koefisien PDRB per kapita tahun sebelumnya menunjukkan nilai positif yang berarti bahwa tingkat PDRB per kapita DOB yang berpenghasilan lebih rendah tidak



tumbuh lebih cepat dibandingkan DOB yang berpenghasilan lebih tinggi.

3. Kecepatan konvergensi absolut adalah 11 persen per tahun dan waktu yang dibutuhkan menutup setengah dari kesenjangan awal (*the half-time convergence*) adalah enam tahun.

## REFERENSI

1. Bambang PS. 1999. *Distribusi Dana Alokasi Umum (DAU) : Konsep dan Formula Alokasi*. Usulan Kepada BAKD-BAKM, Departemen Keuangan Republik Indonesia
2. Bendavid, A. 1991. *Regional and Local Economic Analysis for Practitioners*. Praeger Publisher, Westport USA.
3. Bökemann, Dieter. 1999. *Theorie der Raumplanung: Regionalwissenschaftliche Grundlagen für die Stadt-, Regional- und Landesplanung*. München: R. Oldenbourg Verlag.
4. Bratakusumah dan Riyadi, D.S. 2003. *Perencanaan Pembangunan Daerah: Strategi Menggali Potensi dalam Mewujudkan Otonomi Daerah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
5. Davoodi, H. and Zou, H. (1998). Fiscal Decentralization and Economic Growth: A cross-Country Study. *Journal of Urban Economics*, Vol. 43, pp. 244-257.
6. Devarajan, S., and Swaroop, V., 1993. "What do Government Buy? The composition of Public Spending and Economic Performance". *Policy Research Working Paper, The World Bank*, WPS 1082.
7. Devarajan, S., Swaroop, V., and Zou, H., 1996. "The composition of Public Expenditure and Economic growth". *Journal of Monetary Economics*, Vol.37, pp. 313-344.
8. Fan, C. C., & Casetti, E. (1994). The Spatial and Temporal Dynamics of US Regional Income Inequality, 1950-1989. *Annals of Regional Science*, 28(1), 177-196.
9. Glasson, John. 1974. *Pengantar Perencanaan Regional (An Introduction to Regional Planning)*, Terjemahan Paul Sitohang, FE-UI. Jakarta.
10. Gujarati, Damodar. 1998. *Ekonometrika Dasar*. Penerbit : Erlangga. Jakarta
11. Handra, Hefrizal. 2007. *Penerapan Formula Murni (non Holdharmless) DAU 2008: Sebuah Tantangan Bagi Pemerintah Pusat*. Diskusi Ilmiah: Konsep dan Kebijakan DAU 2008 yang diselenggarakan Fakultas Ekonomi Universitas Andalas, Padang 19 Juni 2007
12. Kamaluddin, Rustian. 2000. *Perimbangan Keuangan Pusat dan Daerah Dalam Rangka Otonomi Daerah*. Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti. Naskah No. 20, Juni-Juli 2000.
13. Kuncoro, Mudrajad. 2002. *Analisis Spasial dan Regional: Studi Aglomerasi dan Kluster Industri Indonesia*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
14. Kuncoro, Mudrajad. 2004. *Otonomi dan Pembangunan Daerah: Reformasi, Perencanaan, Strategi, dan Peluang*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
15. Kusumadewi, Diah A. dan Rahman, Arif. *Flypaper Effect Pada Dana Alokasi Umum (DAU) dan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Terhadap Belanja Daerah Pada Kabupaten/Kota di Indonesia*. JAAI VOLUME 11 NO. 1, JUNI 2007: 67-80. Universitas Islam Indonesia. Jakarta
16. Mankiw, N. G. 2007. *Makroekonomi*. Edisi Keenam. Erlangga, Jakarta.
17. Mardiasmo. 2002. *Otonomi dan Manajemen Keuangan Daerah*. Penerbit : ANDI. Yogyakarta
18. Musgrave, RA dan Musgrave, PB. 1991. *Public Finance in Theory and Practice, Terjemahan dalam Bahasa Indonesia*. Penerbit : Erlangga. Jakarta
19. Maier, G., Tödtling, F. and Trippel, M. 2006. *Regional- und Stadt-ökonomik 2: Regionalentwicklung und Regionalpolitik*. Wien: Springer
20. Mayor, M. and López, A.J. 2009. Spatial shift-share analysis versus spatial filtering: an application to Spanish employment data, in Baltagi and Arbia, eds. *Spatial Econometrics: Methods and Applications*. Heidelberg, Physica-Verlag: p. 123 – 142.
21. Rustiadi, E., Saefulhakim S. dan Panuju D.R. 2009. *Perencanaan dan Pengembangan Wilayah*. Jakarta: Crestpent Press dan Yayasan Obor Indonesia.
22. Saragih, Juli Panglima. 2003. *Desentralisasi Fiskal dan Keuangan Daerah dalam Otonomi*. Cetakan Pertama. Penerbit Ghalia Indonesia: Jakarta
23. Sari, Yunita. 2017. *Konvergensi Pendapatan Per Kapita Antar Negara ASEAN*. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univesitas Lampung
24. Sirojuzilam. 2008. *Disparitas Ekonomi dan Perencanaan Regional: Ketimpangan Ekonomi Wilayah Barat dan Wilayah Timur Provinsi*

- Sumatera Utara. Pustaka Bangsa, Medan
25. Sjafrizal. 2008. *Ekonomi Regional Teori dan Aplikasi*. Penerbit : Baduose Media. Padang
  26. Sjafrizal. 2012. *Ekonomi Wilayah dan Perkotaan*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
  27. Wahyuni, Dian. 2015. Analisis Konvergensi PDRB Antar Kota Bandar Lampung dan Kota Metro. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung. (Dipublikasikan)
  28. Xie, D., Zou, H., and Davoodi, H., 1998. "Fiscal Decentralization and Economic Growth in the United States". *Journal of Urban Economics* Vol 15. No. 5. pp. 228-39
  29. Zhang, T., and Zou, H., 1997. "Fiscal Decentralization, Public Spending, and Economic Growth in China". *Journal of Public Economics* Vol. 67.
  30. Zhang, T., and Zou, H., 1998. "Fiscal Decentralization, Public Spending, and Economic Growth in China". *Journal of Public Economics* Vol. 67, pp. 221-240.



# POLA KONSUMSI MAHASISWA DI UNIVERSITAS LAMPUNG

*Emi Maimunah<sup>1</sup>, Julian<sup>2</sup>*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola konsumsi mahasiswa indekos S1 reguler FEB di Universitas Lampung, dengan menggunakan data primer sebanyak 109 responden yang dikumpulkan melalui metode kuesioner, dan analisis data menggunakan metode *Ordinary Least Square* (OLS), dengan bantuan program Eviews 9. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel uang saku berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumsi mahasiswa indekos di Universitas Lampung. Variabel jenis kelamin berpengaruh positif dan signifikan dan ditemukan bahwa terdapat perbedaan konsumsi perempuan lebih besar dibandingkan laki-laki. Variabel tabungan berpengaruh negatif dan signifikan. Variabel beasiswa berpengaruh positif dan signifikan menunjukkan bahwa konsumsi yang dilakukan mahasiswa yang memiliki beasiswa lebih besar dari pada yang tidak memiliki beasiswa.

**Kata Kunci :** beasiswa, jenis kelamin, konsumsi, tabungan, dan uang saku

## Pendahuluan

### Latar Belakang

Konsumsi merupakan kegiatan belanja barang dan jasa yang dilakukan oleh individu maupun rumah tangga dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dari orang yang melakukan pembelanjaan tersebut atau juga pendapatan yang dibelanjakan. Bagian pendapatan yang tidak dibelanjakan disebut tabungan (*savings*). Setiap individu dalam pemenuhan kebutuhannya tidak pernah terlepas dari aktivitas ekonomi, salah satunya konsumsi barang dan jasa (Perkasa, 2012:1).

Kebutuhan mahasiswa meliputi konsumsi makanan maupun konsumsi non makanan (pembelian buku, alat tulis, fotokopi, paket internet dan lainnya). Lain halnya jika mahasiswa tersebut harus tinggal terpisah dari orangtua (perantau). Mahasiswa tersebut bertempat tinggal indekos dan jauh dari keluarga, dengan demikian pola konsumsi mahasiswa indekos berbeda dengan pola konsumsi mahasiswa yang tinggal bersama orangtuanya, artinya biaya pengeluaran mahasiswa indekos lebih besar dibandingkan mahasiswa yang tinggal bersama orangtua, disebabkan adanya biaya rutin seperti makan sehari-hari, biaya listrik, transportasi, air, perlengkapan sehari-hari dan uang sewa indekos.

Perbedaan ini memicu peneliti untuk meneliti pola konsumsi mahasiswa indekos. Keberadaan tempat indekos sangat penting dan merupakan kebutuhan utama bagi mahasiswa. Seperti halnya mahasiswa Universitas Lampung yang sebagian berasal dari luar daerah Bandar Lampung.

Universitas Lampung merupakan universitas negeri di Provinsi Lampung. Universitas Lampung memiliki tujuh fakultas, salah satunya yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Dimana lokasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unila banyak dikelilingi oleh tempat indekos yang dihuni oleh mahasiswa dan banyak mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unila yang termasuk mahasiswa indekos.

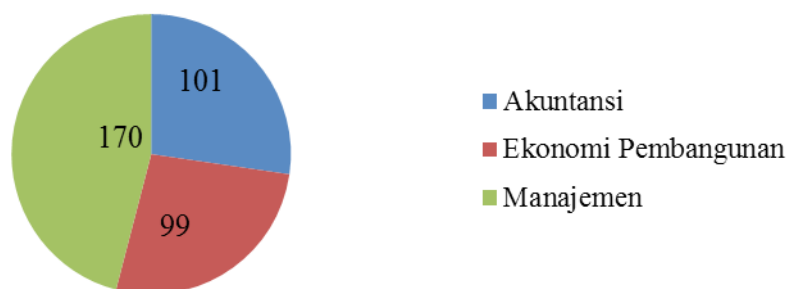
Mahasiswa S1 Reguler FEB Universitas angkatan 2013 adalah mahasiswa yang masih aktif dalam mengikuti kegiatan perkuliahan serta sudah mengikuti dan memahami banyak perkuliahan yang diambil seperti matakuliah Teori Ekonomi Mikro yang dimana dalam mata kuliah ini membahas tentang konsumsi. Sehingga penulis tertarik untuk meneliti pola konsumsi mahasiswa FEB Unila angkatan 2013.

Berikut total keseluruhan data mahasiswa S1 Reguler Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung angkatan 2013:

<sup>1</sup>: Dosen FEB Unila

<sup>2</sup>: Alumni Ekonomi Pembangunan FEB Unila



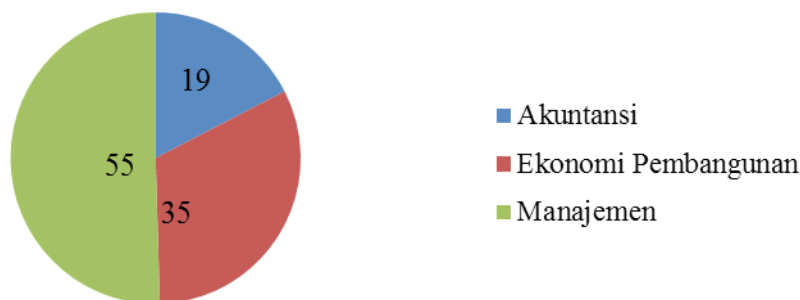


Sumber : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung, 2016

Gambar 1. Jumlah Populasi Mahasiswa S1 Reguler FEB Universitas Lampung Angkatan 2013

Berdasarkan Gambar 1 dapat diketahui jumlah keseluruhan mahasiswa FEB 2013 yang terdiri dari Akuntansi, Ekonomi Pembangunan dan Manajemen sebesar 370 mahasiswa. Kemudian dapat di ketahui strata dari masing-masing mahasiswa yang tidak bertempat tinggal indekos. Dimana dapat diketahui jumlah mahasiswa Akuntansi yang tidak termasuk

mahasiswa indekos sebesar 31,08 Persen, mahasiswa Ekonomi Pembangunan sebesar 22,16 Persen dan mahasiswa manajemen sebesar 17,30 Persen. Adapun data mengenai total keseluruhan mahasiswa yang indekos S1 reguler FEB angkatan 2013 sebagai berikut:



Sumber : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung, 2016

Gambar 2. Jumlah Mahasiswa indekos S1 Reguler FEB Universitas Lampung Angkatan 2013

Berdasarkan Gambar 2, dapat diketahui jumlah proporsi dari masing-masing mahasiswa indekos sebesar 29,46 Persen, dimana diketahui proporsi mahasiswa indekos Akuntansi sebesar 5,14 Persen, mahasiswa Ekonomi Pembangunan sebesar 9,46 Persen dan mahasiswa Manajemen 14,86 Persen.

Menurut Wurangian (2015:76), mahasiswa indekos sama saja halnya dengan mahasiswa pada umumnya, tergolong bukan angkatan kerja karena mahasiswa termasuk pelajar yang tidak mencari kerja (pengangguran) ataupun sedang bekerja melainkan mereka bersekolah dan penerima pendapatan, sehingga mahasiswa tidak memiliki pendapatan tetap.

Pengeluaran konsumsi rutin mahasiswa antara lain biaya makan, transportasi, listrik, air, pulsa, kebutuhan mandi dan lain sebagainya. Sedangkan untuk konsumsi tidak rutin adalah setiap biaya tambahan untuk pengeluaran yang tidak terduga, seperti membeli keperluan kuliah, jajanan di pinggir

jalan, pembelian paket internet dan lainnya. Biaya tak terduga seperti ini sehingga tidak diketahui sebelumnya menjadi hal yang harus diperhatikan (Wurangian, 2015:76).

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pola Konsumsi Mahasiswa Indekos Di Universitas Lampung (Studi Kasus : Mahasiswa S1 Reguler FEB Universitas Lampung)”.

### Rumusan Masalah

Permasalahan yang dapat dirumuskan adalah :

1. Apakah uang saku dapat mempengaruhi pola konsumsi mahasiswa indekos S1 reguler FEB Unila?
2. Apakah ada perbedaan signifikan antara mahasiswa jenis kelamin perempuan dan laki-laki terhadap pola konsumsi mahasiswa indekos

- S1 reguler FEB Unila?
3. Apakah ada perbedaan signifikan antara mahasiswa yang memiliki tabungan dan tidak memiliki tabungan terhadap pola konsumsi mahasiswa indekos S1 reguler FEB Unila?
  4. Apakah ada perbedaan signifikan antara mahasiswa yang menerima beasiswa dengan yang tidak menerima beasiswa terhadap pola konsumsi mahasiswa indekos S1 reguler FEB Unila?

### Tujuan Masalah

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh uang saku terhadap pola konsumsi mahasiswa indekos S1 reguler FEB Unila.
2. Untuk mengetahui bagaimana perbedaan antara mahasiswa yang berjenis kelamin perempuan dan laki-laki terhadap pola konsumsi mahasiswa indekos S1 reguler FEB Unila.
3. Untuk mengetahui bagaimana perbedaan antara mahasiswa yang memiliki tabungan dan tidak memiliki tabungan terhadap pola konsumsi mahasiswa indekos S1 reguler FEB Unila.
4. Untuk mengetahui bagaimana perbedaan antara mahasiswa yang mendapatkan beasiswa dengan yang tidak mendapatkan beasiswa terhadap pola konsumsi mahasiswa indekos S1 reguler FEB Unila.

### Hipotesis Penelitian

1. Diduga hubungan uang saku terhadap pola konsumsi mahasiswa indekos S1 reguler FEB Unila berpengaruh positif.
2. Diduga adanya perbedaan signifikan antara mahasiswa indekos jenis kelamin perempuan dan laki-laki terhadap pola konsumsi mahasiswa indekos S1 reguler FEB Unila.
3. Diduga adanya perbedaan signifikan antara mahasiswa indekos yang memiliki tabungan dan tidak memiliki tabungan terhadap pola konsumsi mahasiswa indekos S1 reguler FEB Unila.
4. Diduga adanya perbedaan signifikan antara mahasiswa indekos yang mendapatkan beasiswa dan tidak mendapatkan beasiswa terhadap pola konsumsi mahasiswa indekos S1 reguler FEB Unila.

## Tinjauan Teoritis

### Teori Konsumsi

Mankiw (2000) "Konsumsi adalah barang atau jasa yang dibeli oleh rumah tangga konsumsi terdiri dari barang tidak tahan lama (*Non Durable Goods*) adalah barang yang habis dipakai dalam waktu pendek, seperti makanan dan pakaian. Kedua adalah barang tahan lama (*Durable Goods*) adalah barang yang dimiliki usia panjang seperti mobil, televisi, alat elektronik dan lainnya. Ketiga, jasa (*Services*) meliputi pekerjaan yang dilakukan untuk konsumen oleh individu dan perusahaan.

### Metode Penelitian

#### Jenis Data dan Sumber Data

**Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder.**

#### Metode Penelitian

Metode yang peneliti gunakan dalam penelitian ini yaitu metode survei. Metode survei merupakan penelitian yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual (Arikunto, 2002:112).

#### Spesifikasi Model Analisis

Penelitian ini model analisis yang dibuat adalah memakai model Regresi Berganda, untuk menganalisis pola konsumsi mahasiswa indekos yang dipengaruhi oleh uang saku, jenis kelamin, tabungan, dan beasiswa. Maka penelitian ini menggunakan Regresi Linear Berganda dengan variabel *dummy*, yaitu:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 D_1 X_2 + \beta_3 D_2 X_3$$

**+β4 D3X4 +et**

Keterangan:

Y = Konsumsi mahasiswa (Rupiah/Bulan)

X<sub>1</sub> = Uang Saku (Rupiah/Bulan)

X<sub>2</sub> = D<sub>1</sub>: Tabungan, memiliki tabungan bernilai 1 dan tidak memiliki tabungan bernilai 0

X<sub>3</sub> = D<sub>2</sub>: Jenis kelamin, perempuan bernilai 1 dan laki-laki bernilai 0

X<sub>4</sub> = D<sub>3</sub>: Beasiswa, penerima beasiswa bernilai

1 dan bukan penerima beasiswa bernilai 0

$\beta_0$  = Konstanta

$\beta_{1-4}$  = Koefisien regresi

$e_t$  = Standar Error

## Hasil Estimasi Model Ordinary Least Square (OLS)

Hasil pengujian dengan menggunakan metode Ordinary Least Square (OLS) dapat dilihat pada tabel 17 yang diolah melalui Eviews9.

Tabel 1. Hasil Regresi dengan Tingkat Kepercayaan 5%.

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	201499,4	57830,17	3,484330	0,0007
Uang Saku	0,855243	0,032622	26,21669	0,0000***
Jenis Kelamin	32045,58	15594,19	2,054970	0,0424**
Tabungan	-199609,1	21133,42	-9,445190	0,0000***
Beasiswa	37143,08	15706,11	2,364881	0,0199**

\*\*\*) Signifikan pada level 1%; \*\*) Signifikan pada level 5%; \*) Signifikan pada level 10%

Sumber : Hasil Perhitungan *E-views*, 2016

$$Y = 201499,4 + 0,855243X_1 + 32045,58D_1X_2 - 199609,1D_2X_3 + 7143,08D_3X_4$$

R-square = 0,901368

### Hasil Perhitungan R-square

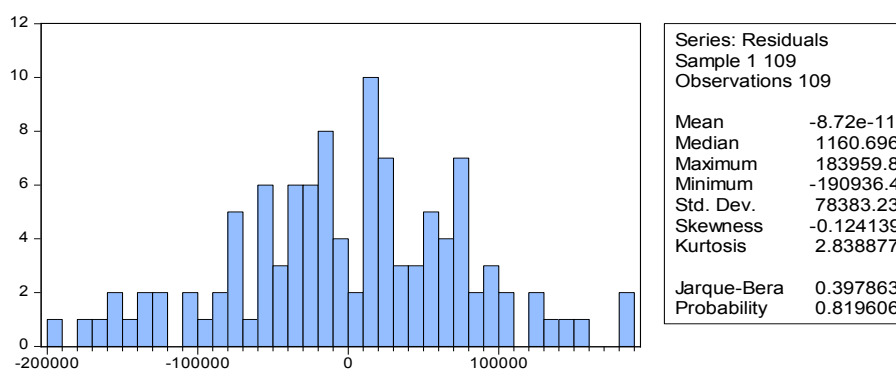
Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa nilai koefisien  $R^2$  adalah sebesar 0,901368 sesuai dengan kriteria pengujian  $R^2$  mendekati 1 yang berarti bahwa 90 persen nilai konsumsi dipengaruhi oleh uang saku, jenis kelamin, tabungan dan beasiswa, sedangkan

sekitar 10% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model.

Hasil dan Pembahasan Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah untuk mengetahui apakah residual terdistribusi secara normal atau tidak, pengujian normalitas dilakukan menggunakan metode Jarque-Bera. Hasil normalitas model persamaan pada penelitian ini menggunakan Eviews 9 dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas menunjukkan bahwa model telah terdistribusi normal. Hal ini dapat dilihat dari J-B hitung sebesar  $0,397863 < X^2$ -tabelnya sebesar 9,488.

### Uji Heteroskedastisitas

Penelitian ini untuk mendeteksi masalah heteroskedastisitas menggunakan metode white dengan *cross term* dan tanpa *cross term*.

**Tabel2. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Probability	Obs* R-Squared	X <sup>2</sup> -tabel(α = 5%)	Kesimpulan
0,2439	5,452441	9,488	BebasHeteroskedastisitas

Sumber :Hasil Perhitungan *E-views*, 2016

Hasil ini menunjukkan bahwa *Chi square* hitung sebesar 5,452441. lebih kecil dari *chi square* tabel sebesar 9,488 sehingga tidak ada heteroskedastisitas.

### Uji Autokorelasi

Autokolerasi adalah keadaan dimana faktor-faktor

pengganggu yang satu dengan yang lain tidak saling berhubungan, pengujian terhadap gejala autokorelasi dalam model analisa regresi dilakukan dengan pengujian *Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test*.

**Tabel 3. Hasil Uji Autokorelasi**

Probability	Obs* R-Squared	X <sup>2</sup> -tabel (α = 5%)	Kesimpulan
0,8230	0,389658	5,99146	Bebas Autokorelasi

Sumber :Hasil Perhitungan *E-views*, 2016

Dari hasil uji autokorelasi pada Tabel 3 menunjukkan bahwa terbebas dari masalah

autokorelasi karena nilai *Obs\*R square* (0,389658) < *X<sup>2</sup>Table* (5,99146).

### Uji Multikolinearitas

**Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel Bebas	VIF	Kesimpulan
Uang Saku	1,067837	Tidak terdapat multikolinearitas
Jenis Kelamin	1,018947	Tidak terdapat multikolinearitas
Tabungan	1,098177	Tidak terdapat multikolinearitas
Beasiswa	1,042848	Tidak terdapat multikolinearitas

Sumber : Hasil Perhitungan *E-views*, 2016

Berdasarkan Tabel 4, bahwa variabel bebas uang saku, jenis kelamin, tabungan dan beasiswa menghasilkan nilai VIF < 10 berarti dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

### Uji Hipotesis

#### Uji t Statistik

Uji t statistik dimaksudkan untuk menguji keberartian koefisien regresi secara parsial.

**Tabel 5. Hasil Uji t Statistik Dengan Tingkat Kepercayaan 95%**

Variabel	Koefisien	t-statistik	t-tabel	t-Prob	Kesimpulan
UangSaku	0,855243	26,21669	1,65964	0,0000	H <sub>0</sub> ditolak
Jenis Kelamin	32045,58	2,054970	1,65964	0,0424	H <sub>0</sub> ditolak
Tabungan	-199609,1	-9,445190	-1,65964	0,0000	H <sub>0</sub> ditolak
Beasiswa	37143,08	2,364881	1,65964	0,0199	H <sub>0</sub> ditolak

Sumber : Hasil Perhitungan *E-views*, 2016

- Variabel uang saku (X<sub>1</sub>) memiliki t-statistik (26,21669) > t-tabel (1,65964), sehingga H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima
- Variabel jeniskelamin (D<sub>1</sub>X<sub>2</sub>) memiliki t-statistik (2,054970) > t-tabel (1,65964), sehingga H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima.
- Variabel tabungan (D<sub>2</sub>X<sub>3</sub>) memiliki t-statistik (-9,445190) > t-tabel(-1,65964), sehingga H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima.
- Variabel beasiswa (D<sub>3</sub>X<sub>4</sub>) memiliki t-statistik (2,364881) > t-tabel (1,65964), sehingga H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima.

#### Uji F Statistik

Uji F statistik dikenal juga dengan uji serentak. Pada uji F statistik digunakan untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-

sama terhadap variabel terikatnya. Dalam pengujian ini diketahui bahwa secara keseluruhan hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak karena F statistik (237,6063) > F-tabel (2,691979). Dengan demikian maka secara statistik variabel uang saku, jenis kelamin, tabungan, dan beasiswa secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap konsumsi mahasiswa indekos S1 Reguler FEB Unila.

**Tabel 6. Hasil Uji F Statistik Dengan Tingkat Kepercayaan 95%**

F-statistik	F-tabel	Probabilitas	Keterangan
237,6063	2,691979	0,000000	$H_0$ ditolak

Sumber : Hasil Perhitungan *E-views*, 2016

## Pembahasan

### Uang Saku

Berdasarkan hasil uji signifikansi parameter menunjukkan bahwa uang saku memiliki pengaruh positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap konsumsi mahasiswa indekos. Nilai koefisien regresi uang saku responden sebesar 0,855243 yang bernilai positif (+), sehingga menunjukkan bahwa setiap kenaikan atau penambahan uang saku sebesar 1 Rupiah maka akan menyebabkan kenaikan sebesar 0,85 Rupiah pada konsumsi mahasiswa indekos S1 Reguler FEB Unila, karena semakin tinggi pendapatan dari uang saku yang diterima oleh seorang mahasiswa indekos maka baik itu konsumsi makanan maupun konsumsi non makanan juga meningkat.

### Jenis Kelamin

Hasil uji signifikansi parameter menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi jenis kelamin responden sebesar 32045,58 dan probability sebesar 0,0424 artinya jenis kelamin memiliki pengaruh positif dan berpengaruh secara signifikan. Berdasarkan perhitungan *dummy* 1 yaitu jenis kelamin yang membedakan antara perempuan dan laki-laki. Di dapatkan bahwa jenis kelamin perempuan memiliki konsumsi sebesar 233544,98 Rupiah dan laki-laki memiliki konsumsi sebesar 201499,4 Rupiah. Hasil regresi mengindikasikan bahwa jenis kelamin berpengaruh positif terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa dimana perempuan lebih besar daripada laki-laki yaitu sebesar 32045,58 Rupiah.

### Tabungan

Hasil uji signifikansi parameter menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi tabungan responden sebesar -199609,1 dan probability sebesar 0,0000 artinya variabel tabungan memiliki pengaruh negatif dan berpengaruh secara signifikan. Berdasarkan perhitungan *dummy* 2 yaitu variabel tabungan yang membedakan antara mahasiswa yang memiliki tabungan dan mahasiswa yang tidak memiliki tabungan. Di dapatkan bahwa mahasiswa yang memiliki tabungan akan melakukan konsumsi sebesar 1890,3 Rupiah dan mahasiswa yang tidak memiliki tabungan akan melakukan konsumsi sebesar 201499,4 Rupiah. Hasil regresi mengindikasikan bahwa tabungan berpengaruh negatif terhadap pengeluaran mahasiswa dimana mahasiswa yang memiliki tabungan akan mengurangi konsumsi dibandingkan mahasiswa yang tidak memiliki tabungan yaitu sebesar 199609,1 Rupiah.

### Beasiswa

Hasil uji signifikansi parameter menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi beasiswa responden sebesar 37143,08 dan probability sebesar 0,0199 artinya variabel beasiswa memiliki pengaruh positif dan berpengaruh secara signifikan. Berdasarkan perhitungan *dummy* 3 yaitu variabel beasiswa yang membedakan antara mahasiswa yang memiliki beasiswa dan mahasiswa yang tidak memiliki beasiswa. Didapatkan bahwa mahasiswa yang memiliki beasiswa akan melakukan konsumsi sebesar 238642,48 dan mahasiswa yang tidak memiliki beasiswa akan melakukan konsumsi sebesar 201499,4. Hasil regresi mengindikasikan bahwa beasiswa berpengaruh positif terhadap pengeluaran mahasiswa dimana mahasiswa yang memiliki beasiswa akan melakukan konsumsi lebih besar dibandingkan mahasiswa yang tidak memiliki beasiswa yaitu sebesar 37143,08 Rupiah.

## Kesimpulan Dan Saran

### Kesimpulan

1. Variabel uang saku berpengaruh positif dan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap konsumsi mahasiswa indekos S1 reguler FEB di Universitas Lampung.
2. Variabel jenis kelamin berpengaruh positif dan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap konsumsi mahasiswa indekos S1 reguler FEB di Universitas Lampung. Berdasarkan perhitungan



- dummy* bahwa konsumsi yang dilakukan mahasiswa perempuan lebih besar dibandingkan mahasiswa laki-laki.
3. Variabel tabungan berpengaruh negatif dan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap konsumsi mahasiswa indeks S1 reguler FEB di Universitas Lampung. Berdasarkan perhitungan *dummy* bahwa mahasiswa yang memiliki tabungan akan mengurangi konsumsi dibandingkan mahasiswa yang tidak memiliki tabungan.
  4. Variabel beasiswa berpengaruh positif dan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap konsumsi mahasiswa indeks S1 reguler FEB di Universitas Lampung. Berdasarkan perhitungan *dummy* bahwa konsumsi yang dilakukan mahasiswa yang memiliki beasiswa lebih besar dibandingkan mahasiswa yang tidak memiliki beasiswa.
  5. Bahwa hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel uang saku, jenis kelamin, tabungan dan beasiswa secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap konsumsi mahasiswa indeks S1 reguler FEB di Universitas Lampung.

#### Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan konsumsi mahasiswa indeks S1 Reguler FEB Unila untuk keperluan kuliah lebih kecil dari pada kebutuhan lainnya. Sebaiknya mahasiswa dapat meningkatkan uang saku terhadap keperluan kuliah untuk menunjang kegiatan belajar.
2. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan mahasiswa indeks S1 Reguler FEB Unila rata-rata menabung. Sebaiknya mahasiswa yang belum menabung agar dapat menabung untuk digunakan sebagai kebutuhan penting di masa depan.

#### Daftar Pustaka

- Akmal. 2004. *Analisis Pola Konsumsi Keluarga di Kecamatan Tallo Kota Makassar*. Fakultas Ekonomi Jurusan Ilmu Ekonomi Universitas Hasanuddin. Makassar.
- Antari, Ni Luh Sili. 2008. *Pengaruh Pendapatan, Pendidikan Dan Remitan Terhadap Pengeluaran Konsumsi Pekerja Migran Nonpermanen Di Kabupaten Badung (Studi Kasus pada Dua Kecamatan di Kabupaten Badung)*. Jurnal Jurusan Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana.
- Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta.
- Astria. 2008. *Analisis Fungsi Konsumsi Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin*. Skripsi Fakultas Ekonomi Jurusan Ilmu Ekonomi Universitas Hasanuddin. Makassar.
- Azis, Muhamad Abdul. 2009. *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Masyarakat Di Provinsi Jawa Tengah Tahun 2003 – 2007 (Studi Kasus Kota Semarang, Solo, Purwokerto dan Tegal)*. Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta
- BPS. 2014-2016. *Lampung Dalam Angka*. BPS Provinsi Lampung. Bandar Lampung
- Damayanti, Alia Muhlis. 2014. *Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Indeks Mewah Di Kecamatan Kartasura*. Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah. Surakarta
- Cooper, Donald. R., dan Pamela S. Schindler. 2006. *Metode Riset Bisnis*. Volume 1. Edisi 9. Diterjemahkan oleh: Budijanto, Didik Djunaedi dan Damos Sihombing. Jakarta: PT Media Global Edukasi.
- Gujarati, Damodar N. 2000. *Dasar-Dasar Ekonometrika*, Edisi Ketiga.
- Irawan, Prasetya. 2006. *Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*.
- Joesron, T., M. Fathorrozi. 2003. *Teori Ekonomi Mikro*. Salemba Empat. Jakarta
- Karoma, Agustina Resi. 2013. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pola Konsumsi Mahasiswa Indeks Di Kota Makassar*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin. Makassar
- Maharani, Dayu. 2004. *Perbandingan Pola Konsumsi Pada Kalangan Mahasiswa Yang Indeks Di Kota Surakarta*. Surakarta.
- Mangkoesebroto, Guritno. 1998. *Teori Ekonomi Makro*. Yogyakarta: STIE YKPN
- Mankiw, N. Gregory. 2006. *Pengantar Ekonomi Makro*. Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba Empat
- Nicholson W. 1991. *Teori Ekonomi Mikro I*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Nopirin. 1997. *Ekonomi Makro*. Cetakan Keempat. BPFE: Yogyakarta.
- Perkasa, Agung Andi. 2012. *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pola Konsumsi Mahasiswa*

- Unhas. Fakultas Ekonomi Jurusan Ilmu Ekonomi Universitas Hasanuddin. Makassar.
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Rachmawati, Satya. 2014. *Analisis Preferensi Mahasiswa Dalam Pemilihan Tempat Kos (Studi : Kawasan Kos Di Kelurahan Ketawanggede Dan Kelurahan Sumbersari, Kota Malang)*. Fakultas Ekonomi Jurusan Ilmu Ekonomi Universitas Brawijaya. Malang
- Reksoprayitno, Soediyono. 2000. *Ekonomi Makro (Pengantar Analisis Pendapatan Nasional)*, Edisi Kelima. Cetakan Kedua, Yogyakarta: Liberty.
- Samuelson, Paul A., William D. Nordhaus. 1996. *Makro Ekonomi*. Edisi Keempatbelas. Cetakan Kedua. Jakarta: Erlangga
- Sartika, Ajeng Tri. 2015. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Komsumsi Mahasiswa Asing Di Universitas Sumatera Utara*. Sumatera Utara
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sukirno, Sadono. 2003. *Pengantar Teori Mikroekonomi Edisi 3 cet-19*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- \_\_\_\_\_ 2006. *Pengantar Teori Makroekonomi-Edisi 3-17*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Sulistyo-Basuki. 2006. *Metode Penelitian*. Jakarta: Wedatama Widya Sastra.
- Sumarwan.1993. *Keluarga Masa Depan dan Perubahan Pola Konsumsi*. WartaDemografi. Jakarta:LD.FEUI
- Suparmoko, M. 1993. *Pengantar Ekonomika Makro*. Yogyakarta: BPFE.
- Syahrina, Ade. 2008. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Mahasiswa Unhas Kota Makassar*. Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin. Makassar.
- Tama, Ridony Taufik. 2014. *Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*.Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- Wahyuningtyas, Alfitri. 2000. *Pola Konsumsi Mahasiswa Kos di Kotamadya Surakarta*. Surakarta
- Widarjono, Agus. 2013. *Ekonometrika Pengantar dan Aplikasinya*. UPP STIM YKPN, Yogyakarta.
- Wurangian, Flinsia. 2015. *Analisis Pola Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Sam Ratulangi Yang Kost Di Kota Manado*. Jurnal Universitas Sam Ratulangi. Manado

# Pengaruh Spasial Kenaikan Upah minimum di Pasar Kerja Indonesia

Ida Budiarty

Universitas Lampung, Indonesia

**Abstract:** The objective of this study was to examine whether minimum wage increases that increase wage rates in a given region provide a spatial effect on wage increases in other geographically adjacent areas. The spatial effect in economic occurs when  $E(\epsilon_{it}, \epsilon_{jt}) \neq 0$  for certain  $t$  and  $i \neq j$  and the covariance not equal to zero but in accordance with certain of neighborhood relations (Anselin *et al.*, 2008). The research model is a polynomial function that contains many parameters that require a lot of data. The spatial effect in this model is represented by spatial lagged dependent being the independent variable. The data used are Sakernas individual panel data of 2008-2009 and 2009-2010. The estimation result show that the presence of spatial effect proved significant. This means that there is a spatial effect on wage changes in a province that effect changes in wages in other province that are geographically adjacent. This findings indicate need to be careful in formulating the value of minimum wage increases. If it is not, the continuous of wage increase without an increase in productivity regions it lead to inefficient production processes, do not create added value, and in turn lowering the expansion of employment opportunities and regional competitiveness.

**Key words:** Spatial correlation, spatial interaction effects, , minimum wage, dependent spatial lag variables.

## PENDAHULUAN

Kenaikan upah minimum terbukti signifikan dalam meningkatkan upah pekerja khususnya untuk pekerja muda berupah rendah yang berada di sektor formal AS dan Indonesia dan kenaikan tersebut telah mengubah distribusi upah pekerja (Gramlich, 1976; Budiarty, 2015). Dampak kebijakan upah minimum di negara berkembang juga telah terbukti signifikan dalam meningkatkan upah dan pendapatan pekerja yang berada di kedua sektor perekonomian formal dan informal (Lemos, 2004; Fajnzylber, 2000).

Dampak kenaikan upah minimum yang telah meningkatkan upah pekerja di sebuah wilayah tertentu dapat menjadi faktor pendorong bagi peningkatan upah di wilayah lainnya yang secara geografis letaknya berbatasan.. Secara ekonometrika, hal ini mengindikasikan adanya pengaruh spasial atas kenaikan tingkat upah tersebut. Pengaruh spasial dapat terjadi karena adanya ketergantungan spasial atau heterogenitas spasial, perbedaannya terletak pada struktur ketergantungan yang berhubungan dengan lokasi atau jarak, perekonomian secara umum, atau ruang jaring spasial. Kehadiran pengaruh spasial akan

menyebabkan korelasi antarunit *cross sectional* menjadi tidak sama dengan nol akan tetapi mengikuti order spasial tertentu. Keterkaitan spasial secara ekonomi terjadi ketika  $E(\epsilon_{it}, \epsilon_{jt}) \neq 0$  untuk  $t$  tertentu dan  $i \neq j$  dan covariansinya tidak sama dengan nol tetapi sesuai dengan relasi ketetanggaan tertentu (Anselin *et al.*, 2008).

Penelitian ini akan menguji apakah terdapat dampak pengaruh spasial dari peningkatan nilai upah minimum yang meningkatkan upah di sebuah provinsi terhadap peningkatan upah di provinsi lain yang letaknya berdekatan. Data yang digunakan dalam studi ini data panel Sakernas tahun 2008 hingga 2010. Data panel Sakernas 2008-2010 adalah data survei ketenagakerjaan di Indonesia, dan pada tahun 2008-2010 merupakan uji coba untuk paket data panel individu Sakernas yang pertama kalinya. Data Sakernas sebelum tahun 2008 bukan berbentuk data panel.

Upah minimum di Indonesia berkembang relatif sangat cepat sejak digulirkannya kebijakan otonomi daerah. Pada beberapa wilayah, khususnya di luar Pulau Jawa bahkan mengalami lonjakan kenaikan

upah minimum cukup besar selama periode 2000 hingga 2005. Selama periode 2000-2012 rata-rata upah minimum nasional meningkat sekitar 5 kali lipat, atau meningkat sebesar 12,8 persen per tahun (Aswicahyono, 2014). Di Indonesia, upah minimum menjadi tolak ukur pembayaran upah karena merupakan batas upah terendah yang harus pengusaha bayarkan kepada pekerja. Selain itu upah minimum juga merupakan salah satu variabel yang sering diamati di pasar tenaga kerja karena terbukti pengaruhnya signifikan meningkatkan upah pekerja (Rama, 2000; Devanto (2010).

Wheaton dan Lewis dalam Longhi *et al.* (2006) menyatakan terdapat beberapa alasan untuk menambahkan pengaruh bobot spasial upah wilayah tetangga terhadap tingkat upah lokal. Alasan pertama, tingkat upah yang tinggi di daerah sekitar akan meningkatkan oportunitas upah para pekerja lokal sehingga seorang pengusaha monopsonistik perlu menawarkan peningkatan upah lokal untuk menarik atau mempertahankan pekerja. Alasan kedua, upah wilayah tetangga dapat menjadi proksi dari pengaruh *spillover* spasial dalam bentuk keuntungan aglomerasi, yang mana upah dan produktivitas akan lebih tinggi dalam sebuah kelompok industri yang menguasai wilayah perkotaan dengan tingkat kepadatan penduduk yang tinggi. Aglomerasi memengaruhi kurva upah melalui pasar tenaga kerja *non* kompetitif dengan mekanisme menurunkan (meningkatkan) upah pada waktu tingkat pengangguran tinggi (rendah) (Longhi *et al.*, 2006).

Tujuan studi ini adalah untuk menguji apakah terdapat pengaruh spasial ketika upah minimum sebuah provinsi meningkat juga akan meningkatkan tingkat upah di provinsi lainnya yang terletak berdekatan. Hal ini penting untuk diketahui karena jika pengaruh spasial terbukti signifikan maka kebijakan peningkatan nilai upah minimum selanjutnya perlu dilakukan secara berhati-hati agar tidak memunculkan dampak kenaikan upah yang bahkan melampaui tingkat produktivitas daerah tertentu. Pertumbuhan upah yang relatif lebih cepat dari pertumbuhan produktivitas akan berdampak menurunkan efisiensi usaha, dan selanjutnya akan menurunkan perluasan kesempatan kerja. Jika terjadi penurunan kesempatan kerja bahkan sampai pada tidak adanya pertumbuhan kesempatan kerja (*jobless growth*), dampak lanjutannya adalah pada distribusi upah/pendapatan pekerja di wilayah tersebut yaitu meningkatnya ketimpangan pendapatan dan menurunkan kesejahteraan pekerja.

## METODOLOGI

### 1. Data dan Sumber Data

Data penelitian bersumber dari Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) Tahun 2008 - 2010. Data pada periode ini adalah data panel ketenagakerjaan yang pertama kali dilakukan oleh Biro Pusat Statistik (BPS) di Indonesia. Proses *matching* data menggunakan STATA 12 dan dilakukan berdasarkan pada beberapa informasi karakteristik individu seperti, tempat tinggal, jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan yang ditamatkan, dan karakteristik responden lainnya. Hasil pencocokan data diperoleh temuan bahwa informasi setiap individu tidak semuanya berakhir di tahun 2010. Sehingga guna memperoleh informasi data yang *valid, set* data Sakernas periode 2008-2010 dipecah kedalam dua bagian data yaitu untuk periode Tahun 2008-2009 dan 2009-2010. Artinya, pada penelitian ini akan terdapat dua set data panel yaitu set data panel pertama adalah data panel Tahun 2008-2009 dan data panel kedua adalah set data panel Tahun 2009-2010. Estimasi akan dilakukan menurut masing-masing data panel.

### 2. Prosedur Pembentukan Model Penelitian

Model penelitian ini adalah sebuah model upah modifikasi dari model Neumark, Sweitzer, dan Wachter (2004) atau disingkat dengan NSW. Model NSW berbeda dengan model-model penelitian upah minimum sebelumnya karena merupakan fungsi fleksibel yang mengenalkan banyak parameter dan sejumlah besar heterogenitas sehingga memberikan informasi luas tentang pengaruh upah minimum terhadap upah pekerja, kesempatan kerja, dan status pekerja, sekaligus membedakan antara pengaruh sebaya (*contemporaneous effects*) dan pengaruh *lag* upah minimum di beberapa titik kelas distribusi upah. Pada model upah modifikasi ditambahkan variabel spasial *lag* dependen yang berperan sebagai variabel variabel independen. ini sejalan dengan yang dinyatakan oleh Anselin dalam Buettner (1999) bahwa pada kasus persamaan upah yang memengaruhi pembayaran upah di daerah tertentu kehadiran variabel spasial *lag* dependen dalam model persamaan upah menjadi signifikan.

Pembentukan variabel spasial *lag* dependen dimulai dengan mengkuantifikasikan struktur spasial secara formal dalam bentuk matrik. Matrik menggambarkan ketergantungan spasial antarobservasi dan dinyatakan sebagai matrik bobot spasial (*spatial weights matrix*) dengan notasi *W*. Matrik *W* adalah

sebuah matrik *non-negatif* yang secara formal mengekspresikan relasi spasial antara *n* unit spasial. Secara teori, matrik *W* dibentuk berdasarkan pada dua jenis kriteria ketetanggaan yaitu persinggungan perbatasan dan jarak.

Dalam banyak kasus aplikasi matrik spasial, kriteria persinggungan perbatasan yang lebih sering digunakan (Getis dan Aldstadt, 2004). Definisi tetangga secara spasial pada umumnya adalah wilayah yang secara geografis letaknya berbatasan secara langsung, jika tidak berbatasan secara langsung diasumsikan bukan tetangga. Kriteria persinggungan perbatasan secara geometri mengikuti aturan kasus *rook contiguity* (terdiri dari *linier contiguity*, *rook contiguity*, *bishop contiguity*, *double linier contiguity*, *double rook contiguity*) atau kasus *queen contiguity*. Persinggungan perbatasan menurut definisi kasus *rook* adalah empat tetangga dalam setiap sel dalam arah mata angin dan nilainya sama dengan satu (=1), sedangkan dalam kasus *queen* terdapat delapan tetangga setiap sel dimana semua arah bernilai sama dengan 1 dan yang lain sama dengan 0. Delapan tetangga yang dimaksudkan adalah empat tetangga dalam setiap sel dalam arah mata angin ditambah empat persinggungan ujung sudut (*vertex*) sebuah daerah. Daerah sendiri tidak berinteraksi dengan diri sendiri maka elemen matrik bobot spasialnya harus bernilai sama dengan 0 (Getis dan Aldstadt, 2004). Matrik *non-negatif* *W* berukuran *N x N*. Penelitian ini menggunakan matrik spasial menurut aturan *queen contiguity*. Bentuk struktural model modifikasi adalah sebagai berikut.

$$w_{it} - w_{it} = \alpha + \sum_j \beta_j [M_{ij}^1, -M_{ij}^1] R(w_{it}, Mw_{it}) + \sum_j \beta_j \alpha_j [M_{ij}^1, -M_{ij}^1] R(w_{it}, Mw_{it}) + \sum_j \beta_j \alpha_j R(w_{it}, Mw_{it}) + \sum_j \beta_j \phi_j R(w_{it}, Mw_{it}) \left[ \frac{w_{it}}{M_{ij}^1} \right] + X'_{it} \alpha + \Delta w_{it} + W\rho + \hat{\alpha}_t$$

yang mana  $w_i$  adalah tingkat upah individu *i*,  $Mw_p$  adalah nilai upah minimum provinsi *p*. Vektor  $X'$  adalah variabel karakteristik individu seperti tingkat pendidikan pekerja, umur pekerja, lapangan pekerjaan, jenis kelamin dan lain-lain. *W* adalah matrik spasial tertimbang atau *spasial weighted matrix*. Matrik spasial tertimbang adalah matrik pengaruh spasial yang telah diberikan bobot spasial.

Variabel  $\frac{W^1_{ipt}}{M^1_p}$  adalah variabel rasio upah individu pekerja terhadap upah minimum yang diinteraksikan dengan seluruh variabel  $R_j$  ( $j=1,2,\dots,n$ ). Interaksi

tersebut untuk mengetahui pengaruh rasio upah individu terhadap perubahan upahnya di masing-masing kelas distribusi upah. Variabel  $R_j$  merepresentasikan kelas-kelas distribusi upah pekerja yang disusun berdasarkan informasi tingkat upah pekerja di tahun awal ( $t=1$ ). Pembentukan  $R_j$  berdasarkan teori untuk mengontrol perbedaan pengaruh perubahan upah di setiap titik berbeda dari distribusi upah. Subkrip *i*, *p*, dan *t* masing-masing menginformasikan individu, provinsi dan tahun.

### 3. Metode Estimasi dan Pengujian Variabel Spasial

Estimasi model penelitian akan menggunakan OLS sebagai prosedur standar konvensional yang diusulkan Elhorst *et al.* (2011). Hasil estimasi OLS menjadi patokan untuk estimasi-estimasi berikutnya yang menggunakan *fixed effect* (FE) dan *random effect* (RE). Metode *fixed Effect* digunakan karena upah minimum dapat merupakan sebuah upah kesepakatan di tingkat daerah antara wakil pekerja, pengusaha dan pemerintah. Selanjutnya pengujian Hausman akan digunakan untuk menentukan estimator terbaik diantara model FE\_OLS dan RE\_OLS. Jika terbukti  $\hat{\beta}$  secara asimtotis terdistribusi normal dan eror juga akan terdistribusi secara normal maka model akan diestimasi dengan maksimum likelihood. Pengujian atas pengaruh variabel spasial *lag* dependen akan dilakukan dengan menggunakan statistik Wald. Pada model juga dilakukan pengujian endogenitas Hausman, dan jika terbukti variabelnya endogen maka estimasi akan menggunakan 2SLS. Untuk melakukan koreksi standar kesalahan, estimasi dapat dilanjutkan dengan menggunakan *general method of moments* (GMM).

### HASIL

Hasil estimasi sebagian di Tabel 1 yang memperlihatkan kehadiran variabel lag spasial dependen (LagU8.W) signifikan secara statistik pada alpha 5% dan arahnya positif dengan besaran 0,165 (kolom 5). Hal ini berarti terdapat hubungan positif antara rata-rata kenaikan upah (di provinsi sekitar yang wilayahnya bersinggungan) dengan kenaikan upah di provinsi tertentu. Hasil temuan ini sejalan dengan temuan Buettner (1999) dan Longhi *et al* (2006).



**Tabell: Estimasi Regresi Tahun 2008-2009**

Variabel Dependen	OLS_FE	OLS_RE	2SLS_FE	REG_ GMM
Beda Upah	<i>coef</i>	<i>coef</i>	<i>coef</i>	<i>coef</i>
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Lag_U8	-0,244*** (0,0173)	-0,224*** (0,1299)	-0,467*** (0,022)	-0,364** (0,163)
doubleLag_ U8		-0,044*** (0,0002)	-0,002*** (0,000)	-0,003** (0,002)
<i>LagU8.W</i>			0,177***	0,165*** (0,025)
Konstanta	0,235*** (0,078)	-0,383 (0,086)	0,034 (0,061)	0,012 (0,075)
Observasi	64703	64703	64703	64703
F (pooling)	665,35			
F	7,85		3504,42	
R <sup>2</sup>	0,3118	0,3106	0,3113	0,3128
Wald		5300,23	7292,62	7969,43
Wald (Lag_ U8.W)			94,54	42,18
Bias Wald			22,30	
Fixed Effect	yes	no	yes	yes
Time Effect	no	yes	no	No
note: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1				

Pada kolom (2) ditampilkan hasil estimasi yang memasukkan efek tetap regional dalam model. Berdasarkan nilai statistik F untuk model ini—yang mengasumsikan efek individu merupakan parameter tetap yang harus diestimasi—variabel *lag* dependen (Lag\_U8) terbukti signifikan dan sedikit kurang kuat dibandingkan dengan besaran estimasi OLS. Mengingat *nature* data yang diambil secara random dari populasi yang besar maka estimasi juga dilakukan untuk model efek random OLS-RE. Hasil pengujian Hausman, model efek tetap OLS\_FE adalah estimator yang relatif lebih efisien dibandingkan dengan model efek random dengan nilai hitung *Chi square* sebesar 249,73 sehingga pada estimasi-estimasi berikutnya efek tetap akan selalu ditambahkan dalam model.

Karena data nilai upah minimum yang tersedia pada tingkat daerah atau sektoral dan *range* informasi yang ada untuk mengawasi pengaruh komposisi kenaikan upah di kelas distribusi relatif sedikit, kemungkinan variabel spasial *lag* dependen adalah regresor endogen, maka, dilakukan pengujian endogenitas. Hasil pengujian endogenitas untuk spesifikasi model OLS\_FE memberikan nilai sebesar 11,24 yang signifikan pada level 1 persen. Dengan demikian model OLS\_FE menjadi tidak konsisten menggunakan estimasi OLS, maka dilakukan estimasi dengan pendekatan *two-stage least squares* (2SLS) dengan memerhatikan efek tetap. Hasil estimasi 2SLS\_FE dengan efek tetap dapat dilihat pada kolom

4 Tabel 1. Pada model ini ditambahkan variabel spasial lag dependen (LagU8.W).

Hasil estimasi memperlihatkan variabel spasial lag dependen (LagU8.W) terbukti signifikan dan positif dengan besaran pengaruh yang cukup kuat. Pengujian untuk kehadiran variabel spasial lag dependen (LagU8.W) terbukti signifikan dengan nilai statistik Wald sebesar 94,54 (pada bagian bawah kolom 4). Hasil estimasi menggunakan 2SLS ini memperlihatkan adanya arah positif antara variabel pengaruh spasial lag beda upah—rata-rata kenaikan upah di daerah sekitar yang wilayahnya bersinggungan—dengan kenaikan upah di provinsi tetangganya.

Bagaimanapun Hsiao dalam Buettner (1999) menjelaskan penambahan efek tetap dalam model regresi upah dinamis dapat memberikan bias estimasi karena level lag dikorelasikan dengan suku kesalahan (eror), sehingga membutuhkan penggunaan estimasi variabel instrumen generalized method of moments (GMM). Hasil estimasi GMM ditampilkan pada kolom 5 Tabel 1. Variabel spasial lag dependen yang direpresentasikan oleh variabel LagU8.W adalah nilai kenaikan upah tertimbang, dan nilai estimasinya adalah 0,165 yang signifikan pada level 1 persen. Ini berarti kenaikan (beda) upah di suatu provinsi pada tahun 2008-2009 akan mampu mencapai Rp164.849,68 jika peningkatan kenaikan upah wilayah sekitarnya mencapai satu juta rupiah.

Pada model keterkaitan spasial data panel periode Tahun 2009-2010 pengujian endogenitas terhadap regresor tidak terbukti dengan nilai F sebesar 0,008 maka estimasi dilakukan dengan pendekatan maximum likelihood (ML) sebagai penaksir yang efisien (Elhorst et al., 2011). Hasil estimasi ML ditampilkan pada Tabel 2 kolom 5. Kehadiran variabel spasial lag dependen dalam estimasi maximum likelihood semakin ditegaskan dengan hasil pengujian likelihood-ratio untuk variabel pengaruh spasial lag dependen terbukti signifikan dengan nilai pengujian sebesar 8,20. Koefisien pengaruh keterkaitan spasial pada tahun 2009-2010 terbukti negatif—dan direpresentasikan oleh variabel LagU9.W— dengan perolehan nilai estimasi sebesar -0,026 signifikan pada level 1 persen. Hal ini mengindikasikan penurunan kenaikan (beda) upah suatu provinsi pada tahun 2009-2010 mencapai Rp26.075,70 jika peningkatan kenaikan (beda) upah wilayah sekitarnya mencapai satu juta rupiah.



**Tabel 2: Estimasi Regresi Tahun 2009-2010.**

Variabel Dependen	Reg_OLS	OLS_FE	OLS_RE	RegMLE
Beda Upah	coef	coef	coef	coef
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Lag_U8	-0,266***	-0,266** (0,069)	-0,266*** (0,019)	-0,492*** (0,023)
doubleLag_U8	-0,009***	-0,009*** (0,001)	-0,009*** (0,0000)	
<i>LagU8.W</i>				-0,026*** (0,009)
Konstanta	-0,303*** (0,098)	0,496*** (0,076)	0,286*** (0,061)	0,019 (0,074)
Observasi	59684	64703	59684	59684
F (pooling)	135,09	665,35		
F		7,85		
R <sup>2</sup>	0,3594	0,3118	0,3594	
Wald				8,2
Wald (Lag_U8.W)			33454,42	
LR				25943,18
Fixed Effect	no	yes	no	yes
Time Effect	no	no	yes	yes
note: *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1				

Penurunan kenaikan (beda) upah ini diduga karena pengaruh situasi perekonomian di tahun 2008-2009 yang mengalami: 1) penurunan pertumbuhan ekonomi di kuartal keempat Tahun 2008, dan 2) adanya pembatasan kenaikan nilai upah minimum untuk Tahun 2009 sebagai implementasi atas SK Bersama (SKB) 4 Menteri: Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi, Menteri Dalam Negeri, Menteri Perindustrian, dan Menteri Perdagangan. Selain itu proses penetapan upah minimum sendiri setiap tahun dilakukan di triwulan keempat tahun 2008.

## DISKUSI

Model pengaruh spasial kenaikan (beda) upah ini menunjukkan besarnya pengaruh kenaikan upah wilayah sekitar sehingga dimungkinkan untuk membuat perbandingan mengenai tingkat capaian peningkatan kenaikan (beda) upah karena faktor internal dari wilayah sekitar. Hasil perhitungan keterkaitan kenaikan (beda) upah antar provinsi tahun 2008-2009 rata-rata sebesar Rp62.753. Sedangkan pengaruh kenaikan upah terendah pada tahun 2008-2009 ada di Provinsi Bangka Belitung yaitu sebesar Rp25.300 sebaliknya pengaruh terbesar ada pada Papua sebesar Rp112.364.

Perhitungan pengaruh rata-rata kenaikan (beda) upah tahun 2009-2010 adalah sebesar Rp87.155.

Pengaruh terendah dan signifikan tahun 2009-2010 ada di Sulawesi Selatan yaitu sebesar Rp17.812 sebaliknya pengaruh terbesar ada pada Provinsi Banten sebesar Rp186.260. Berdasarkan hasil perhitungan dan besaran koefisien pengaruh Papua dan Banten perlu lebih berhati-hati dalam penentuan nilai upah minimum pada tahun-tahun yang akan datang.

Berdasarkan pada pengaruh rata-rata kenaikan (beda) upah wilayah sekitar Tahun 2009-2010 terdapat 57,58 persen provinsi yang kenaikan (beda) upahnya lebih rendah dari kenaikan (beda) upah rata-rata Indonesia. Rata-rata kenaikan (beda) upah setiap provinsi tidak sama dan pada tahun 2009-2010 terdapat 43,60 persen provinsi yang mengalami peningkatan kenaikan (beda) upah dari tahun sebelumnya 2008-2009. Peningkatan ini tentu akan membawa perubahan dalam kepadatan distribusi upah (Motellón *et al.*, 2011).

Berdasarkan uraian sebelumnya pengaruh spasial dalam kenaikan (beda) upah terbukti signifikan selama periode pengamatan 2008 hingga 2010. Pengaruh spasial signifikan hanya di beberapa provinsi saja pada tahun 2008-2009, namun di tahun 2009-2010 ketika kenaikan (beda) upah minimum tidak dibatasi pengaruh spasial tersebut terlihat semakin menguat dengan semakin banyaknya provinsi yang terbukti pengaruhnya signifikan. Hasil temuan ini mengindikasikan kenaikan (beda) upah 2009-2010 ketika tidak dibatasi menghasilkan pengaruh spasial yang menguat. Jika peningkatan nilai upah minimum berlangsung terus menerus tanpa dibatasi dikhawatirkan akan berdampak pada laju pertumbuhan upah yang lebih cepat dibandingkan dengan laju pertumbuhan produktivitas wilayah. Akibatnya adalah akan terdapat inefisiensi dalam proses produksi, tidak mampu menciptakan nilai tambah, dan pada gilirannya akan menurunkan ekspansi kesempatan kerja bahkan mungkin pada ketiadaan penyerapan pekerja (*jobless growth*) dan daya saing daerah. Tidak adanya penyerapan pekerja dalam jangka panjang akan memperbesar ketimpangan pendapatan pekerja di dalam wilayah tersebut dan akan menyebabkan penurunan kesejahteraan. Upah mempunyai *network properties* melalui *overflow* (difusi) keuntungan spasial. Pertumbuhan upah yang cepat di sebuah wilayah akan mendorong pertumbuhan upah yang lambat di wilayah sekitarnya. Wilayah yang lebih maju akan memberikan dorongan lebih besar terhadap wilayah yang kurang maju tetapi tidak sebaliknya. Upah juga mempunyai efek *spillover* yang positif

dalam sebuah wilayah sehingga mobilitas upah relatif akan lebih cepat.

## KETERBATASAN STUDI

Hasil temuan penelitian pengaruh spasial terbukti signifikan dalam kenaikan (beda) upah provinsi. Hasil ini disimpulkan berdasarkan signifikansi koefisien pengaruh dari model yang dibangun. Estimasi regresi melibatkan obesrvasi masing-masing 64.703 dan 59.684 untuk tahun 2008-2009 dan 2009-2010. Jumlah observasi ini terdiri dari mereka yang berusia > 15 tahun dan bekerja selama satu jam seminggu sebelumnya dan memperoleh upah sebagai balas jasa dari kegiatan produktif tersebut. Artinya, estimasi untuk fungsi upah hanya melibatkan pekerja yang memiliki upah. Sedangkan dalam pasar kerja Indonesia terdapat mereka yang bekerja sebagai *self employed* atau *unpaid wokrs* yang bekerja di pertanian atau sebagai pekerja keluarga dan tidak memiliki upah. Jumlah mereka cukup besar dalam pasar kerja Indonesia. Dengan demikian kesimpulan hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan.

## KESIMPULAN

### Simpulan

Kehadiran variabel pengaruh spasial lag dependen dalam model difference terbukti signifikan. Rata-rata pengaruh kenaikan (beda) upah wilayah sekitar semakin meningkat dari tahun 2008-2009 sebesar Rp62.753 menjadi Rp87.155 di tahun 2009-2010. Semakin tinggi tingkat upah semakin besar rata-rata pengaruh kenaikan (beda) upah wilayah sekitar. Pengaruh spasial semakin menguat selama periode penelitian ditandai dengan semakin banyak provinsi yang koefisien pengaruhnya signifikan.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan semakin besar rata-rata pengaruh kenaikan (beda) upah, maka saran yang diajukan adalah dalam penentuan nilai upah minimum pada tahun-tahun ke depan perlu dilakukan secara hati-hati dengan tidak memunculkan dampak pengaruh spasial kenaikan (beda) yang cukup besar. Hal ini perlu dilakukan untuk menjaga iklim usaha tetap kondusif

dalam mengembangkan usaha dan terciptanya kesempatan-kesempatan kerja baru untuk memelihara pendapatan masyarakat. Kenaikan besaran nilai upah minimum dilakukan dengan tetap memperhatikan produktivitas dan panga upah dalam wilayah.

## REFERENSI

1. Abowd, J.M., Francis Kramarz, Thomas Limiueux, dan David N. Mangolis. 1999. "Minimum Wages and Youth Employment in France and United States." Working Paper No. 611, National Bureau of Economic Research, Chicago.
2. Alatas, Vivi dan Lisa A. Cameron. 2008. "The Impact of Minimum Wages on Employment in a Low Income Country: A Quasi-Natural Experiment in Indonesia." *Industrial And Labor Relation Review* 61(2): 201-19.
3. Angel-Urdinola, F. Diego, dan Quentin Wodon. 2004. "The Impact on Inequality of Raising the Minimum Wage: Gap Narrowing and Reranking Effects." *Labour* 18(2): 317-27.
4. Anselin, L. 1999. "*Spatial Econometrics*." Dallas, Bruton Center School of Social Sciences ,University of Texas.
5. Autor, David H., Lawrence F Katz. dan Mellisa S Kearney. 2008. "Trends in US Inequality: Revising the Revisionist." *Review of Economics and Statistics*, 90 (2): 300-23.
6. Autor, David H, Lawrence F Katz, dan Alan B Krueger. 1998. "Computing Inequality: Have Computers Changed the Labor Markets?," *The Quartely Journal of Economics* 113 (4):1169-13.
7. Badan Pusat Statistik (BPS). 2009. "*Analisis Kemiskinan, Ketenagkerjaan dan Distribusi Pendapatan*." Badan Pusat Statistik, Jakarta.
8. Baker, Michael, Benyamin Dwane dan Shuchita Stanger. 1999. "The Highs and Lows of the Minimum Wage Effect: A Time Series Cross-Section Study of the Canadian Law." *Journal of Labor Economics* 17(2): 318-50.
9. Bank Indonesia. 2009. "Outlook Ekonomi Indonesia 2009-2014." Edisi Januari.
10. Bellante, Don, dan Mark Jackson. 1990. "*Ekonomi Ketenagakerjaan*." Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1990.
11. Bell, Linda A. 1997. "The Impact of Minimum Wage in Mexico and Columbia." *Journal of Labour Economics* 15(3): S102-S35.
12. Benabou, Roland. 1996. "Inequality and

- Growth.” *Chicago Journals* 11: 11–74.
13. Bhaskar, V, dan Ted To. 1999. “Minimum Wages for Ronald Mc Donald Monopsonies: A Theory of Monopsonistic Competitions.” *Economic Journal* 109: 190–03.
  14. Bird, Kelly dan Chris Manning. 2002. “Impact of Minimum Wage Policy on Employment and Earnings in the Informal Sectors.” Working Paper for 8th East Asian Economic Association Conference, Kuala Lumpur.
  15. \_\_\_\_\_. 2005. “Minimum Wage and Poverty in a Developing Country: Simulation from Indonesia’s Household Survey.” Working Paper Series No. 2005-24, The International Centre for the Study of East Asian Development (ICSEAD), Kitakyushu.
  16. Blais, Andre, Michel Cousineau, dan Kenneth McRoberts. 1989. “The Determinants of Minimum Wage Rates.” *Public Choice* 62(1):15–24.
  17. Boal, William M, dan Michael R Ransom. 1997. “Monopsony in Labour Market.” *Journal of Economic Literature* 35(1):86-12.
  18. Boediono. 2009. “*Ekonomi Indonesia Mau Kemana? Kumpulan Esai Ekonomi.*” Jakarta, Kepustakaan Populer Gramedia (KPG), 2009.
  19. Borjas, George J. 2005. “*Labor Economics*, 3rd edition.” New York, McGraw-Hill/Irwin.
  20. Brown, Charles, Gilroy Curtis, dan Andrew Kohen. 1982. “The Effect of the Minimum Wage on Employment and Unemployment.” *Journal of Economic Literature* 20(2): 487-528.
  21. Campolieti, Michelle, Tony Fang, dan Morley Gunderson. 2004. “Minimum Wages Impact on Youth Employment Transitions.” University of Toronto, Mimeo.
  22. Card, David. 1992a. “Using Regional Variation in Wages To Measure the Effects of the Federal Minimum Wage.” *Industrial and Labor Relations Review* 46(1): 22-37.
  23. Card, David dan Alan B Krueger. 1994. “Minimum Wages and Employment: A Case Study of Fast-Food Industry in New Jersey and Pennsylvania.” *American and Economics Review* 84(4): 772–73.
  24. \_\_\_\_\_. 1995. “*Myth and Measurement: The New Economics of the Minimum Wage.*” Princeton NJ, Princeton University Press.
  25. \_\_\_\_\_. 2000. “Minimum Wages and Employment, A Case Study of Fast Food Industry in New Jersey and Pennsylvania–Reply.” *American Economics Review* 90(5): 1397–420.
  26. Carneiro, Fransisco G. 2000. “Time Series Evidence of Employment Effect of Minimum Wages in Brazil.” Economics Riset Network Working Paper: 1–20.
  27. Chiang, Alpha. 1984. “*Fundamental Methods of Mathematical Economics* 3rd Edition.” New York, McGraw-Hill.Inc.
  28. Chun, Natalie dan Niny Khor. 2010. “Minimum Wage and Changing Wage Inequality in Indonesia.” ADB Economic Working Paper Series 196, Asian Development Bank (ADB).
  29. Currie, J Fallick B.C. 1996. “The Minimum Wage and the Employment of Youth.” *Journal of Human Resources* 31:1996, 404–28.
  30. Davis, Steve J, John Haltiwanger, Lawrence F Katz, dan Robert Topel. 1991. “Wage Dispersion Between and Within US Manufacturing Plants, 1963 – 1986.” *Brookings Paper on Economic Activity Microeconomics* : 115– 00.
  31. Dickens, Richard., Stephen Machin, dan Alan Manning. 1999. “The Effect of Minimum Wages on Employment: Theory and Evidence from Britain.” *Journal of Labor Economics* 17(1): 1–22.
  32. Dickens, Richard dan Alan Manning. 2004. “Has the National Minimum Wage Reduced UK Wage Inequality?” *Journal of Royal Statistical Society, Series A* 167(4): 2004, 613-26.
  33. DiNardo, J, Nicole M Fortin, and Thomas Lemieux. 1996. “Labor Market Institutions and the Distribution of Wage, 1973–1992.” *Econometrica* 64(5): 1996, 1001–044.
  34. Ehrenberg, Ronald G, dan Robert Smith. 2006. “*Modern Labor Economics, Theory and Public Policy*, Ninth Edition. “ New York, Pearson Education, Inc.
  35. Fajnzylber, Pablo. 2001. “Minimum Wage Effects Throughout the Distribution: Evidence from Brazil’s Formal and Informal Sectors.” Working Paper, Brazil, Cedeplar.
  36. Freeman, Alida C, dan Richard B Freeman. 1991. “Minimum Wages in Puerto Rico: Textbook Case of a Wage Floor?” NBER Working Paper No.3759: 11–23.
  37. Freeman, Richard B. 1996. “The Minimum Wage as a Redistributive Tool.” *The Economic Journal* 106 (436): 639–49.
  38. Gindling, T H, dan Katherine Terrel. 1995. “The Nature of Minimum Wages and Their Effectiveness as a Wage Floor in Costa Rica 1976–

- 1991." *World Development Oxford* Vol. 23(8): 1439–58.
39. \_\_\_\_\_. 2005. "Legal Minimum Wages and the Wages of Formal and Informal Sector Workers in Costa Rica." *World Development* 33(11): 1905–21.
  40. Gramlich, Edward M. 1976. "Impact of Minimum Wage on Other Wages, Employment, and Family Incomes." *Brookings Papers on Economic Activity* 2: 409-61.
  41. Henderson, James M, dan Richard F Quandt. 1985. "*Microeconomic Theory, A Mathematical Approach, Third Edition.*" Singapore, McGraw Hill Book Company.
  42. Islam, Iyanatul dan Suahazil Nazara. 2000. "Minimum Wage and the Welfare of Indonesian Workers." Occasional Discussion Paper Series No.3, Jakarta, ILO Jakarta Office.
  43. Johnson, William R., dan Edgar K Browning. 2001. "The Distributional and Efficiency Effect of Increasing the Minimum Wage: A Simulation." *American Economic Review*, 73(1): 204-11.
  44. \_\_\_\_\_. 1988. "Some Recent Developments in Labor Economics and Their Implications for Macroeconomics." *Journal of Money, Credit and Banking*, 20(3): 507–22.
  45. Khamis, Melanie. 2008. "Does Minimum Wage Have a Higher Impact on the Informal than on the Formal Labor Market? Evidence from Quasi-Experiment." Germany, Discussion Paper Series IZA DP 3911.
  46. Krueger, Alan B. 1995. "The Effect of The Minimum Wages When It Really Bites: A Reexamination of the Evidence From Puerto Rico." in *Research in Labor Economics* 14, Solomon Polachek (eds.): 1-22.
  47. Lee, D. S. 1999. "Wage Inequality in the U.S during the 1980s: Rising Dispersion or Falling Minimum Wage?" *Quarterly Journal of Economics* 114(3): 941–23.
  48. Lemos, Sara. 2004. "The Effects of the Minimum Wage in the Formal and Informal Sectors in Brazil." Brazilia, Discussion Paper Series IZA DP No.1089.
  49. Magruder, Jeremy R. 2012. "Can Minimum Wages Cause a Big Push? Evidence from Indonesia." Berkeley, University of California.
  50. Maloney, W. F. 1999. "Does Informality Imply Segmentation in Urban Labour Markets? Evidence from Sectoral Transitions in México." *The World Bank Economic Review* 13 (2):275–02.
  51. Maloney, William F., dan Mendez Jairo Nunez. 2003. "Measuring the Impact of Minimum Wages Evidence from Latin America." National Bureau Economic Research Working Paper No. 9800.
  52. Maloney, William F. 2004. "Informality Revisited." *World Development* 32(7): 1159–78.
  53. Mankiw, Gregory N. 2009. "*Macroeconomics* 7th edition." New York, Worth Publishers.
  54. Manning, A. 1995. "How Do We Know That Real Wages Are Too High." *Quarterly Journal of Economics* 110(4):
  55. Mazumdar, Dipak. 1989. "Microeconomic Issue of Labour Market in Developing Countries: Analysis and Policy Implication." Washington, Seminar Paper Economic Development Institute (EDI) of World Bank.
  56. McCann, Phillip. 2001. "*Urban and Regional Economic.*" New York, Oxford University Press.
  57. Neumark, David., dan William Wascher. 1992. "Employment Effect of Minimum and Sub minimum Wages." *Industrial and Labor Relations Review* 46(1): 55-81.
  58. \_\_\_\_\_. 1992. "Employment effect of minimum and sub minimum wages: Reply to Card, Katz and Krueger." *Industrial and Labor Relation Review* 47(3): 497-12.
  59. \_\_\_\_\_. 1994. "Employment Effect of Minimum and Sub Minimum Wages: Panel Data on State Minimum Wage Laws." *Industrial and Labor Relation Review* 46(1): 55-81. Working Paper 9919
  60. Neumark, David, Mark Schweitzer, dan William Wascher. 1998. "The Effect of Minimum Wage on The Distribution of Family Incomes." National Bureau Economic Research, Working Paper No. 6536.
  61. \_\_\_\_\_. 2004. "The Effect of Minimum Wage Throughout the Wage Distribution." *The Journal of Human Resources* 39(2): 425-50.
  62. Pratomo, Devanto Shasta. 2010. "The Effects of Changes in Minimum Wage on Employment in the Covered and Uncovered Sectors in Indonesia." *Journal of Indonesian Economy & Business* 25(3): 278–92.
  63. Rama, Martin. 2001. "The Consequences Doubling of the Minimum Wage: The Case of Indonesia." *Industrial and Labor Relations Review* 54(4): 864–81.
  64. Romer, David. 2006. "*Advance Macroeconomic* 3rd Edition." McGraw-Hill Irwin, New York.
  65. Rubin, Donald B. 1973. "Matching to Remove

- Bias in Observational Studies.” *Biometrics* 29(1): 159-83.
66. Saget, Chaterine. 2001. “Poverty Reduction and Decent Work in Developing Countries: Do Minimum Wage Help?” *International Labour Review* 140(3): 237–69.
  67. \_\_\_\_\_. 2006. “Penentuan Besar Upah Minimum di Negara Berkembang, Kegagalan dan Pemecahan Masalah.” Jakarta. International Labour Review.
  68. Shao, Yang. 2010. “An Application of Spatial-Panel Analysis- Provincial Economics Growth and Logictics in China.” *Annals of the University of Petrosani, Economics*, 10(2): 315–22.
  69. SMERU. 2001. “Wage and Employment Effects of Minimum Wage Policy in the Indonesian Urban Labor Market.” SMERU Research Report.
  70. Smith, Stephen W. 2003. “*Labour Economics*, 2nd Edition.” New York dan London, Routledge Publisher.
  71. Stiglitz, John, Amartya Sen, dan Jean-Paul Fitoussi (eds.). 2009. “*Report by the Commission on the Measurement of Economic Performance and Social Progress*.” Downloaded from ([http://stiglitz-sen-fitoussi.fr/document/rapport\\_anglais.pdf](http://stiglitz-sen-fitoussi.fr/document/rapport_anglais.pdf))
  72. Suryahadi, A, W Widyanti, D Perwira, dan S Sumarto. 2003. “Minimum Wage Policy and It’s Impact on Employment in the Urban Formal Sector.” *Buletin of Indonesia Economic Studies* 39: 29-50.
  73. Zavadny, Madeline. 2000. “The Effect of the Minimum Wages on Hours of Work.” *Labour Economics* 7: 729–50.



# EFEKTIFITAS PROGRAM PUMP PADA KUBE DI DESA KUSAMBA

GUSTI AYU PUTU WIRATHI<sup>1</sup>, SURYA DEWI RUSTARIYUNI<sup>1</sup>, LUH PUTU ASWITARI<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana  
Jl P.B. Sudirman No. 1 Denpasar, Bali  
[surya\\_dewi2002@yahoo.com](mailto:surya_dewi2002@yahoo.com)

---

**Abstrak:** Artikel ini bertujuan untuk mengetahui (1) tingkat efektivitas, (2) kendala yang di hadapi oleh masyarakat nelayan, (3) dampak pelaksanaan program Pengembangan Usaha Mina Perdesaan (PUMP) terhadap pendapatan nelayan serta terhadap (4) kesempatan kerja rumah tangga nelayan di Desa Kusamba Kabupaten Klungkung. Teknik analisis data yang di gunakan adalah analisis efektivitas dan analisis uji beda dengan metode *Wilcoxon*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) tingkat efektifitas pemberdayaan masyarakat nelayan tergolong berhasil, (2) Kendala-kendala yang dihadapi masyarakat nelayan dari adanya program PUMP meliputi : susahya mencairkan dana bantuan dikarenakan KUBE harus berbadan hukum, kurangnya pemantauan dari petugas yang terkait untuk memantau atau mensosialisasikan program dan sulitnya memasukkan anggota baru untuk bergabung dalam KUBE. (3) Program PUMP melalui KUBE dapat meningkatkan pendapatan rumah tangga nelayan dan (4) dapat meningkatkan kesempatan kerja nelayan.

**Kata kunci :** pemberdayaan masyarakat, efektivitas, pendapatan, PUMP

---

## Pendahuluan

Kondisi masyarakat nelayan atau masyarakat pesisir di berbagai daerah di Indonesia umumnya ditandai oleh adanya beberapa karakteristik, seperti kemiskinan, sosial dan keterbelakangan budaya, rendahnya kualitas sumber daya manusia karena kebanyakan masyarakat pesisir berjenjang pendidikan hanya SD atau tidak tamat SD, kurangnya fungsi dari kehadiran Kelompok Usaha Bersama (KUBE), Lembaga Keuangan Mikro (LKM), atau kapasitas organisasi masyarakat sipil. Kemiskinan, struktur sosial yang tidak setara, degradasi lingkungan dan kurangnya infrastruktur dasar adalah beberapa masalah yang dihadapi oleh nelayan.

Menurut Hassanudin, dkk (2013), kondisi dan masalah umum yang dialami oleh nelayan adalah sebagai berikut: terisolasi desa pesisir, fasilitas pelayanan dasar termasuk infrastruktur fisik masih

terbatas, kurang terpelihara kondisi lingkungan, yang tidak memenuhi persyaratan standar kesehatan, masyarakat berpenghasilan rendah, karena teknologi tidak mendukung perikanan skala besar, kepemilikan peralatan memancing yang terbatas, masalah ekuitas karena kelangkaan lembaga keuangan, pendidikan dan pengetahuan yang dimiliki tergolong rendah, dapat disimpulkan bahwa masalah utama yang biasa dialami oleh masyarakat pesisir adalah kemiskinan.

Masyarakat nelayan idientik dengan kemiskinan yang disebabkan dari faktor ekonomi yaitu kurangnya modal yang dimiliki para nelayan, teknologi yang dimiliki, rendahnya akses pasar dan rendahnya partisipasi masyarakat dalam pengolahan sumber daya alam dan non ekonomi atau biasa disebut faktor sosial seperti pertumbuhan jumlah penduduk yang tinggi, rendahnya tingkat pendidikan, dan rendahnya tingkat kesehatan serta alasan lain seperti sarana dan prasarana umum di wilayah pesisir (Prakoso, 2013). Menurut

---

1. Surya Dewi Rustariyuni, FEB Universitas Udayana, Jl PB Sudirman Denpasar, 08164275297



Rahmatika dkk (2013:2), rendahnya pendapatan nelayan yang berdampak pada kemiskinan disebabkan karena tidak stabilnya hasil tangkapan ikan yang diperoleh nelayan, faktor tersebut didukung oleh sarana dan prasarana yang kurang memadai, iklim, serta adanya oknum tengkulak yang membeli hasil tangkapan nelayan dengan anggaran dana yang relatif murah.

Hasrat untuk mewujudkan masyarakat yang sejahtera dalam arti sebenarnya adalah tujuan mulia yang hendak dicapai. Peningkatan kesejahteraan penduduk dapat dimungkinkan apabila pendapatan penduduk mengalami kenaikan yang cukup hingga mampu memenuhi kebutuhan dasar untuk kehidupannya. Hal ini dapat diartikan bahwa kebutuhan pangan, sandang, perumahan, pendidikan, kesehatan, keamanan dan sebagainya tersedia dan mudah dijangkau setiap penduduk sehingga pada gilirannya penduduk yang miskin semakin sedikit jumlahnya.

Sub sektor perikanan merupakan salah satu sektor unggulan pemerintah Kabupaten Klungkung yang memiliki potensi di sektor kelautan cukup besar sehingga potensi tersebut digali dan dikembangkan untuk nantinya sub sektor perikanan di Kabupaten Klungkung mampu memproduksi ikan dalam jumlah yang besar. Pada Tabel 1 menunjukkan banyaknya produksi ikan menurut Kabupaten/kota dan subsektor perikanan di Bali pada tahun 2015.

Tabel 1 Banyaknya Produksi Ikan (Ton) Menurut Kabupaten atau Kota dan Subsektor Perikanan di Bali Tahun 2015

Kabupaten/Kota	Sub Sektor		
	Perikanan Laut	Perikanan Darat	Jumlah
Jembrana	7.977	288.7	8.265,7
Tabanan	151.6	942.0	1.093,6
Badung	601.6	269.5	871,1
Gianyar	98.3	383.0	481,3
Klungkung	295.4	29.116	29.411,4
Bangli	219.8	1.575	1.794,8
Karangasem	5.569	130.0	5.699,0
Buleleng	3.196	670.1	3.866,1
Denpasar	7.988	92.5	8.080,5

Sumber : Dinas Kelautan dan Perikanan Pemerintah Provinsi Bali, 2016

Dari Tabel 1 dapat diketahui bahwa Kabupaten Klungkung merupakan kabupaten yang memproduksi

ikan terbesar pada tahun 2015 sebesar 29.411,4 ton. Hal ini karena Kabupaten Klungkung terletak di dataran pantai dan pembudidayaan ikan banyak tersebar di beberapa desa Kabupaten Klungkung sehingga potensi perikanan laut sangat besar. Produksi ikan terendah terdapat di Kabupaten Gianyar sebesar 481,3 ton. Hal ini dikarenakan wilayah pesisir di Kabupaten Gianyar sangat kecil, Kabupaten Gianyar terkenal dengan kota seni maka sebagian kecil penduduknya yang bermata pencaharian sebagian nelayan.

Pendapatan yang rendah akan berpengaruh pada kelangsungan hidup nelayan yang kurang memadai dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari terutama kebutuhan akan gizi, pendidikan, dan kesehatan. Kebutuhan akan gizi yang kurang, akan berdampak pada kesehatan nelayan sehingga nelayan tidak akan produktif dalam bekerja. Dalam hal ini pemerintah sangat berperan penting dalam memfasilitasi masyarakat pesisir guna memperbaiki kesejahteraan masyarakat pesisir melalui pemberdayaan masyarakat. Program PUMP dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat nelayan yang dapat dilihat dari pendapatan yang meningkat. Program PUMP untuk pemberdayaan masyarakat di Desa Kusamba banyak memiliki kendala yang belum diketahui, sehingga penelitian ini bagus diteliti untuk mengetahui keberhasilan program PUMP yang dilihat dari pendapatan dan kesempatan kerja rumah tangga nelayan.

Pelaksanaan PUMP diselaraskan dengan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) dan Rencana Strategis (Renstra) Kementerian Kelautan dan Perikanan Tahun 2010-2014, oleh karena itu kegiatan pemberdayaan nelayan dikoordinasikan oleh Direktorat Jenderal Perikanan Tangkap sebagai kelanjutan pembinaan nelayan penerima Bantuan Langsung Masyarakat (BLM) pada kegiatan PNPM Mandiri Kelautan Perikanan tahun 2009-2010 yang dalam hal ini dilaksanakan Direktorat Pengembangan Usaha Penangkapan Ikan. Sasaran utama program PUMP ini adalah dengan terbentuknya Kelompok Usaha Bersama (KUBE).

KUBE atau Kelompok Usaha Bersama adalah badan usaha non hukum maupun yang sudah berbadan hukum, berupa kelompok yang dibentuk oleh nelayan berdasarkan hasil musyawarah seluruh anggota untuk mengembangkan tujuan dari program PUMP. Kelompok ini akan menjadi landasan untuk mengembangkan tujuan agar tercipta kesejahteraan. Kondisi masyarakat nelayan sangat memprihatinkan dilihat dari masyarakat nelayan yang menggantungkan

hidupnya dengan hasil laut yang sangat kurang memadai seperti kurangnya teknologi yang dapat membantu pekerjaan nelayan dengan hasil penangkapan yang tidak seimbang (Chorneles, 2013).

KUBE adalah badan usaha non badan hukum ataupun yang sudah berbadan hukum, berupa kelompok yang dibentuk oleh nelayan berdasarkan hasil kesepakatan atau musyawarah seluruh anggota yang dilandasi oleh keinginan bersama untuk berusaha bersama dan dipertanggungjawabkan secara bersama guna meningkatkan pendapatan anggota. Kelompok ini nantinya menjadi wadah atau tempat untuk mengembangkan tujuan dari adanya program ini. Kelompok seperti ini pun sudah ada sejak adanya bantuan dari PNPM Kelautan dan Perikanan, sehingga KUBE ini dapat dikatakan sebagai kelanjutan dari kelompok sebelumnya. Terbentuknya KUBE dikelurahan ini tentunya menjadi satu langkah baru dalam masyarakat nelayan mengembangkan kesejahteraan hidupnya secara mandiri. Kondisi masyarakat nelayan didaerah ini memang perlu diperhatikan mengingat sebagian besar masyarakat menggantungkan hidupnya dari penghasilan laut. Keterbatasan biaya maupun kondisi yang ada didaerah ini terkadang kurang memadai misalnya alat pancing yang masih tradisional, perahu tangkap yang belum dilengkapi dengan fasilitas yang modern, bahkan tidak memiliki rumpon yang pada dasarnya sangat membantu kegiatan penangkapan (Chorneles, 2013).

### Konsep Pembangunan

Menurut Arsyad (1997:114) saat ini tidak ada suatu teori pun yang mampu untuk menjelaskan pembangunan ekonomi daerah secara komprehensif. Tingkat hidup dan mutu kehidupan yang rendah, seakan-akan terbelenggu dalam keadaan terkekang dan daya beli yang rendah menjadi kendala terhadap kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dasar yang mencakup pangan, sandang, pemukiman, kesehatan, dan pendidikan (Djojohadikusumo, 1994:16).

Proses pembangunan sebenarnya merupakan suatu perubahan sosial budaya. Pembangunan supaya menjadi suatu proses yang dapat bergerak maju atas kekuatan sendiri (*self sustaining proces*) tergantung kepada manusia dan struktur sosialnya (Bintoro dan Mustopadidjaya, 1986:1). Dengan adanya pembangunan ekonomi maka output atau kekayaan suatu masyarakat atau perekonomian akan bertambah. Pembangunan ekonomi dapat memberikan manusia kemampuan yang lebih besar untuk menguasai alam

sekitarnya dan mempertinggi tingkat kebebasannya dalam mengadakan suatu tindakan tertentu (Irawan dan M. Suparmoko, 2002:8-9). Pembangunan ekonomi perlu dilakukan demi kehidupan manusia yang layak, salah satunya dengan meningkatkan pendapatan masyarakat.

### Teori Investasi

Investasi atau penanaman modal merupakan kegiatan menanamkan dana yang bersumber dari masyarakat atau pemerintah untuk digunakan dalam menjalankan kegiatan bisnis atau mengadakan alat-alat atau fasilitas produksi seperti membeli lahan, membuka pabrik-pabrik, mendatangkan mesin-mesin, membeli bahan baku, dan sebagainya. Penanaman modal yang bersumber dari masyarakat dapat berupa investasi swasta ataupun investasi dari pihak asing, sementara penanaman modal yang bersumber dari pemerintah dinamakan belanja modal. Pendekatan pembangunan ekonomi yang menekankan pada pentingnya proses pembentukan modal atau investasi merupakan pendekatan paling berpengaruh selama ini.

Tumbuhnya perekonomian berpengaruh pada hubungan antar industri, hubungan industri dengan masyarakat semakin kompleks, sehingga peranan pemerintah menjadi sangat penting, karena pemerintah harus mengatur hubungan yang timbul dalam masyarakat, hukum, pendidikan, rekreasi, kebudayaan, dan sebagainya. Menurut Mangkoesobroto (1997:2) dalam Hendarni (2012) disebutkan peranan pemerintah sangat penting di dalam menstabilkan perekonomian negara dikarenakan pihak swasta tidak dapat mengatasi masalah perekonomian dan tidak mungkin diserahkan sepenuhnya kepada sektor swasta.

### Konsep Modal

Modal merupakan salah satu faktor pendukung dalam menjalankan sebuah usaha. Peran modal sangat berpengaruh terhadap perkembangan suatu usaha. Menurut Purwanti (2012) modal yang dibutuhkan dalam menjalankan bisnis yaitu; tekad, pengalaman, keberanian, pengetahuan, *net working*, serta modal uang, namun pada umumnya orang mulai terhambat memulai usaha karena sulit dalam memperoleh modal uang. Pengertian modal usaha menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dalam Nugraha (2011:9) "modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang, dan sebagainya; harta benda (uang, barang, dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang

menambah kekayaan". Modal dalam pengertian ini dapat diinterpretasikan sebagai sejumlah uang yang digunakan dalam menjalankan kegiatan-kegiatan bisnis.

Modal usaha mutlak diperlukan untuk melakukan kegiatan usaha, oleh karena itu diperlukan sejumlah dana sebagai dasar ukuran finansial atas usaha yang digalakan. Sumber modal usaha dapat diperoleh dari modal sendiri, bantuan pemerintah, lembaga keuangan baik bank dan lembaga keuangan non bank. Modal adalah faktor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan. Besar kecilnya modal akan mempengaruhi perkembangan usaha dalam pencapaian pendapatan.

### Teori Kesejahteraan

Tingkat kepuasan dan kesejahteraan adalah dua pengertian yang saling berkaitan. Tingkat kepuasan merujuk pada individu atau kelompok, sedangkan tingkat kesejahteraan mengacu pada komunitas atau masyarakat luas. Tingkat kesejahteraan meliputi pangan, pendidikan, kesehatan, kadang juga dikaitkan dengan kesempatan kerja, perlindungan hari tua, keterbebasan dari kemiskinan dan sebagainya. Kesejahteraan merupakan representasi yang bersifat kompleks karena multidimensi, mempunyai keterkaitan antar dimensi dan ada dimensi yang direpresentasikan. Perumusan tentang batasan antara substansi kesejahteraan dan representasi kesejahteraan ditentukan oleh perkembangan praktik kebijakan yang dipengaruhi oleh ideologi dan kinerja negara yang tidak lepas dari pengaruh dinamika pada tingkat global.

Teori kesejahteraan masyarakat pada dasarnya dibedakan menjadi dua (Albert dan Robin, 1999), yaitu: teori kesejahteraan sosial dan teori kesejahteraan ekonomi. Teori kesejahteraan sosial dapat digolongkan menjadi *classical utilitarian*, *neoclassical welfare theory*, dan *new contractarian approach*. Pendekatan *classical utilitarian* menekankan pada kesenangan (*pleasure*) atau kepuasan (*utility*). Tingkat kesenangan berbeda yang dirasakan oleh individu yang sama dapat dibandingkan secara kuantitatif. Prinsip bagi individu adalah meningkatkan sebanyak mungkin tingkat kesejahteraannya.

### Konsep Pendapatan

Pendapatan (*income*) adalah total penerimaan seseorang atau suatu rumah tangga selama periode tertentu. Ada tiga sumber penerimaan rumah tangga

yaitu ; pertama pendapatan dari gaji dan upah, yang merupakan balas jasa dari kesediaan menjadi tenaga kerja. Besar gaji seseorang secara teoritis tergantung dari produktivitasnya. Beberapa faktor yang mempengaruhi produktivitas yaitu; keahlian (*skill*) yakni kemampuan teknis yang dimiliki seseorang untuk mampu menangani pekerjaan yang dipercayakan. Makin tinggi jabatan seseorang, keahlian yang dibutuhkan semakin tinggi, karena itu gaji atau upahnya makin tinggi. Mutu modal manusia (*human capital*) adalah kapasitas pengetahuan, keahlian dan kemampuan yang dimiliki seseorang, baik karena bakat bawaan (*inborn*) maupun hasil pendidikan dan penelitian. Kondisi kerja (*working condition*) yaitu lingkungan dimana seseorang bekerja, penuh resiko atau tidak, kondisi kerja dianggap makin berat. Bila resiko kegagalan atau kecelakaan makin tinggi, maka upah atau gaji makin besar.

Kedua pendapatan dari asset produktif adalah asset yang memberikan pemasukan atas balas jasa penggunaannya. Ada dua kelompok asset produktif pertama, asset finansial (*financial asset*) seperti deposito yang menghasilkan pendapatan bunga, saham yang menghasilkan deviden dan keuntungan atas modal (*capital gain*) bila diperjual belikan. Kedua, asset bukan finansial seperti rumah yang memberikan penghasilan sewa. Ketiga pendapatan dari pemerintah atau penerimaan transfer (*transfer payment*) adalah pendapatan yang diterima bukan sebagai balas jasa input yang diberikan tetapi transfer yang diberikan oleh pemerintah. Dilihat dari sisi produsen, pendapatan berarti jumlah penghasilan yang diperoleh dari menjual barang hasil produksinya atau dengan kata lain menghargakan produksi dengan suatu harga pasar tertentu (Gunawan dan Lanang, 1994) dalam Arliman (2013).

### Konsep Efektivitas

Istilah efektivitas berasal dari kata efektif yang mengandung pengertian dicapainya keberhasilan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Efektivitas selalu terkait dengan hubungan antara hasil yang sesungguhnya dicapai (Wambrau, 2013). Pada dasarnya pengertian efektivitas yang umum menunjukkan pada taraf tercapainya hasil, sering atau senantiasa dikaitkan dengan pengertian efisien, meskipun terdapat perbedaan diantara keduanya. Efektivitas menekankan pada hasil yang dicapai, sedangkan efisiensi lebih melihat bagaimana cara mencapai hasil yang dicapai dengan membandingkan antara *input* dan *output*nya. Istilah efektif dan efisien



merupakan dua istilah yang saling berkaitan dan patut dihayati dalam mencapai tujuan suatu organisasi atau program.

Dengan mengukur efektivitas suatu program, dapat dinilai keberhasilan dari program tersebut dalam pencapaian tujuannya. Namun pengertian tentang efektivitas itu sendiri dapat dilihat dari beberapa perspektif para ahli berikut ini. Menurut Bernard (1973), efektivitas adalah pencapaian sasaran yang telah disepakati atas usaha bersama. Efektivitas merupakan perbandingan antara output dan input (Sudharsono, 1994). Dalam menentukan tingkat efektivitas bantuan subsidi langsung tunai, dipergunakan kriteria efektivitas dari Litbang Departemen Dalam Negeri (1991) dalam Astriyani (2012).

### Konsep Pemberdayaan

Pemberdayaan diletakkan pada kekuatan tingkat individu dan sosial. Pemberdayaan masyarakat sebenarnya mengacu pada kata "*empowerment*" yaitu sebagai upaya untuk mengaktualisasikan potensi yang sudah dimiliki oleh masyarakat. Pendekatan pemberdayaan masyarakat yang demikian tentunya diharapkan memberikan peranan kepada individu bukan sebagai obyek, tetapi sebagai pelaku (aktor) yang menentukan hidup mereka (Stanis, 2005). Pemberdayaan diartikan sebagai pemahaman secara psikologis pengaruh kontrol individu terhadap keadaan sosial, kekuatan politik, dan hak-haknya menurut undang-undang (Hikmat, 2006:240).

Menurut McArdle (1989) pemberdayaan merupakan suatu proses pengambilan keputusan oleh orang-orang yang secara konsekwen melaksanakan keputusan tersebut. Orang-orang yang telah mencapai tujuan kolektif akan diberdayakan melalui kemandiriannya, bahkan merupakan keharusan untuk lebih diberdayakan melalui usaha mereka sendiri dan akumulasi pengetahuan, keterampilan serta sumber lainnya dalam rangka mencapai tujuan mereka tanpa bergantung pada pertolongan dari hubungan eksternal. Pemberdayaan umumnya merujuk pada kemampuan orang, khususnya kelompok rentan dan lemah sehingga mereka memiliki kekuatan atau kemampuan dalam (a) memenuhi kebutuhan dasarnya sehingga mereka memiliki kebebasan (*freedom*), dalam arti bukan saja bebas dalam mengemukakan pendapat, melainkan bebas dari kelaparan, bebas dari kebodohan, dan bebas dari kesakitan; (b) menjangkau sumber-sumber produktif yang memungkinkan mereka dapat meningkatkan kesejahteraan melalui peningkatan

pendapatan dan memperoleh barang-barang dan jasa-jasa yang mereka perlukan; dan (c) berpartisipasi dalam proses pembangunan dan keputusan-keputusan yang mempengaruhi mereka (Suharto, 2005;114).

Pemberdayaan adalah sebuah proses dan tujuan. Sebagai proses, pemberdayaan adalah serangkaian kegiatan untuk memperkuat kekuasaan atau keberdayaan kelompok lemah dalam masyarakat, termasuk individu-individu yang mengalami masalah kemiskinan. Sebagai tujuan, maka pemberdayaan merujuk pada keadaan atau hasil yang ingin dicapai oleh sebuah perubahan sosial; yaitu masyarakat yang berdaya, memiliki kekuasaan atau mempunyai pengetahuan dan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya baik yang bersifat fisik, ekonomi maupun sosial seperti memiliki kepercayaan diri, mampu menyampaikan aspirasi, mempunyai mata pencaharian, berpartisipasi dalam kegiatan sosial, dan mandiri dalam melaksanakan tugas-tugas kehidupannya.

### Konsep Masyarakat Nelayan

Kata masyarakat berasal dari bahasa Arab yaitu kata *syaraka* yang berarti ikut serta atau berperan serta, saling bergaul, berinteraksi. Dalam istilah bahasa Inggris, masyarakat dikenal dengan *society* (berasal dari kata latin, *socius* yang berarti kawan). Koentjaraningrat (1996:119) mendefinisikan masyarakat sebagai kumpulan manusia yang saling berinteraksi satu sama lain. Menurut Sadly (1980:31), masyarakat dipahami sebagai suatu golongan besar atau kecil yang terdiri dari beberapa manusia yang dengan atau karena sendirinya bertalian secara golongan dan pengaruh mempengaruhi satu sama lain. Sejalan dengan beberapa pendapat tersebut, masyarakat dipahami sebagai kelompok manusia yang saling berinteraksi yang memiliki prasarana untuk kegiatan tersebut dan adanya saling keterikatan untuk mencapai tujuan bersama.

Nelayan menurut Undang-Undang No. 9 Tahun 1985 tentang Perikanan adalah orang yang mata pencahariannya melakukan penangkapan ikan, sedangkan nelayan kecil merupakan orang yang mata pencahariannya melakukan penangkapan ikan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari yang menggunakan kapal perikanan berukuran paling besar lima gross ton (5GT). Batasan ini mengindikasikan bahwa kehidupan nelayan tergantung langsung pada hasil laut (Helmi, 2012) dan menjadikan nelayan sebagai komponen utama konstruksi masyarakat



maritim Indonesia (Kusnadi, 2009).

### **Alasan Pemberdayaan Nelayan**

Secara teoritik pemberdayaan (*empowerment*) dapat diartikan sebagai upaya untuk menguatkan masyarakat dengan cara memberikan motivasi dan dorongan kepada masyarakat agar menggali potensi dirinya dan berani bertindak untuk memperbaiki kualitas hidupnya. Salah satu cara untuk memperbaiki kualitas hidupnya diantaranya adalah melibatkan mereka untuk berpartisipasi aktif dalam pengelolaan lahan pesisir. Partisipasi ini tidak hanya sekedar mendukung program-program pemerintah, tetapi sebagai kerjasama antara masyarakat dan pemerintah dalam merencanakan, melaksanakan, melestarikan dan mengembangkan program-program pembangunan, khususnya di lahan wilayah pesisir.

Atas dasar uraian di atas, pemberdayaan masyarakat nelayan sangat diperlukan. Pemberdayaan masyarakat nelayan diartikan sebagai usaha-usaha sadar yang bersifat terencana, sistematis, dan berkesinambungan untuk membangun kemandirian sosial, ekonomi dan politik masyarakat nelayan dengan mengelola potensi sumberdaya yang mereka miliki untuk mencapai kesejahteraan sosial yang bersifat berkelanjutan. Kemandirian masyarakat sangat diperlukan untuk meningkatkan posisi tawar (*bargaining position*) mereka dalam pembangunan kawasan dan pemanfaatan sumberdaya lingkungan. Dengan demikian, diharapkan pada masa mendatang masyarakat nelayan menjadi subyek pembangunan di daerahnya dan kawasan pesisir memiliki perkembangan ekonomi yang dinamis.

Program pemberdayaan harus bisa mendorong terciptanya mobilitas vertikal masyarakat nelayan (Satria, 2001:153). Kemandirian masyarakat nelayan merupakan tahapan yang sangat menentukan keberhasilan pemberdayaan secara berkelanjutan. Tanpa kemandirian akan sulit dicapai kesejahteraan sosial. Unsur-unsur kemandirian masyarakat tersebut ditentukan oleh kemampuan ekonomi yang dimiliki, kapasitas politik pembangunan, dan memegang teguh prinsip-prinsip sosial yang diyakini bisa menciptakan tata kehidupan yang lebih baik (Kusnadi, 2009:77).

### **Strategi Pemberdayaan Nelayan**

Dalam *position paper* pemberdayaan masyarakat pesisir Departemen Kelautan dan Perikanan disebutkan, bahwa berdasarkan karakteristik masyarakat pesisir (nelayan) dan cakupan pemberdayaan, maka perlu dilakukan pemberdayaan nelayan bersifat

komprehensif. Khusus pembangunan di kawasan pesisir dan umumnya pembangunan perikanan serta kelautan, masalah kualitas sumber daya manusia (SDM) dan lingkungan sepatutnya mendapatkan perlakuan yang khusus, karena seperti yang diketahui masyarakat pesisir memiliki pendidikan dan kesehatan yang tergolong masih rendah, oleh karena itu dalam investasi SDM masyarakat pesisir sudah sepatutnya mempertimbangkan kedua hal tersebut.

Sasaran pemberdayaan masyarakat pesisir, khususnya nelayan diformulasikan sebagai berikut: (1) menciptakan lapangan kerja alternatif sebagai sumber pendapatan lain bagi keluarga, (2) mendekatkan masyarakat dengan sumber modal dengan penekanan pada penciptaan mekanisme mendanai diri sendiri (*self financing mechanism*), (3) mendekatkan masyarakat dengan sumber teknologi baru yang lebih berhasil dan berdaya guna, (4) mendekatkan masyarakat dengan pasar; serta (5) membangun solidaritas serta aksi kolektif di tengah masyarakat. Kelima pendekatan ini dilaksanakan dengan memperhatikan secara sungguh-sungguh aspirasi, keinginan, kebutuhan, pendapatan, dan potensi sumberdaya yang dimiliki masyarakat nelayan (Nikijuluw, 2012:254).

### **Program Pengembangan Usaha Mina Perdesaan (PUMP)**

PUMP adalah konsepsi pembangunan ekonomi kelautan dan perikanan yang berbasis kawasan berdasarkan prinsip-prinsip terintegrasi, efisiensi, berkualitas dan percepatan. Program PUMP dicirikan dengan kawasan perikanan yang tumbuh dan berkembang karena berjalannya sistem dan usaha minabisnis yang diharapkan dapat melayani dan mendorong kegiatan-kegiatan pembangunan perikanan (minabisnis). Sesuai dengan Keputusan Direktorat Jenderal Perikanan Tangkap Nomor 15 Tahun 2011, Pengembangan Usaha Mina Perdesaan yang selanjutnya disebut PUMP adalah bagian dari pelaksanaan Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri melalui bantuan modal usaha dalam menumbuh kembangkan usaha perikanan tangkap sesuai dengan potensi sumber daya ikan.

Program PUMP merupakan salah satu upaya dalam pemberdayaan masyarakat pesisir. Tulisan ini didukung oleh penelitian David, dkk (2013) yang mengkaji penerapan hukum dan perundang-undangan menurut Peraturan Menteri Kelautan dan Perikanan No.Per.12/Men/2008 tentang bantuan langsung masyarakat kelautan dan perikanan di Kota Manado.



Penelitian yang dilakukan memberikan manfaat bagi pemerintah untuk mengevaluasi lebih lanjut sasaran Program PUMP agar tepat sasaran sehingga penerapan hukum dan perundang-undangan tentang bantuan sosial pemberdayaan masyarakat pesisir dan pembudidayaan ikan di Kota Manado berjalan sebagaimana yang diharapkan.

Teknik analisis data yang di gunakan adalah analisis efektivitas yang bertujuan untuk mengetahui efektif atau tidaknya jalannya program PUMP dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat nelayan, analisis deskriptif untuk melihat persepsi responden dengan variabel, analisis uji beda dengan metode *Wilcoxon* untuk mengamati hasil pengamatan dari sebelum dan sesudah program PUMP dijalankan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat nelayan yang masuk dalam KUBE (Kelompok Usaha Bersama) di Desa Kusamba yang berjumlah total 238 orang. Sampel yang diambil dalam penelitian yaitu sebanyak 150 nelayan. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan pendekatan Slovin (1990) seperti yang diungkapkan dalam Rahyuda, dkk (2004 : 45).

Teknik pengukuran variabel yang akan dianalisis dalam penelitian ini meliputi : (1) Variabel Input terdiri atas indikator sosialisasi program, ketepatan waktu pemberian bantuan, ketepatan bantuan dengan kebutuhan dan tujuan PUMP. (2) Variabel Proses terdiri atas indikator kecepatan respon petugas dalam keluhan/ menghadapi kendala, pemantauan program, evaluasi, pemanfaatan BLM, monitoring dan sanksi tegas melanggar aturan. (3) Variabel Output yang terdiri atas indikator peningkatan pendapatan dan peningkatan kesempatan kerja.

## Hasil dan Pembahasan

### 1) Efektivitas variabel input

Efektivitas variabel input Program PUMP melalui KUBE di Desa Kusamba Kabupaten Klungkung berdasarkan indikator sosialisasi program, pemberian BLM tepat waktu, program sudah berjalan sesuai kebutuhan dan mengetahui tujuan program. Distribusi frekuensi jawaban 150 responden dari masing-masing indikator variabel input efektivitas Program PUMP di Desa Kusamba Kabupaten Klungkung, dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2 Efektivitas program PUMP Indikator Variabel Input

No	Pernyataan	Tidak Setuju		Kurang Setuju		Cukup Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Rata-rata %
		Org	%	Org	%	Org	%	Org	%	Org	%	
1	Sosialisasi	14	9,3	17	11,3	62	41,3	33	22	24	16	3,24
2	BLM sudah tepat waktu	8	5,3	23	15,3	66	44	30	20	23	15,3	3,25
3	Program PUMP sesuai kebutuhan	7	4,7	22	14,7	61	40,7	27	18	33	22	3,38
4	Mengetahui tujuan Program	0	0	19	12,7	75	50	34	22,7	22	14,7	3,39
	Total rata-rata											3,31

Sumber : data diolah, 2017

Frekuensi jawaban responden dari masing-masing indikator variabel input :

#### (1) Sosialisasi program PUMP dari petugas sudah dilaksanakan dengan baik

Pemberian BLM dari adanya pelaksanaan program

PUMP memerlukan adanya sosialisasi dari petugas yang terkait. Sebelum diberikannya bantuan, anggota KUBE diberikan sosialisasi yang meliputi penjelasan yang diberikan oleh petugas mengenai pengertian, tujuan dan manfaat yang ingin di dapat dari adanya program PUMP ini. Dari Tabel 2 dapat diketahui



bahwa mayoritas responden mengatakan cukup setuju yaitu sebanyak 62 orang (41,3%). Mereka berpendapat bahwa sosialisasi program sudah berjalan dengan baik hanya saja petugas datang tiga bulan sekali dan sedikit kurang memahami yang dijelaskan petugas karena banyak anggota yang pendidikannya rendah. Responden sebanyak 14 orang (9,3%) menjawab tidak setuju dengan pernyataan sosialisasi program PUMP dari petugas sudah dilaksanakan dengan baik. Responden berpendapat bahwa kurangnya komunikasi antar ketua KUBE yang menyebabkan pada saat sosialisasi tidak bisa hadir dan petugas melakukan sosialisasi tiga bulan sekali bahkan 5 bulan sekali. Responden yang menjawab setuju sebanyak 33 orang (22%), dimana mereka berpendapat bahwa sosialisasi sudah berjalan dengan baik dan dari sosialisasi tersebut mereka dapat menjalankan program dengan baik dari tahun ke tahun.

## **(2) Pemberian dana BLM sudah tepat waktu**

Dana BLM untuk program PUMP diharapkan diberikan tepat waktu. Dana tersebut akan digunakan para nelayan yang masuk dalam KUBE di Desa Kusamba sebagai modal untuk melaksanakan aktifitas memancing para nelayan agar kebutuhan hidup dapat tercukupi. Pemberian bantuan BLM apabila tidak tepat waktu, maka pendapatan nelayan akan tidak stabil. Mayoritas responden menyatakan cukup setuju yaitu sebanyak 66 orang (44%), mereka berpendapat bahwa pada saat awal berjalannya program PUMP dana bantuan selalu tepat waktu tetapi setelah bertahun tahun dijalankan dana tersebut sangat susah untuk dicairkan karena mulai tahun 2017, program PUMP harus sudah berbadan hukum sehingga untuk mencairkan dana BLM membutuhkan waktu yang sangat lama dan harus bersedia membayar pajak. Responden sebanyak 30 orang (20%) menyatakan setuju, serta responden sebanyak 8 orang (5,3%) menyatakan tidak setuju dimana mereka berpendapat bahwa pendapatan mereka tidak bertambah setelah adanya bantuan dana BLM, responden sebanyak 23 orang (15,3%) yang menyatakan kurang setuju dan sangat setuju.

## **(3) Program PUMP yang sedang berjalan sesuai dengan kebutuhan**

Program PUMP untuk para nelayan yang masuk dalam anggota KUBE diharapkan dapat sesuai dengan kebutuhan agar dapat mensejahterakan masyarakat nelayan yang masuk anggota KUBE. Responden

mayoritas menjawab cukup setuju yaitu sebanyak 61 orang (40,7%). Responden berpendapat program PUMP yang mereka ikuti sesuai dengan kebutuhan nelayan. Responden sebanyak 33 orang (22%) menyatakan sangat setuju. Mereka berpendapat dari adanya program PUMP kebutuhan mereka tidak kekurangan dan sangat berjalan sesuai kebutuhan sehari-hari. Responden yang menyatakan setuju sebanyak 27 orang (18%) mereka berpendapat bahwa program PUMP dapat meningkatkan kebutuhan hidupnya dengan sangat cukup. Responden sebanyak 22 orang (14,7%) menyatakan kurang setuju dan sebanyak 7 orang (4,7%) menyatakan tidak setuju. Mereka berpendapat karena sulitnya administrasi saat pencairan dana BLM menyebabkan program PUMP menurut mereka tidak sesuai dengan kebutuhannya.

## **(4) Nelayan mengetahui tujuan Program PUMP**

Nelayan yang masuk dalam anggota KUBE diharapkan mengetahui tujuan dari adanya program tersebut. Jika tidak mengetahui, maka program PUMP sangat sulit untuk dijalankan serta KUBE tidak akan berkembang. Responden mayoritas menyatakan cukup setuju sebanyak 75 orang (50%), mereka mengetahui tujuan program PUMP dan berharap banyak dengan adanya PUMP dapat meningkatkan pendapatan mereka. Responden sebanyak 34 orang (22,7%) menyatakan setuju, sedangkan responden sebanyak 22 orang (14,7%) menyatakan sangat setuju. Responden berpendapat bahwa sangat tahu tujuan dari program PUMP dan berusaha mengembangkan KUBE nya agar dapat mensejahterakan kelompok dan keluarga kelompok tersebut. Responden sebanyak 19 orang (12,7%) menyatakan kurang setuju. Responden yang menyatakan kurang setuju dengan alasan karena faktor usia sehingga membuat mereka cepat lupa akan segala hal. Menurut pendapat responden tersebut program PUMP hanya untuk mencari keuntungan saja bahkan tidak tahu tujuan dari program PUMP yang sebenarnya. Mereka hanya menjalankan pekerjaan menangkap ikan dan menikmati hasil yang diperoleh.

Berdasarkan data pada Tabel 2, maka efektivitas pelaksanaan program PUMP dari variabel input :

$$Efektivitas\ program = \frac{Realisasi}{Target} \times 100\%$$

$$Efektivitas\ program = \frac{3,31}{4} \times 100\% = 82,87\% \approx Cukup\ Efektif$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, dapat dilihat bahwa tingkat efektivitas pelaksanaan program PUMP ditinjau dari variabel input adalah sebesar 82,87% berada pada interval 80%-90%. Hal ini berarti tingkat efektivitas variabel input dalam kategori cukup efektif.

Menurut I Ketut Wija yang merupakan anggota KUBE Putra Taman yang diwawancarai pada tanggal 7 Agustus 2017 :

“Masyarakat nelayan sangat membutuhkan bantuan dari adanya program PUMP. Bantuan yang diterima sangat bermanfaat untuk nelayan. Masyarakat nelayan berharap program pemberdayaan ini terus dijalankan, agar kehidupan para nelayan menjadi lebih baik.”

Menurut I Wayan Daub yang merupakan anggota KUBE Segara I yang diwawancarai pada tanggal 11

Maret 2017 :

“Anggota KUBE sangat mengetahui informasi tentang program PUMP. Para nelayan sangat mengetahui sejarah dibentuknya PUMP hingga tujuan dari program PUMP tersebut. Anggota KUBE sangat antusias menghadiri sosialisasi dan selalu hadir jika petugas dari dinas perikanan melakukan monitoring.

## 2) Efektivitas variabel proses

Efektivitas variabel proses program PUMP melalui KUBE di Desa Kusamba Kabupaten Klungkung berdasarkan indikator kecepatan respon petugas terhadap keluhan, pemantauan program, evaluasi, monitoring, pemanfaatan dana BLM, sanksi tegas melanggar aturan. Distribusi frekuensi jawaban 150 responden dari masing-masing indikator variabel proses efektivitas Program PUMP di Desa Kusamba Kabupaten Klungkung, dapat dilihat pada Tabel 3.

**Tabel 3 Efektivitas program PUMP Indikator Variabel Proses**

	Daftar Pernyataan	Tidak Setuju		Kurang Setuju		Cukup Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Rata-rata %
		Org	%	Org	%	Org	%	org	%	Org	%	
1	Kecepatan respon petugas terhadap keluhan atau kendala sudah berjalan dengan baik	22	14,7	37	24,7	28	18,7	63	42	0	0	2,88
2	Petugas sudah memberi informasi dan memantau program PUMP	23	15,3	29	19,3	24	16	69	46	5	3,3	3,03
3	Pelaksanaan program PUMP telah dievaluasi petugas dengan baik	20	13,3	28	18,7	25	16,7	73	48,7	4	2,7	3,09
4	Dana BLM telah di manfaatkan dengan baik untuk program PUMP pada KUBE nelayan	20	13,3	30	20	23	15,3	77	51,3	0	0	3,05
5	Dilakukan monitoring dan evaluasi sebulan sekali	0	0	20	13,3	30	20	77	51,3	23	15,3	3,69
6	Mengetahui sanksi tegas yang diterima apabila tidak menggunakan dana BLM sesuai tujuan PUMP	19	12,7	16	10,7	30	20	54	36	31	20,7	3,41
	Total Rata-rata											3,19

Sumber : data diolah, 2017

Frekuensi jawaban responden dari masing-masing indikator variabel proses dapat dijelaskan sebagai berikut :

### **(1) Kecepatan respon petugas terhadap keluhan atau kendala sudah berjalan dengan baik**

Apabila di dalam program PUMP yang saat ini dijalankan memiliki kendala serta keluhan maka petugas wajib untuk merespon serta membantu para KUBE dalam menghadapi suatu permasalahan yang terdapat dalam program PUMP. Pada Tabel 3, menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju yaitu sebanyak 63 orang (42%). Responden mengatakan petugas memiliki kecepatan respon atas keluhan/kendala yang dialami oleh nelayan terlebih operasional KUBE saat ini harus berbadan hukum. Namun, responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 37 orang (24,7%). Responden berpendapat bahwa pada saat mencairkan dana BLM sempat memiliki kendala dan petugas sangat lambat merespon permasalahan tersebut. Responden sebanyak 28 orang (18,7%) menyatakan cukup setuju, dengan alasan petugas kadang-kadang cepat mengatasi keluhan nelayan namun tak jarang petugas susah untuk diajak berkoordinasi. Sedangkan responden sebanyak 22 orang (14,7%) menyatakan tidak setuju, mereka berpendapat bahwa pada saat sosialisasi petugas datang lima bulan sekali sehingga mereka susah melakukan koordinasi dengan petugas ketika ada kendala di lapangan.

### **(2) Petugas sudah memberi informasi dan memantau program PUMP**

Petugas wajib memantau kegiatan yang dilaksanakan nelayan yang masuk dalam anggota KUBE agar kegiatan tersebut dapat berjalan dengan baik melalui informasi yang didapat dan selalu mendata kegiatan yang sedang dilaksanakan tersebut. Responden yang menjawab setuju sebanyak 69 orang (46%), dimana responden berpendapat bahwa petugas sudah memberi informasi yang jelas mengenai program PUMP serta petugas telah memantau jalannya kegiatan dan selalu mendata setiap bulannya. Sedangkan responden sebanyak 29 orang (19,3%) menyatakan kurang setuju, pendapat responden mereka tidak pernah melihat petugas sedang memantau ke nelayan yang berada di Desa Kusamba. Responden sebanyak 23 orang (15,3%) menyatakan tidak setuju, mereka berpendapat petugas kurang memberikan pengarahan dan

responden sebanyak 24 orang (16%) sebanyak cukup setuju.

### **(3) Pelaksanaan program PUMP telah dievaluasi petugas dengan baik**

Pelaksanaan program PUMP telah dievaluasi dengan baik bertujuan untuk meningkatkan kualitas program di masa yang akan datang. Responden yang menjawab setuju berjumlah 73 orang (48,7%), responden berpendapat petugas telah melakukan evaluasi pelaksanaan program PUMP dengan baik. Responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 28 orang (18,7%), mereka berpendapat petugas kurang melakukan evaluasi kepada nelayan dan kurang komunikatifnya petugas dengan nelayan. Responden yang menjawab cukup setuju berjumlah 25 orang (16,7%), dimana mereka berpendapat bahwa petugas dapat mengevaluasi jalannya program ke arah yang lebih baik.

### **(4) Dana BLM telah dimanfaatkan dengan baik untuk program PUMP pada KUBE Nelayan**

Bantuan dana BLM wajib dimanfaatkan dengan baik, karena jika pemanfaatan dana BLM tidak sesuai aturan dan tidak dapat diolah dengan baik maka program PUMP tidak akan dapat berjalan lancar. Responden yang menjawab setuju sebanyak 77 orang (51,3%), mereka berpendapat dengan diperolehnya dana BLM membantu nelayan untuk mengembangkan usahanya sehingga dapat meningkatkan hasil tangkapan ikan. Responden yang menjawab kurang setuju sebagian besar dari KUBE Nur Bahari yang termasuk KUBE jarang aktif, yaitu sebanyak 30 orang (20%). Karena KUBE tersebut sebagian besar anggotanya telah memiliki pekerjaan masing-masing dan jarang melakukan kegiatan sebagai nelayan. Dana BLM tumpang tindih karena tidak dapat dimanfaatkan dengan baik. Responden sebanyak 23 orang (15,3%) menyatakan cukup setuju dengan adanya dana BLM para nelayan dapat memanfaatkan dana tersebut untuk memperbaiki maupun meningkatkan peralatan tangkap ikan agar memperoleh hasil tangkap sesuai harapan nelayan.

### **(5) Dilakukan monitoring dan evaluasi sebulan sekali**

Petugas melakukan monitoring serta evaluasi sebulan sekali untuk mencegah hal yang tidak diinginkan



terjadi pada saat berjalannya program PUMP. Responden yang menjawab setuju sebanyak 77 orang (51,3%), berpendapat bahwa melihat petugas melakukan pengecekan sebulan sekali. Responden yang menjawab cukup setuju sebanyak 30 orang (20%), mereka berpendapat bahwa monitoring dilakukan petugas sebulan sekali dan responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah 23 orang (15,3%). Responden berpendapat bahwa petugas telah melakukan monitoring sebulan sekali dan melihat jalannya program PUMP. Responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 20 orang (13,3%) yang berpendapat bahwa petugas melakukan monitoring sebulan sekali hanya saja tidak semua KUBE yang diberikan monitoring.

### (6) Mengetahui sanksi tegas yang diterima apabila tidak menggunakan dana BLM sesuai tujuan PUMP

Dalam hal ini apakah nelayan mengetahui sanksi tegas yang didapat jika tidak menggunakan dana BLM dengan baik untuk program PUMP. Sanksi tegas yang didapat seperti akan diberi saran yang baik jika melewati batas akan terkena *blacklist* dari data seluruh program PUMP. Responden yang menyatakan setuju sebanyak 54 orang (36%), dan responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 31 orang (20,7%). Responden tersebut mengetahui sanksi yang akan diterima apabila dana BLM tidak digunakan sesuai dengan tujuan PUMP. Responden sebanyak 30 orang (20%) menyatakan cukup setuju, sebanyak 19 orang (12,7%) responden menyatakan tidak setuju dan 16 orang (10,7%) responden yang menyatakan kurang setuju. Responden ini merupakan nelayan dari KUBE Nur Bahari yang kurang aktif dalam pelaksanaan BLM sehingga mereka tidak mengetahui perihal dikenakannya sanksi apabila dana BLM mereka gunakan tidak sesuai dengan program PUMP.

Berdasarkan data pada Tabel 3, maka efektivitas pelaksanaan program PUMP dari variabel proses :

$$\text{Efektivitas program} = \frac{\text{Realisasi}}{\text{Target}} \times 100\%$$

$$\text{Efektivitas program} = \frac{3,19}{6} \times 100\% = 53,19\% \approx \text{Tidak efektif}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, dapat dilihat bahwa tingkat efektivitas pelaksanaan program PUMP ditinjau dari variabel proses adalah sebesar 53,19% persen berada pada interval kurang dari 60%.

Hal ini berarti tingkat efektivitas variabel proses dalam kategori tidak efektif. Hasil perhitungan efektivitas program tersebut, kontradiksi dengan jawaban responden dimana mayoritas responden menjawab setuju dari enam indikator proses yang ditanyakan. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa proses pelaksanaan program PUMP memerlukan pembenahan sehingga tercipta efektivitas.

Menurut Munafri yang merupakan ketua KUBE Nur Bahari yang diwawancarai pada tanggal 23 Juli 2017 :

“Kecepatan respon dari Dinas Kelautan dan Perikanan masih sangat kurang. Saya menghubungi petugas di Dinas setempat untuk mengetahui alur mencairkan dana bantuan tetapi hingga kini KUBE Nur Bahari menggunakan dana sendiri karena sulitnya mencairkan dana bantuan. Sebagian besar anggota di KUBE Nur Bahari menyelesaikan pekerjaan sebagai nelayan dan memilih bekerja sebagai buruh, pedagang dan seperti saya yang bekerja di pom bensin. Jika kami telah mendapat bantuan seperti dulu, maka KUBE Nur Bahari akan di jadikan prioritas utama lagi.”

Menurut I Dewa Gede Wira yang merupakan ketua KUBE Segara II yang diwawancarai pada tanggal 29 Juli 2017 :

“Kurang pemahannya masyarakat nelayan khususnya para ketua dan bendahara KUBE di seluruh Desa Kusamba untuk mencairkan dana bantuan dari pemerintah, karena pada saat ibu Susi Pudjiastuti menjadi Menteri Perikanan dan Kelautan Program PUMP telah resmi berbadan hukum. Dilihat dari tata cara mencairkan dana yang masih kurang dimengerti, hal ini dialami oleh nelayan ketika akan mencari surat dari Dinas Perikanan perihal pencairan dana serta nelayan kurang paham akan tata cara mencairkan dana KUBE, disebabkan oleh kurangnya monitoring oleh petugas Dinas Perikanan.”

### 3) Efektivitas variabel output

Efektivitas variabel output program PUMP melalui KUBE di Desa Kusamba Kabupaten Klungkung berdasarkan indikator pendapatan dan kesempatan kerja. Distribusi frekuensi jawaban 150 responden dari masing-masing indikator variabel output efektivitas Program PUMP di Desa Kusamba Kabupaten Klungkung, dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4 Efektivitas program PUMP Variabel Output

	Pernyataan	Tidak Setuju		Kurang Setuju		Cukup Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Rata-rata
		Org	%	Org	%	Org	%	Org	%	Org	%	%
1	Peningkatan pendapatan	10	6,7	8	5,3	53	35,3	60	40	19	12,7	3,47
2	Peningkatan kesempatan kerja	3	2	20	13,3	53	35,3	64	42,7	10	6,7	3,39
	Total rata-rata											3,43

Sumber: data diolah, 2017

Frekuensi jawaban responden dari masing-masing indikator variabel output:

(1) Peningkatan pendapatan

Peningkatan pendapatan anggota KUBE nelayan terjadi setelah adanya program PUMP yang sedang berjalan. Bantuan dapat digunakan dengan baik jika mengetahui tujuan dari program PUMP maka pendapatan nelayan akan meningkat. Mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 60 orang (40%), 53 orang (35,3%) menyatakan cukup setuju dan 19 orang (12,7%) menyatakan sangat setuju. Hal ini memberi makna bahwa responden menyatakan dengan adanya program PUMP meningkatkan pendapatan nelayan, kebutuhan mereka sangat mencukupi dikarenakan pendapatan yang semakin meningkat. Sedangkan 10 orang responden (6,7%) menyatakan kurang setuju dan 10 orang (6,7%) menyatakan tidak setuju. Responden berpendapat bahwa pendapatan tetap tidak ada peningkatan. Karena kurangnya pengetahuan yang dimiliki anggota serta susahnyanya mengelola bantuan dari petugas.

(2) Program PUMP dapat meningkatkan kesempatan kerja baik menambah jam kerja atau usaha kerja

Di dalam menjalankan program PUMP terdapat penambahan jam kerja. Dimana program PUMP ini memiliki Kelompok Usaha Bersama yang dijalankan bersama sama. Saat menjalankan kegiatan dilaut maka ada penambahan jam kerja. Responden yang menjawab setuju sebanyak 64 orang (42,7%), cukup setuju sebanyak 53 orang (35,3%) dan 10 orang (6,7%) yang menyatakan sangat setuju. Responden menyatakan adanya penambahan jam kerja saat menjalankan kegiatan menangkap ikan dan meningkatkan kesempatan kerja dengan adanya program PUMP. Hal ini dikarenakan modal yang diberikan seperti umpan

yang bagus serta alat pancing yang modern membuat nelayan memiliki penambahan jam kerja.

Berdasarkan data pada Tabel 4, maka efektivitas pelaksanaan program PUMP dari variabel output dapat dihitung sebagai berikut :

$$Efektivitas\ program = \frac{Realisasi}{Target} \times 100\%$$

$$Efektivitas\ program = \frac{3,43}{2} \times 100\% = 171,5\% \approx Sangat\ efektif$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, dapat diketahui tingkat efektivitas pelaksanaan program PUMP ditinjau dari variabel output adalah sebesar 167% berada pada interval diatas 100%. Hal ini berarti tingkat efektivitas variabel output dalam katagori sangat efektif.

Menurut I Gusti Made Alit yang merupakan ketua KUBE Segara I yang diwawancarai pada tanggal 5 Agustus 2017 :

“Dana PUMP sebagian besar digunakan untuk modal melaut sehingga nelayan tidak bergantung pada pengambek. Pendapatan nelayan meningkat berkat adanya target produksi yang dimiliki masing-masing nelayan. Para nelayan biasanya selalu menargetkan hasil yang meningkat di tahun berikutnya.”

Menurut I Wayan Sugita merupakan anggota KUBE Segara I yang diwawancarai pada tanggal 15 September 2017 :

“Pendapatan setelah adanya program PUMP meningkat. Sebagian besar nelayan telah membuka usaha sendiri untuk keluarga. Kesempatan kerja juga meningkat setelah adanya program PUMP, saya mendapatkan bantuan perahu mesin dan alat pancing yang modern yang membuat keinginan untuk terus bekerja. Kemudian dapat menambah peluang kerja bagi masyarakat yang ingin menjadi nelayan.”

Dampak Program PUMP melalui KUBE terhadap



pendapatan dan kesempatan kerja rumah tangga nelayan di Desa Kusamba Kabupaten Klungkung.

Uji Wilcoxon digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan pendapatan dan kesempatan kerja karena distribusi datanya tidak normal. Adapun hasil uji dapat dilihat pada Tabel 5.

**Tabel 5 Hasil Uji Wilcoxon**

	Pendapatan sesudah Pendapatan sebelum	Kesempatan kerja sesudah Kesempatan kerja sebelum
Z	-10,269	-10,175
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,000	0,000

Sumber: data diolah, 2017

Pada Tabel 5 dapat diketahui bahwa hasil uji pendapatan diperoleh  $t_{hitung}$  adalah -10,269 dengan *Asymp. Sig. (2-tailed)* = 0,000 < 0,05 maka  $H_0$  ditolak, berarti terjadi peningkatan pendapatan rumah tangga nelayan terhadap program PUMP di Desa Kusamba Kabupaten Klungkung sesudah mengikuti program. Hasil uji kesempatan kerja diperoleh  $t_{hitung}$  adalah -10,175 dengan *Asymp. Sig. (2-tailed)* = 0,000 < 0,05 maka  $H_0$  ditolak, berarti terjadi peningkatan kesempatan kerja rumah tangga nelayan terhadap program PUMP di Desa Kusamba Kabupaten Klungkung sesudah mengikuti program. Hasil ini mendukung hipotesis penelitian yang menyatakan program PUMP dapat meningkatkan pendapatan dan kesempatan kerja nelayan.

### Kendala dalam Pengimplementasian Program PUMP

Perkembangan program PUMP selama 6 tahun berjalan sudah mengupayakan peningkatan akses dan mutu masyarakat nelayan melalui bantuan modal ataupun perbaikan perahu, sehingga diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan mereka. Tetapi semua tergantung dari sikap anggota KUBE tersendiri, jika anggotanya ingin KUBEnya maju maka setiap bulan mereka rajin membayar iuran anggota, tetapi jika para anggota tidak ingin KUBEnya berkembang maka iuran bulanannya macet. Kemudian faktor-faktor yang melandasi kendala dalam pengimplementasian program PUMP antara lain :

1) Keterbatasan Kouta

Program PUMP dilaksanakan melalui Kelompok

Usaha Bersama atau KUBE dengan mencari kelompok usaha, yang berisikan ketua, wakil, sekretaris, bendahara dan anggota. Pada saat ini untuk memasukkan anggota baru sangatlah sulit dikarenakan petugas sangat jarang bertugas dilapangan. Untuk mengesahkan masuknya anggota baru menjadi terhambat. Maka dari itu, banyak nelayan yang masih belum terdaftar kelompok usaha dan tidaknya mendapatkan bantuan. Menurut I Wayan Terima merupakan anggota KUBE Segara Nadi yang diwawancarai pada tanggal 11 September 2017 :

“Sangat susah memasukkan nelayan baru untuk menjadi anggota KUBE. Dimana setiap tahun masyarakat yang ingin menjadi nelayan dan ingin mendapatkan bantuan selalu bertambah. Dari permasalahan ini, saya berharap petugas dari Dinas Perikanan dan Kelautan memberi kemudahan untuk menambah kouta nelayan yang ingin masuk KUBE.”

2) KUBE Sudah Berbadan Hukum

Sejak Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah yang mensyaratkan penerima bantuan wajib berbadan hukum, maka pada tahun 2014 program PUMP melalui KUBE disahkan telah berbadan hukum oleh Menteri Perikanan. Tujuan ini agar mudahnya bantuan pemerintah dapat tersalurkan kepada masyarakat nelayan. Tetapi, dari adanya pembaharuan ini nelayan sangat banyak mengalami kendala dimana para nelayan tidak bisa mengatur bantuan dengan baik karena telah berbadan hukum. Nelayan kesulitan mengatur keuangan untuk membayar pajak dan untuk biaya kebutuhan sehari-hari. Menurut I Wayan Jata merupakan bendahara KUBE Segara I yang diwawancarai pada tanggal 18 September 2017 :

“Sangat sulit mencairkan dana bantuan pada saat KUBE disahkan berbadan hukum. Mengurus administrasi dan menunggu surat keluar serta lamanya dana itu keluar membutuhkan waktu yang cukup lama. Maka dari itu banyak nelayan yang malas untuk mencairkan dana bantuan dan memilih menggunakan dana pribadi untuk melaut. Tetapi, ada juga sisi positifnya dilihat telah berbadan hukum yaitu susahnyanya oknum atau orang-orang yang berani korupsi atau menggunakan dana bantuan tidak sesuai harapan. Petugas sebaiknya melakukan monitoring untuk menjelaskan alur pencairan dana.”

Keterbatasan kouta untuk masuk dalam anggota KUBE di Desa Kusamba Kabupaten Klungkung sangat banyak ditemui, dimana banyak masyarakat



nelayan yang ingin masuk anggota KUBE ataupun masuk anggota KUBE tetapi belum di sahkan oleh petugas terkait. Contohnya seperti KUBE Segara I yang diketuai oleh Bapak Gusti Made Alit yang sangat banyak memiliki calon anggota tetapi sampai sekarang nama anggota belum juga disahkan oleh petugas. Nelayan di Desa Kusamba Kabupaten Klungkung sangat susah mengatur keuangan dikarenakan KUBE yang telah berbadan hukum, dimana masyarakat nelayan sangat susah untuk membayar pajak dan untuk mencairkan dana bantuan perlu membutuhkan waktu yang sangat lama.

### Simpulan dan Saran

Tingkat efektifitas pemberdayaan masyarakat nelayan di Desa Kusamba Kabupaten Klungkung untuk Program PUMP tergolong berhasil. Program PUMP dapat meningkatkan kebutuhan hidup para nelayan. Dilihat pada variabel pendapatan dan kesempatan kerja yang meningkat setelah adanya program PUMP. Kendala-kendala yang dihadapi masyarakat nelayan dari adanya program PUMP meliputi : susahnya mencairkan dana bantuan dikarenakan KUBE harus berbadan hukum, kurangnya pemantauan dari petugas yang terkait untuk memantau atau mensosialisasikan program dan sulitnya memasukkan anggota baru untuk bergabung dalam KUBE dilihat petugas yang jarang turun ke lapangan. Program PUMP melalui KUBE dapat meningkatkan pendapatan rumah tangga nelayan di Desa Kusamba Kabupaten Klungkung. Program PUMP melalui KUBE dapat meningkatkan kesempatan kerja nelayan di Desa Kusamba Kabupaten Klungkung.

### Daftar Pustaka

Albert, Michael and Robin Hahnel. 1999. *Marxism and Socialist Theory: Socialism in Theory and Practice*.

Arliman Muhammad. 2013. Pengaruh Modal, Jam Kerja, Pengalaman Kerja dan Teknologi Terhadap Pendapatan Nelayan Tangkap di Desa Tamasaju Kecamatan Galesong Utara Kabupaten Takalar. *Skripsi Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis pada Universitas Hasanuddin*.

Arsyad Lincolin. 1997. *Ekonomi Pembangunan*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.

Astriyani Desy Ida Ayu. 2012. Evaluasi Keberhasilan Program Jaminan Kesehatan Bali Mandara (Jkbn) : Studi Kasus Di Puskesmas Sukawati II

Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar. *Skripsi Sarjana Jurusan Ekonomi Pembangunan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*.

- Bintoro Ctjokroamitdjojo dan Mustopadidjaya A.R. 1986. *Pengantar Pemikiran Tentang Teori dan Strategi Pembangunan Nasional*. Jakarta: PT Gunung Agung.
- Chorneles Reifan AH. 2013. *Program Pengembangan Usaha Mina Perdesaan Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Nelayan Di Kel. Malalayang 1 Timur Kec. Malalayang Kota Manado*. <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/governance/article/viewFile/1560/1253>, diunduh pada 23 April 2015
- David E.B.S. Ticoalu, Emil Reppie, dan Aglius T.R. Telleng. 2013. Analisis Kebijakan Pemberdayaan Masyarakat Perikanan Tangkap di Kota Manado. *Jurnal Ilmu dan Teknologi Perikanan Tangkap*, 1(3) : h.5
- Djojohadikusumo Sumitro. 1994. *Perkembangan Pemikiran Ekonomi Dasar Teori Ekonomi Pertumbuhan dan Ekonomi Pembangunan*. Jakarta: LP3ES.
- Hassanudin Nurul L, Novesty Noor, dan Happy R Santosa. 2013. *Is It Possible To Eradicate Poverty In The Fishermen Village?. International Journal Of Environmental Sciences*, 4(2): p.124
- Helmi, Alfian dan Arif Satria. 2012. Strategi Adaptasi Nelayan Terhadap Perubahan Ekologis. *Jurnal Makara Sosial Humanifora*, 16(1), pp: 68-69.
- Hendarni. 2012. Pengaruh Belanja Modal Pemerintah Daerah dan Investasi Swasta terhadap Pertumbuhan Ekonomi, Kesempatan Kerja dan Kesejahteraan Masyarakat di Kabupaten/Kota Provinsi Kalimantan Barat. *Jurnal EKSOS*, 8(3) : h.148-149
- Hikmat A. 2006. *Strategi Pemberdayaan Masyarakat*. Bandung. Humaniora
- Koentjaraningrat. 1996. *Pengantar Antropologi*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Kusnadi. 2009. *Keberdayaan Nelayan & Dinamika Ekonomi Pesisir*. Jogjakarta: Lembaga Penelitian Universitas Jember dan Ar-Ruzz Media
- McArdle, J. (1989), "Community Development Tools of Trade". *Community Quar-terly Journal* 16: 47-54 p.
- Nikijuluw PHV. 2012. *Rezim Pengelolaan Sumberdaya Perikanan: P3R*. Pustaka Cidesindo: Jakarta

- Nugraha Ardi. 2011. Pengaruh Modal Usaha, Tingkat Pendapatan, dan Sikap Kewirausahaan terhadap Pendapatan Usaha Pengusaha Industri. *Skripsi Sarjana Jurusan Manajemen* pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Prakoso Jati. 2013. Peranan Tenaga Kerja, Modal, dan Teknologi Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat Nelayan di Desa Asemtoyong Kecamatan Taman Kabupaten Pemalang. *Skripsi Sarjana Jurusan Ekonomi Pembangunan* pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang
- Purwanti Endang. 2012. Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. *Jurnal Among Makarti* 5(9) : pp18-19
- Rahmatika Delsa, Firdaus, dan Evi Susanti Tasri. 2013. *Analysis Of Factors Affecting The Fishermen In The City Of Income Padang (Case Study In Community Fishing In Ulak Karang Padang)*. *System Journal*, 3(3): p.1
- Rahyuda I Ketut, I Gst. Wayan Murjana Yasa, dan Ni Nyoman Yuliarmi. 2004. *Buku Ajar Metode Penelitian*. Fakultas Ekonomi Universitas Udayana.
- Sadly Hassan. 1980. *Sosiologi Untuk Masyarakat Indonesia*, Jakarta: PT Pembangunan.
- Satria A. 2001. *Dinamika Modernisasi Perikanan: Formasi Sosial dan Mobilitas Nelayan*. Bandung: Humaniora Utama Press.
- Stanis Stefanus, Supriharyono, Azis Nur Bambang. 2005. Pengelolaan Sumberdaya Pesisir dan Laut melalui Pemberdayaan Kearifan Lokal di Kabupaten Lembata Provinsi Nusa Tenggara Timur. <https://scholar.google.co.id/scholar?biw=1366&bih=625&bav=on.2.or.&bvm=bv.99804247,d.c2E&um=1&ie=UTF8&lr&q=related:Fi0x7W3Ms1L4XM:scholar.google.com/>. Diunggah pada 25 April 2017.
- Wambrauw Ari Yohan. 2013. Efektivitas Pelaksanaan Peraturan Daerah Perpajakan dan Retribusi Daerah dalam Memperoleh Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Supiori Provinsi Papua. *e-Journal*. Fakultas Hukum Universitas Atma Jaya Yogyakarta

# Model Data Panel Untuk Penanaman Modal Asing Langsung, Faktor-Faktor Ekonomi Dan Indeks Persepsi Korupsi Pada Empat Negara Asean

Irma Febriana MK

Universitas Lampung, Indonesia

---

**Abstract:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Gross Domestic Product (GDP), inflasi, nilai tukar dan Indeks Persepsi Korupsi (IPK) terhadap penanaman modal asing langsung (FDI) di empat negara ASEAN. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diambil dari situs The Global Economy, UNCTAD dan Transparency International dengan periode tahun penelitian 2005-2014. Penelitian ini menggunakan model data panel dengan jumlah cross-section sebanyak 4 negara di ASEAN. Model data panel menggunakan model Fixed Effect Model. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bebas seperti GDP dan IPK mempunyai pengaruh positif dan signifikan sedangkan nilai tukar mempunyai pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap FDI di empat Negara ASEAN. Variabel bebas lainnya yaitu inflasi tidak berpengaruh terhadap FDI di empat Negara ASEAN.

Kata Kunci : Data Panel, FDI, GDP, Inflasi, IPK, dan Nilai Tukar.

---

## LATAR BELAKANG

Pembangunan ekonomi membutuhkan banyak sumber pembiayaan baik dari dalam negeri ataupun luar negeri. Sumber pembiayaan dari dalam negeri bisa berasal dari anggaran dalam negeri dan penerbitan surat utang (*Bond*) sedangkan dari luar negeri dapat berasal dari utang luar negeri dan investasi asing.

Utang luar negeri adalah sumber pembiayaan yang mengandung resiko dalam jangka waktu tertentu mengingat adanya suatu bentuk pengembalian lebih dalam pembayarannya sehingga akan menjadi beban untuk suatu negara jika negara memiliki utang luar negeri yang tinggi; sedangkan investasi asing dibagi menjadi dua yaitu investasi asing langsung (FDI) dan investasi portofolio asing dimana kedua investasi ini tidak mengandung beban di kemudian hari. Hal ini diungkapkan oleh Aulia (2013) dalam jurnalnya yang menyatakan bahwa penanaman modal asing atau investasi asing dianggap lebih menguntungkan karena tidak memerlukan kewajiban pengembalian kepada pihak asing seperti halnya utang luar negeri. Penanaman Modal Asing Langsung atau *Foreign Direct Investment* (FDI) adalah sebuah usaha yang dapat dilakukan pemerintah dalam pembangunan ekonomi secara berkelanjutan. Penanaman Modal

Asing Langsung (FDI) adalah investasi langsung dari luar negeri, biasanya investasi ini dilakukan pada sektor produktif misalnya pembelian pabrik, tanah dan mesin. Panayotou (1998) menjelaskan bahwa FDI lebih penting dalam menjamin kelangsungan pembangunan dibandingkan dengan aliran bantuan atau modal portofolio, sebab terjadinya FDI di suatu negara akan diikuti dengan *transfer of technology, know-how, management skill*, resiko usaha relatif kecil dan lebih *profitable*.

FDI di kawasan ASEAN selalu berfluktuasi. Singapura menjadi Negara yang *outlier* bagi negara ASEAN lainnya dengan selalu menjadi yang tertinggi di setiap tahunnya. Brunei, Kamboja, Laos, Myanmar dan Philipina memiliki tren FDI yang hampir menyerupai yaitu cenderung stabil dan tidak signifikan perkembangannya, sedangkan Indonesia, Malaysia, Thailand dan Vietnam memiliki perkembangan FDI yang sangat pesat baik dalam peningkatan dan penurunan, dengan menggunakan metode *Purposive sampling* yang menentukan sampel dengan cara mengambil subjek bukan berdasarkan strata, random atau daerah tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu (Arikunto, 2010). Indonesia, Vietnam, Malaysia dan Thailand dipilih selain karena kedekatan geografi dan satu wilayah ekonomi yang sama

(ASEAN). Alasan yang sangat melatarbelakangi pemilihan empat negara tersebut yaitu memiliki nilai FDI yang searah dan tidak timpang perkembangannya dengan negara-negara lain di kawasan ASEAN.

FDI di Indonesia, Malaysia, Vietnam dan Thailand selalu berfluktuasi, FDI tertinggi dengan nilai 22579.552 juta USD dimiliki oleh Indonesia pada tahun 2014, sedangkan negara-negara lain memiliki FDI tertinggi di tahun-tahun yang berbeda. Vietnam di tahun 2008 dengan FDI 9578.997494 juta USD, Malaysia di tahun 2011 dengan nilai FDI 12115.46633 juta USD dan Thailand di tahun 2013 dengan nilai FDI 14016.38745 juta USD. Baiknya respon asing terhadap empat negara ASEAN ini perlu dijaga agar tetap positif. Tidak dapat dipungkiri, investor asing merupakan salah satu penopang perekonomian ke empat negara ASEAN. Oleh karena itu menjadi suatu hal yang penting untuk dibahas faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi FDI di ASEAN baik dari sektor ekonomi atau pun non-ekonomi.

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh yang diberikan GDP, inflasi, kurs dan IPK secara sendiri-sendiri terhadap FDI di empat Negara ASEAN tahun 2005 – 2014.
2. Untuk mengetahui pengaruh GDP, inflasi, kurs dan IPK secara bersama-sama terhadap FDI empat negara ASEAN tahun 2005 – 2014.

### METODE PENELITIAN

**Jenis dan Sumber Data:** Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu menjelaskan hubungan antar data sekunder yang memiliki sifat runtut waktu (time series) atau data lintas individu (cross section) atau disebut data panel. Data panel yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dengan menggunakan data time series dari tahun 2005-2014 yang diperoleh langsung dari World Bank, UNCTAD, The Global Economy dan Transparency International, buku bacaan dan sumber dari media online sebagai referensi yang dapat menunjang penulisan ini. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah data Foreign Direct Investment (FDI), Pertumbuhan GDP (GGDP), inflasi (INF), kurs masing-masing negara terhadap USD (KURS) dan Indeks Persepsi Korupsi (IPK).

**Model dan Alat Analisis :** Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode

data panel (pooled data). Model ekonominya adalah sebagai berikut ;

$$FDI = f(GGDP, INF, KURS, IPK)$$

Selanjutnya, model tersebut ditransformasikan ke dalam model persamaan regresi data panel:

$$FDI_{it} = \beta_0 + \beta_1 GGDP_{it} + \beta_2 INF_{it} + \beta_3 KURS_{it} + \beta_4 IPK_{it-1} + \epsilon_{it}$$

Dimana:

FDI = *Foreign Direct Investment*

GGDP = *Growth Gross Domestic Product*,

INF = *Inflasi*

KURS = *Nilai Tukar*.

IPK = *Indeks Persepsi Korupsi*

$\epsilon_{it}$  = *Error term*

$i = 1, 2, \dots, n$ , menunjukkan jumlah lintas individu (*cross section*)

$t = 1, 2, \dots, t$ , menunjukkan dimensi runtun waktu (*time series*)

$\beta_0$  = Koefisien intersep yang merupakan skalar

$\beta_1 - \beta_4$  = Koefisien slope atau kemiringan

**Tahapan Analisis :** Estimasi menggunakan data panel umumnya menggunakan salah satu dari tiga metode perhitungan, yaitu metode Pooled Least Square (PLS), metode Fixed Effect (FEM), dan metode Random Effect (REM), yang akan dipilih dengan dua cara pengujian yang umum digunakan yaitu uji Chow dan uji Hausman.

Komponen utama dalam pengujian ekonometrika adalah pengujian hipotesis. Pengujian ini memiliki kegunaan dalam penarikan kesimpulan penelitian, selain itu uji hipotesis digunakan untuk mengetahui keakuratan data. Terdapat tiga bentuk pengujian yaitu uji T, uji F, dan koefisien determinasi.

### HASIL

#### 1. Uji Kriteria Pemilihan Model Penelitian

##### a. Uji Signifikansi Fixed Effect (Uji Chow)

Tabel Hasil Uji Chow

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	29.83 1184	(3,32)	0.0000
Cross-section Chi-square	53.365011	3	0.0000

Berdasarkan dari tabel di atas dapat dilihat nilai *p-value* sebesar 0.0000. Karena *p-value* lebih kecil dari taraf nyata 5% (0.05) sehingga kesimpulannya bahwa *fixed effect* lebih tepat untuk menganalisis model penelitian tersebut.

### b. Uji Signifikansi Random Effect (Uji Haussman)

Uji Haussman tidak dapat dilakukan di dalam program *E-Views* dikarenakan dalam pembuatan model efek acak (*random effect model*) membutuhkan jumlah *cross section* yang lebih besar dari koefisien estimasinya / variabel bebas. Dalam penelitian ini jumlah *cross section* empat dan koefisien estimasinya empat. Kesimpulannya model *fixed effect* yang digunakan dalam penelitian (adiyudawansyah,2013).

## 2. Hasil Estimasi Regresi

Setelah terpilih model terbaik dengan melakukan Uji – Chow dan Uji Haussman proses selanjutnya adalah melakukan estimasi model panel dengan pendekatan *Fixed Effect Model* (FEM).

Tabel Hasil Estimasi Panel Data dengan Pendekatan *Fixed Effect Model*

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Stat.	Prob.
C	1.144261	0.670542	1.70647	0.0976
GGDP	1.094779	2.55E-06	4.29989	0.0001
INF	-0.745623	0.554143	-1.34554	0.1879
KURS	-0.796872	0.308058	-2.58676	0.0144
IPK	0.395340	0.112605	3.51086	0.0014
R-Squared 0.951236				
F-statistic 89.17464				

Hasil dari estimasi menggunakan model *Fixed Effect* dapat dilihat pada tabel di atas sehingga dapat ditulis persamaan regresi berikut :

$$FDI_{i,t} = 1.144261 + 1.09477GGDP_{i,t} - 0.745623INF_{i,t}$$

$$- 0.796872KURS_{i,t} + 0.395340IPK_{i,t-1}$$

$$[1.706473][4.299894] \quad [-1.345543]$$

$$[-2.586761] \quad [3.510864]$$

Keterangan : [ ] = t-hitung

## 3. Uji Hipotesis

### a. Uji t-Statistik (Parsial)

Tabel Hasil Uji t-Statistik

Variabel	t-stat.	t-tabel	Prob.	Keterangan
GGDP	4.299894	2.723806	0.0001	Ho ditolak*
INF	1.345543	1.689572	0.1879	Ho diterima
KURS	2.586761	2.030108	0.0144	Ho ditolak**
IPK	3.510864	2.723806	0.0014	Ho ditolak*

Signifikansi pada alpha 1% = 2.723806\*, 5% =2.030108\*\*, 10%=1.689572\*\*\*

#### 1) GGDP

Nilai t-statistik variabel GGDP adalah 4.299894 sedangkan nilai t-tabelnya 2.723806 (signifikansi 1%). Karena nilai t-statistik > t-tabel, maka Ho ditolak dengan nilai probabilitas 0.0001. Secara statistik variabel GGDP berpengaruh positif dan signifikan terhadap FDI di empat negara ASEAN.

#### 2) Inflasi

Nilai t-statistik variabel Inflasi adalah -1.345543 sedangkan nilai t-tabelnya baik dalam tingkat signifikansi 1%, 5% dan 10% tidak ada yang melampaui nilai tstatistiknya. Karena nilai t-statistik > t-tabel, maka Ho diterima dengan nilai probabilitas 0.1879. Secara statistik variabel Inflasi berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap FDI di empat negara ASEAN.

#### 3) Kurs

Nilai t-statistik variabel kurs adalah -2.586761 sedangkan nilai t-tabelnya 2.030108 (signifikansi 5%). Karena nilai t-statistik < t-tabel, maka Ho ditolak dengan nilai probabilitas 0.0144. Secara statistik variabel kurs berpengaruh negatif dan signifikan terhadap FDI di empat negara ASEAN.

#### 4) IPK

Nilai t-statistik variabel IPK adalah 3.510864 sedangkan nilai t-tabelnya 2.030108

(signifikansi 1%). Karena nilai t-statistik > t-tabel, maka Ho ditolak dengan nilai probabilitas 0.0014. Secara statistik variabel IPK berpengaruh positif dan signifikan terhadap FDI di empat negara ASEAN.



## b. Uji F-Statistik (Bersama-sama)

Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai F-Statistik dengan F-tabel. Nilai F-Statistik diperoleh dari estimasi model *Fixed Effect* serta F-tabel berdasarkan  $\alpha = 5\%$ .

Tabel Hasil Uji F-statistik

DF (k-1; n-k-1)	A	F-tabel	F-statistik	Keterangan
(3,35)	5%	2.874187	89.17464	Ho ditolak

Berdasarkan tabel di atas, dengan cara membandingkan nilai F-statistik dan F-tabel dapat diketahui apakah semua variabel bebas berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat dengan ketentuan F-statistik > F-Tabel,  $89.17464 > 2.874187$  sehingga hal itu menunjukkan variabel-variabel bebas yang ada dalam model dapat berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

## 4. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) guna menunjukkan seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Berdasarkan hasil perhitungan dapat dilihat koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) adalah sebesar 0.951236 (sangat kuat). Kesimpulannya 95,1236 % perubahan FDI di empat negara ASEAN dapat dijelaskan oleh variabel bebas yang ada di model, sedangkan sisanya 4,8764 % di jelaskan variabel lain di luar model.

## PEMBAHASAN

### 1. Interpretasi Hasil

Dari hasil pengujian yang dilakukan, didapat koefisien dalam model sebagai berikut:

$$FDI_{i,t} = 1.144261 + 1.09477GGDP_{i,t} - 0.745623INF_{i,t} - 0.796872KURS_{i,t} + 0.395340IPK_{i,t-1}$$

Hasil estimasi menunjukkan nilai masing-masing koefisien dan pengaruh dari variabel bebas ke variabel terikat. Nilai konstanta (C) bertanda positif sebesar 1,144261. Hal ini menunjukkan jika variabel bebas yaitu pertumbuhan GDP (GGDP), Inflasi (INF) Nilai tukar (KURS) dan Indeks Persepsi Korupsi (IPK) sama dengan nol, *ceteris paribus* maka besarnya proporsi FDI akan terjadi sebesar 1,144261 Juta USD.

## a. Pengaruh GGDP terhadap FDI di empat negara ASEAN

Berdasarkan hasil perhitungan, nilai koefisien regresi GGDP adalah sebesar 1,094779 dengan tingkat kepercayaan 99%. Nilai tersebut menjelaskan ketika pertumbuhan GDP naik 1% maka akan menyebabkan kenaikan pada FDI sebesar 1,094779 Juta USD (*ceteris paribus*). Hal ini sesuai dengan hipotesis dalam penelitian bahwa GDP berpengaruh positif terhadap FDI di empat Negara ASEAN.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Andi Adiyudawansyah (2013) dan Eliza (2013) yang menyatakan bahwa GDP berhubungan positif dengan FDI, sedangkan oleh Sarwedi (2002) yang membahas determinan makroekonomi dan stabilitas politik menyatakan hal serupa dengan metode yang digunakan *error correction model* (ECM).

## b. Pengaruh Inflasi Terhadap FDI di Empat Negara ASEAN

Berdasarkan hasil perhitungan, nilai koefisien regresi Inflasi adalah sebesar -0,745623 dengan probabilitas 0,1879 yang lebih besar 1%, 5% dan 10% menunjukkan hipotesis nol diterima. Hal ini berarti bahwa inflasi tidak berpengaruh signifikan terhadap FDI di empat negara ASEAN.

Variabel bebas Inflasi dalam penelitian ini ditemukan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap FDI di empat negara ASEAN, alasan tidak berpengaruhnya inflasi terhadap FDI adalah peningkatan harga yang dapat dinikmati investor masih lebih tinggi dibandingkan peningkatan biaya-biaya produksi yang harus dikeluarkan, sehingga investor masih memperoleh keuntungan dan tidak berpengaruh dengan fluktuasi Inflasi (Eliza, 2013) dan para investor juga melihat inflasi tidak hanya terjadi di Indonesia atau suatu kawasan, investor juga menghitung inflasi di negara mereka dan inflasi di beberapa Negara yang menjadi tujuan investasi (Kusumastuti, 2011). sama halnya dengan penelitian terdahulu oleh Aghosin dan Mayer (2000), Miyamoto (2000), Ramirez (2006), Voyer dan Beamish (2004) serta Habib dan Zurawicki (2002) yang menyatakan bahwa Inflasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap FDI.



### c. Pengaruh Kurs Terhadap FDI di Empat Negara ASEAN

Berdasarkan hasil perhitungan, nilai koefisien regresi kurs adalah sebesar -0,796872 dengan tingkat kepercayaan 95%. Nilai tersebut menjelaskan ketika kurs terapresiasi 1% maka akan menyebabkan penurunan pada FDI sebesar 0,796872 Juta USD atau ketika kurs terdepresiasi 1% maka akan menyebabkan kenaikan pada FDI sebesar 0,796872 Juta USD (*ceteris paribus*). Hal ini sesuai dengan hipotesis dalam penelitian bahwa kurs berpengaruh negatif terhadap FDI di empat negara ASEAN.

Hal tersebut sesuai Udomkerdmongkol *et al* (2006) yang menyatakan hubungan negatif nilai tukar dan FDI, kemudian sesuai dengan penelitian Lily *et al* (2013) yang menyatakan adanya arah hubungan kausal antara FDI dan nilai tukar di Malaysia, Filipina, Singapura, dan Thailand. Temuan empiris berdasarkan uji batas ARDL menunjukkan bahwa ada bukti hubungan kointegrasi jangka panjang antara FDI dan nilai tukar untuk kasus Malaysia, Singapura, dan Filipina dengan semua negara (kecuali Thailand) merekam koefisien negatif.

### d. Pengaruh IPK Terhadap Terhadap FDI di Empat Negara ASEAN

Berdasarkan hasil perhitungan, nilai koefisien regresi IPK adalah sebesar dengan tingkat kepercayaan 99%. Nilai tersebut menjelaskan ketika IPK naik 1 persen maka akan menyebabkan kenaikan pada FDI sebesar Juta USD (*ceteris paribus*). Hal ini sesuai dengan hipotesis dalam penelitian bahwa IPK berpengaruh positif terhadap FDI di empat negara ASEAN.

Hal tersebut sesuai dengan penelitian terdahulu yang memiliki hasil yang searah dengan penelitian ini yaitu Voyer dan Beamish (2004), Habib dan Zurawicki (2002) serta Wei (2000) yang menyatakan bahwa IPK berpengaruh positif terhadap FDI.

## 2. Analisis Intersep Model Regresi Fixed Effect

Tabel Nilai Koefisien *Fixed Effect* Pada Empat Negara ASEAN

<i>Fixed Effect (Cross)</i>	<i>Koefisien</i>	<i>Individu Effect</i>
Indonesia	-1.550346	-0.406086
Malaysia	2.225277	3.369537
Thailand	0.981998	2.126258

Vietnam	-1.656929	-0.512669
---------	-----------	-----------

Nilai Individu *Effect* = Nilai Koefisien *Fixed Effect* + Nilai Koefisien *Fixed Effect* masing-masing negara.

Untuk lebih melihat perbedaan intersep secara jelas antar negara penelitian dapat dilihat berbagai hasil estimasi untuk masing-masing negara sebagai berikut:

#### a. Persamaan regresi untuk Indonesia (Ina)

$$FDI_{Ina} = -0,4061 + 1,0947 * GGDP_{Ina} - 0,7456 * INF_{Ina} - 0,796872 * KURS_{Ina} + 0,395340 * IPK_{Ina}$$

Berdasarkan hasil estimasi untuk FDI di Indonesia terlihat bahwa adanya penurunan nilai intersep sebesar 0,406086, artinya jika GDP, inflasi, kurs, dan IPK di Indonesia sama dengan nol maka FDI akan turun sebesar 0,406086 Juta USD.

Dari sektor GDP persentase sumbangan FDI atas GDP dengan rata-rata pertahun hanya 1,98 % (UNCTAD), artinya FDI bukanlah menjadi salah satu sumber utama pendapatan nasional (GDP) di Indonesia. Nilai tukar mata uang Indonesia (Rupiah terhadap USD) selalu terdepresiasi tinggi serta indeks persepsi korupsi Indonesia di ASEAN adalah yang paling rendah disbanding empat negara lain (Lampiran 1). Hal-hal tersebut lebih meyakinkan bahwa variabel-variabel yang ada sangatlah mempengaruhi nilai intersep di Indonesia. Nilai negatif tersebut merupakan akibat dari faktor-faktor di atas yang tidak bisa di perbaiki atau dijaga kestabilannya.

#### b. Persamaan regresi untuk Malaysia (May)

$$FDI_{May} = 3,369537 + 1,094779 * GGDP_{May} - 0,745623 * INF_{May} - 0,796872 * KURS_{May} + 0,395340 * IPK_{May}$$

Berdasarkan hasil estimasi untuk FDI di Malaysia terlihat bahwa adanya peningkatan nilai intersep sebesar 3,369537, artinya jika GDP, inflasi, kurs, dan IPK di Indonesia sama dengan nol maka FDI akan turun sebesar 3,369537 Juta USD.

Dari sektor GDP persentase sumbangan FDI atas GDP dengan rata-rata pertahun hanya 3,29 % (UNCTAD), artinya FDI bukanlah menjadi sumber utama pendapatan nasional (GDP) di Malaysia. Nilai tukar mata uang Malaysia (Ringgit terhadap USD)

terdepresiasi rendah serta indeks persepsi korupsi Malaysia di ASEAN adalah yang paling tinggi dibanding empat negara lain (Lampiran 1). Hal-hal tersebut lebih meyakinkan bahwa variabel-variabel yang ada sangatlah mempengaruhi nilai intersep di Malaysia. Nilai positif tersebut merupakan keberhasilan dari Malaysia dalam membuat faktor-faktor di atas dijaga kestabilannya dengan baik dan berkesinambungan.

- c. Persamaan regresi untuk Thailand (Thai)
- $$\text{FDI\_Thai} = 2,126258 + 1,094779 * \text{GGDP\_Thai} - 0,745623 * \text{INF\_Thai} - 0,796872 * \text{KURS\_Thai} + 0,395340 * \text{IPK\_Thai}$$

Berdasarkan hasil estimasi untuk FDI di Indonesia terlihat bahwa adanya peningkatan nilai intersep sebesar 2,126258, artinya jika GDP, inflasi, kurs, dan IPK di Indonesia sama dengan nol maka FDI akan turun sebesar 2,126258 Juta USD.

Dari sektor GDP persentase sumbangan FDI atas GDP dengan rata-rata pertahun hanya 2,93 % (UNCTAD), artinya FDI bukanlah menjadi sumber utama pendapatan nasional (GDP) di Thailand. Nilai tukar mata uang Thailand (Bath terhadap USD) selalu terdepresiasi rendah serta indeks persepsi korupsi Thailand di ASEAN adalah yang tertinggi kedua setelah Malaysia (Lampiran 1). Hal-hal tersebut lebih meyakinkan bahwa variabel-variabel yang ada sangatlah mempengaruhi nilai intersep di Thailand. Nilai positif tersebut merupakan keberhasilan dari Thailand dalam membuat faktor-faktor di atas dijaga kestabilannya dengan baik dan berkesinambungan.

- d. Persamaan regresi untuk Vietnam (Viet)
- $$\text{FDI\_Viet} = -0,512669 + 1,094779 * \text{GGDP\_Viet} - 0,745623 * \text{INF\_Viet} - 0,796872 * \text{KURS\_Viet} + 0,395340 * \text{IPK\_Viet}$$

Berdasarkan hasil estimasi untuk FDI di Indonesia terlihat bahwa adanya penurunan nilai intersep sebesar 0,512669, artinya jika GDP, inflasi, kurs, dan IPK di Indonesia sama dengan nol maka FDI akan turun sebesar 0,512669 Juta USD.

Dari sektor GDP persentase sumbangan FDI atas GDP dengan rata-rata pertahun hanya 6,37% (UNCTAD), artinya FDI bukanlah menjadi sumber utama pendapatan nasional (GDP) di Vietnam. Nilai tukar mata uang Vietnam (Dong terhadap USD) selalu terdepresiasi tinggi serta indeks persepsi korupsi di

Vietnam di ASEAN merupakan terendah bersama Indonesia (Lampiran 1). Hal-hal tersebut lebih meyakinkan bahwa variabel-variabel yang ada sangatlah mempengaruhi nilai intersep di Vietnam. Nilai negatif tersebut merupakan akibat dari faktor-faktor di atas yang tidak bisa di perbaiki atau dijaga kestabilannya.

Berdasarkan hasil estimasi dapat dilihat bahwa nilai koefisien intersep FDI di empat negara ASEAN berbeda. Adanya perbedaan nilai koefisien intersep tersebut dimungkinkan karena negara yang diteliti memiliki karakteristik yang berbeda satu sama lain. Nilai koefisien intersep ini menunjukkan perbedaan perilaku dari masing-masing negara. Negara yang memiliki nilai koefisien intersep yang positif menunjukkan bahwa daerah tersebut memiliki nilai FDI yang lebih tinggi dibanding negara lain. Sedangkan negara yang memiliki koefisien intersep yang negatif memiliki FDI yang lebih rendah dibanding negara lain. Dari nilai koefisien intersep di atas, Vietnam memiliki nilai koefisien intersep paling rendah dengan -1,656929, Indonesia dengan nilai koefisien intersep -1,550346, Thailand dengan nilai koefisien intersep 0,981998 dan yang tertinggi Malaysia dengan nilai koefisien intersep 2,225277. Nilai koefisien yang semakin tinggi menjelaskan bahwa negara tersebut adalah negara yang lebih kuat untuk menghadapi berbagai perubahan keadaan dari sektor ekonomi maupun non-ekonomi.

## SIMPULAN

Berdasarkan uraian dan pembahasan mengenai Model Data Panel untuk Penanaman Modal Asing Langsung, Faktor-faktor Ekonomi, dan Indeks Persepsi Korupsi Pada Empat Negara ASEAN, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Variabel pertumbuhan GDP (GGDP) dan Indeks Persepsi Korupsi (IPK) menunjukkan pengaruh yang positif serta signifikan sedangkan kurs berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Penanaman Modal Asing Langsung (FDI) di Empat negara ASEAN sesuai dengan hipotesis yang diajukan akan tetapi inflasi tidak berpengaruh signifikan.
2. Secara bersama-sama variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Penanaman Modal Asing Langsung (FDI) di empat negara ASEAN.
3. Malaysia dan Thailand memiliki nilai intersep

yang positif sedangkan Indonesia dan Vietnam memiliki nilai intersep yang negatif, hal demikian terjadi akibat perbedaan keadaan faktor-faktor ekonomi dan non-ekonomi di setiap tahun yang ada di masing-masing negara tersebut.

## REFERENCES

1. Abdune, Jonny . Pengaruh gross domestic product, nilai tukar, Suku bunga, dan inflasi terhadap penanaman Modal asing di Indonesia Periode 2003.q1 –2012.q2. *Jurnal Ekonomi* . 7:2-3
2. Abimanyu, Yoopi. 2004. *Memahami Kurs Valluta Asing*. Jakarta : Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
3. Adiyudawansyah, Andi Dkk. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Foreign Direct Investment Di Lima Negara ASEAN. *Jurnal Ekonomi* .16:3-9
4. Agosin, MR, and Ricardo Mayer (2000), *Foreign Direct Investment in Developing Countries: Does it Crowd in Domestic Investment?*. UNCTAD Discussion Paper No. 146, Geneva: UNCTAD
5. Alatas, Syed Hussein, 1983, *Sosiologi Korupsi: Sebuah Penjelajahan Dengan Data Kontemporer*, LP3ES, Jakarta
6. Amarandei , Cristina Mihaela. Corruption and foreign direct Investment evidence from central and eastern european states. *Ces Working Papers – Volume V, Issue 3*. 12:1-12
7. Asiedu, Elizabeth. 2008. *The Effect of Corruption on Investment Growth: Evidence from Firms in Latin America, Sub-Saharan Africa and Transition Countries*. University of Kansas, Department of Economics. Working paper No. 200802
8. Aulia, Muhammad Zul Thirafi. 2013. *Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Ketersediaan Tenaga Kerja, Infrastruktur Dan Kepadatan Penduduk Terhadap Penanaman Modal Asing Di Kabupaten Kendal*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
9. Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan Departemen Keuangan Republik Indonesia.2008. *Analisis Hubungan Kointegrasi dan Kausalitas Serta Hubungan Dinamis Antara Aliran Modal Asing, Perubahan Nilai Tukar dan Pergerakan Ihsq di Pasar Modal Indonesia*. *Jurnal ekonomi*. 68:1-16
10. Basyaib, Hamid et al. 2002. *Mencuri Uang Rakyat 16 Kajian Korupsi di Indonesia*. Jakarta : Aksara Foundation
11. Benassy-Quere, A., Fontagne, L. & Lahreche-Revil, A. 2001. *Exchange-rate Strategies in the Competition for Attracting Foreign Dorect Investment*. *Journal of the Japanese and International Economies*, 15, 178-198.
12. Black, Henry Campbell , *Black’s Law Dictionary Centennial Sixth Edition*, St.Paul, Minn: West Publishing co. 1990
13. Bissoon, Ourvashi. 2012. *Can Better Institutions Attract More Foreign Direct Investment (FDI) ? Evidence from Developing Countries*. *International Research Journal of Finance and Economics*. ISSN 1450-2887 Issue 82.
14. Dhakal, D.,Mixon, F. & Upadhyaya, K. 2007. *Foreign Direct Investment and Transition Economies: Empirical Evidence from a Panel Data Estimator*. *Economics Bulletin Vanderbilt Education*, Vol. 6, (No.33) : 1-9.
15. Dornbusch, Rudiger dan Fishcer, Stanley. 1997. *Makroekonomi Edisi keempat*. Erlangga : Jakarta
16. Eliza, Messayu . 2013. Analisis pengaruh variabel Makroekonomi terhadap investasi asing Di indonesia (tahun 2000:1 – 2011:4). *Jurnal Ekonomi*. 19;2-6
17. Gani, Wiliam. 2014. *Pengaruh Political Risk, GDP, GNP, KURS, Wage Cost terhadap Foreign Direct Investment di Indonesia*. *FINESTA Vol. 2, No. 1, (2014) 87-92*
18. Gujarati, Damodar. 2007. *Dasar – Dasar Ekonometrika Jilid 1 Edisi 3*. Erlangga. Jakarta.
19. Habib M., and Zurawicki L. (2002). *Corruption and Foreign Direct Investment*. *Journal of International Business Studies*, 33(2), 291-307
20. Krugman, Paul dan Obstfeld, Maurice, 2004. *Ekonomi Internasional Teori dan Kebijakan* Harper Collins Publisher. Ahli Bahasa. DR. Faisal H. Basri, SE, MSc, Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
21. Kurniati, Yati dkk. 2007. *Determinan FDI (Faktor-faktor yang Menentukan Investasi Asing Langsung)*. Working paper. no 6 . 60: 1-9
22. Lily, Jaratin. et al. 2014. *Exchange Rate Movement and Foreign Direct Investment in Asean Economies*. *Economics Research International*. Volume 2014. Article ID 320949.
23. Lipsey, R.G. et al. 1995. *Pengantar Mikroekonomi*. Jilid kesatu. Edisi Kesepuluh. Binarupa Aksara. Jakarta.
24. Kusumastuti, Ratih. *Analisi Komparatif “foreign*

- Direct Investment” di Indonesia dan Malaysia 1981 – 2009, Jurusan Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan, Semarang, Vol 2, No. 1, Th, 2011: Universitas Diponegoro
25. Mankiw, Gregory. 2006. Pengantar Ekonomi Makro, Edisi Ketiga, Jakarta: Salemba Empat.
  26. Mishkin, Frederic S. 2001. The Economics of Money, Banking, and Financial Markets (8th ed). Boston: Addison-Wesley.
  27. Miyamoto K. (2008). Human Capital Formation and Foreign Direct Investment in Developing Countries. Development Centre on Financing Development, ISSN: 1995-2821
  28. Nawatami, Sri. 2013. Korupsi dan Pertumbuhan Ekonomi Negara-Negara Asia Pasifik. Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE), Vol. 21, No. 1, Maret 2014 : Universitas Stikubank Semarang.
  29. Nachrowi, Djalal Nachrowi, Hardius Usman. 2006. Pendekatan Populer dan Praktis Ekonometrika untuk Analisis Ekonomi dan Keuangan, Lembaga Penerbit Universitas Indonesia, Jakarta.
  30. Nellis, Joseph. 2000. The Essence of the Economy. Yogyakarta: ANDI Novianti, Amalia. 2009. Analisis Pengaruh Perubahan Nilai Tukar Mata Uang Terhadap Konejra Bank Umum Konvensional Di Indonesia Berdasarkan Analisis CAMELS periode tahun 2002-2008. Skripsi Program studi Akuntansi. Depok : Universitas Indonesia.
  31. Nugroho, Heru. 2008. Analisis Pengaruh Inflasi, Suku Bunga, Kurs dan Jumlah Uang Beredar terhadap Indeks LQ45 (Studi Kasus pada BEI Periode 2002-2007). Thesis Program Studi Magister Manajemen . Semarang: Universitas Diponegoro.
  32. Nonnemberg, M.B. & Cardoso de Mendonça, M.J. 2004. The Determinants Of Foreign Direct Investment In Developing Countries. ANPEC.
  33. Panayotou, Theodore. 1998, Investments of Change : Motivating and Financing Sustainable Development. Earthscan Publications. London.
  34. Quazi, Rahim M. 2014. Corruption and Foreign Direct Investment in East Asia and South Asia: An Econometric Study. International Journal of Economics and Financial Issues Vol. 4, No. 2, 2014, pp.231-242
  35. Ramiraz M. D. (2006). Economic and Institutional Determinants of Foreign Direct Investment in Chile: a time series analysis, 1960-2001. Contemporary Economic Policy, 24(3), 459-471
  36. Rugman, Alan M., 1993. Bisnis Internasional. Buku Pertama. Jakarta: PT. Pustaka Binaman Pressindo.
  37. Salvatore, Dominick. 2008. Theory and Problem of Micro Economic Theory. 3rd Edition. Alih Bahasa oleh Rudi Sitompul. Penebit Erlangga. Jakarta.
  38. Sarwedi. 2002. Investasi Asing Langsung di Indonesia Dan Faktor yang Mempengaruhinya. Jurnal akuntansi dan keuangan . vol.4 . 35: 24-26
  39. Siregar, Syofian. 2013. Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif. Jakarta. PT. Bumi Aksara
  40. Suliyanto. 2011. Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS. Yogyakarta: ANDI.
  41. Tandelilin, Eduardus, 2010, Portofolio dan Investasi Teori dan Aplikasi, Edisi Pertama, KANISIUS, Yogyakarta.
  42. Tanzi dan Davoodi. 1997. Corruption, Public Investment, and Growth. IMF Working Paper No. 97/139
  43. The Global Economy. 2015. www.theglobaleconomy.com. diakses 2015
  44. Todaro, 2000. Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga, Edisi Bahasa Indonesia. Edisi 7/Jilid II. Jakarta: Erlangga.
  45. Transparansi International. 2015. www.transparency.org . diakses 2015
  46. Triton, Budi Prawira. 2006. SPSS 3.0 terapan Riset Statistik Parametrik. Yogyakarta: ANDI.
  47. Udomkerdmongkol, Manop. et al. 2006. Foreign Direct Investment And Exchange Rates: A Case Study Of U.S. FDI In Emerging Market Countries. Discussion Papers in Economics. No. 06/05. University of Nottingham.
  48. United Nations Conference on Trade and Development . 2015. www.unctad.org . diakses 2016.
  49. UU Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal.
  50. UU Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 1999 tentang Pemberantasan tindak Pidana Korupsi.
  51. Voyer P. A., and Beamish P. W. (2004). The Effect of Corruption on Japanese Foreign Direct Investment. Journal of Business Ethics, 50, 211–224.
  52. Wei, S. 2000. How Taxing is Corruption on International Investors? Review of Economics and Statistics, 82 (1), 1-11.
  53. Wibisono, Yusuf. 2005. Modul Pelatihan Ekonometrika Dasar. Depok: Lab Ilmu. Ekonomi. FEUI.
  54. Widarjono, Agus. 2009. Ekonometrika Pengantar dan Aplikasinya. Edisi Ketiga. Yogyakarta. Ekonusia.
  55. World Bank. 2015 . www.worldbank.org . diakses 2015

# Pengaruh Kebijakan Moneter, PDB, dan FDI Terhadap Nilai Ekspor Indonesia

Nurbetty Herlina Sitorus<sup>1</sup>, Grandtino Arganata<sup>2</sup>

Universitas Lampung

**Abstract :** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kinerja nilai ekspor Indonesia secara keseluruhan serta faktor-faktor yang mempengaruhi nilai ekspor tersebut. Berdasarkan teori-teori terdahulu dan kajian empiris sebelumnya, penelitian ini ditujukan untuk mengetahui pengaruh nilai tukar, inflasi, PDB dan FDI terhadap nilai ekspor di Indonesia. Hasil ini menunjukkan secara parsial harga minyak dunia tidak memiliki pengaruh terhadap volume ekspor Indonesia, sedangkan nilai tukar rupiah terhadap dolar AS dan Foreign Direct Investment secara parsial signifikan mempengaruhi volume ekspor.

**Key words:** volume ekspor, nilai tukar, inflasi

## PENDAHULUAN

Salah satu tantangan besar dalam perdagangan internasional yang dihadapi oleh Indonesia saat ini adalah masuknya Indonesia ke dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) sejak tahun 2015. Dampak terciptanya MEA adalah pasar bebas dalam bidang permodalan, barang, jasa dan tenaga kerja di kawasan Asia Tenggara. Sehubungan dengan hal tersebut, Indonesia diharapkan dapat meningkatkan daya saing produknya sehingga mampu menghadapi persaingan yang makin kompetitif di antara negara ASEAN baik dalam memenuhi kebutuhan pasar ASEAN maupun pasar dalam negeri.

Meningkatnya daya saing akan mendukung meningkatnya ekspor yang ditandai dengan adanya surplus pada neraca pembayaran yang salah satu penyebabnya adalah naiknya rasio ekspor terhadap impor. Nilai ekspor Indonesia telah mengalami fluktuasi dari waktu ke waktu, yang disebabkan oleh perubahan kondisi perekonomian yang dialami Indonesia baik di dalam negeri maupun secara global. Di tahun 2001 terjadi penurunan nilai ekspor dari tahun sebelumnya. Hal ini disebabkan oleh perlambatan pertumbuhan ekonomi yang ditandai dengan

melemahnya permintaan negara mitra dagang (BAPPENAS, 2013). Di tahun-tahun berikutnya terjadi tren positif yang ditandai dengan meningkatnya ekspor dari tahun 2003 sampai tahun 2008. Peningkatan nilai ekspor ini terjadi karena perekonomian dunia yang berangsur-angsur meningkat dan didorong oleh kombinasi pelaksanaan kebijakan moneter yang tepat, pemberian stimulus oleh negara-negara maju dan negara *emerging market*, serta meningkatnya investasi seiring dengan membaiknya kepercayaan masyarakat dan dunia usaha internasional. Penurunan nilai ekspor di tahun 2009 terjadi karena krisis ekonomi yang terjadi di negara-negara tujuan ekspor Indonesia.

Peningkatan nilai ekspor barang dan jasa selalu diupayakan dengan berbagai strategi dan kebijakan untuk mendukung tercapainya perekonomian yang baik di dalam negeri. Beberapa program diadakan untuk mendukung peningkatan daya saing lobal produk Indonesia, serta meningkatkan peranan ekspor dalam memacu pertumbuhan ekonomi. Indonesia memiliki dua kebijakan dalam mendukung stabilitas perekonomiannya secara makro, yaitu kebijakan moneter dan kebijakan fiskal. Dalam menjalankan kebijakan moneter, pemerintah memberikan

1. Dosen FEB Unila,
2. Alumni FEB Unila





wewenang kepada Bank Indonesia untuk merumuskan dan melaksanakan tugas menjaga stabilitas perekonomian melalui penetapan sasaran-sasaran moneter. Sebagai bank sentral Indonesia, Bank Indonesia memiliki tujuan tunggal yaitu menjaga kestabilan nilai Rupiah yang tercermin pada kestabilan harga barang dalam negeri dan kestabilan nilai tukar Rupiah terhadap mata uang negara-negara lain.

Mekanisme transmisi kebijakan moneter dapat bekerja melalui saluran nilai tukar mata uang terhadap negara lain. Kemudian mekanisme transmisi kebijakan moneter melalui saluran nilai tukar tersebut secara langsung akan memengaruhi besaran nilai ekspor di negara tersebut (Agung, 2002). Peran kestabilan nilai tukar sangat penting dalam mencapai stabilitas harga dan sistem keuangan. Oleh karenanya, dengan kebijakan nilai tukar akan mengurangi volatilitas nilai tukar yang berlebihan, bukan untuk mengarahkan nilai tukar pada level tertentu.

Secara spesifik, mekanisme transmisi kebijakan moneter adalah proses yang dilalui dalam pengambilan keputusan atas kebijakan moneter yang ditransmisikan ke perubahan dalam pengendalian inflasi (Taylor, 1995). Pengalaman empiris menunjukkan bahwa inflasi yang tidak stabil akan menyulitkan keputusan pelaku usaha untuk melakukan produksi, yang pada seterusnya akan menurunkan nilai ekspor Indonesia dan secara tidak langsung menurunkan pertumbuhan ekonomi.

Selain dipengaruhi kenaikan harga, pendapatan nasional merupakan indikator potensi masa depan dan keberlanjutan tingkat produksi dalam negeri. Peningkatan pendapatan nasional yang diprosikan dengan Produk Domestik Bruto (PDB) dapat dimanfaatkan untuk ekspansi ekspor. Besaran PDB juga mendorong terciptanya pendukung dari sisi ekonomi dalam pengambilan keputusan berinvestasi (Majeed, 2006).

Indonesia sebagai salah satu anggota ASEAN merupakan negara berkembang yang mengandalkan penanaman modal asing dalam bentuk *foreign direct investment* (FDI) untuk mendukung pertumbuhan ekonominya. Oleh karena itu, penting untuk mendorong peningkatan aliran FDI di Indonesia. Aliran masuk FDI dapat mempengaruhi perkembangan ekspor suatu negara (Pramana, 2013)

Berdasarkan latar belakang pentingnya perdagangan internasional, pertumbuhan nilai ekspor dan variabel-variabel makro yang mempengaruhi besaran ekspor Indonesia, maka penelitian ini

mangambil judul “**Pengaruh Kebijakan Moneter, PDB dan FDI Terhadap Nilai Ekspor Indonesia.**”

## METODOLOGY

**Research Subject:** Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dalam bentuk data deret waktu (time series) tahunan dari tahun 1990 sampai dengan tahun 2010. Data diperoleh dari International Financial Statistics (IFS-IMF). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Volume ekspor Indonesia
2. Harga minyak dunia
3. Kurs Rupiah terhadap dollar Amerika
4. *Foreign Direct Investment*

### B. Model Penelitian

Model yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Persamaan Regresi untuk ekspor Indonesia:

$$EI = f(HM, ER, FDI)$$

Dimana :

Variabel dependen :

EI = Volume Ekspor Indonesia

HM = Harga Minyak Dunia

ER = *Exchange Rate* (nilai tukar rupiah terhadap dolar AS)

FDI = *Foreign Direct Investment*

Karena volume ekspor Indonesia berbeda satuannya antara volume ekspor minyak bumi dalam barel, *Liquid Natural Gas* (LNG) dalam MBTU, *Liquid Petroleum Gas* (LPG) dalam MT dan non migas dalam ton. Maka volume ekspor dirubah dalam bentuk indeks rata-rata volume ekspor Indonesia. Sehingga bentuk persamaannya menjadi:

$$Y = \alpha_1 + \alpha_2x_1 + \alpha_3x_2 + \alpha_4x_3 + et$$

Dimana:

Y = Indeks rata-rata volume ekspor Indonesia (%)

x1= Harga Minyak Dunia (barel/dolar AS)

x2= *Exchange Rate* (nilai tukar rupiah terhadap dolar AS)

x3 = *Foreign Direct Investment* (juta dolar)

et = *error term*



## C. Teknik Analisis Data

### 1. Pengujian Asumsi Klasik

Sebelum pengujian hipotesis dilakukan, harus terlebih dahulu melalui uji asumsi klasik. Pengujian ini dilakukan untuk memperoleh parameter yang valid dan handal. Pengujian asumsi klasik terdiri dari uji Normalitas, uji Multikolinearitas, uji Autokorelasi dan uji Heteroskedastisitas.

#### a) Uji Normalitas

Uji asumsi ini akan menguji data variabel bebas ( $X$ ) dan data variabel terikat ( $Y$ ) pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan data variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau normal sama sekali.

Uji normalitas dapat dilakukan dengan cara grafik histogram dan *normal probability plots*. Cara grafik histogram cukup dengan membandingkan antara data riil/nyata dengan garis kurva yang terbentuk, apakah mendekati normal atau memang normal sama sekali. Jika data riil membentuk garis kurva cenderung tidak simetri terhadap *mean* maka dapat dikatakan data berdistribusi tidak normal, dan sebaliknya. Sementara cara *normal probability plots* lebih handal daripada cara grafik histogram karena cara ini membandingkan data riil dengan data distribusi normal (otomatis oleh computer) secara kumulatif. Suatu data dikatakan berdistribusi normal jika garis data riil mengikuti garis diagonal.

#### b) Uji Multikolinearitas

Salah satu asumsi dalam metode kuadrat terkecil adalah tidak adanya hubungan linear antara *variable independent*. Jika hal ini terjadi, maka dikatakan bahwa data mengalami multikolinearitas. Indikasi awal data yang mengalami multikolinearitas yaitu apabila model memiliki *standard error* yang besar dan nilai statistic t yang rendah. Ada beberapa metode yang digunakan untuk mendeteksi multikolinearitas dalam suatu model regresi. Salah satu ciri persamaan regresi yang mengalami masalah multikolinearitas adalah nilai  $R^2$  yang tinggi namun memiliki sedikit *variable independent* yang mempengaruhi *variable dependent* secara signifikan. Metode yang digunakan untuk mendeteksi multikolinearitas dalam penelitian ini adalah *tolerance Variance Inflation Factor* (VIF).

Batas *tolerance value* di bawah 0.1 dan VIF adalah 10. Oleh karena itu jika nilai *tolerance value* 0.1 atau VIF di atas 10 maka data dikatakan mengalami multikolinearitas.

#### c) Autokorelasi

Autokorelasi merupakan korelasi yang terjadi antara anggota observasi yang terletak berderetan secara seri dalam bentuk waktu (jika data yang digunakan adalah data *time series*) atau korelasi empat variabel yang berdekatan (jika data yang digunakan adalah data *cross sectional*). Uji AutoKorelasi penelitian ini menggunakan uji LM test untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi. Karena jumlah data besar sebanyak 6484 Dasar pengambilan keputusan jika nilai residual di regresikan dengan *variable dependent* lagi residual p\_valuenya lebih kecil dari 0.05 berarti ada masalah autokorelasi dan jika nilai p\_valuenya lebih besar dari 0.05 maka berarti tidak ada masalah autokorelasi. Autokorelasi juga dapat ditentukan dengan menggunakan uji Durbin-Watson (DW), dengan ketentuan sebagai berikut:

- Terjadi autokorelasi positif jika nilai DW lebih kecil -2 ( $DW < -2$ )
- Tidak terjadi autokorelasi jika nilai DW berada diantara -2 dan +2 ( $-2 < DW < +2$ )
- Terjadi autokorelasi negatif jika nilai DW lebih besar +2 ( $DW > +2$ )

#### d) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan varian variabel dalam model yang tak sama (konstan). Menurut Widarjono (2005), salah satu metode paling cepat yang bisa digunakan dalam mendeteksi masalah heteroskedastisitas adalah dengan mendeteksi pola residual melalui sebuah grafik. Jika variabel memiliki varian yang sama (homoskedastisitas) maka kita tidak mempunyai pola yang pasti dari residual. Sebaliknya jika residual memiliki sifat heteroskedastisitas, maka residual akan menunjukkan pola tertentu. Metode lain yang dapat digunakan untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah metode *Glejser*. Yaitu dengan cara meregresikan semua variabel independen dengan variabel dependen absolut residual dan dari hasil tersebut semua variabel harus memiliki nilai p-value yang lebih besar dari 0.05 untuk dapat dikatakan bahwa model tidak memiliki masalah heteroskedastisitas.



## 2. Uji-t

Asumsi yang dipakai adalah apabila signifikansi  $t$  lebih besar dari tingkat alpha ( $\alpha$ ) yang ditetapkan, maka *variable independent* tersebut tidak berpengaruh terhadap *variable dependent* atau hipotesis yang diajukan tidak didukung oleh data. Tetapi sebaliknya apabila nilai sig  $t$  lebih kecil dari tingkat alpha yang digunakan maka data mendukung hipotesis penelitian. Penelitian akan menggunakan *level of significance* ( $\alpha$ ) = 5%, hal ini didasarkan pada penelitian-penelitian sebelumnya yang sejenis.

## 3. Melakukan Uji-f

Asumsi yang dipakai adalah, apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka *variable independent* tersebut secara simultan tidak berpengaruh terhadap *variable dependent* atau hipotesis yang diajukan tidak didukung oleh data. Tetapi sebaliknya apabila nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka *variable independent* tersebut secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *variable dependent* atau data mendukung hipotesis penelitian.

## HASIL

Dari hasil perhitungan dengan diperoleh hasil sebagai berikut:

Dependent Variable: Y				
Method: Least Squares				
Date: 10/11/2012 Time: 17:14				
Sample: 1990 2010				
Included observations: 21				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	66.09852	12.00486	5.505982	0.0001
X1	0.034710	0.271869	0.127673	0.9002
X2	0.010919	0.001569	6.958415	0.0000
X3	0.002374	0.000443	5.358234	0.0001
R-squared	0.876600		Mean dependent var	176.0456
Adjusted R-squared	0.850158		S.D. dependent var	46.71431
S.E. of regression	18.08287		Akaike info criterion	8.820937
Sum squared resid	4577.861		Schwarz criterion	9.018797
Log likelihood	-75.38843		F-statistic	33.15085
Durbin-Watson stat	2.606016		Prob(F-statistic)	0.000001

Estimation Command:

LS Y C X1 X2 X3

Estimation Equation:

$Y = C(1) + C(2)*X1 + C(3)*X2 + C(4)*X3$

Substituted Coefficients:

$Y = 66.09851983 + 0.03471020858*X1 + 0.01091862389*X2 + 0.002373968281*X3$

$R^2 = 0,88$

## Pembahasan

Berdasarkan hasil regresi persamaan ECM, nilai tukar berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai ekspor Indonesia dalam jangka pendek. Jadi, semakin terdepresiasi nilai tukar, maka nilai ekspor Indonesia akan meningkat dan memiliki pengaruh yang bermakna. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Komang dan Luh Gede (2011), bahwa nilai tukar berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai ekspor. Kurs memainkan peranan penting dalam keputusan-keputusan pembelanjaan, karena kurs memungkinkan kita menerjemahkan harga-harga dari berbagai negara ke dalam satu bahasa yang sama. Bila semua kondisi lainnya tetap, apabila mata uang dalam negeri terdepresiasi menyebabkan harga ekspor lebih murah

sehingga permintaan barang ke luar negeri meningkat. Hal ini sesuai dengan pendekatan kurva J. Kurva J adalah kurva yang menggambarkan hubungan antara nilai tukar riil dengan neraca perdagangan dalam jangka waktu pendek dan panjang. Pada kurva J dinyatakan asumsi bahwa depresiasi nilai tukar akan memperbaiki kondisi neraca perdagangan suatu negara pada jangka panjang. Sebelum melakukan pendekatan dengan kurva J, syarat utama harus tercapai terlebih dahulu yaitu berada dalam kondisi Marshall-Lerner. Kondisi Marshall-Lerner merupakan suatu kondisi dimana jumlah elastisitas impor dan ekspor terhadap nilai tukar riil lebih dari 1 atau elastis (Krugman, 1994).

### 1. Inflasi (INF)

Hasil regresi persamaan ECM, inflasi berpengaruh positif, namun tidak signifikan terhadap nilai ekspor Indonesia dalam jangka pendek. Jadi semakin tinggi inflasi, maka nilai ekspor akan semakin meningkat, namun pengaruhnya tidak bermakna. Penalaran pengaruh positif inflasi terhadap ekspor dan impor terjadi karena pada saat kenaikan harga barang-barang yang akan diekspor maka mata uang domestik cenderung terdepresiasi sehingga harga barang-barang untuk diekspor cenderung lebih murah, namun hal ini membutuhkan beberapa persyaratan yang harus dipenuhi yaitu (1) biaya-biaya input untuk memproduksi barang-barang tersebut memiliki proporsi impor yang rendah atau input produksi diperoleh dari dalam negeri dan sedikit yang diperoleh dari impor, (2) saat terjadi guncangan nilai tukar karena inflasi maka perusahaan-perusahaan memiliki armada pemasaran dan penjualan yang baik (KOMPASIANA, 2012).

### 2. Produk Domestik Bruto (PDB)

Hasil regresi persamaan ECM, PDB berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai ekspor Indonesia dalam jangka pendek. Jadi semakin tinggi PDB, maka nilai ekspor Indonesia akan semakin meningkat dan memiliki pengaruh yang bermakna. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muhammad Tariq Majeed dan Eatzaz Ahmad (2006). Peningkatan dari PDB menciptakan lingkungan untuk keputusan investasi dan menambah perputaran modal untuk meningkatkan produktivitas barang dan jasa. Pada akhirnya peningkatan produktivitas ini akan mendorong peningkatan nilai ekspor. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan teori klasik yang dikemukakan oleh Adam Smith. Dikemukakan bahwa, kemakmuran

suatu negara ditentukan oleh besarnya PDB dan sumbangan perdagangan luar negeri terhadap pembentukan PDB negara tersebut. Dengan tingginya *income, employment* dan devisa, maka akan mendorong peningkatan impor produk yang belum mencukupi, atau belum diproduksi di dalam negeri. Meningkatnya impor tentu akan diiringi dengan peningkatan transfer teknologi, penanaman modal, dan *demonstrations effect* yang positif, seperti manajemen pemasaran dan lain-lain. Jika hal ini terjadi, maka monopoli dalam negeri akan menurun, sedangkan persaingan akan meningkat sehingga mendorong peningkatan produktivitas dan efisiensi. Bila produktivitas dan efisiensi meningkat, maka harga barang menjadi lebih murah dan kualitas serta pelayanan akan lebih baik. Dengan demikian daya saing produk dalam negeri akan meningkat. Ini menjadikan akses ke pasar luar negeri akan semakin besar, sehingga dapat meningkatkan peluang ekspor.

### 3. Foreign Direct Investment (FDI)

Hasil regresi persamaan ECM, FDI berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai ekspor Indonesia dalam jangka pendek. Jadi semakin tinggi FDI, maka nilai ekspor Indonesia akan semakin meningkat dan memiliki pengaruh yang bermakna. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Marco Fugazza (2004). Penanaman modal asing merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh pihak asing dalam rangka menanamkan modalnya di suatu negara dengan tujuan untuk mendapatkan laba melalui penciptaan suatu produksi atau jasa. Dengan banyaknya FDI maka semakin besar dana investasi dalam negeri masuk sehingga akan meningkatkan produktivitas ekspor di Indonesia.

## SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka diperoleh simpulan bahwa sebesar 88% volume ekspor Indonesia mampu dijelaskan oleh variabel harga minyak dunia, nilai tukar rupiah terhadap dolar AS dan *Foreign Direct Investment* sedangkan sisanya sebesar 12% dijelaskan variabel lain di luar model. Berdasarkan uji t-statistik diperoleh nilai t-tabel = 1,761 sedangkan nilai t-statistik untuk harga minyak dunia = 0,12, nilai tukar rupiah terhadap dolar AS = 6,96 dan *Foreign Direct Investment* = 5,36. Hal ini membuktikan bahwa secara parsial harga minyak



dunia tidak memiliki pengaruh terhadap volume ekspor Indonesia, sedangkan nilai tukar rupiah terhadap dolar AS dan *Foreign Direct Investment* secara parsial signifikan mempengaruhi volume ekspor.

#### DAFTAR PUSTAKA

Agung, Juda. 2011. *Dibalik Kenaikan BI Rate*.  
(Madani-ri.com)

Badan Perencanaan Pembangunan Nasional. 2013.  
*Perkembangan Ekonomi Makro*. ([www.bappenas.go.id](http://www.bappenas.go.id))

Fugazza, Marco 2004. *Export Performance and Its Determinants : Supply and Demand Constraints*.

New York and Geneva

Majeed, Muhammad tari dan Eatzaz Ahmad.2006.  
*Determinants of Exports in Developing Countries*. The Pakistan Development Review  
Pramana, Komang Amelia Sri dan Luh Gede Meydianawathi. 2011. *Variabel-variabel yang Mempengaruhi Ekspor Nonmigas Indonesia ke Amerika Serikat*.

Vernon. R. 1966. *International Investment and International Trade in Product Cycle*. The quarterly Journals of Economics.

Sarwedi. 2010. *Analisis Determinan Penawaran Barang Ekspor di Indonesia*.

Taylor, J.B. 1995. *The Monetary Transmission Mechanism : An Empirical Framework*. Journal Of Economics Perspective.

# ANALISIS FAKTOR PENYEBAB KEMISKINAN NELAYAN: Studi Lapang di Pesisir Puger Jember Jawa Timur

*Siswoyo Hari Santosa<sup>2</sup>*

Fakultas Ekonomi UNEJ

---

**Abstract:** Poverty is a phenomenon that occurs in many fishing communities. Fishermen Empowerment program has been done, but until now still not optimal. The empowerment program is not optimal as a result of the lack of precise identification of the factors causing the poverty of fishermen.

This study aims to analyze the factors causing poverty of fishermen. The study was conducted in Puger Coastal area of Jember, East Java. The method of analysis used is qualitative method, with phenomenology approach.

The results of this study suggest that the causes of fisherman poverty are: natural factors, monopsoni catchment market system, debt-burdening system of all time fishermen, unequal revenue-sharing system, non-transparent revenue-sharing system, and extravagant lifestyle and unplanned.

*Keywords: Poverty, Fisherman, Coastal, Puger-Jember*

---

## I. PENDAHULUAN

Pemikiran pembangunan kontemporer dan kebijakan tentang kemiskinan telah menciptakan ruang politik untuk memajukan proyek pengurangan kemiskinan dan menjamin berkurangnya kemiskinan, meskipun faktanya masih terfokus pada pengukuran dan menghubungkannya dengan dinamika kemiskinan (Green dan Hulme. 2005). Bagi sebagian besar arus utama dalam ekonomi pembangunan menyatakan bahwa kemiskinan merupakan warisan masa lalu. Sementara berdasarkan kajian tentang kemiskinan di Laos, dan di negara-negara lain, maka dapat dilihat bahwa kemiskinan sebagian besar yang diciptakan oleh proses pembangunan (Rigg. 2006). Sementara Barrett dan Swallow menyatakan bahwa suatu negara bisa saja terjebak dalam sebuah perangkap kemiskinan. Jebakan pada perangkap kemiskinan akan melibatkan beberapa keseimbangan dinamis yang ada secara simultan pada berbagai skala analisis (Barrett dan Swallow. 2006).

Keadaan kemiskinan di Ethiopia menunjukkan bahwa faktor jumlah lahan yang dimiliki, pendidikan, jenis tanaman yang ditanam, pendudukan, rasio ketergantungan, dan lokasi menjadi penentu penting kondisi kemiskinan (Bigsten. et.al. 2003). Di China, orang dewasa yang menderita kekurangan gizi kronis, sebagian besar tinggal di Delta Sungai Mekong dan berasal dari suku mayoritas Kinh-Hoa (Baulch dan Masset. 2003). Di Bangladesh pada umumnya, bagi mereka yang tepat dibawah garis kemiskinan atau sedikit dibawahnya, disebut dengan miskin moderat, sedangkan mereka yang jauh berada dibawah garis kemiskinan disebut dengan kemiskinan kronis. Mereka yang miskin kronis ini karena kurangnya kesempatan untuk melakukan mobilitas, karena berbagai keterbatasan dan hambatan. Kemiskinan yang mereka derita ini berlangsung lama atau bahkan seluruh kehidupan mereka. Ini adalah miskin kronis (Matin dan Hulme. 2003). Kemiskinan India terkait dengan faktor ekonomi, sosial, budaya, dan politik yang berinteraksi dalam jangka panjang untuk

---

1. siswoyohari68@gmail.com



mempertahankan kesenjangan struktural dan kesempatan dalam pengelolaan sumber daya (Parker dan Kozel. 2007). Pendapatan non pertanian dan pendapatan upah merupakan sumber pendapatan yang penting bagi sebagian besar rumah tangga, begitu juga dengan kiriman uang bagi sebagian orang, tetapi kegiatan ekonomi utama yang dikejar oleh rumah tangga sangat miskin berbeda secara substansial dari yang dikejar oleh rumah tangga nonmiskin, seperti halnya sumber utama pendapatan mereka (Bird dan Shepherd. 2003)

Kemiskinan masyarakat nelayan merupakan masalah yang kompleks, hal ini terjadi disebabkan masyarakat nelayan hidup dalam suasana alam yang keras yang selalu diliputi ketidakpastian (*uncertainty*) dalam menjalankan usahanya. Di tengah kesusahan itulah, masyarakat nelayan menggantungkan hidupnya pada institusi lain yang mampu menjamin kelangsungan hidup keluarganya. Jaminan sosial dalam suatu masyarakat merupakan implementasi dari bentuk-bentuk perlindungan, baik yang diselenggarakan oleh negara, maupun institusi-institusi sosial, yang ada pada masyarakat terhadap individu dari resiko-resiko tertentu dalam hidupnya. Selama ini, tidak adanya alternatif institusi di wilayah pesisir dalam menjamin keberlangsungan hidup masyarakat nelayan menyebabkan mereka beberapa kali harus jatuh pada pola atau institusi patron-klien yang menurut para peneliti (*perspektif etic*) sering bersifat asimetris. kredit yang tidak pernah berakhir yang sebenarnya inilah jebakan patron demi melanggengkan usahanya. Namun berdasarkan pandangan nelayan (*perspektif emic*), kuatnya pola patro-klien di masyarakat nelayan disebabkan oleh kegiatan perikanan yang penuh resiko dan ketidakpastian sehingga tidak ada pilihan lain bagi mereka selain bergantung pada pemilik modal (*patron*) (Meiriana. 2008).

Kehidupan miskin yang dialami sebagian besar nelayan di Indonesia menyebabkan "bargaining position" mereka sangat lemah. Mereka merasa "terisolasi" baik secara sosial, ekonomi, politik. Kesulitan-kesulitan ekonomi yang menyertainya tidak memungkinkan anggota keluarga nelayan buruh terlibat aktif dalam berbagai tanggungjawab sosial di luar permasalahan kehidupan yang substansial bagi mereka. Kemiskinan, kesenjangan, kebodohan dan keterbelakangan akibat eksploitasi ekonomi akan terus terwariskan dari generasi ke generasi yang berlanjut sepanjang masa (Therik. 2008). Secara ekonomis pendapatan sangat kecil dan hanya mampu menhidupi keluarganya untuk sehari; sedangkan secara politik

mereka tetap tertindas oleh struktur dan sistem politik *state* (negara) yang belum berorientasi pada masyarakat kalangan bawah. Ketidakmampuan secara sosial, ekonomi, dan politik tersebut menjadi ganjalan bagi mereka untuk bisa berdiri sama tinggi dan duduk sama rendah dengan saudara yang lain yang secara sosial dan ekonomi berhasil (Pakpahan, dkk. 2006).

Kondisi kemiskinan masyarakat pesisir, khususnya masyarakat nelayan yang tergambarkan tersebut, juga terjadi di masyarakat nelayan Pesisir Puger Jember Jawa Timur. Jumlah rumah tangga miskin di Pesisir Puger masih relatif tidak berubah, dan bahkan untuk rumah tangga nelayan jumlah rumah tangga miskin prosentasenya justru meningkat. Hal inilah yang menjadikan desa ini patut dijadikan obyek penelitian, dimana ditengah keberhasilan pengentasan kemiskinan secara umum, namun kemiskinan nelayan justru tidak berkurang. Kondisi ini tidak terlepas dari keruwetan problematika kemiskinan nelayan, dan tidak diketemukannya akar masalah kemiskinan nelayan secara jelas. Makalah ini akan mencoba mengurai lingkaran kemiskinan yang terjadi di Pesisir Puger Jember Jawa Timur, sebagai pusat kajian. Pilihan pada wilayah ini didasarkan pada pertimbangan bahwa di wilayah ini sudah cukup sukses mengurangi angka kemiskinan secara umum, namun belum mampu mengurangi kemiskinan nelayan, padahal di wilayah ini memiliki potensi perikanan yang melimpah.

## II. METODOLOGI

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan fenomenologi. Fenomenologi adalah studi tentang pengalaman yang disadari (*conscious experience*). Setidaknya ada enam langkah atau tahapan analisis dalam pendekatan fenomenologi, yaitu :

1. Mengklasifikasikan fenomena dalam kategori masing-masing, hal ini dilakukan untuk dapat memahami nilai dari masing-masing fenomena;
2. Melakukan interpolasi dalam kehidupan pribadi peneliti, dalam arti seorang peneliti dituntut untuk ikut membaur dan berpartisipasi dalam sebuah keberagaman yang diteliti untuk memperoleh pengalaman dan pemahaman dalam dirinya sendiri;
3. Melakukan "epochè" atau menunda penilaian dengan cara pandang yang netral;

4. Mencari hubungan struktural dari informasi yang dikumpulkan untuk memperoleh pemahaman yang holistik tentang berbagai aspek;
5. Tahapan-tahapan tersebut menurut Van der Leeuw secara alami akan menghasilkan pemahaman yang asli berdasarkan "realitas" atau manifestasi;
6. Fenomenologi tidak berdiri sendiri (operate in isolation) akan tetapi berhubungan dengan pendekatan-pendekatan yang lain untuk tetap menjaga objektivitas.

### III. HASIL KAJIAN DAN PEMBAHASAN

Menurut Selo Soemardjan (1980), yang dimaksud kemiskinan struktural adalah kemiskinan yang diderita oleh suatu golongan masyarakat, karena struktur sosial masyarakat itu tidak dapat ikut menggunakan sumber-sumber pendapatan yang sebenarnya tersedia bagi mereka (Sudarso, 2007). Menurut Fredy Tulung, seseorang disebut miskin jika ia tidak mampu makan dua kali sehari, tidak memiliki akses terhadap sandang dan papan, tidak mampu mengupayakan layanan kesehatan bagi keluarga mereka, dan di dunia modern mereka tidak bisa mengakses pendidikan bagi anak-anak mereka (Tulung, 2008). John Friendman mendefinisikan kemiskinan sebagai suatu kondisi tidak terpenuhinya kebutuhan dasar (esensial) individu sebagai manusia, sementara Chambers menggambarkan kemiskinan, terutama di pedesaan, mempunyai lima karakteristik yang saling terkait: kemiskinan material, kelemahan fisik, keterkucilan, dan keterpencilan, kerentanan, dan ketidakberdayaan (Hadiyanti, 2006)

Kemiskinan nelayan paling tidak dicirikan oleh lima karakteristik : Pertama, pendapatan nelayan bersifat harian (*daily increments*) dan jumlahnya sulit ditentukan. Selain itu pendapatannya juga sangat bergantung pada musim dan status nelayan itu sendiri, dalam arti ia sebagai juragan (nelayan pemilik alat produksi) atau pandega (nelayan buruh). Kedua, dilihat dari pendidikannya, tingkat pendidikan nelayan dan anak-anak nelayan pada umumnya rendah. Ketiga, dihubungkan dengan sifat produk yang dihasilkan nelayan, maka nelayan lebih banyak berhubungan dengan ekonomi tukar menukar karena produk tersebut bukan merupakan makanan pokok. Selain itu, sifat produk mudah rusak dan harus segera dipasarkan, menimbulkan ketergantungan yang besar dari nelayan kepada pedagang. Keempat, bidang perikanan membutuhkan investasi cukup besar dan cenderung

mengandung resiko yang besar dibandingkan sector usaha lainnya. Oleh karena itu, nelayan cenderung menggunakan armada dan peralatan tangkap yang sederhana, atau hanya menjadi ABK. Kelima, kehidupan nelayan yang miskin juga diliputi kerentanan. Kemiskinan dalam dimensi kesejahteraan, didefinisikan sebagai ketidakmampuan untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia (Swinton, et al. 2003). Begitu juga dengan yang dinyatakan oleh Thawil yang menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan kemiskinan adalah tiadanya kemampuan untuk memperoleh kebutuhan-kebutuhan pokok (Thawil, 1986).

Bagi masyarakat nelayan Puger, definisi rumah tangga miskin adalah : "rumah tangga yang masih serba kesulitan untuk memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari". Kesulitan dimaknai sebagai kondisi dimana mereka untuk mendapatkan pemenuhan atas kebutuhan tersebut harus berjuang ekstra keras, meskipun barang yang dimaksud itu ada, tetapi tidak memiliki daya untuk mendapatkannya. Kebutuhan pokok dimaknai sebagai kebutuhan akan makanan, sebagai kebutuhan dasar. Sementara kebutuhan yang lain, seperti pendidikan, kesehatan bagi masyarakat nelayan Puger bukan kebutuhan pokok yang utama. Sementara ditinjau dari pendekatan sosio kultural, secara tidak langsung mengungkapkan bahwa orang miskin adalah kelompok orang yang dipandang sebagai "orang kecil yang bodoh", kurang bergaul dan diasingkan serta tak dipercaya. Berdasarkan pendekatan Sosio Politik, maka nampak jelas bahwa orang miskin adalah orang yang hanya dijadikan obyek politik semata. Secara politis mereka dibutuhkan suaranya, namun mereka tidak pernah didengar suara atau kelulhannya, bahkan kesempatan untuk menyampaikan keluhan atau uneg-uneg saja mereka tidak diberi kesempatan. Berdasarkan aspek sosio psikologi, dimana dalam pendekatan ini kemiskinan didekati dengan perilaku dan sikap secara keseharian, maka perilaku nelayan miskin yang nampak adalah kondisi keterpurukan, terjepit, dan berujung pada sikap kepasrahan. Hal mengindikasikan bahwa mereka sudah menerima kemiskinan ini sudah menjadi nasibnya, dan mereka merasa tidak punya peluang untuk memperbaiki nasibnya. Nelayan miskin merasa sudah tidak punya waktu, tidak punya peluang, tidak punya ketrampilan dan modal, sehingga kesempatan untuk mengubah nasib sudah tidak memungkinkan.

Anggraeni (2009) kemiskinan bersifat multidimensional, dalam arti berkaitan dengan aspek sosial, ekonomi, budaya, politik dan aspek lainnya.

Kemiskinan multidimensi, juga mengarah pada keberadaan pekerja anak, pelacuran anak, dan beberapa perampasan hak dasar individu. Hal ini sejalan dengan apa yang diungkapkan oleh Mehta dan Shah sebagai berikut:

Poverty has many dimensions and the poor suffer deprivation in multiple ways and not just in terms of income. Several forms of human deprivation, including poor survival chances, unjust employment of children, child prostitution, bonded labor, environmental pollution, domestic violence, and social exclusion arising out of caste and gender discrimination, are not related to income in a predictable manner. The poor also lack access to assets such as credit, literacy, longevity, voice, land, water, and forests (Mehta dan Shah. 2003)

Bersamaan dengan bertambahnya perkembangan pengetahuan mengenai kemiskinan, didukung sejumlah realitas dan faktor-faktor penentunya, sekitar tahun 1990-an pengertian kemiskinan mengalami pergeseran. Definisi kemiskinan telah diperluas tidak hanya berdasarkan tingkat pendapatan, tetapi juga terkait dengan ketidakmampuan di bidang kesehatan, pendidikan, dan perumahan. Kemiskinan meliputi kekurangan atau tidak memiliki pendidikan, keadaan kesehatan yang buruk atau kekurangan transportasi yang dibutuhkan. Kemiskinan kadang juga berarti tidak adanya akses terhadap pendidikan dan pekerjaan yang mampu mengatasi masalah kemiskinan dan mendapatkan kehormatan yang layak sebagai warga negara. Chambers menyatakan bahwa kemiskinan berkaitan dengan masalah deprivasi sosial, akses ke sumberdaya seperti air, tempat tinggal, layanan kesehatan dan sanitasi, pendidikan serta transportasi (Pattinama. 2009)

Bagi masyarakat nelayan Puger, berdasarkan pengamatan peneliti, maka sumber kemiskinan nelayan dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Faktor alam, yaitu faktor musim yang tidak pasti dan adanya ketidakpastian perolehan ikan oleh nelayan, sehingga menimbulkan tidak adanya kepastian penghasilan nelayan. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Juragan-1 sebagai berikut :

*"nelayan itu penghasilannya tidak menentu, kalau lagi musim ikan, ya hasilnya banyak, tetapi kalau lagi musim paceklik, ya tidak ada hasil. Kapan musimpaceklik dan kapan musim panen, sekarang tidak dapat dipastikan, beda dengan dulu, kalau dulu setiap bukan lima sampai bulan bulan sepuluh dipastikan musim panen ikan, dan pada bulan sebelas*

*sampai bulan empat adalah musim paceklik.pada musim panen saja, kita sering tidak mendapatkan ikan, ya pokoknya tidak mestilah penghasilannya"*

Ketidakpastian penghasilan inilah sebagai sumber utama, yang memunculkan sumber-sumber lain yang semakin memiskinkan nelayan. Ketidakpastian penghasilan, telah mengakibatkan ketidakstabilan pola konsumsi rumah tangga nelayan, yang akhirnya akan mendorong pola konsumsi yang boros, gampang goncang kestabilan ekonomi keluarga, dan gampang menjual atau menggadaikan aset rumah tangga. Ketidakpastian penghasilan mengakibatkan tidak adanya lembaga keuangan formal seperti perbankan, yang berani memberikan kredit kepada nelayan. Hal inilah yang memunculkan keberadaan 'pengambe'. Tidak ada satu bank-pun yang berani memberikan kredit kepada individu yang memiliki penghasilan tidak menentu dan kecil, tidak ada jaminan. Hal ini seperti diungkapkan Tokoh Masyarakat-3, anggota BPD setempat, yang menyatakan :

*"mana ada bank yang mau memberikan kredit tanpa jaminan, ditambah lagi yang mau pinjam tidak memiliki penghasilan tetap atau penghasilan yang pasti, karena bisa jadi nelayan itu dalam satu tahun, lima bulan berpenghasilan lumayan tinggi, dan tujuh bulan tidak berpenghasilan sama sekali, beda dengan petani, ada fasilitas kredit, dengan angsuran tiga bulan sekali, setiap masa panen. Tetapi untuk nelayan ini belum ada"*

2. Sistem pasar hasil tangkapan yang monopsoni, dimana nelayan tidak dapat menjual hasil tangkapannya ke pasar atau pembeli secara terbuka atau bebas. Nelayan buruh tidak ikut menjual hasil, keputusan menjual diserahkan pada juragan, dan juragan juga tidak mampu menjual kepada pembeli secara langsung, namun dengan terpaksa harus menjual kepada 'pengambe'. Pada sistem ini, harga ditentukan 'pengambe' juragan tidak memiliki kekuatan menentukan harga. Mengapa juragan "pasrah" menjual kepada 'pengambe', hal ini tidak dapat dilepaskan dari sistem hutang-piutang yang terjadi antara juragan dan 'pengambe'. Kepasrahan juragan darat terhadap 'pengambe' ini dapat dilihat pada pernyataan Juragan-3 seorang juragan darat pemilik perahu pakisan sebagai berikut :

*"namanya saja saya juragan, tetapi saya sebagai juragan itu tugasnya hanya mencari ikan bersama ABK, mengenai harga ikan, semua yang menentukan adalah 'pengambe', berapa harganya saya hanya bisa ikut saja, saya hanya dengar-dengar saja, misalnya*

harga diluar itu tujuh ribu per kilo, tapi saya hanya dibayar enam ribu lima ratus per kilo, ya saya tinggal terima saja”

Hal senada juga diungkapkan oleh Juragan-2, seorang juragan perahu Eder Besar, yang menyatakan :”pokoknya semua yang menentukan itu pengambe’, kita ini sudah terikat hutang, tidak bisa menjual kepada yang lain, tidak boleh, saya harus menjual ke Ji Titik, pengambe’ saya, kalau saya menjual kepada yang lain, pasti nanti peralatan yang ada di perahu saya akan diambil oleh anak buahnya Ji Titik”

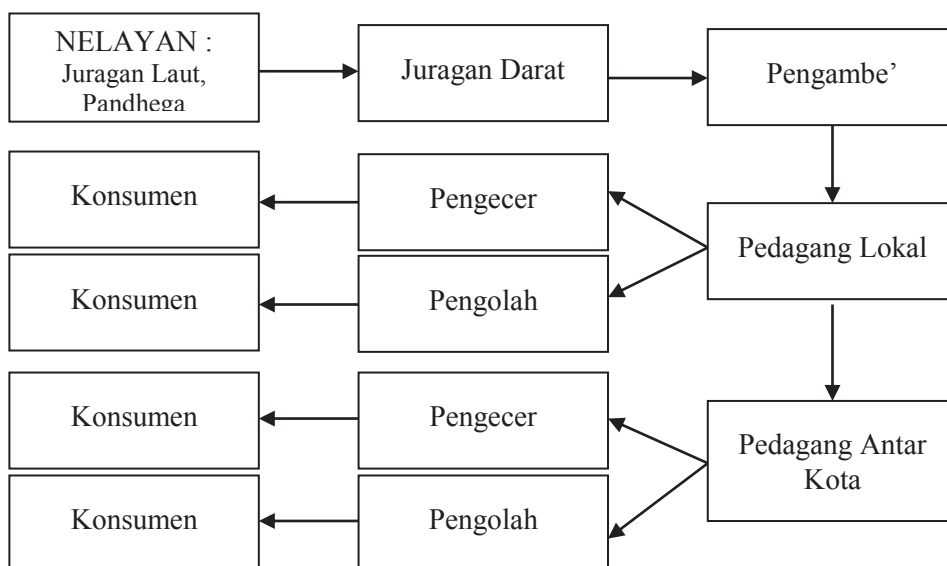
Sistem pasar yang demikian ini bisa terjadi karena tidak berfungsinya Tempat Pelelangan Ikan (TPI), sebagai pemegang otoritas pasar di kawasan pelabuhan, para pembeli dari luar daerah tidak dapat memasuki areal TPI, karena dihadang dan dilarang

oleh ”orang-orang suruhan” pengambe’, dan aparat pemerintah tidak mampu bertindak. Kondisi ini dibenarkan oleh tokoh masyarakat-1, yang menyatakan:

”meskipun di sini ada TPI, tetapi tidak ada fungsinya, tidak lebih hanya sebagai mantri pasar yang mungut karcis kepada para pedagang kecil dan pengambe’, sementara aparat kepolisian dari Polairud juga tidak berperan apa-apa terhadap ulah orang-orang suruhan pengambe’ yang melarang pedagang luar daerah masuk”

Dengan sistem ini, maka nelayan tidak memiliki pilihan dalam menjual hasil ikannya. Alur distribusi ikan dari nelayan sampai ke konsumen dapat digambarkan dalam diagram berikut ini.

**Gambar 01 :**  
**Diagram alur distribusi ikan dari Nelayan Puger sampai ke Konsumen**



3. Sistem Hutang yang membebani nelayan sepanjang masa. Hutang yang dilakukan oleh juragan darat kepada pengambe’ akan menjadi beban bagi juragan darat dan anak buahnya, dalam hal ini juragan laut/nahkoda/juru mudi dan para pandhega lainnya. Pada sistem hutang antara juragan darat dengan pengambe’, maka manakala juragan darat berhutang kepada pengambe’ untuk keperluan membeli peralatan perahu/kapalnya, maka ikan hasil tangkapan perahu milik juragan tadi harus dijual ke pengambe’, dengan harga yang ditentukan pengambe’, serta dalam setiap kg ikan hasil

tangkapan tersebut dipotong antara Rp. 500,- sampai dengan Rp. 1500,- oleh pengambe’, sebagai uang jasa atas keikutsertaan modal milik pengambe’. Hal ini seperti yang diutarakan pengambe’-1 yang menyatakan :

”den kule ngalak bagian per kilo neka mon juko’ pas rang-larang, kulo nglalak bagian sebu lema’, king mon depak juko’ de-mude, gih kule gun ngalak sekonek, nek-sekonek ebeng, ling gun ngalak lemaratus. Peseh neka ibarata mon cak reng penter e nyama uang jasa, neka pun lumrah e dina”

(saya ambil bagian per kilo ini kalau waktu ikan

*mahal, saya ambil bagian seribu lima ratus, tapi kalau waktu ikan murah, ya saya Cuma ambil sedikit, sama-sama sedikit, paling Cuma ambil lima ratus. Uang ini ibaratnya, kalau kata orang pintar yang dinamakan uang jasa, ini sudah lumrah di sini)*

Bagi juragan darat yang berhutang mungkin wajar kalau harus membayar semacam "bunga" atau uang jasa tersebut kepada pengambe' atas penggunaan modal milik pengambe', tetapi bagi juragan laut, dan para pandhega, maka hal ini tidak ada hubungannya. Karena juragan laut dan pandhega tidak ikut berhutang, tetapi hasilnya ikut dipotong, seperti yang diungkapkan oleh nelayan-5 sebagai berikut : "sing utang niku lak juragan-ne, ning nopo kulo koq tumut dipotong, niku lak mboten adil namine" (yang hutang itu kan juragannya, tetapi mengapa saya ikut dipotong, itu kan tidak adil namanya). Dengan sistem ini, nelayan buruh yang sama sekali tidak terlibat hutang, ikut menanggung hutang, dan ini sepanjang masa, sepanjang juragan masih punya hutang kepada pengambe'.

4. Sistem Bagi hasil yang tidak sebanding, hal ini seperti diketahui pada bab IV sebelumnya, bahwa sistem bagi hasil rata-rata dilaksanakan dengan sistem separo hasil untuk pemilik perahu dengan segala peralatannya, seperempat hasil untuk juru mudi/nahkoda dan seperempat hasil lainnya untuk para pandhega/ABK. Kondisi ini memberikan kontribusi yang besar terhadap ketimpangan penghasilan. Namun demikian, pandhega/nelayan buruh ini tidak memiliki kekuatan untuk melawan juragan, walaupun ada perlawanan sifatnya hanya sembunyi-sembunyi dengan cara mencuri sedikit hasil tangkapan.
5. Sistem bagi hasil yang tidak transparan. Sistem bagi hasil yang sudah tidak seimbang seperti tersebut dalam point 4, masih ditambah lagi dengan ketidak transparanan juragan dalam menghitung hasil tangkapan. Seperti diketahui, bahwa terhadap hasil tangkapan tersebut berapa kuantitasnya dalam kg, nelayan tidak tahu, yang ia tahu bahwa hasil yang diperoleh tersebut dalam hitungan "gendung". Sementara hasil dijual dengan takaran kg atau kwintal. Nelayan hanya dapat menduga bahwa dalam satu gendung terdapat 15 potong, dan dalam setiap potong kira-kira 4-5 kg. Nelayan hanya dapat menduga bahwa dalam satu gendung hanya berisi ikan seberat 60 – 70 kg saja. Padahal, dalam pengamatan peneliti, dalam satu gendung setelah

ditimbang dengan benar, berat ikan mencapai rata-rata 90 kg per gendung, dan ini jumlah yang dibayar pedagang.

6. Pola hidup boros dan tidak terencana. Nelayan, apabila pada musim panen ikan cenderung bersifat boros dan menghambur-hamburkan uang, untuk keperluan yang tidak baik, seperti berjudi, minum-minuman keras, ke pelacuran, dan berfoya-foya. Hal ini seperti diungkapkan tokoh masyarakat-3, sebagai berikut :

*"nanti sampean pada malam minggu, datang saja ke lapangan, nanti sampean akan menyaksikan pesta minum-minuman keras yang luar biasa, dan bahkan ada yang pesta pil koplo, itu semua dilakukan oleh nelayan-nelayan muda, mereka hura-hura. Meskipun muda mereka sebenarnya juga sudah berkeluarga"*

Dan benar saja, peneliti melakukan pengamatan di lapangan pada beberapa malam minggu saat musim ikan, hasilnya didapati banyak anak-anak muda bergerombol sambil minum-minuman keras, dalam bentuk berkelompok. Terkait dengan judi, ternyata judi dilakukan dengan sangat tertutup dan sembunyi-sembunyi. Sementara judi yang lebih terbuka adalah dalam bentuk judi togel, tetapi anehnya judi togel justru marak pada saat musim paceklik, karena judi jenis ini nilainya sangat kecil. Lokalisasinya juga akan ramai pada saat musim ikan, meskipun status lokasi tersebut sebenarnya sudah ditutup. Namun secara *illegal* tetap buka, dan ini diketahui oleh aparat desa.

Kemiskinan yang merupakan indikator ketertinggalan masyarakat pesisir ini disebabkan paling tidak oleh tiga hal utama, yaitu (1) kemiskinan struktural, (2) kemiskinan super-struktural, dan (3) kemiskinan kultural (Nikijuluw. 2001). Lebih lanjut Victor P.H. Nikijuluw menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan kemiskinan struktural adalah kemiskinan yang disebabkan karena pengaruh faktor atau variabel eksternal di luar individu. Adapun yang dimaksud dengan variabel-variabel tersebut adalah struktur sosial ekonomi masyarakat, ketersediaan insentif atau disinsentif pembangunan, ketersediaan fasilitas pembangunan, ketersediaan teknologi, dan ketersediaan sumberdaya pembangunan khususnya sumberdaya alam. Hubungan antara variabel-variabel ini dengan kemiskinan umumnya bersifat terbalik. Artinya semakin tinggi intensitas, volume dan kualitas variabel-variabel ini maka kemiskinan semakin berkurang. Khusus untuk variabel struktur sosial ekonomi, hubungannya dengan kemiskinan lebih sulit



ditentukan. Keadaan sosial ekonomi masyarakat yang terjadi di sekitar atau di lingkup nelayan menentukan kemiskinan dan kesejahteraan mereka.

Sementara yang dimaksud dengan kemiskinan super-struktural Victor P.H. Nikijuluw menjelaskan bahwa kemiskinan super struktural adalah kemiskinan yang disebabkan karena variabel-variabel kebijakan makro yang tidak begitu kuat berpihak pada pembangunan nelayan. Variabel-variabel superstruktur tersebut diantaranya adanya kebijakan fiskal, kebijakan moneter, ketersediaan hukum dan perundang-undangan, kebijakan pemerintahan yang diimplementasikan dalam proyek dan program pembangunan. Kemiskinan super-struktural ini sangat sulit diatasi bila saja tidak disertai keinginan dan kemauan secara tulus dari pemerintah untuk mengatasinya. Kesulitan tersebut juga disebabkan karena kompetisi antar sektor, antar daerah, serta antar institusi yang membuat sehingga adanya ketimpangan dan kesenjangan pembangunan. Kemiskinan super-struktural ini hanya bisa diatasi apabila pemerintah, baik tingkat pusat maupun daerah, memiliki komitmen khusus dalam bentuk tindakan-tindakan yang bias bagi kepentingan masyarakat miskin. Dengan kata lain *affirmative actions*, perlu dilaksanakan oleh pemerintah pusat maupun daerah.

Adapun yang dimaksud dengan kemiskinan kultural, dijelaskan Victor P.H. Nikijuluw adalah sebagai kemiskinan yang disebabkan karena variabel-variabel yang melekat, inheren, dan menjadi gaya hidup tertentu. Akibatnya sulit untuk individu bersangkutan keluar dari kemiskinan itu karena tidak disadari atau tidak diketahui oleh individu yang bersangkutan. Variabel-variabel penyebab kemiskinan kultural adalah tingkat pendidikan, pengetahuan, adat, budaya, kepercayaan, kesetiaan pada pandangan-pandangan tertentu, serta ketaatan pada panutan. Kemiskinan secara struktural ini sulit untuk diatasi. Umumnya pengaruh panutan (*patron*) baik yang bersifat formal, informal, maupun asli (*indigenous*) sangat menentukan keberhasilan upaya-upaya pengentasan kemiskinan kultural ini. Penelitian di beberapa negara Asia yang masyarakatnya terdiri dari beberapa golongan agama menunjukkan juga bahwa agama serta nilai-nilai kepercayaan masyarakat memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap status sosial ekonomi masyarakat dan keluarga (Nikijuluw. 2001)

Sementara Kusnadi (2003) membedakan faktor penyebab kemiskinan nelayan dalam dua kelompok. *Pertama*, sebab-sebab kemiskinan nelayan yang

bersifat internal, mencakup: (1) keterbatasan kualitas sumber daya manusia nelayan; (2) keterbatasan kemampuan modal usaha dan teknologi penangkapan; (3) hubungan kerja dalam organisasi penangkapan yang seringkali kurang menguntungkan buruh; (4) kesulitan melakukan diversifikasi usaha penangkapan; (5) ketergantungan yang tinggi terhadap okupasi melaut; dan (6) gaya hidup yang dipandang boros, sehingga kurang berorientasi ke masa depan. *Kedua*, sebab-sebab kemiskinan yang bersifat eksternal, mencakup: (1) kebijakan pembangunan perikanan yang lebih berorientasi pada produktivitas untuk menunjang pertumbuhan ekonomi nasional dan parsial; (2) sistem pemasaran hasil perikanan yang lebih menguntungkan pedagang perantara; (3) kerusakan ekosistem pesisir dan laut karena pencemaran dari wilayah darat, praktek penangkapan ikan dengan bahan kimia, perusakan terumbu karang, dan konversi hutan bakau di kawasan pesisir; (4) penggunaan peralatan tangkap ikan yang tidak ramah lingkungan; (5) penegakan hukum yang lemah terhadap perusak lingkungan; (6) terbatasnya teknologi pengolahan pasca panen; (7) terbatasnya peluang kerja di sektor non-perikanan yang tersedia di desa nelayan; (8) kondisi alam dan fluktuasi musim yang tidak memungkinkan nelayan melaut sepanjang tahun; dan (9) isolasi geografis desa nelayan yang mengganggu mobilitas barang, jasa, modal dan manusia (Sudarso. 2007)

Lebih jauh diungkapkan Sudarso, bahwa kemiskinan nelayan terkait dengan dua hal, yaitu faktor alamiah dan non alamiah. Faktor alamiah, yakni yang berkaitan dengan fluktuasi musim-musim penangkapan dan struktur alamiah sumber daya ekonomi desa. Faktor non alamiah, yakni berhubungan dengan keterbatasan daya jangkau teknologi penangkapan, ketimpangan dalam sistem bagi hasil dan tidak adanya jaminan sosial tenaga kerja yang pasti, lemahnya penguasaan jaringan pemasaran dan belum berfungsinya koperasi nelayan yang ada, serta dampak negatif kebijakan modernisasi perikanan yang telah berlangsung sejak seperempat abad terakhir ini (Sudarso. 2007)

Kemiskinan nelayan juga terjadi di Malaysia, dan menurut Nik Hashim terdapat enam faktor yang menyebabkan mengapa nelayan di Malaysia mengalami kemiskinan. Keenam faktor tersebut seperti yang dinyatakan oleh Mohammad Raduan, Mohammad Sharir & Zarina Aziz sebagai berikut :

“Enam faktor yang diyakini sebagai punca kemiskinan nelayan : (i) Kekurangan modal untuk



membeli bot-bot dan peralatan modern, (ii) daya pengeluaran nelayan yang rendah, (iii) tingkat atau kadar pelaburan semula nelayan yang rendah, (iv) sistem perkongsian yang diamalkan dalam operasi penangkapan, (v) sistem harga yang merugikan nelayan dan (vi) corak penangkapan ikan yang bermusim. (Raduan, dkk. 2007)

Nelayan, sebagai kaum miskin kronis adalah mereka yang mengalami kekurangan kemampuan secara signifikan untuk jangka waktu lima tahun atau lebih dan dapat dibedakan dari orang miskin sementara yang cenderung mampu bergerak keluar-masuk dari kemiskinan (Hickey dan Bracking. 2005). Kemiskinan kronis terjadi ketika individu secara keuangan miskin, terhambat, kurang gizi dan atau putus sekolah di usia sekolah (Baulch dan Masset. 2003). Karakteristik yang paling sering dikaitkan dengan kemiskinan kronis adalah beberapa situasi yang tidak menguntungkan, yang berhubungan dengan satu atau lebih dari hal-hal berikut: modal manusia, komposisi demografis, lokasi, aset fisik, dan jenis pekerjaan, dan beberapa lainnya (Mckay dan Lawson. 2003). Karakteristik umum dari banyak orang miskin kronis di India adalah bahwa mereka mengalami beberapa bentuk yang merugikan, misalnya, janda kasta rendah dengan kondisi sakit-sakitan dan tinggal di daerah pedesaan yang terpencil (Mehta dan Shah. 2003). Ukuran baru dari kemiskinan kronis berfokus pada kerentanan rumah tangga miskin terhadap beberapa guncangan yang terjadi saja, meskipun konsumsi rata-rata mereka sudah terletak agak jauh di atas garis kemiskinan (Mc Culloch dan Calandrino. 2004) Sebagian besar dari individu yang menderita miskin kronis memiliki akses ke jaringan sosial yang minimal dan dan bahkan beberapa kehilangan unsur-unsur dasar dari jaminan sosial, sehingga dan menjadi lebih miskin.

#### IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil kajian, maka dapat disimpulkan sumber kemiskinan nelayan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Faktor alam, yaitu faktor musim yang tidak pasti dan adanya ketidakpastian perolehan ikan oleh nelayan, sehingga menimbulkan tidak adanya kepastian penghasilan nelayan;
2. Sistem pasar hasil tangkapan yang monopsoni, dimana nelayan tidak dapat menjual hasil tangkapannya ke pasar atau pembeli secara

terbuka atau bebas. Nelayan buruh tidak ikut menjual hasil, keputusan menjual diserahkan pada juragan, dan juragan juga tidak mampu menjual kepada pembeli secara langsung, namun dengan terpaksa harus menjual kepada pengambe’;

3. Sistem Hutang yang membebani nelayan sepanjang masa. Hutang yang dilakukan oleh juragan darat kepada pengambe’ akan menjadi beban bagi juragan darat dan anak buahnya, dalam hal ini juragan laut/nahkoda/juru mudi dan para pandhega lainnya;
4. Sistem Bagi hasil yang tidak sebanding, bahwa sistem bagi hasil rata-rata dilaksanakan dengan sistem separo hasil untuk pemilik perahu dengan segala peralatannya, seperempat hasil untuk juru mudi/nahkoda dan seperempat hasil lainnya untuk para pandhega/ABK;
5. Sistem bagi hasil yang tidak transparan, dari juragan dalam menghitung hasil tangkapan;
6. Pola hidup boros dan tidak terencana. Nelayan, apabila pada musim panen ikan cenderung bersifat boros dan menghambur-hamburkan uang, untuk keperluan yang tidak baik, seperti berjudi, minum-minuman keras, ke pelacuran, dan berfoya-foya.

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Pemberdayaan bidang pendidikan masyarakat, yaitu melalui penataan dan penguatan kelembagaan sosial masyarakat nelayan;
2. Perbaikan akses pasar, melalui optimalisasi TPI;
3. Revitalisasi lembaga keuangan mikro;
4. Penguatan sumberdaya manusia nelayan dan generasi muda nelayan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, Ayu Dian. 2009. *Profil Kemiskinan dan Faktor-faktor Determinan Kemiskinan Kabupaten Bogor (Studi Kasus Desa Jogjogan, Cisarua, Bogior)*, Thesis-MPKP, Fakultas Ekonomi UI, Jakarta Mehta dan Shah. 2003
- Barrett, Christopher B. and Swallow, Brent M. 2006. *Fractal Poverty Traps*. World Development Vol. 34, No. 1, pp. 1–15, 2006

- Baulch, Bob And Masset, Edoardo. 2003. *Do Monetary And Nonmonetary Indicators Tell The Same Story About Chronic Poverty? A Study Of Vietnam In The 1990s*. World Development Vol. 31, No. 3, Pp. 441–453, 2003
- Baulch, Bob And Masset, Edoardo. 2003. *Do Monetary And Nonmonetary Indicators Tell The Same Story About Chronic Poverty? A Study Of Vietnam In The 1990s*. World Development Vol. 31, No. 3, Pp. 441–453, 2003
- Bigsten, Arne., Kebede, Bereket., Shimeles, Abebe And Tadesse, Mekonnen. 2003. *Growth and Poverty Reduction in Ethiopia: Evidence from Household Panel Surveys*. World Development Vol. 31, No. 1, pp. 87–106, 2003
- Bird, Kate And Shepherd, Andrew. 2003. *Livelihoods and Chronic Poverty in Semi-Arid Zimbabwe*. World Development Vol. 31, No. 3, pp. 591–610, 2003 Parker dan Kozel. 2007
- Green, Maia and Hulme, David. 2005. *From Correlates and Characteristics to Causes: Thinking About Poverty from a Chronic Poverty Perspective*. World Development Vol. 33, No. 6, pp. 867–879, 2005
- Hadiyanti, Pudji. 2006. Kemiskinan & Upaya Pemberdayaan Masyarakat. Komunitas, Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam Volume 2, Nomor 1: 33-46
- Hickey, Sam. 2005. *The Politics of Staying Poor: Exploring the Political Space for Poverty Reduction in Uganda*. World Development Vol. 33, No. 6, pp. 995–1009, 2005
- Kusnadi. 2003. *Konflik Sosial Nelayan, Kemiskinan dan Perebutan Sumberdaya Perikanan*. LkiS. Yogyakarta.
- Matin, Imran And Hulme, David. 2003. *Programs for the Poorest: Learning from the IGVGD Program in Bangladesh*. World Development Vol. 31, No. 3, pp. 647–665, 2003
- Mc Culloch, Neil And Calandrino, Michele. 2004. *Vulnerability and Chronic Poverty in Rural Sichuan*. World Development Vol. 31, No. 3, pp. 611–628, 2003
- Mckay, Andrew And Lawson, David. 2003. Assessing The Extent And Nature Of Chronic Poverty In Low Income Countries: Issues And Evidence. *World Development* Vol. 31, No. 3: 425–439
- Meiriana, Bhekti. 2008. Konflik Rumpon Nelayan Puger: Studi Tentang Tindakan Kolektif Nelayan Non Rumpon Di Komunitas Nelayan Puger, Kabupaten Jember. Tesis. Universitas Indonesia. Depok. Tidak Dipublikasikan.
- Nikijuluw, Victor P.H.. 2001. Populasi dan Sosial Ekonomi Masyarakat Pesisir serta Strategi Pemberdayaan Mereka Dalam Konteks Pengelolaan Sumberdaya Pesisir Secara Terpadu. Makalah pada Pelatihan Pengelolaan Pesisir Terpadu. Proyek Pesisir, Pusat Kajian Sumberdaya Pesisir dan Lautan, Institut Pertanian Bogor (IPB). Hotel Permata, Bogor, 29 Oktober 2001 Kusnadi. 2003 Pakpahan, Helena Thatcher., Lumintang, Richard W. E., dan Susanto, Djoko. 2006. Hubungan Motivasi Kerja Dengan Perilaku Nelayan Pada Usaha Perikanan Tangkap. *Jurnal Penyuluhan* Maret 2006, Vol. 2, No. 1 : 26-34
- Parker, Barbara And Kozel, Valerie. 2007. *Understanding Poverty and Vulnerability in India's Uttar Pradesh and Bihar: A Q-squared Approach*. World Development Vol. 35, No. 2, pp. 296–311, 2007
- Pattinama, Marcus J.. 2009. Pengentasan Kemiskinan Dengan Kearifan Lokal : Studi Kasus Di Pulau Buru-Maluku Dan Surade-Jawa Barat. *Makara, Sosial Humaniora*, Vol. 13, No. 1: 1-12
- Raduan, Mohammad., Sharir, Mohammad & Azis, Zarina. 2007. Masalah Nelayan Tradisional Di Semenanjung Malaysia: Penyelesaian Tanpa Kesudahan Jati, Vol. 12: 11-23
- Rigg, Jonathan. 2006. *Land, Farming, Livelihoods, and Poverty: Rethinking the Links in the Rural South*. World Development Vol. 34, No. 1, pp. 180–202, 2006
- Sudarso. 2007. Tekanan Kemiskinan Struktural Nelayan Tradisional di perkotaan.. Masyarakat, Kebudayaan dan Politik. Th XX. No. 2:13-28
- Swinton, Scott M., Escobar, German And Reardon, Thomas. 2003. *Poverty and Environment in Latin America: Concepts, Evidence and Policy Implications*. World Development Vol. 31, No. 11, pp. 1865–1872, 2003
- Thawil, Nabil Subhi A. 1985. *Kemiskinan dan Keterbelakangan di Negara-negara Muslim*. M Bagir (penerjemah), Mizan, Bandung
- Therik, Wilson M.A., 2008. Nelayan Dalam Bayang Juragan : Potret Kehidupan Nelayan Tradisional Bajo Di Tanjung Pasir Pulau Rote Nusa Tenggara Timur. IITS Publications.
- Tulung, Fredy. 2008. Kondisi Masyarakat Miskin Indonesia. *Jurnal Dialog Kebijakan Publik* Edisi 3/November/tahun II

# TARIF JASA ANGKUTAN KOTA BERDASARKAN ABILITY TO PAY DAN WILLINGNESS TO PAY PENGGUNA DI KOTA TARAKAN

Sulistya Rini Pratiwi\*

Universitas Borneo Tarakan, Indonesia

**Abstraksi:** Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis nilai kemampuan membayar (*Ability To Pay/ ATP*) dan kesediaan membayar (*Willingness To Pay/WTP*) masyarakat dalam hal ini pengguna untuk membayar jasa layanan angkutan umum, dengan menggunakan *contingent valuation method*. Dan mengidentifikasi *variable* yang berpengaruh terhadap *ATP*, *WTP* dan *Pendapatan penyedia angkutan umum*, menggunakan *ordinary least square method*. Hasil menunjukkan *WTP* atau tingkat kemauan membayar rata-rata tertinggi adalah responden yang mempunyai jenis pekerjaan *PNS/TNI/POLRI*, yaitu Rp.6.834,-. Selain itu juga memiliki *wtp* rata-rata yang lebih tinggi (Rp.6.834,-) daripada *wtp* total (Rp. 5.540,39). Sedangkan nilai *wtp* terendah ada pada responden yang memiliki jenis pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa, yaitu Rp.4.250,-. Sedangkan *ATP* atau tingkat kemampuan membayar rata-rata tertinggi adalah responden yang telah pensiun, yaitu Rp.5.834,-. Dan yang paling rendah adalah Rp.2.262,- ada pada responden yang memiliki jenis pekerjaan sebagai wiraswasta. *Pendapatan (INC)* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *WTP*, sedangkan *Biaya Transportasi (COST)* untuk angkutan umum berpengaruh negative signifikan terhadap *WTP*. Untuk model *ATP*, *Pendapatan* dan *Biaya Transportasi* berpengaruh positif tidak signifikan. Banyaknya penumpang dan jumlah jam kerja pengemudi berpengaruh positif terhadap tingkat pendapatan pengemudi. Namun hanya jumlah jam kerja yang signifikan, sedangkan jumlah penumpang tidak signifikan.

**Kata Kunci:** *ATP, WTP, Jasa Angkutan Kota, Transportasi Darat, Pelayanan Publik.*

## PENDAHULUAN

Transportasi merupakan suatu proses perpindahan suatu barang atau orang (penumpang) dari suatu tempat ke tempat lain. Dengan berpindahnya manusia dari satu tempat ke tempat lain melalui pengangkutan maka produktifitasnya akan bertambah tinggi. Karena memperoleh nilai tambah, maka pemilik barang maupun manusia (penumpang) bersedia memberikan balas jasa. Balas jasa sering disebut ongkos (tarif).

Keputusan Pemerintah untuk menaikkan harga bahan bakar minyak (BBM) secara langsung (tahap pertama) menambah beban biaya operasi kendaraan angkutan kota. Pada tahap kedua, biaya ini akan meningkat lagi dengan terjadinya peningkatan harga komponen dan suku cadang kendaraan bermotor. Di sisi lain, tarif angkutan kota masih ditetapkan oleh

Pemerintah dan diupayakan untuk tidak naik dalam rangka memberikan pelayanan transportasi yang murah kepada masyarakat luas.

Dampak kenaikan minyak dunia yang mengakibatkan pemerintah mengurangi subsidi untuk minyak dalam negeri sehingga harus dinaikannya harga bahan bakar minyak (BBM). Akibatnya secara langsung berdampak terhadap dinaikkan tarif angkutan kota.

Dalam membuat kebijaksanaan tentang tarif ini pemerintah selalu memperhatikan kepentingan kedua belah pihak yang berkaitan dengan angkutan kota ini, pihak pertama yaitu para pengusaha sebagai pemilik dan pemegang kuasa terhadap kendaraan dan para supir sebagai pemberi jasa yang akan menerima pembayaran sesuai dengan tarif yang berlaku dan pihak kedua adalah masyarakat sebagai pengguna jasa

\* Sulistya Rini Pratiwi, Faculty Of Economics, Borneo Tarakan University, Indonesia, Bhayangkara Street No. 1 Tarakan North Kalimantan, +6281328528628

yang akan membayar ongkos. Jika salah satu pihak merasa dirugikan, maka proses pelaksanaan kegiatan transportasi akan terganggu. Hal ini terlihat adanya aksi mogok dari para supir angkutan kota akibat penetapan tarif yang tidak sesuai atau merugikan para supir.

Sebagaimana di kota-kota lainnya, Kota Tarakan juga memiliki sistem trayek angkutan. Trayek angkutan adalah lintasan kendaraan kota atau rute untuk pelayanan jasa angkutan orang dengan mobil yang mempunyai asal dan tujuan perjalanan tetap, lintasan tetap dan jadwal tetap maupun tidak berjadwal.

Disisi lain, transportasi kota mempunyai permasalahan yang lain. Rendahnya tingkat pelayanan yang diberikan oleh penyelenggara angkutan kota, maka pengguna jasa yang mempunyai pilihan, berpindah ke kendaraan pribadi. Sehingga ketersediaan lebih besar dibandingkan dengan permintaan, menyebabkan pendapatan dari sektor jasa ini menurun dan tidak sebanding dengan biaya operasional kendaraan (BOK), yang berdampak pada makin turunnya tingkat pelayanan angkutan kota jalan. Pada akhirnya secara makro menyebabkan biaya ekonomi tinggi akibat kemacetan, kecelakaan hingga kesehatan/ lingkungan. Dalam pengembangan angkutan kota perlu diketahui besaran tingkat kemampuan membayar (*ability to pay* (ATP)) dan kemauan membayar (*willingness to pay* (WTP)). Dengan diketahuinya besaran tingkat kemampuan membayar ATP/WTP dapat digunakan untuk menetapkan besaran tarif layanan angkutan kota di Kota Tarakan. Mendasari hal tersebut maka perlu dilakukan kegiatan Studi ATP/WTP Masyarakat Pengguna Angkutan Kota dan Pendapatan Supir Angkutan Kota di Kota Tarakan. Hasil kajian dapat menjadi pertimbangan dalam pengembangan dan perencanaan transportasi wilayah di Kota Tarakan khususnya dalam menetapkan tarif angkutan kota.

## STUDI LITERATUR

Menurut Raharjo (2010) adalah kegiatan pemindahan barang dan manusia dari tempat asal ke tempat tujuan, transportasi untuk memudahkan manusia dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Sedangkan Angkutan Kota sendiri mempunyai arti, yaitu pemindahan orang atau barang dari satu tempat ke tempat lain dengan menggunakan kendaraan yang disediakan untuk dipergunakan oleh kota dengan dipungut bayaran (Dishubdarat, 2012). Dampak negatif yang mungkin dapat terjadi dengan adanya transportasi yaitu,

(Kamaludin, 2003);

- a. Bahaya atas kehancuran umat manusia
- b. Hilangnya sifat-sifat individual dan kelompok masyarakat
- c. Frekuensi dan intensitas kecelakaan yang relatif lebih tinggi
- d. Makin meningkatnya urbanisasi, kepadatan dan konsentrasi penduduk.
- e. Hilang atau tersingkirnya industri kerajinan rumah tangga.

Dalam hal ini hubungan transportasi khususnya transportasi jalan raya, menjalankan fungsinya sebagai unsur penting yang melayani kegiatan-kegiatan yang sudah atau sedang

berjalan atau *the servicing function* dan sebagai unsur penggerak penting dalam proses pembangunan atau *the promoting function* (Kamaluddin, 2003).

Transportasi dapat diklasifikasikan menurut macam, atau jenisnya (*mode of transportasion*) yang lebih lanjut dapat ditinjau dari segi barang yang diangkut, dari daerah geografis transportasi ini berlangsung dan dari sudut teknis serta alat angkutnya, (Kamaluddin 2003);

1. Dari segi barang yang diangkut

Dari segi barang yang diangkut, transportasi dapat diklasifikasikan atas :

- a) Angkutan Penumpang (*passenger*)
- a) Angkutan Barang (*goods*)
- b) Angkutan Pos (*mail*).

2. Dari Sudut Geografis

Jika dilihat dari sudut geografis, Transportasi dapat dibagi sebagai berikut :

- a. Antar pulau, misal dari Sumatra ke Jawa
- b. Angkutan antar kota : dari Padang ke Bukit Tinggi
- c. Angkutan antar daerah : dari Sumatra ke Riau.

3. Dari sudut teknis dan alat pengangkutannya jalan raya atau *higway Transportasion* (*Road Transportasion*) seperti pengangkutan dengan menggunakan truk, bis dan sedan.

- a. Pengangkutan Rel (*Rall Transportasion*) yaitu angkutan kereta api, trem dan sebagainya. Pengangkutan jalan raya dan pengangkutan rel kadang-kadang keduanya digabung dalam golongan yang disebut *Rail and Road Transportasion* atau *land*



*Transportasion* (transportasi darat).

- b. Pengangkutan Udara (*transportation by air transportation*) yaitu angkutan dengan menggunakan kapal terbang.

Adapun golongan pemakai jasa angkutan terbesar dalam masyarakat terdiri dari :

1. Perusahaan Industri, Perusahaan Perdagangan, dan lain sebagainya.
2. Pemakaian Jasa angkutan dalam masyarakat Kota
3. Pemakaian jasa dari pihak pemerintah (*Government demand*).

Dalam rangka pemanfaatan jasa-jasa angkutan agar diusahakan secara efisiensi dan memberikan pelayanan yang dioptimalkan kepada masyarakat pengguna jasa transportasi. Menurut Nasution (2008) bahwa transportasi sebagai kegiatan pemindahan barang dan manusia dari tempat asal ke tempat tujuan, dalam proses ini terdapat unsur-unsur berikut (1) adanya muatan yang diangkut, (2) terdapatnya kendaraan sebagai sarana angkutannya, (3) adanya jalan yang dapat dilaluinya dan (4) tersedianya terminal asal dan terminal tujuan, serta (5) sumber daya manusia dan organisasi atau manajemen yang menggerakkan kegiatan transportasi tersebut.

Fungsi transportasi adalah untuk mengangkut penumpang dan barang dari suatu tempat ke tempat lain. Kebutuhan akan angkutan penumpang tergantung fungsi bagi kegunaan seseorang (*personal place utility*). Seseorang dapat mengadakan perjalanan untuk kebutuhan pribadi atau untuk keperluan usaha. (Salim, 2004).

Transportasi merupakan kegiatan jasa pelayanan (*service activities*). Jasa transportasi diperlukan untuk membantu kegiatan sektor-sektor lain (sektor pertanian, sektor perindustrian, sektor pertambangan, sektor perdagangan, sektor konstruksi, sektor keuangan, sektor pemerintahan, transmigrasi, pertahanan-keamanan dan lainnya) untuk mengangkut barang dan manusia dalam kegiatan pada masing-masing sektor tersebut. Oleh karena itu jasa transportasi dikatakan *derived demand* atau permintaan yang diderivasi atau turunan, artinya permintaan jasa transportasi bertambah karena diperlukan untuk melayani berbagai kegiatan ekonomi dan pembangunan yang meningkat. Bertambahnya permintaan jasa transportasi adalah berasal dari bertambahnya kegiatan sektor-sektor lain. Sesuai sifatnya sebagai *derived*

*demand* maka perencanaan sektor transportasi selalu mengandung ketidakpastian Menurut Siregar, (dalam Adisasmita, 2010).

Tarif angkutan merupakan biaya yang harus dibayar oleh pengguna jasa angkutan atas fasilitas yang diterima sesuai dengan harga yang dikeluarkan oleh operator yang menyediakan jasa angkutan tersebut. Menurut undang-undang Lalu Lintas dan angkutan Jalan penetapan tarif angkutan kota harus melibatkan tiga pihak, yaitu:

1. Pengelola jasa angkutan kota sebagai pihak yang mengharapkan tarif dapat seimbang dengan jasa pelayanan yang diberikan.
2. Pengguna jasa angkutan kota sebagai pihak yang mengeluarkan biaya setiap kali menggunakan angkutan kota, dengan harapan memperoleh layanan yang baik dan nyaman.
3. Pemerintah sebagai pihak yang menentukan tarif resmi dan sebagai regulator yang menyeimbangkan kepentingan masyarakat pengguna dengan pengelola, tanpa mengesampingkan pendapatan asli daerah dari sektor transportasi.

Menurut Adisasmita (2010), dasar yang digunakan untuk menentukan tarif jasa angkutan untuk transportasi didasarkan salah satu dari dua cara berikut ini:

1. Sistem pembentukan tarif atas dasar nilai jasa transportasi (*value of service pricing*) dengan sistem ini tarif didasarkan atas nilai yang dapat cenderung menentukan tarif yang tertinggi) dan yang kedua mengikuti dasar *cost of service pricing* (yang cenderung menentukan tarif pada tingkat yang terendah).
2. Selain dari pada itu terdapat penentuan tarif *charging what the traffic will bear* (di mana tarif yang ditentukan akan berada di antara kedua titik yang terendah dan tertinggi tersebut). Untuk itu dasar tarif ini berusaha dapat menutupi seluruh biaya variabel sebanyak mungkin dan bagian dari biaya tetap (*fixed cost*).

Dalam perumusan tarif angkutan kota perkotaan disamping memperhatikan biaya operasi kendaraan juga harus memperhatikan daya beli atau kemampuan membayar dari pengguna jasa tersebut, dimana kemampuan tersebut merupakan kemauan berdasarkan persepsi pengguna (*willingness to pay*). Menurut Fauzi (2004), nilai ekonomi didefinisikan sebagai pengukuran jumlah maksimum seseorang ingin



mengorbankan barang dan jasa untuk memperoleh barang dan jasa lainnya ini biasa disebut keinginan membayar (*willingness to pay*) seseorang terhadap barang dan jasa yang telah digunakannya.

*Willingness To Pay (WTP)* adalah kesediaan pengguna untuk mengeluarkan imbalan atas jasa yang diperolehnya. Pendekatan yang dilakukan dalam analisis WTP didasarkan pada persepsi pengguna tarif dari jasa pelayanan angkutan kota tersebut. Dalam permasalahan transportasi WTP dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah (Fauzi, 2004):

1. Produk yang ditawarkan/disediakan oleh operator jasa pelayanan transportasi; Kualitas dan kuantitas pelayanan yang disediakan;
2. Utilitas pengguna terhadap angkutan kota tersebut;
3. Perilaku pengguna;

Barang publik menurut Mangkoesobroto (2001), tidak semua barang dan jasa yang ada dapat disediakan oleh sektor swasta. Barang dan jasa yang tidak dapat disediakan oleh sistem pasar ini disebut barang publik, yaitu barang yang tidak dapat disediakan melalui transaksi antara penjual dan pembeli. Barang swasta adalah barang yang dapat disediakan melalui sistem pasar, yaitu melalui transaksi antara penjual dan pembeli. Adanya barang yang tidak dapat disediakan melalui sistem pasar ini disebabkan karena adanya kegagalan sistem pasar (*market failure*). Sistem pasar tidak dapat menyediakan barang/jasa tertentu oleh karena manfaat dari adanya barang/jasa tersebut tidak hanya dirasakan secara pribadi akan

tetapi dirasakan oleh orang banyak. Contoh dari barang/jasa yang tidak dapat disediakan melalui sistem pasar, misalnya saja jalan, pembersihan udara, listrik dari PLN, kehakiman, pekerjaan kota, dll.

#### METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kota Tarakan, dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Sampel yang digunakan didapatkan menggunakan kuesioner. Sampel dalam penelitian ini menggunakan beberapa kriteria yaitu: a). pengguna angkutan kota, b). pengemudi angkutan kota. Sampel yang digunakan sebanyak 149 orang, 100 pengguna dan 49 pengemudi. Dengan menggunakan *contingent valuation method*.

#### HASIL DAN PEMBAHASAN

##### *Analisis Tarif Berdasarkan Willingness To Pay/WTP Dan Ability To Pay/ATP*

*Willingness to pay/ WTP* digunakan untuk mengetahui tingkat kemauan membayar jasa angkutan kota oleh responden dalam hal ini adalah pengguna angkutan kota.

WTP atau tingkat kemauan membayar rata-rata tertinggi adalah responden yang mempunyai jenis pekerjaan PNS/TNI/POLRI, yaitu Rp.6.834,-. Selain itu juga memiliki wtp rata-rata yang lebih tinggi (Rp.6.834,-) daripada wtp total (Rp. 5.540,39). Sedangkan nilai wtp terendah ada pada responden yang memiliki jenis pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa, yaitu Rp.4.250,-.

**Table 1. Tabulasi Jumlah Responden Berdasarkan WTP Dan Pekerjaan**

Pekerjaan	Willingness To Pay (Rp)				WTP Rata-rata	WTP TOTAL RATA-RATA
	3.000	5.000	6.000	7.000		
Pelajar/ mahasiswa	3	5	-	-	8	Rp.4.250,-
Ibu Rumah Tangga	-	13	10	0	23	Rp.5.435,-
Wiraswasta	2	26	20	6	54	Rp.5.519,-
P N S / T N I / POLRI	-	-	1	5	6	Rp.6.834,-
Pegawai swasta	-	-	2	4	6	Rp.6.667,-
Pensiunan	-	2	1	-	3	Rp.5.334,-
TOTAL	5	46	34	15	100	

**Table 2. Tabulasi Jumlah Responden Berdasarkan ATP Dan Pekerjaan**

Pekerjaan	Proporsi Biaya Angkutan Kota (Rp)				Frekuensi			ATP	
	15.000	22.500	Rata-rata	3 kali	5 kali	8 kali	15 kali	Rata-rata	
Pelajar/ mahasiswa	8	-	Rp.15.000,-	8	-	-	-	3	Rp.5.000,-
Ibu Rumah Tangga	20	3	Rp.15.979,-	17	6	-	-	4	Rp.3.995,-
Wiraswasta	48	6	Rp.15.834,-	9	28	8	9	7	Rp.2.262,-
PNS/TNI/POLRI	6	-	Rp.15.000,-	6	-	-	-	3	Rp.5.000,-
Pegawai swasta	5	1	Rp.16.250,-	3	1	1	1	7	Rp.2.322,-
Pensiunan	2	1	Rp.17.500,-	3	-	-	-	3	Rp.5.834,-

ATP atau tingkat kemampuan membayar rata-rata tertinggi adalah responden yang telah pensiun, yaitu Rp.5.834,-. Dan yang paling rendah adalah Rp.2.262,- ada pada responden yang memiliki jenis pekerjaan sebagai wiraswasta.

#### Hasil Analisis Regresi Willingness To Pay/ WTP dan Ability To Pay/ATP

Hasil analisis regresi linier berganda (*ordinary least square/OLS*) terhadap kemauan membayar (*willingness to pay/ WTP*) dan kemampuan membayar (*ability to pay/ATP*) jasa angkutan kota masyarakat dan variabel yang mempengaruhinya (pendapatan dan biaya transportasi untuk angkutan kota) ditunjukkan oleh persamaan regresi berganda (persamaan 3 untuk WTP, dan persamaan 4 untuk ATP) sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{WTP} &= \beta_0 + \beta_1 \text{INC} + \beta_2 \text{COST} + \varepsilon \dots\dots\dots 1 (1) \\ \text{ATP} &= \beta_0 + \beta_1 \text{INC} + \beta_2 \text{COST} + \varepsilon \dots\dots\dots 2 (2) \\ \text{LOG(WTP)} &= 8.96 + 0.08\text{LOG(INC)} - 0.15\text{LOG(COST)} \\ &\dots\dots\dots 3 (3) \\ \text{LOG(ATP)} &= 15.87 + 0.25\text{LOG(INC)} - 1.17\text{LOG(COST)} \\ &\dots\dots\dots 4 (4) \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, maka hasil koefisien regresinya dapat diinterpretasi sebagai berikut :

1. Nilai konstanta ( $\alpha_0$ ) = 8,96 dapat diartikan bahwa apabila semua variabel bebas (pendapatan dan biaya transportasi untuk angkutan kota) dianggap konstan atau

tidak mengalami perubahan maka besarnya WTP mempunyai nilai sebesar 8,96 satuan.

Nilai konstanta ( $\alpha_0$ ) = 15,87 dapat diartikan bahwa apabila semua variabel bebas (pendapatan dan biaya transportasi untuk angkutan kota) dianggap konstan atau tidak mengalami perubahan maka besarnya ATP mempunyai nilai sebesar 15,87 satuan.

2. Nilai koefisien  $\beta_1 = 0,08$  artinya jika pendapatan (INC) naik sebesar satu satuan maka WTP akan naik sebesar 0,08 satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Artinya, setiap kenaikan pendapatan sebesar Rp.10.000,-, maka kemauan membayar responden naik sebesar Rp.800,-.

Nilai koefisien  $\beta_1 = 0,25$  artinya jika pendapatan (INC) naik sebesar satu satuan maka ATP akan naik sebesar 0,25 satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Artinya, setiap kenaikan pendapatan sebesar Rp.10.000,-, maka kemampuan membayar responden naik sebesar Rp.2.500,-.

3. Nilai koefisien  $\beta_2 = - 0,15$  artinya jika biaya transportasi untuk angkutan kota (COST) naik sebesar satu satuan maka WTP akan turun sebesar 0,15 satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Atau dapat dikatakan

bahwa, setiap kenaikan biaya transportasi untuk angkutan kota sebesar Rp.10.000,- akan menurunkan kemauan membayar responden sebesar Rp.1.500,-.

Nilai koefisien  $\beta_2 = -1,17$  artinya jika biaya transportasi untuk angkutan kota (COST) naik sebesar satu satuan maka ATP akan turun sebesar 1,17 satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Atau dapat dikatakan bahwa, setiap kenaikan biaya transportasi untuk angkutan kota sebesar Rp.10.000,- akan menurunkan kemampuan membayar responden sebesar Rp.11.700,-.

#### Uji Model Secara Simultan

Dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan sebanyak dua (2) variabel. Berdasarkan hasil pengujian model secara simultan yang ada dalam model WTP, ternyata nilai *F statistic* adalah sebesar 4,514 dengan *p-value* = 0,013, sehingga *p-value* <  $\alpha = 0,05$ . Berdasarkan hasil ini maka  $H_0$  ditolak, hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel independent tidak berpengaruh secara simultan.

Sedangkan nilai *F statistic* pada model ATP adalah sebesar 13,13 dengan *p-value* sebesar 0,000 yang lebih besar dari nilai  $\alpha$  (10%). Berdasarkan hasil tersebut, variabel bebas pada model ATP berpengaruh secara simultan.

#### Uji Model Secara Parsial

Hasil regresi mengungkapkan bahwa secara keseluruhan, variabel independen memiliki pengaruh yang tidak signifikan.

#### Uji terhadap Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang diperoleh pada model WTP adalah sebesar 0,085 (8,5%), sedangkan untuk model ATP 0,213 (21,3%). Hal ini menunjukkan bahwa variasi variabel independen yang digunakan

dalam penelitian ini, yaitu pendapatan dan biaya transportasi untuk angkutan kota hanya dapat menjelaskan variasi variabel WTP sebesar 8,5% dan 21,3%, sedangkan 91,5% dan 78,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian ini. Namun demikian meskipun nilai *R square* yang diperoleh dari hasil analisis ini rendah bukan berarti hasil penelitiannya tidak bagus. Menurut Gujarati (2004) Winarno (2009) Hill et al (2011) Widarjono (2013), bahwa nilai *R Square* yang tinggi adalah baik tetapi apabila diperoleh nilai *R Square* yang rendah bukanlah berarti hasil penelitian tersebut tidak baik.

#### Uji Asumsi Klasik

##### *Uji Multikolinieritas*

Dari hasil pengujian, maka kedua model tersebut ditemukan adanya multikolinieritas. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien determinasi regresi *auxiliary* lebih besar dari pada  $R^2$  regresi variabel utama. Namun demikian estimator yang BLUE tidak memerlukan asumsi terbebas dari masalah Multikolinieritas. Estimator BLUE hanya berhubungan dengan asumsi tentang variabel gangguan (Gujarati, 2004; Widarjono, 2013), sehingga indikasi multikolinieritas dapat diabaikan saja. Masalah multikolinieritas biasanya juga timbul karena mempunyai jumlah observasi yang sedikit.

##### *Uji Heteroskedastisitas*

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dengan menggunakan uji white, pada model WTP diperoleh nilai *p-value obs\*-square* >  $\alpha$  ( $0,7780 > 0,05$ ) maka disimpulkan tidak adanya heteroskedastisitas. Sedangkan pada model ATP diperoleh nilai *p-value obs\*-square* >  $\alpha$  ( $0,000 < 0,05$ ), maka pada model ATP terindikasi penyakit heteroskedastisitas.

##### *Uji Autokorelasi*

Pengujian autokorelasi dalam persamaan diatas sudah dilakukan dengan *uji serial*



*correlation LM*. Pada model WTP diperoleh nilai  $p\text{-value obs}^*\text{-square} < \alpha$  ( $0,00 < 0,05$ ) maka disimpulkan bahwa model WTP terindikasi autokorelasi. Untuk model kedua, yaitu model ATP diperoleh nilai  $p\text{-value obs}^*\text{-square} > \alpha$  ( $0,2290 > 0,05$ ) maka disimpulkan tidak adanya autokorelasi.

### Hasil Analisis Regresi Pendapatan Pengemudi

Hasil analisis regresi selanjutnya adalah analisis model pendapatan supir angkutan kota (Inc). Variabel bebas yang dianalisis adalah jumlah penumpang (Pass) dan jumlah jam kerja (Hours).

$$INC = \beta_0 + \beta_1 PASS + \beta_2 HOURS + \epsilon \dots\dots\dots 5 (5)$$

$$LOG(INC) = 12,86 + 0,32LOG(PASS) + 0,14LOG(HOURS) \dots\dots\dots 6 (6)$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, maka hasil koefesien regresinya dapat diinterpretasi sebagai berikut :

1. Nilai konstanta ( $\alpha_0$ ) = 12,86 dapat diartikan bahwa apabila semua variabel bebas PASS (jumlah penumpang) dan HOURS (jumlah jam kerja) dianggap konstan atau tidak mengalami perubahan maka besarnya INC (pendapatan) mempunyai nilai sebesar 12,86 satuan.

2. Nilai koefesien  $\beta_1 = 0,32$  artinya jika jumlah penumpang (Pass) naik sebesar satu satuan maka Inc akan naik sebesar 0,32 satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Artinya, setiap kenaikan jumlah penumpang sebesar 100%, maka pendapatan pengemudi sebesar 32%.

3. Nilai koefesien  $\beta_2 = 0,14$  artinya jika jam kerja (Hours) naik sebesar satu satuan maka Inc akan naik sebesar 0,14 satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Atau dapat dikatakan bahwa, setiap kenaikan 100% jumlah jam kerja akan meningkatkan pendapatan pengemudi sebesar 14%.

### Uji Model Secara Simultan

Dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan sebanyak dua (2) variabel. Berdasarkan hasil pengujian model secara simultan, nilai *F statistic* adalah sebesar 5,902 dengan  $p\text{-value} = 0,05$ , sehingga  $p\text{-value} < \alpha = 10\%$ . Berdasarkan hasil ini maka  $H_0$  diterima, hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh secara simultan.

### Uji Model Secara Parsial

Hasil regresi mengungkapkan bahwa secara keseluruhan, variabel independen memiliki pengaruh yang tidak signifikan dan signifikan.

#### Uji Asumsi Klasik

##### *Uji Multikolinieritas*

Hasil analisis yang telah dilakukan berkaitan dengan uji ini disajikan dalam tabel. Pada model ini lolos uji multikolinieritas, karena nilai *R square* model utama lebih kecil daripada *R square* model variabel independen.

Tabel 3. Hasil Uji Metode Klien

Variabel Independen	Nilai R <sup>2</sup> Model Utama	Nilai R <sup>2</sup> antar Variabel Independen
INC	0,20	0,332
COST	0,20	0,22

Sumber; Data Diolah, 2016.

##### *Uji Heteroskedastisitas*

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dengan menggunakan uji white, pada model ini lolos uji heteroskedastisitas. Nilai  $p\text{-value obs}^*\text{-square} > \alpha$  ( $0,03 > 10\%$ ).

##### *Uji Autokorelasi*

Pengujian autokorelasi dalam persamaan diatas sudah dilakukan dengan *uji serial correlation LM*. Pada model WTP diperoleh nilai  $p\text{-value obs}^*\text{-square} > \alpha$  ( $0,07 > 0,05$ ) maka disimpulkan bahwa model WTP tidak terindikasi autokorelasi.

#### 4. PENUTUP

1. WTP atau tingkat kemauan membayar rata-rata tertinggi adalah responden yang mempunyai jenis pekerjaan PNS/TNI/POLRI, yaitu Rp.6.834,-. Selain itu juga memiliki wtp rata-rata yang lebih tinggi (Rp.6.834,-) daripada wtp total (Rp. 5.540,39). Sedangkan nilai wtp terendah ada pada responden yang memiliki jenis pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa, yaitu Rp.4.250,-. Sedangkan ATP atau tingkat kemampuan membayar rata-rata tertinggi adalah responden yang telah pensiun, yaitu Rp.5.834,-. Dan yang paling rendah adalah Rp.2.262,- ada pada responden yang memiliki jenis pekerjaan sebagai wiraswasta.

2. Pendapatan (INC) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap WTP, sedangkan Biaya Transportasi (COST) untuk angkutan umum berpengaruh negative signifikan terhadap WTP. Untuk model ATP, Pendapatan dan Biaya Transportasi berpengaruh positif tidak signifikan.
3. Banyaknya penumpang dan jumlah jam kerja pengemudi berpengaruh positif terhadap tingkat pendapatan pengemudi. Namun hanya jumlah jam kerja yang signifikan, sedangkan jumlah penumpang tidak signifikan.

#### Saran

Saran yang dapat direkomendasikan adalah sebagai berikut:

1. Tariff yang diberlakukan lebih tinggi dari daya beli penumpang, sehingga perlu disesuaikan.
2. Peningkatan dalam hal pelayanan, kenyamanan dan keamanan angkutan kota.
3. Pemerintah dapat mengeluarkan kebijakan untuk membatasi kepemilikan jumlah kendaraan pribadi dan memaksimalkan fungsi angkutan kota sebagai salah satu angkutan umum, sehingga jumlah penumpang dapat meningkat.

#### 5. DAFTAR PUSTAKA

1. Adisasmita, Rahardjo, 2010. *Dasar-Dasar Ekonomi Transportasi*. Graha Ilmu, Yogyakarta.
2. Aspiani. 2003. Analisis Nilai *Ability To Pay* (ATP) Dan *Willingness To Pay* (WTP) Angkutan Ojek Pada Kompleks Perumahan Di Kota Makassar, *Simposium FSTPT VI*, Universitas Hasanuddin, Makasar
3. Astuti, Pudji Dan Tertia, Vania. 2015. Study Of Ability To Pay And Willingness To Pay For Passenger Of Commuter Line Jakarta-Bogor. *Proceeding 8 International Seminar On Industrial Engineering And Management*. ISSN : 1978-774x.
4. Eboli, L Dan, G. Mazzulla. 2008. Willingness-To-Pay Of Public Transport Users For Improvement In Service Quality. *European Transport*. 38 (2008): 107-118.
5. Fauzi, Akhmad. 2004. *Ekonomi Sumber Daya Alam Dan Lingkungan Teori Dan Aplikasi*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
6. Fitrianiingsih A Dan Paramitarani K. 2004. *Kesediaan Dan Kemampuan Penumpang Kereta Api "Pandawangi"*, Laporan Tugas Akhir Jurusan Teknik Sipil (Tidak Dipublikasikan), Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang.
7. Golub, Aaron David. 2003. *Welfare Analysis Of Informal Transit Services In Brazil And The Effects Of Regulation*. Dissertation. University Of California, Berkeley. [Http://www.uctc.net/research/diss108.pdf](http://www.uctc.net/research/diss108.pdf). Diakses Tanggal 28 Juli 2016.
8. Greene, William.H, 2000, *Econometric Analysis*, Macmillan Publishing Company, New York.
9. Hotmaida, B. 1999. *Analisis Ability To Pay Dan Willingness To Pay Tarif Angkutan Umum Kota (Studi Kasus : Kotamadia Medan)*, Tesis Magister, Bidang Khusus Rekayasa Transportasi Program Magister Teknik Sipil Program Pasca Sarjana ITB (Tidak Dipublikasikan), Bandung.
10. Mangkoesoebroto, Guritno. 2001. *Ekonomi Publik*. BPFE, Yogyakarta.
11. Phanikumar, C. V. And Maitra, Bhargab. 2006. Valuing Urban Bus Attributes: An Experience In Kolkata, Indian Institute Of Technology. *Journal Of Public Transportation*, Vol. 9, No. 2, 2006.
12. Salim, Abbas. H. A. 2004. *Manajemen Transportasi*. Pt Raja Grafindo Persada.
13. Schwarzlose, Alicia A. Israel. Et. All. 2014. Willingness To Pay For Public Transportation Options For Improving The Quality Of Life Of The Rural Elderly. *Transportation Research Part A: Policy And Practice*. Volume 61, March 2014, Pages 1-14.
14. Setijowarno, Abadi Dan Sudaryatmo. 2005. *Fakta Kebijakan Transportasi Publik Di Indonesia, Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI)*, Penerbit Universitas Katolik



- Soegijapranata, Semarang.
15. Worku, Genanew Bekele. 2013. Demand For Improved Public Transport Services In The UAE: A Contingent Valuation Study In Dubai,

*International Journal Of Business And Management*; Vol. 8, No. 10; 2013. Issn 1833-3850 E-ISSN 1833-8119. Published By Canadian Center Of Science And Education.

## Penyerapan Tenaga Kerja Di Industri Meubel Kota Denpasar BERPengaruh terhadap Sosial Demografi?

Surya Dewi Rustariyuni, S.E., M.Si<sup>1</sup>

Dra. Luh Putu Aswitari, M.S

---

**Abstract:** This research important to do because many entrepreneur of furniture in Denpasar city, in which there are absorption worker to make any kind of furniture, also make Gross Domestic Product in Denpasar increase. This research aim to know: 1) direct impact of wage and technology to productivity of work, 2) direct impact to age, wage, technology and productivity of work and absorption worker, and 3) indirect impact age, wage, and technology to absorption worker by productivity work in industry furniture table wood in Denpasar city. This research location in 4 district in Denpasar city, with sample of this research 141 entrepreneur. This research analyse use path analyse. The result is 1) wage and technology have positive impact and significant to productivity of work in industry furniture table wood in Denpasar city, 2) age, technology and productivity of work have positive impact and significant to absorption worker by productivity work in industry furniture table wood in Denpasar city.

Keywords: age, wage, technology, productivity

---

### Pendahuluan

Sebagai salah satu Provinsi di Indonesia, Provinsi Bali lebih mengutamakan pertumbuhan industri untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya. Semakin berkembangnya sektor pariwisata di Bali memberikan *multiplier effect* terhadap pertumbuhan sektor industri lain sebagai pendukung pariwisata (Sri, 2015). Pembangunan pada bidang-bidang yang mendukung sektor usaha pariwisata tersebut antara lain pengembangan industri kecil. Salah satu industri kecil yang dikembangkan di Bali adalah industri mebel.

Industri mebel merupakan salah satu industri yang mempunyai peranan penting bagi perekonomian khususnya dalam sektor pariwisata, contohnya dalam melengkapi perabotan-perabotan di hotel, restoran, dan lain-lain. Industri mebel juga dibutuhkan oleh masyarakat luas dalam melengkapi perabotan rumah tangga mereka (Rahadian, 2013). Industri mebel

memproduksi berbagai macam perabotan lainnya. Perkembangan industri mebel sangat dibutuhkan sebagai pendukung sektor-sektor ekonomi di Bali. Mebel merupakan benda yang tidak hanya sebagai aksesoris ataupun pajangan di rumah tetapi dapat digunakan sebagai pelengkap aktivitas penghuni rumah. Dilihat dari beragam jenis mebel yang dihasilkan oleh industri mebel yang ada di Kota Denpasar, jenis mebel yang terlihat familiar serta yang paling banyak diproduksi adalah kursi, meja dan lemari yang berbahan kayu, karena jenis mebel ini sangat dibutuhkan untuk menunjang aktivitas sehari-hari (Lilyawati, 2016).

Peranan sumber daya manusia dalam melaksanakan kegiatan usaha industri merupakan faktor penting yang mendukung perkembangan usaha industri. Sumber daya manusia yang dimaksud adalah tenaga kerja. Tenaga kerja adalah asset utama dalam perkembangan industri yang menjadi perencana dan

---

1. Surya Dewi Rustariyuni, FEB Universitas Udayana, Jl Kediri No 65X Tuban-Bali, 08164275297

pelaku aktif dari setiap aktivitas usaha. Tenaga kerja mempunyai pikiran, perasaan, keinginan, status, latar belakang pendidikan, usia dan jenis kelamin yang heterogen yang dibawa ke dalam usaha industri. Tenaga kerja bukan mesin, uang dan material yang sifatnya pasif dan dapat dikuasai serta diatur sepenuhnya dalam mendukung tercapainya tujuan industri. Kualitas dan kuantitas tenaga kerja harus sesuai dengan kebutuhan usaha sehingga lebih efektif dan efisien dalam mencapai tujuan usaha (Susilo, 2007:27).

Jenis mebel terbanyak yang berbahan kayu dan jumlah industri di Kota Denpasar pada tahun 2015, jenis mebel berbahan kayu. Produksi lemari sebanyak 75 unit, produksi kursi sebanyak 138 unit, produksi meja 141 unit dan produksi rak sebanyak 47 unit. Disimpulkan bahwa meja paling banyak di produksi. Meja banyak di produksi karena memiliki banyak model yang sangat bagus dan bermanfaat untuk menunjang aktivitas sehari-hari serta melengkapi interior pada perhotelan.

Adhadika (2014) menyatakan bahwa pendidikan, upah, pengalaman kerja dan insentif memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap produktivitas tenaga kerja, sedangkan jaminan sosial tidak signifikan sehingga tidak memiliki pengaruh terhadap produktivitas tenaga kerja. Pratama (2015), menjelaskan bahwa variabel yang berpengaruh signifikan terhadap produktivitas tenaga kerja pemetikan teh adalah usia, pengalaman kerja dan upah Triani (2016) menjelaskan, bahwa modal, tingkat upah dan teknologi ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja patung kayu di Kabupaten Badung.

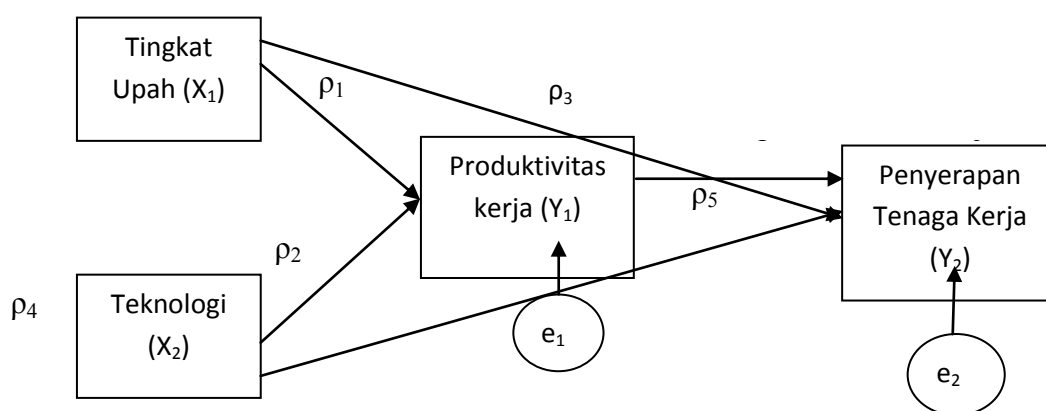
Yuli (2016) menyatakan, bahwa modal, tingkat upah dan teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja industri tekstil di Kabupaten Badung. Lilyawati (2016) menjelaskan, secara langsung modal dan teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja pada industri furniture di Kota Denpasar. Secara langsung modal, teknologi dan penyerapan tenaga kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap efisiensi usaha pada industri furniture di Kota Denpasar. Berdasarkan latar belakang tersebut, tujuan penelitian ini untuk mengetahui :

1. Bagaimana pengaruh langsung tingkat upah dan teknologi terhadap produktivitas kerja pada industri mebel meja kayu di Kota Denpasar?
2. Bagaimana pengaruh langsung tingkat upah, teknologi dan produktivitas kerja terhadap penyerapan tenaga kerja pada industri mebel meja kayu di Kota Denpasar?
3. Bagaimana pengaruh tidak langsung tingkat upah dan teknologi terhadap penyerapan tenaga kerja melalui produktivitas kerja pada industri mebel meja kayu di Kota Denpasar?

#### Metodelogi

Penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif dengan menggunakan analisis *path*. Teknik analisis ini digunakan dalam menguji besarnya kontribusi yang ditunjukkan oleh koefisien jalur pada setiap diagram jalur dari hubungan kausal atau sebab akibat antara variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat). Adapun langkah-langkah dalam analisis jalur (*path analysis*) adalah sebagai berikut :

**Gambar 1 Model Analisis Jalur (Path Analysis)**



Keterangan :

- $Y_1$  : Produktivitas Kerja  
 $Y_2$  : Penyerapan Tenaga Kerja  
 $\rho$  : Koefisien Jalur  
 $X_1$  : Tingkat Upah  
 $X_2$  : Teknologi  
 $e$  : *error*

Gambar tersebut menunjukkan bahwa terdapat dua hubungan substruktural, dimana ini menyatakan hubungan kausal dari  $X_1$ ,  $X_2$  ke  $Y_1$ . Hubungan yang kedua, substruktural yang menyatakan hubungan kausal dari  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $Y_1$  ke  $Y_2$ .

- 1) Variabel tingkat upah dan teknologi berpengaruh langsung terhadap produktivitas kerja.
- 2) Variabel tingkat upah dan teknologi berpengaruh langsung terhadap penyerapan tenaga kerja.
- 3) Variabel produktivitas kerja berpengaruh langsung terhadap penyerapan tenaga kerja.
- 4) Variabel tingkat upah dan teknologi berpengaruh tidak langsung terhadap penyerapan tenaga kerja melalui produktivitas kerja.

### Uji Sobel

Uji sobel atau sering disebut dengan uji pengaruh tidak langsung merupakan cara untuk menguji kekuatan pengaruh tidak langsung antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y2) melalui variabel intervening (Y1).

### Hasil dan Pembahasan Pengaruh Tingkat Upah dan Teknologi Terhadap Produktivitas Kerja Industri Mebel Meja Kayu di Kota Denpasar

Pengujian hubungan substruktural 1 dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung variabel tingkat upah dan teknologi terhadap produktivitas kerja industri mebel meja kayu di Kota Denpasar. Hasil persamaan regresi dapat ditunjukkan sebagai berikut:

$$\hat{Y}_1 = 8,643 + 5,641 X_1 + 10,166 X_2$$
$$Sb = (1,469) (2,816)$$
$$t = (3,841) (3,610)$$

$$\text{Sig} = (0,000) (0,000)$$

$$R^2 = 2,15$$

$$F = 18,914 \quad \text{Sig F} = (0,000)$$

Dari persamaan regresi persamaan sub struktural 1 tersebut dapat dijelaskan bahwa variabel tingkat upah berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas kerja dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Variabel teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas kerja dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Koefisien regresi tingkat upah positif mempunyai arti apabila tingkat upah meningkat maka produktivitas kerja meningkat. Pengusaha yang menggunakan teknologi modern lebih banyak menghasilkan produktivitas kerja dibandingkan dengan menggunakan teknologi tradisional. Koefisien regresi teknologi positif mempunyai arti apabila teknologi modern yang digunakan maka produktivitas kerja meningkat.

### Pengaruh Tingkat Upah, Teknologi Dan Produktivitas Kerja Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Industri Mebel Meja Kayu di Kota Denpasar

Pengujian hubungan substruktural 2 dilakukan bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh langsung tingkat upah, teknologi dan produktivitas kerja terhadap penyerapan tenaga kerja industri mebel meja kayu di Kota Denpasar. Hasil persamaan regresi dapat ditunjukkan sebagai berikut:

$$\hat{Y}_2 = 2,303 + 1,372 X_1 + 1,899 X_2 + 0,30 Y_1$$

$$Sb = (0,348) (0,664) (0,019)$$

$$t = (3,938) (2,859) (1,572)$$

$$\text{Sig} = (0,000) (0,005) (0,118)$$

$$R^2 = 0,260$$

$$F = 16,016 \quad \text{Sig F} = (0,000)$$

Berdasarkan persamaan regresi sub struktural 2, dapat diketahui bahwa variabel tingkat upah dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  berpengaruh positif dan signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja sedangkan variabel teknologi dengan nilai signifikansi sebesar  $0,005 < 0,05$  berpengaruh positif dan signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja dan variabel produktivitas kerja dengan signifikansi sebesar  $0,118 > 0,05$  tidak berpengaruh terhadap

penyerapan tenaga kerja pada industri mebel meja kayu di Kota Denpasar.

Koefisien regresi tingkat upah positif memiliki arti apabila tingkat upah ditingkatkan maka mengakibatkan produktivitas kerja mengalami kenaikan sebaliknya, jika tingkat upah berkurang maka produktivitas kerja yang dihasilkan menurun. Pengusaha yang menggunakan teknologi modern menghasilkan produktivitas kerja lebih banyak dibandingkan dengan pengusaha yang menggunakan teknologi tradisional. Nilai koefisien regresi teknologi berpengaruh positif terhadap penyerapan tenaga kerja artinya penggunaan teknologi modern akan menyerap tenaga kerja lebih banyak, sedangkan produktivitas tenaga kerja tidak berpengaruh terhadap penyerapan tenaga kerja.

### Hasil Pengujian Analisis Jalur

Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui hubungan-hubungan antar variabel penelitian, yang merupakan koefisien jalur dalam penelitian ini. Koefisien jalur dapat dibuat dalam bentuk diagram jalur (Yoni, 2016). Model tersebut juga dapat dinyatakan dalam bentuk persamaan struktural sebagai berikut:

Persamaan Struktural 1

$$Y_1 = 5,641 X_1 + 10,166 X_2 + e_1$$

Persamaan Struktural 2

$$Y_2 = 1,372 X_1 + 1,899 X_2 + 0,30 Y_1 + e_2$$

### Pengaruh Langsung Antar Variabel

- 1) Pengaruh Langsung Tingkat Upah terhadap Produktivitas Kerja Industri Mebel Meja Kayu di Kota Denpasar.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil yang menyatakan nilai *standardized coefficient beta* sebesar 0,300 dan nilai probabilitas sebesar  $0,000 < 0,05$ .  $H_0$  ditolak, bahwa tingkat upah berpengaruh positif terhadap produktivitas kerja. Pengaruh tingkat upah yang berpengaruh terhadap produktivitas kerja menyimpulkan bahwa setiap kenaikan tingkat upah secara otomatis juga akan meningkatkan produktivitas kerja mebel meja kayu di Kota Denpasar.

Dari hasil penelitian terdahulu oleh Siti (2012), ini mengungkapkan bahwa upah berpengaruh signifikan terhadap produktivitas kerja wanita sektor industri, perdagangan dan jasa di

Kalimantan Timur. Penelitian yang dilakukan Vellina (2012), menyimpulkan variabel upah merupakan variabel yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap output yang ditunjukkan dengan nilai *standardized coefficient* sebesar 0,766 yang paling besar diantara variabel lainnya.

- 2) Pengaruh Langsung Teknologi terhadap Produktivitas Kerja Industri Mebel Meja Kayu di Kota Denpasar.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil yang menyatakan nilai *standardized coefficient beta* sebesar 0,282 dan nilai probabilitas sebesar  $0,000 < 0,05$ .  $H_0$  ditolak, bahwa teknologi berpengaruh positif terhadap produktivitas kerja. Teknologi modern menghasilkan produktivitas kerja lebih banyak dibandingkan dengan teknologi tradisional pada industri mebel meja kayu di Kota Denpasar.

Menurut penelitian oleh Ayu (2013), hasil analisis secara keseluruhan disimpulkan bahwa tingkat upah, pengalaman kerja dan teknologi secara serempak berpengaruh signifikan terhadap produktivitas kerja pada industri gamelan di Desa Tihingan.

- 3) Pengaruh Langsung Tingkat Upah terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Industri Mebel Meja Kayu di Kota Denpasar

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai *standardized coefficient beta* sebesar 0,316 dan nilai probabilitas sebesar  $0,000 < 0,05$ .  $H_0$  ditolak, bahwa tingkat upah berpengaruh positif terhadap penyerapan tenaga kerja mebel meja kayu di Kota Denpasar. Dapat dilihat bahwa semakin tinggi tingkat upah maka penyerapan tenaga kerja semakin meningkat pula. Hasil penelitian Budiawan (2013) hasil analisis secara keseluruhan disimpulkan bahwa tingkat upah, nilai produksi dan modal secara serempak berpengaruh signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja pada industri kecil pengolahan ikan di Kecamatan Demak.

- 4) Pengaruh Langsung Teknologi Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Industri Mebel Meja Kayu di Kota Denpasar.

Nilai *standardized coefficient beta* yang diperoleh yaitu sebesar 0,228 dan nilai probabilitas sebesar  $0,005 < 0,05$ . Hal ini berarti  $H_0$  ditolak, bahwa teknologi berpengaruh positif terhadap penyerapan tenaga kerja. Teknologi modern



dengan penyerapan tenaga kerjanya lebih sedikit dibandingkan teknologi tradisional pada industri mebel meja kayu di Kota Denpasar. Berdasarkan hasil analisis, dapat diketahui bahwa teknologi yang semakin modern akan membutuhkan tenaga kerja terserap yang banyak. Menurut hasil penelitian oleh Diah (2010) adalah setiap penambahan modal sebesar Rp.1000 maka jam kerja pekerja industri kecil kreatif akan meningkat sebesar 1 jam. Selanjutnya ada perbedaan rata-rata jam kerja total antara industri kecil kreatif yang menggunakan teknologi modern dengan tradisional atau sederhana. Rata-rata jam kerja total pada industri kecil kreatif dengan teknologi maju 84,619 jam lebih rendah dibandingkan pada industri kecil kreatif dengan teknologi sederhana maka itu teknologi berpengaruh positif dan juga signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja.

### Pengaruh Tidak Langsung Melalui Pengujian Variabel Intervening

- 1) Pengaruh Tidak Langsung Tingkat Upah Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Melalui Produktivitas Kerja

Untuk mengetahui adanya pengaruh tidak langsung antara tingkat upah terhadap penyerapan tenaga kerja melalui produktivitas kerja, dapat dihitung dengan uji Sobel. Adapun perhitungan yang diperoleh sebagai berikut:

$$Sp_1 p_5 = \sqrt{p_1^2 S_5^2 + p_5^2 S_{p_1}^2}$$

Oleh karena  $z_{hitung}$  sebesar 13,215 lebih besar dari  $z_{tabel}$  sebesar 1,96 berarti produktivitas kerja merupakan variabel yang memediasi pengaruh tidak langsung variabel tingkat upah terhadap penyerapan tenaga kerja.

- 2) Pengaruh Tidak Langsung Teknologi Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Melalui Produktivitas Kerja

Untuk mengetahui adanya pengaruh tidak langsung antara teknologi terhadap penyerapan tenaga kerja melalui produktivitas kerja, dapat dihitung dengan uji Sobel.

Oleh karena  $z_{hitung}$  sebesar 6,217 lebih besar dari  $z_{tabel}$  sebesar 1,96 berarti produktivitas kerja merupakan variabel yang memediasi pengaruh tidak langsung variabel teknologi terhadap penyerapan tenaga kerja.

### Simpulan

Dari hasil pembahasan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Tingkat upah dan teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas kerja industri mebel meja kayu di Kota Denpasar.
- 2) Tingkat upah, teknologi dan produktivitas kerja ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja industri mebel meja kayu di Kota Denpasar.

### Daftar Pustaka

- Adhadika, Teddy. 2014. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produktivitas Tenaga Kerja Industri Pengolahan di Kota Semarang (Studi Kecamatan Timbalang Dan Kecamatan Gunung Pati). *Jurnal Ekonomi*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Diponegoro, 3(1), pp: 01-13.
- Angkasah. 2013. Analisis Tingkat Upah Terhadap Produktivitas Tenaga Kerja Pada Industri Kerajinan Kayu di Desa Labuapi Kecamatan Labuapi. *Media Bina Ilmiah*. 7(2), pp: 11-15.
- Ayu, Adiati. 2013. Analisis Produktivitas Tenaga Kerja Industri Gamelan di Desa Tihingan Kabupaten Klungkung. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Udayana, 2(5), pp: 260-268.
- Lilyawati, Made Kembar Sri Budhi. 2016. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penyerapan Tenaga Kerja dan Efisiensi Usaha Pada Industri Furniture di Kota Denpasar. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Udayana, 5(8), pp: 865-883.
- Pratama Rahmady Ari, Andriani Retno Dwi. 2015. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produktivitas Kerja Pemetik Teh di PTPN XII (Persero) Kebun Wonosari. *Habitat*. Fakultas Pertanian. Universitas Brawijaya, 26(1), pp: 01-09.
- Rahadian Prianata, Ketut Suardhika Natha. 2014. Pengaruh Jumlah Tenaga Kerja, Bahan Baku, Dan Teknologi Terhadap Produksi Industri Furniture di Kota Denpasar. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Udayana, 3(1), pp: 11-18.
- Ratih, Widi .L. 2011. Pengaruh Upah, Tingkat Pendidikan dan Teknologi Terhadap Produktivitas Tenaga Kerja Pada Industri Kecap di Kecamatan

Pati Kabupaten Pati. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi.  
Universitas Negeri Semarang.  
Sherly, Ferdinandus. 2014. Pengaruh Tingkat Upah  
Dan Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat

Penyerapan Tenaga Kerja di Kota Ambon. *Jurnal  
Ekonomi*. Fakultas Ekonomi. Universitas  
Pattimura Ambon, 2(3), pp: 17-32.

# ANALISIS PUSAT PERTUMBUHAN DAN WILAYAH HINTERLAND DI KABUPATEN KLATEN

Dr. Unggul Priyadi, M.Si, Aulia Wahid Yudi Utama

[unggul.priyadi@uii.ac.id](mailto:unggul.priyadi@uii.ac.id) dan [priyadi.unggul@gmail.com](mailto:priyadi.unggul@gmail.com), [auliaw82@gmail.com](mailto:auliaw82@gmail.com)

Dosen FE UII Yogyakarta

---

**Abstract:** One of the ways to accelerate regional development is to establish a growth center in the area and find out which key sectors are leading. This study aims to analyze the sub-districts that become centers of growth and hinterland area in Klaten Regency and analyze what sectors are the economic base in Klaten Regency. It can be analyzed by using scaloogram analysis, gravity analysis, and location quotient analysis. In this research, I used descriptive qualitative method to see the districts that became the center of growth in Klaten regency, and analyze the facilities owned by each sub-district in Klaten Regency. The type of data studied is secondary data, that is data obtained from other sources. The results of the study indicate the sub-districts that become the center of growth, there are nine sub-districts of South Klaten Sub-district, Klaten Tengah Sub-district, Wedi Sub-district, Jogonalan Sub-district, Bayat Sub-district, Prambanan Sub-district, Delanggu Sub-district, Ceper Sub-district, North Klaten District. And the sector of klaten's economic base is the mining and quarrying sector, the electricity and gas procurement sector, the major trade and retail sectors, the accommodation and feeding sector, the financial and insurance services sector, the education services sector, the health services sector and other social and service activities.

**Keywords:** Growth Center, Hinterland, Skaloogram, Gravity, LQ

---

## PENDAHULUAN

Salah satu instrumen yang digunakan untuk mempercepat pembangunan daerah adalah dengan menetapkan pusat pertumbuhan pada wilayah tersebut. Dengan adanya pusat pertumbuhan ekonomi maka pembangunan akan diarahkan pada daerah-daerah yang memiliki potensi dan fasilitas wilayah sehingga akan mempercepat terjadinya kemajuan ekonomi, karena secara tidak langsung kemajuan daerah akan membuat masyarakat untuk mencari kehidupan yang lebih layak di daerahnya.

Dengan ditetapkannya daerah pusat pertumbuhan diharapkan dapat memaksimalkan potensi daerah dan memperbaiki fasilitas dan infrastruktur di daerah pusat pertumbuhan agar dapat dimanfaatkan daerah *hinterland*. Daerah *hinterland* juga harus diperhatikan oleh pemerintah agar tidak terjadi kesenjangan atau gap yang terlalu besar dengan daerah pusat pertumbuhan.

Perbedaan fasilitas pada tiap kecamatan akan

menjadi hierarki penentuan wilayah pusat pertumbuhan. Kecamatan yang memiliki fasilitas yang paling lengkap akan menjadi wilayah pusat pertumbuhan. Dan kecamatan yang fasilitasnya kurang, akan menjadi *hinterland* atau wilayah pendukung bagi wilayah pusat. Penentuan wilayah pusat pertumbuhan dan *hinterland* dapat diketahui dengan menggunakan analisis skaloogram dan analisis gravitasi. Serta analisis location quotient digunakan untuk melihat sektor apa yang menjadi basis perekonomian.

## Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Untuk menganalisis tingkat ketersediaan fasilitas publik pada tiap-tiap kecamatan di Kabupaten Klaten.
2. Untuk menganalisis sektor apa yang menjadi basis ekonomi Kabupaten Klaten.

## METODE PENELITIAN

### Analisis Data, Jenis dan Sumber Data

Pada penelitian ini digunakan metode kualitatif deskriptif. Jenis data yang diteliti adalah data sekunder yang didapat dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Klaten dengan media internet. Untuk melakukan analisis data yang digunakan adalah data tentang jumlah fasilitas-fasilitas sosial ekonomi dan Pendapatan Domestik Regional Bruto yang dimiliki oleh 26 kecamatan yang berada di Kabupaten Klaten yang meliputi:

1. Prambanan	14. Pedan
2. Gantiarno	15. Karangdowo
3. Wedi	16. Juwiring
4. Bayat	17. Wonosari
5. Cawas	18. Delanggu
6. Trucuk	19. Polanharjo
7. Kalikotes	20. Karanganom
8. Kebonarum	21. Tulung
9. Jogonalan	22. Jatinom
10. Manisrenggo	23. Kemalang
11. Karangnongko	24. Klaten Selatan
12. Ngawen	25. Klaten Tengah
13. Ceper	26. Klaten Utara

Jenis-jenis fasilitas yang diamati mencakup:

1. Sarana pemerintahan
  2. Sarana pendidikan
  3. Sarana kesehatan
  4. Tempat ibadah
  5. Sarana perekonomian
  6. Sarana pariwisata
- Model Analisis

### Analisis Skalogram

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model skalogram. Skalogram dipergunakan untuk menganalisis pusat-pusat permukiman, khususnya hierarki atau orde-orde pusat pertumbuhan (Gultom, 2013).

### Analisis Gravitasi

Analisis gravitasi digunakan untuk melihat besarnya daya tarik suatu potensi yang berada pada suatu lokasi, kaitan potensi suatu lokasi dengan besarnya wilayah pengaruh dari potensi tersebut (Utoyo, 2007).

## Analisis Location Quotient

Analisis ini digunakan untuk melihat sektor-sektor yang termasuk ke dalam kategori sektor unggulan suatu daerah (Nurhadi 2012).

## PEMBAHASAN

Kecamatan yang menjadi pusat pertumbuhan adalah Kecamatan Klaten Selatan dengan jumlah jenis fasilitas terlengkap 22 jenis fasilitas dan jumlah unit fasilitas 363 dengan ketidak lengkapan data, Kecamatan Klaten Tengah dengan jumlah faslitas 21 jenis fasilitas dengan jumlah unit fasilitas 972, Kecamatan Wedi dengan jumlah jenis fasilitas 21 jenis fasilitas dengan jumlah unit fasilitas 705 dengan data lengkap, Kecamatan Ceper dengan jumlah jenis fasilitas 21 jenis fasilitas dan jumlah unit fasilitas 443 dengan ketidak lengkapan data, Kecamatan Jogonalan dengan jumlah fasilitas 21 jenis fasilitas dengan jumlah unit fasilitas 512 data lengkap, Kecamatan Bayat dengan jumlah jenis fasilitas 21 jenis fasilitas dan jumlah unit fasilitas 513 dengan ketidak lengkapan data, Kecamatan Prambanan dengan jumlah fasilitas 21 jenis fasilitas dan jumlah unit fasilitas 454 dengan ketidak lengkapan data, Kecamatan Klaten Utara dengan jumlah fasilitas 21 jenis fasilitas dan jumlah unit fasilitas 407 dengan ketidak lengkapan data, dan Kecamatan Delanggu dengan jumlah fasilitas 21 jenis fasilitas dan jumlah unit fasilitas 462 dengan ketidak lengkapan data. Dari kesembilan kecamatan hanya terdapat dua kecamatan yang mempunyai data lengkap memenuhi persyaratan adalah kecamatan Wedi dengan Jumlah unit fasilitas tertinggi 705 dan Kecamatan Jogonalan jumlah unit fasilitas 512.

Dari hasil analisis gravitasi wilayah *hinterland* dari sembilan kecamatan yang menjadi pusat pertumbuhan, yaitu Kecamatan Klaten Selatan, Klaten Tengah, Wedi, Jogonalan, Bayat, Prambanan, Delanggu, Ceper, dan Klaten Utara. Kecamatan yang tidak menjadi pusat pertumbuhan adalah kecamatan *hinterland* bagi masing2 kecamatan pusat pertumbuhan yang dihitung dengan analisis gravitasi.

Berdasarkan analisis Location Quetiont (LQ) terhadap 17 sektor perekonomian di Kabupaten Klaten atas harga konstan tahun 2011-2015, dapat diamati bahwa sektor perekonomian yang tergolong unggulan di Kabupaten Klaten adalah sektor pertambangan dan penggalian, sektor pengadaan listrik dan gas, sektor perdagangan besar dan eceran, sektor penyediaan

akomodasi dan makan minum, sektor jasa keuangan dan asuransi, sektor jasa pendidikan, sektor jasa kesehatan dan kegiatan Sosial dan jasa lainnya memiliki rata-rata  $LQ > 1$  yang berarti tingkat spesialisasi sektor-sektor perekonomian tersebut di tingkat Kabupaten Klaten lebih besar dari sektor yang sama pada perekonomian tingkat Provinsi Jawa Tengah. Sehingga sektor-sektor perekonomian tersebut dapat memenuhi kebutuhan wilayahnya dan mampu mengeksport keluar wilayah.

Sedangkan sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan, sektor industri pengolahan, sektor pengadaan air, sektor konstruksi, sektor transportasi dan pergudangan, sektor informasi dan komunikasi, sektor real estate, sektor jasa perusahaan, sektor administrasi pemerintahan, pertahanan, jaminan sosial wajib, dan jasa lainnya. Kesepuluh sektor tersebut memiliki nilai rata-rata  $LQ < 1$  yang artinya bahwa tingkat spesialisasi sektor-sektor perekonomian tersebut di Kabupaten Klaten lebih kecil dari sektor yang sama pada perekonomian tingkat Provinsi Jawa Tengah sehingga hanya mampu memenuhi kebutuhan wilayahnya dan belum mampu mengeksport produksinya keluar wilayah.

## PENUTUP

### Kesimpulan

1. Hasil analisis skalogram menunjukkan Kabupaten Klaten memiliki sembilan kecamatan pusat pertumbuhan, yaitu Kecamatan Klaten Selatan, Kecamatan Klaten Tengah, Kecamatan Wedi, Kecamatan Jogonalan, Kecamatan Bayat, Kecamatan Prambanan, Kecamatan Delanggu, Kecamatan Ceper, Kecamatan Klaten Utara.
2. Terdapat perbedaan antara RJPD Kabupaten Klaten dengan hasil perhitungan analisis LQ. Berdasarkan hasil perhitungan LQ, sektor basis perekonomian di Kabupaten Klaten menurut PDRB tahun 2009 adalah sektor perdagangan, hotel dan restoran, sektor industri pengolahan, dan sektor pertanian. Hasil dari analisis LQ yang menjadi sektor basis perekonomian Tahun 2011-2015 adalah sektor pertambangan dan penggalian, sektor pengadaan listrik dan gas, sektor perdagangan besar dan eceran, sektor penyediaan akomodasi dan makan minum, sektor jasa keuangan dan asuransi, sektor jasa pendidikan, sektor jasa kesehatan dan kegiatan sosial dan jasa

lainnya.

### Saran

1. Masukan bagi pemerintah Kabupaten Klaten, yaitu untuk Kecamatan Wonosari yang dalam hasil analisis termasuk wilayah yang nilai interaksinya paling rendah untuk tujuh dari sembilan kecamatan pusat pertumbuhan yang artinya harus ada peningkatan fasilitas publik di daerah wonosari agar tidak terjadi gap antar daerah.
2. Pemerintah Kabupaten Klaten sebaiknya melakukan spesialisasi produk di setiap daerah karena setiap daerah memiliki sektor potensial yang berbeda-beda untuk meningkatkan pergerakan perekonomian daerah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Imelda, dkk (2013). "Identifikasi Pusat Pertumbuhan dan Daerah Hinterland Kota Palembang". *Laporan Penelitian*, Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya, Palembang.
- Danastri, S. (2011). "Analisis Penetapan Pusat-pusat Pertumbuhan Baru di Kecamatan Hajarmukti Cirebon Selatan". Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro Semarang, Semarang.
- Usya, N. (2006). "Analisis Struktur Ekonomi dan Identifikasi Sektor Unggulan di Kabupaten Subang". Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Rahayu, E. & Santoso, E.B. (2014), "Penentuan Pusat-pusat Pertumbuhan Dalam Pengembangan Wilayah di Kabupaten Gunungkidul" *Jurnal Teknik Pomits*, Volume 3, No.2, 2014.
- Gultom, R. (2013), "Analisis Penetapan Wilayah Pembangunan di Kabupaten Samosir", Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Arsyad, L. (2004). "Ekonomi: Ekonomi Pembangunan". Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.
- Jayadinata, J. (1992). *Tata Guna Tanah Dalam Perencanaan Pedesaan Perkotaan dan Wilayah Bandung*. Bandung: ITB.
- Tarigan, R. (2005). "Perencanaan Pembangunan Wilayah". Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Utoyo, B. (2007). *Geografi: Membuka Cakrawala Dunia*. Bandung: PT. Setia Purna Inves.



Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 Pasal 1 Tentang otonomi Daerah. (t.thn.). Departemen Dalam Negeri Republik Indonesia.

Peraturan Daerah Kabupaten Klaten Nomor 5 Tahun 2011 Tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kabupaten Klaten. Badan Perencanaan Daerah Kabupaten Katen.

Jawa Tengah Dalam Angka 2016. (2017,Juli). Dipetik 24 Juli, 2017, dari Badan Pusat Statistik Jawa Tengah <http://jateng.bps.go.id/index.php/>

publikasi

Kabupaten Klaten Dalam Angka 2016. (2017,Mei). Dipetik 30 Mei, 2017, dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Klaten: <http://klatenkab.bps.go.id/index.php/publikasi>.

Kecamatan Dalam Angka 2016. (2017,Mei). Dipetik 30 Mei, 2017, dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Klaten: <http://klatenkab.bps.go.id/index.php/publikasi>.

# Exchange Rates Pass Through to Prices During The Implementation of Inflation Targeting Framework (2005:08-2017:03) in Indonesia

*Yoke Muelgini*

University of Lampung, Indonesia

*Sonia Anggun Andini*

University of Indonesia, Indonesia

---

**Abstract:** This study examines the degree of exchange rate pass-through to prices in Indonesia since inflation targeting has been adopted formally by Indonesia in July 2005 to March 2017 on the basis of vector error correction model. The paper found that exchange rate pass-through in Indonesia during the period under review is low, although slightly higher in the import than in the consumer prices, significant and persistent. A one percent shock to exchange rate, for instance, results in 14.3 and -10.5 percent pass-through effect to import and consumer prices four quarters ahead, respectively. This, among other things, suggests that exchange rate pass-through in Indonesia declines along the price chain, and partly overturns the conventional wisdom in the literature that ERPT is always considerably higher in developing and emerging economies than in developed economies. Although pass-through effect is envisaged to increase with greater integration of the economy into the global world in future, but, the fact that it was found to be incomplete implies that prices react less proportionately to exchange shock in Indonesia and this is very useful to policymakers, especially in the design and implementation of monetary policy

**Key words:** Exchange Rate Pass Through · Prices · Inflation Targeting · VECM · Monetary Policy

---

## INTRODUCTION

In many open economy countries the nominal exchange rate was often used as a way of bringing down inflation (Edwards, 2006). With the more widespread adoption of a floating exchange rate regime, the adoption of inflation targeting is then at the center of monetary policy discussions. Many hope that it will prove to be an effective way to improve policy performance of the emerging countries, as in developed countries, most of which adopted inflation targeting in the early 1990s. (Bernanke, Ben S., Laubach, Thomas, Mishkin, Frederic S., and Adam S. Posen. 1999.)

For Indonesia, a major change in the conduct of monetary policy in the aftermath of the crisis was the new Bank Indonesia Act (No 23/1999 as amended by Act No 3/2004) that gave full autonomy to Bank Indonesia (BI) in the formulation and implementation of monetary and banking policies. As stipulated in

the new Act, the main objectives of BI are to achieve and maintain the stability of the rupiah – meaning low and stable inflation, and stable exchange rates. Since the beginning of 2000, BI has adopted inflation targeting as the monetary policy framework. The monetary policy framework is not a formal inflation targeting (IT) framework, but rather one with an explicit inflation target. To achieve this target, BI is still using base money as the operational target (policy instrument), at the same time monitoring various aggregates as well as interest rates (Alamsyah et. al., 2001; McLeod, Ross H., 2003).

Since July 2005, BI implemented a new and enhanced inflation-targeting regime to strengthen price stability by using an interest rate adjustment as its operational target comprising the following elements: (1) The bank of Indonesia would use the BI rate as a reference rate to control the money supply replacing the base money operational target, (2) The monetary policymaking process would be forward looking, and

(3) communications strategy would be more clear and transparent. (Bank Indonesia, 2005). (4) The implementation of the free-floating exchange rate system implies that the exchange rate of the Rupiah is determined solely by the market forces. In order to maintain a stable exchange rate, Bank Indonesia follows occasionally the sterilization policy in foreign exchange market, especially during an uneven variation of exchange rate.

For an open economy such as Indonesia, the exchange rate affects inflation in a substantial way. For example, exchange rate depreciation raises inflation, reflecting the pass-through effect of higher import prices as well as expanded aggregate demand via higher net exports. Besides, the public monitors exchange rate movements every day, so that the behavior of the exchange rate could simply be regarded as a key indicator of central bank performance.

According to BI, the IT framework still focuses on inflation, and meeting the inflation target is a priority. Exchange rate movements and their determinants are closely monitored. If an exchange rate depreciation is the result of changing portfolios, tighter monetary policy is implemented to prevent higher inflation. But if the depreciation is the result of a terms-of trade shock, an easier monetary policy is implemented.

Thus, Indonesians argue that it is difficult to include the exchange rate in the policy rule without reviewing the factors behind the changes in the exchange rate. In this respect, BI excludes the exchange rate from its monetary policy response, but regards the exchange rate as one variable in the information set to monitor and evaluate before decisions are made on the required interest rate response.

Under the standard inflation targeting framework, interest rate response is the main instrument to achieve the inflation target. A fully flexible exchange rate is usually adopted as a shock absorber for external shocks to the domestic economy. The monetary response to the pass-through effects of the exchange rate on the domestic economy, including achievement of the inflation target, is based primarily on interest rate policy (Warjiyo, 2013).

For a small open economy like Indonesia, however, exchange rate movement does not always reflect fundamental value. This is particularly so since the onset of global crisis in 2008. Volatile capital flows, increasing risk appetite among global investors, and news on the progress of crisis resolution in the

advanced countries may give rise to increasing exchange rate volatility beyond the fundamental. Exchange rate overshooting is often amplified by a relatively shallow and inefficient domestic foreign exchange market. Excessive exchange rate movement has detrimental impact on the domestic economy as well as on monetary and financial stability, and thus, managing the exchange rate cannot be based solely on manipulating interest rates.

The increased openness of most developed, developing, and emerging economies and the incidence of large fluctuations in nominal exchange rates in the aftermath of global financial crisis in 2008 have led to a need for a better understanding of the determinants of the transmission of exchange rate changes into import prices (Gagnon, 2004; Burnstein, Eichenbaum, and Rebelo, 2007).

A key channel for the international transmission of inflation and economic cycles is from exchange rate movements to domestic prices, known as exchange rate pass-through (ERPT). The effects of ERPT are felt significantly on inflation dynamics and these fluctuations also influence many other macroeconomic variables via different channels with different magnitudes in developing countries. This makes the ERPT an important consideration with respect to monetary policy, particularly in response to an exchange rate shock. Additionally, the understanding of how nominal exchange rate changes are reflected in domestic prices of goods and services provides elements to analyze the transmission mechanism of monetary policy on real exchange rate behavior, and hence on the real sector of the economy.

There are three reasons why understanding of exchange rate pass-through is of extreme importance. First, the degree of exchange rate pass-through has important implication for “expenditureswitching” effects from the exchange rate. In other words, a low degree of exchange rate pass-through would make it possible for trade flows to remain relatively insensitive to changes in exchange rates, though demand might be highly elastic. Second, the knowledge of the degree and timing of passthrough are essential for the proper assessment of monetary policy transmission on prices as well as for inflation forecasting. The third is that the adoption of inflation targeting requires knowledge of the size and speed of exchange rate pass-through into inflations (Aron, Janine, Ronald Macdonald, and John Muellbaue, 2014).

In Indonesia, the emphasis on knowing the exchange rate pass-through is underpinned by the fact

that the Indonesian economy is external sector driven such that shocks from global commodity markets have serious implications on the economy. In addition, the need to make the external sector competitive through appropriate exchange rate adjustment has made the study of exchange rate pass-through in Indonesia imperative.

Although empirical evidences have shown that the transmission is not unitary, the main objective of the paper is to determine the magnitude and length of exchange rate pass-through on domestic and import prices in Indonesia on the basis of vector error correction model using quarterly observations from 2005:Q1 to 2017:Q4. The rest of the paper is divided into five sections. Following the introduction is section two which presents review of related literature on exchange rate pass-through and a recap of major developments in exchange rate management in Indonesia. Section three focuses on methodology of the paper while the penultimate section analyzes the empirical results. The final section contains conclusions and policy recommendations of the paper.

## METHODOLOGY

The literature is replete with a number of estimation techniques on the issues of exchange rate pass-through using Eviews 9 software. In this study, we apply the vector error correction methodology to answer the problems that have been stated at the beginning by using time series data if the data used is stationary and there is cointegration whereas if the data used stationary but there is no cointegration in it then this research will use VECM model.

### Data Description

Monthly data was collected all the series from 2005:07 to 2017:03 on the Indonesian economy. In all, seven variables were used in the regression in the baseline VECM. These include an exchange rate variable (*er*), an oil price index (*oilp*), an import price index (*imp*), an index for openness of the economy (*opn*), an output (*y*), a consumer price index (*cpi*), and a producer price index (*ppi*). The exchange rate variable is measured in nominal terms where the rate reflects the value of the Indonesia in terms of the United States (US) dollar earned from selected foreign exchange middle rates against rupiah at Bank Indonesia. The Wholesale price index was used as a proxy for the import price in

Indonesia while average of crude oil prices was used as a proxy for international oil price.

Data was obtained from Bank Indonesia and Commodity Markets Outlook from a world bank quarterly report for the two variables, respectively. Openness index was measured as the ratio of country's total trade, the sum of exports plus imports, to the country's gross domestic product =  $(\text{Exports} + \text{Imports}) / (\text{Gross Domestic Product})$ . *Y* stands for GDP and was taken in nominal terms. Consumer price index is the composite price index for all commodities while producer price index is the price index that measures the average changes in prices received by domestic producers for their output and all were obtained from Indonesian Economic and Financial Statistics of Bank Indonesia and The Principal Global Indicators (PGI) dataset provides internationally comparable data for the Group of 20 economies (G-20).

While the exchange rate and the three price variables, *imp* and *cpi* are instrumental in the analysis, the output variable, oil price and the degree of openness are included, as rationalized in the literature, to capture effects on the real and external sectors of the economy. This is because the role of oil is very important as the fuel that drives the economy. Oil is a major commodity in the modern economy. The overall economic and industrial activity depends on the stability of oil prices. Indonesia as one of the world's crude oil producing countries has a great dependence on oil price fluctuations. Lastly, all the variables are in a logarithm transformation so as to infer elasticities explanation from the results.

The empirical analysis starts by checking the time series properties of the variables using the Augmented Dickey Fuller (ADF) and Phillip Perron (PP) tests to establish the order of integration of the series before embarking on the cointegration tests. The stationarity of a data is very important in the use of data analysis. This becomes necessary in order to avoid the incidence of spurious regression estimates. Economically speaking, cointegration of two or more variables implies a long-term or equilibrium relationship among them, given by their stationary linear combination (cointegrating equation).

Then determine the optimum lag to be used in impulse responses and variance decomposition methods. The impact of an economic policy like monetary policy usually does not directly affect economic activity but it takes time (Gujarati, 2012). Optimal lag length determination can be done using the available information criteria. The selected lag

candidate is the length of the lag according to the criteria of Akaike Information Criterion (AIC) and Schwartz Criterion (SC). The optimum lag in this study will be found on the model specification which gives the minimum SC value.

The VECM model is used in non structural VAR models when time series data is not stationary at the level, but stationary in different data and cointegrated to indicate a theoretical relation between variables. The existence of this cointegration then VECM model which is a non structural VAR model is called VAR model terestriksi. The economic model in this study is as follows:

$$Er = f ( loilp, limp, lopn, lgdp, lcpi, lppi)$$

Where: exchange rate variable (Er), an oil price index (oilp), an import price index (imp), an index for openness of the economy (opn), an output (y), a consumer price index (cpi), and a producer price index (ppi).

All things being equal, a rise in the crude oil prices positively affects oil receipts in the Indonesian economy and accretion to foreign reserve, and cause appreciation in the level of the exchange rate. Higher import prices, especially in import dependent economy, greater openness of the economy and a rise in consumer price index all cause depreciation of the exchange rate, while a rise in the level of productivity and higher money market interest rate result in appreciation of the exchange rate.

## RESULTS AND DISCUSSION

This section presents the empirical results of the stationarity tests, the Johansen cointegration test and the vector error correction results. This model consists of seven variables which was explained in Methodology section. In addition, relevant tests of significance and overall efficiency of the models were carried out.

### Unit Root Tests

Table 1 presents the empirical results of the Augmented Dickey Fuller and Phillip-Perron tests. The regressions were run for all the series at both level and first difference and with constant and trend in the equation. While on the one hand the appropriate lag level applied in the stationarity or unit root test follows the SIC

criterion, the AIC and Cholesky criterion were adhered to in the selection of the lag length and ordering of the variables, respectively.

From Table 1 below, the results show that all the variables are characterized by unit root. Meaning, at level, we fail to reject the null hypothesis of a unit root except. At first difference, however, the results tell us to reject the null hypothesis of a unit root, which says the variables are stationary at the 1 percent level of significance. The only exception is the case Ly, which is stationary at the 5 percent level using ADF test. The results from the two tests, that is, the ADF and PP tests, besides agreeing on the level at which the variables attain stationarity, yield very close *t*-statistic values for the test, sometimes as close as the same.

**Table 1. Unit Root Tests using Augmented Dickey Fuller and Phillips-Perron tests**

Model	Level		First Difference	
	ADF Test	PP Test	ADF Test	PP Test
Ler	0.74	0.67	-10.61*	-10.63*
Loilp	-0.31	-0.29	-7.71*	-7.77*
Limp	-0.64	-0.54	-10.92*	-38.23*
Lopn	0.80	1.39	-3.44*	-6.94*
Ly	1.75	9.15	-1.38**	-4.65*
Lcpi	-0.12	-0.12	-12.25*	-60.67*
Lppi	4.39	4.09	-6.52*	-9.24*

Test critical value :

\* indicates significance at 1 percent level using MacKinnon critical values

\*\* indicates significance at 5 percent level using MacKinnon critical values

Note: Lag length was chosen in line with the Schwarz information criterion which imposes a larger penalty for additional coefficients.

### Optimum Lag Test Results

After that, Optimum lag determination or optimal slowness length is a step before making VAR / VECM estimation by testing optimum lag to get good result because lag of endogenous variable in system equation will be used as exogenous variable. In this study, the optimum lag determination will be selected through the selection of the smallest Akaike Information Criterion (AIC) value. Optimum lag is required before testing the decomposition variance and impulse responses function. test results presented in Table 2.



**Table 2. Lag Optimum Test**

<i>Selection Criteria</i>	<i>Lag</i>
Akaike Information Criterion	8

This shows that independent variables affect the dependent variable for 8 months.

### Cointegration tests and VECM Results

The next step is the cointegration test results presented in Table 3. The results suggest the existence of four and three cointegrating equations based on the trace and maximum eigenvalue statistics at the 5 percent level. The Osterwald-Lenum critical values were applied. The emergence of more than one cointegrating equations is expected given that the models include at least two variable, which is stationary at level and, another one, which although stationary at first difference is, however, at a lower level of confidence, that is, at 5 percent level.

The unit root tests and indeed the Johansen cointegration tests provide strong evidence of possible long-run equilibrium relationships among the variables in our model. Under this circumstance, favoring a VAR in level or first differences, as opposed to VECM may lead to misspecification because cointegration is established. More so, our analysis focuses on the long-term equilibrium relationships as opposed to the short-term dynamics. It has been argued in the literature, that neither the estimation of VAR in levels nor the VECM specifications are exempt from problems (see, e.g., Favero, 2001, Ca' Zorzi, Hahn and Saez, 2007). For instance, the VECM would yield inconsistent estimates if the wrong cointegration vector is imposed on the model. Hence, in our analysis of the vector of  $\beta$  coefficients of the VECM model below, although other cointegrating equation were scrutinized, the most consistent and significant results come the first cointegrating equation.

**Table 3: Cointegrating Relations**

Hypothesized No. of CE(s)	Trace Statistic	Critical Value [Trace] at 5%	Max-Eigen Statistic	Critical Value [Trace] at 5%
None **	186.14	125.61	46.37	46.23
At most 1 **	139.76	95.75	40.65	40.07

At most 2 **	99.10	69.81	38.86	33.87
At most 3 **	60.24	47.85	29.35	27.58
At most 4 **	30.88	29.79	19.79	21.13

Notes: the variables included in the regressions are: exchange rate, oil price index, index of openness, import price index, gross domestic product, consumer price index and producer price index, Lag length=8 (determined by AIC criterion). The linear trend assumption is: Intercept + trend in CE, Significance level: \* = 5 % in line with Osterwald-Lenum critical values.

Table 4 provides a summary of the results of the exchange rate pass-through model in terms of their cointegrating vector coefficient, that is, ( $\beta$ ) Appropriate lag length was selected based on the AIC criteria.

**Table 4: Results of Co-integration Analysis by using optimum lag 8**

	<b>C. Vector</b>	<b>Error Correction (-1)</b>	<b>Error Correction (-2)</b>
Ler	1.0000	0.163 [ 1.366]	-0.347* [-2.688]
Loilp	7.032* [ 3.59]	-0.039 [-0.667]	0.064 [ 1.167]
Limp	0.373 [ 0.65]	0.009 [ 1.642]	-0.002 [-0.393]
Lopn	-35.31* [-4.33]	0.443* [ 2.602]	-0.232 [-1.217]
Ly	-7.501** [-2.63]	0.857* [ 2.069]	-0.450 [-1.051]
Lcpi	-3.207* [-3.66]	-0.005 [-0.385]	-0.008 [-0.649]
Lppi	-4.190 [-1.50]	-0.517* [-2.805]	-0.430* [-2.084]

The relationship of variables contained in the results can be said to be significant if  $t_{arithmetic} > t_{table}$  (at level 10%,  $t_{table} = 1.67412$ ; at level 5%,  $t_{table} = 2.00575$ ; At level 1%,  $t_{table} = 2.67182$ ).

Results show that all variables enter significantly well in the long-run vector in the model except the limp and lppi, which although is correctly signed, is insignificant statistically. Import price variable is not significant in long term or short term using VECM test while variable of producer price index is significant in short term although insignificant in long term. Changes in openness and gdp were found to have more adverse effect on the level of exchange rate than any of the variables in the model.

Meanwhile, we test the nature of causality among the selected macroeconomic variable using the VECM Granger's causality test. While the pairwise test tests the degree of causality among two variables, the block exogeneity excludes the influence of all other endogenous variables in the VECM other than the lag of dependent variable under consideration. Of particular importance from the analysis is the strong causality/dependence of exchange rate to oil price and openness index.

### Impulse Response Functions and Variance Decompositions

In this section we present the results of impulse response and variance decomposition functions over different horizons. Impulse response functions, on the one hand, trace the effect of a shock emanating from an endogenous variable to other variables in the VECM while variance decompositions, on the other hand, provide information about the relative importance of each random innovation in affecting the variables in the VECM.

Table 5 displays the response of the effects of oil price index, impor price index, degree of openness, output, consumer price index, producer price index and exchange rate to a one percent exchange rate shock (an increase corresponds to a depreciation in the exchange rate), after 2, 4, 6 and 8 months

**Table 5. Impulse Response Functions**

	After			
	2 months	4 months	6 months	8 months
Ler	0.022	0.018	0.021	0.016
Loilp	-0.003	-0.006	-0.004	0.0002
Limp	0.003	0.007	0.007	0.0027
Lopn	0.005	0.006	0.0008	0.0054
Ly	0.004	0.004	0.008	0.0126
Lcpi	-7.510	-0.007	-0.010	-0.0097
Lppi	-0.007	-0.010	-0.005	0.0034

The results further show that exchange rate pass-through to exchange itself is high, persistent and significant compared with the other variables. This implies that exchange rate depreciation leads to further depreciation in the exchange rate. IRF test results show the response of all variables in case of shock at the exchange rate. Overall, all of domestic price index which are oil price index, consumer price index, and producer price index negatively if shock occurs at the exchange rate whereas import, openness

index, and GDP respond positively to shock occurrence at exchange rate.

Table 6 Provides information about contribution (percentage) of variance variables of oil price index, impor price index, degree of openness, output, consumer price index, producer price index and exchange rate to the change of exchange rate variable after 2, 4, 6 and 8 months.

**Table 6. Results of Variance Decomposition: How much does Exchange Rate explain?**

	After			
	2 months	4 months	6 months	8 months
SE	0.034	0.046	0.062	0.070
Ler	89.435	71.210	67.231	64.095
Loilp	0.983	3.428	2.893	2.317
Limp	1.130	3.467	4.710	3.927
Lopn	2.215	3.243	2.218	2.754
Ly	2.0001	3.335	5.838	9.626
Lcpi	0.0004	2.507	8.725	10.030
Lppi	4.234	12.807	8.381	7.248

Results from the variance decomposition presented in Table 6 show that contemporaneously, exchange rate accounts for 100 percent of its variance. This declines to 64.095 percent in the short term. While the influence of GDP and CPI increase from 2 and 0.0004 percent in the short term to 9.6 and 10 percent, relatively. While the other variables have a fluctuation trend over the period given.

### CONCLUSION

This paper examines the degree of exchange rate pass-through to prices in Indonesia since inflation targeting has been adopted formally by Bank Indonesia (BI) in July 2005 to March 2017 on the basis of vector error correction model. The paper set out by checking the time series properties of the variables to avoid incidence of spurious regression and conducts a cointegration test based on the Johansen framework. On the basis of Augmented Dickey Fuller and Phillip Perron Test, the hypothesis of unit root was rejected for all the variables at first difference and a stable long run equilibrium relationship.

Furthermore, cointegration test reveals strong long-run cointegration between exchange rate and the key variables, in particular, oil price, import price and short term interest rate. Using the impulse response function and variance decomposition, we establish the

degree of ERPT to import and consumer prices in the paper to be incomplete, persistent and significant. ERPT was found to be higher in import prices than *cpi* and this suggests that pass through declines along the pricing chain in Indonesia. Exchange rate to exchange rate response was found also to be relatively strong and situates well within the perimeter of empirical findings.

The findings of the paper are relevant to BI given its task of achieving a stable exchange rate system through appropriate intervention in the market and efficient management foreign reserves. Furthermore, price stability being single objective of the Bank Indonesia could be achieved if the pattern of exchange rate pass through is clearly and correctly identified. Incomplete pass-through implies that price agents in the market only transfer a part not all of the effect of exchange rate depreciation to consumers. As we approach the long run, however, and given the continuous increase in the share of imports in total trade and the integration of the economy into the global world, the pass-through effect is bound to increase in the future.

## REFERENCES

- Alamsyah, Halim, Charles Joseph, Juda Agung and Doddy Zulverdy (2001): "Towards implementation of inflation targeting in Indonesia", *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, vol 37, no 3.
- Aron, Janine, Ronald Macdonald, and John Muellbaue. 2014. Exchange Rate Pass-Through in Developing and Emerging Markets: A Survey of Conceptual, Methodological and Policy Issues, and Selected Empirical Findings. *The Journal of Development Studies*, Volume 50, 2014, Pages 101-143.
- Bank Indonesia (2007), "2006 Economic Report on Indonesia", available at <http://www.bi.go.id/web/en/Publikasi/Laporan+Tahunan/Laporan+Perekonomian+Indonesia/>
- Bank Indonesia (2005), "Foreign exchange intervention and policy: Bank Indonesia experiences", in BIS Papers No. 24 (May), "Foreign exchange market intervention in emerging markets: motives, techniques and implications".
- Barhoumi, K. 2007 "Exchange Rate Pass-Through and Structural Macroeconomic Shocks in Developing Countries: An Empirical Investigation", GREQAM, Banque de France, Online at <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/6573/>
- Bernanke, Ben S., Laubach, Thomas, Mishkin, Frederic S., and Adam S. Posen. 1999. *Inflation Targeting: Lessons from the International Experience*, Princeton, Princeton University Press.
- Burstein, Ariel, Martin Eichenbaum, and Sergio Rebelo 2007. "Modeling Exchange Rate Pass-through after Large Devaluations", *Journal of Monetary Economics*, vol. 54 (March), pp. 346-68.
- Campa, J. and Goldberg, L. (2004) "Exchange Rate Pass-Through into Import Prices", *CEPR Discussion Paper No. 4391*.
- Ca' Zorzi, Michele, Elke Hahn and Marcelo 2007. EXCHANGE RATE. PASS-THROUGH IN. EMERGING MARKETS. ECB Working Paper No. 739. MARCH 2007.
- Fane, G. (2005) "Post crisis monetary and exchange rate policies in Indonesia, Malaysia and Thailand" *Bulletin of Indonesian Economic Studies* 41, 175-195.
- Favero, Carlo A. (2001) *Applied Macroeconomics*. Oxford University Press
- Gagnon, J. and Ihrig, J. 2004 "Monetary Policy and Exchange Rate Pass-Through", *International Journal of Finance and Economics*, 9, 315-338.
- Gujarati, Damodar 2012. *Econometrics By Example*. PALGRAVE MACMILLAN.
- Hahn, E. 2003 "Pass-Through of External Shocks to Euro Area Inflation", *European Central Bank Working Paper No. 243*.
- Ito, T and K Sato (2006), "Exchange Rate Changes and Inflation in Post-Crisis Asian Economies: VAR Analysis of the Exchange Rate Pass-Through", RIETI Discussion Paper Series 06-E-018.
- Laflechell, Therese 1996 "The Impact of Exchange Rate Movements on Consumer Prices", *Bank of Canada Review*, Winter, 1996-1997, 21-32.
- McLeod, Ross H. (2003) "Toward Improved Monetary Policy in Indonesia. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, Vol. 39, Issue. 3.
- Peter Rowland (2003) "Exchange Rate Pass-Through to Domestic Prices: The Case of Colombia, Banco de la Republica, [prowland@banrep.gov.co](mailto:prowland@banrep.gov.co)
- Romer, D. 1993, Openness and Inflation: Theory and Evidence, *Quarterly Journal of Economics*, 4, 869-903.

Sahminan, S (2005), "Exchange Rate Pass-Through into Import Prices in Major Southeast Asian Countries", Bank Indonesia Working Paper XX/2005.

Warjiyo, P (2005), "Changing Perspectives on Exchange Rates: Theory and Policy Implications", Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan,

Desember 2005, pp. 269-289.

Warjiyo, P (2013) Indonesia: stabilizing the exchange rate along its fundamental, BIS Papers No 73 Market volatility and foreign exchange intervention in EMEs: what has changed? *Bank for International Settlements 2013*.

# Identifikasi Potensi Implementasi Inovasi Layanan Keuangan Digital (LKD) dalam Pengembangan UMKM di Provinsi Lampung

Yoke Muelgini dan Ria Pujianti

University of Lampung , Indonesia

**Abstract:** UMKM memegang peran yang krusial dalam upaya meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat di Lampung. Pada tahun 2015, jumlah UMKM di Provinsi Lampung mengalami penurunan terbesar di luar Pulau Jawa (Badan Pusat Statistik, 2016), sehingga Pemerintah mengupayakan peningkatan daya saing UMKM melalui peningkatan pembayaran baik dari bank maupun non bank (Peraturan Menteri No.4 Tahun 2015). Namun, berdasarkan data *Financial Literacy* Bank Indonesia (*Financial Literacy Baseline Survey*, 2014), di Indonesia akses masyarakat terhadap layanan perbankan masih sangat rendah yang diakibatkan oleh kendala infrastruktur dan kondisi alam. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, Bank Indonesia melakukan inovasi dengan menyelenggarakan Layanan Keuangan Digital (Bank Indonesia, 2016). Tujuan indentifikasi ini adalah untuk (1) Mengukur variabel-variabel yang menentukan potensi suatu daerah dan menentukan prioritas daerah yang berpotensi untuk mengimplementasikan inovasi LKD di Provinsi Lampung. (2) Mengidentifikasi potensi internal suatu wilayah melalui *basic sector* dan *non basic sector* dan mengetahui sejauh mana optimasi penggunaan sektor ekonomi potensial pada daerah potensial di Provinsi Lampung yang dijalankan oleh sektor UMKM. (3) Mengetahui pola dan struktur pertumbuhan setiap sektor ekonomi pada daerah potensial di Provinsi Lampung dalam mengukur prospek pertumbuhan ekonomi daerah yang dijalankan oleh sektor UMKM. Berdasarkan hasil AHP diketahui daerah Lampung Tengah, Pesisir Barat, Lampung Selatan, Bandar Lampung, dan Mesuji sebagai wilayah di provinsi Lampung yang diprioritaskan pengimplementasian LKD. Hasil perhitungan *Location Quotient* (LQ) menunjukkan bahwa terdapat 3 sektor potensial di Lampung Tengah, 4 sektor potensial di Pesisir Barat, 5 sektor potensial di Lampung Selatan, 7 sektor potensial di Bandar Lampung, dan 2 sektor potensial di Mesuji. Hasil analisis *Klassen Typology* dan HP Filter menunjukkan bahwa di Lampung Tengah ketiga sektor telah termasuk dalam sektor maju dan tumbuh pesat dan memiliki nilai aktual yang melebihi nilai potensialnya, di Pesisir Barat 2 sektor termasuk sektor maju dan tumbuh pesat sedangkan 2 sektor lainnya termasuk dalam sektor maju namun tertekan dan keseluruhan sektor memiliki nilai aktual melebihi nilai potensialnya. Di Lampung Selatan 2 sektor termasuk sektor maju dan tumbuh pesat dan 3 sektor lainnya termasuk dalam sektor maju namun tertekan dan 2 sektor memiliki nilai aktual melebihi nilai potensialnya, 2 sektor telah berada dalam kisaran nilai optimum, dan 1 sektor berada dibawah nilai potensial. Di kota Bandar Lampung 3 sektor termasuk sektor maju dan tumbuh pesat dan 4 sektor lainnya termasuk dalam sektor maju namun tertekan, dan di Mesuji 1 sektor termasuk dalam sektor maju dan tumbuh pesat sedangkan 1 sektor lainnya termasuk dalam sektor maju namun tertekan.

## LATAR BELAKANG

Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan hal yang sangat krusial bagi perekonomian Indonesia, mengingat sektor UMKM yang memiliki peranan penting dalam memperkuat dan mendorong pertumbuhan perekonomian Indonesia. saat ini UMKM telah berperan dan berkontribusi cukup besar bagi perekonomian

Indonesia diantaranya sebagai penyedia lapangan kerja terbesar yaitu sebesar 97,2%, menyumbang sekitar 56,5% pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) Tahun 2012, serta pelaku usaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi yang menguasai seluruh aktivitas perekonomian rakyat Indonesia (Peraturan Menteri Koordinator Bidang Perekonomian No. 4 Tahun 2015).

Winarni (2006) dan Situmorang (2008)



mengungkapkan bahwa terdapat beberapa permasalahan pada UMKM di Indonesia, yaitu kurang permodalan, kesulitan pemasaran, struktur organisasi sederhana dengan pembagian kerja tidak baku, kualitas manajemen rendah, SDM yang terbatas dan berkualitas rendah, kebanyakan tidak memiliki laporan keuangan, aspek legalitas rendah, dan rendahnya kualitas teknologi. Melihat permasalahan tersebut, Pemerintah dalam Peraturan Menteri No.4 Tahun 2015 mengupayakan peningkatan daya saing UMKM melalui program peningkatan akses pembiayaan pada perbankan maupun Lembaga Jasa Keuangan Non Bank. Di berbagai negara berkembang, keuangan mikro (*Microfinance*) telah berperan penting dalam pengurangan kemiskinan dan kerentanan di masa kontijensi dan guncangan ekonomi (Micu, 2010).

Di Indonesia, berdasarkan survei *Financial Literacy Bank Indonesia* pada tahun 2014 hanya 40% penduduk dewasa yang telah melakukan perencanaan dan pengelolaan keuangan untuk kebutuhan rumah tangganya, selain itu hanya 35% yang merupakan nasabah bank dan menggunakan produk dan jasa bank dan sisanya tidak aktif lagi sebagai nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa masih rendahnya akses masyarakat Indonesia terhadap layanan perbankan.

Keterbatasan infrastruktur, kondisi alam, dan distribusi penduduk yang berpengaruh terhadap perhitungan skala ekonomis operasional menjadi kendala bagi bank dalam memberikan pelayanan terutama di daerah-daerah terpencil. Di Pulau Sumatera hanya terdapat 715 kantor cabang bank beroperasi dan 60 kantor cabang bank di Provinsi Lampung pada Oktober 2015. Dalam mengatasi masalah rendahnya akses layanan perbankan, terutama bagi masyarakat *unbanked* dan *underbanked*, Bank Indonesia melakukan inovasi dengan menyelenggarakan Layanan Keuangan Digital (LKD) atau dahulu dikenal sebagai *branchless banking*.

Layanan Keuangan Digital (LKD) merupakan cara efektif bagi masyarakat untuk mengakses layanan perbankan melalui penurunan penyediaan biaya penyediaan jasa bagi bank dan biaya transaksi dengan menggunakan sarana teknologi digital seperti seluler atau web melalui pihak ketiga. Berdasarkan kondisi infrastruktur dan keadaan alam Indonesia yang sulit memungkinkan bank-bank dapat diakses di seluruh daerah, maka Layanan Keuangan Digital (LKD) dapat menjadi solusi mengingat teknologi digital yang sudah menjadi kebutuhan masyarakat Indonesia saat ini, sehingga hal tersebut mampu mendorong pertumbuhan ekonomi nasional.

## METODOLOGI

### 1. Strukturisasi Model dan Penentuan Kriteria Utama Penelitian

**Metode** kegiatan dalam pengabdian ini dilaksanakan melalui beberapa tahap: Pertama, Menganalisis Potensi Daerah Dalam Pengimplementasian LKD dengan menggunakan AHP melalui tahap sebagai berikut: 1. Strukturisasi Model dan Penentuan Kriteria Utama Penelitian dengan menggunakan kriteria berdasarkan lima dimensi sebagai berikut: 1) Dimensi Penetrasi, yaitu peningkatan akses layanan keuangan (a) Bank dan (b) Mobile Phone. 2) Dimensi Penggunaan dengan menggunakan dua layanan bank, yaitu indikator kredit dan tabungan. 3) Dimensi Ketersediaan Layanan LKD untuk mengetahui ketersediaan layanan berupa ketersediaan Point of Service (PoS) dari bank, seperti kantor cabang, ATM, dan kemampuan dalam melayani masyarakat daerah tersebut. 4) Dimensi Aktivitas Ekonomi melalui PDRB daerah dan nilai komponen penyusun PDRB dengan pendekatan pendapatan, pengeluaran, dan 9 sektor produksi. 5) Dimensi Infrastruktur yang meliputi transportasi (jalan dan angkutan umum), telekomunikasi (provider, sinyal, dan blank spot), serta ketersediaan unit ekonomi lokal (toko kelontong, minimarket, dll) yang berpotensi menjadi agen LKD.

Setelah strukturisasi model dan penentuan kriteria utama maka selanjutnya ditentukan bobot untuk setiap kriteria utama. Bobot kriteria utama dalam penelitian ini didasarkan pada *expert judgment* Bank Indonesia yang diperoleh berdasarkan kuisioner.

**Kedua**, mengukur Sektor Ekonomi Potensial, Optimalisasi Penggunaan, serta Pola dan Struktur Pertumbuhan masing-masing Sektor Ekonomi sebagai tindak lanjut pengembangan daerah dan UMKM yang berkelanjutan dengan menggunakan metode Location Quotient (LQ) metode Hedrick Prescott Filter (HP Filter). Penggambaran pola dan struktur pertumbuhan masing-masing sektor ekonomi digunakan metode analisis Klassen Typology.

### 2. Sintesis Penilaian

Sintesis penilaian diperoleh dari hasil pengolahan data sekunder yang menjadi data input untuk setiap parameter pada kriteria utama penelitian dalam ruang lingkup 15 Kota dan Kabupaten di Provinsi Lampung.

Setiap variabel dan konstanta dihitung berdasarkan formula untuk penilaian terhadap setiap dimensi identifikasi potensi daerah dalam pengimplementasian LKD. Berikut adalah formula yang digunakan:

### a) Dimensi Penetrasi

- ▶  $\text{Jumlah Populasi Banked} = \frac{\text{Jumlah Rekening}}{\text{Jumlah Penduduk Dewasa}}$
- ▶  $\text{Telco} = \frac{\text{Jumlah Pemilik Telepon Genggam}}{\text{Jumlah Populasi Unbanked Adult}} = 0,647 \times \text{Jumlah Penduduk Dewasa}$

### b) Dimensi Penggunaan

- ▶  $\text{Kredit} = \frac{\text{Jumlah Kredit}_{\text{nominal}}}{\text{PDRB}_{\text{harga berlaku}}}$
- ▶  $\text{Tabungan} = \frac{\text{Jumlah Tabungan}_{\text{nominal}}}{\text{PDRB}_{\text{harga berlaku}}}$

### c) Dimensi Ketersediaan Layanan

- ▶  $\text{Kantor Cabang} = \frac{\text{Jumlah Kantor Cabang}}{1000 \text{ Penduduk Dewasa}}$  dan  $\frac{\text{Jumlah Kantor Cabang}}{1000 \text{ km}^2}$
- ▶  $\text{ATM} = \frac{\text{Jumlah ATM}}{1000 \text{ Penduduk Dewasa}}$  dan  $\frac{\text{Jumlah ATM}}{1000 \text{ km}^2}$
- ▶ Jumlah BPR dan Koperasi Simpan Pinjam

### d) Dimensi Aktivitas Perekonomian

- ▶ Total PDRB Kabupaten/Kota dilengkapi besaran nilai komponen penyusunan PDRB baik dari pendekatan pendapatan, pengeluaran, maupun 9 sektor.

### e) Dimensi Infrastruktur

- ▶ Kemudahan Transportasi : Panjang Jalan Aspal Kabupaten/Kota
- ▶ Kemudahan Telekomunikasi : Jumlah Menara Seluler Kabupaten/Kota
- ▶ Ketersediaan Unit Ekonomi Lokal yang Berpotensi Menjadi Agen LKD

Hasil perhitungan selanjutnya diolah lebih lanjut dengan metode *pariwise comparison* pada strukturisasi model *Analytical Hierarchy Process* (AHP).

## A. Mengukur Sektor Ekonomi Potensial, Optimasi Penggunaan, serta Pola dan Struktur Pertumbuhan masing-masing Sektor Ekonomi

Setelah daerah potensial pengembangan LKD diketahui, maka selanjutnya dilakukan pengidentifikasian lanjutan terhadap sektor ekonomi potensial dan melihat optimisasi penggunaan sektor potensial tersebut serta pola dan struktur dari sektor ekonomi tersebut sebagai tindak lanjut pengembangan daerah dan UMKM yang berkelanjutan.

### 1. Sektor Ekonomi Potensial Suatu Daerah

Dalam mengidentifikasi potensi internal suatu daerah yaitu sektor-sektor yang termasuk dalam *basic sector* maupun *unbasic sector* digunakan perhitungan metode *Location Quotient* (LQ).

## 2. Pola dan Struktur Pertumbuhan Sektor Ekonomi

Dalam melihat gambaran pola dan struktur pertumbuhan masing-masing sektor ekonomi digunakan metode analisis *Klassen Typology*. Berikut merupakan pola *Klassen Typology* dalam penelitian ini.

### A. Statistik Deskriptif dalam Menganalisis Potensi Daerah Dalam Pengimplemen tasian LKD

Kajian identifikasi potensi daerah dalam rangka pengimplementasian Layanan Keuangan Digital (LKD) dan pengembangan UMKM di Provinsi Lampung menggunakan metode AHP sebagai metode pengolahan data 15 Kabupaten/Kota yang berada di Provinsi Lampung. Selanjutnya pada bab ini penulis akan melaksanakan analisis dan pembahasan pengolahan data yang diperoleh dari berbagai sumber tersebut.

### 1. Analisis Hasil Asesmen Kabupaten/Kota dalam Dimensi Penetrasi

Analisis Dimensi penetrasi digunakan untuk mengukur kemampuan jasa keuangan formal dapat dinikmati dan dimanfaatkan oleh penduduk dewasa di setiap Kabupaten/Kota yang berada di Provinsi Lampung. Dalam pengukuran Dimensi penetrasi digunakan tiga parameter yaitu: (1) Jumlah rekening bank; (2) jumlah pengguna telepon genggam; (3) jumlah penduduk dewasa yang belum terhubung dengan bank (*Unbanked People*).

Berikut merupakan grafik hasil pengolahan data tiga parameter Dimensi penetrasi menggunakan metode AHP.

### 2. Analisis Hasil Asesmen Kabupaten/Kota dalam Dimensi Penggunaan

Dimensi penggunaan digunakan untuk mengukur tingkat utilitas layanan keuangan yang dinikmati dan dimanfaatkan oleh penduduk usia dewasa yang telah memiliki rekening bank di setiap Kabupaten/Kota di Provinsi Lampung. Semakin tinggi akses layanan keuangan kepada masyarakat di setiap Kabupaten/Kota Provinsi Lampung maka hal ini mampu menunjukkan bahwa semakin meningkatnya pengguna layanan keuangan (banked) di setiap Kabupaten/Kota

Provinsi Lampung. Dalam pengukuran Dimensi penggunaan menggunakan dua parameter, yaitu: (1) jumlah nominal tabungan; (2) jumlah nominal kredit.

### **3. Analisis Hasil Asesmen Kabupaten/Kota dalam Dimensi Ketersediaan Layanan**

Dimensi ketersediaan layanan digunakan untuk mengukur jumlah ketersediaan layanan keuangan yang dapat diakses oleh penduduk usia dewasa di Kabupaten. Kota Provinsi Lampung. Secara umum bisnis perbankan telah cukup dikenal oleh masyarakat provinsi Lampung yaitu sebagai penghimpun dana dan penyaluran dana baik dalam bentuk kredit maupun bentuk pembiayaan lainnya. Dalam pengukuran Dimensi ketersediaan layanan menggunakan tiga parameter, yaitu: (1) jumlah kantor cabang per 1000 penduduk dewasa, (2) jumlah kantor cabang per 1000 km<sup>2</sup>, (3) jumlah BPR dan Koperasi Simpan Pinjam.

### **4. Analisis Hasil Asesmen Kabupaten/Kota dalam Dimensi Aktivitas Perekonomian**

Dimensi aktivitas perekonomian digunakan untuk jumlah PDRB antar Kabupaten/Kota di Provinsi Lampung. Dalam pengukuran Dimensi aktivitas perekonomian menggunakan parameter total PDRB 9 sektor produksi di setiap Kabupaten/ Kota di Provinsi Lampung.

### **5. Analisis Hasil Asesmen Kabupaten/Kota dalam Dimensi Infrastruktur**

Dimensi infrastruktur digunakan untuk mengukur kemampuan infrastruktur sebagai faktor penunjang dalam pengimplementasian LKD di Kabupaten/Kota Provinsi Lampung. Dalam pengukuran Dimensi infrastruktur menggunakan tiga parameter yaitu: (1) kemudahan telekomunikasi, (2) kemudahan transportasi, (3) ketersediaan unit ekonomi lokal.

### **6. Analisis Hasil Akhir Asesmen Kabupaten/ Kota dalam Keseluruhan Dimensi (Agregat)**

Setelah selesai melakukan asesmen Kabupaten/ Kota dalam Dimensi penetrasi, penggunaan, ketersediaan layanan, aktivitas perekonomian, dan infrastruktur, selanjutnya hasil data tersebut diolah untuk memperoleh hasil akhir dalam keseluruhan dimensi (Agregat).

## **B. Mengukur Sektor Ekonomi Potensial, Optimasi Penggunaan, serta Pola dan Struktur Pertumbuhan masing-masing Sektor Ekonomi**

### **1. Sektor Ekonomi Potensial serta Pola dan Struktur Pertumbuhan Setiap Sektor di**

Lampung Tengah, Pesisir Barat, Lampung Selatan, Bandar Lampung, dan Mesuji.

### **2. Optimasi Penggunaan Sektor Ekonomi Potensial**

Setelah mengetahui sektor potensial serta pola dan struktur setiap sektor di masing-masing daerah yang menjadi daerah potensial pengimplementasian LKD, selanjutnya dilakukan analisis HP Filter terhadap penggunaan sektor ekonomi di setiap daerah potensial. Hasil uji menggunakan HP Filter menunjukkan optimasi dari penggunaan sektor ekonomi dalam komponen PDRB di setiap daerah potensial dengan menggunakan aturan  $\pm 1$  stdev (standar deviasi) yang telah ditetapkan oleh Bank Indonesia. Berikut merupakan hasil analisis melalui pendekatan HP Filter untuk setiap daerah potensial pengimplementasian LKD.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Hasil Analisis Potensi Daerah Dalam Pengimplemen tasian LKD**

Berdasarkan hasil analisis menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) terhadap seluruh Kabupaten/Kota di Provinsi Lampung, menghasilkan 5 daerah yang berpotensi pengimplementasian LKD di Provinsi Lampung yang diukur melalui 5 dimensi pengukuran potensi daerah yang ditetapkan oleh Bank Indonesia yaitu dimensi penetrasi, dimensi penggunaan, dimensi ketersediaan layanan, dimensi aktivitas perekonomian, dan dimensi infrastruktur. Kelima daerah yang berpotensi pengimplementasian LKD tersebut yaitu Lampung Tengah, Pesisir Barat, Lampung Selatan, Bandar Lampung, dan Mesuji.

#### **Lampung Tengah.**

Daerah potensial pertama pengimple-mentasian LKD adalah Lampung Tengah dengan nilai AHP

0,102. Lampung Tengah merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Lampung dengan 28 kecamatan dan 307 kampung/kelurahan (termasuk UPT). Berdasarkan Sensus Penduduk tahun 2010, kabupaten ini memiliki jumlah penduduk sebanyak 1.170.717 jiwa serta jumlah penduduk usia  $\geq 15$  tahun yang bekerja di tahun 2014 sebanyak 619.792 jiwa dan yang menganggur sebesar 15.776 jiwa. Presentase jumlah penduduk miskin di kabupaten ini adalah sebesar 14,96% dan jumlah keluarga sejahtera 233.558 keluarga. Selain itu, diketahui jumlah *unbanked people* di Lampung Tengah sebesar 411.212 jiwa dan jumlah presentase target nasabah sebesar 82.242 jiwa. Berdasarkan analisis AHP pada masing-masing dimensi, Lampung Tengah merupakan kabupaten yang memiliki tingkat penetrasi perbankan rendah namun dengan tingkat penetrasi telekomunikasi yang tinggi, memiliki tingkat utilitasi layanan keuangan baik tabungan maupun kredit yang rendah, serta salah satu kabupaten dengan total PDRB terbesar di Provinsi Lampung. Dengan tiga criteria dimensi yang berada di kabupaten Lampung Tengah menjadikan daerah ini diharapkan mampu mendukung jalannya kegiatan LKD di Provinsi Lampung.

### **Pesisir Barat**

Daerah potensial kedua pengimplementasian LKD yaitu Pesisir Barat dengan nilai AHP 0,099. Kabupaten Pesisir Barat merupakan kabupaten baru di Provinsi Lampung yang diundangkan pada 17 November 2012 yang terdiri dari 11 kecamatan dengan 116 desa dan 2 kelurahan, dengan jumlah penduduk sebesar  $\pm 136.370$  jiwa. Berdasarkan analisis AHP pada masing-masing dimensi, Pesisir Barat merupakan kabupaten yang memiliki tingkat penetrasi perbankan rendah namun dengan tingkat penetrasi telekomunikasi yang tinggi, memiliki tingkat utilitasi layanan keuangan baik tabungan maupun kredit yang rendah, serta salah satu daerah dengan jumlah ketersediaan layanan terendah di Provinsi Lampung. Dengan tiga criteria dimensi yang berada di kabupaten Pesisir Barat menjadikan daerah ini diharapkan mampu mendukung jalannya kegiatan LKD di Provinsi Lampung.

### **Lampung Selatan.**

Daerah potensial ketiga pengimplementasian LKD yaitu Lampung Selatan dengan nilai AHP 0,090. Kabupaten Lampung Selatan merupakan kabupaten di Provinsi Lampung yang menjadi pintu gerbang Sumatera bagian Selatan dengan jumlah penduduk

sebesar 942.572 jiwa, jumlah penduduk berusia  $\geq 15$  tahun yang bekerja sebesar 413.061 jiwa dan menganggur 26.618 jiwa, serta jumlah *unbanked people* sebesar 284.472 jiwa dan jumlah presentase target nasabah sebesar 56.894 jiwa. Berdasarkan analisis AHP pada masing-masing dimensi, terlihat bahwa Lampung Selatan merupakan salah satu daerah dengan tingkat utilitasi layanan keuangan baik tabungan maupun kredit yang terendah, total PDRB terbesar, serta kondisi infrastruktur terbaik untuk pengimplementasian LKD di Provinsi Lampung. Dengan tiga criteria dimensi yang berada di kabupaten Lampung Selatan menjadikan daerah ini diharapkan mampu mendukung jalannya kegiatan LKD di Provinsi Lampung.

### **Bandar Lampung.**

Daerah potensial keempat pengimplementasian LKD yaitu Bandar Lampung dengan nilai AHP 0,083. Bandar Lampung merupakan ibu kota Provinsi Lampung yang terdiri dari 20 kecamatan dan 126 kelurahan. Jumlah penduduk pada di Kota Bandar Lampung 960.695 jiwa dengan jumlah penduduk berusia  $\geq 15$  tahun yang bekerja sebesar 385,417 jiwa dan menganggur 34,844 jiwa, serta jumlah *unbanked people* sebesar 272.142 jiwa dan jumlah presentase target nasabah sebesar 54.428 jiwa. Berdasarkan analisis AHP pada masing-masing dimensi, terlihat bahwa Bandar Lampung merupakan daerah yang memiliki tingkat penetrasi perbankan rendah namun dengan tingkat penetrasi telekomunikasi yang tinggi, salah satu daerah dengan total PDRB terbesar di Provinsi Lampung, serta daerah dengan kondisi infrastruktur terbaik untuk pengimplementasian LKD di Provinsi Lampung. Dengan tiga criteria dimensi yang berada di kota Bandar Lampung menjadikan daerah ini diharapkan mampu mendukung jalannya kegiatan LKD di Provinsi Lampung.

**Mesuji.** Daerah potensial kelima dan terakhir dalam pengimplementasian LKD di Provinsi Lampung yaitu kabupaten Mesuji dengan nilai AHP 0,078. Kabupaten Mesuji merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Lampung yang terdiri dari 7 kecamatan dan 75 kampung. Jumlah penduduk di kabupaten ini adalah sebesar 219.652 jiwa dengan jumlah penduduk berusia  $> 15$  tahun yang bekerja sebesar 90.078 jiwa dan menganggur sebesar 738 jiwa, serta jumlah *unbanked people* sebesar 58.758 jiwa dan jumlah presentase target nasabah sebesar 11.751 jiwa. Berdasarkan analisis AHP pada masing-masing dimensi, terlihat bahwa Mesuji merupakan daerah



yang memiliki tingkat penetrasi perbankan rendah namun dengan tingkat penetrasi telekomunikasi yang tinggi, salah satu daerah dengan tingkat utilitas layanan keuangan baik tabungan maupun kredit yang terendah di Provinsi Lampung, serta salah satu daerah dengan jumlah ketersediaan layanan terendah di Provinsi Lampung. Dengan tiga kriteria dimensi yang berada di kabupaten Mesuji menjadikan daerah ini diharapkan mampu mendukung jalannya kegiatan LKD di Provinsi Lampung

## **B. Hasil Optimasi Penggunaan, serta Pola dan Struktur Pertumbuhan masing-masing Sektor Ekonomi**

Setelah lima daerah terpilih sebagai daerah potensial pengimplementasian LKD di Provinsi Lampung, selanjutnya analisis *Location Quotient* (LQ), *Klassen Typology*, dan *HP Filter* dilakukan untuk melihat sektor potensial yang dimiliki oleh setiap daerah terpilih serta mengetahui bagaimana pengoptimalan penggunaan sektor potensial yang telah dilaksanakan oleh setiap daerah dan pola pertumbuhan dari setiap sektor di masing-masing daerah potensial. Berikut merupakan hasil analisis *Location Quotient* (LQ), *Klassen Typology*, dan *HP Filter* pada lima daerah potensial pengimplementasian LKD di Provinsi Lampung.

### **1. Lampung Tengah**

Berdasarkan hasil analisis menggunakan metode *Location Quotient* (LQ) diketahui terdapat 3 sektor basis dengan nilai  $LQ > 1$  di kabupaten Lampung Tengah. Ketiga sektor tersebut yaitu (1) Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan, (2) Industri Pengolahan dan, (3) Konstruksi. Lebih jauh, analisis *Klassen Typology* menunjukkan bahwa 2 dari ketiga sektor potensial di kabupaten Lampung Tengah merupakan sektor dengan pola dan struktur pertumbuhan sektor maju dan tumbuh pesat dan satu sektor merupakan sektor maju namun tertekan yaitu konstruksi. Sebagai daerah yang memiliki 5 unit topografi yaitu daerah topografi berbukit sampai bergunung, daerah topografi berombak sampai bergelombang, daerah dataran aluvial, daerah rawa pasang surut, dan daerah river basin serta mata pencaharian penduduk utama dalam sektor pertanian, industry, dan jasa, mampu menjadikan 3 sektor tersebut sebagai sektor potensial di kabupaten Lampung Tengah. Selain itu, daerah topografi berombak sampai bergelombang dengan kemiringan

antara  $8^\circ - 15^\circ$  dan ketinggian antara 300m – 500 m dpal menjadikan berbagai jenis tanaman perkebunan seperti kopi, cengkeh, lada dan tanaman pangan seperti padi, jagung, kacang-kacangan, dan sayur-sayuran tumbuh dengan baik di daerah ini. Jumlah produksi ikan yang telah mencapai 27.288,50 ton di tahun 2014 dengan jumlah armada kapal 612 unit yang didominasi oleh kapal motor serta jumlah industry kecil yang tumbuh 0,57% di tahun 2013 dengan pertumbuhan nilai investasi 0,08% dan nilai produksi 0.11% semakin mendukung ketiga sektor tersebut sebagai sektor potensial di kabupaten Lampung Tengah.

Setelah analisis LQ dan *Klassen Typology*, selanjutnya dilakukan analisis HP Filter untuk melihat optimasi penggunaan sektor potensial di kabupaten Lampung Tengah. Berdasarkan analisis HP Filter terlihat bahwa sektor pertanian, kehutanan, perikanan dan sektor industry pengolahan memiliki nilai actual yang melebihi nilai potensialnya, serta sektor konstruksi yang telah mencapai nilai optimumnya. Selain ketiga sektor tersebut, terdapat 2 sektor lain di Lampung Tengah yang memiliki nilai actual melebihi nilai potensialnya yaitu Perdagangan, hotel, dan restoran yang termasuk dalam kategori sektor potensial Lampung Tengah serta sektor Jasa-jasa yang termasuk dalam kategori sektor relative tertinggal di Lampung Tengah. Sementara itu, sektor potensial lain di kabupaten Lampung Tengah seperti pertambangan dan penggalian masih memiliki nilai actual yang kurang dari nilai potensialnya (belum optimum).

### **2. Pesisir Barat**

Berdasarkan hasil analisis menggunakan metode *Location Quotient* (LQ) diketahui terdapat 4 sektor basis dengan nilai  $LQ > 1$  di kabupaten Pesisir Barat, keempat sektor tersebut yaitu: (1) pertanian, kehutanan, dan perikanan, (2) perdagangan, hotel, dan restoran, (3) keuangan, real estate, dan jasa perusahaan, dan (4) jasa-jasa. Lebih jauh analisis *Klassen Typology* menunjukkan bahwa 2 sektor basis di kabupaten Pesisir Barat yaitu pertanian, kehutanan, dan perikanan serta keuangan, real estate, dan jasa perusahaan memiliki pola dan struktur pertumbuhan sebagai sektor maju dan tumbuh pesat. Sedangkan dua sektor lainnya yaitu perdagangan, hotel, dan restoran serta jasa-jasa memiliki pola dan struktur pertumbuhan sebagai sektor maju namun tertekan. Dengan keadaan wilayah sepanjang pantai Pesisir Barat umumnya datar sampai berombak dengan kemiringan berkisar 3%-5% dan termasuk dalam kategori daerah topografi dataran

rendah, serta luas panen sebesar 12.577 Ha dengan produksi 77.418 ton semakin mendukung sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan sebagai sektor basis dengan pola pertumbuhan yang maju dan tumbuh pesat.

Dalam sektor perdagangan, di kabupaten Pesisir Barat baru terdapat 15 pasar dengan 103 kios dan 572 los. Jumlah los terbanyak berada di pasar Way Batu kecamatan Pesisir Tengah dengan jumlah kios 50 buah, namun di kecamatan Pesisir Utara, Lemong secara keseluruhan di semua pasar belum terdapat kios. Sama halnya dengan jumlah kios terbanyak, jumlah los terbanyak juga terdapat di pasar Way Batu kecamatan Pesisir Tengah dengan jumlah los 120 buah, namun di kecamatan Lemong tidak memiliki los di seluruh pasar kecamatan tersebut. Selain itu, angka partisipasi sekolah di kabupaten Pesisir Barat juga secara umum mengalami penurunan dari tahun 2010 hingga 2012, jumlah partisipasi sekolah pun semakin menurun seiring dengan semakin meningkatnya jenjang pendidikan sekolah. Di tahun 2012 partisipasi sekolah di SMA/MA di kabupaten Pesisir Barat hanya sebesar 46,64%. Selain itu, jumlah angkatan kerja di kabupaten Pesisir Barat pun didominasi dari tingkat SD ke bawah yaitu sebanyak 153.220 jiwa. Sektor perdagangan yang masih belum menjangkau banyak wilayah dan tingkat pendidikan yang masih rendah dapat menjadi salah satu penyebab tertekannya sektor potensial di kabupaten Pesisir Barat.

Setelah analisis LQ dan *Klassen Typology*, selanjutnya dilakukan analisis HP Filter untuk melihat optimasi penggunaan sektor potensial di kabupaten Pesisir Barat. Berdasarkan analisis HP Filter terlihat bahwa seluruh sektor basis di kabupaten Pesisir Barat telah memiliki nilai actual melebihi nilai potensialnya. Sementara itu, sektor pertambangan dan penggalian yang termasuk dalam kategori sektor potensial di kabupaten Pesisir Barat masih memiliki nilai actual yang kurang dari nilai potensialnya (belum optimum).

### 3. Lampung Selatan

Berdasarkan hasil analisis menggunakan metode *Location Quotient* (LQ) diketahui terdapat 5 sektor basis di kabupaten Lampung Selatan. Kelima sektor tersebut yaitu: (1) industri pengolahan, (2) listrik, gas, dan air bersih, (3) konstruksi, (4) perdagangan, hotel, dan restoran, dan (5) pengangkutan dan komunikasi. Lebih jauh, analisis *Klassen Typology* menunjukkan bahwa 2 sektor dari kelima sektor basis termasuk dalam kategori sektor yang memiliki pola dan struktur

pertumbuhan sebagai sektor maju dan tumbuh pesat, kedua sektor tersebut yaitu industri pengolahan dan perdagangan, hotel dan restoran. Sementara 3 sektor basis lainnya yaitu listrik, gas dan air bersih; konstruksi; serta pengangkutan dan komunikasi termasuk dalam kategori sektor maju namun tertekan. Sebagai salah satu sektor dengan pola pertumbuhan sebagai sektor maju namun tertekan, jumlah daya listrik yang terpasang di kabupaten Lampung Selatan adalah sebesar 95 KW dengan listrik yang terjual sebesar 316.442.318 KWh dan yang menghilang 73.117.612 KWh di tahun 2011. Jumlah listrik yang menghilang di tahun 2011 ini terus meningkat setiap tahunnya, sedangkan jumlah listrik yang terjual secara umum mengalami penurunan. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik kabupaten Lampung Selatan, di tahun 2009 jumlah listrik yang terjual mencapai 320.370.777 KWh dan mengalami penurunan di tahun 2010 menjadi 291.131.289 KWh, meskipun di tahun 2011 mengalami peningkatan kembali namun belum mencapai jumlah listrik yang terjual di tahun 2010.

Pertumbuhan yang baik terjadi di sektor Industri di kabupaten Lampung Selatan, di kabupaten ini telah terdapat 33 industri besar-sedang yang memiliki 73 perusahaan dan mampu menyerap 8.254 tenaga kerja. Dan secara keseluruhan terdapat 2.079 industri di kabupaten Lampung Selatan yang didominasi oleh industri mikro sebesar 1.341 industri. Selain itu, jumlah hotel dan akomodasi lainnya di kabupaten Lampung Selatan pun terus mengalami peningkatan. Tercatat di tahun 2013, Lampung Selatan telah memiliki 99 hotel dan 614 akomodasi lainnya. Hal ini semakin mendukung kedua sektor basis menjadi sektor yang terus maju dan tumbuh pesat.

Setelah analisis LQ dan *Klassen Typology*, selanjutnya dilakukan analisis HP Filter untuk melihat optimasi penggunaan sektor potensial di kabupaten Lampung Selatan. Berdasarkan analisis HP Filter terlihat bahwa sektor industri pengolahan serta perdagangan, hotel, dan restoran telah memiliki nilai actual melebihi nilai potensialnya, sektor pengangkutan dan komunikasi serta konstruksi yang telah mencapai nilai optimum, namun sektor listrik, gas, dan air bersih memiliki nilai actual yang kurang dari nilai potensialnya (belum optimum). Selain kedua sektor basis dengan pola sektor maju dan tumbuh pesat, terdapat 2 sektor lain yang memiliki nilai actual melebihi nilai potensialnya yaitu pertanian, kehutanan, dan perikanan yang memiliki pola sebagai sektor potensial dan sektor jasa-jasa yang memiliki pola sebagai sektor relative tertinggal.





#### 4. Bandar Lampung

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan metode *Location Quotient* (LQ) diketahui terdapat 7 sektor basis dengan nilai  $LQ > 1$  di kota Bandar Lampung. Ketujuh sektor tersebut yaitu: (1) industri pengolahan, (2) listrik, gas, dan air bersih, (3) konstruksi, (4) perdagangan, hotel, dan restoran, (5) pengangkutan dan komunikasi, (6) keuangan, real estate, dan jasa perusahaan, dan (7) jasa-jasa. Lebih jauh, analisis *Klassen Typology* menunjukkan bahwa 3 dari 7 sektor basis di Bandar Lampung telah termasuk dalam kategori sektor maju dan tumbuh pesat, ketiga sektor tersebut yaitu industri pengolahan; pengangkutan dan komunikasi; serta keuangan, real estate, dan jasa perusahaan. Sementara itu, keempat sektor lainnya yaitu listrik, gas, dan air bersih; konstruksi; perdagangan, hotel, dan restoran; serta jasa-jasa termasuk dalam kategori sektor maju namun tertekan. Sebagai ibu kota Provinsi Lampung, terdapat 214 perusahaan di Bandar Lampung yang mampu menyerap 7.017 tenaga kerja. Dari sektor listrik, gas, dan air bersih terdapat 55.358.708.444 m<sup>3</sup> air yang terjual dengan nilai Rp.6.622.171.919 di tahun 2014, serta 68.123.379 KWh listrik dengan nilai Rp. 72.710.123.512. Sementara dari sektor perdagangan, volume ekspor kota Bandar Lampung di tahun 2014 menurun drastis menjadi 4.394.270 ton dari sebelumnya 10.971.239 ton di tahun 2013. Sementara volume impor di Bandar Lampung terus meningkat setiap tahunnya. Hal ini dapat menjadi salah satu faktor yang menyebabkan sektor maju di kota Bandar Lampung masih dalam kondisi tertekan.

Setelah analisis LQ dan *Klassen Typology*, selanjutnya dilakukan analisis HP Filter untuk melihat optimasi penggunaan sektor potensial di kota Bandar Lampung. Berdasarkan analisis HP Filter terlihat bahwa 3 sektor basis telah memiliki nilai actual yang melebihi nilai potensialnya, ketiga sektor tersebut yaitu industri pengolahan serta perdagangan, hotel, dan restoran. Sementara itu, sektor basis lain seperti sektor listrik, gas, dan air bersih; keuangan, real estate, dan jasa perusahaan; serta jasa-jasa masih memiliki nilai actual yang kurang dari nilai potensialnya (belum optimum). Sedangkan sektor konstruksi telah mencapai nilai optimumnya.

#### 5. Mesuji

Berdasarkan hasil analisis menggunakan metode *Location Quotient* (LQ) diketahui terdapat 2 sektor basis di kabupaten Mesuji, kedua sektor basis tersebut

yaitu pertanian, kehutanan, dan perikanan serta industri pengolahan. Lebih jauh, analisis *Klassen Typology* menunjukkan bahwa sektor industri pengolahan telah termasuk dalam kategori sektor maju dan tumbuh pesat, sedangkan sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan masih termasuk dalam kategori sektor maju namun tertekan. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Mesuji diketahui bahwa sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan merupakan lapangan kerja utama penduduk kabupaten Mesuji dengan 122.454 keluarga keluarga tani. Selain itu, berdasarkan data penggunaan lahan pertanian kabupaten Mesuji tahun 2014, masih terdapat 193 sawah dan 13.039 tanah kering yang tidak diusahakan. Pengoptimalan tanah kering menjadi lading/huma dan tegal/kebun perlu ditingkatkan jika melihat jumlah ladang/huma yang masih 9.438 dan tegal/kebun 9.084 di kabupaten Mesuji jauh dibawah jumlah yang tidak diusahakan.

Setelah analisis LQ dan *Klassen Typology*, selanjutnya dilakukan analisis HP Filter untuk melihat optimasi penggunaan sektor potensial di kabupaten Mesuji. Berdasarkan analisis HP Filter terlihat bahwa sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan memiliki nilai actual yang melebihi nilai potensialnya, sedangkan sektor industri pengolahan telah berada dalam kisaran nilai optimumnya. Selain sektor basis, terdapat 2 sektor lain di kabupaten Mesuji yang memiliki nilai optimum melebihi nilai aktualnya, kedua sektor tersebut yaitu perdagangan, hotel, dan restoran serta sektor jasa-jasa.

### SIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### SIMPULAN

1. terdapat 5 daerah yang menjadi prioritas pengimplementasian LKD di Provinsi Lampung. Kelima daerah tersebut adalah:
  - a. Lampung Tengah, kabupaten ini menjadi daerah yang tepat untuk menerapkan LKD karena merupakan kabupaten yang memiliki tingkat penetrasi perbankan rendah namun dengan tingkat penetrasi telekomunikasi yang tinggi, memiliki tingkat utilitasi layanan keuangan baik tabungan maupun kredit yang rendah, serta salah satu kabupaten dengan total PDRB terbesar di Provinsi Lampung.

- b. Pesisir Barat, kabupaten ini menjadi daerah yang tepat untuk menerapkan LKD karena merupakan kabupaten yang memiliki tingkat penetrasi perbankan rendah namun dengan tingkat penetrasi telekomunikasi yang tinggi, memiliki tingkat utilitasi layanan keuangan baik tabungan maupun kredit yang rendah, serta salah satu daerah dengan jumlah ketersediaan layanan terendah di Provinsi Lampung.
  - c. Lampung Selatan, kabupaten ini menjadi daerah yang tepat untuk menerapkan LKD karena memiliki tingkat utilitasi layanan keuangan baik tabungan maupun kredit yang terendah, total PDRB terbesar, serta kondisi infrastruktur terbaik untuk pengimplementasian LKD di Provinsi Lampung
  - d. Bandar Lampung, ibu kota provinsi Lampung ini menjadi daerah yang tepat untuk menerapkan LKD karena merupakan daerah yang memiliki yang memiliki tingkat penetrasi perbankan rendah namun dengan tingkat penetrasi telekomunikasi yang tinggi, salah satu daerah dengan total PDRB terbesar di Provinsi Lampung, serta daerah dengan kondisi infrastruktur terbaik untuk pengimplementasian LKD di Provinsi Lampung
  - e. Mesuji, kabupaten ini menjadi daerah yang tepat untuk menerapkan LKD karena merupakan daerah yang memiliki tingkat penetrasi perbankan rendah namun dengan tingkat penetrasi telekomunikasi yang tinggi, salah satu daerah dengan tingkat utilitasi layanan keuangan baik tabungan maupun kredit yang terendah di Provinsi Lampung, serta salah satu daerah dengan jumlah ketersediaan layanan terendah di Provinsi Lampung.
2. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan metode *Location Quotient*(LQ), diketahui sektor-sektor basis yang dapat dikembangkan sebagai saranan dan peluang pengembangan UMKM di setiap daerah terpilih pengimplementasian LKD. Berikut merupakan sektor potensial di setiap daerah terpilih:
  3. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan metode *Klassen Typology* dan

analisis HP Filter diketahui pola dan struktur pertumbuhan dari setiap sektor basis potensial di setiap daerah terpilih, berikut merupakan hasil analisi untuk masing-masing daerah:

4. Layanan keuangan dan perbankan merupakan salah satu sektor penting yang berkontribusi bagi perekonomian suatu daerah. Keberadaan bank dan lembaga keuangan tentunya dapat menopang aktivitas ekonomi masyarakat di suatu daerah, memudahkan masyarakat di suatu daerah untuk menjangkau sumber modal yang pada akhirnya mampu mendorong sektor produktif di daerah tersebut untuk tumbuh dan berkembang. Keberadaan Layanan Keuangan Digital (LKD) disuatu daerah tentunya akan semakin memudahkan masyarakat untuk berhubungan dengan bank dan lembaga keuangan sehingga mampu menopang setiap kegiatan ekonomi masyarakat di daerah tersebut dan meningkatkan kontribusinya terhadap perekonomian daerah. Selain itu, UMKM juga memegang peranan yang sangat krusial bagi pertumbuhan ekonomi masyarakat dan daerah. Dengan pemilihan sektor potensial yang tepat dan memiliki struktur berkelanjutan yang dikembangkan menjadi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan kemudahan akses terhadap lembaga keuangan dan perbankan tentunya mampu mengembangkan sektor produktif daerah dan meningkatkan pertumbuhan perekonomian di daerah tersebut.

## SARAN

1. Berdasarkan hasil analisa menggunakan metode AHP serta memperhitungkan kondisi sosol cultural serta keamanan di kabupaten/kota, maka Lampung Tengah, Pesisir Barat, Lampung Selatan, Bandar Lampung, dan Mesuji ditetapkan sebagai wilayah di provinsi Lampung yang menjadi daerah prioritas pengembangan LKD.
2. Pemerintah daerah diharapkan mampu mengembagkan sektor potensial yang dimiliki oleh setiap daerah dan memperhatikan penggunaan dari setiap sektor tersebut. Penggunaan dan pengembangan pada sektor yang tepat mampu mengembangkan sektor produktif daerah dan tentunya meningkatkan perekonomian daerah tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- B. Habaradas, Raymund; dan Mar Andriel Umali. 2013. *The microfinance Industry in the Philippines: Striving for Financial Inclusion in the midst of Growth*. Working Paper 2013-05 Center for Business Research & Development. Badan Pusat Statistik. [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id). Diakses pada 1 Mei 2016.
- Bank Indonesia. [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id). Diakses pada 1 Mei 2016.
- Digital Financial Services in the Pacific Experience and Regulatory Issues*. 2016. Asian Development Bank.
- Financial Literacy Baseline Survey*. 2014. Bank Indonesia.
- Handfield, Robert; Steven V. Walton; Robert Sroufe; Steven A. Melynk. 2002. *Applying environmental criteria to supplier assesment: A Study in the Application of the Analytical Hierarcy Process*. European Journal of Operational Research 141 (2002) 70-87.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. [www.kemenkeu.go.id](http://www.kemenkeu.go.id). Diakses pada 2 Mei 2016.
- Mahmud, M Wildan. 2015. *Analisis Struktur Ekonomi dan Identifikasi Sektor Unggulan di Kabupaten Nganjuk*.
- Micu, N. 2010. *State of the Art of Microfinance: A Narrative*. Pinoy Me Foundation, Ninoy and Cory Aquino Foundation, and Hanns Seidel Foundation.
- Muelgini, Yoke dan Ria Pujianti. 2016. Identifikasi Potensi Implementasi inovasi Layanan Keuangan Digital (LKD) Dalam Pengembangan UMKM di Provinsi Lampung
- Peraturan Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Selaku Ketua Komite Kebijakan Pembiayaan Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Nomor 4 Tahun 2015.
- Rahmana, Arief; Yani Iriani; dan Rienna Oktarina. 2012. *Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Sektor Industri Pengolahan*. Jurnal Teknik Industri Vol. 13 No.1.
- Situmorang, J. 2008. *Strategi UMKM dalam Menghadapi Iklim Usaha yang Tidak Kondusif*. Infokop Vol.16 Hal 88-101.
- Winarni, E.S. 2006. *Strategi Pengembangan Usaha Kecil melalui Peningkatan Aksesibilitas Kredit Perbankan*. Infokop No. 29.

# Determinan Aglomerasi Industri Manufaktur di Provinsi Jawa Barat

Zulfa Emalia

Jurusan Ekonomi Pembangunan  
Universitas Lampung

---

**Abstrak :** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola persebaran aglomerasi industri manufaktur di Provinsi Jawa Barat, pengaruh tenaga kerja sektor industri, upah minimum kabupaten/kota, serta kondisi infrastruktur jalan terhadap aglomerasi industri manufaktur di Provinsi Jawa Barat. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh langsung dari badan pusat statistik Jawa Barat dengan jumlah cross-section sebanyak 26 kabupaten/kota selama periode 2008 – 2013 dan menggunakan alat analisis Indeks Hoover Balassa. Hasil estimasi menunjukkan aglomerasi secara signifikan dipengaruhi oleh variabel tenaga kerja sektor industri dan infrastruktur jalan berpengaruh positif, sedangkan upah minimum kabupaten/kota berpengaruh negatif terhadap aglomerasi di Provinsi Jawa Barat.

**Key words:** Aglomerasi, Fixed Effect Model, Indeks Hoover Balassa

---

## PENDAHULUAN

Pembangunan sektor industri manufaktur (*manufacturing industry*) hampir selalu mendapat prioritas utama dalam rencana pembangunan negara-negara sedang berkembang (NSB), hal ini karena sektor industri manufaktur dianggap sebagai sektor pemimpin (*the leading sector*) yang mendorong perkembangan sektor lainnya, seperti sektor jasa dan pertanian. Pengalaman pertumbuhan ekonomi jangka panjang di negara industri dan negara sedang berkembang menunjukkan bahwa sektor industri secara umum tumbuh lebih cepat dibandingkan sektor pertanian (Arsyad, 1991). Berdasarkan kenyataan ini tidak mengherankan jika peranan sektor industri manufaktur semakin penting dalam berkembangnya perekonomian suatu negara termasuk juga Indonesia.

Dalam konteks ekonomi geografi, konsep aglomerasi berkaitan dengan konsentrasi spasial dari penduduk dan kegiatan-kegiatan ekonomi. Hal ini sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh Montgomery (Kuncoro, 2002). bahwa aglomerasi adalah konsentrasi spasial dari aktivitas ekonomi di kawasan perkotaan karena penghematan akibat lokasi yang berdekatan (*economies of proximity*) yang diasosiasikan dengan kluster spasial dari perusahaan, para pekerja dan konsumen.

Keuntungan-keuntungan dari konsentrasi spasial sebagai akibat dari ekonomi skala (*scale economies*) disebut dengan ekonomi aglomerasi (*agglomeration economies*). Pengertian ekonomi aglomerasi juga berkaitan dengan eksternalitas kedekatan geografis dari kegiatan-kegiatan ekonomi, bahwa ekonomi aglomerasi merupakan suatu bentuk dari eksternalitas positif dalam produksi yang merupakan salah satu faktor yang menyebabkan terjadinya pertumbuhan kota. Ekonomi aglomerasi diartikan sebagai penurunan biaya produksi karena kegiatan-kegiatan ekonomi berlokasi pada tempat yang sama. Gagasan ini merupakan sumbangan pemikiran Alfred Marshall yang menggunakan istilah *localized industri* sebagai pengganti dari istilah ekonomi aglomerasi.

Perkembangan industri manufaktur merupakan faktor dominan dalam memacu dan mengangkat pembangunan sektor lainnya. Peningkatan produktifitas industri manufaktur diharapkan dapat memacu produktifitas dari sektor sektor yang lain sehingga akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Berikut merupakan data jumlah IBS dan laju pertumbuhan ekonomi Provinsi Jawa Barat.

Tabel 1. Jumlah IBS dan Laju Pertumbuhan Ekonomi di Provinsi Jawa Barat Berdasarkan Kab/Kota 2008 – 2013 (Unit) dan persen (%)

No	Kabupaten / Kota	2008		2010		2013	
		IBS	Laju pertumbuhan (%)	IBS	Laju pertumbuhan (%)	IBS	Laju Pertumbuhan (%)
1	Bogor	664	5.58	648	5.09	697	6.04
2	Sukabumi	272	3.90	267	4.02	254	4.7
3	Cianjur	98	3.92	90	4.53	96	4.67
4	Bandung	889	4.04	862	5.88	1012	5.96
5	Garut	140	5.30	158	5.34	184	4.82
6	Tasikmalaya	30	5.31	33	4.27	53	4.46
7	Ciamis	109	4.69	94	5.07	84	5.09
8	Kuningan	41	4.02	35	4.99	36	4.84
9	Cirebon	490	4.95	447	4.96	321	4.83
10	Majalengka	459	4.28	433	4.59	413	4.87
11	Sumedang	84	4.91	75	4.22	77	4.6
12	Indramayu	112	4.57	80	4.03	81	3.33
13	Subang	27	4.57	26	4.34	27	3.1
14	Purwakarta	164	4.58	159	5.77	161	7.39
15	Karawang	287	4.55	325	11.87	529	7.92
16	Bekasi	698	1.66	802	6.18	1114	6.11
17	Bandung Barat	166	4.33	159	5.47	170	5.94
18	Kota Bogor	95	4.24	92	6.14	93	5.86
19	Kota Sukabumi	22	4.87	20	6.11	20	4.88
20	Kota Bandung	745	10.84	680	8.45	476	8.87
21	Kota Cirebon	54	11.10	48	3.81	48	4.79
22	Kota Bekasi	194	6.07	186	5.84	191	6.81
23	Kota Depok	99	6.42	89	6.36	95	6.92
24	Kota Cimahi	134	4.77	139	5.3	139	5.18
25	Kota Tasikmalaya	107	5.70	62	5.73	65	5.92
26	Kota Banjar	15	4.82	20	5.28	21	5.34
	Jumlah	6.195	133.99	6.029	143.64	6.457	143.24
	rata - rata	238,26	5,1	231,88	5,5	248,34	5,6

Sumber : BPS Jawa Barat, 2013

Berdasarkan Tabel 1, perkembangan industri di Provinsi Jawa Barat dimulai pada tahun 2008 sebesar 6.195 unit, pada tahun 2010 mengalami penurunan sebesar 6.029 unit, pada tahun 2013 mengalami peningkatan sebesar 6.457 unit. Dampak dari terjadinya krisis global di tahun 2009 – 2010 mengakibatkan penurunan jumlah industri pada tahun 2010. Meningkat kembali di tahun 2013 disebabkan kestabilan ekonomi pada tahun tersebut. Hal itu mendorong meningkatnya kembali jumlah IBS di Provinsi Jawa Barat dan membuat perkembangan industri mendorong pertumbuhan ekonomi di Provinsi Jawa Barat ditunjukkan dari data laju pertumbuhan ekonomi Provinsi Jawa Barat yang semakin meningkat di setiap tahun dari tahun 2008 sebesar 5,1 %, tahun 2010 5,5 % dan tahun 2013 5,6 %.

Salah satu faktor yang menjadi penyebab terjadinya aglomerasi yaitu adanya tenaga kerja sektor industri yang mendorong Struktur perekonomian suatu negara sebagai salah satu indikator dalam menilai kinerja pembangunan ekonominya. Tenaga kerja merupakan salah satu faktor produksi penting dalam

struktur biaya usaha, karena perusahaan membayar upah sebagai balas jasa terhadap perusahaan. Teori perubahan struktural menyatakan bahwa mekanisme yang memungkinkan negara-negara yang masih terbelakang untuk mentransformasikan struktur perekonomian dari pola perekonomian pertanian subsisten tradisional ke perekonomian yang lebih modern, lebih berorientasi perkotaan, serta memiliki sektor industri manufaktur yang lebih bervariasi dan sektor jasa yang tangguh (Todaro dan Smith, 2006).

Selain tenaga kerja, faktor lain yang juga berpengaruh terhadap terjadinya aglomerasi industri manufaktur di Provinsi Jawa Barat yaitu upah yang merupakan biaya input yang harus dikeluarkan oleh perusahaan memiliki kebijakan yang telah ditetapkan oleh Pemerintah untuk mendukung dan melindungi kedua belah pihak. Penetapan UMK yang terlalu tinggi di suatu daerah akan menyebabkan peningkatan biaya produksi yang.

Sehingg salah satu daya tarik keputusan berlokasi di suatu tempat adalah dengan tingkat upah yang rendah. Infrastruktur jalan merupakan urat nadi perekonomian yang menghubungkan kegiatan



ekonomi antar wilayah sehingga distribusi barang dan jasa dapat bergerak dengan lancar (Taryono dan Ekwarso, 2013). Pentingnya pembangunan jalan akan mempermudah akses kemajuan suatu daerah. Dengan jalan yang baik, proses distribusi barang dan jasa akan mudah dilakukan. Keberadaan jalan dengan sendirinya akan menghidupkan berbagai aktivitas ekonomi suatu daerah. Sehingga pembangunan jalan yang baik akan membuka peluang bagi kemajuan dan tumbuhnya berbagai kegiatan ekonomi. Berikut merupakan data kondisi Infrastruktur jalan di Indonesia

Tahun	Panjang Jalan Menurut Tingkat Kewenangan (km)
2008	742.573
2010	847.314
2013	496.607

Tabel 2 merupakan kondisi infrastruktur Indonesia periode Tahun 2008 – 2013 panjang jalan provinsi. Infrastruktur panjang jalan menurut tingkat kewenangan (negara, provinsi, dan kabupaten), selama kurun waktu 3 tahun mengalami peningkatan pada Tahun 2013 panjang jalan sebesar 496.607 Km. Panjang jalan beraspal yang kondisinya baik dan sedang, baik jalan negara, jalan propinsi maupun jalan kabupaten/kota di masing masing kabupaten/kota. Kondisi jalan yang baik dan sedang diharapkan lebih menentukan kelancaran kegiatan ekonomi dibandingkan jalan yang rusak, sehingga panjang jalan yang digunakan dalam penelitian ini tidak memasukkan jalan yang rusak. sebagai pendorong peningkatan mobilitas dan aksesibilitas suatu industri.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah terjadi aglomerasi industri manufaktur di Provinsi Jawa Barat serta untuk menganalisis bagaimana pengaruh tenaga kerja sektor industri, upah minimum kota/kabupaten dan insfrastruktur jalan terhadap aglomerasi industri manufaktur di Provinsi Jawa Barat.

## METODOLOGI

Data yang digunakan adalah data sekunder yaitu data time series dari tahun 2008-2013 serta data

**1. Indeks Hoover** Balassa, untuk menganalisis titik konsentrasi spasial industri manufaktur. Indeks Balassa digunakan untuk menghitung aglomerasi,

kekhususan indeks ini adalah dapat digunakan untuk membedakan faktor spesialisasi dimana disini diwakili oleh tenaga kerja.

$$\frac{\sum_{ij} \frac{\sum_j E_{ij}}{\sum_i E_{ij}}}{\sum_i \sum_j \frac{E_{ij}}{E_{ij}}}$$

Adapun rumus indeks Balassa sebagai berikut :

Indeks Balassa =

Dimana :

i = Sektor

E = Tenaga Kerja

j = Kabupaten

J = Provinsi

Pembilang dari indeks ini menyajikan bagian wilayah dari total tenaga kerja di sektor industri manufaktur, Semakin terpusat suatu industri, semakin besar indeks Balassanya, Aglomerasi dikatakan kuat bila angka indeks balassa diatas 4, rata – rata atau sedang bila nilainya antara 2 dan 4, lemah bila nilainya diantara 1 sampai 2, sedangkan nilai 0 sampai satu berarti tidak terjadi aglomerasi atau wilayah tersebut tidak memiliki keunggulan komparatif untuk terjadinya aglomerasi, (Sbergami, 2010).

## 2. Analisis Data Panel

Regresi data panel digunakan untuk menjawab tujuan kedua dari penelitian ini yaitu mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi aglomerasi industri manufaktur di Jawa Barat. Data panel (*panel data*) merupakan gabungan data *cross section* dan data *time series*. Dengan kata lain, data panel merupakan unit-unit individu yang sama yang diamati dalam kurun waktu tertentu.

Adapun spesifikasi model yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Ag = \beta_0 + \beta_1 \ln TKS_{it} + \beta_2 \ln UMK_{it} + \beta_3 \ln JLN_{it} + \varepsilon$$

Dimana :

Ag = Aglomerasi kabupaten/kota i

pada tahun  $t$

$\beta_0$  = Koefisien intersep yang merupakan skala

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ , = Koefisien slope atau kemiringan

$\ln\text{TKSI}$  = log natural Tenaga Kerja Sektor Industri kabupaten/kota  $i$  pada tahun  $t$

$\ln\text{UMK}$  = log natural Upah Minimum Kabupaten/Kota  $i$  pada tahun  $t$

$\ln\text{JLN}$  = ln Panjang Jalan Kabupaten/Kota  $i$  pada tahun  $t$

$\varepsilon_t$  = Error term

$i$  = 1,2,...,n, menunjukkan jumlah lintas individu (*cross section*)

$t$  = 1,2,...,t, menunjukkan dimensi runtun waktu (*time series*)

## PEMBAHASAN

Provinsi Jawa Barat merupakan salah satu Provinsi yang memiliki industri manufaktur besar dan sedang paling tinggi di Kawasan Barat Indonesia (KBI). Hal itu didasari oleh perhitungan dengan menggunakan indeks ballasa untuk mengetahui terjadinya aglomerasi industri manufaktur di Provinsi Jawa Barat. Berikut merupakan hasil dari perhitungan menggunakan Indeks Ballasaa.

**Tabel 4. Indeks Ballasa Kabupaten/kota Di Provinsi Jawa Barat (%) Tahun 2008 -2013**

No	Kabupaten/kota	Tingkat Aglomerasi
1	Bogor	1.332.115
2	Sukabumi	1.227.287
3	Cianjur	0.169464
4	Bandung	1.710.624
5	Garut	0.220905
6	Tasikmalaya	0.054179
7	Ciamis	0.100259
8	Kuningan	0.07307
9	Cirebon	0.517545
10	Majalengka	0.579094
11	Sumedang	0.670178
12	Indramayu	0.112127
13	Subang	0.344919
14	Purwakarta	2.122.258
15	Karawang	2.032.311
16	Bekasi	2.925.633
17	Bandung Barat	0.788234
18	Kota Bogor	0.722455
19	Kota Sukabumi	0.385204
20	Kota Bandung	1.162.273
21	Kota Cirebon	0.514808
22	Kota Bekasi	0.742923
23	Kota Depok	0.577669
24	Kota Cimahi	4.670.107
25	Kota Tasikmalaya	0.332857
26	Kota Banjar	0.628213

Sumber : data diolah

Berdasarkan Tabel 4 menyatakan bahwa aglomerasi terjadi di Kota Cimahi di Provinsi Jawa Barat. Berikut merupakan kriteria terjadi atau tidaknya

suatu aglomerasi:

- Indeks ballasa  $> 4$  = aglomerasi dikatakan kuat
- Indeks ballasa 2- 4 = aglomerasi dikatakan sedang
- Indeks ballasa 1-2 = aglomerasi dikatakan lemah
- Indeks ballasa 0 = aglomerasi tidak terjadi

Berdasarkan kriteria tersebut yang memenuhi syarat terjadinya aglomerasi industri manufaktur di Provinsi Jawa Barat dalam tingkatan  $> 4$  adalah Kota Cimahi 4,67.

Setelah model persamaan regresi dinyatakan lolos uji identifikasi, proses selanjutnya adalah melakukan estimasi model panel data dengan metode *Generalized Least Square* (GLS). Sesuai dengan hasil uji spesifikasi Chow dan Hausman, dalam penelitian ini persamaan regresi dilakukan dengan menggunakan pendekatan *Fixed Effect Model* (FEM).

**Tabel 5. Hasil Estimasi Panel Data dengan Pendekatan *Fixed Effect Model***

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.559669	0.331927	1.686123	0.0942
LN_TKSI	0.135575	0.014267	9.502821	0.0000
LN_UMK	-0.083760	0.019619	-4.269344	0.0000
LN_JLN	0.029896	0.010855	2.753955	0.0068
$R^2$		0.967980		
F-statistics		136.0357		

Sumber: data diolah berdasarkan hasil estimasi pada Tabel 8, maka dapat ditulis persamaan regresi:

$$\text{Ag}_{it} = 0.559669 + 0.135575 \ln\text{TKSI}_{it} - 0.083760 \ln\text{UMK}_{it} + 0.029896 \ln\text{JLN}_{it}$$

Nilai koefisien regresi tenaga kerja sektor industri adalah sebesar 0.135575 dengan tingkat kepercayaan 99%. Hal ini berarti setiap kenaikan penyerapan tenaga kerja sektor industri sebesar 1% maka akan meningkatkan Aglomerasi di Jawa Barat sebesar 0,13 % *ceteris paribus*. Hal ini sesuai dengan hipotesis penelitian bahwa tenaga kerja sektor industri berpengaruh positif dan signifikan terhadap terjadinya aglomerasi di Jawa Barat. Hal ini sejalan dengan penelitian (Purnomo, 2014) yang menyatakan bahwa Pemusatan industri dapat terjadi di suatu lokasi karena terkonsentrasinya beberapa faktor yang dibutuhkan dalam kegiatan produksi. Misalnya, bahan – bahan

mentah, tenaga kerja, energi, pasar, izin mendirikan usaha, pajak yang lebih murah, penanggulangan limbah industri. Sehingga hal ini juga sesuai pada teori lokasi

Nilai koefisien regresi upah minimum Kabupaten/kota adalah sebesar -0.083760 dengan tingkat kepercayaan 99%. Hal ini berarti setiap meningkatnya tingkat upah minimum Kabupaten/kota sebesar 1% maka akan berdampak pada menurunnya aglomerasi di Jawa Barat sebesar 0,083 % *ceteris paribus*. Hal ini sesuai dengan hipotesis penelitian bahwa upah minimum kabupaten/kota berpengaruh negatif dan signifikan terhadap terjadinya aglomerasi di Jawa Barat. Bila dipandang melalui teori lokasi Weber yang menempatkan faktor biaya tenaga kerja sebagai faktor dominan dalam penentuan lokasi industri di samping biaya transportasi. Hasil yang diperoleh juga sesuai dengan teori lokasi, hipotesis teori lokasi menyatakan bahwa sebuah pabrik akan memilih berlokasi di daerah dengan tingkat upah yang rendah untuk meminimumkan biaya produksi (Purwaningsih, 2011).

Nilai koefisien regresi infrastruktur jalan adalah sebesar 0.029896 dengan tingkat kepercayaan 99%. Hal ini berarti setiap meningkatnya kondisi infrastruktur jalan sebesar 1% maka akan berdampak pada terjadinya aglomerasi di Jawa Barat sebesar 0,029% *ceteris paribus*. Hal ini sesuai dengan hipotesis penelitian bahwa infrastruktur jalan Kabupaten/kota berpengaruh positif dan signifikan terhadap Aglomerasi di Jawa Barat. Panjang jalan mempunyai peranan yang cukup penting dalam kegiatan perekonomian. Distribusi faktor produksi maupun barang dan jasa hasil produksi sangat tergantung dari keberadaan infrastruktur jalan. Secara spasial, mobilitas manusia dan hasil produksi ini menentukan kemajuan suatu wilayah karena interaksi dan keterbukaan dengan wilayah lain meningkatkan pangsa pasar baik faktor produksi maupun hasil produksi (Purwaningsih, 2011). Teori Weber menyatakan bahwa lokasi setiap industri tergantung pada biaya transportasi dalam hal ini kondisi jalan sangat berpengaruh terhadap terjadinya aglomerasi industri.

Tabel 6. Nilai Koefisien *Fixed Effect* Pada Masing-Masing kabupaten/kota di Povinsi Jawa Barat

<i>Fixed Effect (Cross)</i>	Koefisien	<i>Individual Effect</i>
Bogor	0.083524	0.643193
Sukabumi	0.063078	0.622747

Cianjur	-0.692006	-6.132337
Bandung	0.482920	1,042,589
Garut	-0.72315	-0.163481
Tasikmalaya	-0.643794	-0.084125
Ciamis	-0.682523	-0.122854
Kuningan	-0.592154	-0.122854
Cirebon	-0.500816	0.058853
Majalengka	-0.40593	0.153739
Sumedang	-0.280482	0.279187
Indramayu	-0.66831	1,227,979
Subang	-0.590654	1.042589
Purwakarta	1.103180	1.662.849
Karawang	0.811784	1.371.453
Bekasi	1.661718	2.221.387
Bandung Barat	-0.184001	0.375668
Kota Bogor	-0.215705	0.343964
Kota Sukabumi	-0.283195	0.276474
Kota Bandung	0.009366	0.569035
Kota Cirebon	-0.229142	0.330527
Kota Bekasi	-0.301209	0,25846
Kota Depok	-0.378845	0,180824
Kota Cimahi	3.603649	4.163.318
Kota Tasikmalaya	-0.454148	0,105521
Kota Banjar	-0.060809	0.49886

Sumber : data diolah

Berdasarkan Tabel 5, terdapat nilai *individual effect* pada masing-masing kabupaten/kota di Povinsi Jawa Barat. Kota Cimahi merupakan kabupaten dengan *individual effect* terbesar dan Kabupaten Cianjur merupakan kabupaten dengan *individual effect* terkecil. Berikut merupakan analisis intersep model regresi *fixed effect* :

1. Jika ada perubahan tenaga kerja sektor industri, umk, dan jalan baik antar daerah maupun antar waktu, maka Kota Cimahi akan mendapatkan pengaruh sebesar 4,1 % terhadap aglomerasi Provinsi Jawa Barat.
2. Jika ada perubahan tenaga kerja sektor industri, umk, dan jalan baik antar daerah maupun antar waktu, maka dengan *individual effect* yang paling rendah dan berarti tidak terjadinya aglomerasi industri manufaktur di Kabupaten Bogor.

Berdasarkan hasil estimasi dapat dilihat bahwa nilai koefisien intersep aglomerasi dari setiap daerah yang ada di Provinsi Jawa Barat memiliki nilai berbeda. Adanya perbedaan nilai koefisien intersep tersebut dimungkinkan karena daerah yang diteliti memiliki karakteristik yang berbeda satu sama lain. Nilai koefisien intersep ini menunjukkan perbedaan perilaku dari masing-masing daerah. Daerah yang memiliki koefisien intersep yang positif menunjukkan bahwa daerah tersebut memiliki nilai aglomerasi lebih tinggi dibanding daerah lain. Sedangkan daerah yang memiliki koefisien intersep yang negatif memiliki aglomerasi yang lebih rendah dibanding daerah lain.

Faktor yang mempengaruhi bahwa relatif rendahnya aglomerasi Kabupaten/kota di Provinsi Jawa Barat dibandingkan Kabupaten/kota lainnya di Provinsi Jawa Barat adalah masih terbatasnya infrastruktur di masing-masing Kabupaten/kota, perbedaan biaya upah dan terbatasnya tenaga kerja di masing-masing Kabupaten/kota di Provinsi Jawa Barat.

## PENUTUP

### Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil Indeks Ballasa tahun 2008 – 2013 menyatakan bahwa terjadi aglomerasi industri manufaktur di Provinsi Jawa Barat. Terdapat 1 Kota yang memenuhi kriteria perhitungan indeks ballasa yaitu Kota Cimahi.
2. Tenaga Kerja Sektor Industri dan Infrastruktur di Provinsi Jawa Barat berpengaruh positif dan signifikan terhadap aglomerasi industri manufaktur di Provinsi Jawa Barat. Sesuai dengan hipotesis dan teori lokasi yaitu bahwa Pemusatan industri dapat terjadi di suatu lokasi karena terkonsentrasinya beberapa faktor yang dibutuhkan dalam kegiatan produksi, salah satunya tenaga kerja dan infrastruktur. Upah Minimum Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Barat berpengaruh negatif dan signifikan terhadap aglomerasi industri manufaktur di Provinsi Jawa Barat. Sesuai dengan hipotesis dan teori lokasi yang dikemukakan oleh Weber. Secara bersama-sama variabel Tenaga Kerja

Sektor Industri (TKSI), Upah Minimum Kabupaten/Kota, dan Infrastruktur Jalan (JLN) berpengaruh terhadap terjadinya aglomerasi industri manufaktur di Provinsi Jawa Barat.

### Saran

Pentingnya bagi suatu daerah untuk dapat menjadi pusat aglomerasi karena selain dapat meningkatkan pertumbuhan ekonominya juga dapat meningkatkan kesempatan kerja. Dengan demikian diharapkan perekonomian daerah sekitarnya juga bisa ikut tumbuh dengan banyaknya tenaga kerja yang diserap khususnya sektor industri. Dalam rangka pemerataan pembangunan maka perlu adanya pemerataan fasilitas infrastruktur dan pendirian industri industri baru di daerah-daerah yang memiliki potensi. Dalam jangka panjang interkoneksi berbagai infrastruktur tersebut secara meluas akan memberikan potensi pertumbuhan yang lebih baik dibandingkan jika terpusat.

## DAFTAR PUSTKA

- Badan Pusat Statistika. 2008-2013. *Jawa Barat Dalam Angka 2013*. BPS Provinsi Jawa Barat.
- Baltagi, B.H. 2005. *Econometric Analysis of Panel Data*. John Wiley & Sons LTD. London.
- Capello, R. 2007. *Regional Economics*. Routledge, New York.
- Dinas Ketenagakerjaan Jawa Barat 2013. *Upah minimum kabupaten/kota di . provinsi Jawa Barat*.
- Fujita dan J.F thisse, 1996 Fujita, M., dan J.F. Thisse, 1996. "The Economics of Agglomeration." *Journal of Japanese and International Economics*.
- Fujita, M. and T. Mori. 1996. The Role of Ports in Making of Major Cities: Self Agglomeration and Hub-Effect. *Journal of Development Economics*. Vol. 49 : 93-120
- Fujita, M., P. Krugman, dan A.J. Venables. 1999. *The Spasial Economics: Cities, Regional and International Trade*. The MIT Press, Cambridge and London.
- Gujarati, Damodar N. 2004. *Basic Econometric*, John Wiley & Sons, Fourth Edition. New York.
- Hayter, 2000 Hayter, R. 2000. *The Dynamic of industrial Location: The Factory, the Firm and*

- The Production System*. Chichester : John Wiley & Sons
- Hilmiyah,Widyah.2013.*AnalisisKonsentrasi spasial & pengembangan kawasan industri di Kab. Gresik*. Jurnal Ekonomi Pembangunan
- Indikator Tenaga KerjaProvinsi Jawa Barat 2013*. BPS Provinsi Jawa Barat.
- Jabal,Gilang.2014. *Analisis Aglomerasi di Kabupaten Banyumas*. Jurnal Ekonomi Pembangunan
- Jannifer,Shandy.2010. *Analisis pengaruh Faktor Aglomerasi Industri Manufaktur terhadap Pertumbuhan dengan Ketimpangan*. Jurnal Ekonomi Pembangunan
- Krugman, P. 1998. Space: the Final Frontier. *Journal of Economic Perspectives*. Vol. 12(2): 161-174.
- Kuncoro, M. 2002. *Analisis Spasial dan Regional: Studi Aglomerasi dan Kluster Industri*. UPPAMP YKPN. Yogyakarta.
- Kuncoro, Mudrajad. 2012. *Perencanaan Daerah, Bagaimana Membangun Ekonomi Lokal, Kota, dan Kawasan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kuncoro,Mudrajad.2002. *Analisis Spasial Dan Regional*. Yogyakarta. UPP STIM YKPN.
- Martin dan octavianno 2001. *Dinamika Aglomerasi di Jawa*, Tahun 2000. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*.
- Matitaputty.2010. *Analisis Pengaruh Faktor Aglomerasi Industri Manufaktur Terhadap Hubungan Antara Pertumbuhan Dengan Ketimpangan Regional Antar Kabupaten/Kota Di Jawa Tengah Tahun 1994-2007*. Jurnal Ekonomi Pembangunan
- McCann, P. 2006. *Urban and Regional Economics*. Oxford University Press. Oxford Inc. New York.
- Mudrajad,2002 Kuncoro, Mudrajad. 2002. *Analisis Spasial dan Regional: Studi Aglomerasi dan Kluster Industri Indonesia*, UPP AMP YKPN. Jogjakarta.
- Nuryadin.2007. *Aglomerasi Dan Pertumbuhan Ekonomi : Peran Karakteristik Regional Di Indonesia*. Jurnal Ekonomi Pembangunan
- Sakti.2007. *Analisis Aglomerasi dan Faktor yang Mempengaruhi Terkonsentrasi Lembaga Pendidikan Tinggi di Pulau Jawa*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, Vol.22 No.1, Yogyakarta



# Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Country Of Origin Terhadap Niat Beli

A.A Diah Tarama Devi , Ni Wayan Ekawati

Universitas Udayana, Bali

---

**Abstrak:** Peminat pengguna sepeda motor sport merek Kawasaki di Indonesia sangatlah tinggi. Kondisi ini dibuktikan dengan penjualan sepeda motor sport di Indonesia dikuasai oleh Kawasaki yang mengeluarkan berbagai varian produk sepeda motor sport Ninja. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen cenderung memilih produk sepeda motor Kawasaki Ninja. Kecenderungan itu salah satunya disebabkan oleh pandangan masyarakat terhadap negara asal (country of origin) dari merek tersebut. Selain karena country of origin tersebut juga karena brand image yang menyertainya. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan pengaruh country of origin dan brand image terhadap niat beli. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Denpasar dengan 108 jumlah responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis jalur (path analysis). Temuan penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara country of origin terhadap brand image, hubungan yang positif dan signifikan antara country of origin terhadap niat beli serta brand image mampu memediasi hubungan antara country of origin terhadap niat beli konsumen pada motor merek Kawasaki di Kota Denpasar.

Key words: Country of origin ·Brand image ·Niat beli

---

## LATAR BELAKANG

Perkembangan industri otomotif salah satunya sepeda motor kini semakin berkembang dan menunjukkan persaingan yang semakin ketat, hal ini terlihat dari persaingan perusahaan yang berlomba-lomba menawarkan produk yang bersaing dengan berbagai model yang ditawarkan, harga yang bersaing sangat ketat serta keunikan-keunikan lain yang menjadi suatu ciri khas dari sepeda motor yang beredar di pasaran tersebut. Salah satu jenis sepeda motor yang digandrungi masyarakat khususnya masyarakat yang menengah keatas adalah sepeda motor *sport*. Sepeda motor *sport* salah satunya memiliki kesan *sporty* yang tentunya akan mendongkrak kepercayaan diri pengendaranya, sehingga bagi pengendara laki-laki motor *sport* ini akan mempertegas karakter macho mereka yang tidak dimiliki jenis motor lain.

Beberapa kelebihan yang dimiliki sepeda motor *sport* adalah sebagai pertimbangan dan evaluasi dasar konsumen. Terdapat pertimbangan lain yang sering digunakan konsumen yaitu tentang negara asal produk tersebut. Sebelum menentukan produk apa yang akan

sebagian konsumen akan melihat darimana negara asal produk tersebut, *country of origin* secara umum dianggap menjadi karakteristik suatu produk (Permana dan Haryanto, 2014). *Country of origin* suatu produk akan menimbulkan persepsi kualitas akan baik buruknya suatu produk (Yanthi dan Jatra, 2015). *Country of origin* memainkan peran penting dalam persepsi konsumen terhadap produk dan merek dari negara tertentu (Hanzaee dan Khosrozadeh, 2011). Konsumen yang kurang memiliki pengetahuan tentang produk lebih cenderung untuk menggunakan negara asal atau *country of origin* guna mengevaluasi produk tersebut (Lee dan Lee, 2009). Citra *country of origin* yang dipersepsikan positif dapat menimbulkan minat beli konsumen dan berakhir pada pembelian produk, yang berarti *country of origin* memiliki pengaruh positif terhadap niat beli (Dinata dkk., 2015). Reputasi negara yang baik seperti negara yang dikenal memiliki kemajuan teknologi yang tinggi akan membuat persepsi konsumen bahwa produk yang berasal dari negara tersebut akan memiliki kualitas produk yang baik (Tulipa dan Muljani, 2015). Dukungan teknologi tinggi diharapkan akan terus berupaya untuk

melakukan inovasi produk yang dihasilkan. Inovasi produk yang diterapkan perusahaan diharapkan mampu bersaing dan mencapai kesuksesan (Ekawati *et al.*, 2017).

Dasar penilaian konsumen berdasarkan negara asal produksi suatu produk tidak semata-mata melupakan penilaian konsumen terhadap produk itu sendiri. Konsumen juga menilai produk melalui *brand image* produk tersebut. Definisi *brand image* menurut Kotler and Keller (2009:403) adalah persepsi yang dimiliki oleh konsumen saat pertama kali mendengar slogan yang diingat dan tertanam di benak konsumen. Konsumen sering menggunakan *brand image* untuk membuat keputusan pembelian. Selain itu, konsumen ingin membeli merek terkenal karena mereka percaya bahwa produk tersebut dapat memuaskan mereka (Bhakar *et al.*, 2013). Persepsi yang positif dan kepercayaan konsumen terhadap suatu merek akan menciptakan *brand image* yang baik. Oleh karena itu perusahaan harus dapat menciptakan suatu merek yang menarik dan menggambarkan manfaat produk yang sesuai dengan keinginan konsumen sehingga konsumen memiliki persepsi yang positif terhadap merek tersebut (Alma, 2009:37). Merek yang baik juga menjadi dasar untuk membangun citra perusahaan yang positif dan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pemilihan pembelian (Maunaza, 2012). Para peneliti telah mengembangkan konsep tiga jenis *brand image* yaitu fungsional, simbolis, dan pengalaman (Chih *et al.*, 2013).

Konsumen seringkali membentuk preferensi terhadap salah satu merek atau perusahaan dikarenakan *imaginya*, sedangkan dari preferensi itulah konsumen akan menentukan minatnya untuk membeli suatu produk atau tidak. Proses pemikiran dan pembelajaran yang dilakukan oleh konsumen dapat membentuk perilaku minat beli. Semakin baik *brand image* yang dibentuk perusahaan, maka minat beli konsumen juga akan mengalami peningkatan, sehingga *brand image* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat beli konsumen terhadap suatu produk (Ambarwati dkk., 2015). Pertimbangan tentang penggunaan *country of origin* dan *brand image* oleh konsumen memiliki tujuan untuk meningkatkan minat beli, niat beli sebagai bentuk pikiran nyata dari rencana konsumen untuk membeli produk dalam jumlah tertentu dari beberapa merek yang tersedia dalam situasi tertentu (Tati dkk, 2015). Niat beli ditentukan oleh manfaat dan nilai yang dirasakan oleh konsumen (Wang dan Tsai, 2014). Niat beli juga dapat diartikan sebagai konsumen lebih memilih untuk membeli produk atau

layanan karena merasa bahwa membutuhkan produk atau jasa tersebut (Madahi dan Sukati, 2012). Minat beli timbul karena adanya rangsangan yang berasal dari dalam diri konsumen dan memberikan dorongan atau motivasi untuk memiliki suatu produk. Minat beli konsumen yang tinggi akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian. Sebaliknya, minat beli konsumen yang rendah dapat mengurangi kemungkinan terjadinya keputusan konsumen untuk membeli produk (Rahma dalam Tati, dkk. 2015).

Dibalik beberapa penelitian yang telah dijabarkan, terdapat penelitian yang berbeda dengan hasil penelitian sebelumnya seperti penelitian yang dilakukan oleh Rafida dan Saino (2015) menjelaskan bahwa *country of origin* tidak memiliki pengaruh secara langsung terhadap minat beli. Hal tersebut juga didukung oleh hasil studi oleh Faraditta dan Mudiantono (2015) menjelaskan bahwa apabila *country of origin* dihubungkan secara langsung dengan niat beli akan menghasilkan hubungan yang negatif. Terjadinya perbedaan hasil penelitian tersebut menimbulkan penggunaan *brand image* sebagai mediasi yang didukung oleh penelitian yang dilakukan Ahasanul *et al.* (2015) yang menunjukkan bahwa *country of origin* pengaruhnya terhadap niat beli adalah melalui *brand image* sebagai variabel mediasi. Penelitian Bhakar *et al.* (2013) menyatakan bahwa *country of origin* akan berdampak tidak signifikan terhadap *purchase intention* apabila hubungan terjadi secara langsung. Namun perbedaan terjadi ketika *country of origin* diterapkan bersamaan dengan *brand image* terhadap *purchase intention* maka hasil yang dinyatakan oleh Bhakar akan positif dan signifikan. Hal ini sejalan dengan penelitian Diamantopoulos *et al.* (2011) yang menemukan bahwa *country of origin* berpengaruh secara tidak langsung terhadap niat membeli konsumen dan pengaruhnya sepenuhnya dimediasi oleh *brand image*.

Pertimbangan *country of origin* atau negara asal suatu produk, yang mana produk yang berasal dari negara yang memiliki citra yang baik serta *brand image* yang kuat di pasaran dapat menarik minat beli masyarakat. Perusahaan yang bergerak di industri otomotif khususnya di Indonesia dikuasai oleh berbagai produsen otomotif besar dari mancanegara seperti Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki yang berasal dari Jepang, TVS yang berasal dari India, dan Ducati yang berasal dari Italia. Penjualan sepeda motor sport di Indonesia sendiri dikuasai oleh Kawasaki yang mengeluarkan berbagai varian produk sepeda motor *sport* Ninja. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen

cenderung memilih produk sepeda motor Kawasaki Ninja, karena Kawasaki Ninja mampu menarik minat beli konsumen karena teknologi yang digunakan, model atau desain sepeda motor yang menarik, dan nilai jual kembali yang tetap tinggi. Keunggulan-keunggulan tersebut membentuk *brand image* yang baik di benak para konsumen Kawasaki. Sehingga, *brand image* yang baik ini menyebabkan konsumen yakin dan percaya terhadap produk Kawasaki dan nantinya akan meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk Kawasaki. Selain itu, negara asal yang memproduksi produk sepeda motor Kawasaki Ninja yaitu Jepang merupakan salah satu negara industri yang mengalami kemajuan yang pesat dalam bidang teknologi, termasuk dalam bidang otomotif.

Berdasarkan pada fenomena, survey awal yang telah dilakukan dan merujuk pada beberapa hasil penelitian sebelumnya, maka peneliti tertarik membahas mengenai peran *brand image* dalam memediasi pengaruh *country of origin* terhadap niat beli (Studi Kasus Pada Sepeda Motor Kawasaki Ninja di Kota Denpasar). Tujuan dari penelitian ini adalah:

- i. Menjelaskan pengaruh *country of origin* terhadap *brand image*
- ii. Menjelaskan pengaruh *country of origin* terhadap niat beli
- iii. Menjelaskan pengaruh *brand image* terhadap niat beli
- iv. Menjelaskan peran *brand image* dalam memediasi pengaruh *country of origin* terhadap niat beli.

## METODOLOGI

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif yang berbentuk asosiatif, karena penelitian ini membahas tentang pengaruh *country of origin* terhadap niat beli, kemudian pengaruh *brand image* terhadap niat beli, serta meneliti pula tentang variabel mediasi yaitu pengaruh *brand image* yang memperkuat pengaruh *country of origin* terhadap niat beli produk sepeda motor Kawasaki Ninja. Penelitian ini dilakukan di ibukota Provinsi Bali yaitu Kota Denpasar.

Variabel – variabel yang akan dianalisis dalam penelitian ini yaitu:

- i. Variabel eksogen adalah *country of origin* (X)
- ii. Variabel mediasi adalah *brand image* (M)
- iii. Variabel endogen adalah niat beli (Y)

Indikator yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 1: Indikator penelitian**

Variabel	Indikator	Sumber
<i>Country of origin</i> (X)	a) Inovasi negara asal merek dalam berproduksi ( $X_{1,1}$ ) b) Tingkat kemajuan teknologi negara asal merek ( $X_{1,2}$ ) c) Citra negara asal merek sebagai negara maju ( $X_{1,3}$ ) d) Prestise yang dimiliki negara asal merek ( $X_{1,4}$ )	Permana dan Haryanto (2015) dan Tulipa dan Muljani (2015)
<i>Brand image</i> (M)	a) Citra perusahaan ( $M_{1,1}$ ) b) Citra produk ( $M_{1,2}$ ) c) Reputasi merek ( $M_{1,3}$ )	Ambarwati, dkk. (2015) dan Ahasanul et al. (2015)
Niat beli (Y1)	a) Perhatian konsumen terhadap keberadaan produk ( $Y_{1,1}$ ) b) Ketertarikan akan suatu produk ( $Y_{1,2}$ ) c) Ingin mengetahui lebih lanjut tentang produk ( $Y_{1,3}$ ) d) Keinginan untuk memiliki produk ( $Y_{1,4}$ ) e) Mempertimbangkan untuk membeli produk ( $Y_{1,5}$ )	Schiffmann dan Kanuk (2008) dan Tati, dkk. (2015)

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah konsumen yang belum pernah melakukan pembelian produk sepeda motor Kawasaki Ninja di Denpasar dengan jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti (infinite). Penentuan sampel penelitian ini menggunakan metode *non – probability sampling* yakni teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang / kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Rahyuda dkk, 2004). Teknik non probability sampling yang dipilih adalah purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan kriteria tertentu. Adapun kriteria penentuan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- i. Masyarakat yang berdomisili di Kota Denpasar.
- ii. Masyarakat berjenis kelamin laki-laki.
- iii. Masyarakat dengan usia minimal 17 tahun keatas, dengan pertimbangan bahwa masyarakat yang berumur 17 tahun sudah memiliki Surat Ijin Mengemudi (SIM) dan dianggap sudah mampu mengisi kuisioner.

- iv. Mengetahui informasi mengenai produk sepeda motor Kawasaki Ninja.
- v. Belum pernah membeli produk sepeda motor Kawasaki Ninja.
- vi. Memiliki niat beli terhadap produk sepeda motor Kawasaki Ninja

Jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebesar 108 responden. Metode pengumpulan data untuk penelitian ini adalah dengan menggunakan metode survey yakni dengan kuisioner. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur digunakan untuk menentukan pola hubungan antara tiga atau lebih dan tidak dapat digunakan untuk mengkonfirmasi atau menolak hipotesis. Riduwan dan Kuncoro (2011:2) menyatakan analisis jalur digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung mampu tidak langsung seperangkat variabel eksogen terhadap variabel endogen.

### HASIL

Diskripsi penilaian responden terhadap pernyataan kuisioner terkait *country of origin* nampak pada Tabel 1. Tabel 1 menunjukkan jawaban tertinggi pada pernyataan citra negara asal merek sebagai negara maju dengan skor rata-rata 4,59 dan masuk dalam kriteria sangat baik, berarti bahwa responden telah mengetahui negara asal produk sepeda motor Kawasaki Ninja yaitu Jepang adalah negara maju. Skor rata-rata terendah ditunjukkan pada pernyataan inovasi negara asal merek dalam berproduksi dengan skor rata-rata 4,27 dan masuk dalam kriteria sangat baik. Hal ini berarti bahwa responden mengakui bahwa negara asal produk sepeda motor Kawasaki Ninja yaitu Jepang adalah negara yang menerapkan inovasi dalam berproduksi. Rata-rata total variabel *country of origin* dengan skor 4,42 menunjukkan responden memiliki persepsi yang sangat baik akan *country of origin* terkait produk motor Kawasaki Ninja.

Tabel 1 Penilaian Responden terhadap variabel *Country of Origin*

Indikator	Skor Jawaban					Jml Skor	Rata-Rata
	1	2	3	4	5		
Inovasi negara asal merek dalam berproduksi (X.1)	1	2	8	52	45	461	4.27

Tingkat kemajuan teknologi negara asal merek (X.2)	0	2	7	38	61	482	4.46
Citra negara asal merek sebagai negara maju (X.3)	0	0	5	34	69	496	4.59
Prestise yang dimiliki negara asal merek (X.4)	0	0	5	59	44	471	4.36
Total						1910	4.42

Penilaian responden terhadap indikator-indikator variabel *brand image* tampak pada Tabel 2. Menunjukkan bahwa pernyataan tentang reputasi merek memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu 4.32 dan masuk dalam kriteria sangat baik, hal ini berarti bahwa responden menganggap reputasi merek sepeda motor Kawasaki Ninja adalah memiliki reputasi merek yang baik di benak mereka. Skor terendah yaitu 4,10 ditunjukkan pada indikator citra produk dan masuk dalam kategori baik, berarti bahwa responden memiliki persepsi bahwa citra produk sepeda motor Kawasaki Ninja adalah produk yang memiliki citra yang baik. Keseluruhan dari variabel *brand image*, dapat ditentukan rata-rata total dengan skor adalah sebesar 4.19 menunjukkan bahwa secara umum responden memiliki persepsi baik akan *brand image* sepeda motor Kawasaki Ninja.

Tabel 2 Penilaian Responden terhadap variabel *Brand Image*

Indikator	Skor Jawaban					Jml Skor	Rata-Rata
	1	2	3	4	5		
Citra perusahaan (M.1)	0	2	12	61	33	449	4.16
Citra Produk (M.2)	0	4	15	55	34	443	4.10
Reputasi Merek (M.3)	0	1	8	54	45	467	4.32
Total						1359	4.19

Penilaian responden terhadap indikator-indikator variabel niat beli. Tabel 3 menunjukkan bahwa indikator dengan pernyataan perhatian konsumen akan keberadaan produk memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu 4.34 dan masuk dalam kategori sangat baik, berarti bahwa responden memiliki perhatian terhadap keberadaan produk sepeda motor Kawasaki Ninja. Skor terendah yaitu 4,19 dan masuk dalam kriteria baik ditunjukkan pada indikator dengan pernyataan ketertarikan akan suatu produk dan mempertimbangkan untuk membeli produk, hal ini berarti responden

memiliki ketertarikan pada produk Kawasaki Ninja dan memiliki pertimbangan untuk membeli produk Kawasaki Ninja. Keseluruhan dari variabel niat beli menunjukkan rata-rata total dengan skor sebesar 4,24 maka dapat dinyatakan bahwa secara umum responden memiliki persepsi yang sangat baik akan niat beli terkait produk sepeda motor Kawasaki Ninja.

Tabel 3 Penilaian Responden terhadap variabel Niat Beli

Indikator	Skor Jawaban					Jml Skor	Rata Rata
	1	2	3	4	5		
Perhatian konsumen akan keberadaan produk (Y <sub>1</sub> )	0	0	7	57	44	469	4.34
Ketertarikan akan suatu produk (Y <sub>2</sub> )	0	1	15	54	38	453	4.19
Ingin mengetahui lebih lanjut tentang produk (Y <sub>3</sub> )	0	0	13	57	38	457	4.23
Keinginan untuk memiliki produk (Y <sub>4</sub> )	0	3	8	57	40	458	4.24
Memperhatikan untuk membeli produk (Y <sub>5</sub> )	0	3	13	52	40	453	4.19
Niat Beli						2290	4.24

Berdasarkan olah data dengan menggunakan analisis *Path* mendapatkan hasil pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung antar variabel penelitian. Nampak pada Tabel 4 berikut.

Tabel 4 Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung serta Pengaruh Total Country of Origin (X), Brand Image (M) dan Niat beli (Y)

Pengaruh Variabel	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak langsung Melalui Brand Image (M) = (β <sub>1</sub> x β <sub>3</sub> )	Pengaruh Total
X → M	0,491	-	0,491
X → Y	0,423	0,178	0,601
M → Y	0,362	-	0,362

## DISKUSI

Berdasarkan hasil analisis pengaruh *country of origin* terhadap *brand image* diperoleh nilai koefisien Beta sebesar 0,491 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ( $\leq 0,05$ ) yang berarti bahwa variabel *country of*

*origin* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand image*. Jadi semakin baik citra dari negara asal produk sepeda motor Kawasaki Ninja yaitu Jepang, maka akan meningkatkan *brand image* produk sepeda motor Kawasaki Ninja di Kota Denpasar. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Permana dan Haryanto (2014) dan Tulipa dan Muljani (2015) yang menemukan bahwa *country of origin* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *brand image*. Serta sesuai dengan penelitian Diamantopoulos *et al.* (2011), dan Ahasanul *et al.* (2015) yang menyatakan bahwa *country of origin* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *brand image*.

Berdasarkan hasil analisis pengaruh *country of origin* terhadap niat beli diperoleh nilai koefisien Beta sebesar 0,423 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ( $\leq 0,05$ ) yang berarti bahwa variabel *country of origin* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli. Sehingga ini berarti semakin positif persepsi tentang negara asal produk sepeda motor Kawasaki Ninja akan meningkatkan niat beli produk sepeda motor Kawasaki Ninja di Kota Denpasar. Hasil penelitian ini mendukung temuan penelitian yang dilakukan Dinata, dkk. (2015) menjelaskan bahwa secara signifikan variabel *country of origin* berpengaruh positif terhadap minat beli seorang calon konsumen. Yunus dan Wan (2016) menyebutkan bahwa *country of origin* secara positif akan mempengaruhi niat beli konsumen. Menurut penelitian Hanzaee dan Khosrozadeh (2011) menemukan bahwa niat beli dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh *country of origin*.

Berdasarkan hasil analisis pengaruh *brand image* terhadap niat beli diperoleh nilai koefisien Beta sebesar 0,362 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ( $\leq 0,05$ ) yang berarti *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli. Sehingga, hal ini berarti semakin baik citra merek yang dibangun oleh Kawasaki Ninja terhadap produk sepedanya, akan semakin meningkatkan niat beli produk sepeda motor Kawasaki Ninja di Kota Denpasar. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Chih *et al.* (2013) yang menyatakan bahwa *brand image* berpengaruh positif terhadap niat beli. Hal ini juga didukung oleh penelitian Ambarwati, dkk. (2015) yang berpendapat bahwa *brand image* berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Serta penelitian oleh Maunaza (2012) menemukan bahwa *brand image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.



Pengujian hipotesis pada peran brand image dalam memediasi *country of origin* terhadap niat beli pada produk sepeda motor Kawasaki Ninja di Kota Denpasar, dengan menggunakan Uji Sobel membuktikan peran *brand image* secara signifikan memediasi pengaruh *country of origin* terhadap niat beli produk sepeda motor Kawasaki Ninja, dengan hasil  $Z = 2,6844 > 1,96$  dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Ahasanul *et al.* (2015) menunjukkan bahwa *country of origin* pengaruhnya terhadap niat beli adalah melalui *brand image* sebagai variabel mediasi. Menurut Diamantopoulos *et al.* (2011) *image country of origin* berpengaruh secara tidak langsung terhadap niat beli konsumen, dan dalam pengaruhnya sepenuhnya dimediasi oleh *brand image*. Serta penelitian Bhakar *et al.* (2013) menyatakan ketika *country of origin* diterapkan bersamaan dengan *brand image* terhadap *purchase intention* maka hasil yang dinyatakan oleh Bhakar akan positif dan signifikan.

#### KETERBATASAN PENELITIAN

Patut disadari bahwa terdapat beberapa keterbatasan dari penelitian ini yang diantaranya:

- i. Ruang lingkup penelitian terbatas pada wilayah Kota Denpasar, sehingga hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasi untuk konsumen di luar wilayah Kota Denpasar.
- ii. Jumlah responden yang terbatas dalam penelitian dikarenakan keterbatasan biaya dan waktu yang tersedia serta banyak masyarakat yang tidak berniat membeli sepeda motor Kawasaki Ninja dikarenakan harganya yang mahal dan masuk pada golongan barang mewah.
- iii. Mengingat penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu yang cukup singkat sedangkan lingkungan dapat berubah setiap saat, yang menyebabkan penelitian ini penting untuk dilakukan kembali.

#### KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa :

*Country of origin* berpengaruh positif dan signifikan terhadap brand image. Hal ini berarti semakin baik citra Negara Jepang sebagai negara asal merek produk sepeda motor Kawasaki Ninja, maka akan meningkatkan citra merek dari produk sepeda

motor Kawasaki Ninja di Kota Denpasar.

*Country of origin* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli. Hal ini berarti apabila semakin positif persepsi tentang negara asal produk sepeda motor Kawasaki Ninja, maka akan meningkatkan niat membeli produk sepeda motor Kawasaki Ninja di Kota Denpasar.

*Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli. Produk Nike ini berarti semakin baik citra merek yang dibangun produk sepeda motor Kawasaki Ninja, maka akan meningkatkan niat pembelian produk sepeda motor Kawasaki Ninja di Kota Denpasar.

*Brand image* mampu memediasi hubungan *country of origin* terhadap niat beli. Hal ini berarti bahwa *brand image* yang terbentuk pada produk sepeda motor Kawasaki Ninja turut mempengaruhi *country of origin* terhadap niat beli sepeda motor Kawasaki Ninja di Kota Denpasar

#### DAFTAR PUSTAKA

1. Ahasanul Haque., Naila Anwar., Farzana Yasmin., Abdullah Sarwar., Zariyah Ibrahim., and Abdul Momen. (2015). Purchase Intention of Foreign Products: A Study on Bangladeshi Consumer Perspective. *SAGE Open*, 1–12
2. Ambarwati, Miki., Sunarti., dan Mukhammad Kholid Mawardi. (2015). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli (Survei Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Yang Menggunakan Pasta Gigi Pepsodent). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 25(1), pp: 1-7
3. Bhakar, Dr. S. S., Shailja Bhakar., and Shilpa Bhakar. (2013). Relationship Between Country of Origin, Brand Image and Customer Purchase Intention. *Far East Journal of Psychology and Business*, 10(2), pp: 25-47.
4. Buchari, Alma. (2009). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
5. Chih, C. Y., P. J. Lin and C. S Chen. (2013). How Brand Image, Country Of Origin, and Self, Congruity Influence Internet Users, Purchase Intention. *Society For Research*, 41(4), pp: 599-612.
6. Diamantopoulos, A., Schlegelmilch, B., and Palihawadana, D. (2011). The Relationship Between Country-of-Origin Image and Brand Image as Drivers of Purchase Intentions: A Test

- of Alternative Perspectives. *International Marketing Review*, 28(5), pp. 508-524.
7. Dinata, Jovita S., Srikandi Kumadji., dan Kadarisman Hidayat. (2015). Country of Origin dan Pengaruhnya Terhadap Persepsi Kualitas Dan Minat Beli (Survei pada Calon Konsumen yang Berminat Membeli iPad di Indonesia) *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 25(1), pp: 1-8
  8. Ekawati, Ni Wayan., Kertiyasa, N.N., Giantari, G.A.K., and Sariyathi, N.K. (2017). Ecopreneurship and Green Innovation for the Success of New Spa Products. *Journal of Business and Retail Management Research (JBRMR)*, (11)3, pp: 13-24
  9. Faraditta, Angela dan Mudiantono. (2015). Analisis Pengaruh Country of Origin Perception, Perceived Quality dan Consumer Perception Terhadap Purchase Intention dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Oli Fastron Di Kota Semarang). *Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang*.
  10. Hanzae, K.H. and Khosrozadeh, S. (2011). The Effect of the Country-of-Origin Image, Product Knowledge and Product Involvement on Information Search and Purchase Intention. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 8(3), pp: 625-636.
  11. Kotler, P., dan Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, Edisi Ketiga Belas. Jakarta: Erlangga
  12. Lee, J. K., and Lee, W. N. (2009). Country-of-Origin Effects on Consumer Product Evaluation and Purchase Intention: The Role of Objective Versus Subjective Knowledge. *Journal of International Consumer Marketing*, 21(2), pp: 137-151
  13. Madahi, Abdolrazagh., and Inda Sukati. (2012). The Effect of External Factors on Purchase Intention Amongst Young Generation in Malaysia. *International Business Research*, 5(8), pp: 1-7.
  14. Maunaza, A. (2012). Pengaruh Brand Image terhadap Niat Membeli Konsumen (Studi Pada Penerbangan Lion Air Sebagai Low Cost Carrier). *Skripsi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Administradi Niaga Depok*.
  15. Permana, Magyar Slamet dan Jony Oktavian Haryanto. Pengaruh Country Of Origin, Brand Image Dan Persepsi Kualitas Terhadap Intensi Pembelian. (2014) *Jurnal Manajemen*. 18(3), pp: 365-380.
  16. Rafida, Veni dan Saino. (2015). Pengaruh Country of Origin Terhadap Minat Beli Dengan Perceived Quality Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengunjung Artomorro Selluler Kota Madiun). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 3(2), pp: 1-10
  17. Rahyuda, Ketut. (2004). Buku Ajar *Metodologi Penelitian*. Denpasar: Fakultas Ekonomi Universitas Udayana
  18. Riduwan & Kuncoro. (2011). *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta
  19. Tati, Putri Wahyu., Suharyono., dan Edy Yulianto. (2015). Pengaruh Country of Origin dan Global Brand Image Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen yang Membeli Smartphone Samsung Galaxy di Asia Tenggara). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 25(1), pp: 1-10
  20. Tulipa, Diyah and Ninuk Muljani. (2015). The Country of Origin and Brand Image Effect on Purchase Intention of Smarthphone in Surabaya-Indonesia. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(5), pp: 64-70
  21. Wang, Ya-Hui. and Tsai, Cing-Fen. (2014). The Relationship Between Brand Image and Purchase Intention: Evidence From Award Winning Mutual Funds. *The International Journal of Business and Finance Research*, 8(2), pp:1-14
  22. Yanthi, Kadek Pratita dan I Made Jatra. (2015). Pengaruh Country of Origin, Brand Image, dan Perceived Quality Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Beat Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(11), pp: 3852-3881
  23. Yunus, Nor Sara Nadia Muhamad and Wan Edura Wan Rashid. (2016). The Influence of Country-of-origin on Consumer Purchase Intention: The Mobile Phones Brand from China. *Journal Procedia Economics and Finance*, 37(2016), pp: 343 – 349

**Penerapan 8 Langkah Perubahan Organisasi Dari Kotter's Dalam Rangka  
Mengembangkan Inovasi di PT. Pos Indonesia Untuk Menjaga Eksistensi dan Daya  
Saing Pelayanan Publik  
(studi kasus di Kantor Pos Jakarta Utara 14000)**

*Agung Surya Dwianto*  
*agungsurya.dwianto@pertiwi.ac.id*  
*STIE Pertiwi*

*Pupung Purnamasari*  
*pupung.purnamasari@pertiwi.ac.id*  
*STIE Pertiwi*

---

**Abstract:** In the modern world, innovation is a major challenge for any organization including public service provider organizations, such as PT. Pos Indonesia. PT. Pos Indonesia has been successful in innovating. New innovations on existing services have been made by Pos Indonesia, such as post express, post payment, wesel pos instant, pranko prisma, etc., where all the innovations for the existing services have new, more effective and efficient utilizing online network technology so that it can be accepted by the service user community. However, the innovations proclaimed, not able to answer all the organizational challenges faced by PT. Pos Indonesia, especially Kantor Pos Jakarta Utara, because the innovation of the products and processes that occur, is not done with a high commitment. For that PT. Pos Indonesia in this case Kantor Pos Jakarta Utara needs to implement 8 steps of organizational change from Kotters's, where it is expected to increase the commitment and qualification of human resources in order to sustain Innovation and competitiveness, to provide the best public servants for the community.

**Keywords:** Innovation, Public Service, Competitiveness, Organizational Change.

---

### **Latar Belakang**

Pos Indonesia merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa kurir, logistik, dan transaksi keuangan. PT. Pos Indonesia (Posindo), sebagai perusahaan ekspedisi milik pemerintah, mencoba untuk bertahan (*survive*) dengan meningkatkan pelayanan, menawarkan harga yang kompetitif serta promosi yang gencar untuk lebih “mengenalkan” perusahaan kepada masyarakat, serta menggaet pelanggan baru sebanyak mungkin. Kehadiran layanan pos di Indonesia yang diselenggarakan oleh pemerintah telah lama ada sejak era Pemerintahan Belanda dengan ditandainya Kantor Pos pertama di Batavia yang didirikan oleh Gubernur Jenderal GW Baron.

Pasang surut mewarnai perjalanan panjang dua

setengah abad Pos Indonesia. Masa-masa keemasan industri perposan ada di tahun-tahun 1970 hingga 1980-an. Masyarakat pengguna jasa pos sangat setia memanfaatkan layanan pos. Namun pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, perubahan gaya hidup, serta trend liberalisasi bisnis jasa pos membuat Pos Indonesia mengalami pergeseran bisnis yang sangat signifikan. Seperti juga dialami oleh banyak perusahaan pos di dunia, Pos Indonesia sempat mengalami penurunan kinerja usahanya di tahun 2000 – 2007. Bisnis suratpos di tahun – tahun tersebut menurun drastis. Penggunaan pesan singkat melalui telepon selular dan internet menggantikan surat pos individu. Demikian juga persaingan kiriman barang dengan para perusahaan kurir swasta membuat pangsa pasar Pos Indonesia semakin tergerus. Keadaan

tersebut memaksa Pos Indonesia untuk berubah dan melakukan transformasi bisnis.

Upaya peningkatan kualitas pelayanan oleh PT. Pos Indonesia dalam hal ini Kantor Pos Jakarta Utara, bersifat inovatif serta bertujuan meningkatkan daya saing dan berorientasi pada kepuasan pelanggan. Namun masih muncul pertanyaan, apakah hal tersebut benar-benar dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan di Kantor Pos Jakarta Utara. Kantor Pos Jakarta Utara perlu mengidentifikasi apakah pelayanan yang diberikan selama ini dilakukan telah sesuai dengan harapan masyarakat Jakarta Utara. Hal ini sebagai bukti perhatian Kantor Pos Cabang Jakarta Utara terhadap kepuasan pelanggannya. Karena apabila harapan pelanggan lebih besar dari tingkat layanan yang diterima, maka pelanggan tidak puas. Sebaliknya apabila harapan pelanggan sama atau lebih kecil dari tingkat layanan yang diterima, maka pelanggan akan puas.

### **Inovasi dan Pelayanan Publik di Kantor Pos Jakarta Utara**

Inovasi adalah sesuatu yang baru diciptakan dan berbeda dari yang sebelumnya. Menurut Suwarno (2008), secara umum inovasi dipahami dalam konteks perubahan perilaku yang erat kaitannya dengan lingkungan berkarakteristik dinamis dan berkembang. Di mana praktik pelayanan yang rigid, rutin, seadanya, dan datar-datar saja membuat organisasi sektor publik sulit untuk bisa memberikan pelayanan yang berkualitas. Pelayanan yang belum optimal memaksa organisasi publik untuk bisa melakukan inovasi karena inovasi sangat penting dilakukan untuk mengatasi kebuntuan dan kemacetan organisasi sektor publik. Salah satu organisasi penyedia layanan publik yang dihadapkan pada tantangan inovasi sebagai akibat meningkatnya persaingan dalam penyediaan layanan publik adalah PT Pos Indonesia.

Sebagai penyedia layanan publik, PT. Pos Indonesia yang merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di industri jasa kurir dituntut melakukan inovasi dalam rangka memenuhi tuntutan peningkatan kualitas layanan kepada masyarakat. Untuk bisa memenangkan persaingan dengan munculnya perusahaan-perusahaan swasta seperti, TIKI, JNE, PT. Repex Perdana Internasional bekerja sama dengan Federal Express (Fed-Ex), DHL, EXL Express, Cipaganti, TNT, Pandu Siwi dan jasa pengiriman lainnya PT. Pos Indonesia – Kantor Pos Jakarta Utara harus bisa menjadi

organisasi publik yang inovatif. Berkaitan dengan itu, menarik untuk dikaji bagaimana bentuk-bentuk inovasi, keberhasilan dan kegagalan inovasi, serta faktor pendorong dan penghambat inovasi PT. Pos Indonesia dalam menjaga eksistensi dan daya saing pelayanan publik.

Sedangkan pelayanan publik, secara normatif adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik (UU No. 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik). Definisi yang lebih rinci diberikan oleh Gronroos dalam Ratminto & Winarsih (2005) bahwa “pelayanan publik adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan”.

Kegagalan Implementasi Inovasi PT. Pos Indonesia – Kantor Pos Jakarta Utara dalam Menjaga Eksistensi dan Daya Saing Pelayanan Publik.

Tingkat perubahan di industri bisnis kurir di daerah Jakarta Utara terus meningkat. Bak cendawan yang tumbuh di musim hujan, dewasa ini banyak bermunculan perusahaan-perusahaan yang ikut berebut kue di industri pengiriman barang atau paket, hal ini mengakibatkan tingkat persaingan yang semakin ketat, baik dari sisi pelayanan, harga maupun promosi yang ditawarkan oleh berbagai perusahaan ekspedisi atau bisnis jasa kurir tersebut, sebut saja seperti KGP (Kerta Gaya Pusaka), Elteha, Tiki, Pandu Siwi dan ratusan perusahaan lokal lainnya, belum lagi ditambah oleh serbuan perusahaan sejenis dari luar negeri yang sudah mendunia. Sehingga dapat disimpulkan bahwa daya tarik (*attractiveness*) industri pengiriman barang ini cukup besar dan menjanjikan. Jika demikian, kompetisi dalam industri ini khususnya di daerah Jakarta Utara akan semakin sengit dalam beberapa dekade mendatang. Kotter (2006) dengan teori *Leading Change - nya* menyuguhkan berbagai wawasan yang inovatif yang akan menguntungkan perusahaan dalam hal ini Kantor Pos Jakarta Utara, untuk dapat merencanakan dan menjalankan perubahan besar supaya dapat memposisikan diri agar dapat bersaing dan berhasil dalam pasar industri bisnis kurir.

Namun sebelumnya Kotter memberikan delapan

alasan utama mengapa didalam upaya perbaikan yang dilakukan oleh suatu organisasi, sering terjadi perbaikan yang diusahakan tersebut malah mengecewakan banyak pihak/gagal, seperti yang terjadi di Kantor Pos Jakarta Utara. Masing-masing dari delapan kesalahan yang telah diidentifikasi oleh Kotter ini dijelaskan dengan “bahasa” yang sederhana, dan mungkin kita sudah menyadari akan hal tersebut. kesalahan-kesalahan ini biasa dilakukan dalam usaha transformasi dan mempunyai konsekuensinya, tetapi hal tersebut bukannya tidak dapat dihindarkan. Untuk itu Kotter menyatakan bahwa kunci memahami mengapa ada penolakan organisasi terhadap perlunya perubahan adalah proses multi-tahapan yang dapat mengatasi tindakan destruktif dan bagaimana kepemimpinan yang diperlukan untuk mengendalikan, dimana langkah manusiawi lebih berarti dari manajemen yang baik.

Dawson (2010) menyatakan bahwa hambatan dari dalam organisasi merupakan hambatan yang sulit untuk diatasi karena menyangkut masalah perilaku, pola pikir, budaya, etos kerja dan kesadaran dari para pelaku dalam organisasi itu sendiri. Sedangkan Kotter (2006) merinci kesalahan penyebab kegagalan suatu organisasi dalam melakukan transformasi sebagai berikut:

1. *Allowing too much complacency* – Membiarkan terlalu puas diri Jika “*sense of urgency*” diabaikan dalam perubahan maka perubahan akan gagal, seperti terlalu cepat puas dengan apa yang telah dikerjakan. Inovasi-inovasi yang telah dilakukan oleh Kantor Pos Jakarta Utara cukup bagus (penambahan titik layanan, pick up kiriman secara gratis, dll), serta mampu memberikan nilai tambah terhadap layanan yang diberikan kepada masyarakat Jakarta Utara. Namun hendaknya didalam setiap inovasi ataupun program kerja baru yang dibuat, perlu adanya evaluasi terhadap setiap langkah yang dilakukan tersebut. Evaluasi secara berkala ini, selain menghindarkan rasa puas yang berlebihan pada jajaran manajemen Kantor Pos Jakarta Utara, juga akan lebih menajamkan langkah – langkah yang akan diambil oleh Kantor Pos Jakarta Utara.

Pada bagian pendahuluan telah disinggung bahwa, inovasi terhadap produk ataupun proses saja tidaklah cukup untuk membawa suatu organisasi ke arah yang lebih baik, tanpa memperbaiki atau meningkatkan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia yang dimiliki.

Kantor Pos Jakarta Utara harus memperhatikan hal tersebut (SDM), untuk menjamin inovasi (perubahan) yang telah dicanangkan akan berjalan dengan baik.

2. *Failing to create a sufficiently powerful guiding coalition* – Gagal menciptakan koalisi pemandu yang cukup kuat

Harus dipastikan bahwa individu yang memimpin perubahan adalah yang terbaik untuk pekerjaan tersebut. Perubahan tidak dikawal dengan ketat oleh Kepala Kantor Pos Jakarta Utara, sehingga didalam perjalanannya, konsep yang sudah direncanakan, tidak berjalan sesuai dengan yang diharapkan.

3. *Underestimating the power of vision* – Meremehkan kekuatan visi

Tanpa visi orang akan bekerja dalam keadaan tanpa mengenal pekerjaannya, perubahan harus diawali dari dalam ingatan / pikiran individu. Kurangnya mengkomunikasikan visi dan misi yang telah ditetapkan oleh manajemen, membuat rencana perubahan menjadi tidak efektif.

4. *Under communicating the vision* – Komunikasi visi yang buruk

Semua yang terlibat dalam organisasi perlu memahami visi, kegagalan untuk menyampaikan dapat membuat karyawan berdalih di saat melanggar norma baru dan nilai organisasi dalam pekerjaannya. Mengkomunikasikan visi perusahaan tidak hanya sebatas penyampaian di level manajer, namun harus di breakdown hingga ke level bawah. Manajer tiap-tiap bagian memiliki peranan / kontribusi yang penting didalam menyampaikan visi dan misi tersebut.

5. *Permitting obstacles to block the new vision* – Membiarkan hambatan menghalangi visi baru

Singkirkan segala sesuatu yang dapat menghalangi visi. Meskipun seolah dapat dikatakan kita mampu bekerja dengan halangan tersebut akhirnya terjadi kontradiksi dengan budaya baru yang diusulkan. Hendaknya seluruh halangan yang menjadi rintangan dalam mewujudkan visi perusahaan ini, dinventarisir lalu dicari cara untuk “menyingkirkan” halangan tersebut. Seluruh pihak harus terlibat dalam upaya mencari solusi atas hal ini.

6. *Failing to create short-term wins* – Gagal menciptakan hasil jangka pendek

Menuju pada visi jangka panjang penting tetapi jangan lupa mengenali kemenangan – kemenangan kecil.



7. *Declaring victory too soon* – Terlalu cepat menyatakan keberhasilan

Apakah peperangan telah dimenangkan atau hanya sekedar pertempuran. Harus dipastikan untuk selalu mengevaluasi usaha dan apakah akan berlanjut dengan kesuksesan.

8. *Neglecting to anchor changes firmly in the corporate culture* – Lalai menanamkan perubahan secara kokoh dalam kultur organisasi/perusahaan

Harus dipastikan bahwa kebijakan dan prosedur ada pada tempat untuk melakukan perubahan jangka panjang yang harus diselesaikan.

Kesalahan-kesalahan internal ini akhirnya menimbulkan konsekuensi, yaitu:

- *New strategies aren't implemented well* – Strategi-strategi baru tidak dapat dilaksanakan dengan baik,
- *Acquisitions don't achieve expected synergies* – Akuisisi tidak mencapai sinergi yang diharapkan,
- *Reengineering takes too long and costs too much* – Rekayasa ulang membutuhkan waktu yang terlalu lama dan biaya yang banyak,
- *Downsizing doesn't get costs under control* – Perampingan tidak berhasil mengontrol biaya,
- *Quality programs don't deliver hoped-for results* – Program-program kualitas tidak memberikan hasil yang sesuai dengan harapan.

### **Delapan Tahap Perubahan Kotter's Bagi Perbaikan Organisasi di Kantor Pos Jakarta Utara 14000**

Istilah *survival of the fittest* yang digunakan 150 tahun yang lalu yang merujuk pada seleksi alami makhluk hidup menghadapi evolusi, tampaknya masih relevan saat ini dalam konteks persaingan di dunia industri. Yang paling *fit* bukanlah yang terkuat menahan empasan musim atau adu otot lagi, melainkan mereka yang tahan menghadapi badai perubahan sosial dan teknologi yang tak kenal ampun. Kita melihat bagaimana perusahaan yang memproduksi telepon selular (Hp) dan komputer yang telah berdiri sejak puluhan tahun yang lalu mengalami kemunduran yang cukup hebat. Perusahaan taksi yang sudah menjadi raja di jalanan Jakarta secara berpuluh – puluh tahun dihajar oleh perusahaan berbasis digital dan komunitas tanpa armada satu pun (*Uber, Gojek, Grab Bike, Blue*

*Bike, dll*).

Begitupun di industri bisnis kurir, PT. Pos Indonesia sudah hadir dan melayani masyarakat selama lebih dari 250 tahun, terlihat terhuyung-huyung dan sangat gagap dalam menghadapi keagresifitasan para pendatang baru, yang datang dan beroperasi dengan membawa proses serta teknologi yang jauh lebih *modern*. Prosentase pasar yang dapat digarap oleh Pos Indonesia pun, semakin lama semakin tergerus (saat ini *market share* nya sangat kecil, bila dibandingkan dengan potensi yang ada), bahkan dapat dikatakan saat ini Pos Indonesia hanya berjaya didaerah *rural*, yang memang sama sekali tidak "tersentuh" oleh para pemain baru tersebut (karena potensi dan prospek yang ada didaerah "*rural*", memang sangat tidak menarik bagi perusahaan yang berorientasi kepada profit)

Inilah keadaan yang dalam istilah kemiliteran disebut dengan VUCA: *volatile, uncertain, complex, dan ambiguous*. Ini sama sekali bukan istilah baru, melainkan dengan perubahan yang terjadi semakin cepat, kita semakin terdesak. *Volatility*, yaitu perubahan yang tidak dapat diprediksi sama sekali, serta tak tentu arah. *Uncertain*, yaitu hal besar yang *disruptive* datang dengan irama yang tak terduga dan bertubi-tubi. Data lama tidak bisa lagi digunakan untuk memprediksi masa depan, akibat realita yang sudah berbeda sama sekali. *Complexity*, yaitu sebab akibat terjadi bukan antara 2 faktor atau 2 keadaan saja, tetapi terdiri atas puluhan faktor yang berinterelasi satu sama lain. *Ambiguity*, yaitu pertanyaan *who, what, where, when, how, dan why* sulit dijawab dengan tepat karena banyak hal yang tidak memiliki deskripsi dengan pasti.

Untuk itu dalam rangka meminimalisir dampak perubahan yang terjadi di Industri bisnis kurir utamanya di daerah Jakarta Utara, serta dalam rangka mengejar ketertinggalan dari pesaing-pesaing yang sangat agresif tersebut, ada baiknya bagi Kantor Pos Jakarta Utara untuk menerapkan ataupun mengimplementasikan prinsip-prinsip perubahan suatu organisasi yang diformulasikan oleh *John P. Kotter*. Menurut *Kotter* di dalam bukunya bertajuk *Leading Change* mengatakan bahwa sebagian besar perubahan gagal dan hanya 30% yang bisa dikatakan berhasil. Dari penyebab kegagalan yang dijumpai, kemudian *Kotter* merumuskan sebuah solusi yang kemudian dikenal dengan Delapan Prinsip dalam menciptakan perubahan.

Banyak teori-teori perubahan untuk manajemen perusahaan yang berlandaskan langkah-langkah di atas. Namun, terdapat satu model perubahan yang

telah teruji oleh semua organisasi global dan perusahaan multinasional. *Kotter* memberikan urutan langkah-langkah perubahan dimulai dengan menciptakan rasa urgensi, merekrut kepemimpinan dalam perubahan, membangun visi dan mengkomunikasikannya secara efektif, mengatasi rintangan, membuat kemenangan berkala, lalu terus mengarahkan momentum perubahan. Berikut rinciannya.

## 1. Menciptakan Urgensi untuk Berubah

Rasa urgensi adalah motivasi yang menginisiasi hasrat untuk berubah dalam suatu organisasi. Misalnya dengan menunjukkan statistik penjualan, peningkatan persaingan, dan dinamika pasar untuk mengidentifikasi potensi ancaman yang timbul serta skenario yang bisa terjadi di masa depan. Selain itu, peluang-peluang yang bisa diraih juga dapat dieksplorasi. Diskusi dapat berjalan dua arah dan melibatkan seluruh anggota organisasi, contohnya dengan mengadakan rapat bersama atau meminta input dari seluruh karyawan hingga posisi terbawah.

Dukungan data bisa juga didapatkan dari masukan pelanggan, riset industri, dan pihak-pihak luar yang bisa memberikan tambahan argumen kepada alasan perubahan yang telah disusun. *Kotter* mensyaratkan untuk minimal 75% dari seluruh manajemen perusahaan menyatakan akan adanya kebutuhan yang mendesak untuk berubah, agar perubahan bisa berhasil.

Maka dari itu, langkah pertama ini menjadi sangat krusial. Masa awal-awal atau tahap persiapan dibutuhkan untuk memicu rasa urgensi. Langkah pertama ini membutuhkan waktu dan tenaga yang cukup untuk membangun pondasi dari perubahan. Jangan terburu-buru karena akan beresiko gagal dalam menginisiasi perubahan.

Menciptakan urgensi menurut *Kotter* sangat penting karena pada kenyataannya banyak organisasi yang telah merasa puas dengan kondisinya saat ini. Ini juga pernah terjadi pada saat di tahun 80-an saat *Xerox* mendominasi pasar fotokopi dunia sehingga mereka menjadi lupa diri sehingga diserbu oleh pesaingnya. Hal ini karena saat itu *Xerox* telah puas dengan posisinya sebagai yang memegang kendali pasar fotokopi.

Begitupun dengan keadaan yang terjadi di Pos Indonesia, sebelum tahun 2000-an. Dengan regulasi monopoli yang sangat menguntungkan perusahaan pada saat itu, serta pembatasan-pembatasan bagi

mereka yang ingin masuk ke industri bisnis kurir, Pos Indonesia sangat nyaman dan sangat puas dengan posisinya. Tidak ada inovasi apalagi usaha perbaikan / evaluasi terhadap produk, ataupun proses yang ada didalam organisasinya. Pada saat itu, mereka selalu berpikir bahwa apa yang telah mereka kerjakan, telah berjalan dengan baik, terbukti dengan selalu ramainya masyarakat untuk melakukan transaksi di Pos Indonesia.

Keadaan berbalik berubah 180 derajat, ketika pada tahun 2009 pemerintah mencabut regulasi perposan yang selama ini di monopoli oleh Pos Indonesia. Seiring dengan dicabutnya UU No. 6 Tahun 1984, yang mengatur tentang monopoli Posindo (Pos Indonesia), sebagai satu-satunya badan yang bertugas menerima, membawa dan atau menyampaikan surat, warkat pos, kartu pos, serta paket pos dan dikeluarkannya undang – undang baru yang menjamin kebebasan berusaha dalam bisnis jasa kurir, maka banyak perusahaan jasa titipan yang bermunculan untuk turut serta meramaikan bisnis kurir ini, terutama dalam bidang pengiriman barang atau paket.

Bak cendawan yang tumbuh di musim hujan, dewasa ini banyak bermunculan perusahaan-perusahaan yang ikut berebut kue di industri pengiriman barang atau paket, hal ini mengakibatkan tingkat persaingan yang semakin ketat, baik dari sisi pelayanan, harga maupun promosi yang ditawarkan oleh berbagai perusahaan ekspedisi atau bisnis jasa kurir tersebut, sebut saja seperti KGP (Kerta Gaya Pusaka), Elteha, Tiki, Pandu Siwi dan ratusan perusahaan lokal lainnya, belum lagi ditambah oleh serbuan perusahaan sejenis dari luar negeri yang sudah mendunia. Sehingga dapat disimpulkan bahwa daya tarik (*attractiveness*) industri pengiriman barang ini cukup besar dan menjanjikan.

Untuk itulah PT. Pos Indonesia (Dalam hal ini manajemen Kantor Pos Jakarta Utara) perlu untuk menciptakan rasa kemendesakkan (*sense of urgency*).

Dengan menciptakan urgensi setiap saat maka diharapkan karyawan akan tergerak melakukan perubahan. Dalam tahapan ini setidaknya jajaran manajemen Kantor Pos Jakarta Utara dapat melakukan hal-hal berikut:

- Menciptakan situasi krisis di organisasi dimana banyak sekali kelemahan-kelemahan dan kesalahan-kesalahan di dalam organisasi. Dalam hal ini Manajemen Kantor Pos Jakarta Utara, disetiap pertemuan bulanan dengan seluruh karyawan Kantor Pos Jakarta Utara dapat

menyampaikan bahwa dibandingkan dengan apa yang telah dilakukan oleh pesaing, baik itu pesaing di bisnis jasa kurir maupun pesaing di bisnis jasa keuangan, cara yang selama ini dipakai sangat lah ketinggalan, serta tidak efektif dan efisien. Penggunaan anggaran biaya sangat boros, pelaksanaan operasional pun sangat tidak efektif, banyak sekali tenaga-tenaga produktif yang memiliki beban bobot kerja yang kecil, sehingga produktifitas per pegawai pun terlihat rendah

- Hilangkan kesan bahwa organisasi memiliki kelebihan-kelebihan fasilitas
- Tetapkan target yang sangat tinggi sehingga menantang dan menyebabkan kehebohan di dalam organisasi.
- Tunjukkan data-data yang menunjukkan kinerja perusahaan (Kantor Pos Jakarta Utara) yang kurang bagus kepada seluruh karyawan sehingga mereka menyadari perlunya melakukan perbaikan
- Paksaan interaksi dengan pihak-pihak yang tak puas dengan perusahaan: pelanggan, pemasok dan pemangku kepentingan
- Gunakan konsultan untuk menunjukkan penilaian yang jujur dan relevan dengan kondisi perusahaan
- Komunikasikan secara intensif tentang peluang masa depan kepada karyawan termasuk imbalan yang akan diperoleh bila sukses menggapai peluang dan penalti bagi mereka yang gagal mencapainya. Sistem reward and motivation harus dijalankan dengan ketat, hal ini dijadikan perangsang bagi karyawan untuk selalu menampilkan performa terbaik, yang dimilikinya.

## 2. Membangun Koalisi Yang Kokoh

Kepemimpinan yang kuat dan dukungan dari para karyawan kunci sangat penting dalam tahap kedua ini. Orang-orang perlu diyakinkan bahwa perubahan itu perlu. Mengelola perubahan saja tidaklah cukup, karena betapapun bagus ide perubahan kesuksesannya bergantung dari eksekusi oleh para individunya.

Agen perubahan yang menjadi pemimpin tidak harus sama seperti hirarki manajemen yang ada. Yang penting adalah sang pembawa perubahan adalah orang yang berpengaruh dan bisa menciptakan koalisi yang kuat. Koalisi yang mengawal momentum perubahan dari awal hingga seterusnya. Koalisi ini bisa terdiri dari beragam kelompok kecil yang berkomitmen kuat

untuk saling melengkapi, dengan susunan yang terdiri dari berbagai tingkatan jabatan dan departemen di dalam perusahaan.

## 3. Mengembangkan Visi dan Strategi Perubahan

Ketika membahas kebutuhan perusahaan untuk berubah dan tantangan-tantangan yang akan dihadapi, terdapat banyak ide serta solusi yang terpikirkan. Semuanya harus dirangkai menjadi suatu proyeksi visi agar para karyawan dapat dengan mudah mengingat dan menjiwai proses perubahan yang mesti dilakukan.

Suatu visi yang jelas dan mudah dipahami akan membantu manajemen perusahaan untuk mengarahkan para karyawan menuju tujuan yang ingin diperoleh dari inisiatif perubahan yang digagas. Para pemimpin organisasi mula-mula memutuskan nilai-nilai yang menjadi fokus utama serta merangkumnya menjadi kalimat yang visioner beserta strategi manajemen yang akan dijalankan oleh para karyawan untuk meraih visi tersebut. Selanjutnya, koalisi perubahan akan mensosialisasikan dalam suatu program transformasi.

Menurut *Kotter* kejelasan terhadap visi yang akan dicapai dalam menggawangi perubahan merupakan hal yang tak bisa disepelekan. Meski banyak yang mengatakan bahwa visi seringkali menjadi sejenis mimpi yang tak kan pernah tercapai, namun dengan artikulasi yang baik melalui suatu metafora yang tepat maka akan dapat dicapai pemahaman terhadap gambaran masa depan suatu organisasi.

## 4. Mengkomunikasikan visi perubahan

Visi perubahan setelah diciptakan harus segera disosialisasikan dan dikomunikasikan secara rutin. Penguatan program transformasi dilakukan dalam setiap aktivitas perusahaan dan menjadi dasar pengambilan keputusan serta pemecahan masalah. Hal tersebut dapat dilakukan disetiap momen pertemuan yang ada.

Begitu pentingnya visi perubahan sehingga kegiatan mengkomunikasikannya menjadi prinsip ke empat yang harus diperhatikan untuk memastikan bahwa semua karyawan memahaminya dengan baik. Tujuan mengkomunikasikan visi ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sama bagi semua karyawan dan memotivasi mereka untuk bekerjasama.

## 5. Memberdayakan langkah tindak lanjut yang pokok/utama (Memberdayakan Karyawan)

Struktur organisasi, deskripsi pekerjaan, penugasan dan penilaian kinerja, serta sistem kompensasi harus selaras dengan visi perubahan. Orang-orang yang menolak perubahan perlu dibina dan mereka yang mendukung program transformasi perlu dihargai serta diberikan imbalan. Penolakan biasanya terjadi pada karyawan senior, mereka salau apatis dengan rencana perubahan yang disuarakan oleh manajemen. Menyikapi hal ini, manajemen Kantor Pos Jakarta Utara harus mempunyai trik khusus, serta *effort* yang lebih. Mereka “jangan ditinggalkan”, sebab bagaimanapun juga, dengan pengalaman serta keterampilan yang dimiliki, para karyawan senior dibutuhkan untuk men-support rencana perubahan tersebut. Rangkul mereka, dan tanpa henti ajak mereka berdialog, untuk mencari titik temu, agar mereka mau “bergabung” dengan perubahan yang sudah direncanakan tersebut.

Jadi, rintangan-rintangan yang ada dan yang potensial mesti terus diperiksa serta diselesaikan lewat solusi bersama oleh koalisi. Proses perubahan mesti berjalan lancar, apapun yang menghalangi pelaksanaan program transformasi harus dieliminasi. Eksekusi dari visi yang ada harus terus menginspirasi para individu dalam organisasi.

Prinsip ke lima ini penting karena justru di sinilah biasanya banyak perusahaan atau organisasi gagal melakukan perubahan. Ini merupakan hal yang umum ditemui karena, umumnya di Indonesia, kita lebih sering dan rajin menyusun perencanaan namun sangat lemah dalam implementasi.

## 6. Menciptakan *quick wins*

Pelaksanaan program transformasi dapat dimotivasi dengan beberapa kemenangan kecil sebelum mencapai kesuksesan besar dalam proses perubahan. Istilahnya, membuat tonggak penanda untuk mengetahui sudah seberapa dekat kita dengan tujuan utama.

Caranya adalah dengan memecah tujuan berjangka panjang menjadi sasaran-sasaran dalam jangka pendek. Dimana masing-masing target tampak mudah dicapai namun tetap terdapat cukup kesulitan yang menantang. Pencapaian yang berkala atas target-target antara ini akan memotivasi seluruh karyawan. Mulailah dari satu tugas yang mudah dan terus

tingkatkan tantangannya. Berikan penghargaan dan pengakuan untuk mereka yang telah mencapai sasaran-sasaran tugasnya yang telah menjadi target jangka pendek.

## 7. Konsolidasi manfaat perubahan

Setiap kemajuan yang telah dicapai, maka manajemen perlu mengevaluasi dan menganalisis aspek-aspek yang perlu diperbaiki. Penguatan perubahan dilakukan dengan mengarahkan program transformasi menuju peningkatan kualitas secara terus-menerus. Dalam tahapan ini, kreativitas dari setiap karyawan diharapkan oleh manajemen untuk dapat menciptakan suatu inovasi yang bisa semakin menguatkan dan memajukan momentum perubahan.

Bila manfaat perubahan ini dirasakan juga oleh pelanggan, maka tak ada salahnya mengundang pelanggan yang merasakan manfaat tersebut untuk datang di perusahaan memberikan opininya terhadap perubahan yang dilakukan perusahaan.

## 8. Memantapkan perubahan sebagai bagian dari budaya

Di langkah terakhir ini, hasil dari proses perubahan diharapkan bisa bertahan lama dan terus berjalan dalam satu program transformasi yang berkelanjutan. Penanaman budaya adalah suatu keniscayaan dalam tahap ini. Usaha dalam mengamalkan budaya organisasi yang dikerjakan secara terus-menerus dikawal oleh para pemimpin perusahaan berdasarkan nilai-nilai yang dianut bersama. Pengejawantahan budaya ini berupa aplikasi sehari-hari dari visi transformasi.

Proses perubahan harus berjalan serentak dan merata di semua bagian perusahaan agar tetap solid dalam waktu yang lama. Misalnya menjadi bahan pembicaraan di setiap pertemuan, berupa kisah atau pemaparan nilai-nilai yang ideal, saat perekrutan karyawan baru atau waktu pelatihan, mempublikasikan kontribusi dari koalisi para pemimpin kelompok perubahan beserta para anggotanya. Serta menyiapkan sistem untuk membantu pergantian kepemimpinan agar program transformasi budaya ini terus berkelanjutan dalam jangka panjang.

Prinsip ke delapan ini tentunya baru bisa dijalankan bila perubahan yang dilakukan membuahkan hasil positif dan kemudian perlu dilestarikan menjadi budaya baru di organisasi atau perusahaan yang bersangkutan. Pastikanlah agar perubahan tertanam

sebagai budaya perusahaan sehingga perubahan benar-benar mengakar sampai ke struktur organisasi yang paling bawah. John P. Kotter mengingatkan, bila satu saja tahapan itu dilewati, maka kita hanya akan menghasilkan apa yang disebutnya sebagai “*illusion of speed*” (kecepatan maya) yang dapat menghasilkan perubahan yang tidak sempurna.

### Kesimpulan

Pada model *kotter* ini pastikan semua langkah yang dilewati harus sesuai tahap sehingga tidak terjadi “*illusion of speed*” atau perubahan yang tidak sempurna. Perusahaan – perusahaan yang mampu mengubah bisnis di dunia ini adalah perusahaan yang sukses mendahului perusahaan-perusahaan lain, baik besar atau kecil. Bila kita ambil dengan apa yang terjadi pada kompetisi di industri jasa kurir, sangat lah terlihat, bahwa perusahaan kurir yang bisa menguasai pasar bukanlah perusahaan yang memiliki pengalaman ratusan tahun, bukanlah perusahaan yang memiliki jaringan terbesar dan tersebar hingga ke pelosok-pelosok daerah, namun yang gesit-lah yang akan berjaya. “*See sooner, scan wider*”.

Kita tidak bisa lagi memisahkan antara perancang strategi dan pengeksekusi. Kita perlu melakukan keduanya sekaligus dalam suatu waktu. Tidak ada lagi situasi *comfort zone* mengingat hitungan waktu yang digunakan bukan lagi tahun atau bulan, melainkan detik. Lalu bagaimana dengan manfaat pengalaman organisasi selama sekian puluhan tahun atau bahkan ratusan tahun, seperti yang terjadi pada PT. Pos Indonesia? Bagaimana dengan talenta yang sedang dikembangkan?

Tidak ada yang salah dengan talenta atau pengalaman yang sudah ditabung. Hanya saja, dalam situasi dan kondisi seperti saat ini, seluruh pihak yang

ada di dalam suatu organisasi perlu untuk membuka mata lebar-lebar terhadap keadaan pasar yang terus berubah-ubah. Organisasi perlu adaptif, mengganti kebiasaan-kebiasaan yang tidak efektif, dan harus selalu siap menambah “kapabilitasnya”.

### Daftar Pustaka :

- Barbara A. Fritzsche and Tiffany J. Parrish, “Theories Research on Job Satisfaction” dalam Steven Douglas Brown and Robert William Lent, eds., Career Development and Counseling: Putting Theory and Research to Work (New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., 2015).
- Baron & Bryne. Social Psychology: Understanding Human Interaction (6<sup>th</sup> Edition). USA: Needham Heights Allyn & Bacon Inc. 2004.
- Dawson, Christopher S. 2010, *Leading Culture Change*. California: Stanford University Press.
- Kotter, Jhon P (2006), *Leading Change*. USA: Harvard Business School Press.
- Kuswadi. 2004. Cara Mengukur Kepuasan Kerja Karyawan. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Miner, J.B. 2002. Industrial Organizational Psychology. London: Mc Grawhill.
- Mobley, William. H. 1986. Pergantian Karyawan: Sebab-sebab dan Pengendaliannya. Penerjemah: Nurul Iman. Jakarta: Pustaka Bianaman Pressindo.
- Ratminto & Atik Septi Winarsih (2005), Manajemen Pelayanan. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol 1, No.2, hal. 248-256 | 256
- Robbin, P Stephen. 2003. Perilaku Organisasi. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Suwarno, Yogi (2008), Inovasi di Sektor Publik. Jakarta: STIA-LAN Press.



# IDENTIFIKASI MARKET REGIME SEKTOR NON MANUFAKTUR PADA BURSA EFEK INDONESIA

Defrizal\* dan Hengky Achmad Subing\*\*

\*Program Studi Manajemen, Universitas Bandar Lampung  
defrizal@ubl.ac.id ; defrizal\_ubl@yahoo.com

\*\*Program Studi Manajemen, Universitas Bandar Lampung henkyasubing@gmail.com

**Abstrak:** Tujuan Penelitian ini untuk menjelaskan terjadinya regime pasar saham secara sektoral pada saham-saham sekto non manufaktur yang terdiri dari sektor properti, sektor infrastruktur, sektor keuangan dan sektor perdagangan di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini menggunakan markov regime switching model, untuk mengidentifikasi regime pasar yang terjadi pada sektor non manufaktur,. Penelitian ini menggunakan data *Indonesian Stock Exchange* untuk periode observasi Januari 1996 sampai dengan Desember 2016.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *regime* pasar yang terjadi pada sektor non manufaktur dibedakan menjadi *regime bullish* dan *regime bearish*, dimana perbedaan tersebut terutama disebabkan adanya perbedaan volatilitas. Krisis moneter 1997, saham-saham sektor infrastruktur, properti dan perdagangan mengalami kondisi bearish lebih lama dibandingkan sektor keuangan. Krisis financial 2008, saham-saham sektor keuangan mengalami kondisi bearish lebih lama dibandingkan sektor perdagangan, bahkan sektor properti dan sektor infrastruktur tidak mengalami trend kondisi *bearish*.

**Key Words :** Markov Switching Model, SektorNon Manufaktur

## 1. Latar Belakang

Perkembangan Pasar Modal Indonesia mengalami perkembangan yang signifikan selama dua puluh satu tahun terakhir (Januari 1996 – Desember 2016). Hal ini dapat dilihat dari perkembangan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) seperti yang terdapat dalam gambar 1.

Gambar 1.

Perkembangan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG)  
Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 1996 – 2016



Sumber : PT. Bursa Efek Indonesia (2017)

Berdasarkan gambar 1 terlihat bahwa IHSG telah mengalami perkembangan yang signifikan dari 578,56 pada bulan Januari tahun 1996 tumbuh hampir 10 kali lipat pada Desember tahun 2016 menjadi 5.296,71. Meskipun selama periode tahun 1996 sampai dengan tahun 2016 mengalami peningkatan, tetapi apabila dilihat dalam rentang waktu lebih pendek, IHSG dari tahun ke tahun mengalami fluktuasi.

Fluktuasi nilai indeks pasar saham menggambarkan kondisi pasar saham, yaitu ketika pasar sedang bergairah dan investor optimis bahwa investasi di pasar modal akan menguntungkan, maka akan berdampak pada meningkatnya harga saham-saham dan kondisi tersebut sering disebut pasar *bullish*. Sebaliknya apabila investor memandang pasar dalam kondisi tidak bergairah dan terdapat penawaran yang lebih tinggi dari permintaan, maka harga saham akan turun, yang pada gilirannya akan menurunkan nilai indeks pasar. Kondisi pasar yang sedang turun tersebut sering disebut sebagai pasar *bearish*.

*Bullish* umumnya dipahami sebagai lama periode

harga secara bertahap meningkat, sementara *Bearish* ditandai dengan penurunan harga. Volatilitas pasar saham cenderung lebih tinggi ketika harga jatuh, memberikan perbedaan lain antara *bullish* maupun *bearish*. Berapa besar kenaikan atau penurunan harga seharusnya, atau berapa lama naik atau kecenderungan turun harus berlangsung tidak ditentukan secara unik, [1].

[1] menyatakan, keadaan pasar ekuitas, sering disebut sebagai *bullish* atau *bearish*, merupakan variabel penting di bidang keuangan dan lebih umum dalam analisis ekonomi. Pertama, pentingnya *bullish* dan *bearish* menyangkut analisis ekonomi secara umum, dan bukan hanya investasi. Kedua, *bullish dan bearish* merupakan elemen kunci dalam menganalisis dan memprediksi pasar keuangan, sangat relevan terutama bagi investor yang menerapkan strategi *market timing* dalam praktek perdagangannya. Mereka berusaha untuk berinvestasi dalam aset dengan prospek *bullish* dan melepas aset dengan prospek *bearish*, keberhasilan pelaksanaan strategi seperti ini memerlukan identifikasi dan prediksi akurat periode *bullish* dan *bearish*.

Ketiga, karena harga berperilaku cukup berbeda selama periode *bullish* dan *bearish*, maka risiko investasi bervariasi tergantung pada sentimen pasar. Keempat, sejauh ini variasi juga berlaku untuk risiko sistematis, mereka memiliki konsekuensi untuk harga aset. Kelima, Kenaikan harga selama *bullish* dapat memicu pasokan kredit, ketika aset keuangan digunakan sebagai jaminan.

Sehubungan dengan investasi pada saham biasa, para investor akan dihadapkan pada berbagai pilihan sektor industri. Analisis investasi secara sektoral penting dilakukan dengan alasan akan memudahkan bagi para investor dalam menentukan pilihan investasinya [2]. Oleh karena itu identifikasi regime pasar secara sektoral perlu juga dilakukan untuk mengetahui kondisi pasar saham secara sektoral apakah sedang *bullish* atau *bearish*.

Semua perusahaan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia dapat dikelompokkan menjadi Perusahaan-perusahaan yang tergabung dalam sektor ekstraktif (terdiri dari sektor pertanian dan sektor pertambangan), Sektor Manufaktur (terdiri dari sektor Industri dasar, Sektor aneka Industri dan sektor Industri Barang Konsumsi), Sektor Non Manufaktur (terdiri dari Sektor Property dan Real Estate, Sektor Infrastruktur, Sektor Keuangan dan Sektor Perdagangan dan Jasa). Dalam paper ini penulis akan membahas sektor non manufaktur yang terdiri dari

empat sektor yaitu : Sektor Property dan Real Estate, Sektor Infrastruktur, Sektor Keuangan dan Sektor Perdagangan dan Jasa.

## 2. Tinjauan Pustaka

Banyak penelitian yang telah dilakukan oleh para peneliti terkait dengan *bullish* dan *bearish*. Berdasarkan pada keyakinan bahwa perilaku harga saham dalam kondisi *bullish* berbeda dari kondisi *bearish*. Kondisi *bullish / bearish* tidak teramati, banyak dari penelitian yang ada menggunakan realisasi *return* untuk menentukan apakah pasar berada dalam keadaan *bullish* atau *bearish* di waktu tertentu. [3] menyediakan model ekonometrik untuk menganalisis kondisi *bullish* dan *bearish* dan *switching* antara kedua kondisi. Berdasarkan kerangka kerja ini, [4] dan [5] melakukan penelitian tentang perubahan rezim dan volatilitas pasar dikeduanya, sementara [6] menemukan bahwa S & P 500 indeks dapat memiliki *mean* dan *variance* berbeda di seluruh kondisi *bullish* dan *bearish*. [7] dan [8] meneliti tentang keputusan portofolio yang terkait dengan *return* aset pada *regime-switching* yang memberikan wawasan tentang investasi di kondisi *bullish* dan *bearish*.

*Time series* yang cenderung menjadi siklus, misalnya, karena siklus bisnis, model yang telah populer adalah *two-state regime-switching model* di mana kondisi-kondisi yang laten dan parameter pencampuran diperkirakan dari data yang tersedia. Satu parameterisasi yang populer adalah *Markov-switching model* dimana transisi antara kondisi/keadaan diatur oleh rantai Markov. [3] menerapkan model *two-states Markov-Switching* untuk triwulanan tingkat pertumbuhan GNP AS untuk mengidentifikasi siklus bisnis dan estimasi orde pertama probabilitas transisi Markov terkait dengan siklus ekspansi dan fase resesi.

Bursa saham juga dianggap memiliki pola siklus yang dapat ditangkap dengan *regime-switching model*. Misalnya, [9] menghubungkan siklus bisnis dan rezim pasar saham, [10] dan [11] menggunakan parameterisasi *Markov-switching* untuk menganalisis sifat rezim *bullish* dan *bearish* yang diekstrak dari *return* pasar saham agregat.

Data *time series* keuangan terutama harga saham selalu mengalami episode di mana perilaku series tampaknya berubah cukup dramatis. Fenomena semacam ini mengacu pada pergeseran rezim atau struktural *break* dan ini tidak dapat dimodelkan dengan model *time series linier* persamaan tunggal. Biasanya

pergeseran rezim akan terjadi karena krisis ekonomi dan keuangan yang terjadi di seluruh dunia, yang menyebabkan perubahan dalam sifat *time series* keuangan terutama harga saham dan kondisi ini memotivasi penggunaan model *regime switching*. [12]. [13], menggunakan model markov *regime switching* untuk mengidentifikasi kondisi pasar saham Indonesia.

Beberapa contoh krisis ekonomi keuangan adalah krisis mata uang tahun 1997 di negara-negara Asia Timur di mana spekulasi serangan terhadap mata uang menyebabkan devaluasi mata uang besar-besaran; krisis *subprime mortgage* tahun 2008 di Amerika Serikat; krisis hutang Eropa tahun 2010. Insiden ini memiliki dampak pada kondisi pasar saham di seluruh dunia termasuk pasar saham Indonesia.

### 3. Metodologi

Identifikasi kondisi pasar saham *bullish* dan *bearish* secara sektoral dengan menggunakan Markov *Switching Model*, selanjutnya akan dilihat apakah terjadi *switching* pada pasar saham secara sektoral untuk masing-masing sektor yang ada di Bursa Efek Indonesia. Pada tahap ini akan dideskripsikan kondisi pasar saham secara sektoral di Bursa Efek Indonesia sepanjang periode pengamatan dan akan ditentukan periode *bullish* dan *bearish* untuk masing-masing sektor yang ada di Bursa Efek Indonesia.

Metode Parametrik yang didasarkan pada *Markov Switching Model* (MSM), diperkenalkan di bidang keuangan oleh [3], [9]; [6], [10], [11], [14],

[13], [1] untuk mengidentifikasi rezim *bullish* dan rezim *bearish* pada pasar saham.

$r_t$  = *return* saham sektor ke- $i$  pada waktu  $t$ , dihitung dari logaritma perubahan IHSS $_i$  ( $Y_{it}$ )

$$r_t = 100 \cdot \ln(Y_{it}/Y_{it-1}) \quad (1)$$

$S_t = i$ , adalah variabel kondisi pasar,  $i = 1; 2$

$S_t = 1$ , kondisi *bullish*

$S_t = 2$ , kondisi *bearish*

Kemudian Model *Markov-Switching* dengan dua kondisi (*two state Markov Switching Model*), yang menggambarkan evolusi data  $r_t = \{r_1, r_2, r_3, \dots, r_t\}$  adalah sebagai berikut:

$$R_t = \mu_1 S_t + \mu_2 (1 - S_t) + [\sigma_1 S_t + \sigma_2 (1 - S_t)] \varepsilon_t \quad (2)$$

Dimana  $\varepsilon_t$  adalah *error term*, dan  $\varepsilon_t \sim i.i.d. N(0, \sigma_{st})$

Variabel Kondisi  $S_t$  diasumsikan diatur oleh urutan pertama proses rantai Markov dengan probabilitas transisi,  $p_{ij}$ , diberikan oleh

$$P\{S_t = j \mid S_{t-1} = i\} = p_{ij} \quad \forall \quad i, j = 1, 2 \quad (3)$$

Secara khusus,  $p_{11} = P\{S_t = 1 \mid S_{t-1} = 1\}$  menunjukkan kemungkinan dimulai dalam kondisi *bullish* dan berakhir di kondisi yang sama dan  $p_{22} = P\{S_t = 2 \mid S_{t-1} = 2\}$  adalah probabilitas kondisi *bearish* mengingat bahwa kondisi sebelumnya juga *bearish*. Parameter dan probabilitas diperkirakan melalui *maximum likelihood*.

**Tabel 1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Satuan
Return saham sektor properti ( $r_{\text{properti}}$ )	Imbal hasil secara umum dari saham-saham sektor properti di pasar modal Indonesia	$r_i = (\ln \text{IHSS}_{it} - \ln \text{IHSS}_{it-1}) * 100$ IHSS $_i$ = indeks harga saham sektor Properti pada waktu $t$	%
Return saham sektor Infrastruktur ( $r_{\text{infrastruktur}}$ )	Imbal hasil secara umum dari saham-saham sektor infrastruktur di pasar modal Indonesia	$r_i = (\ln \text{IHSS}_{it} - \ln \text{IHSS}_{it-1}) * 100$ IHSS $_i$ = indeks harga saham sektor Infrastruktur pada waktu $t$	%
Return saham sektor keuangan ( $r_{\text{keuangan}}$ )	Imbal hasil secara umum dari saham-saham sektor keuangan di pasar modal Indonesia	$r_i = (\ln \text{IHSS}_{it} - \ln \text{IHSS}_{it-1}) * 100$ IHSS $_i$ = indeks harga saham sektor keuangan pada waktu $t$	%
Return saham sektor perdagangan ( $r_{\text{perdagangan}}$ )	Imbal hasil secara umum dari saham-saham sektor perdagangan di pasar modal Indonesia	$r_i = (\ln \text{IHSS}_{it} - \ln \text{IHSS}_{it-1}) * 100$ IHSS $_i$ = indeks harga saham sektor perdagangan pada waktu $t$	%

Pengujian stasioneritas data return saham sektor keuangan dan perdagangan menggunakan *Augmented*

*Dickey Fuller (ADF) test* dan *Phillips-Perron (PP) test*.

**Tabel 2**  
**Hasil Pengujian Stasioneritas**

Variabel	ADF Test		PP Test	
	t-stat	Prob	Adj. T-stat	Prob
R_Properti	-13.00557	0.0000	-13.00557	0.0000
R_Infrastruktur	-13.24418	0.0000	-16.16824	0.0000
R_Keuangan	-12.55357	0.0000	-58.22759	0.0001
R_Perdagangan	-14.71874	0.0000	-67.43098	0.0001

Tabel 2 menunjukkan *ADF test* dan *PP test* signifikan pada level 1 persen untuk return saham sektor properti, sektor infrastruktur, sektor keuangan dan sektor perdagangan. Hal ini berarti bahwa data return saham sektor-sektor tersebut sebagai variabel penelitian dalam kondisi *stasioner*.

yang terdiri dari sektor properti, sektor infrastruktur, sektor keuangan dan sektor perdagangan berdasarkan *return* masing-masing sektor dengan menggunakan *regime switching model* diperoleh nilai-nilai parameter model sebagai berikut:

Tabel 3

Parameter *Markov Switching Model* Return Sektor Properti,  
Sektor Infrastruktur, Sektor Keuangan dan Sektor Perdagangan  
Periode Februari 1996 – Desember 2016

#### 4. Hasil dan Diskusi

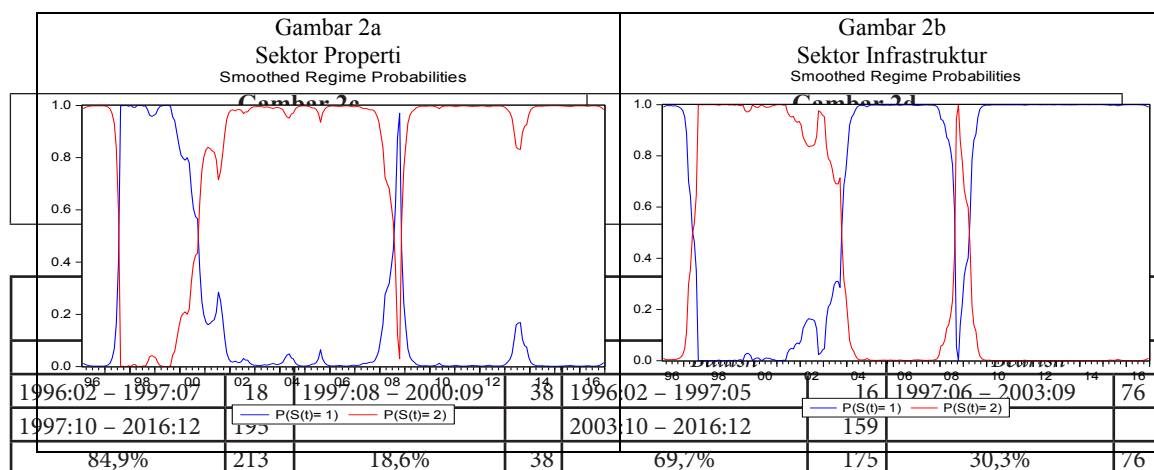
Identifikasi Periode *Bullish* dan *Bearish*

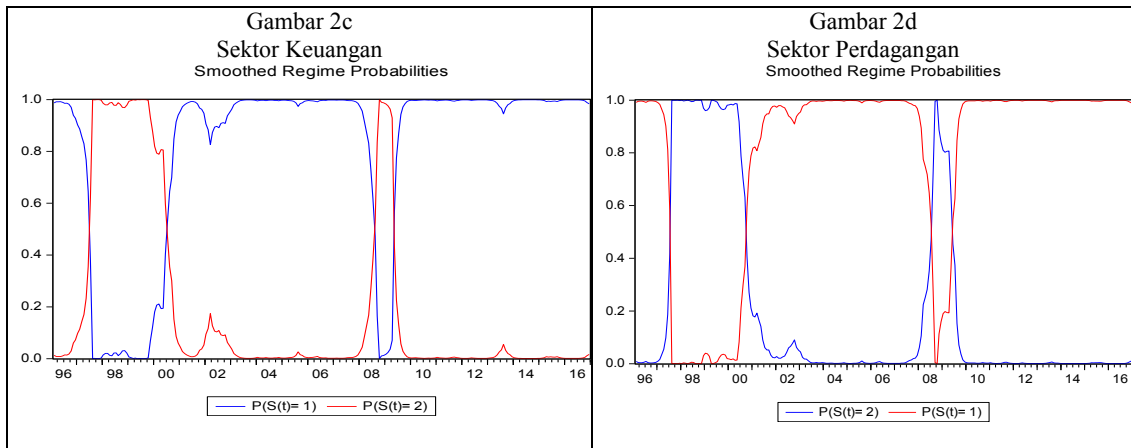
Identifikasi kondisi *bullish* dan *bearish* secara sektoral terhadap saham-saham sektor non manufaktur

Parameter	Properti	Infrastruktur	Keuangan	Perdagangan
$\mu_1$	1.852***	1.255***	1.706***	1.494***
$\mu_2$	-4.779	0.111	-2.945	-2.247
$S_1$	8,158***	5,403***	6,534***	5,995***
$S_2$	18,120***	16,281***	15,029***	17,514***
$P_{11}$	0,987***	0,987***	0,988***	0,989***
$P_{22}$	0,934***	0,967***	0,943***	0,947***

\*\*\*) signifikan pada level 1%, \*\*) signifikan pada level 5%

Sumber : Hasil pengolahan data





Tabel 4c Sektor Keuangan				Tabel 4d Sektor Perdagangan			
<i>Bullish</i>		<i>Bearish</i>		<i>Bullish</i>		<i>Bearish</i>	
1996:02 – 1997:06	17	1997:07 – 2000:06	36	1996:02 – 1997:07	18	1997:08 – 2000:09	38
2000:07 – 2008:07	97	2008:08 – 2009:04	9	2000:10 – 2008:06	93	2008:07 – 2008:11	5
2009:05 – 2016:12	92			2008:12 – 2016:12	97		
82,1%	206	17,9%	45	82,9%	208	17,1%	43

Berdasarkan hasil olah data pada tabel 3, dapat dilihat bahwa 6 parameter yang diestimasi hampir semuanya signifikan pada tingkat 1 persen, hanya  $\mu_2$  yang tidak signifikan baik pada tingkat 1 persen maupun 5 persen. Meskipun ada dari parameter model ini yang tidak signifikan, tetapi interpretasi dari model ini tetap menarik. Berdasarkan kondisi ini maka disimpulkan bahwa *regime switching* terjadi pada pasar saham Indonesia yang lebih disebabkan adanya perbedaan volatilitas. Selanjutnya rezim pertama ditandai dengan *return* positif dengan volatilitas rendah, dan rezim kedua ditandai dengan *return* negatif dengan volatilitas tinggi. Penulis mengacu kepada penelitian-penelitian terdahulu seperti [6], [11], [12], [13], [1], maka kondisi satu diidentifikasi sebagai kondisi *bullish* dan kondisi 2 diidentifikasi sebagai kondisi *bearish*.

### Sektor Properti:

Model ini menunjukkan bahwa dalam kondisi *bullish* rata-rata *return* bulanan sektor properti positif 1,85% per bulan atau setara dengan keuntungan 22,20% per tahun. Sebaliknya, dalam kondisi *bearish* rata-rata *return* bulanan negatif -4,78% per bulan atau setara dengan kerugian 57,36% per tahun. Standar deviasi kondisi 1 adalah sebesar 8,16%, sedangkan standar deviasi kondisi 2 sebesar 18,12%. Hal ini berarti dari sisi volatilitas kondisi *bullish* dinilai memiliki volatilitas lebih rendah dari kondisi *bearish*.

Berdasarkan gambar 2a dan tabel 4a disimpulkan bahwa selama periode pengamatan Februari 1996 sampai dengan Desember 2016 (251 pengamatan) saham-saham sektor properti di Bursa Efek Indonesia mengalami 84,9 persen (213 pengamatan) kondisi *bullish* dan 15,1 persen (38 pengamatan) kondisi *bearish*. Expected duration kondisi *bullish* adalah 74,8 bulan, sedangkan kondisi *bearish* adalah 15,2 bulan.

### Sektor Infrastruktur:

Model ini menunjukkan bahwa dalam kondisi *bullish* rata-rata *return* bulanan sektor Infrastruktur positif 1,26% per bulan atau setara dengan keuntungan 15,06% per tahun. Sebaliknya, dalam kondisi *bearish* rata-rata *return* bulanan positif 0,11% per bulan atau setara dengan keuntungan 1,32% per tahun. Standar deviasi kondisi 1 adalah sebesar 5,4%, sedangkan standar deviasi kondisi 2 sebesar 16,28%. Hal ini berarti dari sisi volatilitas kondisi *bullish* dinilai memiliki volatilitas lebih rendah dari kondisi *bearish*. Berdasarkan gambar 2b dan tabel 4b disimpulkan bahwa selama periode pengamatan Februari 1996 sampai dengan Desember 2016 (251 pengamatan) saham-saham sektor infrastruktur di Bursa Efek Indonesia mengalami 69,7 persen (176 pengamatan) kondisi *bullish* dan 30,3 persen (76 pengamatan) kondisi *bearish*. Expected duration kondisi *bullish* adalah 77,5 bulan, sedangkan kondisi *bearish* adalah 30,3 bulan.



## Sektor Keuangan:

Model ini menunjukkan bahwa dalam kondisi *bullish* rata-rata *return* bulanan sektor keuangan positif 1,78% per bulan atau setara dengan keuntungan 21,36% per tahun. Sebaliknya, dalam kondisi *bearish* rata-rata *return* bulanan negatif -2,95% per bulan atau setara dengan kerugian 35,4% per tahun. Standar deviasi kondisi 1 adalah sebesar 6,5%, sedangkan standar deviasi kondisi 2 sebesar 15,03%. Hal ini berarti dari sisi volatilitas kondisi *bullish* dinilai memiliki volatilitas lebih rendah dari kondisi *bearish*. Berdasarkan gambar 2c dan tabel 4c disimpulkan bahwa selama periode pengamatan Februari 1996 sampai dengan Desember 2016 (251 pengamatan) saham-saham sektor keuangan di Bursa Efek Indonesia mengalami 82,1 persen (206 pengamatan) kondisi *bullish* dan 17,9 persen (45 pengamatan) kondisi *bearish*. Expected duration kondisi *bullish* adalah 80,9 bulan, sedangkan kondisi *bearish* adalah 17,5 bulan.

## Sektor Perdagangan:

Model ini menunjukkan bahwa dalam kondisi *bullish* rata-rata *return* bulanan sektor perdagangan positif 1,49% per bulan atau setara dengan keuntungan 17,88% per tahun. Sebaliknya, dalam kondisi *bearish* menunjukkan rata-rata *return* bulanan negatif -2,25% per bulan atau setara dengan kerugian 27,% per tahun. Standar deviasi kondisi 1 adalah sebesar 6,00, sedangkan standar deviasi kondisi 2 sebesar 17,5%, hal ini berarti dari sisi volatilitas kondisi *bullish* dinilai memiliki volatilitas lebih rendah dari kondisi *bearish*. Berdasarkan gambar 2d dan tabel 4d disimpulkan bahwa selama periode pengamatan Februari 1996 sampai dengan Desember 2016 (251 pengamatan) saham-saham sektor keuangan di Bursa Efek Indonesia mengalami 82,9 persen (208 pengamatan) kondisi *bullish* dan 17,1 persen (43 pengamatan) kondisi *bearish*. Expected duration untuk kondisi *bullish* adalah 92,3 bulan, sedangkan kondisi *bearish* adalah 18,7 bulan

## Perbandingan Antar Sektor

Grafik 1 sektor infrastruktur merespon lebih dulu kondisi krisis moneter yang terjadi pada tahun 1997, dimana pada bulan Juni 1997 sektor infrastruktur sudah masuk dalam kondisi *bearish*, kemudian disusul sektor keuangan pada bulan Juli 1997 sedangkan properti dan sektor perdagangan pada bulan Agustus 1997 baru memasuki kondisi *bearish*. Selanjutnya sektor keuangan pada Juli 2000 sudah kembali

switching ke kondisi *bullish*, sedangkan sektor properti dan sektor perdagangan berlangsung lebih lama, baru pada Oktober 2000 kembali memasuki kondisi *bullish*. Sektor Infrastruktur mengalami kondisi *bearish* yang paling lama, yaitu sampai dengan September 2003. Secara relatif krisis moneter yang terjadi pada tahun 1997 dialami lebih lama oleh saham-saham sektor properti, sektor perdagangan dan sektor infrastruktur dibandingkan sektor keuangan. Krisis Moneter menyebabkan nilai tukar mata uang rupiah terhadap mata uang asing terutama dolar Amerika menjadi sangat lemah. Hal ini yang menyebabkan sektor-sektor seperti sektor infrastruktur, properti dan perdagangan yang banyak menggunakan barang-barang import sangat terpukul dan membutuhkan waktu lebih lama untuk kembali *bullish*..

Krisis tahun 2008 atau yang dikenal dengan krisis *supreme morgage* di Amerika Serikat berdampak juga terhadap pasar saham Indonesia. Sektor perdagangan merespon terlebih dahulu dampak krisis tersebut yaitu bulan Juli 2008. Sedangkan sektor keuangan pada bulan Agustus 2008. Selanjutnya dampak krisis *supreme morgage* tidak berlangsung lama pada saham-saham sektor perdagangan hanya berlangsung 5 bulan, pada bulan Desember 2008 sektor perdagangan sudah kembali dalam kondisi *bullish*. Krisis *supreme morgage* berdampak terhadap kepercayaan masyarakat kepada institusi keuangan secara umum. Kondisi ini yang menyebabkan sektor keuangan mengalami kondisi *bearish* secara relatif lebih lama dibandingkan sektor perdagangan. Kondisi *bearish* sebagai dampak krisis *supreme morgage* di Amerika Serikat dialami sektor keuangan selama 9 bulan yaitu dari bulan Agustus 2008 sampai dengan bulan April 2009. Krisis financial yang terjadi pada tahun 2008 tidak terlalu berdampak pada sektor properti dan sektor infrastruktur, kedua sektor ini tetap mengalami tren kondisi *bullish*.

## Kesimpulan

Dengan menggunakan Markov switching model, regime pasar yang terjadi pada sektor properti, sektor infrastruktur, sektor keuangan dan sektor perdagangan dibedakan menjadi regime *bullish* dan regime *bearish*, dimana perbedaan tersebut terutama disebabkan adanya perbedaan volatilitas. Saham-saham sektor infrastruktur mengalami kondisi *bearish* paling lama pada saat terjadi krisis moneter tahun 1997, sedangkan sektor properti dan sektor perdagangan mengalami kondisi *bearish* lebih lama dibandingkan saham-saham sektor keuangan pada masa krisis moneter tahun 1997. Sedangkan akibat krisis *supreme morgage* di Amerika Serikat tahun 2008, saham-saham sektor

keuangan mengalami kondisi *bearish* lebih lama dibandingkan saham-saham sektor perdagangan, bahkan saham-saham sektor properti dan sektor infrastruktur tidak mengalami dampak secara langsung terhadap krisis yang terjadi, kedua sektor ini tetap melanjutkan trend *bullish*.

#### DAFTAR PUSTAKA

1. Kole, E., J.C. Van Dijk, Dick. 2012. *How to Identify and Predict Bull and Bear Markets?*, Econometric Institute, Erasmus School of Economics, Erasmus University Rotterdam.
2. Jones, Charles P. 2007, "*Investment Analysis and Management*". Tenth Edition. John Wiley & Son.
3. Hamilton, J. D. 1989. *A new approach to the economic analysis of nonstationary time series and the business cycle*. *Econometrica*, 57:357–384.
4. Schwert, G. W. 1990. *Indexes of u.s. stock prices from 1802 to 1987*. *Journal of Business*, 63(3):399–426.
5. Hamilton, James D. and Raul Susmel. 1994. *Autoregressive conditional heteroskedasticity and changes in regime*, *Journal of Econometrics* 64, 307–333.
6. Turner, Christopher M., Richard Startz, and Charles R. Nelson. 1989. *A markov model of heteroskedasticity, risk, and learning in the stock market*, *Journal of Financial Economics* 25, 3–22.
7. Ang, A. and Bekaert, G. 2002. *International asset allocation with regime shifts*. *Review of Financial Studies*, 15(4).
8. Guidolin, Massimo, and Allan Timmermann. 2004. *Economic implications of bull and bear regimes in UK stock and bond returns*, *Economic Journal* 115, 111–143.
9. Hamilton, J. D. and Lin, G. 1996. "*Stock market volatility and the business cycle*". *Journal of Applied Econometrics*, 11:573–593.
10. Chauvet, M. and Potter, S. 2000. "*Coincident and leading indicators of the stock market*". *Journal of Empirical Finance*, 7(1):87–111.
11. Maheu, J. M. and McCurdy, T. H. 2000. *Identifying bull and bear markets in stock returns*. *Journal of Business & Economic Statistics*, 18(1):100–112.
12. Ismail, Mohd Tahir and Isa, Zaidi. 2008. *Identifying Regime Shifts in Malaysian Stock Market Returns*. *International Research Journal of Finance and Economics* ISSN 1450-2887 Issue 15 (2008), pages : 44 – 57.
13. Panggabean, Martin P.H. 2010. *Is There Bull and Bear Markets in the Indonesia Stock Exchange?*. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 12, No. 1, Mei 2010: 1-8
14. Chen, S. N. (1982), *An examination of risk return relationship in bull and bear markets using time varying betas*, *Journal of Financial and Quantitative Analysis*; 17(2) pp. 265–286.

# PEMANFAATAN PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PENERAPAN TEKNOLOGI INFORMASI PADA SISTEM PEMBELIAN ONLINE DI KOTA PALEMBANG

Desi Apriyanty 1, Indra Satriadi, S 2, Sony Oktapriandi 3, Hetty Meyleni 4

<sup>1</sup>Jurusan Manajemen Informatika, <sup>2</sup> Jurusan Manajemen Informatika,

<sup>3</sup> Jurusan Manajemen Informatika, <sup>4</sup> Jurusan Manajemen Informatika Politeknik Negeri Sriwijaya

Jl. Srijaya Negara, Palembang 30139 Telp.0711-353414 Fax.0711-355918

Email : <http://www.polsri.ac.id>. Pos El Info@polsri ac.id

---

**Abstrak:** Maraknya Kemajuan teknologi informasi membawa dampak positif pada perdagangan di Indonesia mulai dari jual beli secara tradisional hingga menuju jual beli secara *On-Line*. Pengaruh Perilaku Konsumen yang ditunjukkan pada kegiatan pembelian barang secara online di Masyarakat saat ini terlihat bahwa sudah banyaknya masyarakat yang menyukai berbelanja secara online di toko – toko *online* yang terpercaya. Selain mudah dan aman harga barang yang ditawarkan pun terkadang relatif murah. Penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa besar sebuah model yang terdiri dari variabel persepsi, sikap dalam belanja online, kemudahan belanja *on-line*, keamanan belanja online, daya tarik web *E-commerce*, reputasi penjual terhadap keputusan konsumen pada pembelian secara online (studi pada masyarakat kota Palembang). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier sederhana. Populasi penelitian ini adalah masyarakat Palembang yang pernah melakukan pembelian secara online. Dengan adanya Penelitian ini di harapkan kita sebagai masyarakat pengguna internet dalam melakukan transaksi pembelian harus berhati-hati dalam memilih situs yang terpercaya agar terhindar dari tindak kejahatan yang merugikan masyarakat.

**Kata Kunci:** Perilaku Konsumen, Teknologi Informasi, Pembelian *On-Line*

---

## 1. Pendahuluan

Sebelum adanya internet, pelaku kegiatan ekonomi melakukan kegiatannya dengan cara tradisional. Seperti para konsumen yang membeli barang di toko-toko atau terlihat secara fisik sehingga terjadi pertemuan antara pedagang dan pembeli. Proses transaksi, tawar-menawar dan strategi pedagang dalam mencari dan memikat konsumen pun terlihat nyata. Namun, berkat adanya internet sangatlah membawa perubahan baru dimana terciptanya teknologi perdagangan secara online yang terintegrasi dengan sistem yang biasa disebut online shop.

Masyarakat Indonesia umumnya dan masyarakat kota Palembang khususnya hampir rata-rata sudah menggunakan sarana internet dalam aktifitas sehari-hari. Dengan fasilitas ini, membuat wawasan konsumen lebih terbuka mengenai produk-produk yang akan di beli dan mereka butuhkan secara detail sehingga konsumen benar-benar yakin akan apa yang diinginkannya. Selain itu, konsumen dapat melakukan

pembelian dengan mudah dengan cara mengakses web tersebut. Dewasa ini, penjualan maupun pembelian lewat media internet merupakan salah satu strategi perusahaan maupun wirausahawan dalam melayani konsumennya dan juga merupakan salah satu cara konsumen dalam melakukan pembelian untuk mendapatkan barang yang diinginkan secara mudah. Berbagai situs Media *On Line* dapat kita temui Toko *on line shop* seperti Toko Pedia, Lazada, Sophi, Elevenia, JD id dll. Toko on line yang ada memberikan berbagai macam informasi berbagai macam produk-produk yang di butuhkan konsumen.

Pengelola bisnis dewasa ini sebaiknya senantiasa memfokuskan perancangannya pada bagaimana melayani dan mempertahankan pelanggan (Best, 2013). Oleh karenanya, pengelola bisnis perlu melakukan antisipasi kebutuhan pelanggan serta penyesuaian produk maupun fitur produk sesuai keinginan pelanggan (*customer Oriented*). Dalam konteks inilah, penerapan strategi bisnis harus berorientasi pada pemanfaatan dan aplikasi metode-

metode guna menarik perhatian,. Bahkan metode yang digunakan diharapkan mulai berbasis teknologi.

Memasuki era globalisasi ini banyak perusahaan yang menggunakan jasa penjualan on-line untuk membantu memasarkan produknya sekaligus memberikan kemudahan kepada konsumennya dalam memilih dan memesan produk yang mereka inginkan. Dengan menggunakan fasilitas penjualan on-line baik dalam menjual barang-barang kebutuhan pokok, kebutuhan usaha Pakaian, Kebutuhan Kesehatan dan kecantikan, kendaraan bahkan sampai Perumahan, konsumen dapat lebih mudah memilih dan memesan produk mana yang mereka inginkan.

Perkembangan bisnis online di Indonesia khususnya di wilayah kota Palembang selain cukup pesat juga sangat menjanjikan. Hampir semua sektor bisnis saat ini telah menggunakan internet se-bagai media transaksi. Banyak faktor yang menyebabkan konsumen ingin membeli produk melalui situs belanja online, seperti harga yang lebih murah, berbelanja dengan nyaman, dapat membandingkan harga, waktu lebih efisien atau menghemat waktu belanja. Dan banyak juga keunggulan yang di tawarkan dalam melakukan pembelian online diantaranya pembeli tidak terikat antara jarak dan waktu, lebih cepat dan lebih mudah, pembeli hanya tinggal memilih barang apa saja yang akan dipesan, belanja online sangat menghemat waktu dan tenaga .

Walaupun pada prakteknya perkembangan Penjualan dan pembelian On-line tengah berkembang pesat dan membawa dampak positif di masyarakat terutama di kalangan ibu-ibu Rumah Tangga ada sebagian masyarakat yang ragu-ragu dalam melakukan transaksi pembelian di karenakan beberapa faktor yang terjadi di masyarakat seperti adanya korban penipuan belanja *online* yang dilakukan oleh oknum tak bertanggung jawab. Dalam penelitian ini, akan dilihat bagaimana hubungan respon masyarakat terhadap penerapan teknologi informasi pada sistem pembelian online di kota Palembang sehingga aktifitas jual beli *on line* dapat dijadikan alternatif pilihan utama dalam peningkatan roda perekonomian di kota Palembang.

## 2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas permasalahan dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana Perilaku Masyarakat Terhadap sistem Perdagangan secara Online di Wilayah Kota Palembang
2. Sejauh mana indikator yang terdiri dari variabel

sikap dalam belanja online, kemudahan belanja online, keamanan belanja online, daya tarik web E-commerce, reputasi penjual yang menjadi bagian penting dari penerapan sistem pembelian secara online berpengaruh terhadap perilaku konsumen yang mana pada akhirnya sangat berhubungan dengan keputusan konsumen pada pembelian barang secara online

### 2.1. Batasan Masalah

#### 2.1. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat memenuhi dan mencapai tujuan yang diharapkan, penulisan penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari permasalahan yang ada, maka penulis membatasi permasalahan pada perilaku sikap, kemudahan, keamanan ,daya tarik, dan Reputasi hanya pada masyarakat di lingkungan kecamatan Sukarami Palembang

### 3. Tujuan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana sikap Perilaku Konsumen terhadap Penerapan Teknologi Informasi pada Sistem Pembelian Secara *Online* dan untuk mengetahui apakah indikator persepsi, sikap ,reputasi penjual, Daya tarik media Penjualan dan keamanan berpengaruh pada perilaku konsumen dalam memutuskan untuk menggunakan jasa pembelian secara *On Line*.

### 4. Manfaat Penelitian

Manfaat dilakukannya penelitian ini yaitu sebagai berikut :

- 1) Membuka wawasan masyarakat akan kemudahan dalam melakukan pembelian *secara on Line*
- 2) Membantu masyarakat dalam melakukan penilaian pada proses pengambilan keputusan pembelian
- 3) Mengetahui jenis media *online* mana saja yang dapat di rekomendasikan dalam melakukan order pembelian
- 4) Sebagai bahan masukan atau pertimbangan penggunaan Aplikasi Online sebagai salah satu solusi kemudahan dalam berbelanja di Palembang

### 5. Tinjauan Pustaka

#### 5.1. Referensi Penelitian Terdahulu

Yutadi (2014) dalam penelitiannya dengan judul Pengaruh Persepsi Privasi, Persepsi Keamanan, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Risiko, Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan E-commerce



menyatakan bahwa persepsi keamanan tidak memiliki berpengaruh terhadap minat penggunaan e-commerce. Hal ini dapat dilihat dari nilai T dari konstruk persepsi keamanan hanya sebesar 0,848976 atau <1,64. Responden berpendapat karena pihak web vendor belum memberikan informasi bahwa web yang dikunjungi konsumen benar-benar aman untuk melakukan transaksi e-commerce. Berdasarkan hasil penelitian yang telah di bahas, terjadi ketidakkonsistenan hasil satu penelitian dengan lainnya, sehingga memunculkan perbedaan (research gap). 4. *Penelitian serupa hampir sama dengan penelitian yang di lakukan oleh Novitasari (2014) dengan judul Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Resiko, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Niat Penggunaan Sistem E-commerce.* Hasil penelitian membuktikan kepercayaan mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap niat penggunaan sistem e-commerce.

## 5.2. Referensi Berkaitan Dengan Penelitian

### 5.2.1. Pengertian Perilaku Konsumen

Menurut Mangkunegara (2002:3) Perilaku konsumen adalah tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan tersebut.

Kotler dan Armstrong (2004) juga mengatakan bahwa perilaku konsumen sebagai perilaku pembelian konsumen akhir, baik individu maupun rumah tangga, yang membeli produk untuk konsumsi personal.

Menurut Setiadi (2003) Ada empat faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen menurut yaitu:

1. Faktor-faktor Kebudayaan, yang terdiri dari kebudayaan, sub-budaya dan kelas sosial.
2. Faktor-Faktor Sosial, yang terdiri dari kelompok referensi, keluarga, peran dan status sosial.
3. Pribadi, yang terdiri dari usia/umur, tahap daur hidup, jabatan/pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.
4. Psikologis, yang terdiri dari motivasi, persepsi, belajar, kepercayaan dan sikap.

### 5.2.2. Pengertian Teknologi Informasi

Menurut Mc Keown dalam (Suyanto :2005; 10) mendefinisikan teknologi informasi merujuk pada seluruh bentuk teknologi yang digunakan untuk menciptakan, menyimpan, mengubah, dan menggunakan informasi dalam segala bentuknya.

Menurut Martin, dkk dalam (Suyanto :2005; 10)

mendefinisikan teknologi informasi Merupakan kombinasi teknologi komputer (perangkat keras dan perangkat lunak) untuk mengolah dan menyimpan informasi dengan teknologi komunikasi untuk melakukan transmisi informasi.

### 5.2.3. Pengertian E-Commerce/ Pembelian Online

Menurut Kalakota dan Whinston (1997) *E-Commerce* adalah sebuah bentuk transaksi yang berhubungan dengan aktivitas komersial, baik itu organisasi maupun individual yang berdasarkan pengolahan dan transmisi data yang terdigitalisasi, termasuk teks, suara dan gambar visual. Pada umumnya *e-commerce* mengacu pada aplikasi perdagangan yang menggunakan media internet untuk melakukan transaksi online, seperti untuk belanja produk dan jasa.

Jenis-jenis *E-commerce* Kegiatan *E-commerce* mencakup banyak hal, untuk membedakannya e-commerce dibedakan menjadi 4 bagian:

#### 1. B2B (*Business to Business*)

Hal ini berarti kedua pihak perusahaan melakukan transaksi bisnis dalam menjalankan usahanya.

#### 2. B2C (*Business to Consumer*)

Definisi ini berarti transaksi e-commerce merupakan transaksi di mana para pembeli merupakan konsumen individu.

#### 3. C2C (*Consumer to Consumer*)

Disini konsumen menjual secara langsung satu sama lain Melalui iklan elektronik atau situs pelanggan.

#### 4. C2B (*Consumer to Business*)

Dalam kategori ini individu menjual barang-barang atau jasa ke perusahaan.

### 5.2.4. Pengertian Perilaku Pembelian

Menurut Assauri Sofyan (2015), perilaku membeli adalah persepsi yang menimbulkan preferensi seorang pembeli terhadap suatu produk dengan merk tertentu Pembelian akan dilakukan pembeli atau konsumen ditentukan oleh pemikiran dan tindakan calon pembeli atau konsumen .melalui media internet (online shopping) adalah proses membeli produk atau jasa melalui media internet.

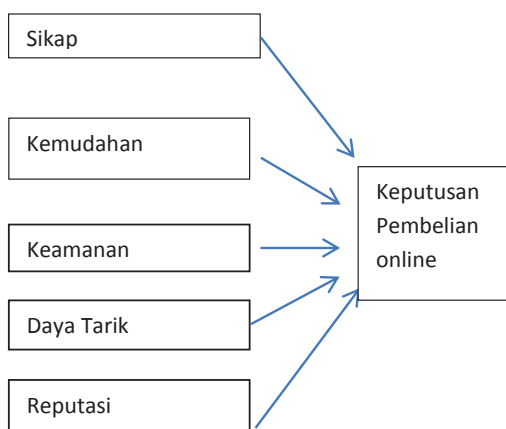
## 6. METODE PENELITIAN

### 6.1. Waktu Penelitian

Pelaksanaan penelitian dilakukan selama 6 (Enam) bulan dengan menggunakan analisa regresi Linier berganda dengan pengumpulan data melalui kuesioner



penduduk kota Palembang Penelitian ini akan dilaksanakan di Palembang, dengan objek penelitian adalah penduduk kota Palembang khususnya yang berdomisili di wilayah kecamatan Sukarami Palembang.



## 6.2. Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Penelitian Deskriptif. Puspowarsito (2008) mengatakan Penelitian Deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan gejala, fenomena atau peristiwa tertentu. Pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan informasi terkait dengan fenomena, kondisi atau variabel tertentu dan tidak dimaksudkan untuk melakukan pengujian hipotesis.

## 6.3. Jenis dan Sumber Data

Untuk menganalisis dan menginterpretasikan data dengan baik, diperlukan data yang valid dan reliabel agar hasilnya dapat dipertanggung jawabkan. Ada dua jenis sumber data, yaitu:

- a. Data Primer: merupakan data yang diperoleh langsung dari responden, yaitu melalui kuesioner.
- b. Data Sekunder: merupakan data yang diperoleh dari pihak lain selain sumber primer, yaitu melalui studi pustaka dan data dari organisasi yang menjadi objek penelitian.

Data akan diolah dengan Aplikasi SPSS versi 11,5 melalui analisa *cross tab* atau tabulasi silang.

## 6.4. Metode Pengumpulan Data

### 6.4.1 Kuesioner

Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang diajukan

kepada responden untuk memperoleh data yang berkaitan dengan penelitian. Kuesioner ini dimaksudkan untuk memperoleh data dalam menguji hipotesis. Pengumpulan data dilakukan dengan cara membagikan kuesioner tersebut kepada responden yang kemudian diminta mengisi kuesioner tersebut sesuai dengan petunjuk yang telah tersedia.

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode survei. Teknik pengumpulan data primer dilakukan dengan *non-probability sampling design* karena luasnya populasi penelitian. Data Primer yang yang diperoleh dari penyebaran kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan tertulis untuk di jawab oleh responden (Sugiono, 2005: 135). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah mengkom-binasi *purposive sampling* dan *convenience sampling*. Kriteria *purposive sampling* yaitu individu yang pernah melakukan transaksi belanja *online* untuk dikonsumsi digunakan sendiri sekali dalam setahun ini. Untuk ini, angket didesain menyaring responden dengan mensyaratkan mereka harus sudah bertransaksi mini-mal dua kali. Karena teknik survei dilakukan secara *offline*, pengambilan sampel kemudian dikombinasikan dengan *convenience samplin*. Untuk memperoleh data yang diinginkan, se-buah angket ditanyakan kepada setiap responden. *Li-kert type scale* dengan 5 skala likert yaitu Sangat Berhubungan (5), Berhubungan (4), Kurang Berhubungan (3), Tidak Berhubungan (2), Sangat Tidak Berhubungan (1) alternatif jawaban dirancang dalam angket yang ditujukan kepada responden. Teknik analisis yang dilakukan adalah menggunakan metode statistik deskriptif, serta metode SPSS versi 15.

### 6.4.2. Populasi dan sampel

Menurut Puspowarsito (2008) **Populasi adalah keseluruhan obyek** (orang, kejadian, atau sesuatu) yang mempunyai karakteristik tertentu baik yang bersifat kongkrit (*tangible*) maupun objek yang abstrak (*untangible*). Objek itu disebut unit populasi. Ukuran populasi yang dapat dihitung (*countable*) berapapun besarnya disebut dengan populasi terhingga. Sedangkan ukuran populasi yang sangat besar sehingga tidak bisa lagi untuk dihitung (*uncountable*), maka populasi itu dinamakan populasi tidak terhingga

Karena jumlah Populasi yang sangat besar, penulis menggunakan rumus Slovin sebagaimana tertuang dalam buku yang ditulis oleh Steph Ellen dalam bukunya dengan rujukan Principles and Methods of Research; Ariola et al. (eds.); 2006) sebagai berikut.

$$n = N / (1 + Ne^2)$$

- n = Number of samples (jumlah sampel)
- N = Total population (jumlah seluruh anggota populasi)
- e = Error tolerance (toleransi terjadinya galat; taraf signifikansi; untuk sosial dan pendidikan lazimnya 0,05) → (^2 = pangkat dua)

Mengacu pada definisi di atas, penelitian ini adalah penelitian *survey*, yang menggunakan sampel sebagai obyek penelitian. Hal ini dikarenakan keterbatasan waktu dan dana serta jumlah populasi yang memang terlalu banyak untuk dijadikan obyek penelitian. Sampel diharapkan dapat mewakili responden. Sampel ditentukan dengan menggunakan *Non Probabilistic Sample*, yaitu setiap elemen dalam populasi tidak memiliki probabilitas yang sama untuk dipilih menjadi sampel atau pemilihan anggota sampel dilakukan dengan tidak acak dan bersifat obyektif. Teknik penentuan sampel secara non probabilitas yang digunakan dalam penelitian adalah *Purpose Sampling*, yaitu memilih anggota sampel yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah masyarakat kota Palembang Khususnya yang berdomisili di wilayah Sukarami Palembang.

Sampel diharapkan dapat mewakili responden. Sampel dalam Penelitian ini di ambil daridata BPS Tahun 2014 dengan populasi jumlah Penduduk 15 Th Keatas yang bekerja Kota Palembang sebanyak 661.192 Orang . Berdasarkan pendapat Slovin ( Sangadji,2010) dengan tingkat kesalahan 5% jumlah sampel yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = jumlah Sample  
N = jumlah Populasi  
e = Tingkat Kesalahan

$$n = \frac{661.192}{1 + 661.192 (0,05)^2}$$

$$= 399.75$$

$$= 400$$

### 6.5. Kerangka Penelitian

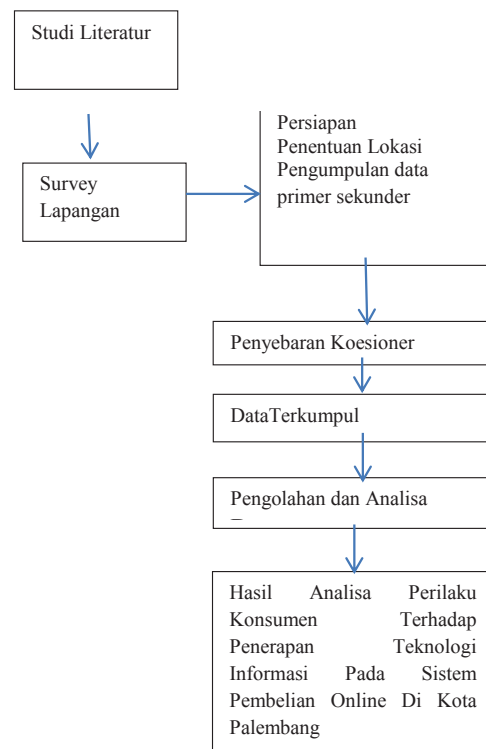
Pelaksanaan penelitian dilakukan selama 6 (Enam) bulan dengan menggunakan penelitian kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner

masyarakat pekerja dan Rumah tangga . Penelitian ini akan dilaksanakan di Palembang, dengan objek penelitian adalah Masyarakat di Lingkungan Wilayah Kecamatan Sukarami Palembang.

penelitian ini adalah penelitian *survey*, yang menggunakan sampel sebagai obyek penelitian. Hal ini dikarenakan keterbatasan waktu dan dana serta jumlah populasi yang memang terlalu banyak untuk dijadikan obyek penelitian. Sampel diharapkan dapat mewakili responden. Sampel ditentukan dengan menggunakan *Non Probabilistic Sample*, yaitu setiap elemen dalam populasi tidak memiliki probabilitas yang sama untuk dipilih menjadi sampel atau pemilihan anggota sampel dilakukan dengan tidak acak dan bersifat obyektif. Teknik penentuan sampel secara non probabilitas yang digunakan dalam penelitian adalah *Purpose Sampling*, yaitu memilih anggota sampel yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

Sampel diharapkan dapat mewakili responden. Sampel dalam Penelitian ini di ambil daridata BPS Tahun 2014 dengan populasi jumlah Penduduk 15 Th Keatas yang bekerja Kota Palembang sebanyak 661.192 Orang . Berdasarkan pendapat Slovin ( Sangadji,2010) dengan tingkat kesalahan 5% jumlah sampel

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini Kerangka Pemikiran



## 7. Hasil dan Pembahasan

Data yang di peroleh dari Koetioner yang telah disebarakan kepada masyarakat di lingkungan wilayah Kecamatan Sukarami Palembang di olah dengan menggunakan program SPSS. Data yang telah di uji validitas dan reabilitas yang terdiri dari indikator variabel Sikap, Kemudahan, Keamanan, daya Tarik, Dan Reputasi dihasilkan

STATISTIK DESKRIPTIF

Statistic						
	SIKAP	KEMUDAHAN	KEAMANAN	REPUTASI	DAYA TARIK	KEPUTUSAN
	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
N Valid	400	400	400	400	400	400
Missing	3	3	3	3	3	3
Mean	11.01	15.85	11.83	11.13	11.13	15.44
Median	12.00	16.00	12.00	16.00	11.00	16.00
Std. Deviation	2.159	2.604	1.902	2.425	2.268	2.680
Minimum	4	5	5	8	3	4
Maximum	15	20	15	20	15	20

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, 2017

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), median, standar deviasi, maksimum, dan minimum. Berdasarkan hasil output SPSS 16.00 di atas memberikan nilai rata-rata (mean), yaitu untuk variabel sikap sebesar 11.61, variabel kemudahan sebesar 15.85, variabel keamanan sebesar 11.83, daya tarik masyarakat sebesar 15.53, reputasi sebesar 11.13 dan keputusan pembelian online sebesar 15.44. Kemudian variabel sikap mempunyai nilai median sebesar 12.00, variabel kemudahan sebesar 16.00, keamanan sebesar 12.00, daya tarik media sebesar 16.00, reputasi sebesar 11.00 dan keputusan pembelian online sebesar 16.00.

Sementara, standar deviasi variabel sikap mempunyai nilai 2.159, kemudahan sebesar 2.604, keamanan sebesar 1.902, daya tarik Media mempunyai nilai sebesar 2.425, reputasi sebesar 2.268 dan keputusan pembelian online sebesar 2.680. Namun, untuk nilai maximum dan minimum variabel sikap sebesar 15 dan 4, variabel kemudahan sebesar 5 dan 20, variabel keamanan sebesar 5 dan 15, daya tarik mahasiswa sebesar 8 dan 20, variabel reputasi mempunyai nilai maximum dan minimum sebesar 3 ribu dan 15, serta variabel keputusan pembelian online mempunyai nilai sebesar 4 dan 20 .

Uji Validitas

No.	Variabel	r Tabel	Corrected Item	Keterangan
1.	X11	0.352	0.383	Valid
2.	X12	0.352	0.476	Valid
3.	X13	0.352	0.553	Valid
4.	X21	0.352	0.518	Valid
5.	X22	0.352	0.451	Valid
6.	X23	0.352	0.483	Valid
7.	X24	0.352	0.408	Valid
8.	X31	0.352	0.572	Valid
9.	X32	0.352	0.490	Valid
10.	X33	0.352	0.426	Valid
11.	X41	0.352	0.510	Valid
12.	X42	0.352	0.511	Valid
13.	X43	0.352	0.386	Valid
14.	X44	0.352	0.544	Valid
15.	X51	0.352	0.628	Valid
16.	X52	0.352	0.638	Valid
17.	X53	0.352	0.500	Valid
18.	Y1	0.352	0.444	Valid
19.	Y2	0.352	0.493	Valid
20.	Y3	0.352	0.460	Valid
21.	Y4	0.352	0.591	Valid

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, 2017

Berdasarkan hasil tampilan output SPSS 16.00 diatas bahwa variabel sikap, kemudahan, keamanan, daya tarik mahasiswa, reputasi dan keputusan pembelian mempunyai nilai r tabel sebesar 0.352. Hal ini berarti semua variabel diatas dinyatakan valid yang ditunjukkan dengan nilai corrected item (r hitung) > r tabel.

Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach Alpha's	Keterangan
1.	X11	0.889	Reliabel
2.	X12	0.887	Reliabel
3.	X13	0.885	Reliabel
4.	X21	0.886	Reliabel
5.	X22	0.888	Reliabel
6.	X23	0.887	Reliabel
7.	X24	0.889	Reliabel
8.	X31	0.884	Reliabel
9.	X32	0.887	Reliabel
10.	X33	0.888	Reliabel
11.	X41	0.886	Reliabel
12.	X42	0.886	Reliabel
13.	X43	0.889	Reliabel
14.	X44	0.885	Reliabel
15.	X51	0.883	Reliabel
16.	X52	0.882	Reliabel
17.	X53	0.886	Reliabel
18.	Y1	0.888	Reliabel
19.	Y2	0.886	Reliabel
20.	Y3	0.887	Reliabel
21.	Y4	0.883	Reliabel

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 16.00, 2017

Dari tampilan hasil output SPSS diatas bahwa variabel sikap, kemudahan, keamanan, daya tarik mahasiswa, reputasi dan keputusan pembelian dinyatakan reliabel. Hal ini ditunjukkan dengan nilai r hitung > 0,60. Artinya, semua variabel dapat di ikutsertakan pada analisis selanjutnya.

## Analisis Regresi

Analisis regresi adalah analisis yang dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis regresi dilakukan pada variabel pertama, yaitu variabel sikap terhadap keputusan pembelian online, variabel kemudahan terhadap keputusan pembelian online, variabel keamanan terhadap keputusan pembelian online, variabel daya tarik mahasiswa terhadap keputusan pembelian online, dan variabel reputasi terhadap keputusan pembelian online.

### Pengaruh Variabel Sikap Terhadap Keputusan Pembelian Online

Analisis Regresi

No.	Tables	Analysis	Value	Signifikansi	T Hitung
1.	Model Summary	R R <sup>2</sup>	0.497 0.247		
2.	Anova	Uji F		130.536	0.000
3.	Coefficient	Uji t : Konstanta Sikap	8.273 0,617	11.425	0.000

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, 2017

Dari tampilan output SPSS 16.00 di atas terlihat bahwa nilai r (korelasi) sebesar 0.497, artinya terdapat hubungan antara variabel sikap terhadap keputusan pembelian online. Sedangkan untuk nilai R<sup>2</sup> (Koefisien Determinasi) sebesar 0.247, artinya variabel sikap dapat menjelaskan variabel keputusan pembelian online sebesar 24,7% sedangkan sisanya (100% - 24,7% = 75.3%) dijelaskan oleh variabel lain. Dari tabel Anova terlihat bahwa nilai signifikansi F di bawah 0.05. Artinya, model yang di dapat dari regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel lain. Pada tabel koefisien, variabel sikap secara parsial memberikan pengaruh nyata terhadap variabel keputusan pembelian online. Model persamaan regresi yang didapatkan adalah :

$$Y = a + b_1 X_1$$

$$\text{Keputusan Pembelian Online} = 8.273 + 0.617 \text{ SIKAP}$$

Dimana :

a = Konstanta

Y = Keputusan Pembelian Online

Analisis Regresi

No.	Tables	Analysis	Value	Signifikansi	T Hitung
1.	Model Summary	R R <sup>2</sup>	0.456 0.208		
2.	Anova	Uji F		104.645	0.000
3.	Coefficient	Uji t : Konstanta Kemudahan	7.995 0.470	10.230	0.000

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, 2017

Dari tampilan output SPSS 16.00 di atas terlihat bahwa nilai r (korelasi) sebesar 0.456, artinya terdapat hubungan antara variabel sikap terhadap keputusan pembelian online. Sedangkan untuk nilai R<sup>2</sup> (Koefisien Determinasi) sebesar 0.208, artinya variabel sikap dapat menjelaskan variabel keputusan pembelian online sebesar 20,87% sedangkan sisanya (100% - 20.8% = 79.2%) dijelaskan oleh variabel lain. Dari tabel Anova terlihat bahwa nilai signifikansi F di bawah 0.05. Artinya, model yang di dapat dari regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel lain. Pada tabel koefisien, variabel kemudahan secara parsial memberikan pengaruh nyata terhadap variabel keputusan pembelian online. Model persamaan regresi yang didapatkan adalah :

$$Y = a + b_2 X_2$$

$$\text{Keputusan Pembelian Online} = 7.995 + 0.470 \text{ Kemudahan}$$

Dimana :

a = Konstanta

Y = Keputusan Pembelian Online

### Pengaruh Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online

Analisis Regresi

No.	Tables	Analysis	Value	Signifikansi	T Hitung
1.	Model Summary	R R <sup>2</sup>	0.497 0.247		
2.	Anova	Uji F		130.341	0.000
3.	Coefficient	Uji t : Konstanta Keamanan	7.158 0.700	11.417	0.000

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, 2017

Dari tampilan output SPSS 16.00 di atas terlihat bahwa nilai r (korelasi) sebesar 0.497, artinya terdapat hubungan antara variabel sikap terhadap keputusan pembelian online. Sedangkan untuk nilai R<sup>2</sup> (Koefisien Determinasi) sebesar 0.247, artinya variabel sikap dapat menjelaskan variabel keputusan pembelian online sebesar 24,7% sedangkan sisanya (100% - 24,7% = 75.3%) dijelaskan oleh variabel lain. Dari tabel Anova terlihat bahwa nilai signifikansi F di bawah 0.05. Artinya, model yang di dapat dari regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel lain.

Pada tabel koefisien, variabel keamanan secara parsial memberikan pengaruh nyata terhadap variabel keputusan pembelian online. Model persamaan regresi yang didapatkan adalah :

$$Y = a + b_3 X_3$$

$$\text{Keputusan Pembelian Online} = 7.1583 + 0.700$$

Keamanan

**Dimana :**

a = Konstanta

Y = Keputusan Pembelian Online

### Pengaruh Daya Tarik Mahasiswa Terhadap Keputusan Pembelian Online

Analisis Regresi

No.	Tables	Analysis	Value	Signifikansi	T Hitung
1.	Model Summary	R R <sup>2</sup>	0.536 0.287		
2.	Anova	Uji F		160.244	0.000
3.	Coefficient	Uji t : Konstanta Daya Tarik Mahasiswa	6.240 0.592	12.659	0.000

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, 2017

Dari tampilan output SPSS 16.00 diatas terlihat bahwa nilai r (korelasi) sebesar 0.536, artinya terdapat hubungan antara variabel sikap terhadap keputusan pembelian online. Sedangkan untuk nilai R<sup>2</sup> (Koefisien Determinasi) sebesar 0.287, artinya variabel sikap dapat menjelaskan variabel keputusan pembelian online sebesar 28,7% sedangkan sisanya (100% - 28,7% = 71.3%) dijelaskan oleh variabel lain. Dari tabel Anova terlihat bahwa nilai signifikansi F di bawah 0.05. Artinya, model yang di dapat dari regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel lain. Pada tabel koefisien, variabel daya tarik mahasiswa secara parsial memberikan pengaruh nyata terhadap variabel keputusan pembelian online. Model persamaan regresi yang didapatkan adalah :

$$Y = a + b_4 X_4$$

$$\text{Keputusan Pembelian Online} = 6.240 + 0.592$$

Daya Tarik Media

**Dimana :**

a = Konstanta

Y = Keputusan Pembelian Online

### Pengaruh Reputasi Terhadap Keputusan Pembelian Online

Analisis Regresi

Analisis Regresi

No.	Tables	Analysis	Value	Signifikansi	T Hitung
1.	Model Summary	R R <sup>2</sup>	0.507 0.258		
2.	Anova	Uji F		138.066	0.000
3.	Coefficient	Uji t : Konstanta Reputasi	8.760 0.600	11.750	0.000

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, 2017

Dari tampilan output SPSS 16.00 diatas terlihat bahwa nilai r (korelasi) sebesar 0.507, artinya terdapat hubungan antara variabel sikap terhadap keputusan pembelian online. Sedangkan untuk nilai R<sup>2</sup> (Koefisien Determinasi) sebesar 0.258, artinya variabel sikap dapat menjelaskan variabel keputusan pembelian online sebesar 25.8% sedangkan sisanya (100% - 25.8% = 74.2%) dijelaskan oleh variabel lain. Dari tabel Anova terlihat bahwa nilai signifikansi F di bawah 0.05. Artinya, model yang di dapat dari regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel lain. Pada tabel koefisien, variabel reputasi secara parsial memberikan pengaruh nyata terhadap variabel keputusan pembelian online. Model persamaan regresi yang didapatkan adalah :

$$Y = a + b_5 X_5$$

$$\text{Keputusan Pembelian Online} = 8.760 + 0.600$$

Reputasi

**Dimana :**

a = Konstanta

Y = Keputusan Pembelian Online

Dari hasil analisis Regresi faktor keamanan merupakan faktor penentu utama masyarakat dalam melakukan keputusan pembelian secara on-line dengan Nilai Korelasi sebesar 0.700 (Keamanan), Sikap 0.617, Reputasi 0.600, Daya tarik Media 0.592, Kemudahan 0.470

UJINORMALITAS

		Unstandardized Residual
N		400
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.02100599
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.033
	Negative	-.070
Kolmogorov-Smirnov Z		1.401
Asymp. Sig. (2-tailed)		.739

Test Distribution is Normal



Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak terdistribusi normal. Dari tampilan output diatas diperoleh nilai Kolmogorov smirnov sebesar 1.401 dan asymp. Signifikansi sebesar 0.739. Artinya semua variabel terdistribusi normal yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi > 0,6.

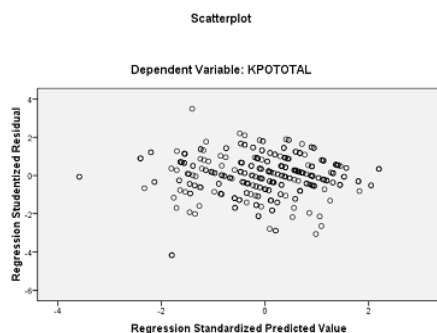
#### UJI MULTIKOLINEARITAS

Model		Coefficients <sup>a</sup>				Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.122	.801	2.649	.008		
	SIKAPTOTAL	.297	.058	.239	.020	.704	1.421
	KEMUDAHANOTAL	.132	.048	.128	.272	.851	1.538
	KEAMANANTOTAL	.150	.073	.107	.205	.841	1.888
	DTMTOTAL	.284	.057	.239	.020	.704	1.421
	REPUSASITOTAL	.170	.060	.144	.251	.852	1.811

a. Dependent Variable: KPOTOTAL

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Berdasarkan hasil output diatas bahwa variabel sikap, kemudahan, keamanan, daya tarik mahasiswa dan reputasi bebas multikolinearitas.

#### UJI HETEROSKEDASTISITAS



Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dalam residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dasar analisisnya adalah jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur, maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

## PEMBUKTIAN HIPOTESIS

### PENGARUH SIKAP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE

Besarnya pengaruh yang diberikan terhadap variabel sikap pada keputusan pembelian online dilihat dari nilai r (korelasi) sebesar 0.497, artinya terdapat hubungan antara variabel sikap terhadap keputusan pembelian online. Sedangkan untuk nilai R<sup>2</sup> (Koefisien Determinasi) sebesar 0.247, artinya variabel sikap dapat menjelaskan variabel keputusan pembelian online sebesar 24,7% sedangkan sisanya (100% - 24,7% = 75.3%) dijelaskan oleh variabel lain. Dari tabel Anova terlihat bahwa nilai signifikansi F di bawah 0.05. Artinya, model yang di dapat dari regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel lain. Pada tabel koefisien, variabel sikap secara parsial memberikan pengaruh nyata terhadap variabel keputusan pembelian online.

### PENGARUH KEMUDAHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE

Besarnya pengaruh yang diberikan terhadap variabel kemudahan dapat dilihat nilai R<sup>2</sup> (Koefisien Determinasi) sebesar 0.208, artinya variabel sikap dapat menjelaskan variabel keputusan pembelian online sebesar 20,87% sedangkan sisanya (100% - 20.8% = 79.2%) dijelaskan oleh variabel lain. Dari tabel Anova terlihat bahwa nilai signifikansi F di bawah 0.05. Artinya, model yang di dapat dari regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel lain. Pada tabel koefisien, variabel kemudahan secara parsial memberikan pengaruh nyata terhadap variabel keputusan pembelian online.

### PENGARUH KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE

Besarnya pengaruh yang diberikan terhadap variabel keamanan dapat dilihat nilai r (korelasi) sebesar 0.497, artinya terdapat hubungan antara variabel sikap terhadap keputusan pembelian online. Sedangkan untuk nilai R<sup>2</sup> (Koefisien Determinasi) sebesar 0.247, artinya variabel sikap dapat menjelaskan variabel keputusan pembelian online sebesar 24,7% sedangkan sisanya (100% - 24,7% = 75.3%) dijelaskan oleh variabel lain. Dari tabel Anova terlihat bahwa nilai signifikansi F di bawah 0.05. Artinya, model yang di dapat dari regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel lain. Pada tabel koefisien,

variabel keamanan secara parsial memberikan pengaruh nyata terhadap variabel keputusan pembelian online.

## PENGARUH DAYA TARIK MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE

Besarnya pengaruh yang diberikan terhadap variabel daya tarik mahasiswa nilai  $r$  (korelasi) sebesar 0.536, artinya terdapat hubungan antara variabel sikap terhadap keputusan pembelian online. Sedangkan untuk nilai  $R^2$  (Koefisien Determinasi) sebesar 0.287, artinya variabel sikap dapat menjelaskan variabel keputusan pembelian online sebesar 28,7% sedangkan sisanya ( $100\% - 28,7\% = 71.3\%$ ) dijelaskan oleh variabel lain. Dari tabel Anova terlihat bahwa nilai signifikansi  $F$  di bawah 0.05. Artinya, model yang di dapat dari regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel lain. Pada tabel koefisien, variabel daya tarik media secara parsial memberikan pengaruh nyata terhadap variabel keputusan pembelian online.

## PENGARUH REPUTASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE

Besarnya pengaruh yang diberikan terhadap variabel reputasi nilai  $r$  (korelasi) sebesar 0.507, artinya terdapat hubungan antara variabel sikap terhadap keputusan pembelian online. Sedangkan untuk nilai  $R^2$  (Koefisien Determinasi) sebesar 0.258, artinya variabel sikap dapat menjelaskan variabel keputusan pembelian online sebesar 25.8% sedangkan sisanya ( $100\% - 25.8\% = 74.2\%$ ) dijelaskan oleh variabel lain. Dari tabel Anova terlihat bahwa nilai signifikansi  $F$  di bawah 0.05. Artinya, model yang di dapat dari regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel lain. Pada tabel koefisien, variabel reputasi secara parsial memberikan pengaruh nyata terhadap variabel keputusan pembelian online.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Secara umum, data hasil pengamatan  $Y$  dipengaruhi oleh variabel-variabel bebas  $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$  sehingga rumus umum dari regresi berganda ini adalah :

$$Y_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 X_{1it} + \alpha_2 X_{2it} + \alpha_3 X_{3it} + \alpha_4 X_{4it} + e_{it} \dots$$

Dimana :

$$Y_{KPO} = 7.685 + 0,617S + 0,470K + -0,592DTM$$

$$+ 0,700KE + 0,600R$$

Keterangan :

KPO : Keputusan Pembelian Online

K : Kemudahan

KE : Keamanan

R : Reputasi

DTM : Daya Tarik Media

S : Sikap

Dari hasil uji validitas dan reliabilitas terlihat bahwa Reputasi Perusahaan sangat menentukan minat konsumen dalam melakukan pembelian secara on-Line Perusahaan yang sudah baik reputasinya berarti termasuk di dalamnya indikator yang lain baik dari segi keamanan, Kemudahan, Sikap, dan daya Tarik masyarakat terhadap produk yang di tawarkan

## 8. Kesimpulan Dan Saran

### 9. Kesimpulan

- Menurut hasil Uji yang telah di lakukan dengan metode SPSS .16 data sudah teruji valid
- Bahwa variabel keamanan sangat berpengaruh dengan keputusan pembelian On-line dengan nilai  $r$  (korelasi) sebesar 0.700
- Bila Konsumen melihat dari variabel Keamanan penjual sangat baik maka masyarakat akan meletakkan kepercayaannya pada toko on-Line tersebut selanjutnya dengan sikap penjual, Reputasi, daya tarik Media dan kemudahan dalam melakukan transaksi pembelian..

### 10. Saran

- Hasil Uji dengan menggunakan metode SPSS sebaiknya dengan data yang sudah teruji valid dan reliabel agar siap untuk dilanjutkan pada proses selanjutnya yaitu Analisa Data
- Bahwa Dalam Jual Beli *On-line* Reputasi Penjual/perusahaan sangatlah perlu di perhatikan agar minat beli konsumen meningkat dan konsumen merasa yakin dan mau melakukan pembelian secara *on-line*

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, R. N. (2013). *Analisis faktor-faktor yang me-mengaruhi keputusan pembelian dengan*

*sistem pre order secara online (Studi kasus pada online shop Chopper Jersey)*. Diunduh 19 Mei 2015

2. Assaurri Sofjan (2015). Manajemen Pemasaran, Cetakan ke 15. PT. RajaGrafindo Persada.
3. Arikunto, Suharsimi, 2006, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi Revisi VI, Jakarta: PT. Rineka Cipta. Chaplin, Sofjan,
4. Bondan Bayu Ournal Perilaku Konsumen (2015) "Awal Kepercayaan dan Perilaku Pembeli Online" di unduh 1 September 2017 <http://bondantorres.blogspot.co.id/2015/01/jurnal-perilaku-konsumen.html>
5. Duriyanto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. (2001). *Strategi menaklukkan pasar melalui riset ekuitas dan perilaku konsumen*. Jakarta: Gramedia.
6. Ghozali, Imam, 2005, *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
7. Husaini Usman. (2006). *Pengantar Statistika*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
8. Kotler, Philip, 2004, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jakarta: PT.Prenhalindo.
8. Kadir, Wahyuni, ( 2012 ), *Pengenalan Teknologi Informasi*, Yogyakarta : Andi
9. Mangkunegara, P. Anwar, 2002, *Perilaku Konsumen* , Edisi Revisi, Bandung: Refika Aditama.
10. Marheni Eka Saputri ,( 2016 ) *Journal Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk Fashion Pada Zalora Indonesia* Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom Di Unduh 1 september 2017 <http://journals.itb.ac.id/index.php/sostek/article/viewFile/2301/1531>
11. Nisa Qodaryl Thohiroh , *Perilaku Konsumtif Melalui Online Shopping Fashion* Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta Di Unduh 1 september 2017 <http://eprints.ums.ac.id/35607/1/02.%20Naskah%20Publikasi.pdf>
12. Prasetijo, Ristiyanti dan Ihalauw Jhon. 2005, *Perilaku Konsumen*, yogyakarta: Andi.
13. Saladin, Djaslim. 2003, *Manajemen Pemasaran*, Bandung: Linda Karya.
14. Schiffman, Leslie. 2004, *Perilaku Konsumen*, Edisi Ketujuh, Jakarta: Indeks.
15. Setiadi, J. Nugroho. 2003, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Jakarta: Kencana.
16. Swastha Basu (2008 ) *Manajemen Pemasaran..* Yogyakarta: Liberty
17. Sudarmanto, R. G, 2005. *Analisis Regresi Linier Ganda dengan SPSS*. Edisi Pertama, Yogyakarta: Graha Ilmu
18. Sarwono, J. & Prihartono. (2012). *Perdagangan online: Cara bisnis di internet*. Jakarta: PT Media Elex Komputindo.
19. Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung.: Alfabeta.
20. Suryani, Tatik. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet: Implikasi pada Strategi Pemasaran* . Yogyakarta: Graha Ilmu.
21. Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung.: Alfabeta.
22. Suyanto. Muhammad. (2005). *Pengantar Teknologi Informasi*. Andi. Yogyakarta.
23. Nursalam. 2003. *Konsep Dan Penerapan Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan*. Jakarta : Salemba Medika
24. Suharsimi Arikunto. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi V*. Jakarta : Rineka Cipta.

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN PENDIDIKAN TERHADAP KEPUASAN  
MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI PADA UNIVERSITAS SWASTA  
DI BANDARLAMPUNG.**

*Dra. Endang Siswati Prihastuti, MS*

Syahril Daud, S.P., M.Si

---

**ABSTRAK:** Penelitian ini dilakukan di Bandar Lampung dengan obyek penelitian di Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen pada : Universitas Bandar Lampung (UBL), dan Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai/Saburai (USBRJ), dan Universitas Malahayati (UNMAL). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran kualitas layanan pendidikan terhadap kepuasan mahasiswa setelah mengikuti proses pendidikan, dan hasil penelitian ini digunakan untuk peningkatan kepuasan mahasiswa di masa yang akan datang. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa program studi manajemen angkatan 2014, 2015 dan 2016. Penentuan besarnya sampel menggunakan tabel Isaac dan Michael dengan tingkat kepercayaan 5 % dan menentukan anggota sampel dengan stratified random sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah permodelan persamaan structural (Structural Equation Modelling). Permodelan persamaan structural (SEM) dapat dideskripsikan sebagai suatu analisis yang menggabungkan pendekatan analisis faktor faktor analisis, model structural (Structural Model), dan analisis jalur (Path Analysis). Variabel eksogen kualitas layanan pendidikan (X) adalah *tangibles, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty*. Sedangkan Variabel endogen kepuasan (Y) adalah kognisi, afektif dan psikomotor. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) deskripsi kualitas layanan jasa pendidikan menurut persepsi mahasiswa secara keseluruhan termasuk katagori baik. Kualitas layanan variabel *tangible, realiability, emphaty, assurance* lebih penting daripada *responsiveness*, 2) deskripsi kepuasan mahasiswa setelah mengikuti proses pendidikan menurut persepsi mahasiswa secara keseluruhan termasuk katagori baik, 3) kualitas pelayanan jasa pendidikan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, 4) implikasi kebijakan mengindikasikan diperlukannya perbaikan dalam hal ; a) kebersihan ruang kuliah, b) menyelesaikan keluhan mahasiswa, c) penanganan administrasi dengan cepat, d) perhatian dengan masa pendidikan yang terkontrol, e) keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan.

Kata kunci ; kualitas layanan/jasa pendidikan, kepuasan mahasiswa.

---

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang Penelitian

Pada era globalisasi sekarang ini persaingan baik dibidang ekonomi/bisnis maupun dibidang pendidikan sangatlah ketat dan hal tersebut pasti akan terjadi yang merupakan tantangan untuk dihadapi. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat cepat dari waktu ke waktu serta kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat, maka pengelola perguruan tinggi dituntut untuk meningkatkan kualitas layanan/jasa

pendidikan secara berkelanjutan sesuai dengan tuntutan masyarakat.

Perguruan tinggi menurut Undang-Undang Pendidikan Nomor: 12 tahun 2012 tentang Pendidikan adalah satuan pendidikan yang menyelenggarakan Pendidikan Tinggi. Menurut Undang-Undang Pendidikan Nomor: 12 tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi dinyatakan bahwa pendidikan tinggi adalah jenjang pendidikan setelah pendidikan menengah yang mencakup program diploma, program sarjana, program magister, program doktor, dan program profesi, serta program spesialis, yang diselenggarakan oleh

Perguruan Tinggi berdasarkan kebudayaan bangsa Indonesia (Aziz, 2016:21). Menurut Tampubolon (1997), Perguruan Tinggi merupakan sebuah lembaga pelayanan jasa pendidikan yang dalam pelaksanaan kegiatannya harus selalu berusaha memenuhi *needs* (kebutuhan), *wants* (keinginan), dan *expectation* (harapan) pelanggan. Perguruan Tinggi adalah merupakan industri jasa yang mempunyai pelanggan yaitu ; sekelompok orang atau masyarakat yang mempunyai kepentingan baik langsung maupun tidak langsung atas pelaksanaan pendidikan maupun hasilnya, meliputi mahasiswa, orang tua mahasiswa, masyarakat, dunia kerja/pasar kerja, perusahaan, dan pemerintah. Berbagai kepentingan yang berbeda dari pelanggan tersebut harus menjadi acuan utama dalam merencanakan maupun melaksanakan kualitas layanan jasa pendidikan dan mutu/kualitas hasil pendidikan.

Menurut Tjiptono & Chandra (2012:75) dalam kasus pemasaran jasa, dimensi kualitas yang paling sering dijadikan acuan adalah: reliabilitas (*reliability*), responsivitas (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), bukti phisik (*tangibles*). Padadasarnya terdapat pengaruh yang kuat kualitas layanan jasa terhadap kepuasan konsumen/pelanggan. Dalam konteks pendidikan kepuasan pelanggan tergantung hasil pendidikan yang cenderung multidimensi yang selalu dikaitkan dengan kemampuan *kognisi*, *afeksi* dan *psikomotorik*. Walaupun dalam layanan jasa dalam proses pembelajaran tujuannya adalah prestasi belajar dalam aspek kognisi, namun aspek afektif dan psikomotorik sangat diperlukan. Implikasinya, baik buruknya kualitas layanan jasa tergantung kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi kepuasan pelanggannya secara konsisten. Salah satu strategi yang dapat digunakan agar program studi manajemen tetap eksis bukan karena brand yang kuat tetapi bagaimana pelayanan jasa dikemas sedemikian rupa sehingga hasil pendidikan mampu memuaskan mahasiswa, orang tua, pemerintah, dunia kerja, dan lembaga-lembaga lainnya. Oleh karena itu kualitas perguruan tinggi dituntut tidak hanya dalam bentuk layanan fisik saja, tetapi juga kualitas layanan yang profesional terhadap mahasiswa sehingga merasa puas dan loyal menyampaikan kepada rekannya untuk kuliah di program studi ini. Strategi yang dapat digunakan adalah dengan merancang layanan jasa prima yang didukung oleh tenaga pengajar yang kompeten di bidangnya, layanan administrasi yang cepat dan ramah serta didukung oleh fasilitas sarana prasarana

yang memadai, biaya pendidikan yang relatif murah, proses pendidikan yang tepat waktu dan lingkungan yang kondusif. Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian tentang kualitas layanan jasa pendidikan tingkat program studi manajemen dan tingkat kepuasan mahasiswa terhadap hasil pendidikan. Hasil penelitian dapat menjadi dasar untuk meningkatkan layanan jasa pendidikan, sehingga kepuasan mahasiswa meningkat dan pada waktunya loyal untuk merekomendasikan kepada rekan-rekannya yang lain untuk kuliah di program studi manajemen.

Pelanggan khususnya mahasiswa selalu memperhitungkan nilai hasil pendidikan yang diperoleh ketika masuk perguruan tinggi (nilai pelanggan). Total nilai pelanggan bukan hanya terdiri atas nilai produk pendidikan (*product value*) saja, melainkan juga kualitas layanan (*service value*) selama mengikuti proses pembelajaran.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui diskripsi kualitas layanan jasa pendidikan pada program studi manajemen, serta untuk mengetahui diskripsi tingkat kepuasan mahasiswa terhadap hasil pendidikan dan untuk menganalisis besarnya pengaruh kualitas layanan jasa pendidikan pada program studi manajemen terhadap kepuasan mahasiswa. Sedangkan manfaat hasil penelitian ini merupakan evaluasi kualitas layanan program studi manajemen dan tingkat kepuasan mahasiswa dan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan rekomendasi untuk memperbaiki kualitas layanan jasa pendidikan pada program studi manajemen sehingga dapat meningkatkan kepuasan mahasiswa terhadap hasil pendidikan.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Pengertian Pelanggan

Dalam dunia bisnis atau industri yang memproduksi produk atau jasa mempunyai konsumen yang sering disebut dengan pelanggan. Pelanggan merupakan konsumen sebagai pembeli ataupun pengguna jasa yang melakukan kegiatan pembelian atau penggunaan jasa secara berulang yang dikarenakan memperoleh kepuasan dari produk atau jasa yang diterimanya. Demikian halnya dengan industri jasa pendidikan perguruan tinggi mempunyai pelanggan. Pelanggan pendidikan perguruan tinggi dapat dibedakan sebagai berikut:

- a. Pelanggan internal, yaitu pengelola



- perguruan tinggi (pimpinan, tenaga pendidik, tenaga administrasi dan tenaga teknis).
- b. Pelanggan eksternal primer adalah mahasiswa.
  - c. Pelanggan sekunder adalah orang tua, masyarakat, pemerintah, lembaga sponsor, lingkungan.
  - d. Pelanggan tersier adalah pengguna lulusan atau dunia kerja (perusahaan, organisasi, pemerintah, dan lain-lain).

Pelanggan merupakan salah satu faktor yang penting dalam memberikan kontribusi pendapatan baik pada perusahaan bisnis maupun pada dunia pendidikan perguruan tinggi negeri, terlebih bagi perguruan tinggi swasta. Perusahaan bisnis maupun industri jasa pendidikan perguruan tinggi negeri dan swasta tidak akan dapat melakukan kegiatan tanpa pelanggan.

### Kualitas Layanan Jasa Pendidikan

Kualitas layanan atau jasa suatu perusahaan bisnis, termasuk layanan jasa pendidikan akan dinilai oleh pelanggan. Menurut Tjiptono & Chandra (2012:75) menyebutkan bahwa kualitas layanan jasa dapat diukur dengan menggunakan lima dimensi yaitu:

1. Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
2. Reliabilitas (*reliability*), kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan sebaik mungkin.
4. Jaminan/keyakinan (*assurance*), yaitu pengetahuan dan kesopansantunan para pegawai perusahaan serta kemampuan menumbuhkan rasa percaya para konsumennya kepada perusahaan.
5. Empati (*empathy*), meliputi kemudahan melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Goetsch dan Davis menyatakan bahwa ; Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono & Diana, 2003:4). Sehingga definisi

kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas layanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan. Bahwa kualitas pelayanan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang sesungguhnya konsumen harapkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Menurut Tjiptono & Chandra, (2012:77), kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan. Harapan pelanggan bisa berupa tiga standar ; (1) *Will expectation*, yaitu tingkat kinerja yang diantisipasi atau diperkirakan konsumen akan diterimanya, berdasarkan semua informasi yang diketahuinya; (2) *Should expectation*, yaitu tingkat kinerja yang dianggap sudah sepatasnya diterima konsumen; (3) *Ideal expectation*, yaitu tingkat kinerja optimum atau terbaik yang diharapkan dapat diterima konsumen.

### Karakteristik Layanan Jasa Pendidikan

Kotler & Armstrong (2008:266) mendefinisikan jasa sebagai "semua kegiatan atau manfaat yang dapat ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tak berwujud (*intangibility*) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu".

Dalam kaitannya dengan layanan jasa pendidikan berikut digambarkan karakteristik jasa pendidikan yang dikutip dari pernyataan Bitner dkk (1993) serta Tadepalli & Hayes (2000), sebagai berikut: (Wijaya, 2012:6-7)

1. Tidak berwujud (*intangibility*).  
Jasa pendidikan bersifat kasat mata sehingga menyebabkan pelanggan jasa pendidikan tidak dapat melihat, mencium, mendengar, meraba, dan merasakan hasil keluaran pendidikan sebelum mereka mengonsumsinya menjadi subsistem sekolah (perguruan tinggi).
2. Tidak dapat dipisahkan (*inseparability*).  
Jasa pendidikan tidak dapat dipisahkan dari sumbernya, yaitu sekolah (perguruan tinggi) yang berarti jasa pendidikan dihasilkan dan dikonsumsi secara serempak pada waktu yang bersamaan. Jika

siswa/mahasiswa mengonsumsi jasa pendidikan, mereka berhadapan langsung dengan penyedia jasa pendidikan.

3. Beraneka ragam (*variability*).

Jasa pendidikan bersifat variabel karena merupakan output tidak standar (*nonstandardized output*), yaitu memiliki banyak variasi, bentuk kualitas, dan jenis yang bergantung pada siapa, kapan, dan di mana jasa pendidikan dihasilkan.

4. Tidak tahan lama (*perishability*).

Jasa pendidikan merupakan komoditas yang tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Sifat tidak tahan lama berarti jasa pendidikan tidak dapat dimasukkan ke gudang atau tidak dapat dijadikan sebagai persediaan.

5. Kepemilikan (*ownership*).

Mahasiswa memperoleh hak untuk mengakses perpustakaan ketika menunjukkan kartu perpustakaan kepada petugas perpustakaan.

Menurut Lupiyoadi & Hamdani (Wijaya, 2012:7) dalam membahas karakteristik jasa pendidikan perlunya memperhatikan hal-hal sebagai berikut :

1. Pendidikan adalah jasa murni, di mana proses penyampaian jasa pendidikan yang dilakukan telah didukung oleh peralatan kerja atau sarana pendukung pendidikan, seperti ruang kelas, kursi, meja, buku, dan sebagainya.
2. Jasa pendidikan yang disampaikan memerlukan kehadiran pelanggan jasa pendidikan (mahasiswa), di mana mahasiswa mendatangi perguruan tinggi untuk mendapatkan jasa pendidikan yang diinginkan (meskipun dalam perkembangannya ada perguruan tinggi yang menawarkan program pembelajaran jarak jauh).
3. Penerima jasa pendidikan adalah orang. Jasa pendidikan adalah jasa yang berbasis orang, atau disebut sistem kontak tinggi atau sistem hubungan yang tinggi (*high contact system*) di mana hubungan antara penyedia jasa dan pelanggannya tinggi. Pelanggan dan penyedia jasa pendidikan terus menerus berinteraksi selama proses penyampaian jasa pendidikan berlangsung. Dengan kata lain, untuk menerima jasa pendidikan, pelanggan jasa pendidikan harus

menjadi bagian dari sistem jasa pendidikan.

4. Hubungan antara penyedia jasa pendidikan dan pelanggan jasa pendidikan berdasarkan hubungan keanggotaan (*member relationship*), dimana pelanggan jasa pendidikan telah menjadi anggota dari perguruan tinggi tertentu.

### Kepuasan Pelanggan

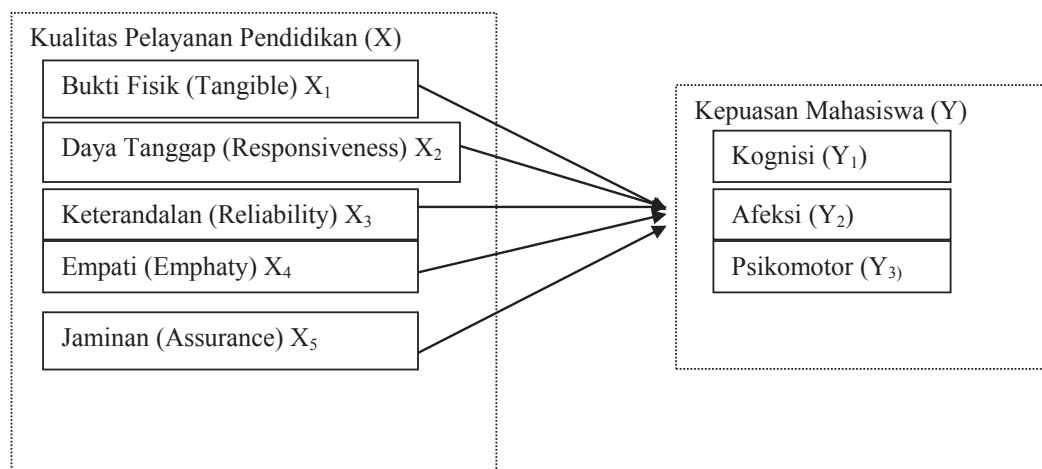
Menurut Kotler & Keller (Tjiptono, 2014:354) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bagi bisnis, kepuasan dipandang sebagai salah satu dimensi kinerja pasar. Peningkatan kepuasan pelanggan berpotensi mengarah pada pertumbuhan penjualan jangka panjang dan jangka pendek, serta pangsa pasar sebagai hasil pembelian ulang (Tjiptono & Chandra, 2012:55). Secara umum, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang (Kotler & Keller, 2007:177). Beberapa konsep teori kepuasan pelanggan sangat beragam dan semakin berkembang. Hal tersebut adalah berdasarkan perspektif psikologi dari kepuasan pelanggan, dan berdasarkan perspektif *Total Quality Management*. Berdasarkan perspektif psikologi, terdapat dimensi untuk mengevaluasi kepuasan pelanggan/mahasiswa setelah mengalami proses pendidikan yaitu ;

- a. Dimensi kognisi: mencakup pengetahuan, penguasaan dan pemahaman mahasiswa setelah mengikuti proses pembelajaran,
- b. Dimensi afeksi, mencakup: sikap, aspirasi, perasaan, dorongan dan nilai-nilai.
- c. Dimensi psikomotor adalah keterampilan fungsional, meliputi keterampilan teknik, sosial, manajerial, intelektual, emosional dan spiritual.

### Kerangka Berpikir

Berdasarkan latar belakang permasalahan dan tinjauan pustaka, dapat dibuat kerangka berpikir sebagai berikut ;

Gambar 1.  
Kerangka Berpikir Pengaruh Layanan Pendidikan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Pada Universitas Swasta di Bandar Lampung



Keterangan :

X = Kualitas Pelayanan Pendidikan

Y = Kepuasan Mahasiswa

$X_1$  : *Tangible*

$X_2$  : *Responsiveness*

$X_3$  : *Reliability*

$X_4$  : *Emphaty*

$X_5$  : *Assurance*

$Y_1$  : *Kognisi*

$Y_2$  : *Afeksi*

$Y_3$  : *Psikomotor*

Dari kerangka berpikir tersebut digambarkan dimensi kualitas pelayanan jasa pendidikan yang terdiri dari: *tangibles* ( $X_1$ ), *responsiveness* ( $X_2$ ), *reliability* ( $X_3$ ), *emphaty* ( $X_4$ ) dan *assurance* ( $X_5$ ) secara bersama-sama maupun secara parsial mempunyai pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi pada Universitas Swasta di Bandar Lampung. Dimensi kepuasan mahasiswa terdiri dari ; kognisi ( $Y_1$ ), afeksi ( $Y_2$ ) dan psikomotor ( $Y_3$ )

### Hipotesis

Berdasarkan uraian diatas maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut: Kualitas pelayanan pendidikan berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa pada program studi manajemen.

### METODE PENELITIAN

#### Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*, yaitu penelitian bertujuan untuk menguji

suatu teori atau hipotesis guna memperkuat atau bahkan menolak teori atau hipotesis penelitian yang sudah ada sebelumnya. Dalam penelitian ini, yang akan dianalisis adalah pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible*, *responsiveness*, *reliability*, *emphaty*, *assurance* terhadap kepuasan mahasiswa, dimana kualitas pelayanan merupakan variabel yang memengaruhi (variabel independen/variabel eksogen), sedangkan kepuasan mahasiswa merupakan variabel yang dipengaruhi (variabel dependen/variabel endogen). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Manajemen pada 3 (tiga) Universitas Swasta di Bandar Lampung, yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bandar Lampung (UBL), Fakultas Ekonomi Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai/Saburai (USBRJ), dan Fakultas Ekonomi Universitas Malahayati (UNMAL).

Instrumen penelitian ini meliputi daftar pertanyaan/kuisisioner kualitas pelayanan dan kepuasan mahasiswa. Penyusunan pertanyaan/kuisisioner kualitas pelayanan berdasarkan pada aspek-aspek kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Parasuraman, at.al (Tjiptono & Chandra, 2012:75) menyebutkan bahwa kualitas layanan jasa dapat diukur dengan menggunakan lima dimensi SERVQUAL yang dapat diterapkan dalam dunia pendidikan yaitu:

1. Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
2. Reliabilitas (*reliability*), kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.

3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan sebaik mungkin.
4. Jaminan/keyakinan (*assurance*), yaitu pengetahuan dan kesopansantunan para pegawai perusahaan serta kemampuan menumbuhkan rasa percaya para konsumennya kepada perusahaan.
5. Empati (*empathy*), meliputi kemudahan melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Mengukur tingkat kepuasan mahasiswa berdasarkan perspektif psikologi, terdapat dimensi untuk mengevaluasi kepuasan mahasiswa setelah mengalami proses pendidikan yaitu:

1. Dimensi kognisi: mencakup pengetahuan, penguasaan dan pemahaman mahasiswa setelah mengikuti proses pembelajaran,
2. Dimensi afeksi, mencakup: sikap, aspirasi,

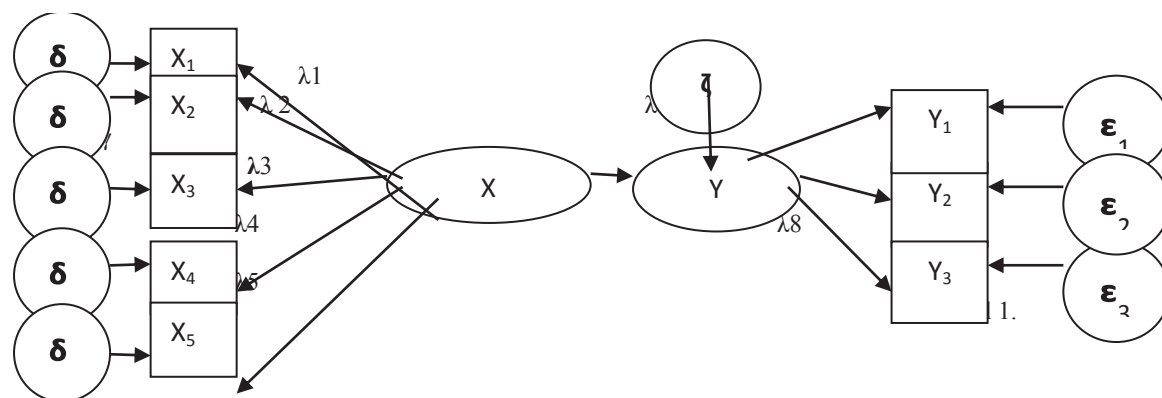
perasaan, dorongan dan nilai-nilai.

3. Dimensi psikomotor adalah keterampilan fungsional, meliputi keterampilan teknik, sosial, manajerial, intelektual, emosional dan spiritual.

### Teknik Analisis

Teknik analisis data yang digunakan adalah permodelan persamaan structural (*Structural Equation Modelling*). Permodelan persamaan structural (SEM) dapat dideskripsikan sebagai suatu analisis yang menggabungkan pendekatan analisis faktor model structural (*Structural Model*), dan analisis jalur (*Path Analysis*). Dengan demikian, didalam analisis permodelan persamaan structural (SEM) dapat dilakukan tiga macam kegiatan secara serentak, yaitu pengecekan validitas dan reliabilitas instrument (berkaitan dengan analisis faktor konfirmatori), pengujian model hubungan antara variabel (berkaitan dengan analisis jalur), dan kegiatan untuk mendapatkan suatu model yang cocok untuk prediksi (berkaitan dengan analisis regresi atau analisis model structural) (Sugiyono, 2012:323).

Gambar 2. Full Model Structural.



Keterangan :

- $X$  = Kualitas Layanan
- $Y$  = Kepuasan Mahasiswa
- $X_1$  : *Tangible*
- $Y_1$  : *Kognisi*
- $X_2$  : *Responsiveness*
- $Y_2$  : *Afeksi*
- $X_3$  : *Reliability*                       $Y_3$  : *Psikomotor*
- $X_4$  : *Emphaty*
- $X_5$  : *Assurance*

Dari gambar *full model structural* tersebut di atas maka diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$\eta = \gamma\xi + \zeta$$

Keterangan:

- $\eta$  = Eta, variabel laten Y
- $\xi$  = Ksi, variabel laten X
- $\lambda$  = Lamnda (kecil), loading faktor
- $\gamma$  = Gama (kecil), koefisien pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen
- $\zeta$  = Zeta (kecil), galat model
- $\epsilon$  = Epsilon (kecil), galat pengukuran pada variabel manifest untuk variabel laten Y
- $\delta$  = Delta (kecil), galat pengukuran pada variabel manifest untuk variabel laten X

Untuk memperoleh model yang baik atau goodness of fit statistics maka harus memenuhi seperti terlihat pada tabel berikut ini: (Sugiyono, 2012:346)

Tabel 1.  
Goodness of Fit Statistics

No	Statistik	Kriteria 'Fit'
1	X <sup>2</sup> = Chi squares	P > 0,05
2	Root mean square error of approximation (RMSEA).	< 0,08
3	Goodness-of-fit-index (GFI)	> 0,9
4	Adjusted goodness-of-fit-index (AGFI)	> 0,9
5	Parsimonius goodness-of-fit-index (PGFI)	> 0,9
6	Normed fit index (NFI)	> 0,9
7	Parsimonius normed fit index (PNFI)	> 0,9
8	Comparative fit index (CFI)	> 0,9
9	Non-normed fit index (NNFI)	> 0,9
10	Incremental fit index (IFI)	> 0,9
11	Relative fit index (RFI)	> 0,9
12	Standardized root mean square residual (SRMR)	< 0,05
13	Critical N (CN)	N > 200

### Populasi dan Sampel

#### Populasi Penelitian

Sebagai populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada Universitas Bandar Lampung (UBL), Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai/Saburai (USBRJ), dan Fakultas Ekonomi Universitas Malahayati (UNMAL), yang terdaftar pada tahun akademik 2014, 2015, dan 2016.

#### Penentuan Sampel

Ukuran sampel mengacu pada tabel penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu yang dikembangkan dari Isaac dan Michael (Sugiyono, 2001:81) dengan taraf kesalahan 5%.

Pengalokasian sampel digunakan metode alokasi proporsional dengan rumus:

$$n_1 = \frac{N_1}{N} \times n$$

Dimana :

$n_1$  : besarnya sampel per stratum

$N_1$  : Total populasi stratum 1

N : Total populasi

(Sumber : M. Nazir, 2014:273)

Teknik sampling yang digunakan *Stratified Random Sampling*. *Stratified Random Sampling* adalah sampel yang ditarik dengan memisahkan elemen-elemen populasi dalam kelompok-kelompok yang tidak overlapping yang disebut strata, dan kemudian memilih sebuah sampel secara random dari tiap stratum (Nazir, 2014:258).

#### Instrumen Pengumpulan Data.

Instrumen penelitian yang digunakan adalah daftar pertanyaan/kuisisioner. Instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti, dengan menggunakan skala Likert.

### HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS

Deskripsi variabel konstruk kualitas layanan pendidikan menunjukkan sebagian besar mahasiswa atau responden mempunyai persepsi bahwa kualitas layanan pendidikan secara keseluruhan menyatakan baik. Berdasarkan item masing-masing indikator terlihat bahwa dari; a) Indikator bukti fisik (*tangible*) menunjukkan kebersihan ruang kuliah mendapatkan penilaian terendah sedangkan kerapian ruang kuliah menunjukkan nilai tertinggi; b) Indikator daya tanggap (*responsiveness*) menunjukkan karyawan cepat tanggap menyelesaikan keluhan mahasiswa menunjukkan nilai terendah, sedangkan karyawan cepat tanggap melayani mahasiswa mendapatkan nilai tertinggi; c) Indikator keterandalan (*reliability*) menunjukkan penanganan administrasi dengan cepat menunjukkan nilai terendah, sedangkan prosedur pelayanan yang cepat mendapatkan nilai tertinggi; d) Indikator empati (*emphaty*) masa pendidikan yang terkontrol menunjukkan nilai terendah, sedangkan item memberikan perhatian khusus kepada mahasiswa yang bermasalah mendapatkan nilai tertinggi; e) Indikator jaminan (*assurance*) menunjukkan bahwa keramahan para karyawan dalam memberikan pelayanan mendapatkan nilai terendah, sedangkan jaminan nilai UTS tepat waktu mendapatkan nilai tertinggi.

Deskripsi kepuasan mahasiswa setelah mengikuti pendidikan; a) Dilihat dari indikator *kognisi* menunjukkan bahwa tingkat kepuasan mahasiswa setelah mengikuti proses pendidikan mendapatkan



penilaian tertinggi pada item pengetahuan dan pemahaman; b) Dilihat dari indikator *afeksi* menunjukkan bahwa tingkat kepuasan mahasiswa setelah mengikuti pendidikan mendapatkan penilaian tertinggi pada item sikap dan aspirasi; c) Dilihat dari indikator *psikomotor* menunjukkan bahwa tingkat kepuasan mahasiswa setelah mengikuti pendidikan mendapatkan penilaian tertinggi pada item kemampuan emosional dan kemampuan spiritual.

Berdasarkan modifikasi model beberapa dimensi/ indikator goodness of fit (kesesuaian, kecocokan) sangat baik, sehingga model teoritis sesuai dengan data empiris. Dengan demikian hubungan antar variabel dapat disimpulkan sebagai berikut; a) Variabel laten kualitas layanan pendidikan diukur dengan dimensi/indikator *tangible, responsiveness, reliability, empathy, assurance* dan variabel laten kepuasan mahasiswa diukur dengan *kognisi, afeksi, dan psikomotor* terbukti secara nyata mengukur variabel laten kualitas layanan pendidikan dan kepuasan mahasiswa; b) Berdasarkan estimasi uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel konstruk kualitas layanan pendidikan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.

Hasil penelitian ini memiliki implikasi kebijakan dan mengindikasikan diperlukannya perbaikan dalam hal kebersihan ruang kuliah, menyelesaikan keluhan mahasiswa, penanganan administrasi dengan cepat, perhatian dengan masa pendidikan yang terkontrol, dan keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, Safrudin. 2016. *Manajemen Mutu Perguruan Tinggi-Koreksi dan Implementasi*. Cetakan I. Yogyakarta:Gava Media.
- Fikri, S. Wiyani, W dan Suwandar, A. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Merdeka Malang). *Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 3 No. 1, Januari 2016*.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2007. *Manajemen*

*Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia. Edisi 12. Jakarta:Indeks.

- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi ke 12. Jakarta:Erlangga.
- Kusdiyantoro, S. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Pascasarjana Magister Manajemen STIE ABI Surabaya. 2014. *Jurnal Bisnis, Manajemen & Perbankan Vol.1 No.2 September 2014*.
- Nazir, M. 2014. *Metode Penelitian*. Cetakan kesembilan. Bogor:Ghalia Indonesia.
- Putra Barusman, Andala. 2014. *Anteseden Dan Konsekuensi Dari Student Satisfaction Pada Universitas Swasta*.
- Sugiyono. 2012. *Statistika Untuk Penelitian*. Cetakan ke 21. Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono. 2001. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan ketiga. Bandung:Alfabeta.
- Susanto, H. 2014. Pengaruh Layanan Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Pascasarjana Universitas Terbuka Pada Unit Program Belajar Jarak Jauh (UPBJJ) Mataram. *Jurnal Pendidikan Terbuka dan Jarak jauh, Volume 15, Nomer 2, September 2014*.
- Samosir, Z.Z. 2005. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Menggunakan Perpustakaan USU. *Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi, Vol. 1, No. 1, Juni 2005*.
- Tjiptono, Fandy dan Diana, Anastasia. 2003. *Total Quality Management*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy & Chandra, Gregorius. 2012. *Pemasaran Strategik*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tampubolon. 1997. *Strategi Pengelolaan dan Peningkatan Kualitas Perguruan Tinggi*. Semiloka Nasional, Yogyakarta : Kopertis Wilayah V Daerah Istimewa Yogyakarta.
- Wijaya, David. 2012. *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Yuniarti, Y. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Ekstensi Fakultas Ekonomi Universitas Jambi. *Jurnal Trikonomika Volume 13, No. 1, Juni 2014*.

# PENINGKATAN KETERAMPILAN RUMAH TANGGA MISKIN DI KABUPATEN BULELENG Provinsi Bali

*I Gede Wardana, I Gede Sujana Budhiasa, I Made Jember*

Universitas Udayana, Indonesia

---

**Abstract:** Program penanggulangan kemiskinan berbasis pemberdayaan usaha mikro dan kecil adalah program yang bertujuan untuk memberikan akses dan penguatan ekonomi bagi pelaku usaha berskala mikro dan kecil. Aspek penting dalam penguatan adalah memberikan akses seluas-luasnya kepada masyarakat miskin untuk dapat berusaha dan meningkatkan kualitas hidupnya Kabupaten Buleleng sedang dalam upaya menurunkan angka kelomok miskin yang saat ini tersebar jumlahnya di wilayah 9 kecamatan yang ada di kabupaten Buleleng. Kaji tidak (action research) yang dilakukan atas kerja sama Badan perencanaan Daerah (Bappeda) kabupaten Buleleng dengan Pusat Analisis Data Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unioversitas Udayana menysasar pemberdayaan rumah tangga miskin (RTM) wilayah perbatasan Bali barat yaitu pada wilayah perbatasan kecamatan Grokgak. Dalam rangka pemberdayaan tersebut, peneliti memandang perlu memahami karakter RTM wilayah perbatasan Bali barat tersebut, dinamika sosial ekonomi yang sedang berkembang, perkembangan arah pertumbuhan rumah tangga miskin, dimensi dan tantangannya khususnya dalam melihat persaingan perebutan sumber daya yang terbatas antara warga penduduk lokal dengan pendatang serta aspek kinerja RTM dalam berpartisipasi pada pendidikan keluarga sebagai salah satu komponen kemajuan yang dapat memberikan peluang alih generasi dari RTM untuk berpeluang keluar dari jalur mata rantai kemiskinan antara lain melalui partisipasi pendidikan formal dari SD, SMP sampai dengan SLTA. Dengan telah berakhirnya kegiatan pelatihan dan pendampingan pembinaan bagi generasi muda RTM adalah sebagai berikut: Bahwa generasi muda RTM yang terplih mengikuti pelatihan adalah sebanyak 30 orang yang mewakili generasi muda RTM dari desa Grokgak, Patas, Sumberkima dan desa Tukad Sumaga. Bahwa ternyata pendidikan keterampilan kelistrikan dan perbengkelan serta pelatihan kewiraswastaan yang telah dilaksanakan di kantor camat Grokgak telah mendapat sambutan yang sangat baik, terbukti dari partisipasi peserta yang semuanya hadir selama dua hari pelatihan, dilaksanakan dua hari penuh. Ternyata sebagian besar peserta pelathan yang mengikuti pelatihan terekam memalui pengisian kuestioner bahwa lingkung jaringan (network) mereka terbatas dalam lingkungan kecaatan Grokgak, sehingga menghambat informasi mereka dalam mendapatkan peluang kerja yang terbak menurut potensi sumber daya yang mereka miliki.

**Kata Kunci :** Penanggulangan Kemiskinan, Penguatan Ekonomi, Pelatihan

---

## PENDAHULUAN

Perjalanan pembangunan ekonomi pada tahun 1970-an membuktikan bahwa tidak semua Negara berhasil mencapai prestasi pertumbuhan ekonomi yang dibarengi dengan pemerataan pendapatan. Laporan dari Wold Bank (2013) menyajikan bahwa arah

perkembangan rumah tangga miskin sebagian besar masih terdapat di kawasan Negara ASIA dan Pasific. Bank Dunia memberikan batasan tentang kriteria kelompok rumah tangga miskin yaitu apabila konsumsi per hari kurang dari \$ USD 1.75. Tantangan yang semakin bear bagi sejumlah Negara untuk mengurangi penduduk miskin adalah bagian dari misi pembangunan

yang seharusnya menjadi pusat perhatian pemerintah di banyak Negara dalam upaya meningkatkan prestasi pertumbuhan ekonomi dengan sasaran yang semakin meluas untuk mengurangi rumah tangga miskin.

Sen (1993) mengembangkan gagasan tentang pendekatan multi-dimensional dalam memahami karakter kelompok miskin, karena disadari kemiskinan tidak saja disebabkan oleh terbatasnya peluang untuk hidup layak, tetapi juga terdapat

persoalan multi-komplek yang menyebabkan kemiskinan harus dipetakan dalam pendekatan ekonomi dan non ekonomi.

Konsep tentang multi-dimensional criteria sebagaimana dikembangkan oleh Amartya Sen (1982) termasuk konsep pengukuran human development index (HDI) adalah konsep pengukuran kriteria miskin yang berbasis pada pendekatan multi-dimensi, yaitu miskin dalam pengertian rendahnya kesehatan, gizi dan rendahnya pendidikan formal (World Bank Report, 2010). Berdasarkan sejumlah kajian, Badan Pusat Statistik Jakarta (BPS, 2011) menyatakan adanya tiga kriteria pengentasan kemiskinan, yang dapat dikelompokkan sebagai berikut.

Kelompok 1: sangat miskin ,

Merupakan kelompok program penanggulangan kemiskinan Bantuan Sosial berbasis keluarga. Kelompok program penanggulangan kemiskinan berbasis bantuan dan perlindungan social bertujuan untuk melakukan pemenuhan hak dasar, pengurangan beban hidup, serta perbaikan kualitas hidup masyarakat miskin. Fokus pemenuhan hak dasar ditujukan untuk memperbaiki kualitas kehidupan masyarakat miskin untuk kehidupan lebih baik, seperti pemenuhan hak atas pangan, pelayanan kesehatan, dan pendidikan.

## Kelompok 2 ; Miskin ,

Merupakan Kelompok Program Penanggulangan Kemiskinan Bantuan Sosial berbasis Pemberdayaan Masyarakat. Upaya penanggulangan kemiskinan tidak cukup hanya dengan memberikan bantuan secara langsung pada masyarakat miskin karena penyebab kemiskinan tidak hanya disebabkan oleh aspek-aspek yang bersifat materialistik semata, akan tetapi juga karena kerentanan dan minimnya akses untuk memperbaiki kualitas hidup masyarakat miskin. Pendekatan pemberdayaan dimaksudkan agar masyarakat miskin dapat keluar dari kemiskinan dengan menggunakan potensi dan sumberdaya yang dimilikinya.

## Kelompok 3 : rentan miskin

Merupakan Kelompok Program Penanggulangan Kemiskinan Bantuan Sosial berbasis Pemberdayaan Usaha ekonomi Mikro dan Kecil. Program penanggulangan kemiskinan berbasis pemberdayaan usaha mikro dan kecil adalah program yang bertujuan untuk memberikan akses dan penguatan ekonomi bagi pelaku usaha berskala mikro dan kecil. Aspek penting dalam penguatan adalah memberikan akses seluas-luasnya kepada masyarakat miskin untuk dapat berusaha dan meningkatkan kualitas hidupnya

Berdasarkan uraian kriteria miskin sebagaimana dijelaskan diatas, tampak bahwa kabupaten Buleleng sedang dalam upaya menurunkan angka kelompok miskin yang saat ini tersebar jumlahnya di wilayah 9 kecamatan yang ada di kabupaten Buleleng. (lihat Tabel 1.1).

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Kepala Rumah Tangga Miskin Yang Bekerja Menurut Wilayah Kecamatan Kabupaten Buleleng , 2013**

WILAYAH	Pertanian	Horti-	Perke-	Perikanan	Perikanan	Peter-	Kehutanan	Pertam-	Industri	Sub-
KECAMATAN/	Tanaman	kultura	Bunan	tangkap	budidaya	nakan	pertanian	bangan	pengolah	Total
SEKTOR PKJAAN	Pangan						lainnya	pegglian	an	
GEROKGAK	1605	279	346	463	340	2879	27	10	159	6108
SERIRIT	2030	14	297	185	8	700	452	71	204	3961
BUSUNGBIU	378	9	1986	12	1	70	20	0	55	2531
BANJAR	997	194	1236	43	4	573	18	31	898	3994
SUKASADA	823	180	1894	9	2	314	37	9	137	3405
BULELENG	854	7	69	95	1	62	2	5	187	1282
SAWAN	870	37	569	90	4	220	9	14	218	2031

KUBUTAMBAHAN	856	271	1280	187	3	913	9	24	94	3637
TEJAKULA	238	965	830	257	2	710	80	24	60	3166
TOTAL	8651	1956	8507	1341	365	6441	654	188	2012	30115

Sumber : PMD, Popinsi Bali. 2014

Berdasarkan data pada Tabel 1.1 tampak bahwa sebagian terbesar dari rumah tangga miskin yang tersebar di Sembilan kecamatan kabupaten Buleleng bekerja di sektor pertanian tanaman pangan (dataran rendah) serta tanaman perkebunan (wilayah dataran tinggi), serta peternakan adalah kombinasi dari dataran rendah dan dataran tinggi, sementara pada sector nelayan justru jumlahnya relative lebih sedikit. Kecamatan Grokgak dan Tejakula memiliki rumah tangga miskin yang relative dominan bekerja di sektor perikanan tangkap (nelayan) dibandingkan engan 7 kecamatan lainnya. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa lahan persawahan di wilayah Tejakula dan

Grokgak relative lebih sedikit, sehingga perikanan laut menjadi pilihan sebagai mata pencaharian rumah tangga miskin.

Informasi maa pencaharian rumah tangga miskin di kabupaten Bueleleng juga terkonsentrasi pada sektor bangunan dan konstruksi. (Lihat Tabel 1.2). Fakta demikian menunjukkan sebagian besar rumah tangga miskin terdiri dari tenaga kerja tidak terampil, serta tenaga kerja yang terampil tetapi tidak mandiri dalam membangun usaha, keterbatasan modal serta keterbatasan lain yang menjadi kendala mereka dalam menerobos peluang untuk keluar dari kemiskinan.

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Kepala Rumah Tangga Yang Bekerja Menurut Wi layah Kecamatan**  
**Kabupaten Buleleng , 2013 (LanjutanTabel 1.1)**

WILAYAH	Listrk	Bangunan/	Perdaga-	Htl dan	Transprts	Informasi	Keungan	Jasa	Lainnya	Sub-l	Grand-
KECAMATAN/	Gas	konstruksi	ngan	R Mkn	dan peng-	komuni-	dan			Total	Total
SEKTOR PKJAAN					gudangan	kasi	asuransi				
GEROKGAK	10	1080	235	101	574	4	13	198	99	2314	8422
SERIRIT	10	1070	402	48	407	1	13	488	186	2625	6586
BUSUNGBIU	1	308	65	3	117	2	4	50	15	565	3096
BANJAR	12	872	174	39	141	2	4	239	157	1640	5634
SUKASADA	9	799	243	33	76	3	8	272	196	1639	5044
BULELENG	16	1684	547	107	321	5	13	803	198	3694	4976
SAWAN	6	696	214	19	172	3	11	919	26	2066	4097
KUBUTAMBAHAN	7	1360	137	18	150	1	4	318	259	2254	5891
TEJAKULA	2	892	97	18	112	1	4	204	80	1410	4576
TOTAL	73	8761	2114	386	2070	22	74	3491	1216	18207	48322

Sumber : PMD, Popinsi Bali. 2014

Berdasarkan Tabel 1.2 tampak bahwa kecamatan Grokgak merupakan sentra terbanyak RTM di wilayah kabupaten Buleleng, yaitu sebesar 8422 rumah tangga dibandingkan denga wilayah kecamatan lainnya. Berdasarkan pertimbangan jumlah RTM, tantangan sumber daya alam yang mereka hadapi, serta wilayah kecamatan Grokgak sebagai kawasan perbatasan pintu masuk Bali dari wilayah Jawa Timur, maka studi penelitian kaji tindak (action research) ini ditetapkan dilaksanakan atas kerja sama tim peneliti dari Pusat Analisis Data Ekonomi dan Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana dengan Badan Perencanaan Daerah kabupaten Buleleng pada tahun anggaran 2015.

## METODE

### Analisis Situasi

Kegiatan penelitian dan pemetaan awal tentang profile rumah tangga miskin di wilayah desa Grokgak, desa Patas, desa Sumberkima, dan desa Tukad Sumaga. Ke empat desa yang menjadi pusat kegiatan pemetaan awal, adalah untuk melakukan identifikasi dan verifikasi terkini tentang kondisi rumah tangga miskin pada ke empat desa, sekaligus akan dipersiapkan kaji tindak sosialisasi dan pelatihan kelistrikan dan perbengkelan dalam rangka mempersiapkan rumah tangga miskin dengan keterampilan yang semakin

membuka jalan bagi rumah tangga miskin yang bersangkutan untuk mendapatkan peluang pangsa pasar kerja.

Tim peneliti telah mengunjungi Bapak camat Grokgak, hari Kamis, Tg. 20 Agustus 2015, sekaligus melakukan sejumlah wawancara dengan responden terpilih pada wilayah empat desa yang disasar. Tim peneliti telah mempersiapkan acara sosialisasi dan pelatihan tgl 11 September 2015, dengan melibatkan

Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi pemerintah kabupaten Buleleng, serta Kepala UPTD. LLK UKM Kabupaten Buleleng, dalam rangka mengisi agenda kegiatan pelatihan kelistrikan dan perbengkelan, sedangkan Tim Peneliti dari PADEB FEB Universitas Udayana akan melaksanakan sosialisasi materi kewiraswastaan dalam rangka mempersiapkan rumah tangga miskin menjadi lebih mandiri melalui usaha mandiri berwiraswasta.

Tim yang terdiri dari empat tenaga peneliti telah melakukan survey awal pemetaan, melaksanakan wawancara dengan responden terpilih tentang pola mata pencaharian, peluang kerja dan tingkat penyerapan pasar local atas keterampilan yang mereka miliki.

### **Penyusunan Rencana Kerja dan pembagian Tugas**

Sebanyak 3 peneliti utama, serta 2 tenaga administrasi dan 4 mahasiswa FEB Uiv. Udayana telah dilibatkan dalam kegiatan pemetaan rumah tangga miskin di kecamatan Grokgak kabupaten Buleleng. Tiga peneliti utama terdiri dari :

- Dr. Gede Sudjana Budhiasa, SE, MS.i
- Drs I Gede Wardana, SE, MSi
- Drs I Made Jember, SE, MSi

### **Staf Administrasi**

Kadek Ardani – Staf Pusat Analisis Data Ekonomi dan Bisnis FEB Unud.

Gede Sanjaya – Staf Pusat Analisis Dana Ekonomi dan Bisnis FEB Unud

Mahasiswa FEB Univ. Udayana

- a. Candra Suda Adnyana
- b. Riski Anggriawan
- c. Gede Bayu Adnyana
- d. Victor Ramanuja

Rencana kerja telah disusun sesuai dengan

tahapan pekerjaan, serta telah ditetapkan pembagian tugas berdasarkan agenda kegiatan yang telah ditandatangani pihak peneliti FEB Univ Udayana dengan Bappeda kabupaten Buleleng.

### **Kegiatan Penyusunan Instrumen Pengolahan Data dan Informasi**

Kegiatan penelitian telah mengadakan rapat penyusunan instrument penelitian pada Tgl. 10 Agustus 2015, dengan meliatkan 3 peneliti utama, satu staff administrasi dan 4 mahasiswa petugas peneliti lapangan yang akan ditugaskan mengumpulkan data di wilayah empat desa terpilih yang menjadi lokasi penelitian yaitu pada desa Grokgak, desa Patas, desa Sumberkima, desa Tinga-tinga dan desa Tukad Sumaga.

Rencana kerja yang tela berhasil ditetapkan adalah pemetaan lokasi ke lapangan dengan tiga peneliti utama dan dua orang mahasiswa, dilaksanakan pada tgl. 20 Agustus 2015, dengan memilih sebanyak 10 responden terpilih sebagai obyek penelitian dalam rangka menguji instrument penelitian, dengan akan dilaksanakan langkah penyempurnaan terhadap daftar pertanyaan yang telah disusun, dilakukan perbaikan terhadap item-item pertanyaan yang tidak tuntas difahami oleh responden.

Kegiatan awal kunjungan tim peneliti ke lapangan telah bertemu dengan sejumlah pejabat ditingkat kecamatan, serta sejumlah kepala desa terkait dengan kegiatan tim peneliti dalam rangka pengembangan potensi rumah tangga miskin untuk lebih mampu memberdayakan diri ditengah situasu ekonomi yang berada pada kelambatan.

Kegiatan awal kunjungan tim peneliti ke lapangan pada tgl 20 Agustus 2015 telah bertemu dengan sejumlah pejabat ditingkat kecamatan, serta sejumlah kepala desa terkait dengan kegiatan tim peneliti dalam rangka pengembangan potensi rumah tangga miskin untuk lebih mampu memberdayakan diri ditengah situasu ekonomi yang berada pada kelambatan. Tim peneliti juga telah mengunjungi sejumlah responden untuk diwawancari dalam rangka menguji instrument penelitian dan melengkapi data awal untuk kegiatan penelitian berikutnya.

Diskusi singkat antara anggota tim peneliti FEB Universitas Udayana dengan Bapak kepala LPD desa Grokgak dalam rangka mendapatkan sumber informasi terkait dengan peranan lembaga keuangan milik desa adat setempat dan kemampuan pelayanan yang telah dapat diberikan oleh LPD desa adat Grokgak kepada



masyarakat pada wilayah desa bersangkutan. Wawancara dilaksanakan bersamaan dengan kunjungan tim peneliti FEB Universitas Udayana ketika melakukan survey lanjutan Tgl 20 September 2015. Tim peneliti melakukan koordinasi sekaligus membahas peminjaman tempat pelatihan, dengan mempersiapkan sebanyak 25 orang kader muda dari komponen rumah tangga miskin untuk direkrut dan diberdayakan dalam program pelatihan kelistrikan dan perbengkelan terjadwal tgl 11 dan 12 September 2015, dengan melibatkan 4 desa desa terpiih sebagaimana telah diuraikan diatas. Berdasarkan hasil survey potensi ekonomi kecamatan Grokgak, wilayah Buleleng barat sebagian besar lahan pertanian tadah hujan, sehingga masyarakat hanya mengandalkan tanaman seperti jagung, serta tanaman perkebunan seperti kelapa dan tanaman mangga sebagai sumber mata pencaharian. Dengan panjangnya musim kemarau seperti saat ini, sangat tampak bahwa lingkungan sangat berdebu.

Kawasan pemukiman rumah tangga miskin relatif tidak memenuhi standar lingkungan sehat, disebabkan oleh sejumlah faktor antara lain, adalah keterbatasan sumber daya air serta sanitasi rumah yang tertutup, disebabkan oleh upaya penduduk untuk melindungi rumah mereka dari debu dan udara yang relatif tidak bersih dalam memasuki musim kemarau panjang.

Keterbatasan sumber penghasilan rumah tangga miskin juga tercermin pada beranda rumah yang memasang tali untuk penjemuran pakaian, yang sesungguhnya tidak memenuhi syarat etis dan keindahan. Hal ini membuktikan, bahwa pada rumah tangga miskin masih belum sampai kepada upaya menata lingkungan indah, tetapi adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan dasar yang menuntut mereka untuk mengabaikan hal-hal lain yang dapat menyita waktu mereka, dalam mendapatkan sumber pendapatan lain, seperti menjadi buruh tani dan pekerjaan sejenis lainnya.

Rumah tangga miskin yang memiliki mata pencaharian sebagai dagang atau warung, sangat kental terlihat adanya keterbatasan sanitasi dinyatakan sehat, karena ketidak-mampuan mereka dalam menata warung dengan sarana penunjang yang dapat memnadjikan warung mereka menjadi sehat dan memenuhi syarat sanitasi yang baik.

Kondisi warung yang dikelola oleh salah satu warga yang termasuk dalamn kelompok rumah tangga miskin, memperlihatkan atap warung yang sering bocor ketika musim hujan. Pada musim kemarau saat ini, warung dapat dipastikan penuh dengan debu yang

berterbangan, karena wilayah desa terdiri dari kawasan tegalan yang kering. Penataan barang dagangan juga terlihat tidak beraturan dan belum memenuhi syarat kesehatan yang baik.

Mewakili karakter lingkungan dan kondisi usaha RTM yang belum memenuhi syarat sanitasi, meskipun sebenarnya lokasi usaha berada pada lingkungan jalan raya utama Gilimanuk – Singaraja, namun keterbatasan RTM untuk membangun usaha pertokoan mereka dihadapkan kepada kemampuan keuangan pemilik usaha yang terbatas. Kompleksitas permasalahan tampak terlihat pada warga miskin, yaitu keterbatasan sarana modal, sikap kewiraswastaan yang tidak berani mengambil resiko atas tindakan investasi, akses pembeli dengan rata-rata pendapatan rendah, serta kendala untuk bias bertahan hidup dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, adalah tantangan yang sulit difahami dengan perhitungan analisis rasional, karena itu pula persoalan RTM adalah kabut misteri yang multi-komplek dan tidak mudah untuk difahami hanya dengan perhitungan analisis ekonomi semata.

kehidupan keseharian rumah tangga miskin yang sebagian besar dari mereka mengandalkan sumur buatan sendiri dengan kedalaman sekitar 12 meter, mengambil sumber air sumur dengan cara manual, dengan mengerek air mempergunakan timba. Karena pada kedalaman 12 meter, penduduk tidak mendapatkan sumber air yang permanen, sehingga tidak mungkin sumber air yang tersedia dapat dimanfaatkan dengan mempergunakan tenaga pompa listrik untuk memenuhi kebutuhan bersama leih dari satu rumah tangga, karena sumur akan kehabisan sumber air. Dengan demikian, fungsi sumur baru terbatas untuk memenuhi kebutuhan air minum dan mandi untuk sebuah rumah tangga dengan keluarga kecil.

Berbeda dengan sarana kantor kepala desa Sumberkima, dan sejumlah kantor kepala desa lainnya pada wilayah kecamatan Grokgak menunjukkan fasilitas yang cukup memadai dalam rangka melaksanakan fungsi pelayanan pemerintahan desa, terkondisikan sangat berbeda dengan lingkungan rumah tangga miskin yang masih tampak pada kawasan pemukiman apa adanya, tidak memiliki lantai tegel, halaman tanah dan tidak tersedia kamar mandi dan toilet dan jamban keluarga. Gambar 1.7 menyajikan kondisi lingkungan kantor kepala desa Sumberkima yang memiliki memiliki gedung pelayanan pemerintahan relative sangat memadai bagi pelaksanaan pelayanan pemerintahan warga desa setempat.

Tim peneliti melakukan pemantauan lapangan,

dengan mengunjungi responden rumah tangga miskin di desa Grokgak kecamatan Grokgak. Musim kering telah mengkondisikan pertanian lahan kering kurang berfungsi, sebagian dari tanah pertanian seakan terbelah karena tidak mungkin dapat ditanami jagung, dan ketela pohon, kecuali pada petani yang memiliki modal lebih besar, dengan menanam pohon kepala, pohon mangga dan tanaman kering lainnya yang memerlukan modal awal ketika menanam bibit kepala dan manga.

Dialog langsung antara kepala keluarga RTM di lokasi desa Grokgak, di kawasan rumah tinggal tegalan yang sekaligus menjadi rumah tinggal RTM semi permanen, karena RTM yang bersangkutan ditunjuk sebagai pekerja penyakap oleh pemilik tanah yang tidak berada pada lokasi tanag tegalan. RTM penyakap cukup banyak jumlahnya di wilayah tegalan pada awasan yang memanjang dari desa Sumberkima, Patas, dan desa lainnya. Gambar 1.8 mewakili RTM yang tinggal di tegalan milik orang lain, yang tidak tinggal pada lahan tegalan bersangkutan, tetapi adalah penyakap sekaligus menjadi pekerja dan pengelola lahan yang dimiliki pihak lain. Pola hubungan patron-client sebagaimana digambarkan oleh Cliff Geertz (1960-an) masih ditemukan sebagai pola hubungan kekerabatan dan saling ketergantungan satu sama lainnya dalam kerangka relasi kepentingan ekonomi dan sosial, dalam hal mana pemilik lahan memfungsikan penyakap mereka sebagai perpanjangan tangan dalam rangka mendukung kegiatan hajat dan kegiatan social yang dilaksanakan oleh pemilik tanah, dimana para penyakap hadir memberikan dukungan tenaga dan bantuan lainnya.

Pola hubungan patron-client ini tampak sangat menonjol dalam kerangka hubungan kerja pada sektor pertanian tegalan, dan tampak melemah dan tidak berfungsi pada sektor diluar pertanian. Putusnya link antar pekerja dan majikan diluar sektor pertanian, juga menjadi kendala bagi perlindungan rumah tangga miskin untuk mempertahankan kualitas kesejahteraan mereka melalui pola relasi patron-client.

Melemahnya network quality dalam kerangka relasi patron-client menjadikan hilangnya peluang relasi kuasa atas pekerjaan dengan RTM sebagai penyedia tenaga kerja, sehingga peluang pembentukan kesejahteraan melalui kerangka patron-client tidak terwujud di sektor diluar pertanian.

Catatan lain dari survey awal yang telah dilaksanakan antara Bulan Agustus sampai dengan pertengahan bulan September 2015 adalah pola partisipasi gender dalam upaya ikut serta berpartisipasi

memperbaiki kesejahteraan RTM. Peran wanita pada rumah tangga miskin pada musim paceklik telah memanfaatkan waktu luang mereka dengan membuat canang dan perlengkapan sajen lainnya, yang dijual atas pesanan warga setempat dan para pemangku pura yang berada disekitar lokasi rumah tangga miskin bersangkutan. Ibu Dra Ni Made Sutarmiasih Wardana selaku mantan pimpinan dharma wanita dan ibu PKK kabupaten Buleleng yang ikut serta sebagai pendamping kegiatan penelitian ini, memiliki banyak akses atas binaan rumah tagga miskin khususnya di wilayah Buleleng barat, sehingga sangat membantu dalam investigasi awal tim peneliti untuk mendapatkan responden rumah tangga binaan.

Pola hubungan patron-client jika berkembang menjadi pola hubungan relasi strktural yang unik diluar sektor pertanian, RTM akan mendapatkan lebih banyak peluang memperbaiki kesejahtraan melalui penetesan kebawah dari masyarakat elite sosial ekonomi yang menjadi majikan mereka. Ketika keluar dari sektor pertanian, pola hubungan patron-client tidak ditemukan pada masyarakat pedesaan pada empat desa yang di survey penelitian ini, meki masih dalam gambaran kasar, karena focus kegiatan penelitin ini leih ditujukan kepada action research yang tidak mendalami karakter pola hubungan sektoral secara mendetail.

Survey singkat atas kondisi RTM di wilayah Buleleng barat sebagai wilayah perbatasan, menunjukkan bahwa RTM merupakan masalah yang cukup serius sehingga perlu dipolakan dimasa depan dengan prioritas kebijakan pemerintah kabupaten Buleleng, mengingat wilayah perbatasan RTM menghadapi tantangan yang sangat besardalam perebutan sumber daya yang terbatas dari penduduk lokal dan penduduk pendatang.

Berdasarkan hasilwawancara dengan sejumlah responden terpilih terungkap bahwa regenerasi dari penduduk miskin secara garis besar adalah para geneasi muda yang telah dapat memenuhi kebutuhan sandang pangan secara minimal yang diperlukan untuk bertahan hidup, namun menjadi masalah besar bagi mereka untuk mampu mewujudkan sebuah rumah tinggal yang sehat dengan sanitasi baik. Type rumah tinggal RTM di wilayah perbatasan Buleleng barat dapat dilihat pada Gambar 1.11 dengan kondisi batu bata dan lantai tanah, yang mewakili kondisi rumah tinggal RTM dengan sarana air minum dari sumur dan belum memiliki penerangan listrik.

Bahan bakar utama yang dipergunakan rumah tangga miskin untuk memenuhi kebutuhan konsumsi

makanan dan minuman, masih sangat terikat dengan bahan bakar lokal seperti kayu hutan, dan kelapa seperti tampak pada Gambar 1.11, dimana warga menyimpan bahan bakar kayu untuk memenuhi keperluan aktivitas dapur. Hal ini menunjukkan, bahwa rumah tangga miskin berpotensi melakukan pengrusakan lingkungan hutan dalam jangka panjang. Keterbatasan sumber pendapatan rumah tangga miskin menyebabkan belum bergesernya pola penggunaan bahan bakar ke tingkat yang lebih maju, seperti penggunaan gas atau kompor minyak tanah.

Wawancara singkat tim peneliti dengan dua kepala rumah tangga terpilih di kawaan desa Grokgak dan desa Sumberkima kecamatan Grokgak memberikan gambaran awal bahwa untuk mendapatkan makan keseharian relatif tidak terlalu sulit yang bersumber dari pekerjaan mereka. Meskipun demikian, beban keluarga yang rata-rata dengan anak antara 3 sampai 5 orang, relative sulit untuk dapat menyediakan tempat pemukiman yang layak.

Responden kepala rumah tangga yang diwawancara tersebut seperti tampak pada Gambar 1.10 adalah berprofesi sebagai penggali sumur manual, dengan alat-alat yang sangat terbatas serta cangkul dan skop, serta mampu menggali dengan kedalaman sampa 50 meter. Keterbatasan modal dan dengan keterampilan seadanya merupakan modal utama mereka dalam mendapatkan peluang pekerjaan yang saat ini banyak dibutuhkan masyarakat, terutama mereka yang memiliki lahan tegalan di kawasan Buleleng barat khususnya.

Survey singkat juga telah dilakukan di desa Tukad Sumaga dan desa Patas. Dibandingkan dengan desa Patas dan Grokgak serta desa Sumberkima, maka desa Tukad Sumaga relative memiliki sumber daya pertanian sawah dengan sarana irigasi teknis. Gambar 1.14 menunjukkan berkembangnya ternak sapi yang cukup potensial, serta dapat memberikan lahan pekerjaan bagi masyarakat lokal. Meskipun desa Tukad Sumaga memiliki relative kondisi lebih baik dibandingkan dengan tiga desa lainnya, tetapi saja rumah tangga miskin memiliki karakter yang tidak berbeda jauh dengan tiga desa lainnya, baik dilihat dari peluang kesempatan kerja, maupun potensi pasar yang dapat membebaskan mereka dari tekanan ekonomi saat ini.

Survey awal dengan membandingkan sarana kantor kepala desa yang dimiliki oleh empat desa yang menjadi focus pembinaan RTM di wilayah Buleleng Barat oleh Tim Peneliti FEB Universitas Udayana adalah desa Grokgak, Patas, Tukad Sumaga dan desa

Sumberkima, menunjukkan gambaran tentang potensi desa dan tingkat kesejahteraan masyarakat desa yang bersangkutan.

Gambar 1.15 menunjukkan sarana bangunan kantor kepala desa Patas yang kondisinya relative sama dengan sarana gedung kepala desa Grokgak, sementara kantor kepala desa Tukad Sumaga jauh lebih tampak anggun dan bercirikan bangunan Bali. Berdasarkan wawancara dengan staf kepala desa Tukad Sumaga, bahwa sebagian dana yang dipergunakan adalah bersumber dari swadaya masyarakat, sebuah gambaran potensi modal sosial dan kegotong-royongan serta kondisi kesejahteraan masyarakat yang lebih baik dibandingkan dengan tiga desa lainnya. Wilayah desa Tukad Sumaga memiliki sejumlah kawasan lahan beririgasi teknis, serta hasil perkebunan yang mendukung tingkat kesejahteraan masyarakat setempat.

Perbedaan sarana bangunan juga menggambarkan kondisi sosial kemasyarakatan yang lebih kompak dalam bekerja sama untuk mewujudkan sarana kantor kepaladesa yang representative. Gambar 1.16 memberikan suasana kantor yang tipikal bangunan Bali, yang tidak dapat dikembangkan di desa lainnya.

Dalam kunjungan ke lapangan tahap kedua yang dilaksanakan dari tgl 24 Agustus 2015, telah berhasil menyusun agenda kegiatan tahap berikutnya, yaitu mengkoordinasikan dengan Bapak Camat dan empat kepala desa binaan (desa Grokgak, desa Patas, desa Sumberkima dan desa Tukad Sumaga) yang terkait dengan pola pemetaan rumah tangga miskin, memperlihatkan pentingnya upaya untuk melakukan konstruksi tentang kondisi, situasi dan karakter rumah tangga miskin. Pertama, kecamatan Grokgak adalah wilayah perbatasan antara Bali barat dengan perbatasan Jawa Timur, dalam hal mana pembenahan rumah tangga miskin dapat diartikan sebagai pertahanan budaya lokal yang akan menjadi mudah tergerus apabila ekonomi rakyat menjadi sangat lemah dan tiak berdaya.

Kedua, bahwa pemetaan rumah tangga miskin menjadi penting untuk ditelusuri, mengingat dampak terjadinya kriminalitas, narkoba dan prostitusi seringkali bermula dari tekanan ekonomi rakyat yang terdesak dan tidak berdaya menghadapi dinamika pengaruh negative, dimana rakyat dengan pertahanan ekonomi lemah dengan mudah terpelosok dengan kepentingan jangka pendek yang merugikan kepentingan ekonomi dan sosial masyarakat lokal.

Ketiga, bahwa tanpa pemahaman dengan jelas

atas persoalan kemiskinan yang berkembang di masyarakat khususnya di wilayah 4 desa lokasi penelitian ini, maka dapat terjadi pemecahan permasalahan menjadi parsial dan tidak terarah, sehingga akan menghabiskan tenaga, waktu dan dana pemerintah dengan hasil keluaran yang tidak membeikan kontribusi nyata bagi penurunan rumah tagga miskin di wilayah perbatasan, khususnya pada desa Grokgak, desa Patas, desa Sumberkima dan desa Tukad Sumaga.

Keempat, bahwa laporan awal ini disampaikan sebagai gambaran awal tentang karakter rumah tangga miskin, sera upaya untuk mengentaskan kemiskinan tersebut melalui program jangka pendek seperti sosialisasi dan pembekalan kepada kader muda rumah tangga miskin tentang bekal keterampilan khusus seperti tenaga isntalatur kelistrikan dan tenaga perbengkelan. Peningkatan kualitas sumber daya dari drop-out sekolahan ke tenaga kerja siap pakai, adalah salah satu upaya untuk memperluas bidang keterampilan kader muda dari rumah tangga miskin, sehingga diharapkan dapat mewujudkan pangsa pasar baru sejalan dengan keterampilan yang telah mereka miliki.

### Metode Pemecahan Masalah

Kaji tidak (action research) yang dilakukan atas kerja sama Badan perencanaan Daerah (Bappeda) kabupaten Buleleng dengan Pusat Analisis Data Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Unioversitas Udayana menysasar pemberdayaan rumah tangga miskin (RTM) wilayah perbatasan Bali barat yaitu pada wilayah perbatasan kecamatan Grokgak. Dalam rangka pemberdayaan tersebut, peneliti memandang perlu memahami karakter RTM wilayah perbatasan Bali barat tersebut, dinamika sosial ekonomi yang sedang bekembang, perkembangan arah pertumbuhan rumah tangga miskin, dimensi dan tantangannya khususnya dalam melihat persaingan perebutan sumber daya yang terbatas antara warga penduduk lokal dengan pendatang serta aspek kinerja RTM dalam berpartisipasi pada pendidikan keluarga sebagai salah satu komponen kemajuan yang dapat memberikan peluang alih generasi dari RTM untuk berpeluang keluar dari jalur mata rantai kemiskinan antara lain melalui partisipasi pendidikan formal dari SD, SMP sampai dengan SLTA.

Keterbatasan sumber pendanaan, alokasi waktu serta focus terhadap RTM untuk mampu diberdayakan secara efektif dan efisien, Tim Peneliti telah sepakat hanya menysasar empat desa terpilih yang mencerminkan keterwakilan wilayah RTM, yang dipertimbangkan berdasarkan wilayah dataran tinggi ( desa TukadSumaga), dan wilayah pantai yaitu desa Grokgak, Sumberkima dan desa Patas. Tabel 3.1 menyajikan kondisi terkini yang diperoleh dari sumber pendataan PMD propinsi Bali, menunjukkan bahwa secara menyeluruh terdapat 14 desa yang berada dalam lingkup kecamatan Grokgak, menggambarkan kondisi tentang banyaknya siswa drop-out dan tidak melanjutkan ke sekolah setingkat SLTA.

**Tabel 3.1**  
**Posisi RTM Berdasarkan Partisipasi Pendidikan Siswa**  
**Kecamatan Grokgak Tahun 2014**

Desa	SEKOLAH			TIDAK SEKOLAH			Jumlah
	7-12 Thn	13-15 thn	16-18 thn	7-12 Thn	13-15 Thn	16-18 Thn	
SUMBER KLAMPOK	127	62	37	1	7	21	255
PEJARAKAN	674	205	62	75	108	185	1309
<b>SUMBERKIMA</b>	<b>544</b>	<b>222</b>	<b>97</b>	<b>20</b>	<b>28</b>	<b>104</b>	<b>1015</b>
PEMUTERAN	459	178	74	23	42	110	886
BANYUPOH	64	11	3	12	10	15	115
PENYABANGAN	297	82	34	22	38	71	544
MUSI	176	67	39	23	14	31	350
SANGGALANGIT	251	102	55	32	19	39	498
<b>GEROKGAK</b>	<b>428</b>	<b>165</b>	<b>63</b>	<b>13</b>	<b>44</b>	<b>109</b>	<b>822</b>
<b>PATAS</b>	<b>738</b>	<b>271</b>	<b>104</b>	<b>40</b>	<b>97</b>	<b>216</b>	<b>1466</b>

PENGULON	182	63	15	34	33	75	402
TINGA TINGA	294	83	34	48	53	87	599
C. BAWANG	235	81	48	11	16	35	426
<b>TUKAD SUMAGA</b>	<b>372</b>	<b>86</b>	<b>27</b>	<b>44</b>	<b>99</b>	<b>146</b>	<b>774</b>

Berdasarkan Tabel 3.1 tercatat usia tidak sekolah antara umur 7 tahun sampai dengan umur 12 tahun terdapat cukup besar 398 orang, jumlah yang relative besar dan perlu dikurangi dimasa datang. Meskipun demikian, usia tidak sekolah ditemukan pola kecenderungan yang relative sama dengan kabupaten/kota di daerah Bali, yaitu dengan angka prosentase yang semakin besar pada usia tidak sekolah pada usia lebih tinggi, yaitu dari angka sebesar 398 meningkat menjadi 608 orang pada usia 13 sampai dengan 15 tahun, serta menjadi 1244 pada usia antara 16 sampai dengan 18 tahun.

Besarnya jumlah RTM yang tidak mampu menyekolahkan anak-anak mereka karena berbagai sebab menjadi focus perhatian penelitian ini, yang menyiratkan perlunya pemerintah daerah kabuoaten Buleleng mengadakan terobosan kebijakan dengan mendorong semakin berkembangnya pendidikan keterampilan sebagai jalan pintas jangka pendek untuk meningkatkan bekal keterampilan generasi muda RTM sebagai pemicu bagi penurunan angka RTM dimasa depan. Berdasarkan Tabel 3.1 jika diperbandingkan antara anak usia sekolah dengan mereka yang tidak sekolah untuk seluruh sebanyak 14 desa dalam lingkungan kecamatan Grokgak, kelompok perempuan dan kelompok laki-laki. Meskipun demikian, ternyata RTM di wilayah Buleleleng barat memilki sebaran yang berbeda dilihat dari usia RTM, maupun sebaran jumlah RTM dilihat per wilayah desa. Berdasarkan usia, ternyata pada usia 15-44 tahun konsentrasi kemiskinan lebih beser dibandingian dengan usia lebih kecil atau lebih besar melewati usia 44 tahun. Indikasi ini

membuktikan bahwa penurunan jumlah RTM pada usia diatas 44 tahun dapat disebabkan oleh beban tanggungan pada usia diatas 44 tahun sudah mulai berkurang, sehingga ada tersedia sumber yang terbatas dapat dimanfaatkan dalam penguatan keejahtraan RTM, sehingga banyak yang sudah berhasil mendapatkn kesejahtraan lebih baik, sehingga tidak lagi terdaftar pada RTM. Bahwa peran anak-anak mereka yang telah mandiri dan kemudian memberikan bantuan kepada orang tua mereka, juga meruoakan kekuatan baru bagi RTM untuk mampu keluar dari daftar RTM

Berdasarkan Tabel 3.2 dab Tabel 3.3 juga tampak bahwa RTM terbesar tersebar di beberapa desa seperti Sumberkima, Patas, Pejarakan dan Pemuteran. Sebuah catatan khusus, yang perlu mendapat perhatian bahwa berkembangnya desa Pemuteran menjadi kawasan destinasi wisata internasional, tampaknya belum mampu memberikan solusi atas penurunan jumlah RTM di kawasan desa tersebut, satu dan lain hal karena industry pariwisata memerlukan tidak saja bekal p0endidikan yang cukup, tetapi juga kemampuan dalam berkomunikasi dan keterampilan khusus lainnya sebagaimana diperlukan untuk kualifkasi tenaga kerja pada industri pariwisata. Jika dicermati arah perkembangan RTM berdasarkan sumber mata pencaharian RTM di wilayah Buleleng barat, tampak bahwa sebagian besar RTM masih bermata pencaharian sebagai petani padi palawija, sektorburuh bangunan dan konstruksi serta sektor peternakan. (lihat Tabel 3.4).

**Tabel 3.4**  
**Posisi RTM Berdasarkan Sumber Mata Pencaharian**

DESA	Pertanian	Horti-	Perke-	Perikanan	Peri-	Pete-	Khtanan/	Prtamn	Industri
	padi plwija	kultura	Bunan	tangkap	budidaya	nakan	Perkban	pnggln	pengolhn
SUMBER KLAM-POK	11	41	3	4	6	294	0	0	4
PEJARAKAN	32	1	3	36	18	2680	6	0	26
SUMBERKIMA	187	2	105	155	49	897	2	9	194
PEMUTERAN	1081	171	6	78	20	163	13	4	61
BANYUPOH	35	66	0	0	31	122	2	0	4
PENYABANGAN	4	0	15	32	259	627	0	0	28
MUSI	35	5	280	35	107	285	7	0	15
SANGGALAN-GIT	263	5	13	17	32	608	3	0	39



GEROKGAK	326	49	112	104	44	803	4	0	56
PATAS	542	162	45	132	41	1322	2	2	12
PENGULON	318	6	309	13	2	251	0	1	60
TINGA TINGA	148	2	4	14	0	770	0	0	30
CELKAN BAWANG	2	10	5	70	6	191	13	0	4
TUKAD SU- MAGA	0	0	3	2	1	1974	1	1	11
JUMLAH	2984	520	903	692	616	10987	53	17	544

Kecamatan Grogak Tahun 2014

**Tabel 3.5**  
**Posisi RTM Berdasarkan Sumber Mata Pencarian**  
**Kecamatan Grogak Tahun 2014**  
**(Lanjutan Tabel 3.4)**

DESA	Listrik Gas	Bngunan Konstksi	Perda- gangan	Hotel Rm Mkn	Trsmptsi Prnggan	Infmasi Komkasi	Keuangn Asrnsi	Jasa Jasa	Lainnya
SUMBER KLAMPOK	0	15	21	8	11	1	1	9	0
PEJARAKAN	7	97	76	28	35	0	1	92	262
SUMBERKIMA	8	132	210	35	114	0	12	135	428
PEMUTERAN	3	146	52	231	24	1	3	79	38
BANYUPOH	4	35	9	0	7	0	5	16	1
PENYABANGAN	2	151	100	6	13	0	2	52	2
MUSI	0	26	19	8	4	2	4	50	79
SANGGALANGIT	0	207	50	8	15	0	8	48	7
GEROKGAK	2	231	127	10	27	1	6	36	2
PATAS	1	497	143	5	59	1	7	164	20
PENGULON	0	31	90	1	16	0	3	44	83
TINGA TINGA	0	24	46	2	412	0	3	3	2
C E L U K A N BAWANG	0	55	121	3	79	0	1	110	12
TUKAD SUMAGA	1	132	71	1	14	1	1	24	3
JUMLAH	28	1779	1135	346	830	7	57	862	939

Berdasarkan Tabel 3.5, pola penyerapan lapangan kerja di sektor yang memerlukan keterampilan khusus masih sangat terbatas dapat dimanfaatkan oleh RTM, meskipun tercatat kemajuan sektor industri pariwisata khususnya di sejumlah desa seperti desa Pemuteran, serta transportasi dan perdagangan mulai dapat menyerap lapangan kerja bagi RTM pada desa Sumberkima dan desa Tinga-tinga. Bahwa penurunan angka RTM sangat mungkin dilakukan apabila terdapat kebijakan pemerintah dalam membuka lebih banyak pendidikan non formal yang dapat memandu mereka meningkatkan keterampilan terutama atas sejumlah perkembangan sektor produksi

## HASIL

### Pelatihan Kelistrikan

Pelatihan kelistrikan dimaksudkan sebagai terobosan dalam rangka membekali keterampilan generasi muda RTM di wilayah 4 desa dalam lingkungan kecamatan Grogak mencakup desa Grogak, desa Sumberkima, desa Patas dan desa Tukad Sumaga. Ke empat desa terpilih mewakili wilayah prototipe RTM yang mencakup kawasan terdekat dalam wilayah sekitar Grogak sehingga pada tingkat awal memudahkan dalam berkomunikasi, jarak tempuh yang berdekatan serta keterwakilan RTM yang representative dari jumlah penduduk, kondisi RTM dan kesiapan generasi muda yang ternyata paling berminat mengikuti program pelatihan dan pemberdayaan kelistrikan sebagai bekal keterampilan dalam berwirausaha

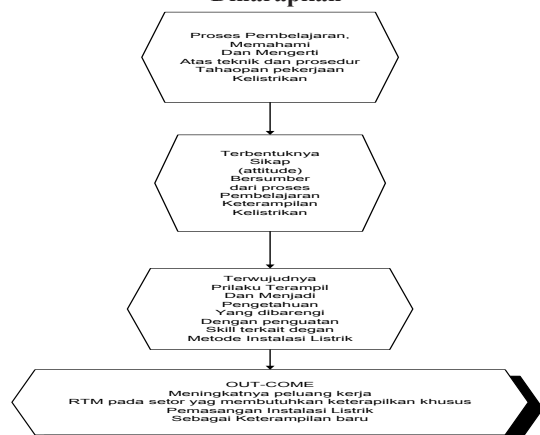
dibidang kelistrikan.

Pelatihan yang dipandu oleh Tim Instruktur dari Pusat Pelatihan ketenaga-kerjaan Dinas Tenaga Kerja Kabupaten Buleleng, melibatkan undangan peserta sebanyak 30 peserta yang mewakili ke empat desa tersebut diatas.

Pelatihan dilaksanakan pada hari Jum'at Tgl. 12 bulan September 2015 dalam sehari, dimulai dari jam 09.00 berakhir sampai dengan jam 17.00 sore. Pelatihan kelistrikan pada awal diberikan pengetahuan tentang kelistrikan oleh dua instruktur yang berbeda, kemudian dilanjutkan dengan demo peralatan kelistrikan, pola pesangan kilometer, mengendalikan arus tenaga listrik, cara penempatan kabel dan seterusnya, sehingga peserta dapat memahami pengetahuan praktis tentang prosedur pemasangan listrik untuk rumah tangga. Bekal pengetahuan dengan menyajikan praktek penggunaan alat peraga secara langsung telah mengundang peserta pelatihan mengikuti pelatihan, terutama ketika praktek instalasi listrik dilaksanakan dengan alat-alat listrik yang telah tersedia. Gambar 4.1 menyajikan acara pembukaan pelatihan yang dibuka oleh Bapak cemat beserta perwakilan dari Bappeda Kabupaten Buleleng.

Tim peneliti dari Universitas Udayana juga menyediakan sertifikat tanda ikut pelatihan kelistrikan, dengan harapan dapat memberikan motivasi dan kepercayaan diri dari generasi muda RTM, bahwa dengan sertifikat dari Universitas Udayana dapat dijadikan referensi kepada para pengguna dan atau pemodal yang ingin memanfaatkan jasa para gerenasi muda RTM dimasa datang sebagai salah satu tenaga setengah terampil bidang instalasi kelistrikan. Target yang diharapkan tercapai dari kegiatan pelatihan ini adalah sebagai berikut.

**Gambar 4.2**  
**Konstruksi Pembelajaran Dan Outcome yang**  
**Diharapkan**



Berdasarkan Gambar 4.2 digambarkan bahwa out-come yang ingin dicapai dari kegiatan pelatihan keterampilan kepada paragenerasi muda RTM mewakili 4 desa dengan 30 peserta pelatihan adalah terbentuknya sikap terampil, memahami pegetahuan teknik dalam bidang instalasi kelistrikan, sehingga dapat diwujudkan dalam persaingan pasar kerja bergesernya lebih banyak generasi muda RTM untuk memasuki pasar kerja yang memerlukan keterampilan khusus, sehingga terdapat peluang dimasa depan untuk semakin mengurangi angka pertumbuhan RTM di wiaah barat, khususnya sebanyak 30 peserta sebagai pemicu bagi terobisan baru pangsa pasar kerja untuk semakin bergeser dari jenis pekerjaan yang tidak memerlukan keterampilan khusus sepey yang selama ini sedang berjalan di wilayah perbatasan Bali barat, khuusnya padawilayah kecamatan Grokgak yang menjadi pintu masuk bagi pendatang dari Jawa Timur yang memasuki wilayah pabean Gilimanuk.

Gambar 4.2 adalah proses awal kaji tindak dari Tim peneliti Pusat Analisis Data Ekonomi dan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Udayana yang bekerja sama dengan Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (Bappeda) kabupaten Buleleng. Dimasa depan, diharapkan pemerintah kabupaten Buleleng memfokuskan pengendalian dan penurunan RTM di wilayah perbatasan dengan melakukan pemberdayaan pelatihan keterampilan, mengingat data yang tersedia menunjukkan bahwa drop-out pendidikan setingkat SDDan SLTP dan SLTA termasuk dalam jumlah yang signifikan, untuk mana dapat diatasi denganmelakukanpembekalan keterampilan yang sesuai dengan kebutuhan pasar yang sedang berkembang baik dalam kawasan Buleleng barat maupun pada wilayah lainnya di Bai.

Pendekatan model pelatihan keterampilan dengan menampilkan alat peraga dan praktek secara langsung atas jenis profesi sebagai instalatur kelistrikan ternyata memberikan minat yang antusias dari peserta, karena tampaknya lebih mudah difahami ketimbang diberikan teori-teori seperti padabangku kuliah. Pendekatan pendidikan keterampilan kelistrikan dapat menjadi usaha awal untuk mewujudkan sikap pekerja yang lebih terampil, sehingga berpeluang mendapatkan pekerjaan yang memerlukan keterampilan khusus.

Alat peraga secara visual diberikan pada awal sesi pembekalan pelatihan yang lebih banyak ditujukan dalam rangka pemahaman konsep tentang arus listrik lemah dan kuat, serta hal-hal terkait dengan medan arus kelistrikan, mulai dari sumer enegri sampai

dengan pengendalian tingkat gardu, sehingga peserta dapat memahami terminal yang diperlukan dalam membagi arus listrik dan mendistribusikan ke tempat yang memerlukannya. Pada tahap kedua sesi pelatihan kelistrikan, diberikan pembekalan secara praktek dengan menampilkan alat peraga lampu listrik dan stop kontak dan seterusnya sampai dapat digambarkan kebutuhan penyaluran arus listrik sesuai dengan kebutuhan rumah tangga yang mempergunakannya.

Pelatihan keterampilan kelistrikan merupakan hal baru bagi peserta, sehingga merupakan pendekatan pendidikan berbasis keterampilan yang diharapkan bermanfaat bagi perintisan pasar kerja baru bagi generasi muda RTM untuk mendapatkjan segmen pasar kerja yang berdampak kepada kesejahteraan mereka.

### **Pelatihan Perbengkelan**

Berbeda dengan Pelatihan kelistrikan yang dilaksanakan padahari pertama, Jumat Tgl 12 September 2015, maka pelatuihan perbengkelan dilaksanakan pada hari Sabtu, Tgl 13 September 2015, dengan peserta yang sama. Diharapkan peserta dapat mendalami kedua jenis keterampilan secaramemadai, sehingga dapat dijadikan modal awal dalam membuka usaha secara mandiri atau menawarkan jasa kepadacalon pemberi kerja, tentunya dengan tionskat keterampilan yang lebih baik.

Pelatihan perbengkelan membawa serta alat peraga sepeda motor sebagai demo atas peragaan dan mempergunakannya sebagai media pembelajarn dan pelatihan. Pelatihan perbengkelan dimaksudkan sebagai terobosan dalam rangka membekali keterampilan generasi muda RTM di wilayah 4 desa dalam lingkungan kecamatan Grokgak mencakup desa Grokgak, desa Sumberkima, desa Patas dan desa Tukad Sumaga. Ke empat desa terpilih mewakili wilayah ptototipe RTM yang mencakup kawasan terdekat dalam wilayah sekitar Grokgak sehingga pada tingkat awal memudahkan dalam berkomunikasi, jarak tempuh yang berdekatan serta keterwakilan RTM yang representative dari jumlah penduduk, kondisi RTM dan kesiapan generasi muda yang ternyata paling berminat mengikuti program pelatihan dan pemberdayaan perbengkelan sebagai bekal keterampilan dalam berwiraswasta dibidang perbengkelan atau kelistrikan.

Pelatihan tahap kedua adalah perbengkelan dan pelatuhan kewiraswastaan yang dilaksanakan hari

Sabtu tgl 12 September 2015 pada ruang yang sama, dengan peserta yang sama dengan sehari sebelumnya, tetapi dengan instruktur yang berbeda. Instruktur perbengkelan disampaikan oleh Saudata Totok dan S;amet Supardi dari LLK Dinas Tenaga Kerja kabupaten Buleleng. Gambar 4.5 menyajikan suasana kelas yang mengundang perhatian keingiu-tahuian peserta terhadap seluk beluk mekanik sepeda motor.

Alat peraga yang disampaikan adalah pengenalan mesin sepeda motor yang dapat dipergunakan dalam berbagai keperluan termasuk sebagai sumber enegri penerangan rumah tangga dalam situasi darurat yang dilengkapi dengan sambungan kabel dan lampu neon dan jenis lampu listrik lainnya yang dapat disamungkan dengan mempergunakan mesin speda motor sebagai penggerak sumber energy. Pelatihan ditunjukkan oleh instruktur bagaimana membangun yang tampaknya tidak mungkin menjadi mungkin dan terwujud menjadi sebuah barang baru yaitu penerangan listrik untuk rumah tangga.

Pelatihan yang dipandu oleh Tim Instruktur dari Pusat Pelatihan ketenaga-kerjaan Dinas Tenaga Kerja Kabupaten Buleleng, melibatkan undangan peserta sebanyak 30 peserta yang mewakili ke empat desa tersebut diatas, peserta yang sama seperti yang diundang hadir pada pelatihan kelistrikan sehari sebelumnya.

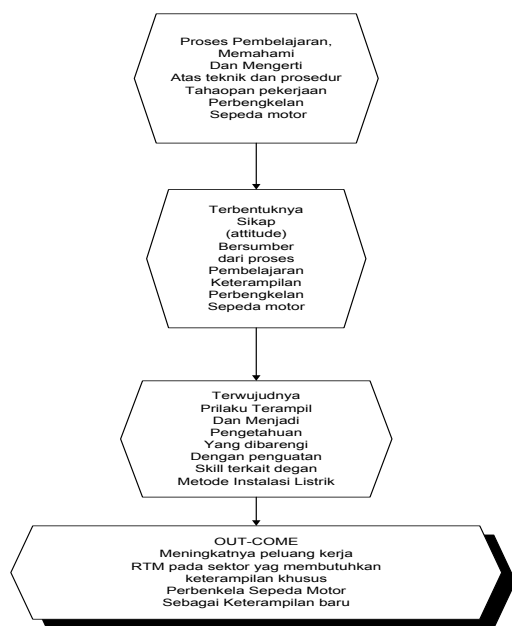
Pelatihan dilaksanakan pada hari Jum'at Tgl. 12 bulan September 2015 dalam sehari, dimulai dari jam 09.00 berakhir sampai dengan jam 12.30 siang, untuk dilanjutkan dengan pelatihan tentang kewirasastaan dari Tim peneliti Pusat Analisis Data Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Pelatihan kelistrikan pada awal diberikan pengetahuan tentang kelistrikan oleh seorang instruktur, kemudian dilanjutkan dengan demo peralatan perbengkelan sepeda motor, seperti pengetahuan perserta tentang mesin, bekerjanya mesin sepeda motor, serta perangkat yang harus dipelihara dalam rangka mempertahankan tingkat keamanan dalam berkendara sepeda motor dan seterusnya, sehingga peserta dapat memahami pengetahuan praktis tentang cara pemeliharaan sepeda motor, fungsi-fungsi penunjang mekanisme mesin sebagai penggerak jalannya sepeda motor.

Bekal pengetahuan dengan menyajikan praktek penggunaan alat peraga secara langsung telah mengundang peserta pelatihan menjadi serius dan menunjukkan minatnya secara sungguh sungguh, yang dapat memberikan pencerminan tentang peluang yang ingin mereka dapatkan dalam pengembangan usaha sendiri atau menjadi tenaga bengkel sepeda motor

pada wilayah tertentu yang memerlukan jasa bengkel sepeda motor.

Tim peneliti dari Universitas Udayana juga menyediakan sertifikat tanda ikut pelatihan perbengkelan yang digabung menjadi satu dengan pelatihan kelistrikan, dengan harapan dapat memberikan motivasi dan kepercayaan diri dari generasi muda RTM, bahwa dengan sertifikat dari Universitas Udayana dapat dijadikan referensi kepada para pengguna dan atau pemodal yang ingin memanfaatkan jasa para generasi muda RTM dimasa datang sebagai salah satu tenaga setengah terampil bidang perbengkelan upun bidang kelistrikan yang telah diberikan sehari sebelumnya. Target yang diharapkan tercapai dari kegiatan pelatihan ini adalah sebagaimana disajikan pada Gambar 4.7, yaitu meningkatnya peluang kerja berdasarkan pendidikan keterampilan serta sertifikat yang dibagikan kepada peserta sebagai tanda telah mengikuti pendidikan keterampilan.

**Gambar 4.7**  
**Pores Pembelajaran Dan Outcome Pelatihan**  
**Peserta generasi muda RTM Kecamatan**  
**Grogak**



## Pelatihan Kewiraswastaan

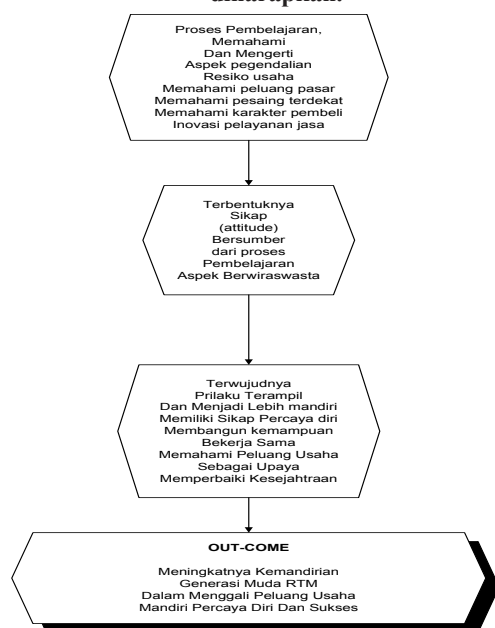
Pelatihan kewiraswastaan lebih banyak memberikan pembekalan secara praktis tentang perintisan sejumlah pengusaha yang berhasil mencapai sukses diawali oleh usaha kecil-kecilan, kemudian setekah produk ereka diterima pasar, secara bertahap mengembangkannya dengan bantuan modal perbankan. Bahwa penekanan dalam pola wiraswasta secara mandiri adalah berdasarkan dua jenis keterampilan yang diasumsikan mereka akan memilih salah satu dari dua bidang usaha yaitu sebagai instalatur listrik atau untuk membuka perbengkelan seped motor. Kedua jenis usaha dimaksud adalah relevan dapat dilansakan oleh generasi muda RTM baik dengan cara berkolaborasi dengan pemilik modal, atau dengan membuka sendiri, tentu disarankan agar generasi muda RTM lebih memilih untuk bekerja terlebih dahulu padasalah satu dari jenis usaha untuk mengenal lebih endalam tentang seluk beluk usaha serta cara pengendalian pasar berikut pelayananya.

Hasil pengamatan dan sejumlah wawancara ketika pelatihan kewiraswastaan menunjukkan bahwa sebagian besar peserta yang masih rata-rata berusia antara 20 sampai dengan 30 tahun tidak menampakkan kemandirian dalam membangun maa depan. Sikap kewirswastaan tidak tampil mengemuka, disebabkan karena factor lingkungan sosial dan kondisi ekonomi generasi muda RTM yang tidak memberikan dukungan bagi tumuh berkembangnya sikap mandiri dan menciptakan peluang.

Pendidikan kewiraswastaan yang dipresentasikan dari Tim peneliti Pusat Analisis Data dan Ekonomi Fakultas Ekonoi dan Bisnis Universitas Udayana menyajikan materi yang juga didalamnya memberikan motivasi tentang peluang usaha mandiri yang dapat dirintis dari peluang yang paling kecil sekaliun, menjadi beharga sebagai investasi awal membangun masa depan yang bebas dari ketergantungan pihak lain.

Bahwa pelatihan kelistrikan dan perbengkelan yang telah dipresentasikan sebelum materi kewiraswastaan diberikan, adalah merupakan pengantar tentang pemahaman unit bisnis yang tidak mungkin dilaksanakan oleh siapaun tanpa terlebihdahulu memahami jenis usaha yang akan digelutinya, baik sebagai usaha pribadi maupun sebagai usaha kelompok. Gambar 4.8 menyajikan proses pendidikan keterampilan kewirasastaan dan target yang diinginkan dalam jangka panjang.

**Gambar 4.8**  
**Pores Pembelajaran Dan Outcome Pelatihan**  
**Pendidikan Kewiraswastaan dan Outcome yang**  
**diharapkan.**



Pendidikan kewiraswastaan yang dilaksanakan selama dari pukul 12.30 sampai dengan pukul 14.00 telah berhasil memberikan pemahaman tentang strategi usaha mandiri yang tidak harus dimulai dengan model, tetapi dapat dirancang pada tingkas gagasan, serta menawarkan gagasan tersebut kepada network yang memiliki sarana permodalan, sehingga dapat dikolaborasikan. Fakta lain yan tersedia, bahwa banyak wirausaha yang berhasil di Bali selatan dimulai dari karier paling bawah sebagai karyawan restaurant, kemudian membangun restaurant setelah mereka mendapatkan pengetahuan praktis cara pengelolaan restaurant, mengenal jaringan konsumen dan memahami cara berkomunikasi dalam menjaring dan mendapatkan pelanggan. Hal yang tidak dapat diabaikan adalah bagaimana mengemas produk agar berdaya saing dan dapat memuaskan pelanggan, hal-hal yang akan terwujud jika calon pengusaha tidak memiliki tingkat kemandirian yang tinggi.

Peserta juga pada akhir pelatihan diminta mengisi daftar pertanyaan untuk mengkonstruksi seberapa besar peluang network yang mereka miliki saat ini sebagai upaya mendapatkan informasi terkait peluang kerja yang mereka inginkan.

Analisis menunjukkan bahwa kualitas network mereka sangat dibatasi oleh lingkung pergaulan ditingkat kecamatan, sehingga membatasi ruang

informasi yang dapat mereka gali dalam mendapatkan segent pasar kerja diluar kecamatan. Hal lain yang terungkap dalam kuestioner adalah bahwa kehadiran dan sentuhan pemerintah terhadap generasi muda RTM sangat terbatas, dan bahkan hampir tidak tersentuh sama sekali. Hal lain yang terungkap dalam pertanyaan juga meng-informasikan rendahnya trust yang mereka ungkapkan terhadap keberadaan pemerintah daerah. Gambar 4.11 menyajikan kegiatan pengisian kuestioner peserta.

### Evaluasi Dan Monitoring Persepsi RTM

Kegiatan pelatihan dan tatap muka dengn generasi muda RTM memberikan suasana persaudaraan yang semakin akrab antara bapak Camat selaku pimpinan pemerintahan tingkat kecamatan dengan para peneliti FEB Universiyas Udayana serta peserta pelatihan. Komunikasi sperti ini mamang seharusnya dapat dikembangkan dimasa depan. Tatap muka ini menunjukan sekaligus kendala pada warga generasi muda RTM dalam berkomunikasi dan embangun gagasan yang bermanfaat bagi pengembangan peluang mereka sebagai generasi muda untuk dapat memutus dan membangun masa depan baru untuk keluar dari daftar RTM.

### KESIMPULAN

Beberapa kesimpulan yang dapat disampaikan sehubungan dengan telah berakhirnya kegiatan pelatihan dan pendampingan pembinaan bagi generasi muda RTM adalah sebagai berikut.

- Bahwa generasi muda RTM yang terplih mengikuti pelatihan adalah sebanyak 30 orang yang mewakili generasi muda RTM dari desa Grokgak, Patas, Sumberkima dan desa Tukad Sumaga.
- Bahwa ternyata pendidikan keterampilan kelistrikan dan perbengkelan serta pelatihan kewiraswastaan yang telah dilaksanakan di kantor camat Grokgak teh mendapat sambutan yang sangat baik, terbukti dari partisipasi peserta yang semuanya hadir selama dua hari pelatihan, dilaksanakan dua hari penuh.
- Ternyata sebagian bear peserta pelathan yang mengu=ikuti pelatihan terekam memalui pengisian kuestioner bahwa lingkung jaringan (network) mereka terbatas dalam lingkungan



kecaatan Grokgak, sehingga menghambat informasi mereka dalam mendapatkan peluang kerja yang terbaik menurut potensi sumber daya yang mereka miliki.

### **Saran-saran**

Wilayah perbatasan Buleleng barat adalah wilayah perbatasan yang sarat dengan persaingan penduduk lokal dengan pendatang dalam memperebutkan sumber daya yang terbatas. Fenomena ini sangat berbeda dengan wilayah RTM di wilayah kecamatan lainnya di kabupaten Buleleng, sehingga

direkomendasikan kepada pemerintah kabupaten Buleleng untuk memberikan prioritas kebijakan dalam pengendalian RTM. Persaingan yang ketat dalam perebutan sumber daya, pada umumnya lebih memberikan keuntungan kepada pendatang, karena terdapatnya perbedaan dalam motivasi. Pendatang memiliki motivasi yang lebih tinggi dalam mendapatkan peluang kerja dan kegiatan bisnis lainnya, sehingga pendatang lebih seksama dan penuh kesabaran dalam upaya mewujudkan network yang lebih luas berdasarkan motivasi yang kuat untuk menjadi lebih berhasil dalam mendapatkan sumber daya kesejahteraan.

## EFEKTIFITAS PROGRAM PUMP PADA KUBE DI DESA KUSAMBA

GUSTI AYU PUTU WIRATHI<sup>1</sup>, SURYA DEWI RUSTARIYUNI<sup>2</sup>, LUH PUTU ASWITARI<sup>3</sup>

<sup>3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana  
Jl P.B. Sudirman No. 1 Denpasar, Bali  
[surya\\_dewi2002@yahoo.com](mailto:surya_dewi2002@yahoo.com)

---

**Abstrak:** Artikel ini bertujuan untuk mengetahui (1) tingkat efektivitas, (2) kendala yang di hadapi oleh masyarakat nelayan, (3) dampak pelaksanaan program Pengembangan Usaha Mina Perdesaan (PUMP) terhadap pendapatan nelayan serta terhadap (4) kesempatan kerja rumah tangga nelayan di Desa Kusamba Kabupaten Klungkung. Teknik analisis data yang di gunakan adalah analisis efektivitas dan analisis uji beda dengan metode *Wilcoxon*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) tingkat efektifitas pemberdayaan masyarakat nelayan tergolong berhasil, (2) Kendala-kendala yang dihadapi masyarakat nelayan dari adanya program PUMP meliputi : susahnya mencairkan dana bantuan dikarenakan KUBE harus berbadan hukum, kurangnya pemantauan dari petugas yang terkait untuk memantau atau mensosialisasikan program dan sulitnya memasukkan anggota baru untuk bergabung dalam KUBE. (3) Program PUMP melalui KUBE dapat meningkatkan pendapatan rumah tangga nelayan dan (4) dapat meningkatkan kesempatan kerja nelayan.

**Kata kunci :** pemberdayaan masyarakat, efektivitas, pendapatan, PUMP

---

### Pendahuluan

Kondisi masyarakat nelayan atau masyarakat pesisir di berbagai daerah di Indonesia umumnya ditandai oleh adanya beberapa karakteristik, seperti kemiskinan, sosial dan keterbelakangan budaya, rendahnya kualitas sumber daya manusia karena kebanyakan masyarakat pesisir berjenjang pendidikan hanya SD atau tidak tamat SD, kurangnya fungsi dari kehadiran Kelompok Usaha Bersama (KUBE), Lembaga Keuangan Mikro (LKM), atau kapasitas organisasi masyarakat sipil. Kemiskinan, struktur sosial yang tidak setara, degradasi lingkungan dan kurangnya infrastruktur dasar adalah beberapa masalah yang dihadapi oleh nelayan.

Menurut Hassanudin, dkk (2013), kondisi dan masalah umum yang dialami oleh nelayan adalah

sebagai berikut: terisolasi desa pesisir, fasilitas pelayanan dasar termasuk infrastruktur fisik masih terbatas, kurang terpelihara kondisi lingkungan, yang tidak memenuhi persyaratan standar kesehatan, masyarakat berpenghasilan rendah, karena teknologi tidak mendukung perikanan skala besar, kepemilikan peralatan memancing yang terbatas, masalah ekuitas karena kelangkaan lembaga keuangan, pendidikan dan pengetahuan yang dimiliki tergolong rendah, dapat disimpulkan bahwa masalah utama yang biasa dialami oleh masyarakat pesisir adalah kemiskinan.

Masyarakat nelayan idientik dengan kemiskinan yang disebabkan dari faktor ekonomi yaitu kurangnya modal yang dimiliki para nelayan, teknologi yang dimiliki, rendahnya akses pasar dan rendahnya partisipasi masyarakat dalam pengolahan sumber daya alam dan non ekonomi atau biasa disebut faktor sosial

- 
1. Surya Dewi Rustariyuni, FEB Universitas Udayana, Jl PB Sudirman Denpasar, 08164275297

seperti pertumbuhan jumlah penduduk yang tinggi, rendahnya tingkat pendidikan, dan rendahnya tingkat kesehatan serta alasan lain seperti sarana dan prasarana umum di wilayah pesisir (Prakoso, 2013). Menurut Rahmatika dkk (2013:2), rendahnya pendapatan nelayan yang berdampak pada kemiskinan disebabkan karena tidak stabilnya hasil tangkapan ikan yang diperoleh nelayan, faktor tersebut didukung oleh sarana dan prasarana yang kurang memadai, iklim, serta adanya oknum tengkulak yang membeli hasil tangkapan nelayan dengan anggaran dana yang relatif murah.

Hasrat untuk mewujudkan masyarakat yang sejahtera dalam arti sebenarnya adalah tujuan mulia yang hendak dicapai. Peningkatan kesejahteraan penduduk dapat dimungkinkan apabila pendapatan penduduk mengalami kenaikan yang cukup hingga mampu memenuhi kebutuhan dasar untuk kehidupannya. Hal ini dapat diartikan bahwa kebutuhan pangan, sandang, perumahan, pendidikan, kesehatan, keamanan dan sebagainya tersedia dan mudah dijangkau setiap penduduk sehingga pada gilirannya penduduk yang miskin semakin sedikit jumlahnya.

Sub sektor perikanan merupakan salah satu sektor unggulan pemerintah Kabupaten Klungkung yang memiliki potensi di sektor kelautan cukup besar sehingga potensi tersebut digali dan dikembangkan untuk nantinya sub sektor perikanan di Kabupaten Klungkung mampu memproduksi ikan dalam jumlah yang besar. Pada Tabel 1 menunjukkan banyaknya produksi ikan menurut Kabupaten/kota dan subsektor perikanan di Bali pada tahun 2015.

Tabel 1 Banyaknya Produksi Ikan (Ton) Menurut Kabupaten atau Kota dan Subsektor Perikanan di Bali Tahun 2015

Kabupaten/ Kota	Sub Sektor		Jumlah
	Perikanan Laut	Perikanan Darat	
Jembrana	7.977	288.7	8.265,7
Tabanan	151.6	942.0	1.093,6
Badung	601.6	269.5	871,1
Gianyar	98.3	383.0	481,3
Klungkung	295.4	29.116	29.411,4
Bangli	219.8	1.575	1.794,8
Karangasem	5.569	130.0	5.699,0
Buleleng	3.196	670.1	3.866,1
Denpasar	7.988	92.5	8.080,5

Sumber : Dinas Kelautan dan Perikanan Pemerintah Provinsi Bali, 2016

Dari Tabel 1 dapat diketahui bahwa Kabupaten Klungkung merupakan kabupaten yang memproduksi ikan terbesar pada tahun 2015 sebesar 29.411,4 ton. Hal ini karena Kabupaten Klungkung terletak di dataran pantai dan pembudidayaan ikan banyak tersebar di beberapa desa Kabupaten Klungkung sehingga potensi perikanan laut sangat besar. Produksi ikan terendah terdapat di Kabupaten Gianyar sebesar 481,3 ton. Hal ini dikarenakan wilayah pesisir di Kabupaten Gianyar sangat kecil, Kabupaten Gianyar terkenal dengan kota seni maka sebagian kecil penduduknya yang bermata pencaharian sebagian nelayan.

Pendapatan yang rendah akan berpengaruh pada kelangsungan hidup nelayan yang kurang memadai dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari terutama kebutuhan akan gizi, pendidikan, dan kesehatan. Kebutuhan akan gizi yang kurang, akan berdampak pada kesehatan nelayan sehingga nelayan tidak akan produktif dalam bekerja. Dalam hal ini pemerintah sangat berperan penting dalam memfasilitasi masyarakat pesisir guna memperbaiki kesejahteraan masyarakat pesisir melalui pemberdayaan masyarakat. Program PUMP dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat nelayan yang dapat dilihat dari pendapatan yang meningkat. Program PUMP untuk pemberdayaan masyarakat di Desa Kusamba banyak memiliki kendala yang belum diketahui, sehingga penelitian ini bagus diteliti untuk mengetahui keberhasilan program PUMP yang dilihat dari pendapatan dan kesempatan kerja rumah tangga nelayan.

Pelaksanaan PUMP diselaraskan dengan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) dan Rencana Strategis (Renstra) Kementerian Kelautan dan Perikanan Tahun 2010-2014, oleh karena itu kegiatan pemberdayaan nelayan dikoordinasikan oleh Direktorat Jenderal Perikanan Tangkap sebagai kelanjutan pembinaan nelayan penerima Bantuan Langsung Masyarakat (BLM) pada kegiatan PNPM Mandiri Kelautan Perikanan tahun 2009-2010 yang dalam hal ini dilaksanakan Direktorat Pengembangan Usaha Penangkapan Ikan. Sasaran utama program PUMP ini adalah dengan terbentuknya Kelompok Usaha Bersama (KUBE).

KUBE atau Kelompok Usaha Bersama adalah badan usaha non hukum maupun yang sudah berbadan hukum, berupa kelompok yang dibentuk oleh nelayan berdasarkan hasil musyawarah seluruh anggota untuk mengembangkan tujuan dari program PUMP. Kelompok ini akan menjadi landasan untuk mengembangkan tujuan agar tercipta kesejahteraan.

Kondisi masyarakat nelayan sangat memprihatinkan dilihat dari masyarakat nelayan yang menggantungkan hidupnya dengan hasil laut yang sangat kurang memadai seperti kurangnya teknologi yang dapat membantu pekerjaan nelayan dengan hasil penangkapan yang tidak seimbang (Chorneles, 2013).

KUBE adalah badan usaha non badan hukum ataupun yang sudah berbadan hukum, berupa kelompok yang dibentuk oleh nelayan berdasarkan hasil kesepakatan atau musyawarah seluruh anggota yang dilandasi oleh keinginan bersama untuk berusaha bersama dan dipertanggungjawabkan secara bersama guna meningkatkan pendapatan anggota. Kelompok ini nantinya menjadi wadah atau tempat untuk mengembangkan tujuan dari adanya program ini. Kelompok seperti ini pun sudah ada sejak adanya bantuan dari PNPM Kelautan dan Perikanan, sehingga KUBE ini dapat dikatakan sebagai kelanjutan dari kelompok sebelumnya. Terbentuknya KUBE dikelurahan ini tentunya menjadi satu langkah baru dalam masyarakat nelayan mengembangkan kesejahteraan hidupnya secara mandiri. Kondisi masyarakat nelayan didaerah ini memang perlu diperhatikan mengingat sebagian besar masyarakat menggantungkan hidupnya dari penghasilan laut. Keterbatasan biaya maupun kondisi yang ada didaerah ini terkadang kurang memadai misalnya alat pancing yang masih tradisional, perahu tangkap yang belum dilengkapi dengan fasilitas yang modern, bahkan tidak memiliki rumpon yang pada dasarnya sangat membantu kegiatan penangkapan (Chorneles, 2013).

### **Konsep Pembangunan**

Menurut Arsyad (1997:114) saat ini tidak ada suatu teori pun yang mampu untuk menjelaskan pembangunan ekonomi daerah secara komprehensif. Tingkat hidup dan mutu kehidupan yang rendah, seakan-akan terbelenggu dalam keadaan terkekang dan daya beli yang rendah menjadi kendala terhadap kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dasar yang mencakup pangan, sandang, pemukiman, kesehatan, dan pendidikan (Djojohadikusumo, 1994:16).

Proses pembangunan sebenarnya merupakan suatu perubahan sosial budaya. Pembangunan supaya menjadi suatu proses yang dapat bergerak maju atas kekuatan sendiri (*self sustaining proces*) tergantung kepada manusia dan struktur sosialnya (Bintoro dan Mustopadidjaya, 1986:1). Dengan adanya pembangunan ekonomi maka output atau kekayaan suatu masyarakat atau perekonomian akan bertambah.

Pembangunan ekonomi dapat memberikan manusia kemampuan yang lebih besar untuk menguasai alam sekitarnya dan mempertinggi tingkat kebebasannya dalam mengadakan suatu tindakan tertentu (Irawan dan M. Suparmoko, 2002:8-9). Pembangunan ekonomi perlu dilakukan demi kehidupan manusia yang layak, salah satunya dengan meningkatkan pendapatan masyarakat.

### **Teori Investasi**

Investasi atau penanaman modal merupakan kegiatan menanamkan dana yang bersumber dari masyarakat atau pemerintah untuk digunakan dalam menjalankan kegiatan bisnis atau mengadakan alat-alat atau fasilitas produksi seperti membeli lahan, membuka pabrik-pabrik, mendatangkan mesin-mesin, membeli bahan baku, dan sebagainya. Penanaman modal yang bersumber dari masyarakat dapat berupa investasi swasta ataupun investasi dari pihak asing, sementara penanaman modal yang bersumber dari pemerintah dinamakan belanja modal. Pendekatan pembangunan ekonomi yang menekankan pada pentingnya proses pembentukan modal atau investasi merupakan pendekatan paling berpengaruh selama ini.

Tumbuhnya perekonomian berpengaruh pada hubungan antar industri, hubungan industri dengan masyarakat semakin kompleks, sehingga peranan pemerintah menjadi sangat penting, karena pemerintah harus mengatur hubungan yang timbul dalam masyarakat, hukum, pendidikan, rekreasi, kebudayaan, dan sebagainya. Menurut Mangkoesobroto (1997:2) dalam Hendarni (2012) disebutkan peranan pemerintah sangat penting di dalam menstabilkan perekonomian negara dikarenakan pihak swasta tidak dapat mengatasi masalah perekonomian dan tidak mungkin diserahkan sepenuhnya kepada sektor swasta.

### **Konsep Modal**

Modal merupakan salah satu faktor pendukung dalam menjalankan sebuah usaha. Peran modal sangat berpengaruh terhadap perkembangan suatu usaha. Menurut Purwanti (2012) modal yang dibutuhkan dalam menjalankan bisnis yaitu; tekad, pengalaman, keberanian, pengetahuan, *net working*, serta modal uang, namun pada umumnya orang mulai terhambat memulai usaha karena sulit dalam memperoleh modal uang. Pengertian modal usaha menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dalam Nugraha (2011:9) “modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang, dan sebagainya; harta benda (uang, barang, dan sebagainya) yang dapat

dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan”. Modal dalam pengertian ini dapat diinterpretasikan sebagai sejumlah uang yang digunakan dalam menjalankan kegiatan-kegiatan bisnis.

Modal usaha mutlak diperlukan untuk melakukan kegiatan usaha, oleh karena itu diperlukan sejumlah dana sebagai dasar ukuran finansial atas usaha yang digalakan. Sumber modal usaha dapat diperoleh dari modal sendiri, bantuan pemerintah, lembaga keuangan baik bank dan lembaga keuangan non bank. Modal adalah faktor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan. Besar kecilnya modal akan mempengaruhi perkembangan usaha dalam pencapaian pendapatan.

### **Teori Kesejahteraan**

Tingkat kepuasan dan kesejahteraan adalah dua pengertian yang saling berkaitan. Tingkat kepuasan merujuk pada individu atau kelompok, sedangkan tingkat kesejahteraan mengacu pada komunitas atau masyarakat luas. Tingkat kesejahteraan meliputi pangan, pendidikan, kesehatan, kadang juga dikaitkan dengan kesempatan kerja, perlindungan hari tua, keterbebasan dari kemiskinan dan sebagainya. Kesejahteraan merupakan representasi yang bersifat kompleks karena multidimensi, mempunyai keterkaitan antar dimensi dan ada dimensi yang direpresentasikan. Perumusan tentang batasan antara substansi kesejahteraan dan representasi kesejahteraan ditentukan oleh perkembangan praktik kebijakan yang dipengaruhi oleh ideologi dan kinerja negara yang tidak lepas dari pengaruh dinamika pada tingkat global.

Teori kesejahteraan masyarakat pada dasarnya dibedakan menjadi dua (Albert dan Robin, 1999), yaitu: teori kesejahteraan sosial dan teori kesejahteraan ekonomi. Teori kesejahteraan sosial dapat digolongkan menjadi *classical utilitarian*, *neoclassical welfare theory*, dan *new contractarian approach*. Pendekatan *classical utilitarian* menekankan pada kesenangan (*pleasure*) atau kepuasan (*utility*). Tingkat kesenangan berbeda yang dirasakan oleh individu yang sama dapat dibandingkan secara kuantitatif. Prinsip bagi individu adalah meningkatkan sebanyak mungkin tingkat kesejahteraannya.

### **Konsep Pendapatan**

Pendapatan (*income*) adalah total penerimaan seseorang atau suatu rumah tangga selama periode

tertentu. Ada tiga sumber penerimaan rumah tangga yaitu ; pertama pendapatan dari gaji dan upah, yang merupakan balas jasa dari kesediaan menjadi tenaga kerja. Besar gaji seseorang secara teoritis tergantung dari produktivitasnya. Beberapa faktor yang mempengaruhi produktivitas yaitu; keahlian (*skill*) yakni kemampuan teknis yang dimiliki seseorang untuk mampu menangani pekerjaan yang dipercayakan. Makin tinggi jabatan seseorang, keahlian yang dibutuhkan semakin tinggi, karena itu gaji atau upahnya makin tinggi. Mutu modal manusia (*human capital*) adalah kapasitas pengetahuan, keahlian dan kemampuan yang dimiliki seseorang, baik karena bakat bawaan (*inborn*) maupun hasil pendidikan dan penelitian. Kondisi kerja (*working condition*) yaitu lingkungan dimana seseorang bekerja, penuh resiko atau tidak, kondisi kerja dianggap makin berat. Bila resiko kegagalan atau kecelakaan makin tinggi, maka upah atau gaji makin besar.

Kedua pendapatan dari asset produktif adalah asset yang memberikan pemasukan atas balas jasa penggunaannya. Ada dua kelompok asset produktif pertama, asset finansial (*financial asset*) seperti deposito yang menghasilkan pendapatan bunga, saham yang menghasilkan deviden dan keuntungan atas modal (*capital gain*) bila diperjual belikan. Kedua, asset bukan finansial seperti rumah yang memberikan penghasilan sewa. Ketiga pendapatan dari pemerintah atau penerimaan transfer (*transfer payment*) adalah pendapatan yang diterima bukan sebagai balas jasa input yang diberikan tetapi transfer yang diberikan oleh pemerintah. Dilihat dari sisi produsen, pendapatan berarti jumlah penghasilan yang diperoleh dari menjual barang hasil produksinya atau dengan kata lain menghargakan produksi dengan suatu harga pasar tertentu (Gunawan dan Lanang, 1994) dalam Arliman (2013).

### **Konsep Efektivitas**

Istilah efektivitas berasal dari kata efektif yang mengandung pengertian dicapainya keberhasilan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Efektivitas selalu terkait dengan hubungan antara hasil yang sesungguhnya dicapai (Wambrau, 2013). Pada dasarnya pengertian efektivitas yang umum menunjukkan pada taraf tercapainya hasil, sering atau senantiasa dikaitkan dengan pengertian efisien, meskipun terdapat perbedaan diantara keduanya. Efektivitas menekankan pada hasil yang dicapai, sedangkan efisiensi lebih melihat bagaimana cara mencapai hasil yang dicapai dengan membandingkan



antara *input* dan *output*nya. Istilah efektif dan efisien merupakan dua istilah yang saling berkaitan dan patut dihayati dalam mencapai tujuan suatu organisasi atau program.

Dengan mengukur efektivitas suatu program, dapat dinilai keberhasilan dari program tersebut dalam pencapaian tujuannya. Namun pengertian tentang efektivitas itu sendiri dapat dilihat dari beberapa perspektif para ahli berikut ini. Menurut Bernard (1973), efektivitas adalah pencapaian sasaran yang telah disepakati atas usaha bersama. Efektivitas merupakan perbandingan antara output dan input (Sudharsono, 1994). Dalam menentukan tingkat efektivitas bantuan subsidi langsung tunai, dipergunakan kriteria efektivitas dari Litbang Departemen Dalam Negeri (1991) dalam Astriyani (2012).

### **Konsep Pemberdayaan**

Pemberdayaan diletakkan pada kekuatan tingkat individu dan sosial. Pemberdayaan masyarakat sebenarnya mengacu pada kata "*empowerment*" yaitu sebagai upaya untuk mengaktualisasikan potensi yang sudah dimiliki oleh masyarakat. Pendekatan pemberdayaan masyarakat yang demikian tentunya diharapkan memberikan peranan kepada individu bukan sebagai obyek, tetapi sebagai pelaku (aktor) yang menentukan hidup mereka (Stanis, 2005). Pemberdayaan diartikan sebagai pemahaman secara psikologis pengaruh kontrol individu terhadap keadaan sosial, kekuatan politik, dan hak-haknya menurut undang-undang (Hikmat, 2006:240).

Menurut McArdle (1989) pemberdayaan merupakan suatu proses pengambilan keputusan oleh orang-orang yang secara konsekwen melaksanakan keputusan tersebut. Orang-orang yang telah mencapai tujuan kolektif akan diberdayakan melalui kemandiriannya, bahkan merupakan keharusan untuk lebih diberdayakan melalui usaha mereka sendiri dan akumulasi pengetahuan, keterampilan serta sumber lainnya dalam rangka mencapai tujuan mereka tanpa bergantung pada pertolongan dari hubungan eksternal. Pemberdayaan umumnya merujuk pada kemampuan orang, khususnya kelompok rentan dan lemah sehingga mereka memiliki kekuatan atau kemampuan dalam (a) memenuhi kebutuhan dasarnya sehingga mereka memiliki kebebasan (*freedom*), dalam arti bukan saja bebas dalam mengemukakan pendapat, melainkan bebas dari kelaparan, bebas dari kebodohan, dan bebas dari kesakitan; (b) menjangkau sumber-sumber produktif yang memungkinkan mereka dapat

meningkatkan kesejahteraan melalui peningkatan pendapatan dan memperoleh barang-barang dan jasa-jasa yang mereka perlukan; dan (c) berpartisipasi dalam proses pembangunan dan keputusan-keputusan yang mempengaruhi mereka (Suharto, 2005;114).

Pemberdayaan adalah sebuah proses dan tujuan. Sebagai proses, pemberdayaan adalah serangkaian kegiatan untuk memperkuat kekuasaan atau keberdayaan kelompok lemah dalam masyarakat, termasuk individu-individu yang mengalami masalah kemiskinan. Sebagai tujuan, maka pemberdayaan merujuk pada keadaan atau hasil yang ingin dicapai oleh sebuah perubahan sosial; yaitu masyarakat yang berdaya, memiliki kekuasaan atau mempunyai pengetahuan dan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya baik yang bersifat fisik, ekonomi maupun sosial seperti memiliki kepercayaan diri, mampu menyampaikan aspirasi, mempunyai mata pencaharian, berpartisipasi dalam kegiatan sosial, dan mandiri dalam melaksanakan tugas-tugas kehidupannya.

### **Konsep Masyarakat Nelayan**

Kata masyarakat berasal dari bahasa Arab yaitu kata *syaraka* yang berarti ikut serta atau berperan serta, saling bergaul, berinteraksi. Dalam istilah bahasa Inggris, masyarakat dikenal dengan *society* (berasal dari kata latin, *socius* yang berarti kawan). Koentjaraningrat (1996:119) mendefinisikan masyarakat sebagai kumpulan manusia yang saling berinteraksi satu sama lain. Menurut Sadly (1980:31), masyarakat dipahami sebagai suatu golongan besar atau kecil yang terdiri dari beberapa manusia yang dengan atau karena sendirinya bertalian secara golongan dan pengaruh mempengaruhi satu sama lain. Sejalan dengan beberapa pendapat tersebut, masyarakat dipahami sebagai kelompok manusia yang saling berinteraksi yang memiliki prasarana untuk kegiatan tersebut dan adanya saling keterikatan untuk mencapai tujuan bersama.

Nelayan menurut Undang-Undang No. 9 Tahun 1985 tentang Perikanan adalah orang yang mata pencahariannya melakukan penangkapan ikan, sedangkan nelayan kecil merupakan orang yang mata pencahariannya melakukan penangkapan ikan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari yang menggunakan kapal perikanan berukuran paling besar lima gross ton (5GT). Batasan ini mengindikasikan bahwa kehidupan nelayan tergantung langsung pada hasil laut (Helmi, 2012) dan menjadikan nelayan

sebagai komponen utama konstruksi masyarakat maritim Indonesia (Kusnadi, 2009).

### **Alasan Pemberdayaan Nelayan**

Secara teoritik pemberdayaan (*empowerment*) dapat diartikan sebagai upaya untuk menguatkan masyarakat dengan cara memberikan motivasi dan dorongan kepada masyarakat agar menggali potensi dirinya dan berani bertindak untuk memperbaiki kualitas hidupnya. Salah satu cara untuk memperbaiki kualitas hidupnya diantaranya adalah melibatkan mereka untuk berpartisipasi aktif dalam pengelolaan lahan pesisir. Partisipasi ini tidak hanya sekedar mendukung program-program pemerintah, tetapi sebagai kerjasama antara masyarakat dan pemerintah dalam merencanakan, melaksanakan, melestarikan dan mengembangkan program-program pembangunan, khususnya di lahan wilayah pesisir.

Atas dasar uraian di atas, pemberdayaan masyarakat nelayan sangat diperlukan. Pemberdayaan masyarakat nelayan diartikan sebagai usaha-usaha sadar yang bersifat terencana, sistematis, dan berkesinambungan untuk membangun kemandirian sosial, ekonomi dan politik masyarakat nelayan dengan mengelola potensi sumberdaya yang mereka miliki untuk mencapai kesejahteraan sosial yang bersifat berkelanjutan. Kemandirian masyarakat sangat diperlukan untuk meningkatkan posisi tawar (*bargaining position*) mereka dalam pembangunan kawasan dan pemanfaatan sumberdaya lingkungan. Dengan demikian, diharapkan pada masa mendatang masyarakat nelayan menjadi subyek pembangunan di daerahnya dan kawasan pesisir memiliki perkembangan ekonomi yang dinamis.

Program pemberdayaan harus bisa mendorong terciptanya mobilitas vertikal masyarakat nelayan (Satria, 2001:153). Kemandirian masyarakat nelayan merupakan tahapan yang sangat menentukan keberhasilan pemberdayaan secara berkelanjutan. Tanpa kemandirian akan sulit dicapai kesejahteraan sosial. Unsur-unsur kemandirian masyarakat tersebut ditentukan oleh kemampuan ekonomi yang dimiliki, kapasitas politik pembangunan, dan memegang teguh prinsip-prinsip sosial yang diyakini bisa menciptakan tata kehidupan yang lebih baik (Kusnadi, 2009:77).

### **Strategi Pemberdayaan Nelayan**

Dalam *position paper* pemberdayaan masyarakat pesisir Departemen Kelautan dan Perikanan disebutkan, bahwa berdasarkan karakteristik masyarakat pesisir (nelayan) dan cakupan

pemberdayaan, maka perlu dilakukan pemberdayaan nelayan bersifat komprehensif. Khusus pembangunan di kawasan pesisir dan umumnya pembangunan perikanan serta kelautan, masalah kualitas sumber daya manusia (SDM) dan lingkungan sepatutnya mendapatkan perlakuan yang khusus, karena seperti yang diketahui masyarakat pesisir memiliki pendidikan dan kesehatan yang tergolong masih rendah, oleh karena itu dalam investasi SDM masyarakat pesisir sudah sepatutnya mempertimbangkan kedua hal tersebut.

Sasaran pemberdayaan masyarakat pesisir, khususnya nelayan diformulasikan sebagai berikut: (1) menciptakan lapangan kerja alternatif sebagai sumber pendapatan lain bagi keluarga, (2) mendekatkan masyarakat dengan sumber modal dengan penekanan pada penciptaan mekanisme mendanai diri sendiri (*self financing mechanism*), (3) mendekatkan masyarakat dengan sumber teknologi baru yang lebih berhasil dan berdaya guna, (4) mendekatkan masyarakat dengan pasar; serta (5) membangun solidaritas serta aksi kolektif di tengah masyarakat. Kelima pendekatan ini dilaksanakan dengan memperhatikan secara sungguh-sungguh aspirasi, keinginan, kebutuhan, pendapatan, dan potensi sumberdaya yang dimiliki masyarakat nelayan (Nikijuluw, 2012:254).

### **Program Pengembangan Usaha Mina Perdesaan (PUMP)**

PUMP adalah konsepsi pembangunan ekonomi kelautan dan perikanan yang berbasis kawasan berdasarkan prinsip-prinsip terintegrasi, efisiensi, berkualitas dan percepatan. Program PUMP dicirikan dengan kawasan perikanan yang tumbuh dan berkembang karena berjalannya sistem dan usaha minabisnis yang diharapkan dapat melayani dan mendorong kegiatan-kegiatan pembangunan perikanan (minabisnis). Sesuai dengan Keputusan Direktorat Jenderal Perikanan Tangkap Nomor 15 Tahun 2011, Pengembangan Usaha Mina Perdesaan yang selanjutnya disebut PUMP adalah bagian dari pelaksanaan Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri melalui bantuan modal usaha dalam menumbuhkan kembangkan usaha perikanan tangkap sesuai dengan potensi sumber daya ikan.

Program PUMP merupakan salah satu upaya dalam pemberdayaan masyarakat pesisir. Tulisan ini didukung oleh penelitian David, dkk (2013) yang mengkaji penerapan hukum dan perundang-undangan menurut Peraturan Menteri Kelautan dan Perikanan

No.Per.12/Men/2008 tentang bantuan langsung masyarakat kelautan dan perikanan di Kota Manado. Penelitian yang dilakukan memberikan manfaat bagi pemerintah untuk mengevaluasi lebih lanjut sasaran Program PUMP agar tepat sasaran sehingga penerapan hukum dan perundang-undangan tentang bantuan sosial pemberdayaan masyarakat pesisir dan pembudidayaan ikan di Kota Manado berjalan sebagaimana yang diharapkan.

Teknik analisis data yang di gunakan adalah analisis efektivitas yang bertujuan untuk mengetahui efektif atau tidaknya jalannya program PUMP dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat nelayan, analisis deskriptif untuk melihat persepsi responden dengan variabel, analisis uji beda dengan metode *Wilcoxon* untuk mengamati hasil pengamatan dari sebelum dan sesudah program PUMP dijalankan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat nelayan yang masuk dalam KUBE (Kelompok Usaha Bersama) di Desa Kusamba yang berjumlah total 238 orang. Sampel yang diambil dalam penelitian yaitu sebanyak 150 nelayan. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan pendekatan Slovin (1990) seperti yang diungkapkan

dalam Rahyuda, dkk (2004 : 45).

Teknik pengukuran variabel yang akan dianalisis dalam penelitian ini meliputi : (1) Variabel Input terdiri atas indikator sosialisasi program, ketepatan waktu pemberian bantuan, ketepatan bantuan dengan kebutuhan dan tujuan PUMP. (2) Variabel Proses terdiri atas indikator kecepatan respon petugas dalam keluhan/ menghadapi kendala, pemantauan program, evaluasi, pemanfaatan BLM, monitoring dan sanksi tegas melanggar aturan. (3) Variabel Output yang terdiri atas indikator peningkatan pendapatan dan peningkatan kesempatan kerja.

### Hasil dan Pembahasan

#### 1) Efektivitas variabel input

Efektivitas variabel input Program PUMP melalui KUBE di Desa Kusamba Kabupaten Klungkung berdasarkan indikator sosialisasi program, pemberian BLM tepat waktu, program sudah berjalan sesuai kebutuhan dan mengetahui tujuan program. Distribusi frekuensi jawaban 150 responden dari masing-masing indikator variabel input efektivitas Program PUMP di Desa Kusamba Kabupaten Klungkung, dapat dilihat pada Tabel 2.

**Tabel 2 Efektivitas program PUMP Indikator Variabel Input**

No	Pernyataan	Tidak Setuju		Kurang Setuju		Cukup Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Rata-rata
		Org	%	Org	%	Org	%	Org	%	Org	%	
1	Sosialisasi	14	9,3	17	11,3	62	41,3	33	22	24	16	3,24
2	BLM sudah tepat waktu	8	5,3	23	15,3	66	44	30	20	23	15,3	3,25
3	Program PUMP sesuai kebutuhan	7	4,7	22	14,7	61	40,7	27	18	33	22	3,38
4	Mengetahui tujuan Program	0	0	19	12,7	75	50	34	22,7	22	14,7	3,39
	Total rata-rata											3,31

Sumber : data diolah, 2017

Frekuensi jawaban responden dari masing-masing indikator variabel input :

(1) Sosialisasi program PUMP dari petugas sudah dilaksanakan dengan baik

Pemberian BLM dari adanya pelaksanaan program PUMP memerlukan adanya sosialisasi dari

petugas yang terkait. Sebelum diberikannya bantuan, anggota KUBE diberikan sosialisasi yang meliputi penjelasan yang diberikan oleh petugas mengenai pengertian, tujuan dan manfaat yang ingin di dapat dari adanya program PUMP ini. Dari Tabel 2 dapat diketahui bahwa mayoritas responden mengatakan cukup setuju yaitu sebanyak 62 orang (41,3%).

Mereka berpendapat bahwa sosialisasi program sudah berjalan dengan baik hanya saja petugas datang tiga bulan sekali dan sedikit kurang memahami yang dijelaskan petugas karena banyak anggota yang pendidikannya rendah. Responden sebanyak 14 orang (9,3%) menjawab tidak setuju dengan pernyataan sosialisasi program PUMP dari petugas sudah dilaksanakan dengan baik. Responden berpendapat bahwa kurangnya komunikasi antar ketua KUBE yang menyebabkan pada saat sosialisasi tidak bisa hadir dan petugas melakukan sosialisasi tiga bulan sekali bahkan 5 bulan sekali. Responden yang menjawab setuju sebanyak 33 orang (22%), dimana mereka berpendapat bahwa sosialisasi sudah berjalan dengan baik dan dari sosialisasi tersebut mereka dapat menjalankan program dengan baik dari tahun ke tahun.

(2) Pemberian dana BLM sudah tepat waktu

Dana BLM untuk program PUMP diharapkan diberikan tepat waktu. Dana tersebut akan digunakan para nelayan yang masuk dalam KUBE di Desa Kusamba sebagai modal untuk melaksanakan aktifitas memancing para nelayan agar kebutuhan hidup dapat tercukupi. Pemberian bantuan BLM apabila tidak tepat waktu, maka pendapatan nelayan akan tidak stabil. Mayoritas responden menyatakan cukup setuju yaitu sebanyak 66 orang (44%), mereka berpendapat bahwa pada saat awal berjalannya program PUMP dana bantuan selalu tepat waktu tetapi setelah bertahun-tahun dijalankan dana tersebut sangat susah untuk dicairkan karena mulai tahun 2017, program PUMP harus sudah berbadan hukum sehingga untuk mencairkan dana BLM membutuhkan waktu yang sangat lama dan harus bersedia membayar pajak. Responden sebanyak 30 orang (20%) menyatakan setuju, serta responden sebanyak 8 orang (5,3%) menyatakan tidak setuju dimana mereka berpendapat bahwa pendapatan mereka tidak bertambah setelah adanya bantuan dana BLM, responden sebanyak 23 orang (15,3%) yang menyatakan kurang setuju dan sangat setuju.

(3) Program PUMP yang sedang berjalan sesuai dengan kebutuhan

Program PUMP untuk para nelayan yang masuk dalam anggota KUBE diharapkan dapat sesuai dengan kebutuhan agar dapat mensejahterakan masyarakat nelayan yang masuk anggota KUBE. Responden mayoritas menjawab cukup setuju yaitu sebanyak 61 orang (40,7%). Responden berpendapat program

PUMP yang mereka ikuti sesuai dengan kebutuhan nelayan. Responden sebanyak 33 orang (22%) menyatakan sangat setuju. Mereka berpendapat dari adanya program PUMP kebutuhan mereka tidak kekurangan dan sangat berjalan sesuai kebutuhan sehari-hari. Responden yang menyatakan setuju sebanyak 27 orang (18%) mereka berpendapat bahwa program PUMP dapat meningkatkan kebutuhan hidupnya dengan sangat cukup. Responden sebanyak 22 orang (14,7%) menyatakan kurang setuju dan sebanyak 7 orang (4,7%) menyatakan tidak setuju. Mereka berpendapat karena sulitnya administrasi saat pencairan dana BLM menyebabkan program PUMP menurut mereka tidak sesuai dengan kebutuhannya.

(4) Nelayan mengetahui tujuan Program PUMP

Nelayan yang masuk dalam anggota KUBE diharapkan mengetahui tujuan dari adanya program tersebut. Jika tidak mengetahui, maka program PUMP sangat sulit untuk dijalankan serta KUBE tidak akan berkembang. Responden mayoritas menyatakan cukup setuju sebanyak 75 orang (50%), mereka mengetahui tujuan program PUMP dan berharap banyak dengan adanya PUMP dapat meningkatkan pendapatan mereka. Responden sebanyak 34 orang (22,7%) menyatakan setuju, sedangkan responden sebanyak 22 orang (14,7%) menyatakan sangat setuju. Responden berpendapat bahwa sangat tahu tujuan dari program PUMP dan berusaha mengembangkan KUBEnya agar dapat mensejahterakan kelompok dan keluarga kelompok tersebut. Responden sebanyak 19 orang (12,7%) menyatakan kurang setuju. Responden yang menyatakan kurang setuju dengan alasan karena faktor usia sehingga membuat mereka cepat lupa akan segala hal. Menurut pendapat responden tersebut program PUMP hanya untuk mencari keuntungan saja bahkan tidak tahu tujuan dari program PUMP yang sebenarnya. Mereka hanya menjalankan pekerjaan menangkap ikan dan menikmati hasil yang diperoleh.

Berdasarkan data pada Tabel 2, maka efektivitas pelaksanaan program PUMP dari variabel input :

$$Efektivitas\ program = \frac{Realisasi}{Target} \times 100\%$$

$$Efektivitas\ program = \frac{3,31}{4} \times 100\% = 82,87\% \approx Cukup\ Efektif$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, dapat dilihat bahwa tingkat efektivitas pelaksanaan program PUMP ditinjau dari variabel input adalah sebesar

82,87% berada pada interval 80%-90%. Hal ini berarti tingkat efektivitas variabel input dalam kategori cukup efektif.

Menurut I Ketut Wija yang merupakan anggota KUBE Putra Taman yang diwawancarai pada tanggal 7 Agustus 2017 :

“Masyarakat nelayan sangat membutuhkan bantuan dari adanya program PUMP. Bantuan yang diterima sangat bermanfaat untuk nelayan. Masyarakat nelayan berharap program pemberdayaan ini terus dijalankan, agar kehidupan para nelayan menjadi lebih baik.”

Menurut I Wayan Daub yang merupakan anggota KUBE Segara I yang diwawancarai pada tanggal 11 Maret 2017 :

“Anggota KUBE sangat mengetahui informasi

tentang program PUMP. Para nelayan sangat mengetahui sejarah dibentuknya PUMP hingga tujuan dari program PUMP tersebut. Anggota KUBE sangat antusias menghadiri sosialisasi dan selalu hadir jika petugas dari dinas perikanan melakukan monitoring.

## 2) Efektivitas variabel proses

Efektivitas variabel proses program PUMP melalui KUBE di Desa Kusamba Kabupaten Klungkung berdasarkan indikator kecepatan respon petugas terhadap keluhan, pemantauan program, evaluasi, monitoring, pemanfaatan dana BLM, sanksi tegas melanggar aturan. Distribusi frekuensi jawaban 150 responden dari masing-masing indikator variabel proses efektivitas Program PUMP di Desa Kusamba Kabupaten Klungkung, dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3 Efektivitas program PUMP Indikator Variabel Proses

	Daftar Pernyataan	Tidak Setuju		Kurang Setuju		Cukup Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Rata-rata
		Org	%	Org	%	Org	%	org	%	Org	%	
1	Kecepatan respon petugas terhadap keluhan atau kendala sudah berjalan dengan baik	22	14,7	37	24,7	28	18,7	63	42	0	0	2,88
2	Petugas sudah memberi informasi dan memantau program PUMP	23	15,3	29	19,3	24	16	69	46	5	3,3	3,03
3	Pelaksanaan program PUMP telah dievaluasi petugas dengan baik	20	13,3	28	18,7	25	16,7	73	48,7	4	2,7	3,09
4	Dana BLM telah dimanfaatkan dengan baik untuk program PUMP pada KUBE nelayan	20	13,3	30	20	23	15,3	77	51,3	0	0	3,05
5	Ditakukan monitoring dan evaluasi sebulan sekali	0	0	20	13,3	30	20	77	51,3	23	15,3	3,69
6	Mengetahui sanksi tegas yang diterima apabila tidak menggunakan dana BLM sesuai tujuan PUMP	19	12,7	16	10,7	30	20	54	36	31	20,7	3,41
	Total Rata-rata											3,19

Sumber : data diolah, 2017



Frekuensi jawaban responden dari masing-masing indikator variabel proses dapat dijelaskan sebagai berikut :

(1) Kecepatan respon petugas terhadap keluhan atau kendala sudah berjalan dengan baik

Apabila di dalam program PUMP yang saat ini dijalankan memiliki kendala serta keluhan maka petugas wajib untuk merespon serta membantu para KUBE dalam menghadapi suatu permasalahan yang terdapat dalam program PUMP. Pada Tabel 3, menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju yaitu sebanyak 63 orang (42%). Responden mengatakan petugas memiliki kecepatan respon atas keluhan/kendala yang dialami oleh nelayan terlebih operasional KUBE saat ini harus berbadan hukum. Namun, responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 37 orang (24,7%). Responden berpendapat bahwa pada saat mencairkan dana BLM sempat memiliki kendala dan petugas sangat lambat merespon permasalahan tersebut. Responden sebanyak 28 orang (18,7%) menyatakan cukup setuju, dengan alasan petugas kadang-kadang cepat mengatasi keluhan nelayan namun tak jarang petugas susah untuk diajak berkoordinasi. Sedangkan responden sebanyak 22 orang (14,7%) menyatakan tidak setuju, mereka berpendapat bahwa pada saat sosialisasi petugas datang lima bulan sekali sehingga mereka susah melakukan koordinasi dengan petugas ketika ada kendala di lapangan.

(2) Petugas sudah memberi informasi dan memantau program PUMP

Petugas wajib memantau kegiatan yang dilaksanakan nelayan yang masuk dalam anggota KUBE agar kegiatan tersebut dapat berjalan dengan baik melalui informasi yang didapat dan selalu mendata kegiatan yang sedang dilaksanakan tersebut. Responden yang menjawab setuju sebanyak 69 orang (46%), dimana responden berpendapat bahwa petugas sudah memberi informasi yang jelas mengenai program PUMP serta petugas telah memantau jalannya kegiatan dan selalu mendata setiap bulannya. Sedangkan responden sebanyak 29 orang (19,3%) menyatakan kurang setuju, pendapat responden mereka tidak pernah melihat petugas sedang memantau ke nelayan yang berada di Desa Kusamba. Responden sebanyak 23 orang (15,3%) menyatakan tidak setuju, mereka berpendapat petugas kurang memberikan pengarahan dan responden sebanyak 24 orang (16%) sebanyak cukup setuju.

(3) Pelaksanaan program PUMP telah dievaluasi petugas dengan baik

Pelaksanaan program PUMP telah dievaluasi dengan baik bertujuan untuk meningkatkan kualitas program di masa yang akan datang. Responden yang menjawab setuju berjumlah 73 orang (48,7%), responden berpendapat petugas telah melakukan evaluasi pelaksanaan program PUMP dengan baik. Responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 28 orang (18,7%), mereka berpendapat petugas kurang melakukan evaluasi kepada nelayan dan kurang komunikatifnya petugas dengan nelayan. Responden yang menjawab cukup setuju berjumlah 25 orang (16,7%), dimana mereka berpendapat bahwa petugas dapat mengevaluasi jalannya program ke arah yang lebih baik.

(4) Dana BLM telah dimanfaatkan dengan baik untuk program PUMP pada KUBE Nelayan

Bantuan dana BLM wajib dimanfaatkan dengan baik, karena jika pemanfaatan dana BLM tidak sesuai aturan dan tidak dapat diolah dengan baik maka program PUMP tidak akan dapat berjalan lancar. Responden yang menjawab setuju sebanyak 77 orang (51,3%), mereka berpendapat dengan diperolehnya dana BLM membantu nelayan untuk mengembangkan usahanya sehingga dapat meningkatkan hasil tangkapan ikan. Responden yang menjawab kurang setuju sebagian besar dari KUBE Nur Bahari yang termasuk KUBE jarang aktif, yaitu sebanyak 30 orang (20%). Karena KUBE tersebut sebagian besar anggotanya telah memiliki pekerjaan masing-masing dan jarang melakukan kegiatan sebagai nelayan. Dana BLM tumpang tindih karena tidak dapat dimanfaatkan dengan baik. Responden sebanyak 23 orang (15,3%) menyatakan cukup setuju dengan adanya dana BLM para nelayan dapat memanfaatkan dana tersebut untuk memperbaiki maupun meningkatkan peralatan tangkap ikan agar memperoleh hasil tangkap sesuai harapan nelayan.

(5) Dilakukan monitoring dan evaluasi sebulan sekali

Petugas melakukan monitoring serta evaluasi sebulan sekali untuk mencegah hal yang tidak diinginkan terjadi pada saat berjalannya program PUMP. Responden yang menjawab setuju sebanyak 77 orang (51,3%), berpendapat bahwa melihat petugas melakukan pengecekan sebulan sekali. Responden yang menjawab cukup setuju sebanyak 30 orang

(20%), mereka berpendapat bahwa monitoring dilakukan petugas sebulan sekali dan responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah 23 orang (15,3%). Responden berpendapat bahwa petugas telah melakukan monitoring sebulan sekali dan melihat jalannya program PUMP. Responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 20 orang (13,3%) yang berpendapat bahwa petugas melakukan monitoring sebulan sekali hanya saja tidak semua KUBE yang diberikan monitoring.

(6) Mengetahui sanksi tegas yang diterima apabila tidak menggunakan dana BLM sesuai tujuan PUMP

Dalam hal ini apakah nelayan mengetahui sanksi tegas yang didapat jika tidak menggunakan dana BLM dengan baik untuk program PUMP. Sanksi tegas yang didapat seperti akan diberi saran yang baik jika melewati batas akan terkena *blacklist* dari data seluruh program PUMP. Responden yang menyatakan setuju sebanyak 54 orang (36%), dan responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 31 orang (20,7%). Responden tersebut mengetahui sanksi yang akan diterima apabila dana BLM tidak digunakan sesuai dengan tujuan PUMP. Responden sebanyak 30 orang (20%) menyatakan cukup setuju, sebanyak 19 orang (12,7%) responden menyatakan tidak setuju dan 16 orang (10,7%) responden yang menyatakan kurang setuju. Responden ini merupakan nelayan dari KUBE Nur Bahari yang kurang aktif dalam pelaksanaan BLM sehingga mereka tidak mengetahui perihal dikenakannya sanksi apabila dana BLM mereka gunakan tidak sesuai dengan program PUMP.

Berdasarkan data pada Tabel 3, maka efektivitas pelaksanaan program PUMP dari variabel proses :

$$\text{Efektivitas program} = \frac{\text{Realisasi}}{\text{Target}} \times 100\%$$

$$\text{Efektivitas program} = \frac{3,19}{6} \times 100\% = 53,19\% \approx \text{Tidak efektif}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, dapat dilihat bahwa tingkat efektivitas pelaksanaan program PUMP ditinjau dari variabel proses adalah sebesar 53,19% persen berada pada interval kurang dari 60%. Hal ini berarti tingkat efektivitas variabel proses dalam kategori tidak efektif. Hasil perhitungan efektivitas

program tersebut, kontradiksi dengan jawaban responden dimana mayoritas responden menjawab setuju dari enam indikator proses yang ditanyakan. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa proses pelaksanaan program PUMP memerlukan pembenahan sehingga tercipta efektivitas.

Menurut Munafri yang merupakan ketua KUBE Nur Bahari yang diwawancarai pada tanggal 23 Juli 2017 :

“Kecepatan respon dari Dinas Kelautan dan Perikanan masih sangat kurang. Saya menghubungi petugas di Dinas setempat untuk mengetahui alur mencairkan dana bantuan tetapi hingga kini KUBE Nur Bahari menggunakan dana sendiri karena sulitnya mencairkan dana bantuan. Sebagian besar anggota di KUBE Nur Bahari menyelesaikan pekerjaan sebagai nelayan dan memilih bekerja sebagai buruh, pedagang dan seperti saya yang bekerja di pom bensin. Jika kami telah mendapat bantuan seperti dulu, maka KUBE Nur Bahari akan di jadikan prioritas utama lagi.”

Menurut I Dewa Gede Wira yang merupakan ketua KUBE Segara II yang diwawancarai pada tanggal 29 Juli 2017 :

“Kurang pemahannya masyarakat nelayan khususnya para ketua dan bendahara KUBE di seluruh Desa Kusamba untuk mencairkan dana bantuan dari pemerintah, karena pada saat ibu Susi Pudjiastuti menjadi Menteri Perikanan dan Kelautan Program PUMP telah resmi berbadan hukum. Dilihat dari tata cara mencairkan dana yang masih kurang dimengerti, hal ini dialami oleh nelayan ketika akan mencari surat dari Dinas Perikanan perihal pencairan dana serta nelayan kurang paham akan tata cara mencairkan dana KUBE, disebabkan oleh kurangnya monitoring oleh petugas Dinas Perikanan.”

### 3) Efektivitas variabel output

Efektivitas variabel output program PUMP melalui KUBE di Desa Kusamba Kabupaten Klungkung berdasarkan indikator pendapatan dan kesempatan kerja. Distribusi frekuensi jawaban 150 responden dari masing-masing indikator variabel output efektivitas Program PUMP di Desa Kusamba Kabupaten Klungkung, dapat dilihat pada Tabel 4.

**Tabel 4 Efektivitas program PUMP Variabel Output**

	Pernyataan	Tidak Setuju		K u r a n g Setuju		Cukup Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Rata- rata
		Org	%	Org	%	Org	%	Org	%	Org	%	
1	Peningkatan pendapatan	10	6,7	8	5,3	53	35,3	60	40	19	12,7	3,47
2	Peningkatan kesempatan kerja	3	2	20	13,3	53	35,3	64	42,7	10	6,7	3,39
	Total rata-rata											3,43

Sumber: data diolah, 2017

Frekuensi jawaban responden dari masing-masing indikator variabel output:

(1) Peningkatan pendapatan

Peningkatan pendapatan anggota KUBE nelayan terjadi setelah adanya program PUMP yang sedang berjalan. Bantuan dapat digunakan dengan baik jika mengetahui tujuan dari program PUMP maka pendapatan nelayan akan meningkat. Mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 60 orang (40%), 53 orang (35,3%) menyatakan cukup setuju dan 19 orang (12,7%) menyatakan sangat setuju. Hal ini memberi makna bahwa responden menyatakan dengan adanya program PUMP meningkatkan pendapatan nelayan, kebutuhan mereka sangat mencukupi dikarenakan pendapatan yang semakin meningkat. Sedangkan 10 orang responden (6,7%) menyatakan kurang setuju dan 10 orang (6,7%) menyatakan tidak setuju. Responden berpendapat bahwa pendapatan tetap tidak ada peningkatan. Karena kurangnya pengetahuan yang dimiliki anggota serta susahnya mengelola bantuan dari petugas.

(2) Program PUMP dapat meningkatkan kesempatan kerja baik menambah jam kerja atau usaha kerja

Di dalam menjalankan program PUMP terdapat penambahan jam kerja. Dimana program PUMP ini memiliki Kelompok Usaha Bersama yang dijalankan bersama sama. Saat menjalankan kegiatan dilaut maka ada penambahan jam kerja. Responden yang menjawab setuju sebanyak 64 orang (42,7%), cukup setuju sebanyak 53 orang (35,3%) dan 10 orang (6,7%) yang menyatakan sangat setuju. Responden menyatakan adanya penambahan jam kerja saat menjalankan kegiatan menangkap ikan dan meningkatkan

kesempatan kerja dengan adanya program PUMP. Hal ini dikarenakan modal yang diberikan seperti umpan yang bagus serta alat pancing yang modern membuat nelayan memiliki penambahan jam kerja.

Berdasarkan data pada Tabel 4, maka efektivitas pelaksanaan program PUMP dari variabel output dapat dihitung sebagai berikut :

$$Efektivitas\ program = \frac{Realisasi}{Target} \times 100\%$$

$$Efektivitas\ program = \frac{3,43}{2} \times 100\% = 171,5\% \approx Sangat\ efektif$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, dapat diketahui tingkat efektivitas pelaksanaan program PUMP ditinjau dari variabel output adalah sebesar 167% berada pada interval diatas 100%. Hal ini berarti tingkat efektivitas variabel output dalam katagori sangat efektif.

Menurut I Gusti Made Alit yang merupakan ketua KUBE Segara I yang diwawancarai pada tanggal 5 Agustus 2017 :

“Dana PUMP sebagian besar digunakan untuk modal melaut sehingga nelayan tidak bergantung pada pengambek. Pendapatan nelayan meningkat berkat adanya target produksi yang dimiliki masing-masing nelayan. Para nelayan biasanya selalu menargetkan hasil yang meningkat di tahun berikutnya.”

Menurut I Wayan Sugita merupakan anggota KUBE Segara I yang diwawancarai pada tanggal 15 September 2017 :

“Pendapatan setelah adanya program PUMP meningkat. Sebagian besar nelayan telah membuka usaha sendiri untuk keluarga. Kesempatan kerja juga meningkat setelah adanya program PUMP, saya

mendapatkan bantuan perahu mesin dan alat pancing yang modern yang membuat keinginan untuk terus bekerja. Kemudian dapat menambah peluang kerja bagi masyarakat yang ingin menjadi nelayan.”

Dampak Program PUMP melalui KUBE terhadap pendapatan dan kesempatan kerja

rumah tangga nelayan di Desa Kusamba Kabupaten Klungkung.

Uji Wilcoxon digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan pendapatan dan kesempatan kerja karena distribusi datanya tidak normal. Adapun hasil uji dapat dilihat pada Tabel 5.

**Tabel 5 Hasil Uji Wilcoxon**

	Pendapatan sesudah Pendapatan sebelum	Kesempatan kerja sesudah Kesempatan kerja sebelum
Z	-10,269	-10,175
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,000	0,000

Sumber: data diolah, 2017

Pada Tabel 5 dapat diketahui bahwa hasil uji pendapatan diperoleh  $t_{hitung}$  adalah -10,269 dengan *Asymp. Sig. (2-tailed)* = 0,000 < 0,05 maka  $H_0$  ditolak, berarti terjadi peningkatan pendapatan rumah tangga nelayan terhadap program PUMP di Desa Kusamba Kabupaten Klungkung sesudah mengikuti program. Hasil uji kesempatan kerja diperoleh  $t_{hitung}$  adalah -10,175 dengan *Asymp. Sig. (2-tailed)* = 0,000 < 0,05 maka  $H_0$  ditolak, berarti terjadi peningkatan kesempatan kerja rumah tangga nelayan terhadap program PUMP di Desa Kusamba Kabupaten Klungkung sesudah mengikuti program. Hasil ini mendukung hipotesis penelitian yang menyatakan program PUMP dapat meningkatkan pendapatan dan kesempatan kerja nelayan.

### **Kendala dalam Pengimplementasian Program PUMP**

Perkembangan program PUMP selama 6 tahun berjalan sudah mengupayakan peningkatan akses dan mutu masyarakat nelayan melalui bantuan modal ataupun perbaikan perahu, sehingga diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan mereka. Tetapi semua tergantung dari sikap anggota KUBE tersendiri, jika anggotanya ingin KUBEnya maju maka setiap bulan mereka rajin membayar iuran anggota, tetapi jika para

anggota tidak ingin KUBEnya berkembang maka iuran bulanannya macet. Kemudian faktor-faktor yang melandasi kendala dalam pengimplementasian program PUMP antara lain :

#### 1) Keterbatasan Kouta

Program PUMP dilaksanakan melalui Kelompok Usaha Bersama atau KUBE dengan mencari kelompok usaha, yang berisikan ketua, wakil, sekretaris, bendahara dan anggota. Pada saat ini untuk memasukkan anggota baru sangatlah sulit dikarenakan petugas sangat jarang bertugas dilapangan. Untuk mengesahkan masuknya anggota baru menjadi terhambat. Maka dari itu, banyak nelayan yang masih belum terdaftar kelompok usaha dan tidaknya mendapatkan bantuan. Menurut I Wayan Terima merupakan anggota KUBE Segara Nadi yang diwawancarai pada tanggal 11 September 2017 :

“Sangat susah memasukkan nelayan baru untuk menjadi anggota KUBE. Dimana setiap tahun masyarakat yang ingin menjadi nelayan dan ingin mendapatkan bantuan selalu bertambah. Dari permasalahan ini, saya berharap petugas dari Dinas Perikanan dan Kelautan memberi kemudahan untuk menambah kouta nelayan yang ingin masuk KUBE.”

#### 2) KUBE Sudah Berbadan Hukum

Sejak Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah yang mensyaratkan penerima bantuan wajib berbadan hukum, maka pada tahun 2014 program PUMP melalui KUBE disahkan telah berbadan hukum oleh Menteri Perikanan. Tujuan ini agar mudahnya bantuan pemerintah dapat tersalurkan kepada masyarakat nelayan. Tetapi, dari adanya pembaharuan ini nelayan sangat banyak mengalami kendala dimana para nelayan tidak bisa mengatur bantuan dengan baik karena telah berbadan hukum. Nelayan kesulitan mengatur keuangan untuk membayar pajak dan untuk biaya kebutuhan sehari-hari. Menurut I Wayan Jata merupakan bendahara KUBE Segara I yang diwawancarai pada tanggal 18 September 2017 :

“Sangat sulit mencairkan dana bantuan pada saat KUBE disahkan berbadan hukum. Mengurus administrasi dan menunggu surat keluar serta lamanya dana itu keluar membutuhkan waktu yang cukup lama. Maka dari itu banyak nelayan yang malas untuk mencairkan dana bantuan dan memilih menggunakan dana pribadi untuk melaut. Tetapi, ada juga sisi positifnya dilihat telah berbadan hukum yaitu susahny oknum atau orang-orang yang berani korupsi atau

menggunakan dana bantuan tidak sesuai harapan. Petugas sebaiknya melakukan monitoring untuk menjelaskan alur pencairan dana.”

Keterbatasan kouta untuk masuk dalam anggota KUBE di Desa Kusamba Kabupaten Klungkung sangat banyak ditemui, dimana banyak masyarakat nelayan yang ingin masuk anggota KUBE ataupun masuk anggota KUBE tetapi belum di sahkan oleh petugas terkait. Contohnya seperti KUBE Segara I yang diketuai oleh Bapak Gusti Made Alit yang sangat banyak memiliki calon anggota tetapi sampai sekarang nama anggota belum juga disahkan oleh petugas. Nelayan di Desa Kusamba Kabupaten Klungkung sangat susah mengatur keuangan dikarenakan KUBE yang telah berbadan hukum, dimana masyarakat nelayan sangat susah untuk membayar pajak dan untuk mencairkan dana bantuan perlu membutuhkan waktu yang sangat lama.

### Simpulan dan Saran

Tingkat efektifitas pemberdayaan masyarakat nelayan di Desa Kusamba Kabupaten Klungkung untuk Program PUMP tergolong berhasil. Program PUMP dapat meningkatkan kebutuhan hidup para nelayan. Dilihat pada variabel pendapatan dan kesempatan kerja yang meningkat setelah adanya program PUMP. Kendala-kendala yang dihadapi masyarakat nelayan dari adanya program PUMP meliputi : susahnya mencairkan dana bantuan dikarenakan KUBE harus berbadan hukum, kurangnya pemantauan dari petugas yang terkait untuk memantau atau mensosialisasikan program dan sulitnya memasukkan anggota baru untuk bergabung dalam KUBE dilihat petugas yang jarang turun ke lapangan. Program PUMP melalui KUBE dapat meningkatkan pendapatan rumah tangga nelayan di Desa Kusamba Kabupaten Klungkung. Program PUMP melalui KUBE dapat meningkatkan kesempatan kerja nelayan di Desa Kusamba Kabupaten Klungkung.

### Daftar Pustaka

Albert, Michael and Robin Hahnel. 1999. *Marxism and Socialist Theory: Socialism in Theory and Practice*.

Arliman Muhammad. 2013. Pengaruh Modal, Jam Kerja, Pengalaman Kerja dan Teknologi Terhadap Pendapatan Nelayan Tangkap di Desa Tamasaju Kecamatan Galesong Utara Kabupaten Takalar. *Skripsi Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis pada Universitas Hasanuddin*.

Arsyad Lincolin. 1997. *Ekonomi Pembangunan*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.

Astriyani Desy Ida Ayu. 2012. Evaluasi Keberhasilan Program Jaminan Kesehatan Bali Mandara (Jkbn) : Studi Kasus Di Puskesmas Sukawati II Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar. *Skripsi Sarjana Jurusan Ekonomi Pembangunan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*.

Bintoro Ctjokroamitdjojo dan Mustopadidjaya A.R. 1986. *Pengantar Pemikiran Tentang Teori dan Strategi Pembangunan Nasional*. Jakarta: PT Gunung Agung.

Chorneles Reifan AH. 2013. *Program Pengembangan Usaha Mina Perdesaan Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Nelayan Di Kel. Malalayang 1 Timur Kec. Malalayang Kota Manado*. <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/governance/article/viewFile/1560/1253>, diunduh pada 23 April 2015

David E.B.S. Ticoalu, Emil Reppie, dan Aglius T.R. Telleng. 2013. Analisis Kebijakan Pemberdayaan Masyarakat Perikanan Tangkap di Kota Manado. *Jurnal Ilmu dan Teknologi Perikanan Tangkap*, 1(3) : h.5

Djojohadikusumo Sumitro. 1994. *Perkembangan Pemikiran Ekonomi Dasar Teori Ekonomi Pertumbuhan dan Ekonomi Pembangunan*. Jakarta: LP3ES.

Hassanudin Nurul L, Novesty Noor, dan Happy R Santosa. 2013. *Is It Possible To Eradicate Poverty In The Fishermen Village?. International Journal Of Environmental Sciences*, 4(2): p.124

Helmi, Alfian dan Arif Satria. 2012. Strategi Adaptasi Nelayan Terhadap Perubahan Ekologis. *Jurnal Makara Sosial Humanifora*, 16(1), pp: 68-69.

Hendarni. 2012. Pengaruh Belanja Modal Pemerintah Daerah dan Investasi Swasta terhadap Pertumbuhan Ekonomi, Kesempatan Kerja dan Kesejahteraan Masyarakat di Kabupaten/Kota Provinsi Kalimantan Barat. *Jurnal EKSOS*, 8(3) : h.148-149

Hikmat A. 2006. *Strategi Pemberdayaan Masyarakat*. Bandung. Humaniora

Koentjaraningrat. 1996. *Pengantar Antropologi*, Jakarta: Rineka Cipta.

Kusnadi. 2009. *Keberdayaan Nelayan & Dinamika Ekonomi Pesisir*. Jogjakarta: Lembaga Penelitian Universitas Jember dan Ar-Ruzz Media



- McArdle, J. (1989), "Community Development Tools of Trade". *Community Quarterly Journal* 16: 47-54 p.
- Nikijuluw PHV. 2012. *Rezim Pengelolaan Sumberdaya Perikanan: P3R*. Pustaka Cidesindo: Jakarta
- Nugraha Ardi. 2011. Pengaruh Modal Usaha, Tingkat Pendapatan, dan Sikap Kewirausahaan terhadap Pendapatan Usaha Pengusaha Industri. *Skrpsi Sarjana Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Prakoso Jati. 2013. Peranan Tenaga Kerja, Modal, dan Teknologi Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat Nelayan di Desa Asemtoyong Kecamatan Taman Kabupaten Pematang. *Skrpsi Sarjana Jurusan Ekonomi Pembangunan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang*
- Purwanti Endang. 2012. Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. *Jurnal Among Makarti* 5(9) : pp18-19
- Rahmatika Delsa, Firdaus, dan Evi Susanti Tasri. 2013. *Analysis Of Factors Affecting The Fishermen In The City Of Income Padang (Case Study In Community Fishing In Ulak Karang Padang)*. System Journal, 3(3): p.1
- Rahyuda I Ketut, I Gst. Wayan Murjana Yasa, dan Ni Nyoman Yuliarmi. 2004. *Buku Ajar Metode Penelitian*. Fakultas Ekonomi Universitas Udayana.
- Sadly Hassan. 1980. *Sosiologi Untuk Masyarakat Indonesia*, Jakarta: PT Pembangunan.
- Satria A. 2001. *Dinamika Modernisasi Perikanan: Formasi Sosial dan Mobilitas Nelayan*. Bandung: Humaniora Utama Press.
- Stanis Stefanus, Supriharyono, Azis Nur Bambang. 2005. Pengelolaan Sumberdaya Pesisir dan Laut melalui Pemberdayaan Kearifan Lokal di Kabupaten Lembata Provinsi Nusa Tenggara Timur. <https://scholar.google.co.id/scholar?biw=1366&bih=625&bav=on.2.or.&bvm=bv.99804247,d.c2E&um=1&ie=UTF8&lr&q=related:Fi0x7W3Ms1L4XM:scholar.google.com/>. Diunggah pada 25 April 2017.
- Wambrauw Ari Yohan. 2013. Efektivitas Pelaksanaan Peraturan Daerah Perpajakan dan Retribusi Daerah dalam Memperoleh Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Supiori Provinsi Papua. *e-Journal*. Fakultas Hukum Universitas Atma Jaya Yogyakarta

# PENGARUH KARAKTERISTIK INDIVIDU DAN KEPUASAN KERJA TERHADAP KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL

*Habibullah Jimad*

Universitas Lampung

---

**Abstrak:** Sumber daya manusia merupakan asset yang dimiliki perusahaan yang akan membedakan perusahaan tersebut dengan perusahaan lainnya dan sangat menentukan keberhasilan suatu perusahaan. Keberagaman sifat serta karakteristik sumber daya yang dikelola dengan baik serta kepuasan dalam bekerja dapat membuat karyawan berkontribusi maksimal untuk organisasi. Dibutuhkan pemimpin yang mampu memotivasi karyawan, memahami keberagaman karakteristik yang dimiliki oleh karyawan serta memperhatikan kepuasan kerja mereka, agar mereka mau berkontribusi maksimal bagi organisasi tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh karakteristik individu dan kepuasan kerja terhadap kepemimpinan transformasional. Sampel pada penelitian ini adalah tenaga kependidikan yang menjabat sebagai pimpinan pada perguruan tinggi di Bandar Lampung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik individu serta kepuasan kerja berpengaruh positif terhadap kepemimpinan transformasional. Secara parsial, variabel yang memiliki pengaruh terbesar kepada kepemimpinan transformasional adalah kepuasan kerja. Hal ini berarti bahwa kepuasan kerja yang dirasakan oleh pimpinan merupakan hal yang penting untuk diperhatikan karena kepuasan kerja pada umumnya akan membuat mereka berperilaku positif, antara lain adanya perasaan yang lebih bertanggung jawab, komitmen dan akuntabilitas untuk tinggal di dalam organisasi untuk waktu yang lama dan hal ini akan berpengaruh terhadap cara mereka memimpin karyawannya.

**Keyword:** karakteristik individu, kepuasan kerja, kepemimpinan transformasional

---

## PENDAHULUAN

Perubahan lingkungan yang cepat membuat setiap perusahaan berupaya terus berinovasi serta mengikuti perubahan yang terjadi untuk dapat memenangkan persaingan. Salah satu kunci keberhasilan dalam memenangkan persaingan adalah melalui sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan tersebut.

Sumber daya manusia merupakan asset yang dimiliki perusahaan yang akan membedakan perusahaan tersebut dengan perusahaan lainnya dan sangat menentukan keberhasilan suatu perusahaan. Keberagaman sifat serta karakteristik sumber daya manusia yang ada dalam organisasi berpotensi menimbulkan konflik, namun jika dikelola dengan baik maka keberagaman dapat meningkatkan kinerja suatu organisasi.

Keberhasilan suatu organisasi juga ditentukan

oleh loyalitas karyawannya. Karyawan dalam suatu organisasi akan menjadi loyal apabila mereka merasakan adanya kepuasan kerja dalam organisasi tersebut sehingga mau berkontribusi maksimal untuk organisasi. Semakin tinggi kepuasan dalam bekerja, maka semakin positif sikap yang ditunjukkan oleh karyawan terhadap pekerjaannya (Wang dan Feng, 2003 dalam Sarwar dan Abugre, 2013). Kepuasan kerja ini dapat ditimbulkan oleh beberapa faktor antara lain dari pendapatan yang mereka peroleh, lingkungan kerja yang nyaman maupun pemimpin yang mengakomodir pendapat serta mampu memotivasi para karyawan.

Organisasi akan mampu berkembang dengan baik apabila pemimpin organisasi tersebut mampu memotivasi karyawannya untuk meningkatkan kinerja serta mampu memberikan kepuasan bagi karyawannya.

Studi empiris menunjukkan bahwa kepemimpinan transformasional berhubungan positif dengan kinerja organisasi, dan kinerja individu (Judge dan Picollo, 2004).

Pemimpin transformasional dibutuhkan oleh organisasi, tidak terkecuali perguruan tinggi. Perguruan tinggi sebagai institusi pendidikan membutuhkan pemimpin transformasional yang mampu memotivasi karyawan untuk berkontribusi maksimal serta melakukan perubahan ke arah yang lebih baik.

Perguruan tinggi dalam menjalankan kegiatannya tidak terlepas dari peran para tenaga kependidikan yang menjadi pimpinan di lingkungannya, mulai dari lingkungan fakultas, yaitu para kepala bagian dan kepala sub bagian. Para pimpinan ini akan mengkoordinir karyawannya untuk mencapai tujuan yang hendak dicapai oleh perguruan tinggi. Para pimpinan yang bekerja di perguruan tinggi terdiri dari individu-individu yang memiliki karakteristik yang berbeda satu dengan lainnya. Latar belakang pendidikan, usia, suku, kemampuan serta keterampilan yang dimiliki berbeda satu dengan lainnya. Hal ini akan menentukan pola kepemimpinan mereka terhadap karyawannya.

Pemimpin transformasional akan berupaya membuat karyawan nyaman dalam bekerja, dengan cara memberikan lingkungan kerja yang nyaman, kompensasi yang mampu mencukupi kebutuhan hidup, keamanan dalam melakukan pekerjaan serta adanya kesempatan promosi akan meningkatkan kepuasan karyawan dalam bekerja.

Penelitian ini ingin mengetahui pengaruh dari karakteristik individu terhadap kepemimpinan transformasional dan dan kepuasan kerja terhadap kepemimpinan transformasional pada tenaga kependidikan yang menduduki jabatan minimal kepala sub bagian pada perguruan tinggi di Bandar Lampung.

Saat ini banyak peneliti perilaku dan psikologi organisasi yang menerima bahwa perilaku adalah merupakan fungsi dari karakteristik individu dan lingkungan untuk memprediksi perilaku (Lewin, 1935 dalam Lin, 2012). Hubungan antara perilaku dan kepribadian merupakan salah satu hal terkompleks yang harus dipahami manajer. Kepribadian merujuk kepada serangkaian perasaan dan perilaku yang relatif stabil yang secara signifikan telah dibentuk oleh faktor genetik dan lingkungan (Ivancevich, et al, 2007)

Dalam pandangan sosiokognitif, seseorang bukan hanya dibentuk oleh reaktif organism yang

berasal dari luar (kejadian eksternal) tetapi juga memiliki mengorganisir dan mengatur diri sendiri. Hal ini berarti bahwa faktor pribadi sangat berpengaruh dalam menentukan perilaku mereka (Lin, 2012).

Kepribadian membentuk perilaku setiap individu (Robbins dan Judge, 2008). Kepribadian merupakan produk bawaan (nature) sekaligus juga lingkungan (nurture). Nature merujuk kepada keturunan, sedangkan lingkungan (nurture) merujuk kepada pengalaman kehidupan yang dimiliki (Ivancevich, et al, 2007). Robbins dan Judge (2008) menyatakan bahwa faktor penentu kepribadian terdiri dari faktor keturunan yang merujuk pada faktor genetik seorang individu, seperti tinggi fisik, bentuk wajah, gender, temperamen, komposisi otot atau refleks, tingkat energi, dan irama biologis. Sedangkan faktor lingkungan antara lain norma dalam keluarga, teman-teman, serta kelompok sosial juga membentuk kepribadian seseorang.

Teori yang digunakan untuk melihat kepribadian individu adalah teori lima faktor. Model lima faktor kepribadian atau biasa disebut Model Lima Faktor Kepribadian (Big Five) adalah representasi deskriptif (tipologi) dari lima dimensi disposisional utama yang mencakup kepribadian manusia. Teori ini secara luas telah digunakan pada psikologi industri sebagai dasar untuk mengukur sikap terhadap pekerjaan, job-related attitudes, person organization fit, and other personnel selection interests (Lin, 2012). Lima faktor kepribadian menurut Robins dan Judge (2008) adalah Extroversion tingkat kenyamanan seseorang dalam berhubungan dengan individu lain; Agreeableness, merujuk pada kecenderungan individu untuk patuh terhadap individu lainnya; Conscientiousness, berkaitan dengan ukuran kepercayaan. Emotional Stability, berkaitan dengan kemampuan seseorang untuk menahan stress, dan Openness to experience, merefleksikan sejauhmana individu memiliki minat yang luas dan bersedia mengalami resiko ((Ivancevich et al, 2008).

H1. karakteristik individu berpengaruh terhadap kepemimpinan transformasional

Kepuasan kerja (job satisfaction) didefinisikan sebagai suatu perasaan positif tentang pekerjaan seseorang yang merupakan hasil dari sebuah evaluasi karakteristiknya (Robbins dan Judge, 2008). Kepuasan kerja diidentifikasi sebagai syarat utama bagi suatu organisasi yang bertujuan untuk berhasil dalam operasi perusahaannya (Chibowa et al dalam Qamar, 2012). Konsep dan penilaian kepuasan kerja dimulai pada tahun 1911 oleh Taylor. Taylor (1911) dalam Ahmed, et al (2010) menyatakan bahwa reward seperti gaji,

pembayaran insentif, promosi, apresiasi, dan kesempatan untuk memimpin meningkatkan kepuasan kerja.

Model kepuasan kerja tradisional berfokus pada semua hal yang individu rasakan berkaitan dengan pekerjaannya. Hal ini membuat kepuasan atau ketidakpuasan kerja tidak hanya terbatas pada lingkungan kerja tetapi juga bergantung kepada persepsi individu, sikap, dan harapan terhadap pekerjaan tersebut (Hong Lu, et al, 2005 dalam Sarwar dan Abugre, 2013).

Kepuasan kerja dalam dunia nyata pada umumnya dijelaskan menggunakan person-environment fit paradigm atau needs-satisfaction model. Semakin terpenuhinya kebutuhan atau nilai dari pekerjaan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan karyawan (Westover, 2012).

Terdapat dua pendekatan yang digunakan untuk mengukur kepuasan kerja, yaitu: (1) metode penilaian tunggal, dengan cara meminta individu untuk merespon suatu pertanyaan dengan cara melingkari alternatif jawaban yang tersedia. (2) metode nilai penyajian akhir, dengan cara mengidentifikasi elemen-elemen penting dalam suatu pekerjaan dan menanyakan perasaan karyawan tentang setiap elemen pertanyaan, meliputi sifat pekerjaan, pengawasan, bayaran saat ini, peluang promosi dan hubungan dengan rekan kerja (Robbins dan Judge, 2008).

Penelitian yang dilakukan oleh Hagedorn (1994) dalam Ahmed et al, (2010) yang menguji hubungan kausal antar fakultas pada beberapa jenjang karir menemukan bahwa pada perguruan tinggi, kepuasan terhadap gaji, jam kerja, serta rekan kerja mempengaruhi tingkat stress dan kepuasan. Adanya peningkatan kebebasan serta fleksibilitas para akademisi akan mengakibatkan kepuasan kerja yang signifikan (Ahmed et al, 2010).

Gaya kepemimpinan juga mempengaruhi kepuasan terhadap pekerjaan seseorang. Gaya kepemimpinan transformasional merupakan sebuah proses yang padanya pemimpin dan pengikut saling menaikkan diri ke tingkat moralitas dan motivasi yang lebih tinggi (Yukl, 1998).

Teori kepemimpinan transformasional menekankan pada identifikasi perilaku kepemimpinan yang mampu memotivasi pengikut untuk melakukan diluar apa yang biasanya diharapkan dari mereka (Bass dalam Parkman, 2001). Bass mengembangkan konstruk kepemimpinan transformasional,

operasionalisasinya meliputi karakteristik karisma, stimulasi intelektual, dan pertimbangan individu (Hemsworth et al, 2013).

Pemimpin mentransformasi dan memotivasi para pengikut dengan: (1) membuat mereka lebih sadar mengenai pentingnya hasil-hasil suatu pekerjaan, (2) mendorong mereka untuk lebih mementingkan organisasi atau tim daripada kepentingan diri sendiri, (3) mengaktifkan kebutuhan-kebutuhan mereka pada yang lebih tinggi (Yukl, 1998). Studi empiris menunjukkan bahwa kepemimpinan transformasional berhubungan positif dengan sikap kerja dan perilaku, seperti kepuasan kerja, komitmen karyawan, kepercayaan, kinerja dan menurunnya intensi turn over (Avolio, et 1999 dalam Mancheno-Smoak et al, 2009). H2. Kepuasan kerja berpengaruh terhadap kepemimpinan transformasional.

## METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan cara memberikan kuesioner terstruktur yang kepada responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi spesifik (Malhotra, 2005). Populasi pada penelitian ini adalah tenaga kependidikan dengan jabatan minimal kepala sub bagian pada perguruan tinggi di Bandar Lampung. Adapun sampel diambil dengan menggunakan metode non-probability sampling, dengan teknik purposive sampling. Jumlah sampel adalah sebesar 100 orang. Pengukuran variabel karakteristik individu menggunakan konsep yang dikemukakan oleh Ivancevich, et al (2007) yang antara lain terdiri dari usia, jenis kelamin, suku, kemampuan untuk mengerjakan tugas dengan baik, keterampilan dalam mengerjakan tugas, dan sikap terhadap pekerjaan. Kepuasan kerja menggunakan konsep Robbins dan Judge (2008) berkaitan dengan imbalan yang diberikan, pekerjaan yang dilakukan, peluang promosi, adanya supervisi, rekan kerja yang mendukung, lingkungan kerja dan keamanan pekerjaan. Kepemimpinan transformasional menggunakan konsep Bass dalam Hemsworth et al (2013), antara lain tentang rekomendasi visi bersama, proses yang menantang, memotivasi orang lain untuk bertindak dan kemampuan memecahkan masalah berdasarkan rasionalitas.

## HASIL PENELITIAN

Hasil uji validitas yang dilakukan pada ketiga variabel menunjukkan bahwa semua variabel dan item pernyataan memiliki nilai KMO dan MSA serta factor

loading yang lebih besar dari 0,5 sehingga semua item pernyataan dinyatakan valid. Hasil uji reliabilitas pada ketiga variabel menunjukkan nilai alpha cronbach yang lebih besar daripada 0,7 hal ini sesuai dengan Sekaran (2006) yaitu apabila nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,70 dinyatakan reliable.

Responden pada penelitian ini berasal dari beberapa Perguruan Tinggi yang ada Bandar Lampung, yaitu Universitas Lampung, UIN Raden Intan, Universitas Teknokrat, Universitas Bandar Lampung, IBI Darmajaya, Politeknik Negeri Lampung dan Umitra.

Adapun hasil analisis regresi yaitu:

$$Y = -2,340 + 0,225 X_1 + 0,650 X_2 + e$$

Sig t                         0,003   0,000

Sig F                         0,00

R2 = 64,8

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa karakteristik individu serta kepuasan kerja memiliki nilai yang positif. Variabel karakteristik individu berpengaruh terhadap kepemimpinan transformasional (Ha didukung, hal ini terlihat dari nilai signifikansi alpha yang lebih rendah daripada 0,05). Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa para pimpinan merasakan bahwa mereka mampu menjadi pemimpin yang transformasional pada saat mereka merasakan bahwa sikap, kemampuan serta keterampilan yang dimiliki tidak menjadi ganjalan dalam bekerja. Mereka akan merasakan adanya kedekatan hubungan baik dengan bawahan maupun atasan mereka tanpa harus merasakan adanya halangan akibat karakteristik individu yang dimilikinya.

Variabel kepuasan kerja juga memiliki pengaruh terhadap kepemimpinan transformasional (Ha didukung, hal ini terlihat dari nilai nilai signifikansi t yang kurang dari nilai alpha 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa para pimpinan akan bertindak lebih transformasional ketika mereka merasakan adanya kepuasan dalam bekerja serta tidak merasakan danya tekanan dalam bekerja.

## DISKUSI

Variabel karakteristik individu berpengaruh terhadap kepemimpinan tenaga kependidikan pada beberapa perguruan tinggi di Bandar Lampung. Usia dan kematangan seseorang akan menentukan perilakunya di tempat kerja. Banyak penelitian memberikan perhatian yang cukup besar terhadap usia. Hasil penelitian menunjukkan karyawan yang lebih tua

menjadi lebih sensitif dan menyadari bahwa harapan mereka menjadi lebih terbatas (Franek dan Vecera, 2008).

Sebagian besar tenaga kependidikan yang menduduki jabatan pimpinan di perguruan tinggi adalah laki-laki (55%), namun demikian jenis kelamin tidak berpengaruh terhadap perilaku di tempat kerja. Hal ini dapat terjadi mengingat semakin sadarnya pimpinan akan kesetaraan gender serta adanya rasa tanggung jawab terhadap pekerjaan sehingga jenis kelamin tidak dirasakan sebagai hal yang menentukan perilaku mereka di tempat kerja.

Perbedaan suku bukanlah hal yang menentukan perilaku pimpinan di tempat kerja. Kesadaran akan adanya keberagaman membuat pimpinan semakin merasa bahwa suku bukanlah hal yang menentukan perilaku mereka di tempat kerjanya, bahkan dapat meningkatkan semangat mereka dalam bekerja dan meningkatkan prestasinya.

Kemampuan dan keterampilan memegang peranan penting dalam menentukan perilaku di tempat kerja. Kemampuan seseorang akan membedakan karyawan yang berkinerja tinggi dan berkinerja rendah. Beberapa faktor kemampuan yang penting yaitu intelegensi emosi yang berkaitan dengan penanganan hubungan dan interaksi dengan orang lain serta pengetahuan yang berkaitan dengan pengetahuan praktis yang diperoleh karyawan melalui pengalaman dan pengamatan langsung (Ivancevich, et al, 2006). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa cukup banyak responden yang menyatakan bahwa keterampilan tidak menentukan perilaku di tempat kerja. Hal ini dapat terjadi mengingat keterampilan dapat berubah seiring dengan adanya pelatihan yang diikuti oleh karyawan serta adanya pengalaman kerja seseorang (Ivancevich, et al, 2006). Semakin berpengalaman seseorang terhadap suatu bidang pekerjaan pada umumnya mereka menjadi semakin terampil untuk mengerjakan pekerjaan tersebut.

Kepuasan kerja juga mempengaruhi kepemimpinan seseorang. Pada umumnya karyawan yang merasakan adanya imbalan yang mencukupi akan merasakan adanya kepuasan kerja, karena mereka tidak harus memikirkan cara untuk mencari pendapatan tambahan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dan dapat lebih fokus untuk mengerjakan pekerjaannya. Pekerjaan yang dilakukan oleh kepala bagian dan kepala sub bagian, turut menentukan kepuasan dalam bekerja. Pada umumnya pekerjaan yang sesuai dengan minat serta kemampuan seseorang akan dirasakan sebagai sebagai hak yang menentukan kepuasan kerja



demikian pula sebaliknya. Hasil ini sesuai dengan Saari dan Judge (2004) yang meminta karyawan untuk mengevaluasi beberapa faktor yang paling menentukan kepuasan dalam bekerja, antara lain pengawasan, gaji, peluang promosi, rekan kerja, dan sebagainya. Diperoleh hasil bahwa karyawan memilih pekerjaan yang dilakukan merupakan faktor yang menentukan kepuasan mereka.

Namun demikian, banyak pula penelitian yang menunjukkan bahwa bahwa kepuasan kerja juga ditentukan oleh adanya kesempatan promosi. Adanya kesempatan bagi tenaga kependidikan yang menjadi pimpinan untuk meningkatkan karier membuat mereka merasa bahwa hasil kerjanya dihargai sehingga dapat meningkatkan motivasi mereka dalam bekerja dan membuat mereka merasakan adanya kepuasan dalam bekerja. Rekan kerja juga menentukan kepuasan dalam bekerja. rekan kerja turut menentukan kepuasan dalam bekerja. Hubungan yang baik antar rekan kerja akan membuat suasana kerja menjadi kondusif dan saling mendukung penyelesaian tugas. Apabila hubungan kurang baik antara rekan kerja membuat kepala bagian dan kepala sub bagian kurang merasakan adanya kepuasan kerja. Hal ini sesuai dengan pendapat yang dinyatakan oleh Deshpande (2012) dalam Adhikari dan Deb (2013) yaitu hubungan interpersonal antar karyawan merupakan salah satu faktor yang berpengaruh langsung terhadap kepuasan karyawan. lingkungan kerja akan menentukan kepuasan dalam bekerja. Lingkungan kerja yang kondusif akan membuat karyawan lebih bersemangat dalam bekerja sehingga mereka merasa nyaman dalam menyelesaikan pekerjaannya. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Samartha et al (2011) dalam Adhikari dan Deb (2013) yang mengidentifikasi enam faktor yang menentukan kepuasan kerja salah satunya adalah lingkungan kerja.

Gaya kepemimpinan para kepala bagian dan kepala sub bagian ditentukan oleh karakteristik individu serta kepuasan yang mereka rasakan di tempat kerja. Pengaruh parsial terbesar ditunjukkan oleh variabel kepuasan kerja. Hal ini berarti bahwa kepuasan kerja yang dirasakan oleh kabag dan kasubag merupakan hal yang penting untuk diperhatikan karena kepuasan kerja pada umumnya akan membuat mereka berperilaku positif, antara lain adanya perasaan yang lebih bertanggung jawab, komitmen dan akuntabilitas untuk tinggal di dalam organisasi untuk waktu yang lama dan hal ini akan berpengaruh terhadap cara mereka memimpin karyawannya.

Kemampuan para kepala bagian dan kepala sub

bagian untuk menginformasikan visi yang hendak dicapai akan membuat bawahan menjadi paham dan secara bersama-sama akan berupaya mewujudkan visi tersebut. Para kabag dan kasubag yang transformasional mampu melaksanakan proses yang menantang, dimana para kabag dan kasubag bertindak sebagai pengarah dari kegiatan yang dilakukan tersebut. Hal ini sesuai dengan pendapat Yukl (1998) yang menyatakan bahwa pemimpin transformasional mentransformasi para pengikutnya dengan bertindak sebagai coach, guru dan mentor. Hal ini menunjukkan bahwa proses yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan bersama dilakukan dengan cara yang berbeda namun tetap mematuhi peraturan yang berlaku dan para kabag dan kasubag bertindak selaku pengarah yang akan memperhatikan jalannya proses tersebut sehingga mencapai tujuan yang ditetapkan. pemimpin transformasional mampu memotivasi karyawan. Para pemimpin transformasional mempengaruhi para pengikut dengan menimbulkan emosi yang kuat dan identifikasi dengan pemimpin tersebut (Yukl, 1998).

#### KETERBATASAN PENELITIAN

Sampel kecil dengan responden beberapa perguruan tinggi menjadi salah satu keterbatasan dalam penelitian ini, sehingga hasil ini tidak dapat digeneralisasi pada gaya kepemimpinan tenaga kependidikan di perguruan tinggi.

#### KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik individu dan kepuasan kerja mampu menjelaskan variasi pada variabel kepemimpinan transformasional. Kepuasan kerja menjadi variabel yang penting untuk diperhatikan karena kepuasan kerja pada umumnya akan membuat para kepala bagian dan kepala sub bagian berperilaku positif, antara lain adanya perasaan yang lebih bertanggung jawab, komitmen dan akuntabilitas untuk tinggal di dalam organisasi untuk waktu yang lama dan hal ini akan berpengaruh terhadap cara mereka memimpin karyawannya.

#### REFERENSI

1. Adhikari, K & Deb, P. 2013. Factor Influencing Job Satisfaction of Bank Employees. SUMEDHA Journal of Management. Vol.2. No.2.
2. Ahmed, I; Nawaz, M Musarrat; I, Naveed; Amran,A; Shauhat, Z; Usman, A. (2010). Effect

- of Motivational Factors on Employees Job Satisfaction: A Case Study of University of The Punjab, Pakistan. *International Journal of Business and Management*. Vol.5. No.3.
3. Franek, M & Vecera, J. (2008) Personal characteristic and Job Satisfaction. *E+M Ekonomie a Management*. Vol.4.
  4. Parkman, A.W. (2001). An Investigation of Bass Model of Transformational and Transactional Leadership Theory in Respiratory Care. Dissertation. UMI. Bell and Howell Information and Learning Company.
  5. Hemswort, D; Mutetera, J; Bareghch, A. (2013). Examining Bass's Transformational Leadership in Public Sector Executives: A Psychometric Prperties Review. *Journal of Applied Business Research*. Vol.29. No.3.
  6. Judge, H.A & Piccollo, R.F. (2004). transformational and transactional leadership: a meta-analytic test of their relative validity. *Journal of Applied Psychology*. Vol. 89. No.5.
  7. Macheno-S; Endres, G.M; Polak; R; Athanasaw, Y. (2009). The Individual Cultural Values and Job Satisfaction of The Transformational Leader. *Organizational Development Journal*. Vol.27. No.3.
  8. Malhotra, N.K. (2005). Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan. Jilid 1. Edisi Keempat. Jakarta: PT Indeks.
  9. Qamar, N. (2012). Job Satisfaction and Organizational Commitment as Antecedents of Organizational Citizenship Behavior (OCB). *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*. Vol.4 No.7.
  10. Lin, A. (2012). Employee Stock Ownership and Employee Psychological Ownership: The Moderating Role of Individual Characteristic. *The Business and Management Review*. Vol.2. No.2.
  11. Ivancevich, J.M; Konopaske, R.; Matteson, M.T. 2007. *Perilaku dan Manajemen Organisasi*. Edisi Ketujuh. Jilid I. Jakarta: Penerbit Erlangga.
  12. Robbins, S.P. & Judge, T.A. (2008). *Perilaku Organisasi: Organizational Behavior*. Edisi 12. Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
  13. Sarwar, S. & Abugre, J. (2013). The Influence of Rewards and Job Satisfaction on Employees In The Service Industry. *The Business and Management Review*. Vol3. No.2.
  14. Sekaran, U. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
  15. Westover, J.H. (2012). Comparative Welfare State Impacts on Work Quality and Job Satisfaction: A Cross-national Analysis. *International Journal of Social Economics*. Vol.39. No.7.
  16. Yukl, G. (1998). *Kepemimpinan dalam Organisasi: Leadership in Organizations 3e*. Jakarta: Prenhallindo.

# PERAN CITRA MEREK DALAM MEMEDIASI PENGARUH GREEN MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA PRODUK SPA BALI TANGI)

I G. N. Satria Bramantha Rahmanda Putra<sup>1</sup>, I Gede Ketut Warmika<sup>2</sup>, Ni Made Rastini<sup>3</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia  
e-mail: nimaderastini @yahoo.co.id

---

**ABSTRAK:** Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan peran citra merek dalam memediasi pengaruh *green marketing* terhadap *keputusan pembelian*. Penelitian ini difokuskan di Kota Denpasar dengan menggunakan keputusan pembelian produk spa merek Bali Tangi sebagai objek penelitian. Penelitian ini melibatkan 100 orang responden dengan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner yang berisikan 11 indikator yang telah ditetapkan dalam penelitian. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik analisis faktor konfirmatori serta analisis jalur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *green marketing* dan citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Citra merek juga terbukti mampu memediasi pengaruh *green marketing* terhadap keputusan pembelian. Hasil ini membuktikan bahwa citra merek memiliki peran dalam menjembatani pengaruh yang terjadi dari variabel *green marketing* terhadap keputusan pembelian. Kesimpulan dalam penelitian ini dapat menjadi referensi bagi perusahaan dalam menerapkan suatu kebijakan yang berkaitan dengan strategi meningkatkan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen ke arah yang positif.

**Kata kunci :** green marketing, citra merek, keputusan pembelian

---

**ABSTRACT:** This study aims to prove the role of brand image in mediating the influence of green marketing on purchasing decisions. This research is focused in Denpasar City by using decision of purchasing Bali Tangi brand spa product as research object. This research involves 100 respondents with purposive sampling method. Data collection is done by distributing questionnaires containing 11 indicators that have been established in the research. Data analysis techniques used in this research are confirmatory factor analysis techniques and path analysis. The results of this study indicate that green marketing and brand image have a positive effect on purchasing decisions. Brand image also proved able to mediate the influence of green marketing on purchasing decisions. These results prove that the brand image has a role in bridging the influence of green marketing variables on the purchase decision. Conclusion in this study can be a reference for companies in implementing a policy related to the strategy to increase purchasing decisions made by consumers in a positive direction.

**Keywords :** green marketing, brand image, purchase decision

---

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang pesat selain membawa kemudahan juga memiliki dampak negatif terhadap kelestarian lingkungan. Kesadaran masyarakat dunia akan pentingnya pelestarian lingkungan pun semakin meningkat, hal ini dibuktikan oleh adanya kekhawatiran

terjadinya bencana lingkungan hidup yang mengancam, bukan hanya kesehatan, namun bahkan sampai kepada kelangsungan hidup manusia dan keturunannya. Bukti-bukti yang ditunjukkan para pemerhati lingkungan dan ilmuwan seperti penipisan lapisan ozon yang secara langsung memperbesa prevalensi kanker kulit dan berpotensi mengacaukan

iklim dunia dan pemanasan global, memperkuat alasan kekhawatiran tersebut, belum lagi masalah hujan asam, efek rumah kaca, polusi udara dan air yang sudah pada taraf berbahaya, kebakaran dan penggundulan hutan yang mengancam jumlah atmosfer kita dan banjir di sejumlah kota. Bahkan sekarang, sampah menjadi masalah besar karena jumlah sampah yang semakin banyak dan banyaknya sampah yang sulit didaur ulang.

Sebelum melakukan pembelian, biasanya konsumen terlebih dahulu memperhatikan pilihan produk yang akan dibeli dan mencari informasi akan produk-produk tersebut. Berbagai hal negatif yang terjadi terhadap lingkungan membuat konsumen mulai mengubah kepedulian mereka terhadap lingkungan serta budaya dan perilaku dalam memutuskan produk apa yang kita beli (Hello dan Momani, 2014). Astuti dan Cahyadi (2007) mendefinisikan keputusan pembelian sebagai rasa percaya diri yang kuat pada diri konsumen atau pelanggan yang merupakan keyakinan bahwa keputusan pembelian atas produk yang diambilnya adalah benar. Keputusan pembelian yang dilakukan konsumen melibatkan keyakinan konsumen pada suatu produk, sehingga timbul rasa percaya diri atas kebenaran tindakan yang diambil. Rasa percaya diri pelanggan atas keputusan pembelian yang diambilnya mempresentasikan sejauh mana pelanggan memiliki keyakinan diri atas keputusannya memilih suatu produk, sehingga konsumen sekarang mulai mencari produk-produk yang dibuat dari bahan-bahan alami dan ramah lingkungan sehingga tidak akan berpengaruh terhadap kesehatan tubuhnya.

Melihat kenyataan ini, produsen dituntut menghasilkan produk yang tidak hanya mengejar keuntungan ekonomi, tetapi juga ikut mempertimbangkan masalah lingkungan sebagaimana yang dituntut konsumen (Pemayun dan Suasana, 2015). Perusahaan yang menerapkan isu peduli terhadap lingkungan hidup dalam aktivitas produksinya menimbulkan fenomena baru dalam dunia pemasaran berupa strategi *green marketing* (Agustin *et al.*, 2015). Menurut Chen (2010), ada lima alasan bagi perusahaan untuk mengembangkan *Green Marketing* yaitu penyesuaian terhadap tekanan masyarakat yang peduli lingkungan, memperoleh keunggulan kompetitif, meningkatkan citra perusahaan, mencari pasar dan peluang baru, dan meningkatkan nilai produk.

Menurut Cateora dan Graham (2007) *Green Marketing* adalah istilah yang digunakan untuk mengidentifikasi kekhawatiran pada konsekuensi lingkungan atas aktivitas pemasaran yang beragam.

Para manajer harus menyadari bahwa pemasaran produk ramah lingkungan dimulai dengan desain produk ramah lingkungan, dan bahwa desain produk merupakan upaya komunikasi yang efektif antara permintaan dan penawaran (Septifani *et al.*, 2014). Karakteristik dari produk ramah lingkungan yaitu menggunakan komponen yang aman, tidak mengandung bahan berbahaya, dapat didaur ulang serta menggunakan kemasan yang ramah lingkungan untuk mengurangi dampak negatif konsumsi produk terhadap lingkungan (Arseculeratne dan Yazdanifard, 2014). Pada intinya *Green Marketing* adalah bagaimana kegiatan pemasaran memanfaatkan sumber daya yang terbatas disamping memuaskan keinginan konsumen, baik individu dan industri, serta mencapai tujuan penjualan perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan Putripeni *et al.* (2014); Silvia *et al.* (2014); Risyamuka dan Mandala (2015) menyatakan *Green Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Selain *green marketing*, faktor kedua yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah *brand image* atau citra merek. Merek merupakan aset perusahaan, sehingga pengelolaan merek menjadi hal penting untuk secara komprehensif diperhatikan sebagai bagian dari konsep pemasaran hijau (*green marketing*). Pengetahuan merek (*brand knowledge*) didefinisikan dalam istilah yang berasal dari dua komponen yaitu kesadaran merek dan citra merek. Citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, seperti yang dicerminkan oleh asosiasi yang tertanam dalam ingatan konsumen (Kotler dan Keller, 2009). Menurut Aaker dan Biel (1993), citra merek memiliki tiga komponen yaitu: (a) citra pembuat (*corporate image*), merupakan sekelompok asosiasi yang diperkirakan pembeli pada sebuah perusahaan yang memproduksi barang atau jasa, (b) citra pengguna (*user image*), merupakan sekelompok asosiasi yang menjadi anggapan pembeli pada pengguna barang atau jasa, dan (c) citra produk (*product image*), merupakan sekelompok asosiasi yang menjadi anggapan oleh pembeli pada suatu barang atau jasa. Menurut Arimbawa dan Rahyuda (2015) citra suatu merek dapat menggambarkan bahwa konsumen memiliki pandangan yang baik terhadap perusahaan pemilik merek dan kualitas produk dari merek tersebut. Semakin baik Citra Merek yang melekat pada produk tersebut, konsumen akan semakin tertarik untuk membeli karena konsumen beranggapan bahwa suatu produk dengan *brand* yang sudah tepercaya lebih memberikan rasa aman ketika menggunakannya (Saputri dan Pranata, 2014). Hasil

penelitian yang dilakukan oleh Raming et al. (2015) menyatakan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Produk spa merupakan produk yang unik, karena selain produk ini memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan mendasar (terutama wanita) akan kecantikan dan kesehatan tubuh sekaligus sebagai sarana bagi konsumen untuk memperjelas identitas dirinya di masyarakat. Lebih lanjut, produk ini sesungguhnya memiliki resiko pemakaian yang perlu diperhatikan mengingat kandungan bahan-bahan kimia tidak selalu memberi efek yang sama untuk setiap konsumen. Jadi, pemilihan kualitas produk biasanya menjadi kriteria utama penilaian produk yang akan dibeli.

Salah satu perusahaan yang memproduksi produk spa ramah lingkungan adalah PT. Bali Tangi. Bali Tangi adalah salah satu produsen produk spa terbesar di Bali dan sudah terkenal hingga mancanegara. Bali Tangi adalah anggota dari Asosiasi Pengusaha Produk SPA (Approspa) di Kota Denpasar. Jika dibandingkan perusahaan produk spa lain yang juga menggunakan bahan baku ramah lingkungan seperti SITO dan Sekar Jagad, alasan peneliti memilih perusahaan Bali Tangi karena Bali Tangi mempunyai filosofi “mewujudkan masyarakat yang hidup sehat selaras dengan alam” serta merupakan salah satu perusahaan produk spa ramah lingkungan terbesar di Bali dan sudah berpengalaman sejak tahun 2000 dalam membuat produk spa berbahan herbal. Bali Tangi juga sudah mengantongi standar nasional yang mengacu cara produksi kosmetik yang baik (CPKB) dan *International Organization for Standardization (ISO)* (sumber: [www.bali.antaranews.com](http://www.bali.antaranews.com))

Tabel 1. Daftar Perusahaan Produk Spa di Kota Denpasar

No	Nama Perusahaan	Alamat Perusahaan
1	Bali Tangi	Jl. Kebo Iwa No.168, Padangsambian Kaja, Denpasar
2	SITO	Jl. Pemuda III No. 30, Renon, Denpasar
3	Sekar Jagad	Jl. Gunung Merbuk No. 2, Monang Maning, Denpasar
4	Bali Sari	Jl. Purba Indah Raya No. 21, Padangsambian, Denpasar
5	Sekar Bali	Jl. Nangka Selatan No. 11, Dangin Puri Kaja, Denpasar
6	Bali Aroma	Jl. Cemara No. 34, Sanur, Denpasar
7	Balitaza	Jl. Soka No. 87, Kesiman, Denpasar

Sumber. Disperindag Kota Denpasar (2017)

Dalam penelitian Silvia *et al.* (2014), Putripeni *et al.* (2014), Septifani *et al.* (2014), Risyamuka dan Mandala (2015) serta Arimbawa dan Ekawati (2017) menemukan bahwa *Green Marketing* berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Raming *et al.* (2015) serta Manongko (2011), penelitian mereka tidak mendukung *green marketing* berpengaruh secara langsung terhadap keputusan pembelian namun memerlukan mediasi dari faktor lain seperti citra merek dan *purchase intention*. Karena adanya perbedaan pendapat dan hasil temuan tersebut, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian terhadap dua variabel ini untuk mengetahui pengaruh sesungguhnya dari variabel *green marketing* terhadap keputusan pembelian.

## KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

### Keputusan Pembelian

Keputusan atau *decision*, menurut Follet dalam Hasan (2002), merupakan hasil dari pemecahan masalah yang dihadapinya dengan tegas. Keputusan harus mampu memberikan jawaban pertanyaan tentang apa yang dibicarakan dalam hubungannya dengan perencanaan. Astuti dan Cahyadi (2007) mendefinisikan keputusan pembelian atau keputusan pembelian sebagai rasa percaya diri yang kuat pada diri konsumen atau pelanggan yang merupakan keyakinan bahwa keputusan pembelian atas produk yang diambilnya adalah benar.

Pengertian pengambilan keputusan menurut Peter dan Olson (2013:163) merupakan suatu proses yang dilakukan untuk mengkombinasikan pengetahuan yang diperoleh konsumen sebagai pertimbangan guna memilih dua atau lebih alternatif sehingga dapat memutuskan salah satu produk. Lima tahapan proses keputusan pembelian menurut Kotler and Keller (2012:166), yaitu: pengenalan masalah, pencarian informasi, penilaian alternatif, keputusan untuk membeli, dan perilaku pasca pembelian.

### Green Marketing

Menurut Chaudary *et al* (2011) *green marketing* adalah suatu proses pemasaran produk yang ramah lingkungan. *Green marketing* menggabungkan berbagai kegiatan yang ada dalam perusahaan, termasuk didalamnya adalah modifikasi produk, perubahan kemasan, serta memodifikasi iklan.



Tujuan *Green Marketing* diantaranya adalah mengembangkan produk yang lebih aman dan ramah lingkungan, mengurangi kewajiban akan masalah lingkungan hidup, meningkatkan efektifitas biaya dengan memenuhi peraturan lingkungan hidup agar dikenal sebagai perusahaan yang baik dan meminimalkan limbah bahan baku dan energi, (Heizer dan Render, 2006).

American Marketing Association (AMA) dalam Hawkins and Mothersbaugh (2010:94) mendefinisikan pemasaran hijau sebagai: (1) Pengembangan produk yang proses produksinya, penggunaannya atau pembuangannya tidak menimbulkan dampak berbahaya bagi lingkungan daripada pemasaran produk versi tradisional; (2) Suatu proses pemasaran produk-produk yang diasumsikan aman terhadap lingkungan; (3) Mengikat pembelian produk kepada organisasi atau acara lingkungan.

### Citra Merek

Brand atau merek adalah nama, istilah, tanda, simbol, atau rancangan atau kombinasi hal-hal tersebut, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang dan jasa dari seorang atau kelompok penjual dan untuk membedakannya dari produk pesaing (Kotler, 2009:258). Merek adalah salah satu kunci keberhasilan sebuah produk, tanpa sebuah merek, produk hanya bisa mengandalkan keberuntungan saja.

Citra menurut Kotler dan Keller (2009:406) adalah sejumlah keyakinan, ide, dan kesan yang dipegang oleh seseorang tentang sebuah objek. Jadi, citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, seperti yang dicerminkan asosiasi yang tertanam dalam ingatan konsumen (Kotler dan Keller, 2009:403).

Menurut Ferrinadewi (2008:166) citra merek merupakan konsep yang diciptakan oleh konsumen karena alasan subyektif dan emosi pribadinya. Kesimpulannya citra merek (citra merek) merupakan gambaran atau kesan yang ditimbulkan oleh suatu merek dalam benak pelanggan. Penempatan citra merek di benak konsumen harus dilakukan secara terus-menerus agar citra merek yang tercipta tetap kuat dan dapat diterima secara positif. Ketika sebuah merek memiliki citra yang kuat dan positif di benak konsumen maka merek tersebut akan selalu diingat dan kemungkinan konsumen untuk membeli merek yang bersangkutan sangat besar.

## Pengaruh *Green Marketing* terhadap Citra Merek

Penelitian sebelumnya tentang pengaruh *green marketing* terhadap Citra Merek telah menunjukkan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara kedua variabel tersebut. Penelitian yang dilakukan Raming et al. (2015) yang berjudul "*The Influence of Green Marketing Strategy Towards Purchasing Decisions with Citra Merek as an Intervening Variable on Aqua Bottled Drinking Water in Manado*" mengungkapkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara *green marketing* dan citra merek. Dalam penelitian yang dilakukan Saputra dan Ardani (2017) juga menunjukkan bahwa *green marketing* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap citra merek. Hal yang sama juga ditemukan dalam penelitian yang dilakukan oleh Silvia et al. (2014) yang menemukan terdapat hubungan yang positif antara *green marketing* dan citra merek dalam pembelian produk kosmetik Oriflame di Surabaya. Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan di tahun yang sama oleh Romadon et al. (2014) yang menyatakan bahwa suatu *brand image* akan tercipta dengan adanya *green marketing* yang dilakukan oleh perusahaan. Karena beberapa penelitian tersebut menemukan hasil yang sama, maka penelitian menggunakan hipotesis sebagai berikut

### H1: *Green marketing* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap citra merek produk spa di Kota Denpasar.

Pengaruh *Green Marketing* terhadap Keputusan Pembelian

Beberapa penelitian sebelumnya telah menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara *green marketing* dengan keputusan pembelian. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Romadon et al. (2014), dalam penelitian tersebut terbukti bahwa *green marketing* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil yang sama juga ditemukan di daerah yang berbeda dengan subjek penelitian yang berbeda, penelitian yang dilakukan Risyamuka dan Mandala (2015) juga menunjukkan bahwa *green marketing* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan yang terbaru adalah penelitian yang dilakukan Arimbawa dan Ekawati (2017) menghasilkan bukti empiris bahwa *green marketing* adalah penentu signifikan atas keputusan

pembelian. Oleh karena beberapa penelitian sebelumnya menyatakan terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *green marketing* terhadap keputusan pembelian, maka penelitian ini menggunakan hipotesis sebagai berikut:

**H2: Green marketing berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk spa di Kota Denpasar.**

Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian

Surachman (2008:13) mendefinisikan Citra Merek sebagai bagian dari merek yang dapat dikenali namun tidak dapat diucapkan, seperti lambang, desain huruf atau warna khusus, atau persepsi pelanggan atas sebuah produk atau jasa yang diwakili oleh mereknya. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Giri dan Jatra (2014), menemukan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Romadon *et al.* (2014) juga menyatakan *brand image* berpengaruh secara signifikan terhadap struktur keputusan pembelian. Hal yang sama juga ditemukan oleh Karlina dan Seminari (2015), dalam penelitiannya terbukti bahwa citra merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian terbaru yang dilakukan oleh Arimbawa dan Ekawati (2017) juga menghasilkan bukti empiris bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Karena beberapa penelitian tersebut menemukan hasil yang sama, maka penelitian menggunakan hipotesis sebagai berikut

**H3: Citra merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk spa di Kota Denpasar.**

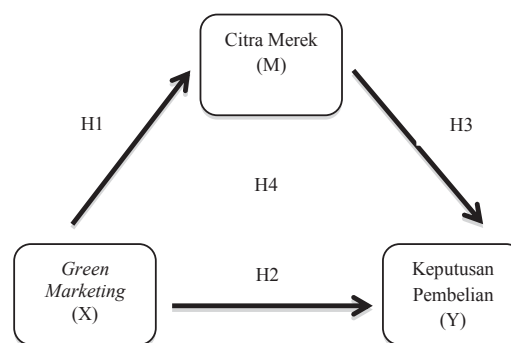
**Peran Citra Merek dalam Memediasi Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian**

Surachman (2008:13) mendefinisikan Citra Merek sebagai bagian dari merek yang dapat dikenali namun tidak dapat diucapkan, seperti lambang, desain huruf atau warna khusus, atau persepsi pelanggan atas sebuah produk atau jasa yang diwakili oleh mereknya. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Giri dan Jatra (2014), menemukan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Romadon *et al.*

(2014) juga menyatakan *brand image* berpengaruh secara signifikan terhadap struktur keputusan pembelian. Hal yang sama juga ditemukan oleh Karlina dan Seminari (2015), dalam penelitiannya terbukti bahwa citra merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian terbaru yang dilakukan oleh Arimbawa dan Ekawati (2017) juga menghasilkan bukti empiris bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Karena beberapa penelitian tersebut menemukan hasil yang sama, maka penelitian menggunakan hipotesis sebagai berikut

**H4: Citra Merek berpengaruh secara positif dan signifikan dalam memediasi pengaruh Green Marketing terhadap Keputusan Pembelian produk spa di Kota Denpasar.**

Berdasarkan penelusuran teori dan beberapa hasil penelitian sebelumnya, dapat dirumuskan model hipotesis penelitian seperti Gambar 1. berikut ini :



**Gambar 1. Kerangka Konsep Penelitian**  
 Sumber: Gambar Diolah Peneliti, 2017

**METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini menggunakan desain asosiatif, yang berarti penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini terdiri dari 1 variabel bebas, 1 variabel mediasi dan 1 variabel terikat, variabel bebas dalam penelitian ini adalah *green marketing*, variabel mediasi dalam penelitian ini adalah citra merek variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

Penelitian ini memilih konsumen produk spa merek Bali Tangisebagai subjek penelitian.

Lokasi dari penelitian ini adalah di Kota Denpasar. Adapun alasan yang mendasari pemilihan tempat di Kota Denpasar karena Kota Denpasar adalah pusat perekonomian dengan pendapatan domestik regional bruto perkapita yang tinggi dan masyarakatnya memiliki daya beli yang lebih tinggi di Bali. Selain itu, secara teknis Kota Denpasar memenuhi kategori yang dinilai efektif dan efisien dalam menyelenggarakan penelitian yang relevan dan juga terdapat banyak spa dan salon yang menyediakan jasa perawatan tubuh yang menggunakan produk-produk spa dari Bali Tangi

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan cara *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2014:122). Terdapat beberapa pertimbangan yang digunakan dalam penelitian ini, ialah : (1) usia minimal 18 tahun dengan tingkat pendidikan minimal SMA/ sederajat, (2) konsumen yang pernah membeli dan memakai produk spa Bali Tangi, (3) konsumen yang menjadi pengambil keputusan dalam melakukan pembelian produk spa Bali Tangi.

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuisisioner tertutup, yang dimana bentuk pertanyaan yang disertai alternatif jawaban dan responden tinggal memilih jawaban yang sudah disediakan pada jawaban alternatif tersebut.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis faktor konfirmatori dan analisis jalur. Analisis faktor konfirmatori digunakan untuk menentukan apakah sekelompok variabel bisa direduksi menjadi beberapa faktor saja, sedangkan analisis jalur digunakan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas terhadap variabel terikat (Riduwan dan Kuncoro, 2011).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Tabel 2 menunjukkan bahwa jumlah responden sebanyak 100 orang dengan persentase laki-laki sebesar 23 persen, sedangkan perempuan sebesar 77 persen. Hal ini berarti mayoritas responden didominasi oleh pelanggan perempuan yang sudah pernah menggunakan produk kecantikan hijau merek Bali Tangi di Kota Denpasar. Berdasarkan kriteria usia

responden juga diketahui bahwa sebagian besar responden berada pada klasifikasi usia 18-29 tahun dengan persentase sebesar 49,0 persen dari total responden yang digunakan dan persentase terkecil yaitu 15,0 persen dengan jumlah responden sebanyak 15 orang yang berumur diatas 40 tahun. Berdasarkan kriteria pendidikan responden, responden yang memiliki pendidikan terakhir Sarjana 1 mendapatkan angka tertinggi yaitu sebanyak 38 persen dibandingkan dengan responden yang memiliki pendidikan terakhir lainnya.. Jika ditinjau dari pekerjaannya responden yang memiliki status sebagai pegawai swasta memiliki angka yang tertinggi sebesar 42 persen dalam mengetahui praktik hijau Bali Tangi.

Tabel 2. Karakteristik Responden

No	Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	23	23
2	Perempuan	77	77
Jumlah		100	100
No	Usia (tahun)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	18-29	49	49
2	30-39	36	36
3	>40	15	15
Jumlah		100	100
No	Pendidikan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	SMA/SMK	31	31
2	Diploma	21	21
3	S1	38	38
4	S2	10	10
Jumlah		100	100
No	Pekerjaan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	P e g a w a i Negeri/ABRI	12	12
2	Pegawai Swasta	42	42
3	Wiraswasta	20	20
4	Pelajar atau Mahasiswa/i	19	19
5	Ibu Rumah Tangga	7	7
Jumlah		100	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

### Uji Validitas

Tabel 3. menunjukkan bahwa seluruh indikator pernyataan dalam variabel *green marketing*, citra merek, dan keputusan pembelian produk spa merek Bali Tangi memiliki *pearson correlation* yang lebih besar dari 0,30 sehingga seluruh indikator tersebut

telah memenuhi syarat validitas data

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Variabel	Instrumen	Pearson Correlation	Keterangan
<i>Green Marketing (X)</i>	X1.1	0,885	Valid
	X1.2	0,913	Valid
	X1.3	0,879	Valid
Citra Merek(M)	M1.1	0,818	Valid
	M1.2	0,839	Valid
	M1.3	0,778	Valid
	M1.4	0,881	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y1.1	0,890	Valid
	Y1.2	0,907	Valid
	Y1.3	0,816	Valid
	Y1.4	0,890	Valid

Sumber: Lampiran 3

### Uji Reliabilitas

Tabel 4. menunjukkan bahwa seluruh indikator pernyataan dalam variabel *green marketing*, citra merek, dan keputusan pembelian produk spa merek Bali Tangi memiliki koefisien *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,60 sehingga pernyataan pada kuisioner tersebut reliabel.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Green Marketing (X)</i>	0,870	Reliabel
Citra Merek (M)	0,847	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,897	Reliabel

Sumber: Lampiran 4

### Analisis Faktor Konfirmatori

Hasil uji KMO yang ditunjukkan Tabel5. memperlihatkan semua variabel memiliki KMO > 0,5. Hal ini menyimpulkan bahwa masing-masing variabel memiliki kecukupan sampel untuk analisis faktor

Tabel 5. Hasil Uji KMO

No	Variabel	KMO
1	<i>Green Marketing (X)</i>	0,720
2	Cira Merek (M)	0,761
3	Kepurusan Pembelian (Y)	0,773

Sumber : Lampiran 6

Nilai MSA yang diperoleh dari masing-masing variabel dapat disajikan pada Tabel6. dimana nilai MSA masing-masing variabel lebih besar dari 0,5. Hal ini berarti masing-masing model layak digunakan dalam analisis faktor.

Tabel 6. Hasil MSA

No	Variabel	MSA
<i>Green Marketing (X)</i>	X1.1	0,711
	X1.2	0,705
	X1.3	0,748
Citra Merek (M)	M1.1	0,781
	M1.2	0,745
	M1.3	0,773
	M1.4	0,751
Keputusan Pembelian (Y)	Y1.1	0,782
	Y1.2	0,777
	Y1.3	0,777
	Y1.4	0,756

Sumber: Lampiran 6

Hasil yang tertera pada Tabel 7. menunjukkan bahwa nilai *Percentage of Variance* yang dimiliki oleh masing – masing variabel telah mampu melampaui nilai 60 persen. Jadi, seluruh variabel dalam penelitian ini telah mampu menjelaskan variasinya.

Tabel 7.

### Hasil Percentage of Variance

No	Variabel	<i>Percentage of Variance</i>
1	X Green Marketing	74,363
2	M Citra Merek	70,045
3	Y Keputusan Pembelian	74,008

Sumber : Lampiran 7

Tabel 8. menunjukkan hasil analisis jalur substruktur 1 yang memberikan informasi dalam menyusun persamaan struktur berikut.

$$M = \beta_1 X + e_1 \quad (1)$$

$$M = 0,758X + e_1$$

Tabel 8. Hasil Analisis Jalur Persamaan Regresi 1

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0,000	0,066		0,000	1,000
Green Marketing	0,758	0,066	0,758	11,487	0,000

R<sup>2</sup> : 0,574  
F Statistik : 131,945  
Sig F : 0,000

Sumber : Lampiran 7

Tabel 9. menunjukkan hasil analisis jalur substruktur 2 yang memberikan informasi dalam menyusun persamaan struktur berikut.

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e_2$$

$$Y = 0,303 X_1 + 0,580 X_2 + e_2$$

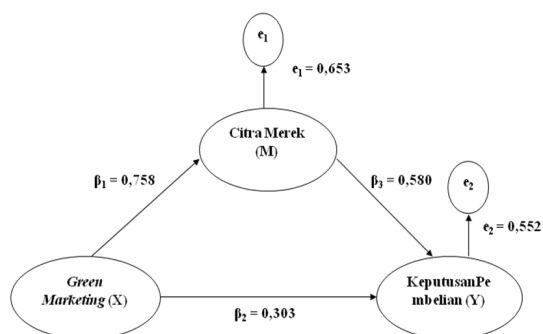
Tabel 9. Hasil Analisis Jalur Persamaan Regresi 1

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0,000	0,056		0,000	1,000
Green Marketing	0,303	0,086	0,303	3,533	0,001
Citra Merek	0,580	0,086	0,580	6,762	0,000

R<sup>2</sup> : 0,695  
F Statistik : 110,749  
Sig F : 0,000

Sumber : Lampiran 7

Hubungan masing-masing variabel dari hasil analisis jalur pada Tabel 13 dan Tabel 14 dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2 Validasi Diagram Jalur Akhir

Sumber: Gambar Diolah Peneliti, 2017

Berdasarkan diagram jalur pada Gambar 2. maka dapat dihitung besarnya pengaruh total antar variabel. Perhitungan antar variabel dirangkum dalam Tabel 10. sebagai berikut.

Tabel 10.

**Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung serta Pengaruh Total Green Marketing, Citra Merek, dan Keputusan Pembelian Produk Spa**

Pengaruh Variabel	Pengaruh langsung	Pengaruh Tidak Langsung Melalui Citra Merek ( $\beta_1 \times \beta_3$ )	Pengaruh Total
X → M	0,758	-	0,758
X → Y	0,303	0,440	0,743
M → Y	0,580	-	0,580

Sumber : Lampiran 7

Hasil olah data menunjukkan nilai koefesien beta *green marketing* bernilai positif sebesar 0,758 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 (kurang dari 0,05) yang artinya variabel *green marketing* berpengaruh signifikan dan positif terhadap citra merek dan hipotesis H<sub>1</sub> diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik praktik pemasaran hijau yang dilakukan perusahaan Bali Tangi, maka persepsi masyarakat terhadap merek Bali Tangi akan meningkat, dan sebaliknya jika praktik pemasaran hijau yang dilakukan perusahaan Bali Tangi tidak maksimal, maka potensi menurunnya persepsi masyarakat terhadap merek Bali Tangi juga akan meningkat. Hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian dari Saputra dan Ardani (2017), Raming *et al.* (2015), dan Silvia *et al.* (2014).

Hasil olah data menunjukkan nilai koefesien beta *green marketing* bernilai positif sebesar 0,303 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001 (kurang dari 0,05) yang artinya variabel *green marketing* berpengaruh



signifikan dan positif terhadap variabel keputusan pembelian dan hipotesis  $H_2$  diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik kegiatan *green marketing* yang dilakukan perusahaan Bali Tangi maka semakin tinggi tingkat pembelian yang dilakukan oleh konsumen yang sadar akan kelestarian lingkungan, dan sebaliknya jika penerapan kegiatan *green marketing* yang dilakukan oleh perusahaan Bali Tangi tidak maksimal, maka potensi dari menurunnya tingkat pembelian dari konsumen yang cinta lingkungan semakin tinggi. Hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian dari Arimbawa dan Ekawati (2017), Risyamuka dan Mandala (2015), dan Romadon *et al.* (2014).

Hasil olah data menunjukkan nilai koefisien beta citra merek bernilai positif sebesar 0,580 dengan tingkat signifikansi 0,000 (kurang dari 0,05) yang artinya variabel citra merek berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian dan hipotesis  $H_3$  diterima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin baiknya persepsi yang ada di benak konsumen terhadap merek Bali Tangi, maka tingkat pembelian konsumen terhadap produk Bali Tangi akan semakin tinggi, dan sebaliknya jika persepsi yang ada di dalam benak konsumen tidak sesuai dengan apa yang mereka harapkan, maka tingkat pembelian dari produk Bali Tangi akan menurun. Hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian dari Arimbawa dan Ekawati (2017), Karlina dan Seminari (2015), dan Romadon *et al.* (2014).

Hasil olah data menunjukkan bahwa nilai pengaruh tidak langsung yang dimediasi oleh citra merek menunjukkan nilai koefisien beta sebesar 0,440. Ini membuktikan bahwa citra merek mampu memediasi pengaruh *green marketing* terhadap keputusan pembelian dengan pengaruh total yang diperoleh adalah sebesar 0,743. Hal ini menunjukkan bahwa citra merek dapat memperlemah dan memperkuat hubungan antara *green marketing* dengan keputusan pembelian. Hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian dari dan Arimbawa dan Ekawati (2017), Raming *et al.* (2015), dan Silvia *et al.* (2014).

## IMPLIKASI PENELITIAN

Implikasi hasil penelitian ini menekankan pada manfaat nyata dari hasil penelitian untuk mendorong perusahaan-perusahaan yang baru berkembang dan khususnya perusahaan-perusahaan yang telah memiliki kepercayaan baik dimata masyarakat terhadap produk

ramah lingkungan yaitu salah satunya dengan cara memasarkan produk dengan menerapkan konsep ramah lingkungan. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh terbukti bahwa *green marketing* secara positif mempengaruhi persepsi, keyakinan, maupun keputusan pembelian konsumen, oleh karena itu pemasar dapat membuat produk ramah lingkungan dan mempromosikannya melalui media pemasaran yang mampu menciptakan citra ramah lingkungan dengan merepresentasikan bahwa perusahaan benar-benar memperhatikan kelestarian lingkungan. Keberhasilan kegiatan pemasaran hijau akan menimbulkan kesan pertama yang positif di dalam benak konsumen sehingga mampu memperluas ceruk pemasaran dari perusahaan. Hal ini tentu menjadi perhatian bagi pihak perusahaan, agar konsumen mempunyai pandangan yang positif terhadap merek produk tersebut dan dengan citra perusahaan yang ramah lingkungan akan membedakan produk tersebut dengan produk pesaing guna mencapai keunggulan bersaing di industrinya.

Keterkaitan antara *green marketing*, citra merek, dan keputusan pembelian, bisa dijadikan tolak ukur bagi perusahaan Bali Tangi dan pemasarnya dalam hal melihat peluang pasar dengan menggunakan penerapan strategi *green marketing* untuk tetap memberikan kontribusi terhadap kelestarian lingkungan dan kesehatan masyarakat dimata konsumennya. Perusahaan Bali Tangi dengan merek yang mengusung konsep ramah lingkungan dan ini juga harus tetap waspada dengan adanya pesaing lain dari perusahaan sejenis yang dapat memberikan perilaku positif yang berbeda oleh masyarakat untuk menggunakan produk spa dengan campuran bahan kimia lainnya. Kreativitas dan inovasi dalam penerapan strategi pemasaran hijau yang tinggi akan mampu membantu merek dengan label produk spa ramah lingkungan dan tetap menjadi menjadi produk spa terbaik di Indonesia.

## SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan, yaitu hasil penelitian ini menunjukkan *green marketing* berpengaruh signifikan dan positif terhadap citra merek. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik praktik *green marketing* di suatu perusahaan, maka persepsi konsumen terhadap *image* perusahaan akan semakin tinggi terutama pada produk spa merek Bali Tangi.

Kedua, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *green marketing* secara signifikan dan positif berpengaruh terhadap keputusan pembelian, yang

berarti bahwa semakin baik praktik pemasaran hijau dilakukan oleh perusahaan, maka potensi meningkatnya keyakinan konsumen untuk membeli produk akan semakin positif, terutama pada produk spa merek Bali Tangi.

Ketiga, Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi konsumen terhadap *image* perusahaan, maka keyakinan konsumen untuk membeli produk akan semakin tinggi, dan sebaliknya semakin lemah persepsi konsumen terhadap *image* perusahaan, maka keyakinan konsumen untuk membeli produk akan semakin tinggi, terutama pada produk spa merek Bali Tangi.

Citra merek mampu memediasi hubungan antara *green marketing* terhadap keputusan pembelian pada produk spa merek Bali Tangi. Hal ini mengindikasikan bahwa secara keseluruhan persepsi yang ada dalam benak konsumen akan mempengaruhi dan menentukan efektif atau tidaknya pengaruh praktik *green marketing* yang dibuktikan dengan perusahaan yang mampu meningkatkan keyakinan konsumen untuk membeli produk spa merek Bali Tangi. Penerapan praktik pemasaran hijau yang efektif dengan memberikan kekuatan pada citra merek secara langsung akan mempengaruhi perusahaan untuk dapat akses ke pasar baruan meningkatkan profitabilitas mereka.

Manajemen Bali Tangi perlu memperhatikan strategi *green marketing* produk ramah lingkungannya dengan meningkatkan intensitas dalam mengkomunikasikan manfaat dari bahan-bahan alami yang terdapat dalam produk spa Bali Tangi yang tidak berbahaya bagi lingkungan maupun kesehatan kulit sehingga bisa mendapatkan keyakinan dari konsumen atas kontribusi dan komitmennya pada kelestarian lingkungan guna mencapai keunggulan bersaing dalam industri kosmetik saat ini.

Peneliti selanjutnya hendaknya mengembangkan penelitian ini dengan mengambil faktor-faktor lainnya yang juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian melalui penerapan praktik hijau seperti misalnya sikap terhadap penerapan praktik hijau dan kepercayaan dalam praktik hijau.

## REFERENSI

Aaker, David A. & Alexander L. Biel. 1993. Brand Equity & Advertising: Advertising's Role in

Building Strong Brands. New Jersey: Erlbaum Associates, Inc.

Agustin, Risna Dwi., Kumadji, Srikandi., Yulianto, Edy. 2015. Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian(Survei Pada Konsumen Non-Member Tupperware Di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 22(2).

Arimbawa, I Gede Sueca & Ekawati, Ni Wayan. 2017. Pengaruh Penerapan Green Marketing Terhadap Citra Merek Dan Keputusan Pembelian Produk. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(5).

Arseculeratne Dinuk dan Rashad Yazdanifard. 2014. How Green marketing Can Create a Sustainable Competitive Advantage for a Business. *International Business Research*, 7 (1) .

Astuti, S., W. Cahyadi, I., G. 2007. Pengaruh Elemen Ekuitas Merek terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan di Surabaya Atas Keputusan Pembelian Kartu Perdana IM3.Majalah Ekonomi No. 2.

Cateora, R. P. & Graham, L. J. 2007. Pemasaran Internasional. Edisi 13. Salemba Empat. Jakarta.

Chaudhary et al. 2011.Green marketng and CSR. *International Journal of Research in Finance and Marketing*.1(6).

Chen, Yu-Shan. 2010. The Drivers of Green Brand Equity: Green Brand Image, Green Satisfaction, and Green Trust. *Journal of Business Ethics*, 93, pp. 307–319

Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Giri, I Gede Wahma Diatmika & Jatra, I Made., 2014. Pengaruh Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana.

Hasan, Iqbal. 2002. Pokok-Pokok Materi Teori Pengambilan Keputusan. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Hawkins, Del I. & David L. Mothersbaugh. 2010. Consumer Behavior Building Marketing Strategy. 11th ed. New York: McGraw-Hill.

Heizer, J & Render, B. 2006. Operation Management International Edition Seventh Edition. Prentice Hall. USA.

Hello, Mohiuddin Ghada & Momani, Naili Mohammad Al. 2014. Green Marketing And Its Relationship To The Purchase Decision: An Empirical Study On Students From King Abdul Aziz University In Jeddah. *Journal of Arts, Science, & Commerce*.5 (2).

- Karlina, Ni Putu Novia & Seminari, Ni Ketut. 2015. Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pt. Karya Pak Oles Tokcer Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(6).
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Alih Bahasa: Bob Sabran. Jilid 2. MM Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management*. 14<sup>th</sup> ed. New Jersey: Prentice Hall.
- Manongko, Allen A. CH. 2011. Green Marketing Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Membeli Produk Organik (Studi Pada Pelanggan Produk Organik di Kota Manado). *Tesis*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Pemayun, Cok Istri Shintia Dewi Haruna & Suasana, I Gusti Agung Ketut Gede. 2015. Peran Kepercayaan Dalam Memediasi Hubungan Antara Persepsi Nilai Dan Keputusan Pembelian Produk Hijau *Herbalife* Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(12).
- Peter, Paul J. dan Jerry C. Olson. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Alih Bahasa: Diah Tantri Dwiandani. Jilid 1 Ed. 9. Jakarta: Salemba Empat.
- Putripeni, P. M., Suharyono, Kusumawati, A. 2014. Pengaruh Green Marketing Terhadap Citra Merek dan Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen The Body Shop Mall Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1).
- Rampling, P. R., Tumbel, A. L., Tawas, H. N. 2015. The Influence of Green Marketing Strategy Towards Purchasing Decisions with Brand Image as An Intervening Variable on Aqua Bottled Drinking Water in Manado. *Jurnal EMBA*, 3(2).
- Riduwan & Kuncoro. 2011. Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur). Bandung, Alfabeta.
- Risyamuka, I Ketut & Mandala, Kastawan. 2015. Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijau di Restoran Sari Organik Ubud. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(2).
- Romadon, Yusuf, Srikandi Kumadji & Yusri Abdillah. 2014. Pengaruh Green marketing Terhadap Citra Merek dan Struktur Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 15 (1)
- Saputra, I Gusti Putu Aditya & Ardani, I Gusti Agung Ketut Sri. 2017. Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Green Marketing Terhadap Corporate Reputation. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(1).
- Saputri, Marheni E. & Tutut Ratna P. 2014. Pengaruh Citra Merek Terhadap Kesetiaan Pengguna Smartphone Iphone. *Jurnal Sosioteknologi*, 13 (3).
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks.
- Septifani, Riska., Achmadi, Fuad., Santoso, Imam. 2014. Pengaruh Green Marketing, Pengetahuan dan Minat Membeli terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 13 (2).
- Silvia, F., Fauzi, A., Kusumawati, A. 2014. Pengaruh Pemasaran Hijau Terhadap Citra Merek serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei pada Konsultan Independen di Oriflame Cabang Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 14(1).
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung, Alfabeta.

# Tourism Contribution on Bali Provincial Economy And Its Implications on Sustainable Tourism Development

*I Made Wardana*

Faculty of Economics and Business Udayana University  
Denpasar Bali Indonesia  
email: wardana@unud.ac.id

---

**Abstract:** Tourism is actually an increasingly growing economic activity, in accordance with the development of human welfare. Tourism can reduce the welfare of humanity in the world if the economically underdeveloped countries take advantage of tourism's tourism potentials. This study aims to analyze the contribution of Bali's tourism sector to the Balinese economy, with a descriptive approach to secondary data search and theoretical studies. Some countries still rely on tourism as a source of foreign exchange, including Indonesia. Tourism foreign exchange in 2016 increased compared to 2015. By 2015, tourism foreign exchange positions occupy the fourth shrill, after the CPO. In 2015, foreign exchange from the tourism sector is in the fourth position under oil and gas, CPO and coal. For the province of Bali, tourism sector has considered the leading sector of the economy that coloring the regional economic growth. Bali tourism developed culture-based has a significant contribution to the GRDP Bali and continues to increase. The implications of a large tourism contribution to the economy of the Province of Bali, necessitate a long-term dimension of tourism development policy. The concept of sustainable tourism development as designed by UNWTO is a concept that absolutely must be implemented. Implementation of the concept of sustainable tourism development should be supported by the government as a leader, community, tourism industry and tourists themselves.

**Keywords:** Cultural tourism, Sustainable tourism development, the Leading sector of the economy.

---

## Pendahuluan

Peper ini adalah studi empiris dan kepustakaan dengan mengkolaborasikan data skunder dengan hasil-hasil penelitian sebelumnya. Kajian dalam peper ini menggunakan pariwisata Bali sebagai subyek analisis. Toppik bahasan dalam peper ini adalah Kontribusi Pariwisata Terhadap Perekonomian Provinsi Bali Dan Implikasinya Terhadap Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan

Industri pariwisata sebagai industri jasa masih merupakan andalan untuk meraih devisa, bahkan industri pariwisata dikatakan sebagai sektor penyelamat pada saat perolehan devisa sektor lainnya semakin menurun. Industri pariwisata menghasilkan manfaat ekonomi yang substansial baik bagi negara tujuan wisata maupun bagi negara asal wisatawan.

Pariwisata telah memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap perekonomian baik bagi negara yang sedang berkembang maupun bagi negara maju yang mempunyai potensi kepariwisataan.

Pertumbuhan industri pariwisata mempunyai dampak yang cukup luas terhadap pertumbuhan ekonomi suatu masyarakat. Menurut *The World Tourism Organization (WTO)* yang sejak tahun 2005 berubah menjadi *The United Nations World Tourism Organization (UNWTO)* memperkirakan bahwa pariwisata dunia akan tumbuh 4 persen pertahunnya. Permintaan untuk pariwisata internasional tetap kokoh di tahun 2016 meski ada tantangan. Kedatangan wisatawan internasional tumbuh 3,9% hingga mencapai 1.235 juta, menurut Barometer Pariwisata UNWTO terbaru. Sekitar 46 juta lebih wisatawan melakukan perjalanan ke luar negeri tahun lalu

dibandingkan tahun 2015. Akibatnya, 300 juta lebih wisatawan mancanegara berkeliling dunia pada tahun 2016 dibandingkan dengan rekor sebelum krisis pada tahun 2008. Penerimaan pariwisata internasional tumbuh dengan kecepatan yang sama pada periode ini.

### Potensi Pariwisata Indonesia

Indonesia merupakan negara yang memiliki kekayaan sumber daya alam dan budaya yang besar, memberikan modal besar bagi sektor pariwisata. Pariwisata sendiri merupakan salah satu sektor yang menjadi motor penggerak dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Dengan potensi wisata alam dan budaya yang begitu besar, pariwisata Indonesia menjadi salah satu penyumbang devisa yang besar bagi perekonomian Indonesia. Pemerintah Indonesia memandang industri pariwisata sebagai sektor andalan di masa yang akan datang dalam mendapatkan devisa. Pemerintah Indonesia optimis bahwa kunjungan wisatawan akan terus mengalami peningkatan sejalan dengan terus meningkatnya pariwisata dunia, disamping potensi pariwisata yang dimiliki Indonesia tergolong luar biasa. Dilihat dari sisi penawaran, Indonesia memiliki 26 kawasan wisata dimana delapan diantaranya termasuk Bali. Indonesia juga memiliki tiga warisan budaya dunia (*world cultural heritage*) yang dianugerahkan UNESCO yakni Candi Borobudur, Candi Prambanan dan Situs Purbakala Sangiran di Jatim. Indonesia juga memiliki warisan alam dunia (*world natural heritage*) yakni Taman Nasional Komodo di Nusa Tenggara Timur, Taman Nasional Ujung Kulon di Banten dan Taman Nasional Lorentz di Papua.

Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) ke Indonesia sepanjang 2016 mencapai 11,52 juta orang. Jumlah itu kurang 500 ribu dari target pemerintah yaitu 12 juta wisman. Data BPS menunjukkan jumlah kunjungan wisman 2016 tumbuh 10,69 persen dibanding periode yang sama tahun lalu, yang hanya 10,41 juta. Dalam lima tahun ke depan pemerintah menetapkan target kunjungan 20 juta wisatawan asing, dengan target pemasukan devisa Rp 260 triliun. Industri pariwisata Indonesia sudah memiliki pertumbuhan yang bagus yaitu 7,2 persen per tahun. Angka ini bahkan lebih tinggi dari rata-rata pertumbuhan pariwisata dunia yang hanya mencatatkan angka sebesar 4,7 persen.

### Potensi Dan Kontribusi Pariwisata Provinsi Bali.

Potensi daya tarik sebuah destinasi pariwisata, dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu potensi daya tarik berasal dari sumber-sumber alam dan dari sumber-sumber buah karya manusia. Potensi daya tarik yang bersumber dari alam pada umumnya bersifat sumber-sumber bebas (*free resources*) sedangkan potensi daya tarik yang berasal dari buah karya manusia pada umumnya bersifat sumber-sumber tidak bebar (*tradeable*). Masing-masing komponen daya tarik wisata bersifat komplementer, sehingga dalam pariwisata satu sama lain saling melengkapi.

Kontribusi pariwisata terhadap perekonomian daerah destinasi, dapat dilihat dari tiga sisi, yaitu sisi pendapatan, peluang kerja dan pembangunan ekonomi. Pariwisata adalah bisnis ekspor yang menghasilkan devisa sehingga dapat memperbaiki neraca pembayaran suatu negara. Kontribusi ekonomi pariwisata, terhadap ekonomi nasional dapat dilihat dari kontribusinya terhadap GDP, dan untuk ekonomi daerah dapat dilihat dari PDRB.

Pariwisata pada umumnya dapat menyerap banyak tenaga kerja karena sifat industri pariwisata adalah industri pelayanan *face-to-face*. Walau dalam beberapa hal industri pariwisata tidak menuntut kualitas tenaga kerja yang relatif tinggi, tetapi cukup tingkat menengah dan bawah.

Pariwisata dapat secara langsung atau tidak langsung memperbaiki kualitas hidup masyarakat lokal melalui pembangunan ekonomi. Analisis manfaat dan biaya sangat diperlukan dalam mengevaluasi ekonomi pariwisata. Pengembangan industri pariwisata tidak selalu memberikan dampak positif, sehingga fungsi manajemen, khususnya manajemen strategi diperlukan untuk memaksimalkan dampak positif dan meminimalkan dampak negatif, baik terhadap sosial-budaya, ekonomi dan keamanan suatu destinasi.

Industri pariwisata Bali merupakan bagian dari industri pariwisata Indonesia, dan menjadi leading sector struktur perekonomian Provinsi Bali, serta menjadikan struktur perekonomian Provinsi Bali mempunyai karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan daerah lainnya di Indonesia. Perekonomian Provinsi Bali dibangun melalui keunggulan sektor industri pariwisata. Hal ini menyebabkan sektor-sektor yang mempunyai keterkaitan langsung dengan industri pariwisata bersama-sama memperkuat perekonomian Provinsi Bali.

Pariwisata Provinsi Bali yang berbasis pada



budaya mempunyai keunggulan dan karakteristik yang unik jika dibandingkan dengan pariwisata lainnya baik di Indonesia maupun di negara lainnya sekaligus merupakan keunggulan dalam menghadapi persaingan pasar. Pariwisata Provinsi Bali berkaitan erat dengan kehidupan sosial budaya orang Bali khususnya dalam kehidupan beragama dan adat istiadatnya. Budaya dan adat istiadatnya serta keindahan alam merupakan modal daya tarik bagi wisatawan terhadap pariwisata Provinsi Bali. Kegiatan budaya dan adat istiadat menjadi komoditi pariwisata sebagai atraksi menarik bagi wisatawan, sehingga pariwisata Provinsi Bali diformat sebagai pariwisata budaya yang dilandasi oleh agama Hindu dan adat istiadatnya

Provinsi Bali sebagai daerah tujuan wisata memiliki berbagai ragam daya tarik dan memiliki potensi obyek wisata cukup besar di mana setiap kabupaten dan kota di Provinsi Bali memiliki obyek wisata yang banyak dikunjungi oleh wisatawan. Sektor pertanian juga merupakan spirit industri pariwisata Provinsi Bali (Sudibya,

2004). Banyak aktivitas budaya melandasi pelaksanaan usaha bertani dan proses kehidupan sebagai petani Bali, yang mempunyai daya tarik tersendiri bagi para wisatawan. Lahan garapan berupa sawah berterasering, proses pengolahan lahan serta kegiatan ritual memberikan daya tarik unik sehingga menjadi obyek pariwisata. Hasil-hasil produksi pertanian, seperti buah, sayuran, bunga dan lainnya merupakan komoditi yang diperlukan oleh industri pariwisata sehingga dengan demikian industri pariwisata sesungguhnya tidak dapat terlepas dari sektor pertanian dan bahkan dianggap sebagai sektor komplementer.

Sektor pertanian sebagai spirit industri pariwisata Provinsi Bali secara kuantitas sulit dikembangkan lagi karena semakin menyempitnya lahan pertanian. Lahan pertanian bekurang hampir 1500 hektar setiap tahunnya karena keperluan industri, pemukiman dan untuk fasilitas lainnya. Implikasi keadaan ini adalah terancamnya daya tarik industri pariwisata karena terpuruknya sektor pertanian (Manuaba, 2004).

Konsep pembangunan berimbang (*balanced growth*) adalah konsep pembangunan yang berimbang di berbagai sektor perekonomian. Konsep ini ideal dikembangkan untuk membangun secara berimbang sektor pertanian dan sektor industri termasuk industri pariwisata, sehingga masing-masing sektor akan saling memberikan sinergi pertumbuhan. Kenyataan yang terjadi saat ini adalah sinergi saling menguntungkan antara sektor pertanian dan industri pariwisata di

Provinsi Bali masih belum tampak jelas. Keterkaitan usahatani dengan industri pariwisata sebagai pemasok komoditi kebutuhan industri pariwisata masih sangat terbatas. Kebutuhan industri pariwisata terhadap komoditi pertanian saat ini, seperti buah-buahan, sayur-sayuran justru masih dipenuhi dari luar Bali dan bahkan dipenuhi oleh komoditi pertanian yang berasal dari impor. Alasan klasik pihak industri pariwisata sebagai hambatan untuk menggunakan komoditi hasil-hasil pertanian Provinsi Bali Bali, adalah karena masalah kualitas dan stabilitas pasokan yang masih belum memadai.

### **Kontribusi Pariwisata Bali.**

#### **Penerimaan Devisa**

Kontribusi pariwisata terhadap pendapatan pemerintah dapat diuraikan menjadi dua, yakni: kontribusi langsung dan tidak langsung. Kontribusi langsung berasal dari pajak pendapatan yang dipungut dari para pekerja pariwisata dan pelaku bisnis pariwisata pada kawasan wisata yang diterima langsung oleh dinas pendapatan suatu destinasi. Sedangkan kontribusi tidak langsung pariwisata terhadap pendapatan pemerintah berasal dari pajak atau bea cukai barang-barang yang di import dan pajak yang dikenakan kepada wisatawan yang berkunjung. Pemerintah Provinsi Bali menyumbang devisa sebesar 45 persen dari Rp 34 triliun yang diperoleh dari kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia.

Fasilitas pendukung yang dimiliki adalah 155 hotel berbintang dengan 46 ribu kamar, termasuk pondok wisata dengan 2.175 akomodasi, serta 1.693 restoran. Selain itu, didukung 635 agen perjalanan dengan 5.127 pemandu wisata aktif dari total 8.000 pemandu yang memiliki izin.

#### **Penyerapan Tenaga Kerja**

Pada beberapa negara yang telah mengembangkan sektor pariwisata, terbukti bahwa sektor pariwisata secara internasional berkontribusi nyata terhadap penciptaan peluang kerja, penciptaan usaha-usaha terkait pariwisata seperti usaha akomodasi, restoran, klub, taxi, dan usaha kerajinan seni souvenir dan sebagainya.

Jumlah penduduk yang bekerja pada tiap sektor menunjukkan kemampuan sektor tersebut dalam penyerapan tenaga kerja. Berdasarkan lapangan pekerjaan utama, pada Agustus 2017 penduduk Bali paling banyak bekerja pada sektor perdagangan, rumah makan, dan akomodasi yang mencapai 31,69 persen

(760.093 orang) dari total penduduk yang bekerja. Jumlah penduduk yang bekerja di sektor ini mengalami peningkatan dibandingkan Agustus 2016 yaitu sebesar 4,30 persen.

### **Pembangunan Infrastruktur**

Berkembangnya sektor pariwisata juga dapat mendorong pemerintah lokal untuk menyediakan infrastruktur yang lebih baik, penyediaan air bersih, listrik, telekomunikasi, transportasi umum dan fasilitas pendukung lainnya sebagai konsekuensi logis dan kesemuanya itu dapat meningkatkan kualitas hidup baik wisatawan dan juga masyarakat local itu sendiri sebagai tuan rumah. Sepakat membangun pariwisata berarti sepakat pula harus membangun yakni daya tarik wisata “attractions” khususnya daya tarik wisata man-made, sementara untuk daya tarik Page | 10 alamiah dan budaya hanya diperlukan penataan dan pengemasan. Karena Jarak dan waktu tempuh menuju destinasi “acesable” akhirnya akan mendorong pemerintah untuk membangun jalan raya yang layak untuk angkutan wisata, sementara fasilitas pendukung pariwisata “Amenities” seperti hotel, penginapan, restoran juga harus disiapkan. Pembangunan infrastruktur pariwisata dapat dilakukan secara mandiri ataupun mengundang pihak swasta nasional bahkan pihak investor asing khususnya untuk pembangunan yang berskala besar seperti pembangunan Bandara Internasional, dan sebagainya. Perbaikan dan pembangunan infrastruktur pariwisata tersebut juga akan dinikmati oleh penduduk local dalam menjalankan aktifitas bisnisnya, dalam konteks ini masyarakat local akan mendapatkan pengaruh positif dari pembangunan pariwisata di daerahnya.

Beberapa proyek telah dibangun berkaitan dengan pariwisata yaitu pembangunan pengembangan Bandara Internasional Ngurah Rai, pembangunan jalan tol Bali Mandara, dan pembangunan jalan 2 jalan underpass untuk mengurai kemacetan.

### **Pemberdayaan Perekonomian Masyarakat Lokal**

Pendapatan sektor pariwisata acapkali digunakan untuk mengukur nilai ekonomi pada suatu kawasan wisata. Sementara ada beberapa pendapatan lokal sangat sulit untuk dihitung karena tidak semua pengeluaran wisatawan dapat diketahui dengan jelas seperti misalnya penghasilan para pekerja informal seperti sopir taksi tidak resmi, pramuwisata tidak resmi, dan lain sebagainya. WTO memprediksi bahwa

pendapatan pariwisata secara tidak langsung disumbangkan 100% secara langsung dari pengeluaran wisatawan pada suatu kawasan. Dalam kenyataannya masyarakat local lebih banyak berebut lahan penghidupan dari sector informal ini, artinya jika sector informal bertumbuh maka masyarakat local akan mendapat manfaat ekonomi yang lebih besar.

Keterlibatan penduduk lokal dalam dunia pariwisata di Provinsi Bali sebagai pekerja pariwisata menunjukkan peran yang cukup signifikan.

Tingkat keterlibatan masyarakat dalam pariwisata sangat berbeda dan ini tergantung dari jenis potensi,

pengalaman, pengetahuan dan keahlian yang dimiliki oleh individu atau masyarakat local tersebut. Keterlibatan masyarakat local dalam pengembangan pariwisata dapat dilakukan dengan cara:

- a. menyewakan tanahnya kepada operator pariwisata untuk dikembangkan sebagai obyek dan daya tarik pariwisata serta turut serta memantau dampak-dampak yang ditimbulkan sehubungan dengan pengembangan pariwisata tersebut;
- b. bekerja sebagai karyawan tetap atau paruh waktu di perusahaan operator pariwisata tersebut;
- c. menyediakan pelayanan jasa kepada operator pariwisata seperti; pelayanan makanan, transportasi, akomodasi dan panduan berwisata (guiding);
- d. membentuk usaha patungan (joint venture) dengan pihak swasta, yang mana masyarakat local menyediakan lokasi dan pelayanan jasanya sedangkan pihak swasta menangani masalah pemasaran produk dan manajemen perusahaan;
- e. mengembangkan pariwisata secara mandiri dengan mengutamakan pengembangan pariwisata berbasis komunitas (community-based tourism).

### **Implikasi Kontribusi Pariwisata Terhadap Upaya Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Provinsi Bali**

Uraian di atas menunjukkan bahwa, betapa pentingnya upaya pengembangan industri pariwisata di Provinsi Bali secara berkelanjutan (*sustainable tourism development*), agar momentum pembangunan daerah dapat dilakukan secara berkelanjutan pula. Pariwisata

Bali bukan hanya untuk hari ini dan bukan hanya untuk generasi saat ini, tetapi pariwisata Bali adalah untuk mendukung ekonomi masyarakat dalam jangka panjang untuk membangun generasi di masa yang akan datang. Masalah yang harus dijawab adalah langkah-langkah apa yang harus dilakukan agar pariwisata Provinsi Bali dapat bertahan secara berkelanjutan, serta pihak-pihak mana yang mempunyai andil dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan di Provinsi Bali.

Upaya pengembangan pariwisata sejalan dengan upaya peningkatan kinerja pariwisata. Pengembangan atau peningkatan kinerja suatu perusahaan dalam pasar yang bersaing, maka fungsi pemasaran menjadi "*leading fuction*" untuk mengerakkan fungsi-fungsi perusahaan lainnya, seperti fungsi produksi, pendanaan, personalia dan fungsi administrasi. Keberhasilan pemasaran industri pariwisata ditunjukkan oleh keberhasilan unit-unit usaha wisata meningkatkan kinerja pemasaran secara berkelanjutan. Menurut Ferdinand, (2002:156), kinerja yang diperoleh pada suatu saat dapat dipandang sebagai prestasi jangka pendek perusahaan. Tinggi rendahnya tingkat kinerja jangka pendek perusahaan merupakan instrumen untuk mengembangkan keunggulan bersaing berkelanjutan. Kinerja pemasaran berkelanjutan merupakan hasil dari keunggulan daya saing yang berkelanjutan. Pengembangan industri pariwisata berkelanjutan merupakan upaya untuk membangun daya saing yang berkelanjutan. Daya saing yang berkelanjutan dapat diwujudkan melalui perencanaan yang berdimensi jangka panjang.

Pengembangan pariwisata yang berkelanjutan tidak terlepas dari konsep pembangunan yang berwawasan lingkungan. Konsep pembangunan yang berkelanjutan berkembang karena pada kenyataan terjadi berbagai perubahan

lingkungan karena aktivitas ekonomi manusia yang tidak diperkirakan sebelumnya. Konsep ini pertama kali dibicarakan dalam tahun 1987 dalam suatu laporan yang dipublikasikan oleh Komisi Lingkungan dan Pembangunan Dunia (*World Commission on Environment and Development*). Komisi dunia tersebut mendefinisikan pembangunan yang berkelanjutan adalah pembangunan untuk memenuhi kebutuhan sekarang tanpa mengurangi kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhannya. Menurut Irwan dan Suparmoko (1999:322), pembangunan berwawasan lingkungan akan merupakan landasan bagi adanya pembangunan berkelanjutan.

Pembangunan yang berkelanjutan dapat diartikan dalam arti luas dan dalam arti sempit. Dalam arti luas pembangunan berkelanjutan diartikan sebagai pembangunan yang tidak menurunkan kapasitas generasi yang akan datang untuk melakukan pembangunan walaupun terdapat penyusutan cadangan sumberdaya alam dan memburuknya lingkungan tetapi keadaan tersebut dapat digantikan oleh sumberdaya lain baik oleh sumberdaya manusia maupun oleh sumberdaya kapital. Dalam arti sempit pembangunan berkelanjutan diartikan sebagai pembangunan yang tidak mengurangi kemampuan generasi yang akan datang untuk melakukan pembangunan, tetapi dengan menjaga agar fungsi sumberdaya alam dan lingkungan yang ada tidak menurun, tanpa digantikan oleh sumberdaya lainnya.

Menurut Muller (1997:30) konsep pengembangan pariwisata berkelanjutan (*Sustainable Tourism Development*) adalah pengembangan pariwisata yang berwawasan lingkungan dan sosial dengan memperhatikan kelestarian ekonomi, penduduk lokal, kelestarian alam, kelestarian budaya dan kepuasan terhadap wisatawan. Pembangunan atau pengembangan industri pariwisata dengan konsep pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism development*) adalah merupakan kebutuhan bagi setiap daerah tujuan wisata, karena pariwisata umumnya memanfaatkan sumberdaya utama yaitu alam dan budaya yang perlu dilestarikan. Kurangnya perhatian terhadap pengembangan pariwisata yang berkelanjutan akan berimplikasi terhadap menurunnya kualitas daya tarik obyek wisata.

Menurut Frace (1997:24), dalam pengembangan industri pariwisata secara berkesinambungan, tiga faktor yang tidak bisa diabaikan adalah masalah pemeliharaan ekologi, hubungan dengan masyarakat lokal dan kepuasan wisatawan. *World Tourism Organization (WTO)* memberikan prinsip-prinsip pengembangan industri pariwisata berkelanjutan dengan mengadakan keseimbangan pembangunan antara aspek lingkungan (*environmental*), ekonomi (*economic*) terutama ekonomi masyarakat lokal, dan sosial budaya (*socio cultural*). Dalam industri pariwisata antara pengembangan pariwisata, pengembangan lingkungan dan pengembangan sosio-ekonomi merupakan suatu sirkular dan hubungan kumulatif (Cater dan Goodall, 1997:85). Pengembangan industri pariwisata yang berkelanjutan menempatkan aspek sumber-sumber lingkungan sebagai dasar kompromi yang menentukan prospek penduduk lokal dimasa yang akan datang.

Menurut McKercher (2003), pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dapat diidentifikasi memiliki empat pilar yaitu (1) ekonomi yang berkelanjutan yaitu upaya ekonomi untuk menghasilkan keuntungan sekarang dan di masa yang akan datang, (2) ekologi yang berkelanjutan yaitu pembangunan yang harmonis dengan esensi proses ekologi, (3) budaya yang berkelanjutan yaitu pembangunan meningkatkan kualitas hidup, harmonis dengan dampaknya terhadap budaya dan nilai-nilai serta mempertahankan identitas diri masyarakatnya dan (4) masyarakat yang berkelanjutan yaitu pembangunan dirancang dengan memberikan manfaat pada masyarakat lokal dan meningkatkan penghasilannya. Empat pilar tersebut mengindikasikan pengembangan industri pariwisata berkelanjutan merupakan upaya mengadakan keseimbangan antara nilai ekonomi yang diperoleh oleh industri pariwisata dan benefit yang diperoleh oleh penduduk lokal, pemeliharaan lingkungan dan pemeliharaan nilai-nilai sosial budaya masyarakat lokal.

Pendapat McKercher di atas tentang dimensi pengembangan pariwisata berkelanjutan secara operasional dapat dipakai sebagai pedoman pengembangan pariwisata berkelanjutan. Empat dimensi yang disarankan yaitu, ekonomi berkelanjutan, ekologi berkelanjutan, budaya berkelanjutan dan masyarakat berkelanjutan sangat relevan dengan unsur-unsur karakteristik pariwisata Provinsi Bali yang harus dipertahankan. Namun sesuai dengan kondisi obyektif pariwisata Bali, masalah keamanan dan kenyamanan wisatawan dapat merupakan unsur yang ke lima dalam konsep pengembangan pariwisata berkelanjutan Provinsi Bali.

Kontribusi pariwisata terhadap perekonomian Bali sesungguhnya merupakan hal yang sangat kompleks, karena kegiatan ekonomi pariwisata berkaitan dengan berbagai kegiatan ekonomi lainnya. Unsur ekonomi berkelanjutan merupakan unsur yang dapat mempertahankan posisi pariwisata Bali saat ini sebagai *leading sector* perekonomian Bali di masa yang akan datang.

Daya tarik Bali sebagai salah satu destinasi pariwisata yang sangat terkenal, disebabkan karena Bali mempunyai potensi daya tarik yang sangat berlimpah termasuk daya tarik alamnya. Masalah ekologi berkaitan dengan masalah lingkungan alam. Alam tidak bisa dilepaskan dari masalah pariwisata, bahkan sumber-sumber pariwisata yang paling besar berasal dari alam dan justru sebagian besar merupakan sumber-sumber bebas (*free resources*).

Masalah ekologi berkelanjutan menyangkut banyak hal antara lain, penanggulangan pencemaran air, udara dan tanah, termasuk mempertahankan kelestarian, sungai, danau, pantai dan hutan, beserta isinya.

Bali sebagai salah satu destinasi pariwisata di dunia sarat dengan atraksi budayanya. Beberapa hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya menyatakan bahwa, wisatawan tertarik untuk datang ke Bali karena semata mata ketertarikan mereka menyaksikan budaya Bali. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian Suradnya (1999:54), yang menyatakan bahwa ada sembilan faktor yang melatarbelakangi wisatawan mengunjungi daerah tujuan wisata Bali yaitu: kenyamanan, citra, budaya, belanja, pantai, harga, relaksi, keindahan alam, dan penduduk setempat.

Pariwisata Bali dibangun dengan landasan budaya, yang diatur dalam Perda No 3 Tahun 1991, yang pada pokoknya menyatakan bahwa pariwisata Bali dalam perkembangan dan pengembangannya berdasarakan budaya Bali dan dilandasi oleh Agama Hindu, dimana budaya Bali adalah bagian dari budaya Nasional. Dalam Perda tersebut falsafah Tri Hita Karana menjiwai sietem pengembangan pariwisata Bali. Dalam oprerasionalisasi pengembangan pariwisata berkelanjutan melalui keberlanjutan budaya Bali, maka diperlukan dimensi operasional tentang pariwisata budaya, sehingga dapat diketahui langkah-langkah nyata yang diperlukan didalam melestarikan budaya Bali.

Budaya, dalam konteks pariwisata menurut Ritchie dan Zeins (1978) mempunyai elemen-elemen; kerajinan tangan, adat istiadat, sejarah, arsitektur, makanan lokal, seni dan musik, tata kehidupan, agama, bahasa, pakaian tradisional. Elemen-elemen ini sesungguhnya tepat dan sesuai dipakai sebagai pedoman dalam melestarikan budaya Bali, dalam rangka pengembangan pariwisata berkealnjukan Bali.

Salah satu daya tarik Bali sebagai daerah destinasi karena keramahtamahan penduduknya. Keramahtamahan masyarakat lokal sesungguhnya merupakan indikasi bahwa masyarakat menerima dengan tulus ihklas aktivitas kepariwisataan. Modal dasar kepariwisataan ini perlu dipertahankan secara berkelanjutan dengan memberikan peluang yang cukup bagi masyarakat lokal baik secara langsung atau tidak langsung untuk ikut dalam kepariwisataan.

Pemeliharaan lingkungan, budaya dan memberdayakan masyarakat lokal dalam pariwisata sebagai pilar-pilar kepariwisataan akan memberikan



jaminan keberlangsungan pariwisata serta memberikan dampak ekonomi secara berkelanjutan.

### Kesimpulan

1. Kegiatan budaya dan adat istiadat menjadi komoditi pariwisata sebagai atraksi menarik bagi wisatawan, sehingga pariwisata Provinsi Bali diformat sebagai pariwisata budaya yang dilandasi oleh agama Hindu dan adat istiadatnya
2. Kontribusi sektor pariwisata Provinsi Bali adalah sebagai penghasil devisa, penyerapan tenaga kerja, pembangunan infrastruktur dan pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal
3. Industri pariwisata Bali masih sebagai penggerak perekonomian dan pembangunan Provinsi Bali. Sektor primer yang diwarnai oleh industri pariwisata berimplikasi terhadap kebijakan pemerintah Provinsi Bali untuk memberikan prioritas tertentu terhadap pengembangan pariwisata melalui konsep berkelanjutan (sustainable tourism development). Pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dapat diidentifikasi memiliki empat pilar yaitu (1) ekonomi yang berkelanjutan yaitu upaya ekonomi untuk menghasilkan keuntungan sekarang dan di masa yang akan datang, (2) ekologi yang berkelanjutan yaitu pembangunan yang harmonis dengan esensi proses ekologi, (3) budaya yang berkelanjutan yaitu pembangunan meningkatkan kualitas hidup, harmonis dengan dampaknya terhadap budaya dan nilai-nilai serta mempertahankan identitas diri masyarakatnya dan (4) masyarakat yang berkelanjutan yaitu pembangunan dirancang dengan memberikan manfaat pada masyarakat lokal dan meningkatkan penghasilannya.
4. Pengembangan industri pariwisata berdasarkan konsep berkelanjutan memiliki dimensi pengembangan jangka panjang. Peran pemerintah daerah dalam upaya pengembangan industri pariwisata berkelanjutan sesungguhnya sangat penting sebagai pemimpin (*leader*), bersama-sama masyarakat lokal dan industri pariwisata itu sendiri. Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 3 Tahun 1991 yang mengatur tentang pengembangan pariwisata budaya masih relevan sebagai landasan pengembangan industri pariwisata berkelanjutan. Petunjuk yang lebih bersifat operasional serta sosialisasi peraturan

daerah tersebut terhadap pelaku kepariwisataan dan masyarakat sangat diperlukan secara berkesinambungan.

### Daftar Pustaka

1. Bali Post, Nomor 146 th ke 57 Rabu 12 Januari 2005, hal.10, kol. 1.
2. Bappeda Propinsi Bali, 2000. *Produk Domestik Regional Bruto*. Propinsi Bali: BPS Badan Pusat Statistik.
3. Bendesa, K. G., 2005. Bali Menuju 2020: Ekonomi Berbasis Ilmu Pengetahuan. *Pidato Pengukuhan Jabatan Guru Besar Tetap dalam Bidang Ilmu Ekonomi Pembangunan pada Fakultas Ekonomi Universitas Udayana*. Denpasar: Universitas Udayana.
4. Manuaba, A., 2004. Membangun Desa Tanaman Hias Petiga Melalui Tiga Sektor Potensial Ekonomi Bali Secara Harmoni, Dalam Rangka Pembangunan Bali Berlanjut. *Proceedings Sminars tentang Pengembangan Bali Sebagai Pulau Bunga Dalam Rangka Revitalisasi Pariwisata Bali*. Bali : BTDC 2004.
5. McKercher, B., 2003. Sustainable Tourism Development – Guiding Principles For Planning and Management. *Presentation to the National Seminar on Sustainable Tourism Development*. Bishkek, Kyrgistan, November 5-9, 2003. pp. 6-7
6. Muller, H., 1997. *The Thorny Path to Sustainable Tourism Development*. London: EarthscanPublications Limited.
7. Pemda Propinsi Daerah Tingkat I Bali, 1991. Peraturan Daerah Propinsi Daerah Tingkat I Bali Nomor 3 Tahun 1991, Tentang pariwisata Budaya. Bali: Pemda Propinsi Daerah Tingkat I Bali.
8. Sudibya, B., 2004. Pengembangan Agrowisata Pelaga Sebagai Objek Dan Daya Tarik Wisata Baru Di Bali. *Proceedings Seminar Tentang Pengembangan Bali Sebagai Pulau Bunga Dalam Rangka Revitalisasi Pariwisata Bali*. Nusa Dua: BTDC.
9. Sukaatmaja, I .P.G., 2001. Pengaruh Strategi Pemasaran dan Kinerja Pemasaran Perusahaan pariwisata Terhadap Pengembangan Industri wisataAgro Di Propinsi Bali. Disertasi. Bandung : Universitas Padjadjaran.
10. Suparmoko, M., 1999. *Pengantar Ekonomi Makro*. Edisi 4. Yogyakarta: BPFE.



# PENGARUH KOMITMEN ORGANISASI DAN ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR (OCB) TERHADAP KINERJA KARYAWAN DI PT. BANK PERKREDITAN RAKYAT HOKI KANTOR PUSAT DENPASAR

*I Putu Agus Yoga Pratama. A.A.A Sriathi, Ni Wayan Mujiati*

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Udayana  
[mujiatiniwayan@unud.ac.id](mailto:mujiatiniwayan@unud.ac.id)

---

**ABSTRACT:** Kinerja (prestasi kerja) adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Permasalahan yang berkaitan dengan rendahnya kinerja karyawan disebabkan karena rendahnya komitmen organisasi dan OCB (*Organizational Citizenship Behavior*). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh komitmen organisasi dan *organizational citizenship behavior* (OCB) terhadap kinerja karyawan di PT BPR HOKI Denpasar. Jumlah sampel, yakni dengan menggunakan metode sensus ialah sebanyak 50 responden dimana responden adalah seluruh karyawan di PT BPR HOKI Denpasar. Metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara observasi, wawancara, dan kuesioner, dan dianalisis dengan teknik analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil analisis, ditemukan bahwa Komitmen Organisasi dan *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Karyawan di PT BPR HOKI Denpasar Sehingga apabila tingkat Komitmen Organisasi dan OCB meningkat, maka akan meningkat pula Kinerja Karyawan di PT BPR HOKI Denpasar.

Performance (performance work) is work result in quality and quantity achieved by an employee in performing their duties in accordance with the responsibilities given to him problems related to low employee performance due to low organizational commitment and OCB (*Organizational Citizenship Behavior*). The purpose of this study was to determine the effect of organizational commitment and organizational citizenship behavior (OCB) on employee performance at Head office of PT BPR HOKI Denpasar. The number of samples, by using the census method is 50 respondents where the respondents are all employees in PT BPR HOKI Denpasar. Data collection methods used by means of observation, interviews, and questionnaires, and analyzed by multiple linier regression analysis techniques. Based on the results of the analysis, it was found that Organizational Commitment and Organizational Citizenship Behavior (OCB) had a significant positive effect on Employee Performance in PT BPR HOKI Denpasar So if the level of Organizational Commitment and OCB increases, it will also increase Employee Performance in PT BPR HOKI Denpasar

*Key words : Organizational Commitment, OCB, Employee Performance*

---

## PENDAHULUAN

Keberhasilan suatu organisasi sangat dipengaruhi oleh kinerja individu karyawan. Setiap organisasi selalu berusaha meningkatkan kinerja karyawan untuk mencapai tujuan. Kinerja masih merupakan permasalahan yang selalu dihadapi oleh pihak

manajemen, sehingga manajemen perlu mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi kinerja karyawan. Kinerja yang lebih tinggi mengandung arti terjadinya peningkatan efisiensi, efektivitas, atau kualitas yang lebih tinggi dari penyelesaian serangkaian tugas yang dibebankan kepada seorang karyawan dalam suatu organisasi atau perusahaan (Murty 2012). Kinerja

(prestasi kerja) adalah “hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya” (Mangkunegara, 2005:9), sedangkan dalam Umam (2010) menyatakan bahwa kinerja adalah catatan mengenai akibat-akibat yang dihasilkan pada sebuah fungsi pekerjaan atau aktifitas selama periode tertentu yang berpengaruh dengan tujuan organisasi, hal ini sejalan dengan pendapat Dewi (2012) mengatakan untuk menciptakan sumber daya manusia yang handal membutuhkan pengelolaan yang baik agar Kinerja Karyawan lebih optimal.

Menurut (Siagian,2002:35), banyak faktor yang memengaruhi kinerja karyawan. beberapa faktor, salah satunya adalah komitmen organisasi. Untuk mencapai kinerja karyawan akan lebih cepat/peka melalui penciptaan komitmen para karyawan terhadap perusahaan (Astuti 2010). Luthans (2006) mengartikan komitmen organisasional merupakan sikap yang menunjukkan loyalitas karyawan dan merupakan proses berkelanjutan seseorang dalam mengekspresikan perhatiannya untuk kesuksesan organisasi. Selain komitmen organisasi faktor lain yang memengaruhi kinerja karyawan adalah perilaku warga organisasi/ *organizational citizenship behavior* (OCB) (Ticoalu 2013). Gunawan (2011) mendefinisikan *organizational citizenship behavior* sebagai perilaku individual yang bersifat bebas (*discretionary*), yang tidak secara langsung dan eksplisit mendapat penghargaan dari sistem imbalan formal, dan yang secara keseluruhan mendorong keefektifan fungsi-fungsi organisasi

Menurut Organ(1988), OCB adalah perilaku individu yang bebas, tidak secara langsung atau eksplisit diakui dalam sistem pemberian penghargaan dan dalam mempromosikan fungsi efektif organisasi. Atau dengan kata lain, OCB adalah perilaku karyawan yang melebihi peran yang diwajibkan, yang tidak secara langsung atau eksplisit diakui oleh sistem *reward formal* ( Organ, 1988; dalam Bolino, Turnley dan Bloodgood 2002: 505 ). Fakta menunjukkan bahwa organisasi yang mempunyai karyawan yang memiliki OCB yang baik, akan memiliki kinerja yang lebih baik dari organisasi lain (Robbins dan Judge 2007: 40).

Berdasarkan hasil wawancara, PT BPR HOKI Kantor Pusat Denpasar memiliki masalah yaitu rendahnya kinerja karyawan setahun terakhir, seperti banyaknya keluhan dari para nasabah akan kinerja karyawan pada saat melayani nasabah. Karyawan pada BPR HOKI dinilai tidak terlalu membantu masalah yang dihadapi nasabah dalam proses kredit dan

peminjaman uang, sehingga banyak nasabah yang mulai berpaling ke BPR yang lain.

Rendahnya kinerja karyawan di PT BPR HOKI Kantor Pusat Denpasar tidak luput dari rendahnya komitmen organisasi, dan OCB inikasi rendahnya komitmen organisasi yang ditemui di PT BPR HOKI Kantor Pusat Denpasar seperti karyawan selalu mengeluh dan tidak mau terlibat dalam hal yang mendukung tujuan perusahaan dan kurangnya rasa kekeluargaan dalam perusahaan yang menyebabkan beberapa karyawan kurang merasa nyaman tinggal dalam perusahaan.

Selain itu, PT BPR HOKI memiliki masalah terhadap lemahnya *Organizational citizenship behavior*(OCB). Hal ini dapat ditinjau dari sikap karyawan PT BPR HOKI yang hanya mengerjakan tugas dan tanggung jawabnya sendiri serta tidak memiliki keinginan untuk membantu rekan kerja yang memiliki beban kerja yang berlebihan dan dari sikap karyawan yang kurang memiliki inisiatif membantu rekan sekerja walaupun beban kerjanya sudah selesai dan karyawan ingin membantu rekannya apabila diberitahu oleh rekan sekerjanya. Sehingga hal ini dapat mengindikasikan bahwa OCB di PT BPR HOKI kantor pusat Denpasar masih rendah.

Kegunaan dari penelitian ini sebagai sumber informasi bagi peneliti selanjutnya yang berminat mengembangkan penelitian ini untuk digunakan sebagai bahan pembandingan, berikut keterbatasan dalam penelitian ini. Penelitian selanjutnya diharapkan mampu meminimalkan keterbatasan yang ada. Selain itu, Memberikan informasi dan masukan bagi manajemen PT. Bank Perkreditan Rakyat HOKI untuk melakukan tindakan dalam usaha peningkatan komitmen organisasi dan *organizational citizenship behavior* (OCB) guna meningkatkan kinerja Karyawan PT. Bank Perkreditan Rakyat HOKI.

Kinerja merupakan hasil kerja secara kualitas maupun kuantitas yang dicapai oleh seseorang dalam melaksanakan tugas yang diberikan kepadanya sesuai dengan standar atau kriteria yang telah ditetapkan(Taurisa dan Ratnawati 2012). Secara etimologis, kinerja adalah sebuah kata yang dalam bahasa Indonesia berasal dari kata dasar “kerja” yang menerjemahkan kata dari bahasa asing prestasi, bisa pula berarti hasil kerja. Gibson, dkk (2003: 355) menyatakan, *job performance* adalah hasil dari pekerjaan yang terkait dengan tujuan organisasi, efisiensi dan kinerja keefektifan kinerja lainnya.

Penilaian kinerja adalah cara mengukur

kontribusi karyawan pada organisasi tempat mereka bekerja. Menurut Wahyudi (2002) penilaian kinerja adalah suatu evaluasi yang dilakukan secara periodik dan sistematis tentang prestasi kerja seorang karyawan, termasuk potensi pengembangannya. Simamora (2006) menyatakan penilaian kinerja adalah alat yang berfaedah tidak hanya untuk mengevaluasi kerja dari para karyawan, tetapi juga untuk mengembangkan dan memotivasi kalangan karyawan.

Indikator untuk mengukur kinerja karyawan secara individu ada enam indikator, yaitu (Robbins, 2006:260) : (1) Kualitas, (2) Kuantitas, (3) Ketepatan waktu, (4) Efektivitas (5) Kemandirian.

Robbins dan Judge (2007:35) mendefinisikan komitmen sebagai suatu keadaan dimana seseorang individu memihak organisasi serta tujuan-tujuan dan keinginannya untuk mempertahankan keanggotaannya dalam organisasi. Mathis dan Jackson dalam Sopiah (2008) mendefinisikan komitmen organisasional sebagai derajat dimana karyawan percaya dan mau menerima tujuan-tujuan organisasi dan akan tetap tinggal atau tidak akan meninggalkan organisasinya. Karyawan yang memiliki komitmen organisasional mengindikasikan suatu keadaan di mana seorang karyawan memihak organisasi tertentu serta tujuan-tujuan dan keinginannya (Pramitha, 2012).

Menurut Allen dan Meyer dalam Prasetyono dan Kompyurini (2007), ada tiga komponen yang memengaruhi komitmen organisasi, sehingga karyawan memilih tetap atau meninggalkan organisasi berdasar norma yang dimilikinya. Tiga komponen tersebut adalah: (1) Affective commitment, (2) Continuance commitment, (3) Normative Commitment. Dari ketiga jenis komitmen di atas tentu saja yang tertinggi tingkatannya adalah Affective Commitment. Anggota/karyawan dengan Affective Commitment tinggi akan memiliki motivasi dan keinginan untuk berkontribusi secara berarti terhadap organisasi. Sedangkan tingkatan terendah adalah Continuance Commitment. Anggota/karyawan yang terpaksa menjadi anggota/karyawan untuk menghindari kerugian finansial atau kerugian lain, akan kurang/ tidak dapat diharapkan berkontribusi berarti bagi organisasi. Untuk Normative Commitment, tergantung seberapa jauh internalisasi norma agar anggota/karyawan bertindak sesuai dengan tujuan dan keinginan organisasi. komponen normatif akan menimbulkan perasaan kewajiban atau tugas yang memang sudah sepantasnya dilakukan atas keuntungan-keuntungan yang telah diberikan organisasi (Soekidjan, 2009)

Nasir (2011) mendefinisikan OCB sebagai perilaku di luar persyaratan formal pekerjaan yang memberikan keuntungan bagi organisasi. Karyawan yang menunjukkan perilaku tersebut memberi kontribusi positif terhadap organisasi melalui perilaku di luar uraian tugas, di samping karyawan tetap melaksanakan tanggung jawab sesuai pekerjaannya. (Jahangir et al 2004) menyebut OCB dengan istilah kinerja kontekstual karena OCB didefinisikan sebagai perilaku yang memberi sumbangan pada efektifitas organisasi dengan membentuk keadaan sosial, organisasional dan psikis yang memperlancar proses terselesaikannya pekerjaan. (Aldag & Resckhe, dalam Fitriastuti 2013) mendefinisikan OCB merupakan kontribusi individu yang melebihi tuntutan peran di tempat kerja, OCB ini melibatkan beberapa perilaku meliputi perilaku menolong orang lain, menjadi sukarelawan (*volunteer*) untuk tugas-tugas ekstra, patuh terhadap aturan dan prosedur di tempat kerja. Perilaku-perilaku ini menggambarkan “nilai tambah karyawan” yang merupakan salah satu bentuk perilaku prososial, yaitu perilaku sosial positif, konstruktif dan bermakna membantu.

Dari beberapa pengertian tersebut dapat dikemukakan bahwa OCB adalah perilaku yang dapat mendorong karyawan untuk melakukan pekerjaan mereka melebihi ketentuan yang diberikan oleh organisasi sehingga dapat meningkatkan efisiensi organisasi.

Seorang karyawan akan bekerja secara maksimal, memanfaatkan kemampuan dan ketrampilannya dengan bersemangat, ketika memiliki komitmen organisasi yang tinggi. Ristianita (2013) melalui penelitiannya bahwa komitmen mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Artinya semakin tinggi komitmen organisasi dari karyawan maka semakin tinggi pula kinerja karyawan. Hasil penelitian ini mendukung pendapat dari Rivai (2005) yang menyatakan bahwa komitmen organisasional berpengaruh signifikan terhadap kinerja. Semakin tinggi komitmen organisasional dari karyawan maka akan semakin meningkat kinerja individual karyawan

Murty (2012) menyatakan Tingkat komitmen baik komitmen perusahaan terhadap karyawan, maupun antara karyawan terhadap perusahaan sangat diperlukan karena melalui komitmen-komitmen tersebut akan tercipta iklim kerja yang profesional. Asiedu *et al* (2014) mengidentifikasi bahwa komitmen organisasi juga memiliki korelasi positif yang signifikan secara statistik terhadap kinerja karyawan



(  $\beta = 0,406$  ,  $t = 2,493$  ,  $P = 0,030 < 0,05$  ). Luthans (2006) mengemukakan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara komitmen organisasi dengan hasil yang diinginkan seperti kinerja tinggi, tingkat pergantian karyawan yang rendah, dan tingkat ketidakhadiran yang rendah. Hal ini didukung oleh pendapat Tolentino (2013) menyatakan bahwa komitmen organisasi sangat besar pengaruhnya terhadap kinerja seseorang.

Perilaku yang menjadi tuntutan organisasi tidak hanya perilaku *in-role* tetapi juga perilaku *extra-role*. Perilaku *extra-role* sangat penting artinya karena memberikan manfaat yang lebih baik untuk menunjang keberlangsungan organisasi (Oguz, 2010). Dyne *et al.* (2004) mengusulkan kontruksi dari *ekstra-role behavior* (ERB), yaitu perilaku sukarela yang cenderung menguntungkan organisasi dan melebihi atau diluar tuntutan perannya. Perilaku *extra-role* yang dimiliki karyawan akan menumbuhkan kemampuan untuk memikul tanggung jawab baru dan mempelajari keahlian baru dengan tujuan meningkatkan kinerjanya (Fitriastuti 2013). semakin kuatnya *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) terkait dengan perilaku karyawan yang suka membantu atau mengutamakan orang lain, berdisiplin tinggi, berperilaku baik terhadap organisasi, baik dan sopan terhadap orang lain dan memiliki rasa toleransi tinggi yang terbentuk secara kuat akan menjadi faktor pendorong kinerja karyawan Fitrianasari *et al.* (2013).

Penelitian yang dilakukan Asiedu *et al* (2014) menemukan bahwa OCB adalah variabel yang paling penting berdampak pada kinerja karyawan. OCB berpengaruh terhadap kinerja karyawan dengan cara meningkatkan kesediaan meluangkan waktu untuk membantu rekan kerja dan partisipasi karyawan terhadap perubahan dalam perusahaan Maulani *et al* (2015). Hasil penelitian dari Ticoalu (2013) Organizational Citizenship Behavior (OCB) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan karena tingkat signifikansi yang ditunjukkan lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,044. Hal ini berarti bahwa Organizational Citizenship Behavior (OCB), sangat penting dalam meningkatkan kinerja karyawan. Ariani (2008) juga mengemukakan bahwa perilaku positif ditempat kerja akan mendukung kinerja individu dan keefektifan organisasi. Penelitian yang dilakukan oleh Ahdiyana (2009) menunjukkan bahwa perilaku positif karyawan atau anggota organisasi yaitu melalui OCB mampu mendukung kinerja individu dan kinerja organisasi untuk perkembangan organisasi yang lebih baik.

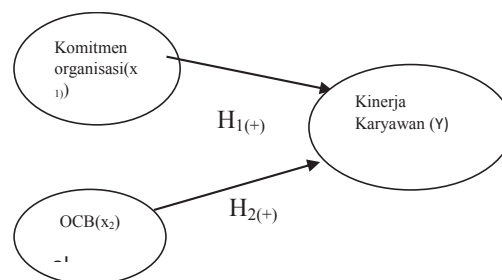
Berdasarkan teori dan penelitian sebelumnya,

maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H<sub>1</sub> : Komitmen Organisasi berpengaruh positif significant pada Kinerja Karyawan

H<sub>2</sub> : Organizational Citizenship Behavior (OCB) berpengaruh positif significant pada Kinerja Karyawan.

**Gambar 1**  
**Kerangka Berpikir**



## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dan digolongkan pada penelitian asosiatif (pengaruh), yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari satu variabel atau lebih (Sugiyono, 2012:5).

Identifikasi dalam penelitian ini adalah model konseptual yang bersifat struktural, maka variabel yang digunakan adalah Variable bebas (X) dalam penelitian ini adalah komitmen organisasi (X<sub>1</sub>) dan *organization citizenship behavior*(OCB) (X<sub>2</sub>). Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah kinerja karyawan.

### Komitmen Organisasi(X<sub>1</sub>)

Komitmen adalah suatu keadaan dimana seseorang individu memihak organisasi serta tujuan-tujuan dan keinginannya untuk mempertahankan keanggotaannya dalam organisasi. Adapun indikator untuk mengukur tingkat komitmen organisasi yaitu (Allen dan Meyer, 2007) :

- (a) *Affective commitment*
- (b) *Continuance commitment*
- (c) *Normative Commitment*

## **Organizational Citizenship Behavior(OCB) (X2)**

OCB adalah perilaku yang dapat mendorong karyawan untuk melakukan pekerjaan mereka melebihi ketentuan yang diberikan oleh organisasi sehingga dapat meningkatkan efisiensi organisasi. Adapun indikator yang dapat mengukur OCB(Podsakoff et al,1998) yaitu : (1)Altruism, (2)Courtesy, (3)Sportsmanship, (4)Conscientiousness, (5)Civic Virtue.

## **Kinerja Karyawan(Y)**

Kinerja adalah hasil kerja atas suatu pekerjaan yang dihasilkan dari perilaku nyata seorang karyawan secara kualitas dan kuantitas sesuai dengan tugas pekerjaan yang diberikan kepadanya di dalam suatu perusahaan. Adapun Indikator untuk mengukur kinerja karyawan secara individu ada enam indikator, yaitu (Robbins, 2006:260): (1)Kualitas. (2)Kuantitas. (3) Ketepatan waktu. (4)Efektivitas. (5)Kemandirian.

Populasi adalah keseluruhan obyek penelitian yaitu para karyawan Bank BPR HOKI sebanyak 50 orang karyawan. Dalam penelitian ini terdapat 5 indikator dalam 3 variabel. Penelitian ini menggunakan sampel jenuh(sensus) sehingga seluruh karyawan di PT BPR HOKI Kantor pusat Denpasar mengisi kuesioner yang diberikan. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan pengukuran skala likert. *Skala likert* terdiri atas lima alternatif jawaban yang mengandung variasi nilai yang bertingkat dari obyek penelitian melalui jawaban pertanyaan yang diberi nilai 1 sampai 5 (Sugiyono 2012;132).

### **Teknik Analisis Data**

#### **Analisis Regresi Berganda**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linear berganda. Teknik analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang diproses dengan menggunakan program statistical package for social science (SPSS). Adapun model regresi linear berganda dalam penelitian ini ditunjukkan oleh persamaan berikut(Sugiyono 2012 : 277) :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Keterangan :

Y : Kinerja Karyawan

a : Nilai intersep konstanta

$\beta_1$ - $\beta_2$  : Koefisien Regresi variabel X1 dan X2

X1 : Komitmen Organisasi

X2 : *Organizational Citizenship Behavior* (OCB)

## **Uji Asumsi Klasik**

Syarat yang harus terpenuhi untuk bisa menggunakan uji regresi linier berganda adalah terpenuhinya uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik digunakan untuk menguji apakah model regresi benar-benar menunjukkan hubungan yang signifikan dan representatif. Uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji autokorelasi, uji heterokedositas, dan uji multikolinearitas.

## **Uji Normalitas**

Uji asumsi ini bertujuan untuk menguji sebuah model regresi, variabel terikat, variabel bebas, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal, uji statistik yang digunakan adalah dengan menggunakan uji non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Dasar pengambilan keputusan pada one sample kolmogorov-Smirnov test adalah dengan melihat nilai probabilitas signifikansi data residual. Jika angka probabilitas lebih kecil dari pada  $\alpha=0,05$ , maka variabel tidak terdistribusi secara normal. Sebaliknya, bila angka probabilitas lebih besar dari pada  $\alpha=0,05$ , maka variabel terdistribusi secara normal (Ghozali, 2006:147).

## **Uji Multikolinearitas**

Uji asumsi ini bertujuan untuk menguji model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau tidak. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Ghozali (2006:95) mengemukakan bahwa multikolinearitas dapat juga dilihat dari nilai tolerance dan lawannya Variance Inflation Factor (VIF). Tolerance mengukur variabilitas variabel bebas terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi, nilai tolerance rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena  $VIF = 1/\text{toleransi}$ ) dan menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi. Nilai cut off yang umum dipakai adalah nilai tolerance 0,10 atau sama dengan nilai VIF di atas 10. Setiap analisis harus menentukan tingkat kolinearitas yang masih dapat ditolerance. Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan nilai VIF.



## Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji nilai dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance residual antara satu pengamatan ke pengamatan yang lain atau tidak. Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan metode statistik berupa uji Glejser. Uji Glejser dilakukan dengan meregresikan nilai absolut residual sebagai variabel terikat dengan variabel bebasnya. Kriterianya apabila output koefisien parameter untuk variabel terikat tidak ada yang signifikan secara statistik, maka disimpulkan bahwa model regresi tidak terdapat heteroskedastisitas. Tingkat signifikansi dalam uji ini sebesar 0,05, apabila tingkat signifikansi berada di atas 0,05 maka model regresi ini bebas dari masalah heteroskedastisitas.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pendeskripsian tanggapan responden mengenai variabel-variabel dalam penelitian dilakukan dengan penggolongan rata-rata skor jawaban responden pada skala pengukuran yang telah ditetapkan lima kategori. Kategori diformulasikan ke dalam suatu *interval range* yang diperoleh dari nilai batas tertinggi dikurangi nilai batas terendah lalu dibagi dengan total nilai yang digunakan  $(5-1):5 = 0,80$ .

### Komitmen Organisasi

Dilihat dari pernyataan “Saya membanggakan organisasi kepada orang lain di luar organisasi.” diperoleh nilai sebesar 3.56 yang masuk kriteria baik ini berarti responden sangat membanggakan organisasinya kepada orang lain.

### Organizational Citizenship Behavior (OCB)

Dilihat dari pernyataan “Saya selalu memberi perhatian tinggi terhadap organisasi” diperoleh nilai sebesar 3,80 masuk dalam kriteria baik ini berarti, responden selalu memberi perhatian tinggi terhadap organisasi.

### Kinerja Karyawan

Dilihat dari pernyataan “Saya selalu dapat menyelesaikan pekerjaan sesuai waktu yang ditetapkan oleh perusahaan” diperoleh nilai sebesar 3.62 masuk dalam kriteria baik, ini berarti responden selalu dapat menyelesaikan pekerjaan sesuai waktu yang ditentukan perusahaan.

## Uji Normalitas

Diketahui bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,995 dan lebih besar dari  $\alpha = 0,05$ . Jadi, dapat disimpulkan bahwa data tersebut telah memenuhi syarat normalitas dan data tersebut dikatakan berdistribusi normal.

## Uji Multikolinearitas

Hasil pengujian *tolerance* menunjukkan seluruh variabel bebas memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 (10%). Hasil perhitungan VIF juga menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas memiliki nilai VIF kurang dari 10. Oleh karena itu, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi tersebut.

## Uji Heteroskedastisitas

Hasil pengujian menunjukkan bahwa signifikansinya lebih dari  $\alpha = 0,05$  terhadap absolut residual (*abs\_Res*) secara parsial. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tersebut tidak terdapat heteroskedastisitas.

**Tabel 1. Rangkuman Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Variabel	Koefisien Regresi		t	Sig
	B	Std. Error		
Komitmen Organisasi	0.372	0.100	3.707	.001
OCB	0.536	0.093	5.735	.000
Constant) :0.474				
F Statistik	: 82.025			
Sig F	: 0,000			
R <sup>2</sup>	:0,777			

Berdasarkan Tabel 1. dapat ditulis persamaan regresi linear berganda sebagai berikut.

$$Y = 0,474 + 0,372X_1 + 0,536X_2$$

Persamaan regresi linear berganda tersebut menunjukkan arah masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Persamaan regresi linear berganda tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

$X_1 = + 0,372$  , menunjukkan bahwa Komitmen Organisasi berpengaruh positif terhadap Kinerja Karyawan di PT BPR HOKI Kantor Pusat Denpasar.

$X_2 = + 0,536$  , menunjukkan bahwa *organizational citizenship behavior (OCB)* berpengaruh terhadap

Kinerja Karyawan Di PT BPR HOKI Kantor pusat Denpasar.

$R^2 = 0,777$ , yang berarti bahwa sebesar 77,7 persen Kinerja Karyawan PT BPR HOKI Kantor pusat Denpasar dipengaruhi oleh Komitmen Organisasi dan *Organizational citizenship behavior (OCB)*, sedangkan sisanya sebesar 22,3 persen dipengaruhi oleh variabel lainnya di luar model penelitian.

## Pengujian Hipotesis

### Analisis Kelayakan Model (Uji F)

Hasil Uji Anova atau (*F test*) menunjukkan nilai F hitung sebesar 82,025, dengan signifikansi 0,000 yang probabilitas signifikansi lebih kecil dari  $\alpha$  0,05. Ini menunjukkan bahwa Komitmen organisasi dan *Organizational citizenship behavior (OCB)* dapat digunakan untuk mengetahui Kinerja Karyawan, atau dapat dikatakan bahwa Komitmen Organisasi dengan *Organizational citizenship behavior (OCB)* secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kinerja Karyawan. Sehingga model yang digunakan pada penelitian ini adalah layak untuk uji t statistik yang menguji variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

### Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

- 1) Pengujian hipotesis 1 (Pengaruh Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan PT BPR HOKI Kantor Pusat Denpasar). Komitmen Organisasi sebesar  $0,001 < 0,05$ , dengan nilai beta 0,372. Maka dapat dikatakan bahwa komitmen organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan, sehingga hipotesis pertama diterima. Oleh karena itu, semakin tinggi komitmen organisasi maka semakin tinggi pula tingkat kinerja karyawan.
- 2) Pengujian hipotesis 2 (Pengaruh *Organizational Citizenship Behavior* Terhadap Kinerja Karyawan PT BPR HOKI Kantor Pusat Denpasar). *Organizational Citizenship Behavior* sebesar  $0,000 < 0,05$ , dengan nilai beta 0,536, maka dapat dikatakan bahwa komitmen organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan, sehingga hipotesis diterima. Oleh karena itu, semakin tinggi *Organizational Citizenship Behavior* maka semakin tinggi pula tingkat kinerja karyawan.

## SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis variabel Komitmen Organisasi diketahui bahwa nilai signifikansi uji t sebesar 0,001, nilai signifikansi uji t sebesar  $0,001 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, ini berarti bahwa Komitmen Organisasi berpengaruh signifikan Kinerja Karyawan. Koefisien regresi  $X_1$  sebesar 0,372, menunjukkan bahwa meningkatnya Komitmen Organisasi maka akan meningkatkan pula Kinerja Karyawan di PT BPR HOKI kantor pusat Denpasar. Begitu juga hasil pengujian hipotesis variabel *Organizational Citizenship Behavior (OCB)* diketahui bahwa nilai signifikansi uji t sebesar 0,000, nilai signifikansi uji t sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, ini berarti bahwa OCB berpengaruh signifikan Kinerja Karyawan. Koefisien regresi  $X_1$  sebesar 0,536, menunjukkan bahwa meningkatnya OCB maka akan meningkatkan pula Kinerja Karyawan di PT BPR HOKI kantor pusat Denpasar. terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yaitu Ruang lingkup penelitian ini hanya terbatas pada satu perusahaan yaitu PT BPR HOKI, sehingga hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan untuk perusahaan BPR lain.

Penelitian ini hanya berlaku pada karyawan PT BPR HOKI kantor pusat Denpasar untuk mengetahui kinerja karyawan yang diakibatkan oleh Komitmen Organisasi dan *Organizational Citizenship Behavior (OCB)*, tidak dapat digeneralisasikan untuk PT BPR lainnya dan variabel lainnya.

Berdasarkan hasil analisis penelitian, hasil pembahasan, dan kesimpulan maka saran yang dapat diberikan, yaitu : PT BPR HOKI perlu memperhatikan kesejahteraan karyawannya agar karyawan tersebut ingin menghabiskan karirnya di perusahaan tersebut dengan cara pemberian bonus atau pun semacam tunjangan di perusahaan tersebut. Serta PT BPR HOKI perlu menanamkan sikap saling memiliki pada perusahaannya, agar karyawan merasa bahwa perusahaan ini milik mereka juga sehingga akan muncul berbagai inisiatif dalam melakukan pekerjaannya dengan tujuan memajukan perusahaannya. Bagi peneliti selanjutnya untuk menambahkan lagi variabel lainnya yang dapat mempengaruhi Kinerja karyawan seperti Kompensasi, Turnover, dan Kepuasan kerja. Selain itu menambahkan jumlah

sampel, mencari lebih luas ruang lingkup penelitian.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Ahdiyana, Marita. 2009. Dimensi Organizational Citizenship Behavior dalam Kinerja Organisasi. *Jurnal Ilmu Administrasi*. Vol. 4. No. 2. 109-184.
- Ariani, D Wahyu. 2008. Pengaruh faktor Dis-posisional dan Situasional Pada Perilaku Kewargaan Organisasional: Kasus Pada Industri Perbankan di Indonesia, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 23 No. 3, 266-282
- Asiedu, Michael., Jacob Owusu Sarfo., Daniel Adjei. 2014. Organisational Commitment and Citizenship Behavior : Tools to Improve Employee Performance; An Internal Marketing Approach. *European Scientific Journal*. vol.10. No 4.ISSN: 1857 – 7881. Pp : 288-305.
- Astuti, Sih Darmi. 2010. Model Person-Organization Fit(P-O Fit Model) Terhadap Kepuasan Kerja,Komitmen organisasional dan Kinerja Karyawan. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. Vol 7.No 1. 43-60.
- Bolino, M.C., Turnley, W.H., dan Bloodgood, J.M. 2002. *Citizenship Behavior and the Creation of Social Capital in Organization*. *Academy of Management Journal*, Vol. 7, No. 4, 2002 pp. 502 –522.
- Dewi, Sarita Permata. 2012. Pengaruh pengendalian Internal dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan SPBU Yogyakarta ( Studi kasus pada anak cabang perusahaan RB.Group). *Jurnal Nominal*. Vol 1.
- Dyne L. V., Moon, H & Krysian, W. 2004. The Circumplex Model and The Future of Organizational Citizenship Behavior Research. *Journal Applied of Psychology*. 1-22.
- Fitriastuti, Triana. 2013. Pengaruh Kecerdasan Emosional, Komitmen Organisasional dan Organizational Citizenship Behavior terhadap Kinerja karyawan. *Jurnal Dinamika Manajemen*. JDM Vol. 4, No. 2, 2013, pp: 103-114.
- Ghozali, Imam. 2006. “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”.Semarang : Badan Penerbit Undip.
- Gibson, J.L.2003. *Struktur Organisasi dan Manajemen*. Jakarta: Erlangga 5.
- Gunawan, Rudy. 2011. *Pendidikan IPS Filosofi, Konsep, dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Jahangir, N., M.M Akbar., and M Haq. 2004. Organizational Citizenship Behavior: Its Nature and Antecedents. *RAC University Journal*, vol. I, no. 2, 2004, pp. 75-85.
- Luthans, F. 2006. *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu, 2009. *Manajemen sumber daya manusia*. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Maulani Venty Hertina, Widiartanto & Reni Shinta Dewi. 2015. Pengaruh Komitmen Organisasi terhadap Kinerja Karyawan melalui Organizational Citizenship Behavior(OCB) sebagai variabel intervening (studi kasus pada karyawan PT Mascom Graphy Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Vol 4. No 3.
- Murty, Hudiwinarsih. 2012. Pengaruh Kompensasi, Motivasi, dan Komitmen Organisasional Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Akuntansi (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur Di Surabaya). *Jurnal The Indonesian Accounting Review* Vol. 2. STIE Perbanas. Surabaya.
- Nasir, Abdul Muhith, Ideputri (2011), *Metodologi Penelitian Kesehatan*, Mulia Medika, Yogyakarta.
- Oguz, E. 2010. The Relationship Between The Leadership Styles of The School Administrators and The Organizational Citizenship Behaviors of Teachers. *Procedia Social and Behavioral Sciences*. 9: 1188-1193
- Pramitha, Gede Dana, I Wayan Gede Supartha, I Gede Riana. 2012. Pengaruh Kepuasan Kerja terhadap Komitmen Organisasi dan Kinerja Karyawan Koperasi Krama Bali. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*. Vol 1. No 2. 191-297.
- Prasetyono, dan Kompyurini .2007. Analisis Kinerja Rumah Sakit Daerah Berdasarkan Budaya Organisasi, Komitmen Organisasi dan akuntabilitas Publik. *Simposium Nasional Akuntansi (SNA) XI*,Palembang
- Ristiana, Merry. 2013. Pengaruh Komitmen Organisasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap *Organizational Citizenship Behavior (OCB)* Dan Kinerja Karyawan Rumah Sakit Bhayangkara Trijata Denpasar. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*. Vol. 9 No.1, hal. 56-70.
- Rivai, Harif A 2005. ‘Pengaruh Kompensasi, komitmen Organisasional, dan Kompetensi terhadap Kinerja Individual’ . *Kajian Bisnis*, Vol. 3. 272-286.
- Robbins, Stephen. P. 2006. *Perilaku Organisasi* (alih bahasa Drs. Benjamin Molan), Edisi Bahasa Indonesia, Klaten: PT INT AN SEJATI.
- Robbins S. P, dan Timothy A. Judge. 2007. *Perilaku Organisasi*, Jakarta: Salemba Empat.

- Siagian, P. Sondang 2002. *Kiat Meningkatkan Produktivitas Kerja* Jakarta: Asdi Mahasatya.
- Simamora, Henry. 2006. *Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi 2*, STIE YKPN. Yogyakarta.
- Soekidjan. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara
- Sopiah, 2008. *Perilaku Organisasi*, Andi, Yogyakarta.
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: CV Alfabeta.
- Taurisa, Chaterina Melina., Intan Ratnawati. 2012. Analisis Pengaruh Budaya Organisasi dan Kepuasan Kerja Terhadap Komitmen Organisasional Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan. Vol. 19. No. 2. Pp 170-187.
- Ticoalu, Linda Kartini. 2013. Organizational Citizenship Behavior dan Komitmen Organisasi terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*. Vol 1. No 4. 709-820.
- Tolentino, R. C. 2013. Organizational Commitment And Job Performance of The Academic and Administrative Personnel. *International Journal of Information Technology and Business Management*. 15 (1): 51-60.
- Umam, Khaerul. 2010. *Perilaku Organisasi*. (Cetakan Pertama). Bandung : Penerbit CV Pustaka Setia.
- Wahyudi, Bambang. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Sulita

# STRATEGI PENGEMBANGAN PASAR TRADISIONAL BERBASIS KEARIFAN LOKAL DI BALI

*I Putu Gde Sukaatmadja  
Ni Nyoman Kerti Yasa  
Henny Rahyuda*

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana  
Email: [ipg\\_sukaatmadja@unud.ac.id](mailto:ipg_sukaatmadja@unud.ac.id)

---

**Abstrak:** Penelitian ini dilakukan dengan latar belakang adanya fenomena pasar tradisional semakin tersisih dengan munculnya berbagai bisnis ritel moderen. Fenomena seperti itu akan menurunkan pencapaian kinerja dari industri pasar tradisional dibandingkan dengan bisnis ritel moderen, sehingga perlu segera dicarikan solusi dengan melakukan strategi pengembangan berbasis kearifan lokal. Tujuan penelitian ini adalah merumuskan strategi pengembangan pasar tradisional berbasis kearifan lokal untuk mengentaskan kemiskinan di Bali. Responden dalam penelitian ini adalah kepala dan sekretaris pasar tradisional di Bali sebanyak 18 orang sebagai informan kunci dalam rangka mendapatkan informasi tentang strategi pengembangan pasar tradisional yang berbasis kearifan lokal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa yang menjadi peluang bagi pasar tradisional di masa mendatang adalah tingkat pendapatan masyarakat, laju pertumbuhan inflasi, kebijakan revitalisasi pasar tradisional, stabilitas keamanan, kepedulian sosial terhadap pasar tradisional, penghargaan masyarakat, perubahan selera masyarakat, dan adopsi teknologi informasi. Sementara itu, yang menjadi ancaman adalah adanya pasar moderen sebagai pesaing dan perkembangan jumlah penduduk. Kemudian, yang menjadi kekuatan di masa yang akan datang adalah keragaman produk, keunikan produk lokal, mutu produk, penataan barang dagangan, penetapan harga fleksibel, dan lokasi yang strategis. Terakhir, yang menjadi kelemahan adalah ketersediaan area parkir, proses transaksi, promosi, kerjasama dengan industri pariwisata, tertib tapak zonasi, kebersihan pasar, ketersediaan fasilitas umum, dan pelayanan konsumen. Berdasarkan peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan maka posisi bisnis dari pasar tradisional berada pada posisi Sel I yang menjadi dasar bagi strategi pengembangan pasar tradisional berupa Strategi Tumbuh dan Bina.

**Kata kunci:** peluang bisnis, ancaman, peluang, kekuatan, kelemahan, strategi pengembangan.

---

**Abstract:** This research has done with back ground motivated by the fenomenom of traditional market in Bali that have competition more thightly with many kind of modern business retail. This fenomenom would decreasing the traditional market industry in achieving its profile compare with modern retail business. Hence, its important to take a solution immediatly with developed strategy based on local wisdom. with hope from this strategy it could rise up the traditional market profile, and this strategy give positive impact to alleviating poverty. The aims of this research were to know the change of opportunity and the threat of external environment, strength and weakness of internal environment of traditional market industry, business position and to know the traditional market developed strategy based on local wisdom to alleviating poverty. This research take location in Bali regency with traditional market industry as target population. The sample determined by non proportionate random sampling. The samples take from 18 traditional market in Bali, and as responden of this research are take from the management of Traditional market.



From field data processed by SWOT analysis with Internal External Matrix (IE Matrix). The result shows that the opportunity of traditional market in the future were consist of; income percapita, inflation growth, traditional market revitalisation policy by the government, security stabilisation, social care of traditional market, social esteem, the change of social taste, and adoption of information technology, and as threat were; the existence of modern market as competitor and population growth. As Strength in the future were; product diversify, local product differentiation, product quality, merchandise layout, price flexibility, and strategy location. As Weakness in the future were parking area available, simplify transaction process, promotion, cooperation with tourism industry, market clean, public facility available, and consumer services. Based on opportunity, threat, strength and weakness, the business position of traditional market take place in cell-1 as basic in developed the traditional market and known as growth and maintenance strategy.

**Key words:** Opportunity, Threats, Strength, Weakness, Business Position, Development Strategy.

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang Penelitian

Industri ritel yang terdiri atas ritel tradisional dan ritel moderen merupakan salah satu industri strategis di Indonesia. Nielsen (2006) menjelaskan bahwa industri ini merupakan sektor kedua terbesar dalam hal penyerapan tenaga kerja, khususnya pekerja kelas menengah ke bawah, yakni menyerap sekitar 18,9 juta orang, Urutan kedua setelah sektor pertanian yang mampu menyerap sekitar 41,8 juta orang pada tahun 2005. Dalam era globalisasi seperti saat ini, pergerakan ke arah liberalisasi ekonomi dunia semakin terbuka dan pasti akan berdampak terhadap para pelaku pasar, termasuk pasar ritel tradisional. Masuknya kekuatan *multi corporate* berupa pembangunan pusat perbelanjaan ritel moderen dengan dioperasikannya *hypermarket* di kota besar dan sedang, serta menjamurnya *minimarket* hingga ke pinggiran kota bahkan telah memasuki perdesaan, jelas sulit dibendung di era seperti saat ini

Kenyataan menunjukkan bahwa keberadaan pasar tradisional belum dapat dimanfaatkan secara sinergis oleh para pengelola dan para pedagang pasar tradisional. Melemahnya penghargaan dan kebanggaan masyarakat terhadap hal-hal yang bermuatan tradisional sudah mulai tampak dengan terjadinya pergeseran trend berbelanja diantara berbagai segmen, dari pasar tradisional yang dikelola secara konvensional ke pasar moderen yang dikelola secara profesional. Padahal, adanya daya tarik pasar tradisional yang unik sebagai bagian dari objek wisata yang didukung budaya lokal, sesungguhnya dapat dipandang sebagai peluang yang menjanjikan sepanjang mampu menggarapnya secara sinergis semua potensi yang dimiliki dan pada gilirannya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pengembangan pasar

tradisional secara bijak dengan tidak meninggalkan kearifan lokal, sesungguhnya semakin strategis posisinya dalam memperkokoh perekonomian karena dapat menciptakan lapangan berusaha dan lapangan pekerjaan dengan melibatkan hajat hidup masyarakat disekitarnya yang lebih banyak. Nielsen (2006) lebih lanjut menyatakan bahwa hampir 60 persen masyarakat Indonesia tetap mengandalkan pasar tradisional. Di situ jumlah pekerja kelas menengah ke bawah terserap cukup banyak. Dengan demikian, jika pasar tidak diberdayakan atau direvitalisasi dan dibiarkan mati karena hadirnya pasar moderen dan hipermarket, maka sudah dapat dipastikan potensi pengangguran akan terus bertambah dan pada gilirannya akan membebankan pemerintah.

Bila tidak segera diantisipasi berbagai kelemahan yang masih ada saat ini, bisa saja menimbulkan persaingan yang semakin tidak berimbang antara pusat-pusat perbelanjaan pasar tradisional dan pasar moderen. Bahkan, ketika terjadi perubahan perilaku masyarakat dengan melemahnya penghargaan dan kebanggaan terhadap pasar tradisional bisa saja secara tidak langsung dapat menyebabkan pemiskinan secara terstruktur. Diantara berbagai kelemahan yang ada, terdapat lemahnya manajemen pasar termasuk dalam merumuskan visi dan misi. Masih cukup banyak manajemen pasar tradisional bahkan tidak memiliki visi dan misi, sedangkan setiap organisasi perlu memiliki visi dan misi agar organisasi tersebut memiliki arah yang jelas dalam operasionalnya menuju tujuan yang hendak dicapai. Seperti yang pernah diteliti oleh Bart *et al.*, 2001, yang mengemukakan bahwa pernyataan misi suatu organisasi merupakan titik awal dari inisiatif perencanaan strategik utama. Selain itu, pernyataan misi yang tepat akan memberikan pengaruh positif terhadap pencapaian kinerja organisasi (Falsley, 1989); Maslen *and* Platts (1997); Kakbedse *and*

Kakabadse (2001); Analoui *and* Karami (2002); dan Bartet *al.* (2001); serta Darbi (2012). Di samping apresiasi yang rendah terhadap pernyataan visi dan misi, manajemen pasar tradisional juga memiliki pemahaman yang rendah terhadap pengembangan sistem pemasaran, terbatasnya ruang pada pelataran yang sempit, barang dagangan tidak tertata rapi, lingkungan yang kurang bersih, kurangnya tempat penampungan sampah, dan belum tersedianya fasilitas infrastruktur pasar berupa pergudangan, serta rendahnya pengawasan kualitas terhadap barang yang dijual, dapat menjadikan daya saing untuk menarik pelanggan sangat lemah dibandingkan pasar modern. Namun, dibalik kelemahan itu sesungguhnya masih terdapat kekuatan yang maha dahsyat. Kekuatan dimaksud antara lain keberadaan pasar tradisional sebagai bagian dari objek wisata pasar tradisional berbasis budaya Bali yang didukung sektor pertanian dalam arti luas, diharapkan mampu menjadi mesin penggerak utama perekonomian daerah setempat. Diantara ancaman yang ada, ternyata bila lebih cermat diperhatikan masih terdapat peluang tersembunyi yang maha dahsyat. Disinilah diperlukan analisis terhadap lingkungan baik pada aspek eksternal maupun aspek internal. Dengan melakukan analisis terhadap lingkungan eksternal dan internal, pasar ritel tradisional tentunya akan dapat merumuskan strategi bisnis dengan tepat. Perumusan strategi berdasarkan analisis lingkungan eksternal dan internal pernah dilakukan oleh Ahmed *and* Almarri (2006), Evans *and* Wright (2009), Helms *and* Nixon (2010), dan Antony (2012). Dengan perumusan dan penerapan strategi bisnis yang tepat dapat menyebabkan keberadaan pasar tradisional akan tetap eksis dalam menjaga kestabilan perekonomian daerah, terutama ditengah menjamurnya pasar moderen.

Sejak tahun 2008 pemerintah pusat telah memberikan perhatian serius atas buruknya kualitas pasar tradisional, khususnya melalui Kementerian Perdagangan dengan menjadikan pemberdayaan pasar tradisional sebagai program prioritas. Mulai tahun anggaran 2010–2013, pemerintah pusat telah menetapkan sepuluh pasar tradisional untuk dikembangkan menjadi pasar percontohan, di antaranya pasar tradisional yang berada di Provinsi Bali. Terpilihnya pasar tradisional di Bali telah melalui suatu seleksi panjang yang dilakukan oleh Tim Kementerian Perdagangan Republik Indonesia dengan mempertimbangkan berbagai isu kunci berbasis kearifan lokal (*local wisdom*). Kearifan berarti kebijaksanaan, sedangkan lokal berarti setempat.

Dengan demikian, kearifan lokal dapat dipahami sebagai gagasan-gagasan setempat yang bersifat bijaksana, penuh kearifan, bernilai baik, yang tertanam dan diikuti oleh anggota masyarakatnya. Kearifan lokal sangat menentukan keharmonisan pasar, tradisional di Bali, khususnya tiga aspek spesifik yang menempatkan keharmonisan hubungan antara manusia dengan Tuhan, hubungan manusia dengan sesama manusia, dan hubungan manusia dengan lingkungannya.

Sekalipun sudah mendapat perhatian dari pemerintah, sebagian pasar tradisional di Bali belum juga menunjukkan perkembangan yang signifikan khususnya dalam memperkuat daya saing secara sinergis berbasis kearifan lokal. Hal ini masih dijumpai beberapa kelemahan dan ancaman yang masih dijumpai di lapangan khususnya terkait dengan pengelolaan pasar tradisional, lebih spesifik terkait dengan strategi pengembangan, strategi bersaing, dan strategi pemasarannya. Pada saat tingkat persaingan semakin meningkat maka strategi bersaing memegang peran yang sangat penting untuk menjaga keberlangsungan bisnis (Porter, 1985). Selanjutnya, strategi bersaing akan dijabarkan ke dalam strategi pemasaran, tidak hanya dianggap suatu fungsi melainkan juga harus dijadikan suatu konsep bisnis strategis. Suatu strategi pemasaran harus dibuat dengan memperhatikan semua lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Strategi pemasaran sangat spesifik bagi setiap organisasi, termasuk pasar tradisional. Hal ini disebabkan karena faktor internal dan eksternal perusahaan berbeda bagi setiap perusahaan.

Sesungguhnya, bila dikelola secara baik maka hal ini dapat menciptakan keunikan spesifik yang dapat menjadi daya tarik, bukan saja bagi para pembeli reguler melainkan juga pembeli insidental seperti para wisatawan nusantara maupun mancanegara, termasuk para pedagang antar pulau bahkan antar negara berdasarkan kearifan lokal dalam upaya memenangkan persaingan pada era global yang hyper kompetitif. Oleh karena itu, sangat diperlukan suatu terobosan kreatif inovatif melalui strategi pengembangan pasar tradisional sesuai kebutuhan *stakeholder* agar tercipta keunggulan bersaing, dan pada gilirannya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, sekaligus mengentaskan kemiskinan.

## Tujuan Penelitian

- 1) Untuk mengetahui faktor-faktor eksternal yang

- merupakan peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) bagi pengembangan pasar tradisional di Bali.
- 2) Untuk mengetahui faktor-faktor internal yang merupakan kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) bagi pengembangan pasar tradisional di Bali.
  - 3) Untuk menentukan posisi bisnis pasar tradisional berdasarkan faktor strategis internal dan eksternal di Bali.
  - 4) Untuk merumuskan strategi pengembangan pasar tradisional yang berbasis kearifan lokal di Bali.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Landasan Teori

#### Visi dan Misi Perusahaan

Kesuksesan suatu organisasi dalam mencapai tujuannya, sangat ditentukan oleh visi dan misi. Hal ini terungkap dalam penelitian yang dilakukan oleh Ingenhoff and Fuhrer (2010), yang menjelaskan bahwa pernyataan visi dan misi perusahaan akan menjadi pendorong terciptanya identitas perusahaan yang unik sebagai modal untuk memenangkan persaingan. Demikian juga Davis (1993), Millett (2006), dan David (2011) menyatakan bahwa visi adalah pernyataan masa depan yang mungkin dan didambakan dari suatu organisasi. Hal ini juga sesuai dengan hasil penelitian yang pernah dilakukan oleh Falsley (1989) ; Analoui and Karami (2002) ; Kakabadse and Kakabadse (2001). Menurut David (2011), pernyataan misi setidaknya mencakup komponen-komponen sebagai berikut:

- 1) Komponen pokok, meliputi:
  - a. Spesifikasi kebutuhan konsumen yang hendak dipuaskan oleh organisasi yang dalam bentuk riilnya berupa barang dan jasa yang dihasilkan.
  - b. Spesifikasi segmen pasar yang dituju sebagai kelompok sasaran dan wilayah pemasaran yang hendak dijangkau.
  - c. Spesifikasi teknologi dan fungsi manajerial yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan terpilih.
- 2) Komponen pelengkap, meliputi :
  - a. Komitmen untuk bertahan hidup, pertumbuhan, dan laba.
  - b. Perumusan falsafah organisasi berorientasi laba.

- c. Konsep kehati-dirian.
- d. Citra perusahaan yang diinginkan.
- e. Komitmen terhadap karyawan atau anggota suatu organisasi.
- f. Tanggung jawab sosial terhadap masyarakat.

Komponen utama dari pernyataan misi seperti, adanya produk, pasar dan fungsi yang dijalankan perusahaan juga pernah diteliti oleh Nimwegen *et al.* (2008) dan Pakneiat *et al.* (2010). Pernyataan misi perusahaan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap pencapaian kinerja perusahaan. Hal ini terungkap pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Maslen and Platts (1997) dan Bartet *et al.* (2001), serta Darbi (2012). Pernyataan misi perusahaan merupakan bagian dari strategi perusahaan (Sufi and Lyons, 2003); (Biloslavo and Lynn, 2007).

### Analisis SWOT

Menurut David (2011 : 30), analisis SWOT dapat diklasifikasikan menjadi sebagai berikut:

- a) *Strength* (Kekuatan) adalah merupakan sumber daya ketrampilan atau keunggulan relatif terhadap pesaing dan kebutuhan dari pasar suatu perusahaan yang dapat dilayani atau hendak dilayani. Kekuatan berkaitan dengan sumber daya keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli, dan faktor-faktor lain.
- b) *Weaknesses* (Kelemahan) merupakan keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, ketrampilan, dan kemampuan yang secara serius menghalangi kinerja efektif suatu perusahaan.
- c) *Opportunities* (Peluang) yaitu suatu situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Perubahan-perubahan dalam keadaan bersaing, atau peraturan, perubahan teknologi, serta hubungan pembeli dan pemasok yang diperbaiki dapat menjadi peluang bagi perusahaan.
- d) *Threats* (Ancaman) adalah situasi utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. Ancaman adalah rintangan-rintangan utama bagi posisi perusahaan. Masuknya pesaing baru, pertumbuhan pasar yang lambat, daya tawar pembeli, serta perubahan teknologi dan peraturan baru dapat menjadi ancaman bagi perusahaan.

Berdasarkan klasifikasi tersebut maka dapat dijelaskan bahwa analisis SWOT merupakan suatu analisis yang dapat dipergunakan untuk merumuskan strategi, yang terdiri atas analisis keunggulan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan. Analisis SWOT juga digunakan dalam penelitian yang dilakukan oleh: Proctor (2002), Ahmed *and* Almarri (2006), Coman *and* Ronen (2009), Evans *and* Wright (2009), Helms *and* Nixon (2010), Carlsen *and* Andersson (2011), dan Koo *et al.*(2012). Semua peneliti ini menggunakan analisis SWOT dalam rangka mengidentifikasi peluang dan ancaman yang muncul dari berbagai perubahan lingkungan eksternal, serta menentukan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan dari sumber daya yang ada sebagai dasar untuk merumuskan strategi bisnisnya (Antony, 2012).

### Proses Perencanaan Strategis

Dalam proses penyusunan perencanaan strategis menurut David (2011) ditempuh melalui tiga tahapan, sebagai berikut:

- 1) Tahap Pengumpulan Data  
Pada tahap ini kegiatan yang dilakukan adalah pengumpulan data, pengklasifikasian data, serta pra analisis data berbasis data eksternal dan internal.
- 2) Tahap Analisis  
Dalam tahap ini digunakan model-model kuantitatif perumusan strategi. Setelah mengumpulkan semua informasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan perusahaan. Tahap selanjutnya adalah memanfaatkan semua informasi yang diperoleh tersebut ke dalam model-model kuantitatif khususnya dalam perumusan strategi. Dalam penelitian ini, digunakan matrik Internal-Eksternal.

### Matrik Internal Eksternal (IE)

Matrik Internal - Eksternal ini dikembangkan dari model *General Electric* (GE-Model). Parameter yang digunakan meliputi parameter kekuatan internal perusahaan dan kondisi lingkungan eksternal yang dihadapi. Tujuan penggunaan model ini adalah untuk memperoleh posisi bisnis, yang selanjutnya berdasarkan posisi bisnis itulah strategi pengembangan

bisnis dipilih untuk diimplementasikan.

Matrik IE didasarkan pada dua dimensi kunci, yakni total nilai EFAS yang diberi bobot dan total pada nilai IFAS yang diberi bobot. Total nilai EFAS yang diberi bobot 1,0 sampai 1,99 dianggap rendah, nilai 2,0 sampai 2,99 rata-rata/sedang, dan 3,0 sampai 4,0 tinggi. Demikian pula pada nilai IFAS yang diberi bobot dan 1,0 sampai dengan 1,99 menunjukkan posisi internal yang lemah, nilai dari 2,0 sampai 2,99 dianggap rata-rata/sedang, dan nilai 3,0 sampai dengan 4,0 kuat. Matrik IE dapat dibagi menjadi tiga bagian utama yang mempunyai dampak strategi berbeda. Pertama divisi yang masuk dalam sel I, II, atau IV dapat disebut tumbuh dan bina. Strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau integratif (intergrasi kebelakang, integrasi kedepan, dan integrasi horisontal) mungkin paling tepat untuk semua divisi. Kedua, divisi yang masuk kedalam sel III, V, dan VII terbaik dapat dikelola dengan strategi pertahankan dan pelihara, penetrasi pasar, dan pengembangan produk merupakan dua strategi yang terbanyak dilakukan untuk tipe-tipe divisi ini. Ketiga divisi yang umum yang masuk ke sel VI, VIII, dan IX adalah divestasi. Organisasi yang sukses dapat mencapai portofolio bisnis yang dipastikan pada sel I dalam matrik IE.

Untuk memperoleh penjelasan secara lebih detail mengenai kesembilan strategi yang terdapat pada sembilan sel matrik IE tersebut di atas, berikut ini dijelaskan tindakan dari masing-masing strategi tersebut.

- a) Strategi Pertumbuhan (*Growth Strategy*)  
Didesain untuk mencapai pertumbuhan, baik dalam hal penjualan, asset, profit, maupun kombinasi dari ketiganya. Hal ini dapat dicapai dengan cara menurunkan harga, mengembangkan produk baru, menambah kualitas produk, atau meningkatkan akses ke pasar yang lebih luas. Usaha yang dapat dilakukan adalah dengan cara meminimalkan biaya sehingga dapat meningkatkan profit. Cara ini merupakan strategi terpenting apabila kondisi perusahaan tersebut berada dalam pertumbuhan yang cepat dan terdapat kecenderungan pesaing untuk melakukan perang harga dalam usaha untuk meningkatkan pangsa pasar. Dengan demikian, perusahaan yang belum mencapai *critical mass* (mendapat profit dan *large-scale production*) akan mengalami kekalahan, kecuali jika perusahaan ini dapat memfokuskan diri pada pasar tertentu

- yang menguntungkan.
- b) Strategi Pertumbuhan Melalui Konsentrasi dan Diversifikasi
- Ada dua strategi dasar dan pertumbuhan pada tingkat korporat, yaitu konsentrasi pada satu industri atau diversifikasi ke industri lain. Berdasarkan hasil penelitian, perusahaan yang memiliki kinerja yang baik cenderung mengadakan konsentrasi, sedangkan perusahaan yang relatif kurang memiliki kinerja yang baik cenderung mengadakan diversifikasi agar dapat meningkatkan kinerjanya. Jika perusahaan tersebut memilih strategi konsentrasi, dia dapat tumbuh melalui integrasi horisontal ataupun vertikal, baik secara internal melalui sumber dayanya sendiri atau secara eksternal dengan menggunakan sumber daya luar. Jika perusahaan tersebut memilih strategi diversifikasi, dia dapat tumbuh melalui konsentrasi atau diversifikasi konglomerat, baik secara internal melalui pengembangan produk baru, ataupun eksternal melalui akuisisi. Contoh strategi pertumbuhan adalah yang terdapat pada sel 1, 2, 5, 7, dan 8.
- c) Konsentrasi Melalui Integrasi Vertikal (Sel 1)
- Pertumbuhan melalui konsentrasi dapat dicapai melalui integrasi vertikal dengan cara integrasi kebelakang (mengambil alih fungsi *supplier*) atau dengan cara integrasi kedepan (mengambil alih fungsi distributor). Hal ini merupakan strategi utama untuk perusahaan yang memiliki posisi kompetitif pasar yang kuat (*high market share*) dalam industri yang berdaya tarik tinggi. Agar dapat meningkatkan kekuatan bisnisnya atau posisi kompetitifnya, perusahaan ini harus melaksanakan upaya meminimalkan biaya dan operasi yang tidak efisien untuk mengontrol kualitas serta distribusi produk. Integrasi vertikal dapat dicapai baik melalui sumber daya internal ataupun eksternal.
- d) Konsentrasi Melalui Integrasi Horisontal (Sel 2 dan 5)
- Strategi pertumbuhan melalui integrasi horisontal adalah suatu kegiatan untuk memperluas perusahaan dengan cara membangun di lokasi yang lain, dan meningkatkan jenis produk. Jika perusahaan tersebut berada dalam industri yang sangat atraktif (sel 2), tujuannya adalah untuk meningkatkan penjualan dan profit, dengan cara memanfaatkan keuntungan *economics of scale* baik pada produksi maupun pemasaran, Sementara jika perusahaan ini berada dalam *moderate attractive industry*, strategi yang diterapkan ada-

lah konsolidasi (sel 5). Tujuannya relatif lebih defensif, yaitu menghindari kehilangan penjualan dan kehilangan profit. Perusahaan yang berada pada sel ini dapat memperluas pasar, fasilitas produksi, serta teknologi melalui pengembangan internal dan eksternal melalui akuisisi atau *joint ventures* dengan perusahaan lain dalam industri yang sama.

- e) Diversifikasi Konsentris (Sel 7)
- Strategi pertumbuhan melalui diversifikasi umumnya dilaksanakan oleh perusahaan yang memiliki kondisi (*competitive position*) sangat kuat tetapi nilai daya tarik industrinya sangat rendah. Perusahaan tersebut berusaha memanfaatkan kekuatannya untuk membuat produk baru secara efisien karena perusahaan ini sudah memiliki kemampuan manufaktur dan pemasaran yang baik. Prinsipnya adalah untuk menciptakan sinergi (misal,  $2+2 = 5$ , bukan 4) dengan harapan bahwa dua bisnis secara bersama-sama dapat menciptakan lebih banyak profit daripada jika melakukannya sendiri-sendiri.
- f) Diversifikasi Konglomerat (Sel 8)
- Strategi pertumbuhan melalui kegiatan bisnis yang tidak saling berhubungan dapat dilakukan jika perusahaan menghadapi *competitive position* yang tidak begitu kuat (*average*) dan nilai daya tarik industrinya sangat rendah. Kedua faktor tersebut memaksa perusahaan untuk melakukan usahanya ke dalam perusahaan lain. Tetapi, pada saat perusahaan tersebut mencapai tahap matang, perusahaan yang cirinya memiliki *competitive position* rata-rata cenderung menurun kinerjanya. Untuk itu, strategi diversifikasi konglomerat sangat diperlukan. Tekanan strategi ini lebih pada sinergi finansial daripada *product market synergy* (seperti yang terdapat pada strategi diversifikasi konsentris).

### 3) Tahap Pengambilan Keputusan

Pada tahap ini dibuat matrik perencanaan strategi kuantitatif, yaitu penerapan dari matrik yang ada pada tahap analisis dengan kondisi perusahaan yang dianalisis. Selanjutnya, faktor-faktor strategi eksternal dan faktor-faktor strategi internal diberi bobot dan *rating*, yang selanjutnya bobot dikalikan dengan *rating*. Berdasarkan perhitungan bobot dan *rating* tersebut maka terlihat kondisi perusahaan sehingga dapat diambil keputusan tentang strategi yang harus dipilih untuk diimplementasikan.



## METODE PENELITIAN

### Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di wilayah Provinsi Bali. Provinsi Bali terdiri atas sembilan Kabupaten, yakni Badung, Gianyar, Tabanan, Bangli, Klungkung, Karangasem, Singaraja, Jembrana, dan Kota Denpasar.

### Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi penelitian ini terdiri atas seluruh kepala dan sekretaris pasar tradisional yang ada di Bali, dan yang dijadikan sampel adalah sebanyak 18 orang kepala dan sekretaris pasar yang tersebar pada masing-masing kabupaten/kota yang ada di Bali.

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### Profil Pasar Tradisional

Pengelolaan pasar tradisional di Indonesia umumnya dilakukan oleh Perusahaan Daerah Pasar, sedangkan pengelolaan kios, los, dan pelataran dilakukan secara perorangan. Pasar tradisional beroperasi sebagai pasar pagi yang menjual beragam kebutuhan rumah tangga, sedangkan pasar malam yang menjual beragam kebutuhan kuliner. Lokasi pasar ini sangat strategis, biasanya berada di tengah-tengah masyarakat. Pasar tradisional tumbuh menjadi sumber pendapatan yang mendorong pengembangan perekonomian masyarakat desa.

### Analisis dan diagnosis lingkungan eksternal

Untuk melakukan serangkaian analisis dan diagnosis terhadap lingkungan strategis eksternal terlebih dahulu dilakukan pembobotan terhadap indikator variabel lingkungan strategis eksternal dan dilanjutkan dengan penentuan *rating* dan terakhir dihitung *total score* yang menentukan perubahan lingkungan eksternal yang memberikan peluang atau ancaman terhadap pengembangan pasar tradisional di Bali.

Tabel 1

Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS)  
Masa Yang Akan Datang  
(periode 2017-2022)

No	Faktor Strategis Eksternal	Bobot (%)	Rating	Score
1	T i n g k a t pendapatan masyarakat	12,50	5	0,6250
2	Laju pertumbuhan inflasi	10,00	4	0,4000
3	K e b i j a k a n revitalisasi pasar tradisional	12,50	4	0,5000
4	S t a b i l i t a s keamanan yang kondusif	8,75	4	0,3500
5	Kepedulian sosial terhadap pasar tradisional	10,00	3,5	0,3500
6	P e n g h a r g a a n masyarakat	10,00	4	0,4000
7	Perubahan selera masyarakat	10,00	3,5	0,3500
8	Adopsi teknologi informasi	7,50	3,5	0,2625
9	Pasar moderen sebagai pesaing	8,75	2,5	0,2187
10	Perkembangan jumlah penduduk	10,00	3	0,3000
Total		100		3,7562

Berdasarkan hasil analisis EFE Matrik didapatkan hasil keseluruhan *total weight score* sebesar 3,7562. Berdasarkan total nilai tertimbang sebesar 3,7562 (lebih besar dari nilai *cut off* = 3) dapat dikatakan bahwa pada masa yang akan datang (tahun 2017-2022), Pasar Tradisional akan mendapatkan lebih banyak peluang dibandingkan periode masa yang lalu karena ada perubahan total *score* dari 3,0625 menjadi 3,7562.

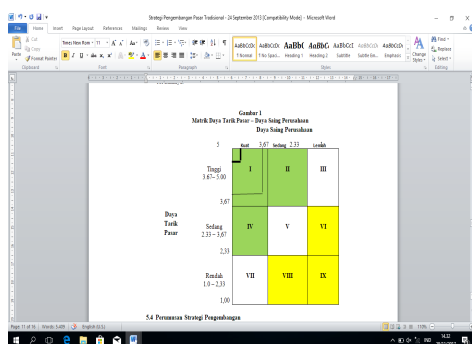
### Analisis dan diagnosis lingkungan internal

Untuk melakukan serangkaian analisis dan diagnosis terhadap lingkungan strategis internal terlebih dahulu dilakukan pembobotan terhadap indikator variabel lingkungan strategis internal dan dilanjutkan dengan penentuan *rating* dan terakhir dihitung *total score* yang menentukan perubahan lingkungan internal menunjukkan kekuatan ataukah kelemahan terhadap pengembangan pasar tradisional di Bali.

**Tabel 2**  
**Internal Factor Analysis Summary (IFAS)**  
**Masa Yang Akan Datang**  
**(periode 2017-2022)**

No	Faktor Strategis Internal	Bobot (%)	Rating	Score
1	Keragaman produk	7,49	4,50	0,3371
2	Keunikan produk lokal	7,40	4,50	0,3330
3	Mutu Produk	7,48	4,00	0,2992
4	Penataan barang dagangan	7,40	5,00	0,3700
5	Penetapan harga fleksibel	6,85	5,00	0,3425
6	Lokasi pasar yang strategis	6,57	3,50	0,2299
7	Ketersediaan area parkir	6,85	3,50	0,2398
8	Proses transaksi yang cepat	6,85	4,00	0,2740
9	Promosi	6,85	3,50	0,2398
10	Kerjasama dgn industri pariwisata	7,22	4,00	0,2888
11	Tertib tapak zonasi	7,22	4,00	0,2888
12	Kebersihan pasar	7,22	3,50	0,2527
13	Ketersediaan fasilitas umum	7,30	4,00	0,2920
14	Pelayanan yang ramah	7,30	4,50	0,3285
Total		100		3,6023

Berdasarkan Tabel 4.12 kolom 3 menunjukkan nilai terbobot, yaitu perkalian antara bobot dengan nilai, dimana total score dapat menyimpulkan apakah perusahaan memiliki kekuatan atau kelemahan secara umum. Hasil total score menunjukkan angka sebesar 3,6023. Ini berarti bahwa pada periode 2017 – 2022, Pasar Tradisional akan menunjukkan kemampuan yang lebih tinggi dibandingkan periode lima tahun sebelumnya.



## 5.4 Perumusan Strategi Pengembangan

Berdasarkan analisis SWOT dan dilengkapi dengan menggunakan pendekatan matriks Internal-Eksternal yang dikembangkan dari model *General Electric* menunjukkan bahwa posisi strategis pasar tradisional tergolong di atas *cut off*. Kondisi ini mengindikasikan bahwa pasar tradisional berada dalam pertumbuhan yang cepat yakni yang terletak pada sel satu bagian pojok kiri atas sehingga sangat prospektif bagi pengembangan sistem pemasaran pasar tradisional. Dengan demikian, strategi yang relevan diterapkan oleh pengelola pasar tradisional adalah Strategi Pertumbuhan (*Growth Strategy*) yakni strategi bertumbuh bisa dengan beberapa alternatif, seperti integrasi vertikal, pengembangan pasar, penetrasi pasar, dan pengembangan produk. Implikasi strategisnya adalah masih bisa diarahkan untuk lebih meningkatkan pemanfaatan faktor-faktor yang merupakan bagian dari peluang dan kekuatan pasar tradisional secara selektif dan pada saat yang sama selalu berusaha meningkatkan kreativitas melalui perencanaan yang cermat agar bisa mengubah faktor-faktor ancaman dan kelemahan, justru menjadi peluang. Berdasarkan beberapa alternatif strategi pertumbuhan atau strategi pengembangan untuk pasar tradisional, yang paling memungkinkan untuk dipilih adalah strategi penetrasi pasar dan strategi pengembangan produk.

### KETERBATASAN PENELITIAN

Berbagai keterbatasan juga ditemukan dalam penelitian ini terutama disebabkan oleh hal-hal berikut. 1) Penelitian ini hanya menggunakan responden seorang kepala dan sekretaris pasar, sehingga dalam pengumpulan data mengalami banyak kendala waktu. Waktu pengumpulan data menjadi lebih lama dari waktu yang ditargetnya karena pada umumnya seorang kepala dan sekretaris pasar tradisional tersebut sangat sibuk dan waktu yang dijanjikan sering tidak sesuai dengan waktu kunjungan lapang. 2) Pasar tradisional yang dijadikan objek penelitian masih terdiri atas berbagai sektor, sehingga perbedaan masing-masing sektor masih digeneralisasikan. 3) Penelitian ini hanya dilakukan di wilayah Provinsi Bali, sehingga hasil penelitian tidak dapat digeneralisir di seluruh wilayah penelitian. 4) Penelitian ini hanya melihat implementasi kemitraan dengan pemasok dan pelanggan, belum melihat kemitraan dengan pesaing ataupun *stakeholders* lainnya, seperti perguruan tinggi dan pemerintah.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan pada bab sebelumnya khususnya tentang Strategi Pengembangan Pasar Tradisional, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: 1) Faktor-faktor yang merupakan peluang bagi pengembangan pasar tradisional di Bali dari lingkungan eksternal pada saat ini, adalah : tingkat pendapatan masyarakat, stabilitas keamanan, kepedulian sosial terhadap pasar tradisional, perubahan selera masyarakat, dan untuk masa mendatang adalah: tingkat pendapatan masyarakat, laju pertumbuhan inflasi, kebijakan revitalisasi pasar tradisional, stabilitas keamanan, kepedulian sosial terhadap pasar tradisional, penghargaan masyarakat, perubahan selera masyarakat, dan adopsi teknologi informasi; sedangkan yang menjadi ancaman pada saat ini adalah: laju pertumbuhan inflasi, kebijakan revitalisasi pasar tradisional, penghargaan masyarakat, adopsi teknologi informasi, pasar modern sebagai pesaing dan perkembangan jumlah penduduk, kemudian pada masa mendatang adalah: pasar moderen sebagai pesaing dan perkembangan jumlah penduduk; 2) Faktor-faktor yang merupakan kekuatan bagi pasar tradisional pada saat ini, adalah keragaman produk, keunikan produk lokal, mutu produk, penataan barang dagangan, penetapan harga fleksibel, dan lokasi yang strategis, kemudian untuk masa mendatang adalah keragaman produk, keunikan produk lokal, mutu produk, penataan barang dagangan, penetapan harga fleksibel, dan lokasi yang strategis, ketersediaan area parkir, proses transaksi, promosi, kerjasama dengan industri pariwisata, tertib tapak zonasi, kebersihan pasar, ketersediaan fasilitas umum, dan pelayanan konsumen. Yang menjadi kelemahan pasar tradisional pada saat ini adalah ketersediaan area parkir, proses transaksi, promosi, kerjasama dengan industri pariwisata, tertib tapak zonasi, kebersihan pasar, ketersediaan fasilitas umum, dan pelayanan konsumen, kemudian untuk masa mendatang dari hasil prediksi dan analisis menunjukkan bahwa tidak ada kelemahan yang muncul asalkan semuanya sudah diperbaiki; 3) Berdasarkan analisis Matriks Internal-Eksternal menunjukkan bahwa posisi bisnis pasar tradisional berada pada sel I yang berarti bahwa daya tarik industrinya masih tinggi dan kekuatan bisnisnya juga tinggi; dan 4) Merujuk pada posisi bisnis yang ditempati pada matrik IE, maka strategi yang paling relevan diterapkan oleh pengelola pasar tradisional di Bali adalah Strategi Tumbuh dan Bina, yakni strategi

yang terdiri atas penetrasi pasar dan pengembangan produk. Implikasi terhadap pengembangan sistem pemasaran pasar tradisional adalah perlu diarahkan untuk lebih meningkatkan pemanfaatan faktor-faktor yang merupakan bagian dari peluang dan kekuatan pasar tradisional secara selektif dan pada saat yang sama selalu berusaha meningkatkan kreativitas melalui perencanaan yang cermat agar bisa mengubah faktor-faktor ancaman dan kelemahan, justru menjadi peluang.

### Saran-saran

Berdasarkan temuan penelitian di atas maka dapatlah disarankan beberapa hal penting sebagai berikut: 1) Perlu segera mengantisipasi berbagai kelemahan dan ancaman yang masih tampak saat ini, agar tidak menimbulkan persaingan yang semakin tidak berimbang antara pusat-pusat perbelanjaan pasar tradisional dan pasar moderen. Bahkan, ketika terjadi perubahan perilaku masyarakat dengan melemahnya penghargaan dan kebanggaan terhadap pasar tradisional dapat saja menyebabkan pemiskinan secara terstruktur. Oleh karena itu, perlu memperbaiki berbagai kelemahan yang ada, terutama lemahnya kompetensi para pedagang dalam pengembangan sistem pemasaran pasar tradisional berorientasi perilaku konsumen agar dapat menjadikan sebagai daya saing untuk menarik pelanggan; 2) Dalam rangka untuk lebih meningkatkan posisi strategis pasar tradisional, disarankan agar pengelola pasar tradisional melaksanakan strategi *hold and maintain* yang terdiri atas dua strategi pokok yakni strategi penetrasi pasar (*market penetration*) dan strategi pengembangan produk (*market development*) berbasis kearifan lokal sehingga berhulu dan bermuara pada kesejahteraan dan lingkungannya. Strategi penetrasi pasar dimaksudkan adalah memanfaatkan pangsa pasar yang ada saat ini dengan meningkatkan mutu layanan yang ada sekarang secara lebih arif dan bijaksana. Selanjutnya, strategi pengembangan produk dimaksud adalah melayani pangsa pasar yang baru dengan melakukan diversifikasi produk, tidak saja terbatas pada produk kebutuhan rumah tangga, melainkan juga pengembangan secara sinergis dengan berbagai produk cinderamata; 3) Untuk pengelola pasar tradisional dapat membuat kebijakan yang mampu mengatasi kelemahan yang ada seperti memikirkan alokasi dana untuk meningkatkan ketersediaan fasilitas umum di pasar tradisional dengan lebih baik, mengundang pihak akademisi memberikan pelatihan bagi pedagang agar dapat meningkatkan kompetensinya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, A.M., Zairi, M. and Almarri, K.S. 2006, "SWOT analysis for Air China performance and its experience with quality", *Benchmarking*, Vol. 13 No. 1/2, pp. 160-73.
- Allio Robert J. and Randall Robert M., 2010, Kiechel's history of corporate strategy, *Strategy and Leadership*, Vol. 38, No. 3, pp. 29-34
- Analoui, F. and Karami, A. 2002, "CEOs and development of the meaningful mission statement", *Corporate Governance*, Vol. 2 No. 3, pp. 13-20.
- Antony Jiju, 2012, A SWOT analysis on Six Sigma: some perspectives from leading academics and practitioners, *International Journal of Productivity and Performance Management*, Vol. 61 No. 6, pp. 691-698.
- Bart, C.K., Bontis, N. and Taggar, S. 2001, A model of mission statements and firm performance, *Management Decision*, Vol. 39 No. 1, pp. 19-35.
- Biloslavo Roberto and Lynn Monty, 2007, Mission statements in Slovene Enterprises, *Management Decision*, Vol. 45 No. 4, pp. 773-788.
- Carlsen Jack and Andersson Tommy D, 2011, Strategic SWOT analysis of public, private and not-for-profit festival organizations, *International Journal of Event and Festival Management*, Vol. 2 No. 1, pp. 83-97
- Coman, A. and Ronen, B. 2009, Focused SWOT: diagnosing critical strengths and weaknesses, *International Journal of Production Research*, Vol. 47 No. 20, pp. 5677-89.
- Darbi, W.P.K. 2012, How do high-performing organizations define their mission in Ghana?, *African Journal of Economic and Management Studies*, Vol. 3 No. 2, pp. 184-203.
- David Fred R., 2011, *Strategic Management Concept and Cases*, 13th ed. Pearson Prentice Hall.
- Davis Stan, 1993, Twenty Tips for Developing 20/20 Vision for Businesses, *Journal of Management Development*, Vol. 12, No. 6, pp. 15-21.
- Evans, C. and Wright, A. 2009, "How to conduct a SWOT analysis", *The British Journal of Administrative Management*, Vol. 24, pp. 10-34.
- Falsley, T. 1989, *Corporate Philosophies and Mission Statements*, Quorum Books, New York, NY
- Helms Marilyn M. and Nixon Judy, 2010, Exploring SWOT analysis – where are we now? A review of academic research from the last decade, *Journal of Strategy and Management* Vol. 3 No. 3, 2010 pp. 215-251.
- Ingenhoff Diana and Fuhrer Tanja, 2010, Positioning and differentiation by using brand personality attributes Do mission and vision statements contribute to building a unique corporate identity?, *Corporate Communications: An International Journal*, Vol. 15 No. 1, pp. 83-101
- Jauch L. R., R. Gupta and W. F. Glueck, 2003, Business Policy and Strategic Management, 6th ed., Frank Bros., New Delhi.
- Kakabadse, A. and Kakabadse, N. 2001, "Essence of leadership", *Leadership & Organisational Development Journal*, Vol. 22 No. 5, pp. 249-52.
- Kotler, P. dan K.L. Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi 12, Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: PT Indeks.
- Koo Hannah, Chau Ka-Yin, Koo Leung-Chi, Liu Songbai, Tsui Shu-Chuen, 2010, A structured SWOT approach to develop strategies for the government of Macau, SAR, *Journal of Strategy and Management*, Vol. 4 No. 1, pp. 62-81.
- Maslen, R and Platts, K.W. 1997, Manufacturing vision and competitiveness. *Integrated Manufacturing Systems*, Vol. 8, No. 5, pp. 313-322.
- Millett, S.M., 2006. Futuring and Visioning: Complementary Approaches to Strategic Decision Making, *Strategy & Leadership*, Vol. 3, No. 34, pp. 43050
- Nielsen, A.C., 2006, Asia Pacific Retail and Shopper Trends, Retail Asia Online, www.centralfoodhall.com, [www.fitch.com](http://www.fitch.com)
- Nimwegen Gertjan van, Bollen Laury, Hassink Harold and Thijssens Thomas, A stakeholder perspective on mission statements: an international empirical study, *International Journal of Organizational Analysis*, Vol. 16 No. 1/2, pp. 61-82
- Pakneiat Mohammad, Panahi Monirehand NooriJavad, 2010, Firm capabilities and diversification: how mission matters, *Business Strategy Series*, Vol. 11 No. 4 2010, pp. 248-260
- Porter, Michael E. 1985. *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*.
- Proctor, T. 2002, "Strategic marketing management for health management: cross impact matrix and TOWS", *Journal of Management in Medicine*, Vol. 14 No. 1, pp. 47-56.
- Sufi Tahir and Lyons Howard, 2003, Missions Statement Exposed, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 15, No. 5, pp. 255-262.

# LAYANAN JASA TRANSPORTASI ONLINE BERBASIS INTERNET SEBAGAI ALTERNATIF TRANSPORTASI DI KALANGAN MAHASISWA DI PALEMBANG

*Ida Wahyuningrum, M.Noval, Heni Madora, Yusniarti*

Politeknik Negeri Sriwijaya, Indonesia

---

**Abstrak** Transportasi Online berbasis Internet menjadi salah satu alternatif pilihan dalam menghadapi kemacetan karena praktis dan murah. Saat ini masyarakat terutama di kota besar termasuk Palembang sedang menggemari transportasi online dengan menggunakan aplikasi *smartphone*. Selain bisa menghemat waktu, transportasi online juga bisa menghemat uang karena banyaknya promo yang ditawarkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat dan respon Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri terhadap Layanan Jasa Transportasi Online berbasis Internet di Palembang serta mengetahui peluang Jasa Transportasi Online berbasis Internet sebagai alternatif transportasi umum di Palembang berdasarkan Minat dan Respon Mahasiswa. Manfaat dalam penelitian ini, akan terlihat bagaimana respon dan minat mahasiswa terhadap layanan Jasa Transportasi Online Berbasis Internet untuk selanjutnya dilihat apakah Layanan Jasa Transportasi Online berbasis Internet menjadi alternatif transportasi umum di Palembang. Respon dan minat Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri terhadap layanan Jasa Transportasi Online Berbasis Internet di Palembang terlihat sangat baik dan positif, sehingga dapat menjadi alternatif transportasi umum di Palembang, bila mereka terus menjaga dan meningkatkan Kualitas Layanan Jasa nya. Kualitas Layanan Jasa sebaiknya sangat diperhatikan dan terus ditingkatkan oleh segenap Penyedia Jasa Transportasi Online agar terus menjadi alternatif transportasi pilihan masyarakat di Palembang. Para penyedia Layanan Jasa Transportasi Online beserta segenap lini layanan yang disediakannya sebaiknya meningkatkan Kualitas Layanan Jasa mereka agar Konsumen tertarik untuk terus menggunakan Layanan Jasa Transportasi Online ini.

Keywords: Layanan Jasa, Transportasi Online, Mahasiswa,

---

## 1. Pendahuluan

Transportasi Online berbasis Internet menjadi salah satu alternatif pilihan dalam menghadapi kemacetan karena praktis dan murah. Saat ini masyarakat terutama di kota besar termasuk Palembang sedang menggandrungi transportasi online dengan menggunakan aplikasi *smartphone*. Selain bisa menghemat waktu, transportasi online juga bisa menghemat uang karena banyaknya promo yang ditawarkan. Cukup dengan mengunduh aplikasi yang ditawarkan dan pesan melalui *smartphone*, maka dalam hitungan menit, pelaku jasa transportasi siap mengantarkan pesanan atau mengantar ke tempat tujuan.

Pengembangan transportasi online untuk lingkungan kampus adalah salah satu solusi untuk mengantisipasi permasalahan kemacetan yang di timbulkan akibat banyaknya kendaraan pribadi yang digunakan mahasiswa. Dengan adanya transportasi online di lingkungan Kampus diharapkan dapat mengurangi jumlah penggunaan kendaraan pribadi mahasiswa dalam skala besar sehingga dapat mengurangi kemacetan terutama di sekitar wilayah kampus.

Kemudian transportasi online dalam lingkungan kampus ini juga di harapkan dapat menjadi *feeder* bagi transportasi umum kota Palembang sehingga dapat terintegrasi dengan baik. Dalam penelitian ini, akan dilihat bagaimana respon dan minat Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Palembang terhadap



layanan Jasa Transportasi Online Berbasis Internet dan dapatkah Layanan Jasa Transportasi Online berbasis Internet menjadi alternatif transportasi umum di Palembang.

Sehubungan dengan hal diatas, maka perlu diadakan suatu penelitian yang berjudul “LAYANAN JASA TRANSPORTASI ONLINE BERBASIS INTERNET SEBAGAI ALTERNATIF TRANSPORTASI DI KALANGAN MAHASISWA DI PALEMBANG”

## 2. Perumusan Masalah

Layanan Jasa Transportasi Online Berbasis Internet di kalangan Mahasiswa sebagai Alternatif Transportasi kota Palembang dirumuskan dalam permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana respon dan minat Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri terhadap layanan Jasa Transportasi Online Berbasis Internet di Palembang
2. Dapatkan Layanan Jasa Transportasi Online berbasis Internet menjadi alternatif transportasi umum di Palembang.

### 2.1 Batasan Masalah

Agar pembahasan penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari permasalahan yang ada, maka penulis membatasi masalah pada Kualitas Layanan Jasa Transportasi Online di kalangan Mahasiswa di Perguruan Tinggi Negeri di Palembang.

## 3. Tujuan

1) Mengetahui minat dan respon Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri terhadap Layanan Jasa Transportasi Online berbasis Internet di Palembang.

2) Mengetahui peluang Jasa Transportasi Online berbasis Internet sebagai alternatif transportasi umum di Palembang berdasarkan Minat dan Respon Mahasiswa.

## 4. Manfaat Penelitian

Manfaat dilakukannya penelitian ini yaitu sebagai berikut :

**5) Mengetahui berbagai jenis layanan Jasa Transportasi Online yang diminati dan sesuai dengan kebutuhan Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Palembang.**

2) Sebagai bahan masukan atau pertimbangan penggunaan Aplikasi Online sebagai alternatif transportasi umum di Palembang berdasarkan Minat dan Respon Mahasiswa.

## 5. Tinjauan Pustaka

### 5.1 Kualitas Jasa

Jasa menurut Kotler (2005) adalah aktivitas ekonomi yang mempunyai sejumlah elemen (nilai atau manfaat) intangibel yang berkaitan dengannya, yang melibatkan sejumlah interaksi dengan konsumen atau dengan barang-barang milik, tetapi tidak menghasilkan transfer kepemilikan. Perubahan daiam kondisi bisa saja muncul dan produksi suatu jasa bisa memiliki atau bisa juga tidak mempunyai kaitan dengan produk fisik.

Menurut Wyckof dalam Simamora (2003) kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk.

### 5.2 Transportasi

Adisasmita (2011) mengatakan Transportasi adalah perpindahan manusia atau barang dari satu tempat ke tempat lainnya dengan menggunakan sebuah kendaraan yang digerakkan oleh manusia atau mesin . Transportasi digunakan untuk memudahkan manusia dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Di negara maju, mereka biasanya menggunakan kereta bawah tanah (subway) dan taksi. Penduduk di sana jarang yang mempunyai kendaraan pribadi karena mereka sebagian besar menggunakan angkutan umum sebagai transportasi mereka. Transportasi sendiri dibagi 3 yaitu, transportasi darat, laut, dan udara.

### 5.3 Penelitian Terdahulu

*John E. Swan, Michael R. Bowers* dalam penelitiannya yang berjudul “Services quality and

satisfaction” berpendapat bahwa interaksi simbolis dan metode etnografi menguatkan teori dasar dari kualitas jasa dan kepuasan bahwa individu yang berpusat dari sisi psikologis seseorang, menentukan bagaimana pengalaman orang tersebut terhadap kualitas jasa dan kepuasan. Pengetahuan yang didapat dari penelitian ini adalah pendekatan yang lebih mudah untuk mengakses manajemen kualitas jasa. Sedangkan Jay Kandampully dalam penelitiannya yang berjudul “Service quality to service loyalty: A relationship which goes beyond customer services” berpendapat bahwa loyalitas pelayanan akan menimbulkan loyalitas konsumen, sehingga menawarkan layanan yang loyal akan memberikan nilai tambah pada perusahaan. Sementara itu, Charlene Pleger Bebko dalam penelitiannya yang berjudul “Service intangibility and its impact on consumer expectations of service quality” mengungkapkan bahwa masalah penggunaan subyek yang berbeda untuk tiap pelayanan, yaitu karakteristik demografis subyek bertanggungjawab pada perbedaan signifikan dalam harapan konsumen. William L Sickel **dalam penelitiannya berjudul** “Building Customer Satisfaction With Quality” mengungkapkan sebuah strategi dengan pendekatan model bisnis yang berfokus pada mencari pembeli di rumah dengan pengalaman konsumen kualitas total tertinggi dan menambahkan budaya perusahaan yang lebih tinggi untuk konsumen dan kontraktor perdagangan. Festus Olorunniwo , Maxwell K Hsu, *Godwin J Udo* dalam penelitiannya yg berjudul Service quality, customer satisfaction, and behavioral intentions in the service factory” menjelaskan tentang dimensi dominant dari struktur kualitas jasa (service quality /SQ) dalam perusahaan jasa yaitu: Tangibles, Recovery, Responsiveness, and Knowledge. Stephen D Strombeck, Kirk L Wakefield dalam penelitiannya yang berjudul “Situational influences on service quality evaluations“ mengungkapkan bahwa motivasi konsumsi dari para penumpang pesawat mempengaruhi persepsi mereka atas kualitas jasa.

## 6. Metodologi Penelitian

### 6.1 Waktu Penelitian

Pelaksanaan penelitian dilakukan selama 6 (Enam) bulan dengan menggunakan penelitian kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner Mahasiswa di Palembang. Penelitian ini akan dilaksanakan di Palembang, dengan objek penelitian

adalah Mahasiswa Perguruan Tinggi di Palembang.

### 6.2 Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Penelitian Deskriptif. Puspowarsito (2008) mengatakan Penelitian Deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan gejala, fenomena atau peristiwa tertentu. Pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan informasi terkait dengan fenomena, kondisi atau variabel tertentu dan tidak dimaksudkan untuk melakukan pengujian hipotesis.

### 6.3 Jenis dan Sumber Data

Untuk menganalisis dan menginterpretasikan data dengan baik, diperlukan data yang valid dan realibel agar hasilnya dapat dipertanggung jawabkan. Ada dua jenis sumber data, yaitu:

c. Data Primer: merupakan data yang diperoleh langsung dari responden, yaitu melalui kuesioner.

d. Data Sekunder: merupakan data yang diperoleh dari pihak lain selain sumber primer, yaitu melalui studi pustaka dan data dari organisasi yang menjadi objek penelitian.

Data akan diolah dengan Aplikasi SPSS versi 11,5 melalui analisa *cross tab* atau tabulasi silang.

### 6.4 Metode Pengumpulan Data

#### 6.4.1 Kuesioner

Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden untuk memperoleh data yang berkaitan dengan penelitian. Kuesioner ini dimaksudkan untuk memperoleh data dalam menguji hipotesis. Pengumpulan data dilakukan dengan cara membagikan kuesioner tersebut kepada responden yang kemudian diminta mengisi kuesioner tersebut sesuai dengan petunjuk yang telah tersedia.

#### 6.4.2 Populasi dan sampel

Menurut Puspowarsito (2008) Populasi adalah keseluruhan obyek (orang, kejadian, atau sesuatu) yang mempunyai karakteristik tertentu baik yang bersifat kongkrit (*tangible*) maupun objek yang abstrak (*untangible*). Objek itu disebut unit populasi. Ukuran populasi yang dapat dihitung (*countable*) berapapun besarnya disebut dengan populasi

terhingga. Sedangkan ukuran populasi yang sangat besar sehingga tidak bisa lagi untuk dihitung (*uncountable*), maka populasi itu dinamakan populasi tidak terhingga

Karena jumlah Populasi yang sangat besar, penulis menggunakan rumus Slovin sebagaimana tertuang dalam buku yang ditulis oleh Steph Ellen dalam bukunya dengan rujukan Principles and Methods of Research; Ariola et al. (eds.); 2006) sebagai berikut.

$$n = N / (1 + Ne^2)$$

n = Number of samples (jumlah sampel)

N = Total population (jumlah seluruh anggota populasi)

e = Error tolerance (toleransi terjadinya galat; taraf signifikansi; untuk sosial dan pendidikan lazimnya 0,05) → (^2 = pangkat dua)

Mengacu pada definisi di atas, penelitian ini adalah penelitian *survey*, yang menggunakan sampel sebagai obyek penelitian. Hal ini dikarenakan keterbatasan waktu dan dana serta jumlah populasi yang memang terlalu banyak untuk dijadikan obyek penelitian. Sampel diharapkan dapat mewakili responden. Sampel ditentukan dengan menggunakan *Non Probabilistic Sample*, yaitu setiap elemen dalam populasi tidak memiliki probabilitas yang sama untuk dipilih menjadi sampel atau pemilihan anggota sampel dilakukan dengan tidak acak dan bersifat obyektif. Teknik penentuan sampel secara non probabilitas yang digunakan dalam penelitian adalah *Purpose Sampling*, yaitu memilih anggota sampel yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Palembang.

**Tabel 2. Jumlah Populasi dan Sampel**

No	Nama Perguruan Tinggi Negeri	Jumlah Mahasiswa	Jumlah Sampel
1	Universitas Negeri Sriwijaya	30.905 orang	100 orang
2	Politeknik Negeri Sriwijaya	3.881 orang	50 orang
3	Universitas Islam Negeri Raden Fatah	2.724 orang	50 orang
	JUMLAH	37.510 orang	200 Orang

Sumber Data: Katalog BPS (Sumatera Selatan Dalam Angka) 2015

## 6.5 Definisi Operasional Variabel

1. **Minat Mahasiswa** adalah ketertarikan Mahasiswa menggunakan layanan Jasa transportasi Online di Palembang berupa kendaraan beroda dua (Go Jek) dan kendaraan bermotor (Go Car)
2. **Respon Mahasiswa** adalah keinginan Mahasiswa menggunakan layanan Jasa transportasi Online di Palembang berupa kendaraan beroda dua (Go Jek) dan kendaraan bermotor (Go Car)

## 7. Hasil dan Pembahasan

### 7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji instrumen agar memberikan hasil sesuai dengan tujuannya. Validitas menunjukkan tingkat kemampuan instrumen penelitian mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dan variabel yang diteliti secara tepat. Pengujian validitas dilakukan dengan analisa butir (item) yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total.

Korelasi digunakan untuk menguji validitas tiap-tiap item dan sampai sekarang merupakan teknik yang paling banyak digunakan. Sebuah instrumen dikatakan valid jika koefisien korelasinya  $\geq 0,3$  dengan  $\alpha 0,05$ . Untuk menguji validitas responden digunakan rumus korelasi "product moment", dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{(n \sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Dimana:

$r_{xy}$  = Koefisien validitas item X

n = Banyaknya responden

X = Skor distribusi X (setiap item pertanyaan)

Y = Skor distribusi Y (total item pertanyaan)

$\sum X$  = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$  = Jumlah kuadrat masing-masing distribusi X

$\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat distribusi Y

## Regression

### Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	MMTOTAL <sup>a</sup>	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: RMTOTAL

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.871 <sup>a</sup>	.758	.757	2.053

a. Predictors: (Constant), MM-TOTAL

Dari data diatas terlihat koefisien korelasinya (R)  $\geq 0,3$ . Maka data yang digunakan Valid.

## 7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas mengarah pada keajegan/konsistensi suatu alat ukur, dimana tingkat reliabilitas memperhatikan sejauh mana alat ukur dapat diandalkan dan dipercaya. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat pengukur tersebut reliabel. Dengan kata lain, reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur.

Dalam upaya peningkatan reliabilitas instrumen, terutama dalam proses mempersiapkan dan mengembangkan instrumen serta pada waktu kita menggunakan instrumen tersebut untuk menyaring data. Uji reliabilitas instrumen dilakukan dengan melihat koefisien *Alpha Cronbach*, dan jika  $\alpha > 0,5$  maka instrumen penelitian dikatakan reliabel.

Metode yang dapat di gunakan untuk mengukur konsistensi dari tiap-tiap pertanyaan dapat menggunakan rumus berikut :

$$2rb$$

$$ri =$$

$$1 + rb$$

Dimana:

ri = reabilitas interval *instrument*

rb = Korelasi *product moment* antara belahan ganjil dan genap

## Reliability

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	200	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	200	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.949	11

Dari data diatas terlihat *Alpha Cronbach*,  $\alpha > 0,5$  maka instrumen penelitian dikatakan reliabel.

## 7.3. ANALISA CROSS TAB

ANALISIS HASIL CROSSTAB UNTUK MAHASISWA UNSRI

Minat Mahasiswa (Yang Memilih Sangat Setuju)	Frekuensi (orang)	Persentase dari keseluruhan Variabel Minat (%)
MM1	74	20
MM2	43	12
MM3	64	12
MM4	64	17
MM5	69	20
MM6	66	19
TOTAL	380	100

Sumber : Hasil Olah Data Primer

Berdasarkan Tabel di atas dihitung dari jumlah Responden yang memilih Sangat Setuju (SS) dapat diketahui bahwa Minat Mahasiswa di Universitas Sriwijaya untuk mengenal dan mengetahui berbagai jenis jasa transportasi online sebanyak 74 orang dari seluruh responden Unsri yang berjumlah 100 orang dengan persentase sebesar 20 persen dari total jawaban SS (Sangat Setuju). Kemudian Minat Mahasiswa pernah menggunakan transportasi online sebanyak 43 orang dengan persentase sebesar 12 persen. Pendapat mahasiswa tentang transportasi online lebih baik dari transportasi lainnya sebanyak 64 orang dengan persentase sebesar 12 persen. Minat mahasiswa tentang lebih praktis dalam penggunaan transportasi online sebanyak 64 orang dengan persentase sebesar 17 persen. Minat mahasiswa mengenai penggunaan transportasi online yang lebih mudah sebanyak 69 orang dengan persentase sebesar 20 persen.

#### ANALISIS CROSSTAB UNTUK MINAT MAHASISWA DI POLSRI

Minat Mahasiswa (Yang Memilih Sangat Setuju)	Frekuensi (orang)	Persentase dari keseluruhan Variabel Minat (%)
MM1	26	23
MM2	14	12
MM3	17	16
MM4	18	17
MM5	21	18
MM6	15	14
TOTAL	111	100

Berdasarkan Tabel di atas dihitung dari jumlah Responden yang memilih Sangat Setuju (SS) dapat diketahui bahwa Minat Mahasiswa di Politeknik Negeri Sriwijaya untuk mengenal dan mengetahui berbagai jenis jasa transportasi online sebanyak 26 orang dari seluruh responden Polsri yang berjumlah 50 orang dengan persentase sebesar 23 persen dari total jawaban SS (Sangat Setuju). Kemudian Minat Mahasiswa pernah menggunakan transportasi online sebanyak 14 orang dengan persentase sebesar 12 persen. Pendapat mahasiswa tentang transportasi online lebih baik dari transportasi lainnya sebanyak 17 orang dengan persentase sebesar 16 persen. Minat mahasiswa tentang lebih praktis dalam penggunaan transportasi online sebanyak 18 orang dengan persentase sebesar 17 persen. Minat mahasiswa mengenai penggunaan transportasi online yang lebih mudah sebanyak 21 orang dengan persentase sebesar 18 persen. Minat mahasiswa terhadap transportasi online sebanyak 15 orang dengan persentase 14 persen.

#### ANALISIS CROSSTAB UNTUK MINAT MAHASISWA DI UIN

Minat Mahasiswa (Yang Memilih Sangat Setuju)	Frekuensi (orang)	Persentase dari keseluruhan Variabel Minat (%)
MM1	23	22
MM2	15	15
MM3	15	14
MM4	18	17
MM5	24	21
MM6	11	11
TOTAL	106	100

Berdasarkan Tabel di atas dihitung dari jumlah

Responden yang memilih Sangat Setuju (SS) dapat diketahui bahwa Minat Mahasiswa di UIN untuk mengenal dan mengetahui berbagai jenis jasa transportasi online sebanyak 23 orang dari seluruh responden UIN yang berjumlah 50 orang dengan persentase sebesar 22 persen dari total jawaban SS (Sangat Setuju). Kemudian Minat Mahasiswa pernah menggunakan transportasi online sebanyak 15 orang dengan persentase sebesar 15 persen. Pendapat mahasiswa tentang transportasi online lebih baik dari transportasi lainnya sebanyak 15 orang dengan persentase sebesar 14 persen. Minat mahasiswa tentang lebih praktis dalam penggunaan transportasi online sebanyak 18 orang dengan persentase sebesar 17 persen. Minat mahasiswa mengenai penggunaan transportasi online yang lebih mudah sebanyak 24 orang dengan persentase sebesar 21 persen. Minat mahasiswa terhadap transportasi online sebanyak 11 orang dengan persentase 11 persen.

#### ANALISIS CROSSTAB UNTUK RESPON MAHASISWA DI UNSRI

Minat Mahasiswa (Yang Memilih Sangat Setuju)	Frekuensi (orang)	Persentase dari keseluruhan Variabel Minat (%)
MM1	52	18
MM2	50	19
MM3	61	22
MM4	57	21
MM5	60	20
TOTAL	280	100

Berdasarkan Tabel di atas dihitung dari jumlah Responden yang memilih Sangat Setuju (SS) dapat diketahui bahwa Respon Mahasiswa di UNSRI untuk mengenal dan mengetahui berbagai jenis jasa transportasi online sebanyak 52 orang dari seluruh responden Unsri yang berjumlah 100 orang dengan persentase sebesar 18 persen dari total jawaban SS (Sangat Setuju). Kemudian Respon Mahasiswa pernah menggunakan transportasi online sebanyak 50 orang dengan persentase sebesar 19 persen. Pendapat mahasiswa tentang transportasi online lebih baik dari transportasi lainnya sebanyak 61 orang dengan persentase sebesar 22 persen. Respon mahasiswa tentang lebih praktis dalam penggunaan transportasi online sebanyak 57 orang dengan persentase sebesar 21 persen. Respon mahasiswa mengenai penggunaan transportasi online yang lebih mudah sebanyak 60 orang dengan persentase sebesar 22 persen.



#### ANALISIS CROSSTAB UNTUK RESPON MAHASISWA DI POLSRI

Minat Mahasiswa (Yang Memilih Sangat Setuju)	Frekuensi (orang)	Persentase dari keseluruhan Variabel Minat (%)
MM1	16	20
MM2	15	19
MM3	21	26
MM4	17	21
MM5	11	14
TOTAL	80	100

Berdasarkan Tabel di atas dihitung dari jumlah Responden yang memilih Sangat Setuju (SS) dapat diketahui bahwa Respon Mahasiswa di Politeknik Negeri Sriwijaya untuk mengenal dan mengetahui berbagai jenis jasa transportasi online sebanyak 16 orang dari seluruh responden UIN yang berjumlah 50 orang dengan persentase sebesar 20 persen dari total jawaban SS (Sangat Setuju). Kemudian Respon Mahasiswa pernah menggunakan transportasi online sebanyak 15 orang dengan persentase sebesar 19 persen. Pendapat mahasiswa tentang transportasi online lebih baik dari transportasi lainnya sebanyak 21 orang dengan persentase sebesar 26 persen. Respon mahasiswa tentang lebih praktis dalam penggunaan transportasi online sebanyak 17 orang dengan persentase sebesar 21 persen. Respon mahasiswa mengenai penggunaan transportasi online yang lebih mudah sebanyak 11 orang dengan persentase sebesar 14 persen.

#### ANALISIS CROSSTAB UNTUK RESPON MAHASISWA DI UIN

Minat Mahasiswa (Yang Memilih Sangat Setuju)	Frekuensi (orang)	Persentase dari keseluruhan Variabel Minat (%)
MM1	18	21
MM2	15	18
MM3	20	24
MM4	19	23
MM5	12	14
TOTAL	84	100

Berdasarkan Tabel di atas dihitung dari jumlah Responden yang memilih Sangat Setuju (SS) dapat diketahui bahwa Respon Mahasiswa di UIN untuk mengenal dan mengetahui berbagai jenis jasa

transportasi online sebanyak 18 orang dari seluruh responden UIN yang berjumlah 50 orang dengan persentase sebesar 21 persen dari total jawaban SS (Sangat Setuju). Kemudian Respon Mahasiswa pernah menggunakan transportasi online sebanyak 15 orang dengan persentase sebesar 18 persen. Pendapat mahasiswa tentang transportasi online lebih baik dari transportasi lainnya sebanyak 20 orang dengan persentase sebesar 24 persen. Respon mahasiswa tentang lebih praktis dalam penggunaan transportasi online sebanyak 19 orang dengan persentase sebesar 23 persen. Respon mahasiswa mengenai penggunaan transportasi online yang lebih mudah sebanyak 12 orang dengan persentase sebesar 14 persen.

Untuk melihat Analisis Layanan Jasa Transportasi Online Berbasis Internet Sebagai Alternatif Transportasi di Kalangan Mahasiswa di Palembang dapat dilihat dari hasil perhitungan dalam *model summary* yang tersaji pada tabel di bawah ini :

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.892 <sup>a</sup>	.795	.686	1.831

a. Predictors: (Constant), MM\_6, MM1, MM2, RMS3, MM\_1, MM4, MM6, MM3, MM\_4, RMS4, MM5, MM\_2, MM\_3, RMS2, MM\_5, RMS5, RMS1

Dari analisis koefisien determinasi dengan *model summary* di atas diketahui bahwa koefisien korelasi pada Layanan Jasa Transportasi Online Berbasis Internet Sebagai Alternatif Transportasi di Kalangan Mahasiswa di Palembang adalah sebesar 0,892. Hasil ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama Layanan Jasa Transportasi Online Berbasis Internet Sebagai Alternatif Transportasi di Kalangan Mahasiswa di Palembang memiliki hubungan yang erat dengan nilai 89,2 persen.

#### 8. Kesimpulan

- Respon dan minat Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri terhadap layanan Jasa Transportasi Online Berbasis Internet di Palembang terlihat sangat baik dan positif, terbukti dari hasil analisa crosstab, banyak responden yang memilih jawaban Sangat Setuju (SS) dan Setuju (S) terhadap berbagai komponen Layanan Jasa

Transportasi Online. Secara simultan Minat Konsumen pada Layanan Jasa Transportasi Online dapat berpengaruh pada Respon Mahasiswa pengguna Jasa Transportasi Online.

- b) Secara bersama-sama Layanan Jasa Transportasi Online Berbasis Internet Sebagai Alternatif Transportasi di Kalangan Mahasiswa di Palembang memiliki hubungan yang erat dengan nilai 89,2 persen. Layanan Jasa Transportasi Online berbasis Internet dapat menjadi alternatif transportasi umum di Palembang, bila para Penyedia Jasa Transportasi Online terus menjaga dan meningkatkan Kualitas Layanan Jasa nya

## 9. Saran

- a) Kualitas Layanan Jasa sebaiknya sangat diperhatikan dan terus ditingkatkan oleh segenap Pengelola Jasa Transportasi Online agar terus menjadi alternatif transportasi pilihan masyarakat di Palembang.
- b) Layanan Jasa Transportasi Online Gojek beserta segenap lini layanan yang disediakan nya sebaiknya meningkatkan Kualitas Layanan Jasa mereka agar Konsumen tertarik untuk terus menggunakan Layanan Jasa Transportasi Online ini dan dapat bersaing dengan layanan transportasi konvensional.

## DAFTAR PUSTAKA

1. Adisasmita, R & Adisasmita, S.A. 2011. "Manajemen Transportasi Darat : Mengatasi Kemacetan Lalu Lintas di Kota Besar (Jakarta)". Jakarta:Graha Ilmu.
2. Barletta, Martha, 2004, "Marketing to Woman", PPM, Jakarta.
3. Colombo, George, 2001, "Capturing Customers. com", PT. Elex Media Komputindo, Jakarta
4. Davey, Rod and anthony Jacks, 2000, "How to be Better at... Marketing", PT. Elex Media Komputindo, Jakarta
5. Davis, Stan and David McIntosh, 2006, "The Art of Business", PT. Bhuana Ilmu Populer, Jakarta.
6. Ehrlich, Evelyn and Duke Fanelli, 2004, "The Financial Services Marketing Handbook", PT. Elex Media Komputindo, Jakarta
7. Fisher, John G., 2004, "How to Beat your Competitors", PT. Elex Media Komputindo, Jakarta
8. Ho, Samuel K, 2002, "TQM An Integrated Approach", Kogan Page India Pvt. Ltd, New Delhi
9. Irawan, Handi, 2003, "Winning Strategy, Strategi Efektif Merebut dan Mempertahankan Pangsa Pasar", PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
10. Kartajaya, Hermawan, 2005, "Winning The Mom Market in Indonesia", PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
11. Kartajaya, Hermawan, 2006, "Siasat Memenangkan Persaingan Global", PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
12. Kotler, Philip, 2005, "Manajemen Pemasaran", Indeks-Gramedia Jakarta
13. Kueek, Billy, 2005, "Using Psychological Techniques in Selling", PT. Elex Media Komputindo, Jakarta
14. Lovelock, Christopher, 2001, "Services Marketing", Prentice Hall, USA
15. Khisty, Jotin C dan B. Kent Lall. 2003. Transportation Engineering : An Introduction, 3rd Edition. Pearson Education. Prentice Hall.
16. Morlok, Edward K. 1978. *Introduction to Transportation Engineering and Planning*. Mc Graw-Hill.Inc. Pennsylvania.
17. Martin, William. B, 2004, "Managing Quality Customer Service", PT. Elex Media Komputindo, Jakarta
18. Mitchell, Jack, 2005, "Hug Your Customers", PT. Elex Media Komputindo, Jakarta
19. Nurghani, Faisal <http://sharp-cherryblossom.blogspot.co.id/2014/05/makalah-masalah-kemacetan-dan-solusi.html> (diakses tanggal 17 April 2017)
20. Puspowarsito, H.A.H, 2008, "Metode Penelitian Organisasi", Humaniora, Bandung
21. Steph Ellen, eHow Blog, 2010; dengan rujukan Principles and Methods of Research; Ariola et al. (eds.); 2006)
22. Simamora, Bilson, 2003, "Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel", PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
23. [https://id.wikipedia.org/wiki/Lalu\\_lintas](https://id.wikipedia.org/wiki/Lalu_lintas) (diakses tanggal 17 April 2017)
24. <https://id.wikipedia.org/wiki/Jasa> (diakses tanggal 17 April 2017)
25. Katalog BPS (Sumatera Selatan Dalam Angka) 2015 (diakses tanggal 17 April 2017)

# Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Harga, dan Pemasaran Internet Terhadap Pemesanan Ulang Online Hotel di Bali

*Komang Agus Satria Pramudana, I Wayan Santika*

Universitas Udayana, Bali Indonesia  
iwayansantika@unud.ac.id

---

**Abstrak.** Penelitian ini dilakukan dengan latar belakang niat beli ulang online yang rendah pada situs online yang sama, yang sering dijumpai pada belanja online sehingga membuat perusahaan online kesulitan dalam merealisasikan profitabilitas jangka panjang dan berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi harga, dan pemasaran internet terhadap pemesanan ulang online pada situs e-commerce pemesanan kamar hotel di Bali. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif, baik deskriptif maupun asosiatif. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah non probability sampling dengan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan dari 120 responden yaitu pengguna e-commerce untuk pemesanan online kamar hotel di Bali. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemesanan ulang online; persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemesanan ulang online; persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemesanan ulang online; dan pemasaran internet berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemesanan ulang online.

**Kata kunci:** persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi harga, pemasaran internet, pemesanan ulang online

---

**Abstract.** This research is conducted against a background of low online repurchase intention on the same online site, which is often found in online shopping, making online companies difficult to realize long-term and sustainable profitability. This study aims to determine the influence of perceived ease of use, perceived usefulness, perception of price, and internet marketing on online re-booking hotels in Bali. This research is done by quantitative approach, both descriptive and associative. Sampling method in this research is non probability sampling with purposive sampling technique. Data were collected from 120 respondents i.e. e-commerce users for online booking of hotel rooms in Bali. The results showed that perceived ease of use have a positive and significant effect on online re-booking; perceived usefulness have a positive and significant impact on online re-booking; price perceptions have a positive and significant impact on online re-booking; and internet marketing have a positive and significant impact on online re-booking.

**Key words:** perceived ease of use, perceived usefulness, perception of price, internet marketing, online re-booking

---

## PENDAHULUAN

Kemudahan mendapatkan informasi di internet membuat jumlah pengguna internet meningkat dengan cepat. Data internetworldstat (2016) menunjukkan

jumlah pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan pesat dari 2 juta pada Tahun 2000 menjadi 78 juta pada Tahun 2015. Hal ini membuktikan semakin banyak masyarakat yang merasakan manfaat internet. Tingginya pertumbuhan pengguna internet

adalah peluang bagi para pelaku bisnis untuk menawarkan produknya melalui internet. Hal ini lebih dikenal dengan istilah *e-commerce*. *E-commerce* adalah kegiatan melakukan transaksi bisnis secara *online* melalui media internet dan perangkat-perangkat yang terintegrasi dengan internet (Laudon, 2012). Di Indonesia, potensi pasar *e-commerce* terus mengalami perkembangan yaitu dari Rp. 8,325 trilyun pada Tahun 2011 meningkat menjadi Rp. 100 trilyun pada Tahun 2015 (BPS, 2015).

Berkembangnya penggunaan *e-commerce* juga terjadi pada industri pariwisata. Werthner dan Ricci (2004) mengemukakan bahwa sektor pariwisata merupakan pasar utama dalam *e-commerce*. Jumlah penjualan melalui *e-commerce* dalam industri pariwisata terus mengalami peningkatan terutama pemesanan *online* pada area transportasi, akomodasi, paket wisata, dan penawaran wisata lainnya (Gratzer et al. 2004). Sedangkan untuk informasi pariwisata, internet merupakan sumber utama untuk memperoleh informasi karena banyaknya jasa informasi pariwisata *online*. World Travel Trends (2012) dalam Viljoen (2016) menyatakan bahwa setengah dari pemesanan kamar hotel dan tiket pesawat adalah melalui internet (*online booking*), sepertiganya melalui agen perjalanan wisata (*travel agent*), dan sisanya melalui pembelian konvensional langsung ke hotel atau maskapai tujuan. Meskipun terjadi peningkatan pemesanan kamar hotel melalui internet, Ruiz-Mafe et al. (2009) menyatakan bahwa masih banyak konsumen yang menolak melakukan pembelian *online* karena adanya risiko privasi yang erat diasosiasikan dengan pembelian *online*.

Pembelian *online* (*online booking*) kamar hotel dapat dilakukan melalui situs *e-commerce* pada *website* resmi hotel atau melalui *website* pihak ketiga (*third party*). Beberapa situs *e-commerce* yang masuk kategori *website* pihak ketiga antara lain adalah Traveloka, Agoda, Pegipegi, Wego, Tiket.com, Booking.com, Trivago, TripAdvisor, dan Hotel.com, dimana situs *online* Traveloka adalah situs *online travel* paling populer di Indonesia (Nusaresearch, 2014).

Populernya suatu situs *online* salah satunya disebabkan oleh intensnya melakukan pemasaran internet (*internet marketing*). Pemasaran internet adalah semua strategi pemasaran yang digunakan pemasar melalui perantara perangkat elektronik (Heikkinen, 2012). Bentuk pemasaran internet biasanya diwujudkan dalam iklan *banner online*, *sponsorship* kegiatan *online*, pengklasifikasian daftar

produk pada *website*, *email marketing*, pemasaran afiliasi, *search engine marketing*, dan *social networking* (Ahmadi, et al., 2013). Penelitian Heikkinen (2012) menyatakan bahwa pemasaran internet mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap proses pengambilan keputusan pembelian pada turis wisata alam di Jerman. Demikian juga dengan hasil penelitian Apriyana (2013) yang menyatakan bahwa pemasaran internet (*online marketing*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui internet, dimana situs *social networking* (facebook) menjadi faktor dominan yang mempengaruhi pembelian *online* tersebut.

Dengan berbagai situs *online* yang tersedia dan berbagai keahlian pengguna, hal yang memotivasi pengguna untuk memilih salah satu situs *online* daripada situs yang lain mungkin adalah kemudahan pemakaian situs *online* tersebut. Apabila pengguna merasa bahwa suatu situs *online* lebih sulit digunakan, tidak dapat menemukan produk yang diinginkan, atau tidak mengerti mengenai apa yang ditawarkan oleh situs *online* tersebut, pengguna akan meninggalkan situs *online* tersebut (Pearson et al., 2007 dalam Lee et al., 2011). Oleh karena itu, apabila konsumen menganggap sebuah situs *online* mudah untuk digunakan, hal tersebut akan mempengaruhi intensi mereka untuk membeli kembali (Lee et al., 2011). Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Davis et al., 1989). Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi pembelian *online* mudah digunakan, maka dia akan menggunakannya (Hartono, 2008). Hasil penelitian Juniwati (2015) menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian ulang *online*.

Persepsi manfaat (*perceived usefulness*) didefinisikan sebagai sejauh mana konsumen yakin bahwa berbelanja *online* akan meningkatkan performa transaksinya (Chiu et al., 2009 dalam Lee et al., 2011). Menurut Chiu et al. (2009), seseorang cenderung meneruskan penggunaan teknologi belanja *online* apabila ia merasakan adanya manfaat. Pelanggan yang berbelanja produk secara efisien akan cenderung menunjukkan keinginan melakukan pembelian kembali yang lebih kuat (Chiu et al., 2009). Persepsi manfaat adalah salah satu penentu utama dari sikap terhadap penggunaan suatu teknologi (Davis et al., 1989). Persepsi manfaat merupakan penilaian sejauh mana pengguna yakin bahwa teknologi akan meningkatkan kinerja dari suatu kegiatan. Kucukusta

(2014) menyatakan bahwa persepsi manfaat dan juga persepsi kemudahan merupakan prediktor yang kuat terhadap niat melakukan pemesanan *online* pada situs *online travel* di Hongkong. Juga dinyatakan bahwa persepsi manfaat lebih penting dibandingkan persepsi kemudahan bagi pengguna *online travel* di Hongkong. Hasil berbeda ditunjukkan oleh penelitian Oroh (2015) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang *online* tiket pesawat Lion.

Harga telah lama dianggap sebagai faktor kunci yang menentukan konsumen melakukan keputusan pembelian (Zeithaml, 1988). Hal ini benar terutama bila produk tersebut rendah sentuhan atau tidak mengalami sentuhan sama sekali. Ketika kualitas produk sama antar vendor, konsumen akan memusatkan perhatian terhadap minimisasi harga (Dodds et al., 1991). Dalam konteks belanja *online*, pengaruh dari harga menjadi semakin kuat karena konsumen dapat dengan mudah melakukan komparasi harga dari satu toko *online* dengan toko *online* lainnya (Kim et al., 2011). Namun demikian, penelitian Shankar et al. (2009) menekankan bahwa harga bukan faktor yang signifikan dalam belanja *online*, karena ketika situs *online* memiliki *trust* yang tinggi serta menyediakan informasi yang lengkap dan akurat, maka konsumen akan mengurangi kecenderungan menggunakan harga sebagai faktor utama dalam belanja *online*. Sedangkan Law (2006) menyatakan bahwa harga adalah tetap menjadi alasan utama mengapa konsumen melakukan belanja *online*, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keinginan konsumen untuk berbelanja *online* (O'Connor, 2004). Konsumen juga cenderung mengunjungi beberapa situs *online* untuk memperoleh informasi dan melakukan komparasi harga sebelum memutuskan pembelian *online* karena harga yang ditawarkan secara *online* tidak konsisten (Law, 2006). Hal ini menunjukkan bahwa harga masih tetap menjadi pertimbangan utama dalam pembelian *online*.

Persepsi harga berkaitan dengan bagaimana informasi harga dipahami seutuhnya dan memberikan makna yang dalam oleh konsumen. Persepsi harga menjadi sebuah penilaian konsumen tentang perbandingan besarnya pengorbanan dengan apa yang akan didapatkan dari produk dan jasa (Zeithaml, 1988). Persepsi harga menjadi penilaian konsumen mengenai informasi harga yang diperoleh serta perbandingan besarnya pengorbanan konsumen berupa uang dengan apa yang akan didapatkan konsumen dari produk/jasa yang ditawarkan, sehingga

saat mengukur persepsi harga, indikator yang digunakan adalah harga terjangkau, sesuai layanan yang akan diterima, sesuai fasilitas yang akan diterima, dan lebih murah dari pesaing. Hasil penelitian Nusarika (2015) menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli *online* produk *fashion* di Kota Denpasar.

Berdasarkan latar belakang masalah dan hasil penelitian sebelumnya maka dilakukan penelitian untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi harga, dan pemasaran internet terhadap pemesanan ulang *online* Hotel di Bali.

## KAJIAN PUSTAKA

### E-commerce

*E-commerce* merupakan konsep yang bisa digambarkan sebagai proses jual beli barang pada internet atau proses jual beli atau pertukaran produk, jasa, dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet (Turban et al, 2002). Menurut Laudon (2012), *e-commerce* adalah kegiatan melakukan transaksi bisnis secara *online* melalui media internet dan perangkat-perangkat yang terintegrasi dengan internet. *E-commerce* adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen, manufaktur, *service provider* dan pedagang perantara dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer yaitu *internet*. Dapat disimpulkan bahwa pengertian dari *e-commerce* adalah segala bentuk transaksi perdagangan/ perniagaan barang atau jasa (*trade of goods and service*) dengan menggunakan media elektronik.

Penggolongan *e-commerce* yang lazim dilakukan adalah berdasarkan sifat transaksinya. Menurut M. Suyanto (2003,30) tipe-tipe berikut segera bisa dibedakan: Business to Business (B2B), Business to Consumer (B2C), Consumer to Consumer (C2C), Consumer to Business (C2B), Non Business *e-commerce*, Intrabusiness (Organizational) *e-commerce*. *E-commerce* merupakan salah satu teknologi yang berkembang pesat dalam dunia internet. Penggunaannya dapat menguntungkan banyak pihak, baik pihak produsen, konsumen, distributor, pengiklan dan masyarakat luas.

### Persepsi Kemudahan

Dalam Davis (1989), persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) sebuah teknologi didefinisikan sebagai



suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa komputer dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Definisi tersebut juga didukung oleh Wibowo (2006) yang menyatakan bahwa persepsi tentang kemudahan penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Davis *et al.* (1989), Davis (1993) dan Shun Wang *et al.* (2003) mendefinisikan persepsi kemudahan penggunaan sebagai ukuran dimana pengguna di masa yang akan datang menganggap suatu sistem adalah bebas hambatan. Davis (1989) menyebutkan indikator yang digunakan untuk mengukur *perceived ease of use* yaitu mudah dipelajari, fleksibel, dapat mengontrol pekerjaan, serta mudah digunakan. Menurut Rigopoulos dan Askounis (2007), Gefen *et al.* (2003), serta Yahyapour (2008) *perceived ease of use* juga dapat diukur melalui indikator jelas dan mudah dimengerti, serta mudah dikuasai.

### Persepsi Manfaat

Persepsi Manfaat (*perceived usefulness*) didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya (Davis, 1989; Davis, 1993). Disebutkan pula pada Davis *et al.* (1989) persepsi terhadap kemanfaatan sebagai kemampuan subjektif pengguna di masa yang akan datang di mana dengan menggunakan sistem aplikasi yang spesifik akan meningkatkan kinerja dalam konteks organisasi. Hal serupa juga diungkapkan Shun Wang *et al.* (2003) bahwa persepsi kemanfaatan merupakan definisi dimana seseorang percaya dengan menggunakan suatu sistem dapat meningkatkan kinerja mereka. Davis (1989) mengkonsepkan bahwa *perceived usefulness* diukur melalui indikator seperti meningkatkan kinerja pekerjaan, menjadikan pekerjaan lebih mudah serta secara keseluruhan teknologi yang digunakan dirasakan bermanfaat. Dalam Gefen *et al.* (2003) dan Yahyapour (2008) ditambahkan bahwa *perceived usefulness* dapat diukur dengan indikator meningkatkan produktivitas, menjadikan kerja lebih efektif, dan pekerjaan menjadi lebih cepat.

### Persepsi Harga

Harga telah lama dianggap sebagai faktor kunci yang menentukan konsumen melakukan keputusan pembelian (Zeithaml, 1988). Ketika kualitas produk sama antar vendor, konsumen akan memusatkan

perhatian terhadap minimisasi harga (Dodds *et al.*, 1991). Dalam konteks belanja *online*, pengaruh dari harga menjadi semakin kuat karena konsumen dapat dengan mudah melakukan komparasi harga dari satu toko *online* dengan toko *online* lainnya (Kim *et al.*, 2011).

Persepsi harga (*price perception*) berkaitan dengan bagaimana informasi harga dipahami seutuhnya dan memberikan makna yang dalam oleh konsumen. Persepsi harga menjadi sebuah penilaian konsumen tentang perbandingan besarnya pengorbanan dengan apa yang akan didapatkan dari produk dan jasa (Zeithaml, 1988). Persepsi harga menjadi penilaian konsumen mengenai informasi harga yang diperoleh serta perbandingan besarnya pengorbanan konsumen berupa uang dengan apa yang akan didapatkan konsumen dari produk/jasa yang ditawarkan. Maka indikator yang diukur adalah: 1) harga terjangkau, 2) sesuai layanan yang akan diterima, 3) sesuai fasilitas yang akan diterima, 4) lebih murah dari pesaing.

### Pemasaran Internet

Pemasaran internet (*internet marketing*) adalah semua strategi pemasaran yang digunakan pemasar melalui perantara perangkat elektronik (Heikkinen, 2012). Pemasaran internet secara garis besar didominasi dengan berbagai kegiatan marketing dengan menggunakan peralatan elektronik dengan basis internet. Pemasaran internet perhotelan memanfaatkan internet untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen dan mitra bisnis. Seperti halnya pada penjualan produk barang melalui internet, pemasaran internet hotel dewasa ini semakin menunjukkan peran penting khususnya dalam hal pemesanan atau reservasi hotel (Yulianto, 2015). Pemasaran internet biasanya diwujudkan dalam iklan *banner online*, *sponsorship* kegiatan *online*, pengklasifikasian daftar produk pada *website*, *email marketing*, pemasaran metode afiliasi (*partnership*), *search engine marketing*, dan *social networking* (Ahmadi, *et al.*, 2013).

## METODOLOGI

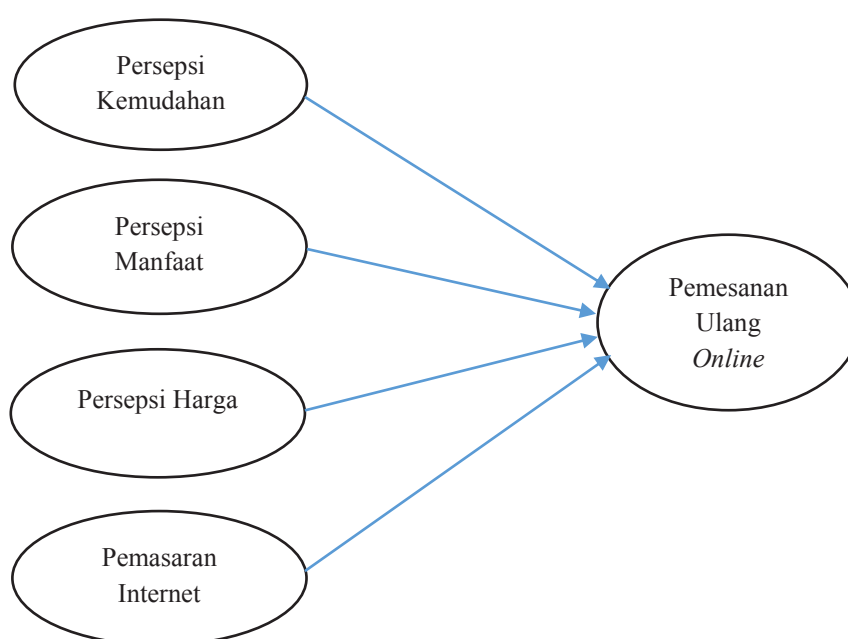
Dalam penelitian ini menganalisis hubungan antara persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi harga, dan pemasaran internet terhadap pemesanan ulang *online*. Berdasarkan konsep kerangka pemikiran yang menjelaskan keterkaitan masing-masing variabel, maka disusun kerangka konseptual seperti pada Gambar 1.



## Hipotesis

Beberapa tinjauan literatur menunjukkan bahwa Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi harga, dan Pemasaran Internet masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pembelian Ulang *Online*. Penelitian Heikkinen (2012) menyatakan bahwa pemasaran internet mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap proses pengambilan keputusan pembelian pada turis wisata alam di Jerman. Demikian juga dengan hasil penelitian Apriliya (2013) yang menyatakan bahwa pemasaran internet (*online marketing*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui internet, dimana facebook menjadi faktor dominan

yang mempengaruhi pembelian *online* tersebut. Hasil penelitian Juniwati (2015) menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian ulang *online*. Demikian juga dengan hasil penelitian Kucukusta (2014) menyatakan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi manfaat merupakan prediktor yang kuat terhadap *intention to book online* pada pengguna *online travel* di Hongkong. Juga dinyatakan bahwa persepsi manfaat lebih penting dibandingkan persepsi kemudahan bagi pengguna *online travel* di Hongkong. Hasil berbeda ditunjukkan oleh penelitian Oroh (2015) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang *online* tiket pesawat Lion.



**Gambar 1.**

### Kerangka Konsep Penelitian

**Sumber:** Davis (1993), Zeithaml (1988), Ahmadi et al. (2013), Kotler & Keller (2012)

Hasil penelitian Nusarika (2015) menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli *online* produk *fashion* di Kota Denpasar. Sedangkan hasil penelitian Shankar et al. (1999) menekankan bahwa harga bukan faktor yang signifikan dalam belanja *online*, karena ketika situs *online* memiliki *trust* yang tinggi serta menyediakan informasi yang lengkap dan akurat, maka konsumen akan mengurangi kecenderungan menggunakan harga sebagai faktor utama dalam belanja *online*. Sedangkan Law (2006) menyatakan

bahwa harga adalah tetap menjadi alasan utama mengapa konsumen melakukan belanja *online*, dan harga berpengaruh signifikan dalam menstimulus keinginan konsumen untuk berbelanja *online* (O'Connor, 2004).

Berdasarkan kajian empiris sebelumnya, maka dapat disusun hipotesis sebagai berikut: H1: Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemesanan ulang online Hotel di Bali; H2: Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemesanan ulang online Hotel di Bali; H3: Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemesanan ulang online Hotel di Bali; H4: Pemasaran internet berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemesanan ulang online Hotel di Bali.

Rescoe (dalam Sekaran 2006:160) menjelaskan

ukuran sampel yang baik yakni sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 dan 5 - 10 kali jumlah variabel atau indikator dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan 20 indikator sehingga dengan menggunakan estimasi berdasarkan jumlah parameter diperoleh ukuran sampel sebesar 100-200 responden. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 120 responden. Dengan cara tersebut diharapkan seluruh sampel representatif untuk mewakili populasi pengguna e-commerce pemesanan online kamar hotel di Bali.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota

populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2014). Teknik sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* dan *incidental sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dimana peneliti harus benar-benar mengetahui dan beranggapan bahwa responden yang dipilihnya dapat memberikan informasi sesuai dengan masalah yang diteliti. *Incidental sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang bertemu secara kebetulan dengan peneliti akan dijadikan sampel. Teknik ini dipilih karena populasi yang tidak jelas dan tidak pasti. Kriteria dalam *purposive sampling* yang dimaksud, yaitu responden sudah pernah melakukan transaksi pemesanan secara *online* kamar hotel di Bali.

**Tabel 1. Variabel dan indikator penelitian**

Variabel	Indikator	Sumber
Persepsi kemudahan ( $X_1$ )	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mudah dimengerti (<math>X_{1,1}</math>)</li> <li>• Tidak menyita waktu (<math>X_{1,2}</math>)</li> <li>• Mudah digunakan (<math>X_{1,3}</math>)</li> <li>• Fleksibel (<math>X_{1,4}</math>)</li> </ul>	Davis (1993)
Persepsi manfaat( $X_2$ )	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pekerjaan lebih mudah (<math>X_{2,1}</math>)</li> <li>• Bermanfaat (<math>X_{2,2}</math>)</li> <li>• Lebih cepat (<math>X_{2,3}</math>)</li> <li>• Lebih efisien (<math>X_{2,4}</math>)</li> </ul>	Davis (1993)
Persepsi harga( $X_3$ )	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harga terjangkau (<math>X_{3,1}</math>)</li> <li>• Harga sesuai dengan kualitas layanan (<math>X_{3,2}</math>)</li> <li>• Harga sesuai dengan fasilitas (<math>X_{3,3}</math>)</li> <li>• Lebih murah (<math>X_{3,4}</math>)</li> </ul>	Zeithaml (1988)
Pemasaran internet ( $X_4$ )	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promosi <i>online</i> (<math>X_{4,1}</math>)</li> <li>• Jejaring sosial (<math>X_{4,2}</math>)</li> <li>• Situs pihak ketiga (<math>X_{4,3}</math>)</li> <li>• Informasi melalui <i>website</i> (<math>X_{4,4}</math>)</li> </ul>	(Ahmadi et al., 2013)
Pemesanan ulang <i>online</i> (Y)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memilih cara pembelian <i>online</i> (Y1)</li> <li>• Sering menggunakan (Y2)</li> <li>• Merekomendasikan (Y3)</li> <li>• Menceritakan hal positif (Y4)</li> </ul>	(Kotler & Keller, 2012)

Sumber: Davis (1993), Zeithaml (1988), Ahmadi et al. (2013), Kotler & Keller (2012)

### Metode Analisis Data

Data yang diperoleh selama pengumpulan data di lapangan dianalisis dengan menggunakan statistik deskriptif dan statistik inferensial. Statistik deskriptif berupa distribusi frekuensi yang digunakan untuk menyajikan karakteristik responden, sedangkan statistik inferensial digunakan untuk menguji hipotesis yang dirumuskan.

Analisis deskriptif berfungsi untuk

mendeskripsikan obyek yang diteliti melalui sampel atau populasi sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2014: 239). Teknik analisis deskriptif bertujuan untuk mengetahui karakteristik dan tanggapan responden terhadap masing-masing pertanyaan yang diajukan.

Analisis regresi linear berganda adalah alat statistika yang tujuannya untuk membantu

memperkirakan atau memprediksi nilai suatu variabel terikat dari beberapa variabel yang bebas. Apabila persamaan regresinya sudah diketahui, maka dengan memasukkan nilai variabel  $X$  pada persamaan regresi maka nilai variabel  $Y$  bisa diperkirakan. Persamaan umum regresi linear adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n + e$$

Dimana:  $Y$  adalah variabel terikat;  $X$  adalah variabel bebas;  $\alpha$  adalah konstanta;  $\beta$  adalah koefisien regresi;  $n$  adalah jumlah variabel bebas;  $e$  adalah *error term*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden dalam penelitian ini dilihat dari jenis kelamin, usia, pendidikan, situs pemesanan *online* yang digunakan, dan alat untuk mengakses situs pemesanan *online*. Seperti ditunjukkan oleh Tabel 2, persentase responden paling besar adalah wanita (57,5%), berusia antara 26 sampai 35 tahun (55%), dan dengan pendidikan terakhir SMA atau sederajat (56,7%). Situs pemesanan *online* yang paling banyak digunakan adalah traveloka (69,2%) sedangkan *website* resmi hotel digunakan oleh 2,5% responden saja. Alat yang digunakan untuk mengakses situs pemesanan *online* didominasi oleh *smartphone* yaitu sebanyak 71,7%.

Tabel 2. Karakteristik responden

No	Karakteristik	Keterangan
1	Situs pemesanan <i>online</i> yang digunakan <ul style="list-style-type: none"> <li>• Website resmi hotel</li> <li>• Traveloka</li> <li>• Agoda</li> <li>• Airy rooms</li> <li>• Booking.com</li> <li>• Trivago</li> </ul>	2,5 % 69,2 % 7,5 % 5 % 13,3 % 2,5 %
2	Usia <ul style="list-style-type: none"> <li>• 17 - 25 tahun</li> <li>• 26 - 35 tahun</li> <li>• 36 - 45 tahun</li> <li>• 46 - 55 tahun</li> <li>• 56 tahun ke atas</li> </ul>	16,7 % 55 % 26,7 % 0,8 % 0,8 %
3	Pendidikan terakhir <ul style="list-style-type: none"> <li>• SMA/SMK</li> <li>• Sarjana</li> </ul>	56,7 % 43,3 %
4	Jenis Kelamin <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pria</li> <li>• Wanita</li> </ul>	42,5 % 57,5 %
5	Alat untuk mengakses situs pemesanan <i>online</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Smartphone</li> <li>• Tablet</li> <li>• Laptop</li> <li>• PC</li> </ul>	71,7 % 8,3 % 15,8 % 4,2 %

Sumber: Data diolah, 2017

### Analisis Regresi Linear

Analisis regresi linear berganda diolah dengan program SPSS for Windows dengan variabel terikat Pemesanan Ulang *Online* ( $Y$ ). Tabel 3 menunjukkan hasil analisis regresi linear berganda dengan variabel terikat Pemesanan Ulang *Online* ( $Y$ ), sehingga diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,257X_1 + 0,264X_2 + 0,162X_3 + 0,222X_4 + e$$

Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 68,551 dengan signifikan F atau  $P\ value$  0,000 kurang dari  $\alpha = 0,05$ , ini berarti model yang digunakan adalah layak dan mampu memprediksi atau menjelaskan fenomena yang diteliti. Besarnya

*Adjusted R<sup>2</sup>* adalah sebesar 0,805. Ini berarti variasi pemesanan ulang *online* dapat dijelaskan oleh variasi dari persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi harga, dan pemasaran internet sebesar 80,5 persen, sedangkan sisanya sebesar 19,5 persen dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model.

**Tabel 3. Hasil signifikansi nilai thitung**

Variabel	Beta	t	Sig.
Persepsi kemudahan	0,257	2,208	0,029
Persepsi manfaat	0,264	2,145	0,034
Persepsi harga	0,162	1,983	0,050
Pemasaran internet	0,222	2,101	0,038

**Sumber: Data diolah, 2017**

Berdasarkan Tabel 3, dapat dijelaskan hasil uji hipotesis pertama, kedua, ketiga, dan keempat adalah sebagai berikut:

1) Pembahasan Hipotesis 1

Pada Tabel 3 dapat dilihat bahwa tingkat signifikansi t uji dua sisi untuk variabel persepsi kemudahan sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05 dengan koefisien regresi positif 0,257. Ini menunjukkan bahwa Hipotesis 1 diterima, yang berarti bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemesanan ulang *online*. Pengaruh positif ini memberikan makna bahwa semakin baik persepsi pengguna tentang kemudahan penggunaan situs pemesanan *online* maka semakin meningkat niat melakukan pemesanan ulang *online*.

2) Pembahasan Hipotesis 2

Pada Tabel 3 dapat dilihat bahwa tingkat signifikansi t uji dua sisi untuk variabel persepsi manfaat sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05 dengan koefisien regresi positif 0,264. Ini menunjukkan bahwa Hipotesis 2 diterima, yang berarti bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemesanan ulang *online*. Pengaruh positif ini memberi makna bahwa semakin baik persepsi pengguna tentang manfaat penggunaan situs pemesanan *online* maka akan meningkatkan niat melakukan pemesanan ulang *online*.

3) Pembahasan Hipotesis 3

Pada Tabel 3 dapat dilihat bahwa tingkat signifikansi t uji dua sisi untuk variabel persepsi

harga sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05 dengan koefisien regresi positif 0,162. Ini menunjukkan bahwa Hipotesis 3 diterima, yang berarti bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemesanan ulang *online*. Pengaruh positif ini memberikan makna bahwa semakin baik persepsi pengguna tentang harga pada pembelian *online* maka semakin meningkat niat melakukan pemesanan ulang *online*.

4) Pembahasan Hipotesis 4

Pada Tabel 3 dapat dilihat bahwa tingkat signifikansi t uji dua sisi untuk variabel pemasaran internet sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05 dengan koefisien regresi positif 0,222. Ini menunjukkan bahwa Hipotesis 4 diterima, yang berarti bahwa pemasaran internet berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemesanan ulang *online*. Pengaruh positif ini memberikan makna bahwa semakin tinggi intensitas pemasaran internet maka semakin meningkat niat melakukan pemesanan ulang *online*.

Hasil uji t juga menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat memiliki nilai *unstandardized* paling besar dibandingkan variabel lain dalam model. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh paling besar terhadap pemesanan ulang *online* pada pengguna *e-commerce* pemesanan kamar hotel di Bali.

## SIMPULAN

Simpulan penelitian ini berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan dapat dikemukakan sebagai berikut:

- 1) Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemesanan ulang *online*. Semakin baik persepsi pengguna tentang kemudahan melakukan pemesanan *online* maka semakin meningkat niat melakukan pemesanan ulang *online*.
- 2) Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemesanan ulang *online*. Semakin baik persepsi pengguna tentang manfaat melakukan pemesanan *online* maka semakin meningkat niat melakukan pemesanan ulang *online*.
- 3) Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemesanan ulang *online*. Semakin baik persepsi pengguna tentang harga pada pembelian *online* maka semakin meningkat niat melakukan



- pemesanan ulang *online*.
- 4) Pemasaran internet berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemesanan ulang *online*. Semakin meningkat intensitas pemasaran internet maka semakin meningkat niat melakukan pemesanan ulang *online*.

#### DAFTAR PUSTAKA

1. Ahmadi, C. dan Hermawan, D. 2013. *E-Business & E-Marketing*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
2. Aprilia, Shinta. 2013. Analisis Strategi Online Marketing dan Pengaruhnya terhadap Purchase Intentions Konsumen Produk Clean & Clear. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*. Vol. 2 No. 9 (2013) hal. 1-22.
3. BPS. 2015. Data Strategis BPS Katalog BPS: 1103003, CV. Nasional Indah.
4. Darwin, W. 2012. Majalah Marketeers Top 50 UKM di dunia online. <http://the-marketeers.com/archives/majalah-marketeers-top-50-UKM-di-dunia-online.html>.
5. Davis, F.D. 1989. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Acceptance of Information System Technology. *Management Information Systems Quarterly*, 13(3), pp: 319-339.
6. Davis, F. 1993. "User Acceptance of Information Technology: Systems Characteristics, User Perception and behavioral Impacts. *International Journal of Machine Studies* 38, pp.475-487.
7. Dodds, W. B., Monroe, K. B., and Grewal, D. 1991. The Effects of Price, Brand and Store Information on Buyers' Product Evaluations. *Journal of Marketing Research*. 28, 3, 1991, pp.307-319.
8. Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. 2003. Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model. *MIS Quarterly*, 27(1): 51-90.
9. Ghozali, I. and Fuad. 2005. *Struktural Equation Modelling*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
10. Gratzer, M., Werthner, H., Winiwarter, W. 2004. Electronic business in tourism. *International J Electron Bus*. 2(5). Pp. 450-459.
11. Heikkinen, H. 2012. *Social Media and Internet Marketing's Influence on Decision Making Process of German Nature Tourists*. 4(1). pp. 1-8.
12. Hellier, P. K., Geursen, G. M., Carr, R. A., & Rickard, J. A. 2003. Consumer Repurchase Intention: A general Structural Equation Model. *European Journal of Marketing*, 1762-1800.
13. Infokomputer. 2015. Menguak Peluang Bisnis Online Travel dari Traveloka dan Tiket.com. <http://www.infokomputer.com/2015>. Diakses 30 Agustus 2016.
14. Internetworldstats. 2016. Asia Internet Use / Population Data and Facebook Statistics. 28 Juni 2016. <Http://www.internetworldstats.com/stat3.htm>
15. Juniwati. 2015. Pengaruh Perceived Ease of Use, Enjoyment dan Trust Terhadap Repurchase Intention dengan Customer Satisfaction Sebagai Intervening pada Belanja Online. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*. Vol. 4, No. 1, hal. 140-156.
16. Kemenkeu.go.id. 2014. Menyasar pajak transaksi e-commerce. 9 Juni 2014. <http://www.kemenkeu.go.id/Artikel/menyasar-pajak-transaksi-e-commerce>.
17. Kim, C., Tao, W., Shin, N., and Kim, K.S. 2010. An Empirical Study of Customers' Perceptions of Security and Trust in E-Payment Systems. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9, 1, 2010. pp. 84-95.
18. Kim, H. W., Yunjie Xu, and Sumeet Gupta. 2011. Which is More Important in Internet hopping, Perceived Price or Trust? *Electronic Commerce Research and Applications*, doi: 10.1016/j.jelerap.2011.06.003.
19. Kotler, P. dan Armstrong, G. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran 1. Edisi kedua belas. Jakarta: Erlangga.
20. Kotler, P. & Keller K. 2012. *Marketing Management*, 12 ed., New Jersey: Pearson Education.
21. Kucukusta, D., Law, R., Besbes, B., dan Legohérel, P. 2014. Re-examining perceived usefulness and ease of use in online booking the case of Hong Kong online users. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. Vol. 27 No. 2, 2015. pp. 185-198.
22. Latan, Hengky. 2012. *Struktural Equation Modeling: Konsep dan Aplikasi Program Lisrel 8.80*. Bandung: Alfabeta
23. Laudon, K.C. dan Traver, C.G. 2012. *E-commerce 8th*. United States of America: Pearson Education.
24. Law R. & Hsu C., 2006. Importance of Hotel Website Dimensions and Attributes: Perceptions of Online Browsers and Online Purchasers. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 2006, Vol. 30(3), pp. 295-312.
25. Lee, C.H., Eze, U.C., dan Ndubisi, N.O. 2011.

- Analyzing key determinants of online repurchase intentions. *Asia Pasific Journal of Marketing and Logistics*. Vol 23 (2). Hal 200-221.
26. Nugroho, Agus. 2005. *Strategi Jitu: Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
  27. Nusaresearch. 2014. Online hotel and Tiket Booking Sites in Indonesia. *Omnibus popular brand index 2014*. Diakses 30 Agustus 2016.
  28. Nusarika, L.A.K. 2015. Pengaruh persepsi harga, kepercayaan, dan orientasi belanja terhadap niat beli secara online. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 8, 2015: hal. 2380-2406.
  29. O'Connor P. & Frew A. J. 2004. An Evaluation Methodology for Hotel Electronic Channels of Distribution. *International Journal of Hospitality Management*. Vol. 23(2). pp. 179–199.
  30. Oroh, C.R., Rumokoy, F.S. 2015. The influence of perceived ease of use, perceived usefulness and trust on repurchase intention of Lion Air e-ticket. *Jurnal EMBA*. Vol.3 No.3 Sept. 2015, Hal.950-958.
  31. Ruiz-Mafé, C. 2009. Drivers and barriers to online airline ticket purchasing. *Journal of Air Transport Management*. Vol. 15 No. 6, pp. 294-298.
  32. Shankar V., Rangaswamy A. & Pusateri M. 2009. *The Online Medium and Customer Price Sensitivity*. EBusiness Research Center: University Park.
  33. Sobel, M.E. 1982. Asymptotic Confidence Intervals for Indirect Effects in Structural Equation Models. In S Leinhardt (Ed.), *Sociological Methodology 1982 Washington, DC: American Sociological Association*, h: 290-312.
  34. Sugiyono. 2014. *Memahami Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
  35. Suyana, Utama. 2009. *Buku Ajar, Aplikasi Analisis Kuantitatif*. Denpasar : Sastra Utama.
  36. Todaro, Miguel. 2007. *Internet Marketing Method Revealed*. USA: Atlantic Publishing Group Inc.
  37. Turban, Efraim; King, David; Lee, Jae; Warkentin, Merrill; Chung, H. Michael. (2002). *Electronic Commerce: A Managerial Perspective (International Edition)*, p. 4.
  38. Viljoen, K. dan Roberts-Lombard, M. 2016. Customer Retention Strategies for Disintermediated Travel Agents: How to Stop Customers from Migrating To Online Booking Channels. *The Journal of Applied Business Research*. March/April 2016. Volume 32, Number 2 pp.541-554.
  39. Wen, Ivan. 2009. Factors affecting the online travel buying decision: a review. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. Vol. 21 No. 6, 2009. pp. 752-765.
  40. Werthner, H., Ricci, F. 2004. *E-commerce and tourism*. *Commun ACM* 47(12):101–105.
  41. Yahyapour, N. 2008. *Determining Factors Affecting Intention to Adopt Banking Recommender System, Case of Iran*. Thesis. Sweden: Lulea University of Technology.
  42. Yulianto, A. 2015. Kajian internet marketing sebagai salah satu media pemasaran industri perhotelan. *Jurnal Khasanah Ilmu*. Vol. VI No. 1 Maret 2015. Hal. 65-78.
  43. Zeithaml, V. A. 1988. Customer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*. Vol. 52 (July 1988). pp. 2-22.

## Komparasi Reksadana Saham Perusahaan Investasi Nasional Dan Asing Di Indonesia

Dr. Luh Gede Sri Artini, SE., M.SiI, A.A.Ayu Putri Utami<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia  
e-mail : [lg\\_artini@unud.ac.id](mailto:lg_artini@unud.ac.id)

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia  
e-mail : [ptrutami@gmail.com](mailto:ptrutami@gmail.com)

---

**Abstrak:** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan antara reksadana saham perusahaan investasi nasional dan asing di Indonesia dilihat metode market timing dan stock selection.

Populasi penelitian ini adalah seluruh reksadana saham yang terdaftar pada website Otoritas Jasa Keuangan yang memiliki kinerja outperform selama periode 2014-2016. Pemilihan sampel dilakukan secara obyektif berdasarkan perusahaan investasi. Penilaian terhadap kinerja reksadana saham menggunakan metode market timing dan stock selection dengan pendekatan Treynor Mazuy.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa selama periode penelitian berdasarkan metode market timing reksadana saham perusahaan investasi nasional lebih baik daripada reksadana saham perusahaan investasi asing di Indonesia dan begitu pula berdasarkan metode stock selection reksadana saham perusahaan investasi nasional lebih baik daripada reksadana saham perusahaan investasi asing di Indonesia

Adanya kinerja reksadana saham perusahaan investasi nasional yang lebih baik dari kinerja reksadana saham perusahaan investasi asing baik berdasarkan metode market timing dan stock selectionnya maka investor sebaiknya memilih untuk berinvestasi pada reksadana saham perusahaan nasional

**Kata kunci:** Reksadana Saham, Kinerja, Market Timing, Stock Selection, Perusahaan Investasi Nasional, Perusahaan Investasi Asing

---

### PENDAHULUAN

Wadah investasi yang diciptakan untuk menarik para pemodal yang memiliki keterbatasan dana, waktu atau pengetahuan tersebut adalah reksadana (Mitha, 2016). Reksadana merupakan salah satu alternatif berinvestasi bagi pemodal atau investor yang memiliki dana terbatas, tidak memiliki waktu dan keahlian untuk menghitung risiko dan *return* atas investasi yang ditanamkan (Husain dan Dhanraj Sharma, 2014). Hal yang membedakan reksadana dengan instrumen lainnya adalah adanya Manajer Investasi yaitu pihak profesional yang bertugas mengelola dana investasi dari investor reksadana (Baskara, 2015).

Penilaian kinerja reksadana saham sangat perlu

diperhatikan oleh para investor agar dapat memilih dan membandingkan reksadana saham yang mampu memberikan keuntungan yang optimal selain itu, penilaian kinerja diperlukan karena tidak hanya melihat dari *return* yang dihasilkan tetapi juga mempertimbangkan risiko dari suatu reksadana. Kemampuan perusahaan investasi dalam mengelola reksadana sahamnya selain dilihat dari kinerjanya dapat juga dilihat dari dua komponen utama yaitu *market timing* dan *stock selection* (Fama, 1972).

Fenomena yang menarik tentang perusahaan investasi yang mengelola reksadana terjadi di Indonesia, dimana 16 (enam belas) perusahaan investasi asing di Indonesia menguasai sekitar 59% dana kelolaan industri reksadana pada akhir tahun

2013. Dominasi perusahaan asing juga tidak lepas dari perilaku investor Indonesia yang lebih senang berinvestasi di perusahaan asing daripada perusahaan nasional karena dianggap lebih berpengalaman melalui pengetahuan tentang industri reksadana (Fahma, 2013).

Berdasarkan fenomena tersebut penelitian tentang perbandingan perusahaan investasi nasional dan asing dilihat dari metode *market timing* dan *stock selection* yang digunakan oleh manajer investasi. Metode *stock selection* merupakan langkah pertama bagi manajer investasi dalam pembentukan portofolio saham dan *market timing* merupakan langkah terpenting dalam pencapaian tujuan investasi bagi investor, serta penelitian mengenai penilaian kinerja portofolio saham berdasarkan kedua metode ini masih jarang dilakukan sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut tentang komparasi reksadana saham perusahaan investasi nasional dan asing dilihat dari metode *market timing* dan *stock selection* yang digunakan manajer investasi nasional maupun asing sehingga nantinya dapat bermanfaat bagi investor dalam memilih produk reksadana saham secara tepat.

## KAJIAN PUSTAKA

Rudiyanto (2013 : 10) menyatakan bahwa reksadana sebagai wadah yang berisi uang dan instrumen efek seperti saham, obligasi, pasar uang dimana umumnya wadah tersebut ditempatkan dan diadministrasikan pada Bank Kustodian. Reksadana berdasarkan katagori instrumen investasinya dibedakan sebagai berikut (Desiyanti, 2014) :

- (1) Reksadana pasar uang yaitu reksadana yang menanamkan dananya dalam instrumen pasar uang dengan jangka waktu kurang dari satu tahun. Instrumen tersebut dapat berbentuk SBI, surat *promes* atau *comercial paper* sehingga potensi hasil investasi hanya berasal dari bunga dan diskonto sedangkan, risikonya terbatas pada risiko kredit dan likuiditas.
- (2) Reksadana pendapatan tetap adalah reksadana yang melakukan investasi sekurang – kurangnya 80% dari portofolio yang dikelolanya dalam surat berharga yang bersifat hutang. Surat berharga bersifat hutang umumnya memberikan penghasilan dalam bentuk bunga, seperti deposito, SBI, obligasi dan instrumen lainnya
- (3) Reksadana saham yaitu reksadana yang menanamkan investasinya sekurang – kurangnya

80% aset dalam efek yang berbentuk ekuitas atau saham. Reksadana ini cocok untuk pemodal yang memiliki jangka waktu investasi yang panjang karena investasi di saham memiliki karakteristik risiko hasil yang lebih tinggi dibandingkan dengan investasi lainnya.

- (4) Reksadana campuran dapat melakukan investasinya baik pada surat berharga hutang maupun ekuitas dan porsi alokasi yang lebih fleksibel. Reksadana campuran adalah reksadana yang melakukan investasi pada ekuitas dan surat berharga hutang. Reksadana campuran yang bersifat fleksibilitas baik dari jenis pemilihan investasinya serta komposisi alokasinya reksadana campuran dapat berorientasi pada saham, obligasi atau bahkan ke pasar uang. Reksadana campuran dapat menjadi alternatif bagi investor yang menginginkan komposisi yang terdiri dari sekaligus surat berharga ekuitas (saham) dan surat berharga hutang (deposito dan obligasi) dengan komposisi tertentu. Secara teoritis, potensi hasil dan risiko reksadana campuran dapat berada ditengah-tengah reksadana pendapatan tetap dan reksadana saham.

Ryan (2013:18) menyebutkan *return* reksadana berupa *capital gain* yang merupakan selisih positif antara harga jual dikurangi dengan harga beli sehingga dalam pengambilan keputusan membeli ataupun menjual reksadana diperlukan informasi mengenai kecenderungan harga yang terjadi naik atau turun. *Rsik* reksadana dapat berupa menurunnya NAB (Nilai Aktiva Bersih), risiko likuiditas, risiko pasar dan risiko *default*.

Fama (1972) menjelaskan kemampuan perusahaan investasi dalam mengelola reksadana sahamnya selain dilihat dari kinerjanya dapat juga dilihat dari dua komponen utama yaitu *market timing* dan *stock selection*. *Market timing* terkait dengan sejauh mana kemampuan perusahaan investasi dalam memanfaatkan waktu pasar, yaitu kapan saatnya membeli efek dan kapan saat menjualnya kembali (Sung Sin Kim, 2013) sedangkan *stock selection* terkait dengan kemampuan perusahaan pengelola investasi dalam hal ini manajer investasinya untuk memilih saham – saham yang tepat untuk dimasukkan atau dikeluarkan dari portofolio reksadana sehingga memberikan tingkat pengembalian (*return*) yang lebih baik dari tingkat pengembalian pasar serta meningkatkan kinerja reksadana saham itu sendiri

(Keith dan Dirk, 2012).

Penelitian yang dilakukan oleh Desy Tri Cakrie (2013) tentang “Perbandingan Kinerja Investasi pada Reksadana Saham yang Dikelola oleh Manajer Investasi Lokal dan Asing di Indonesia”. Hasilnya terdapat 48 reksadana saham yang memiliki kinerja yang baik didominasi oleh reksadana saham yang dikelola manajer investasi lokal. Penelitian yang dilakukan Galina Smirnova dan Carsten Sprenger (2009) yang berjudul “*Do Local Perform Better than Foreigners : Evidence From Mutual Funds Investing in Rusia*” dengan tujuan menyelidiki pertanyaan apakah reksa dana manajer investasi lokal lebih baik daripada manajer investasi internasional dengan menggunakan data investasi di Rusia untuk tahun 2005 sampai 2009. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa reksadana internasional tampaknya lebih canggih, terutama dalam memprediksi pendapatan saham atas dasar informasi publik. Informasi lokal tampaknya tidak menjadi faktor penentu untuk reksa dana manajer investasi lokal. Penelitian yang oleh Shukla dan Van Inwegen (1995) yang berjudul “*Do locals perform better than foreigners? An analysis of UK and US mutual fund managers*”. Peneliti mempelajari kinerja 108 *fund manager* investasi US di pasar AS dibandingkan delapan belas *fund manager* UK yang juga berinvestasi di pasar AS selama periode 1981-1993. Hasil penelitian menunjukkan bahwa reksadana UK memiliki *Alpha* lebih rendah demikian juga dengan *Sharpe* dan rasio *Treynor* sehingga disimpulkan bahwa reksadana UK signifikan *underperform* daripada reksadana US dan terdapat perbedaan yang signifikan antara reksadana UK dan US di pasar AS.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada reksadana saham perusahaan investasi nasional dan reksadana saham perusahaan investasi asing yang menjual produk reksadana saham pada website [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id) selama periode penelitian 2014-2016.

Pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan informasi NAB (Nilai Aktiva Bersih) untuk setiap reksadana saham. Metode pengambilan sampel dilakukan secara obyektif. Reksadana saham yang dijadikan sampel adalah reksadana saham yang aktif dan data NAB tersedia secara lengkap selama periode penelitian yaitu 2014–2016 untuk selanjutnya dipisah menjadi dua yaitu perusahaan investasi nasional dan asing berdasarkan data kepemilikan. ]

Pengukuran *stock selection* dilakukan dengan *Treynor*

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Komparasi reksadana saham perusahaan investasi nasional dan asing di Indonesia dilihat dari *market timing* selama periode penelitian 2014 – 2016 ditunjukkan pada Tabel 1 sebagai berikut :

Tabel 1

*Market Timing* Reksadana Saham Perusahaan Investasi Nasional dan Asing  
Periode 2014-2016

Tahun	<i>Market Timing</i>	
	Nasional	Asing
2014	8,671	1,612
2015	5,211	2,670
2016	0,997	- 10,716

Sumber : data diolah

Berdasarkan Tabel 1 hasil perhitungan *market timing* reksadana saham perusahaan investasi nasional dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2016 selalu lebih tinggi daripada *market timing* reksadana saham perusahaan investasi asing di Indonesia selama periode penelitian 2014-2016

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa rata-rata secara keseluruhan reksadana saham perusahaan investasi nasional memiliki kemampuan *market timing* yang lebih baik dibandingkan dengan reksadana perusahaan investasi asing

*Market timing* berhubungan dengan langkah aktif yang dilakukan manajer investasi pengelola portofolio reksadana untuk mengoptimalkan *return* yang diperoleh ini berarti rata – rata reksadana saham perusahaan investasi nasional berhasil mengambil waktu yang tepat dalam hal kapan melakukan posisi jual dan kapan melakukan posisi beli dilihat dari rata – ratanya *market timing* yang positif dari tahun ke tahun selama 2014-2016 sedangkan reksadana perusahaan investasi asing tidak berhasil melakukan *market timing* yang lebih baik dibandingkan reksadana saham perusahaan investasi nasional bahkan pada tahun 2016 tampak nilai *market timing* yang dihasilkan negatif sebesar -10,716.

Komparasi reksadana saham perusahaan investasi nasional dan asing di Indonesia dilihat dari *stock selection* selama periode penelitian 2014 – 2016 ditunjukkan pada Tabel 2 sebagai berikut :



**Tabel 2**  
**Stock Selection Reksadana Saham Perusahaan**  
**Investasi Nasional dan Asing**  
**Periode 2014-2016**

Tahun	Stock Selection	
	Nasional	Asing
2014	0,054	0,019
2015	0,042	0,029
2016	-0,013	-0,139

Sumber : data diolah

Berdasarkan Tabel 2 hasil perhitungan *stock selection* reksadana saham perusahaan investasi nasional setiap tahun selalu lebih tinggi daripada *stock selection* reksadana saham perusahaan investasi asing di Indonesia selama periode penelitian 2014-2016

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa rata – rata secara keseluruhan reksadana saham perusahaan investasi nasional memiliki kemampuan *stock selection* yang lebih baik dibandingkan dengan rata – rata keseluruhan reksadana perusahaan investasi asing *Stock selection* berhubungan dengan langkah aktif yang dilakukan manajer investasi pengelola portofolio reksadana untuk mengoptimalkan *return* yang diperoleh dan mengendalikan risiko dengan diversifikasi ini berarti rata – rata reksadana saham perusahaan investasi nasional berhasil melakukan pemilihan portofolio yang tepat dalam hal kapan harus masuk dan mengeluarkan saham dalam portofolionya, walaupun pada tahun 2016 baik perusahaan investasi nasional maupun perusahaan investasi asing menghasilkan nilai *stock selection* negatif tetap kemampuan *stock selection* perusahaan investasi nasional lebih baik daripada perusahaan investasi asing.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat diperoleh simpulan sebagai berikut : (1) Komparasi reksadana saham perusahaan investasi nasional dan asing di Indonesia dilihat dari *market timing* selama periode penelitian 2014 – 2016 menunjukkan bahwa reksadana saham perusahaan investasi nasional memiliki nilai *market timing* yang selalu lebih tinggi dibandingkan dengan reksadana saham perusahaan investasi asing yang berarti perusahaan investasi nasional berhasil mengambil

waktu yang tepat dalam hal kapan melakukan posisi jual dan kapan melakukan posisi beli dilihat dari rata – ratanya *market timing* yang positif dari tahun ke tahun selama 2014-2016

Komparasi reksadana saham perusahaan investasi nasional dan asing di Indonesia dilihat dari *stock selection* selama periode penelitian 2014 – 2016 menunjukkan hasil perhitungan *stock selection* reksadana saham perusahaan investasi nasional setiap tahun selalu lebih tinggi daripada *stock selection* reksadana saham perusahaan investasi asing di Indonesia selama periode penelitian 2014-2016. Temuan ini berarti bahwa reksadana saham perusahaan investasi nasional memiliki kemampuan pemilihan portofolio yang lebih baik dalam hal kapan harus masuk dan mengeluarkan saham dalam portofolionya jika dibandingkan dengan reksadana perusahaan investasi asing

### Saran

Berdasarkan simpulan yang dikemukakan maka disarankan bagi investor untuk memilih reksadana saham perusahaan nasional karena dilihat *market timing* dan *stock selection* mampu menghasilkan kinerja yang lebih baik dibandingkan dengan reksadana saham perusahaan investasi asing.

Bagi perusahaan investasi nasional perlu melakukan perbaikan dalam hal *stock selection* sehingga selalu dapat menghasilkan tingkat pengembalian yang positif dan Bagi perusahaan investasi asing perlu melakukan perbaikan dalam hal *market timing* dan *stock selection* sehingga dapat menghasilkan tingkat pengembalian yang positif.

## DAFTAR RUJUKAN

1. Admati, Bhattacharya, P. Pfleiderer, and S. A. Ross. 1986. On Timing and Selectivity, *Journal of Finance*, Vol.4, pp. 715-730
2. Avramov, Doron, Si Cheng & Allaudeen Hameed. 2015. Mispriced Stocks and Mutual Fund Performance, *Paper*, The Hebrew University of Jerusalem
3. Baskara, G. 2015. Analisis Kinerja Reksadana Saham berdasarkan Manajer Investasi Asing dan Lokal pada Saat Krisis dan Pasca Krisis Subprime Mortgage, *Tesis*, Program Magister Manajemen UGM tidak dipublikasikan
4. Benny, M. 2013. Analysis of Mutual Fund's Performance and Persistence in Indonesia,

- International Journal of Science and Research*, Vol. 4, pp. 1404-1408
5. Bernadiaz, D., dan Hidayati, Lina . 2015. Analisis Pengukuran Kinerja Reksadana Saham Menggunakan Metode Sharpe, Metode Treynor dan Metode Jensen (Studi pada Reksadana Periode 2012 -2014), *E-Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, Vol. 4, Edisi 5, Universitas Negeri Yogyakarta
  6. Bodie, Zvi, Alex Kane & Alan J. Marcus. 2014. *Investment*, 9<sup>th</sup> Edition. Romi Bhakti Hartarto (Penerjemah). Jakarta : Penerbit Salemba Empat
  7. Cakrie, D. 2013. Perbandingan Kinerja Investasi pada Reksadana Saham yang Dikelola Manajer Investasi Lokal dan Asing di Indonesia, *Tesis*, Program Magister Manajemen UGM tidak dipublikasikan
  8. Cuthbertson K, Nitzsche and Sullivan. 2010. The Market Timing Ability of UK Mutual Funds. *Journal of Business Finance and Accounting*, Vol. 1, pp. 270-289
  9. Darmitha, S., dan Purbawangsa. 2016. Study Komparatif Kinerja Portofolio Optimal Saham LQ 45 dan 50 Most Active Stocks by Trading Frequency, *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No.11, pp 7185-7213
  10. Deasy, A., dan Sihombing,P. 2013. Analisis Kemampuan Stock Selection dan Market Timing pada Reksadana Saham di Indonesia Periode Januari 2008 – Juli 2013.(online), (<http://adlermanurungpress.com/journal/datajournal>)
  11. Desiyanti, Rika.2014.Persistensi dan Konsistensi Kinerja Reksadana di Indonesia, *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, Vol. 3, No.1, Universitas Bung Hatta
  12. Dwi Mas, Sukma A., 2013.Pengaruh Kebijakan Alokasi Aset,Kinerja Manajer Investasi dan Ukuran Reksadana terhadap Kinerja Reksadana Saham di Indonesia, *E-Jurnal Akuntansi UNUD*, pp 250-265
  13. Fahma, Resi. 2013. Membuat Investor Lokal Menikmati Manisnya Reksadana, *Fortune Indonesia* Vol. 62 Mei
  14. Fama, E.F. 1972. Component of Investment Performance. *Journal of Finance* Vol. 27 (June): 551-68
  15. Galina, S., and Carsten S. 2009. Do Local Perform Better than Foreigners : Evidence From Mutual Funds Investing in Rusia, (online) ,(https://www.researchgate.net/publication/265228342)
  16. Goel *et al.* 2012. A Review of Performance Indicator of Mutual Funds, *Journal of Arts, Science & Commerce*, Vol. III, No 4, pp. 100-107
  17. Gomez-Bezares, Fernando, Luis Ferruz & Maria Vargas. 2012. Can We Beat the Market with Beta? An Intuitive Test of The CAPM, *Revista Espanola de Financiacion y contabilidad*, Vol XLI, pp. 333-352
  18. Gopalakrishnan, M. Muthu. 2014. Optimal Portofolio Selection using Sharpe's Index Model. *Indian Journal of Applied Research*, Vol. 4, Issue 1
  19. Gumilang, Fajar Timur dan Heru Subiyantoro. 2008. Reksadana Pendapatan Tetap di Indonesia: Analisis Market Timing dan Stock Selection – Periode 2006-2008. *Jurnal Keuangan dan Moneter*, 11: 114-146
  20. Hanggoro, W. 2014. Analisis Pengukuran Kinerja Reksadana Saham yang Tercatat pada Bursa Efek Indonesia dengan Metode Sharpe, Treynor dan Jensen, *E-Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, Vol. 3, Edisi 6, Universitas Negeri Yogyakarta
  21. Jogyanto. 2010. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. BPFE Yogyakarta
  22. Kalpesh, P., and Mahesh, P. 2012. Comparative Study on Performance Evaluation of Mutual Fund Schemes of Indian Companies, *Journal Arts, Science & Commerce*, Vol. 3, pp 47-59
  23. Keith Cuthbertson and Dirk Nitzsche.2012. Performance, Stock Selection and Market Timing of the German Equity Mutual Fund Industry, *Paper, European Financial Management Association*
  24. Malkiel., B. 2003. Passive Invesment Strategies and Efficient Markets, *European Fiancial Management*, Vol. 9, No 1
  25. Mansor, F., and Bhatti Ishaq. 2011. The Islamic Mutual Fund Performance : New Evidence on Market Timing and Stock Selectivity, *International Conference on Economics and Finance Research*, Vol. 978
  26. Mitha, Ruth. 2016. Evaluasi Kinerja Reksadana Saham dan Pengujian Konsistensi Penggunaan Metode Pengukuran Kinerja Periode January 2009 sampai Agustus 2015, *Tesis*, Program Studi Magister Manajemen Universitas Gajah Mada tidak dipublikasikan
  27. Mollik, Abu Taher & M.Khokan Bepari. 2010. Instability of Stock Beta in Dhaka Stock Exchange Bangladesh, *Managerial Finance* Vol. 36 No. 10
  28. Mudjiyono. 2012. Investasi dalam Saham & Obligasi dan Meminimalkan Risiko Sekuritas pada Pasar Modal Indonesia, *Jurnal STIE*

- Semarang, Vol.4, No. 2, pp. 1-18
29. Mustakawarman. 2016. Kinerja Portofolio Saham Undervalued dan Kinerja Portofolio Saham Overvalued pada Indeks LQ 45 di Bursa Efek Indonesia, *Tesis*, Program Pascasarjana UNUD tidak dipublikasikan
  30. Narend, S., and Thenmozhi.2014. Performance of ETFs and Index Fund : A Comparative Analysis, *Research Project Paper, Departement of Management Studies Indian Institute of Technology, Madras*
  31. Naveen, S. and Mallikarjunappa. 2016. An Empirical Study on Market Timing and Selectivity Skills of Indian Mutual Fund Managers Using Treynor and Mazuy Model, *International Journal of Computational Research and Development*, Vol. 1, No 1, pp. 58-61
  32. Nurjanah, N. 2016. Analisis Pengukuran Kinerja Reksadana Saham dengan Metode Sharpe, Jensen, Treynor,  $M^2$ , dan Information Ratio di Bursa Efek Indonesia, *Jurnal Management Bisnis Indonesia*, Vol. 5, No.6, Universitas Negeri Yogyakarta
  33. Nyanamba *et al.* 2015. Factor Affecting Profitability of Mutual Funds in Kenya, *International Journal of Economics, Commerce and Management*, Vol. III, No 11, pp. 443-455
  34. Omer Faruk Tan. 2015. Mutual Fund Performance : Evidence from South Africa, *Paper, MEF University Faculty of Economics*, Turkey, Vol.5, No. 2
  35. Otoritas Jasa Keuangan. 2014. *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 25/POJK.04/2014 tentang Perizinan Wakil Manajer Investasi*. Ketua Dewan Komisioner Otoritas Jasa Keuangan. Jakarta
  36. Otten, R., Bams, D., 2007. The Performance of Local versus Foreign Mutual Fund Managers. *European Financial Management*, Vol. 13, No.4, pp. 702-720
  37. Parag, Rijwani. 2014. Stock Selection, Market Timing and Mutual Fund Performance. *Indian Journal of Accounting*. Vol. XLVI (2), pp 47-58
  38. Paramita *et al.* 2016. Models of Measuring the Performance of Mutual Fund using Treynor Mazuy Cindition Approach : the Cases of Stock Mutual Funds in Indonesia. *IJABER*. Vol. 14, No.10, pp 6181-6198
  39. Paranita, C., Dzulkrirom, M., dan Rustam, R. 2015. Analisis Kinerja Investasi dalam Reksadana Saham (Equity Funds) dengan Metode Sharpe dan Treynor, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 27, No.1, hal. 1-7
  40. Ryan. 2013. Menjadi Kaya Terencana dengan Reksadana. PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia : Jakarta
  41. Reilly *et al.* 2012. *Investment Analysis and Portofolio Management* (10<sup>th</sup> Edition). South – Western Cengage Learning Mason, Ohio. USA
  42. Republik Indonesia. 1995. *Peraturan Pemerintah Nomor 45 Tahun 1995 tentang Penyelenggaraan Kegiatan di Bidang Pasar Modal*. Sekretariat Negara. Jakarta
  43. Rudiyanto. 2013. *Sukses Finansial dengan Reksadana*. PT. Elex Media Komputindo. Jakarta
  44. Rudiyanto. 2016. *Seri Panduan Investasi Reksa Dana untuk Pemula*. PT. Elex Media Komputindo. Jakarta
  45. Sadia, Babar., Nawaz, Sania., and Ashraf, Sumaira. 2013. A Comparative Study on Performance Evaluation of Pakistani Mutual Funds, *International Journal of Bussiness and Management Review*, Vol.1, No.1, pp 151-165
  46. Schmid, Phillip. 2010. Risk Adjusted Performance Measures – State of The Art. *Thesis*, Graduate School of Business, University of St. Gallen
  47. Sharpe, William F, *et al.* 1995. *Investment*. Prentice Hall, New Jersey
  48. Shilpi, Pal., and Arti, Chandani. 2014. A Critical Analysis of Selected Mutual Funds in India, *Procedia Economics and Finance*, Vol. 11, pp 481-494
  49. Shukla, R., and Inwegen V. 1995. Do Locals Perform Better than Foreigners? An Analysis of UK and US Mutual Fund Managers, *Journal of Economics and Bussiness*, Vol. 47, pp 241-254
  50. Sudacevschi, M. 2013. Characteristics of Investment Portfolios Passive Management Strategy on Capital Market, *Challenges of the Knowledge Society, Economic*, Paper
  51. Sung Sin Kim., and Pando, Sohn. 2013. Market Timing Performance in Korean Fund Market : Evidence from Portofolio Holdings, *Procedia Economics and Finance*, Vol. 5, pp 443-452
  52. Syed Husain., and Dhanraj Sharma. 2014. Performance Evaluation of Indian Equity Funds again Established Bechmarks Index, *International Journal of Accounting Research*, Vol.2, pp 1-7
  53. Tandelilin, Eduardus. 2010. *Portofolio dan Investasi Teori dan Aplikasi*. Kanisius. Yogyakarta
  54. Theriou, Nikolaos G *et al.* 2010. Testing the Relation Between Beta and Returns in The Athens Stock Exchange. *Managerial Finance*,

- Vol 36 No 12 pp. 1043-1056
55. Tuerah, Citrayani. 2013. Perbandingan Kinerja Saham LQ 45 Tahun 2012 Menggunakan Metode Jensen, Sharpe dan Treynor. *Jurnal EMBA*, 1: 1444-1457
  56. Van. 2015. Pasar Saham Indonesia : Kinerja IHSG pada Tahun 2015, (online), *Investor Daily* 31 Desember 2015
  57. Velmurugan, T. & Vijai, N. 2015. A Study on Factor Influencing Mutual Fund Investment - Special Reference to Investor in Pharmaceutical Sector at Chennai Metro City, *Intenational Journal of Pharmaceutical Science Review and Research*, No 34, pp. 214-219
  58. Waelan. 2008. Kemampuan Memilih Saham dan Market Timing Manajer Investasi Reksadana Saham di Bursa Efek Indonesia, *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*, 12(2), hal. 122-140
  59. Wahyu dan Agustinus. 2013. MIAsing Menguasai 59% Aset Reksadana, (online), (<http://www.kontan.co.id>)
  60. Wibowo. 2016. Peranan Akuntan Publik dan Standar Akuntansi Keuangan Atas Aktivitas Reksadana, *Jurnal Ekonomi Keuangan dan Manajemen*, Vol. XI, No. 1, pp.47-58
  61. Yeong Jia Goo, Feng Huei Chang, and Kuo Liang Chiu. 2015. Stock Selection and Timing Ability of the Taiwan Equity Funds – the Application Stochastic Beta, GARCH, and Nonlinear GLS, *Modern Economics*, Vol. 6, pp. 153-164
  62. Zaheeruddin *et al.* 2013. Performance Evaluation of Mutual Funds in India with Special Reference to Selected Financial Intermediaries, *IOSR Journal of Bussiness and Management*, Vol. 7, pp. 34-40

# FAKTOR-FAKTOR RELASIONAL, TUGAS, DAN ORGANISASI PADA KINERJA TENAGA PENJUAL DI BANDAR LAMPUNG

*Mirwan Karim, Yuniarti Fihartini*

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung

---

**Abstrak:** Tenaga penjual menjadi bagian penting dari perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan karena tenaga penjual merupakan ujung tombak perusahaan dalam proses memperkenalkan dan meyakinkan konsumen agar mengkonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan melalui kegiatan pemasarannya. Terdapat perubahan peran tenaga penjual pada empat era, dimulai dari era produksi (production), penjualan (sales), pemasaran (marketing) dan hubungan (partnership/relational), dimana dalam setiap era tersebut peranan tenaga penjual didasarkan atas pengetahuan, keahlian dan kemampuan yang berbeda dalam menciptakan keefektifan kerja dan kinerjanya. Pada era partnership/relational peranan tenaga penjual memfokuskan pada kegiatannya membangun dan memelihara hubungan jangka panjang kepada konsumen, rekan kerja, serta semua pihak disamping penjualan itu sendiri.

Penelitian ini menguji mengenai pengaruh faktor-faktor relasional, tugas, dan organisasi terhadap kinerja tenaga penjual dimana faktor relational diwakili oleh komitmen terhadap organisasi, kepercayaan terhadap rekan kerja, dan kerjasama antar rekan kerja. Faktor tugas diwakili oleh ketergantungan dalam tugas. Faktor organisasi diwakili oleh jumlah rekan kerja, sistem penghargaan dan norma-norma yang berlaku.

Hasil penelitian membuktikan bahwa komitmen terhadap organisasi, kepercayaan terhadap rekan kerja, kerjasama antar rekan kerja (faktor relasional), ketergantungan dalam tugas (faktor tugas), sistem penghargaan, norma-norma yang berlaku (faktor organisasi) dapat memberikan pengaruh signifikan terhadap kinerja tenaga penjual. Sementara jumlah rekan kerja tidak berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual.

**Kata Kunci:** Relasional, Organization, Task, Organizational Commitment, Trust in Coworkers, Salesperson Cooperation, Task Interdependency, Collectivist Organizational Norms, Reward Systems, Number of Coworker

---

## PENDAHULUAN

Tenaga penjual menjadi bagian penting dari perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan karena tenaga penjual merupakan ujung tombak perusahaan dalam proses memperkenalkan dan meyakinkan konsumen agar mengkonsumsi produk yang ditawarkan oleh perusahaan melalui kegiatan pemasarannya. Kinerja tenaga penjual juga akan menentukan besarnya volume penjualan perusahaan, disamping kualitas yang dimiliki oleh produk yang ditawarkan perusahaan itu sendiri. Seorang tenaga penjual tentunya harus memiliki pengetahuan, kelihaian dan kemampuan agar dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembeliannya. Tenaga penjual merupakan sarana penyambung perusahaan dengan konsumennya

dimana tenaga penjual bertindak sebagai pihak yang membangun dan membina hubungan antara perusahaan dengan konsumen melalui produk yang dipasarkannya, selain itu juga perusahaan dapat mengetahui dan menganalisa perkembangan pasar melalui informasi yang diberikan oleh tenaga penjual.

Pandangan tradisional menyatakan bahwa tenaga penjual adalah individu yang bekerja berdasarkan komisi yang didapat dari hasil penjualan suatu produk (Weitz & Bradford, 1989), namun dalam perkembangan bisnis saat ini terdapat perubahan terhadap pekerjaan penjualan, dimana aktivitas penjualan terfokus kepada menciptakan dan membangun kerjasama, serta memelihara hubungan jangka panjang (Gummesson, 1998). Pekerjaan penjualan merupakan suatu proses yang terintegrasi berdasarkan atas usaha dari tenaga



penjual dan partisipan lainnya yang terkoordinasi baik dalam lini produk ataupun antar lini produk, antar departemen, dan antar daerah. Dengan demikian tenaga penjual tidak saja berupa individu tetapi berupa kelompok yang saling bekerja sama membentuk sinergi dalam mensukseskan dan menyelesaikan tugas, guna mencapai prestasi yang menjadi tujuan bersama serta tujuan perusahaan yang telah ditetapkan (Wagner, 1995).

Terdapat perubahan peran tenaga penjual pada empat era, dimulai dari era produksi (production), penjualan (sales), pemasaran (marketing) dan hubungan (partnership/ relational), dimana dalam setiap era tersebut peranan tenaga penjual didasarkan atas pengetahuan, keahlian dan kemampuan yang berbeda dalam menciptakan keefektifan kerja (Weitz dan Bradford, 1999). Pada era partnership/ relational peranan tenaga penjual memfokuskan pada kegiatannya membangun dan memelihara hubungan jangka panjang kepada konsumen, rekan kerja, serta semua pihak (Macintosh et al. 1997). Menurut Carmel et al. (2009) Hubungan perusahaan dengan karyawannya merupakan kunci utama dalam pemasaran relasional. Sejumlah hubungan internal terdapat di dalam sebuah perusahaan, termasuk hubungan antar karyawan, karyawan dengan supervisornya, karyawan dengan departemen fungsionalnya, maupun hubungan karyawan dengan perusahaan. Namun yang paling adalah hubungan tersebut adalah karyawan dengan perusahaan itu sendiri.

Secara umum kinerja tenaga penjual diukur berdasarkan atas capaian target dan peningkatannya dalam kurun waktu tertentu (Churchill et al., 2000). Jika tenaga penjual bekerja dengan baik maka akan mencapai bahkan melebihi target yang telah ditetapkan, dan bila tenaga penjual tersebut tidak bekerja dengan giat maka target yang telah ditetapkan tidak akan tercapai. Pencapaian target mencerminkan prestasi armada jual tersebut dan akan menentukan besarnya kompensasi atau pendapatan yang pantas diterimanya.

Kinerja tenaga penjual dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu relasional, organisasi, tugas, dan personal (Yilmaz & Hunt, 2001). Relasional merupakan faktor yang menyebabkan tenaga penjual merasa bahwa hubungannya dengan rekan kerja (co-worker) begitu bernilai dalam rangka membangun keuntungan bersama dan berorientasi hubungan jangka panjang.

Faktor relasional yang menjadi fokus dalam penelitian ini merupakan hubungan relasi yang didasarkan atas kerjasama dan kepercayaan tenaga penjual terhadap rekan kerja (trust in co-worker),

kerjasama antar rekan kerja (salesperson cooperation), serta komitmen tenaga penjual sendiri terhadap organisasi tempat ia bekerja (organizational commitment). Ketiga hal ini sangat besar peranannya bagi tenaga penjual dalam membangun hubungan kerjasama guna meningkatkan kinerjanya (Achrol 1991, Morgan & Hunt, 1994). Menurut Carmeli (2009) Kualitas hubungan yang baik dalam suatu organisasi erat kaitannya dengan menciptakan landasan relasional untuk meningkatkan kemampuan karyawan yang penting sehingga menghasilkan suatu perubahan positif dan meningkatkan kinerja.

Faktor organisasi seperti kultur internal yang berlaku dalam organisasi mencerminkan bagaimana anggota organisasi tersebut berinteraksi (Chatman & Barsade, 1995), disamping sistem penghargaan (reward system) yang mempengaruhi perilaku anggota organisasi dalam bekerja (Pritchard et al, 1988). Faktor organisasi meliputi norma-norma bersama dalam organisasi (collectivist organizational norm) (Mintzberg 1979, Shapiro 1977), sistem penghargaan (reward system) (Anderson & Oliver 1987, Petersen 1992) dan jumlah rekan kerja (number of coworkers,).

Faktor tugas didefinisikan sebagai sejauh mana tenaga penjual saling ketergantungan dalam tugas, dalam kaitannya untuk mendapatkan informasi dan bantuan untuk menyelesaikan tugas mereka dan meningkatkan kinerjanya (Thompson 1967). Kemudian faktor personal, terdapat dua hal yang sangat berperan dalam mempengaruhi kinerja tenaga penjual yakni keaktifan untuk bekerjasama (personal cooperativeness) (Baron 1983) dan karakteristik demografi (demographic characteristics) (Argyle 1991, Lu & Argyle 1999, Wagner 1995) seperti usia, pendidikan.

Jika mengacu kepada Yilmaz & Hunt (2001), dapat disimpulkan bahwa kinerja akan tercapai jika terdapat komitmen tenaga penjual tenaga penjual terhadap organisasi, adanya kerja sama dan hubungan baik yang terbina antar sesama tenaga penjual, serta adanya dukungan organisasi melalui sistem reward yang diterapkan. Berdasarkan uraian tersebut di atas maka peneliti ingin meneliti pengaruh faktor-faktor relasional, tugas, dan organisasi terhadap kinerja tenaga penjual.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Peranan Tenaga Penjual dalam Proses Pemasaran

Besarnya volume penjualan dari sebuah perusahaan

ditentukan oleh kinerja tenaga penjual yang dimiliki oleh perusahaan tersebut disamping kelebihan-kelebihan dari produk atau jasa yang ditawarkan dan fasilitas-fasilitas pendukung lainnya.

Tenaga penjual bekerja berdasarkan atas target yang telah ditetapkan perusahaan tempatnya bekerja. Jika armada jual bekerja dengan baik maka akan mencapai bahkan melebihi target yang ditetapkan, dan bila tenaga penjual tersebut tidak bekerja dengan giat maka target yang telah ditetapkan tidak akan tercapai.

Perusahaan memberikan kompensasi kepada tenaga penjualnya berdasarkan atas tiga metode, yaitu berdasarkan gaji (salary), berdasarkan komisi, dan berdasarkan atas gabungan dari keduanya (Churchill et al., 2000). Jika perusahaan memberikan kompensasi kepada tenaga penjualnya dengan menggunakan gaji tetap (salary metode) maka hal ini akan membuat armada jual tidak aktif dalam melakukan kegiatan penjualan dan membuat perusahaan sedikit mendapatkan pelanggan, disamping itu juga metode ini akan menyebabkan rendahnya pergantian (turnover) tenaga penjual. Sebaliknya jika perusahaan menggunakan metode komisi kepada tenaga penjualnya, maka hal ini akan mendorong keaktifan dan kreativitas armada jual dalam mencari pelanggan, efek negatifnya dari metode ini adalah tenaga penjual pada akhirnya akan lebih mementingkan penjualan dibandingkan membangun hubungan dengan pelanggan. Jika perusahaan mengkombinasikan kekurangan-kekurangan yang terdapat pada masing-masing metode tersebut.

Churchill et al., (2000) juga menerangkan bahwa kinerja armada jual dilihat melalui beberapa kriteria berikut ini:

1. Total penjualan dan total peningkatan penjualan dalam setahunnya
2. Kesesuaian terhadap kuota yang telah ditentukan, apakah hasil penjualannya mencapai target atau justru sebaliknya.
3. Biaya yang dikeluarkan dalam melakukan aktifitas penjualan dan penurunan penjualan dibandingkan tahun sebelumnya.
4. Profitabilitas dari penjualan dan peningkatannya dibandingkan tahun-tahun sebelumnya.
5. Perolehan pelanggan baru.
6. Kemajuan dalam administrasi.
7. Kemajuan dalam pelayanan yang diberikan kepada konsumen fasilitas pendukung lainnya.

## Faktor Relasional

Hubungan relasional dalam pemasaran relasional merupakan aktivitas pemasaran yang berorientasi membangun dan memelihara hubungan jangka panjang antara perusahaan sebagai penjual dengan pelanggannya yang berdasarkan atas komitmen dan kepercayaan (Morgan & Hunt, 1994). Pemasaran relasional sebagai usaha untuk menarik dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan yang harus dilakukan oleh perusahaan sebagai produsen barang atau jasa (Berry, 1995). Dalam hal ini menarik pelanggan baru adalah langkah berikutnya yang dilakukan perusahaan setelah mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan yang sudah ada.

Gronroos (1990) dalam Bitner (1995) pada promise concept-nya menekankan, terdapat tiga hal yang harus dipenuhi dalam pemasaran industri jasa untuk membangun service relationship, pertama adalah eksternal marketing, penyedia jasa memberikan janji kepada konsumen untuk memunculkan harapan konsumenterhadap jasa yang akan diterimanya. Kedua adalah internal marketing, suatu proses pemenuhan janji dari perusahaan kepada para pegawai sehingga merekamempunyai keahlian, kemampuan dan motivasi untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Ketiga interactive marketing, yakni penepatan janji pada pelanggan yang pemenuhannya melalui moments of truth antara konsumen sebagai penerima jasa dan sales counter sebagai pemberi jasa dari pihak perusahaan

## Faktor Organisasi

Organisasi adalah kesatuan (entity) sosial yang dikoordinasikan secara sadar dengan sebuah batasan yang relatif dapat diidentifikasi, dan bekerja atas dasar tertentu secara terus menerus untuk mencapai suatu tujuan bersama (Robbins, 1994).

Sementara itu Cooper (2002), mendefinisikan organisasi sebagai suatu organisasi relasional, dimana sekelompok orang yang memiliki hubungan yang saling menguntungkan, tersebar, independen, terstruktur dan berhubungan berdasarkan interaksinya dalam suatu core organisasi.

Organisasi yang digambarkan Cooper merupakan suatu bentuk organisasi yang timbul atas hubungan jejaring (network) dari anggotanya sehingga setiap individu yang terlibat dalam organisasi tersebut dapat memiliki satu peranan atau lebih, dimana suatu hubungan dapat tercipta terhadap semua pihak yang juga terlibat dalam organisasi.

Dalam suatu organisasi terdapat budaya organisasi yang terbentuk dari tradisi dan kebiasaan, umumnya berasal dari visi para pendirinya tentang bagaimana seharusnya organisasi tersebut dijalankan. Budaya-budaya tersebut diteruskan kepada para karyawannya dengan berbagai ragam, diantaranya melalui cerita, ritual, lambang-lambang yang bersifat kebendaan dan bahasa. Biasanya berupa dongeng tentang pendiri organisasi, pelanggaran aturan, pengurangan angkatan kerja, penempatan karyawan, reaksi terhadap kesalahan masa lalu, dan cara-cara mengatasi masalah dalam organisasi. Cerita-cerita ini menautkan masa kini pada masa lampau dan memberikan pengesahan-pengesahan terhadap praktek-praktek saat ini.

Budaya organisasi berkaitan dengan bagaimana karyawan mempersepsikan karakteristik dari suatu organisasi, dimana persepsi ini akan berpengaruh terhadap perilaku karyawan tersebut karena tingginya tingkat kebersamaan dalam organisasi. Budaya yang kuat secara tidak langsung akan bertindak sebagai suatu pengganti untuk formalisasi. Dengan demikian maka budaya merupakan nilai-nilai inti yang dianut secara bersama-sama oleh mayoritas anggota organisasi yang cenderung mencerminkan masalah, situasi, atau pengalaman bersama yang dihadapi anggota organisasi tersebut.

### Faktor Tugas

Task interdependency merupakan sejauh mana tenaga penjualan saling bergantung satu sama lain dalam melaksanakan tugasnya terutama untuk mendapatkan informasi dan saling membantu untuk menyelesaikan tugas mereka dan meningkatkan kinerjanya (Thompson 1967), akan memiliki efek langsung dan positif terhadap kerja sama penjual dan berdampak pada kinerja tenaga penjual.

Saling ketergantungan tugas (Task interdependency) merupakan faktor penting dalam mengukur kerjasama antar sesama tenaga penjual. Saat tenaga penjual percaya bahwa kesuksesan pribadinya tergantung pada dukungan rekan kerjanya maka mereka memiliki kecenderungan yang lebih besar untuk bekerja sama (Yilmaz & Hunt, 2001). Saling ketergantungan tugas (Task interdependency) akan menghasilkan lebih banyak kerja sama, tetapi kinerja tenaga penjual juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya seperti organisasi, relasional, dan personal tenaga penjual itu sendiri.

### HIPOTESIS PENELITIAN

Faktor relasional akan menyebabkan tenaga penjual merasa bahwa hubungan jangka panjang yang telah terbina selama ini begitu bernilai dan sangat menguntungkan, baik hubungan terhadap organisasi (pemasaran internal) ataupun hubungan terhadap konsumen (pemasaran interaktif). Morgan & Hunt (1994) menuliskan bahwa hal ini akan menciptakan: (1) suatu komitmen yang tinggi terhadap perusahaan tempatnya bekerja (organizational commitment) sebagai efek dari rasa puasannya dalam bekerja. (2) Kepercayaan terhadap rekan kerja (trust in coworkers), sebagai efek dari komunikasi yang telah terbina di masa sebelumnya. Komitmen terhadap perusahaan, kepercayaan terhadap rekan kerja, dan nilai-nilai kebersamaan yang tercipta memotivasi tenaga penjual untuk giat dalam bekerja.

Faktor tugas merupakan rasa ketergantungan tenaga penjual terhadap rekan kerjanya dalam rangka menyelesaikan pekerjaannya, dimana dalam hal ini tenaga penjual merasa bahwa kinerja yang tinggi akan tercipta ketika mereka dapat bekerja sama saling mendukung dan membantu satu sama lainnya.

Faktor organisasi sangat berpengaruh terhadap kinerja armada jual, dimana faktor organisasi ini meliputi norma-norma bersama yang berlaku dalam organisasi, sistem penghargaan, dan jumlah rekan kerja. Ketiga hal tersebut mencerminkan dari budaya organisasi yang tercipta, serta prosedur yang berlaku dalam organisasi yang akan berpengaruh terhadap perilaku individu atau group dalam organisasi tersebut dalam menyelesaikan pekerjaannya, dan tentunya akan berpengaruh pula terhadap keefektifitasan kinerja individu dalam organisasi tersebut.

1. Faktor relasional:
  - a. Komitmen terhadap organisasi (*organizational commitment*)  
Sebagai suatu kekuatan bagi tenaga penjual untuk terlibat dalam organisasi. Tingginya komitmen terhadap organisasi akan menimbulkan respon yang positif terhadap kerjasamanya dengan rekan sekerja dan pihak-pihak lainnya yang terkait dalam organisasi, hal ini akan meningkatkan kinerjanya.
  - b. Kepercayaan terhadap rekan kerja (*Trust in coworkers*)  
Kepercayaan tenaga penjual terhadap rekan kerjanya timbul berdasarkan atas persepsinya terhadap kualitas dari

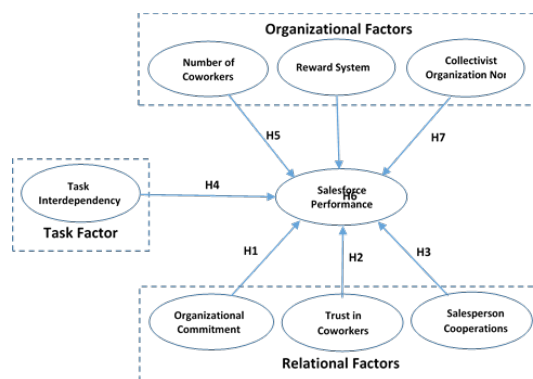
kepercayaan tersebut seperti integritas, reliabilitas, dan kompetensi. Dengan adanya kepercayaan terhadap coworker ini akan mengurangi perasaan ketidakpastian (uncertainty), memudahkan dalam pengambilan resiko (risk-taking), membantu dalam bekerjasama dan meningkatkan kinerja.

2. Faktor Tugas (*Task interdependency*)  
Merupakan sejauh mana tenaga penjualan saling bergantung satu sama lain dalam melaksanakan tugasnya terutama untuk mendapatkan informasi dan saling membantu untuk menyelesaikan tugas mereka dan meningkatkan kinerjanya, akan memiliki efek langsung dan positif terhadap kerja sama penjual dan berdampak pada kinerja tenaga penjual.
3. Faktor organisasi:
  - a. Norma-norma yang tercipta dalam organisasi (*collectivist organizational (culture) norms*): kultur internal organisasi sangat mempengaruhi bagaimana armada jual berinteraksi satu sama lainnya, kultur dan norma-norma yang tercipta dalam organisasi ini memperkuat tenaga penjual untuk mementingkan tujuan bersama, saling berbagi, saling bekerjasama dengan penuh kerukunan guna meningkatkan kinerjanya.
  - b. Sistem penghargaan yang berlaku dalam organisasi (*reward systems*): penghargaan terbagi atas penghargaan secara finansial dan penghargaan secara non finansial. Penghargaan secara finansial terdiri dari kompensasi, bonus pembagian keuntungan. Penghargaan secara non finansial terdiri dari kesempatan dalam karir, promosi, serta jaminan dalam jabatan. Kedua penghargaan ini akan berpengaruh terhadap perilaku tenaga penjual dalam melaksanakan pekerjaannya, oleh karenanya penghargaan juga dapat memotivasi tenaga penjual untuk bekerja dengan giat.
  - c. Jumlah rekan kerja (*number of coworkers*): besarnya lingkungan kerja akan berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual. Karena dengan lingkungan kerja yang kecil maka kontribusi pekerjaan dapat mudah ternilai, lebih terlihat, dan dapat lebih teridentifikasi, dan tentunya hal ini akan berpengaruh terhadap kinerjanya dalam bekerja.

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis dalam

penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1 Komitmen terhadap organisasi berpengaruh terhadap kinerja armada jual di Bandar Lampung
- H2 Kepercayaan terhadap rekan kerja berpengaruh terhadap kinerja armada jual di Bandar Lampung
- H3 Kerjasama antar tenaga penjual berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual di Bandar Lampung
- H4 Ketergantungan dalam pelaksanaan tugas berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual di Bandar Lampung
- H5 Norma-norma yang tercipta dalam organisasi berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual di Bandar Lampung
- H6 Sistem penghargaan yang berlaku dalam organisasi berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual di Bandar Lampung
- H7 Jumlah rekan kerja berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual di Bandar Lampung



Gambar 1. Model Penelitian

### Metode Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif dan verifikatif untuk memperoleh gambaran lebih mendalam mengenai pengaruh faktor-faktor relasional, tugas, dan organisasi terhadap kinerja tenaga penjual di Bandar Lampung. Faktor relasional diwakili oleh variabel Komitmen terhadap Organisasi, Kepercayaan terhadap rekan kerja, dan Kerjasama antar Rekan kerja. Faktor tugas diwakili oleh variabel Ketergantungan dalam tugas, sementara faktor organisasi diwakili oleh variabel Jumlah Rekan Kerja, Sistem Penghargaan, dan Norma-norma yang berlaku.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yang diperoleh secara langsung dari

responden melalui penyebaran kuesioner berisi pernyataan tertutup dengan 5 alternatif pilihan jawaban yang telah disediakan oleh peneliti pada semua variabel menggunakan skala Likert mulai dari sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), netral (3), setuju (4), dan sangat setuju (5).

Populasi pada penelitian ini adalah para tenaga penjual pada perusahaan otomotif yang memasarkan kendaraan roda empat di Bandar Lampung. Ukuran sampel sebanyak 270 responden yang diambil menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *accidental sampling*.

Analisis data dilakukan dengan regresi linear berganda menggunakan SPSS 20, dimana sebelumnya

dilakukan uji validitas menggunakan faktor analisis dengan melihat factor loading pada component correlation matrix minimal 0,5, serta dilakukan uji reliabilitas dengan melihat nilai batas derajat reliabilitas pada Cronbach's Alpha minimal 0,6.

Variabel dependen pada penelitian ini adalah kinerja tenaga penjual (Y), sedangkan variabel independen yang digunakan adalah komitmen terhadap Organisasi (X1), Kepercayaan terhadap rekan kerja (X2), dan Kerjasama antar Rekan kerja (X3), Ketergantungan dalam tugas (X4), Jumlah Rekan Kerja (X5), Sistem Penghargaan (X6), dan Norma-norma yang berlaku (X7).

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas**

Variabel	Item Pernyataan	KMO	Anti-image	Loading Factor	Croanbach's Alpha
Komitmen terhadap Organisasi (X1)	Akan melakukan yang terbaik demi kesuksesan perusahaan	0,796	0,780	0,752	0,792
	Merasa nilai yang didapatkan dari perusahaan seimbang dengan apa yang telah diberikan kepada perusahaan		0,795	0,799	
	Senang mengatakan kepada orang lain bahwa saya merupakan bagian dari perusahaan		0,787	0,780	
	Perusahaan sangat memotivasi untuk melaksanakan pekerjaan dengan baik		0,775	0,652	
	Sangat peduli terhadap kelangsungan perusahaan		0,848	0,705	
Kepercayaan terhadap rekan kerja (X2)	Menganggap rekan kerja sebagai seorang yang Jujur	0,740	0,771	0,745	0,788
	Menganggap rekan kerja sebagai seorang yang dapat dipercaya sepenuhnya		0,723	0,747	
	Menganggap rekan kerja sebagai seorang yang selalu setia		0,832	0,757	
	Menganggap rekan kerja sebagai seorang yang objektif		0,674	0,682	
	Menganggap rekan kerja sebagai seorang yang memiliki integritas yang baik		0,713	0,749	
Kerjasama antar Rekan kerja (X3)	Bekerjasama dengan rekan kerja dalam mendukung aktivitas penjualan	0,690	0,695	0,810	0,743
	Bekerja sama dengan rekan kerja dalam memelihara hubungan dengan pelanggan		0,686	0,817	
	Saling berbagi informasi mengenai pelanggan dengan rekan kerja		0,690	0,814	
Tugas (X4)	Tidak bisa melakukan pekerjaan dengan baik tanpa adanya dukungan informasi dan bantuan dari rekan kerja.	0,647	0,664	0,781	0,717
	Pekerjaan menuntut untuk saling mendukung antar sesama tenaga penjual		0,607	0,855	
	Pekerjaan menuntut untuk saling bekerja sama antar sesama tenaga penjual		0,689	0,760	
Jumlah Rekan Kerja (X5)	Lebih suka bekerja dengan rekan kerja yang banyak	0,768	0,804	0,750	0,777
	Lebih suka bekerja dengan sedikit rekan kerja		0,792	0,757	
	Banyaknya rekan kerja akan berdampak pada hasil kerja		0,732	0,826	
	Banyaknya rekan kerja akan berdampak pada kinerja		0,763	0,766	
Sistem Penghargaan (X6)	Sistem kompensasi di perusahaan memotivasi untuk bekerja dengan giat	0,712	0,689	0,739	0,681
	Sistem promosi jabatan yang ada di perusahaan memotivasi untuk bekerja dengan giat		0,671	0,793	
	Penerapan sistem kompensasi di perusahaan dapat meningkatkan kinerja		0,738	0,691	
	Penerapan promosi jabatan di perusahaan dapat meningkatkan kinerja		0,783	0,649	



**Tabel 1 Nilai Validitas Indikator Penelitian (lanjutan)**

Variabel	Item Pernyataan	KMO	Anti-image	Loading Factor	Croanbach's Alpa
Norma-norma yang berlaku (X7)	Semua tenaga penjual seharusnya dapat berkorban demi kelompok yang lebih besar.	0,793	0,823	,755	0,797
	Sctiap tenaga penjual menyadari bahwa tidak mungkin mencapai apa yang diinginkan dengan melakukannya seorana diri		0,783	,808	
	Semua tenaga penjual seharusnya berkeingin-an untuk berkorban demi rekan kerjanya.		0,767	,823	
	Seluruh tenaga penjual seharusnya melakukan yang terbaik, untuk bekerja sarna dengan yang lain dari pada mengerjakan secara individu.		0,808	,772	
Kinerja Tenaga Penjual (Y)	Dalam setahun jumlah total penjualan mengalami peningkatan	0,798	0,889	0,657	0,779
	Hasil penjualan mencapai target, sesuai dengan kuota yang ditetapkan perusahaan		0,762	0,663	
	Terdapat kesesuaian antara biaya yang dikeluarkan untuk aktivitas penjualan dengan jumlah penjualan yang dihasilkan		0,808	0,695	
	Saat ini mendapatkan kompensasi tinggi		0,827	0,719	
	Kompensasi tahun ini lebih tinggi dibandingkan tahun-tahun sebelumnya		0,870	0,635	
	Tahun ini mendapatkan pelanggan baru		0,731	0,617	
	Memiliki kemajuan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan		0,730	0,605	

Indikator pada masing-masing variabel factor relasional, organisasi, dan tugas, yang terdiri dari faktor Komitmen terhadap Organisasi (X1), Kepercayaan terhadap rekan kerja (X2), Kerjasama antar Rekan kerja (X3), Tugas (X4), Jumlah Rekan Kerja (X5), Sistem Penghargaan (X6), Norma-norma yang berlaku (X7), dan Kinerja Tenaga Penjual (Y) memiliki nilai KMO Measure of Sampling Adequacy (MSA) Test diatas 0,5, memiliki nilai Anti Image Correlation Matric diatas 0,5, dan memiliki nilai muatan faktor pada Component Matrix diatas 0,5, artinya indikator-indikator tersebut valid dan dianggap cukup baik untuk mengukur masing-masing dimensi variabel secara tepat. Disamping itu nilai Croanbach's Alpa pada masing-masing dimensi variable risiko

dan variabel perilaku pembelian online memiliki nilai lebih besar dari 0.6 sehingga dapat dinyatakan bahwa instrumen dalam penelitian ini reliabel dapat dipercaya untuk digunakan sebagai pengumpul data karena memiliki konsistensi yang tinggi dalam mengukur variabel penelitian.

## HASIL PENELITIAN

Data demografi responden yang diukur pada penelitian ini adalah jenis kelamin, usia, pekerjaan, pengeluaran per bulan, intensitas melakukan belanja online dalam 12 bulan terakhir, dan produk yang sering dibeli secara online.

**Tabel 2. Karakteristik Responden**

No.	Keterangan	Responden (%)	
1.	Jenis Kelamin	Laki-laki	54,8
		Perempuan	45,2
2.	Usia	17 – 25	4
		26 -35	37,7
		36 - 45	49,6
		> 45	8,5

3.	Pendidikan	SMA/SMK	24,8
		Diploma	16,3
		Sarjana	58,8
		Pascasarjana	-
5.	Lama bekerja sebagai tenaga penjual di perusahaan saat ini	< 1 tahun	21,1
		1 – 2 tahun	27,8
		2 – 3 tahun	30,7
		3 – 4 tahun	17
		4 – 5 tahun	2,2
		> 5 tahun	1,1

Berdasarkan tabel 2 terlihat bahwa karakteristik responden penelitian ini didominasi oleh tenaga penjual laki-laki berusia 36-45 tahun dengan pendidikan terakhir Sarjana, dan telah bekerja sebagai

tenaga penjual pada perusahaan tempatnya bekerja saat ini selama 2-3 tahun.

Tabel 4.15. Hasil Uji F

Variabel	Dimensi Variabel	F-Hitung	Signifikansi
Faktor Relational	Komitmen terhadap Organisasi (X1)	48,560	0,000
	Kepercayaan terhadap rekan kerja (X2)		
	Kerjasama antar Rekan kerja (X3)		
Faktor Tugas	Ketertanggung dalam Tugas (X4)	5,584	0,019
Faktor Organisasi	Jumlah Rekan Kerja (X5)	29,488	0,000
	Sistem Penghargaan (X6)		
	Norma-norma yang berlaku (X7)		

Berdasarkan hasil uji-F pada penelitian ini didapatkan nilai F hitung untuk Faktor Relational sebesar 48,560 dengan nilai angka signifikansi (P Value) sebesar 0,000. Nilai F hitung untuk Faktor Tugas sebesar 5,584 dengan nilai angka signifikansi (P Value) sebesar 0,019. Nilai F hitung untuk Faktor Organisasi sebesar 29,488 dengan nilai angka signifikansi (P Value) sebesar 0,000. Atas dasar angka signifikansi (P Value) sebesar 0,000 < 0,05 maka H0 ditolak atau berarti faktor relasional yang terdiri dari

faktor Komitmen terhadap Organisasi (X1), Kepercayaan terhadap rekan kerja (X2), Kerjasama antar Rekan kerja (X3), faktor tugas yakni ketertanggung dalam tugas (X4), dan faktor Organisasi, yang terdiri dari Jumlah Rekan Kerja (X5), Sistem Penghargaan (X6), Norma-norma yang berlaku (X7), mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap terhadap Kinerja Tenaga Penjual (Y).

Tabel 3. Analisis Determinasi (R2)

Variabel	Dimensi Variabel	R2
Faktor Relational	Komitmen terhadap Organisasi (X1)	0,354
	Kepercayaan terhadap rekan kerja (X2)	
	Kerjasama antar Rekan kerja (X3)	
Faktor Tugas	Ketertanggung dalam Tugas (X4)	0,020
Faktor Organisasi	Jumlah Rekan Kerja (X5)	0,250
	Sistem Penghargaan (X6)	
	Norma-norma yang berlaku (X7)	

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah untuk masing-masing Faktor Relasional, Faktor Tugas, Faktor Organisasi sebesar 0,354 : 0,020 : 0,250, hal ini dapat diartikan bahwa Faktor Relasional dapat menjelaskan kinerja tenaga penjual (Y) sebesar 35,42%, sementara

Faktor Tugas dapat menjelaskan kinerja tenaga penjual (Y) sebesar 2%, selanjutnya Faktor Organisasi dapat menjelaskan kinerja tenaga penjual (Y) sebesar 25%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Tabel 4. Regresi Linier Berganda**

Variabel	Dimensi Variabel	Standardize Coefisients
Faktor Relasional	Komitmen terhadap Organisasi (X1)	0,211
	Kepercayaan terhadap rekan kerja (X2)	0,253
	Kerjasama antar Rekan kerja (X3)	0,249
Faktor Tugas	Ketertanggung dalam Tugas (X4)	0,143
Faktor Organisasi	Jumlah Rekan Kerja (X5)	0,095
	Sistem Penghargaan (X6)	0,408
	Norma-norma yang berlaku (X7)	0,239

Berdasarkan hasil uji regresi berganda pada Tabel 4 bahwa koefisien regresi faktor relasional (X1, X2, X3), faktor tugas (X4), dan faktor organisasi (X5, X6, X7) bernilai positif, artinya bahwa Komitmen terhadap Organisasi, Kepercayaan terhadap rekan

kerja, Kerjasama antar Rekan kerja, Ketertanggung dalam Tugas, Jumlah Rekan Kerja, Sistem Penghargaan, Norma-norma yang berlaku berpengaruh positif terhadap kinerja tenaga penjual.

**Tabel 5. Pengujian Hipotesis**

Hipotesis		Nilai t Hitung	Nilai t Tabel	Signifikansi	Hipotesis Terima / Tolak
H1:	Komitmen terhadap Organisasi berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual	3,216	1.985	0,001	Terima
H2:	Kepercayaan pada Rekan Kerja berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual	4,179	1.985	0,000	Terima
H3:	Kerjasama Antar Rekan Kerja berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual	2,891	1.985	0,000	Terima
H4:	Tugas berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual	2,363	1.985	0,019	Terima
H5:	Jumlah Rekan Kerja berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual	1,714	1.985	0,088	Tolak
H6:	Sistem Penghargaan berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual	7,075	1.985	0,000	Terima
H7:	berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual	2,520	1.985	0,012	Terima

Berdasarkan Tabel 5 dapat disimpulkan bahwa dari tujuh hipotesis dalam penelitian ini hanya enam hipotesis yang didukung oleh hasil penelitian ini yakni H1, H2, H3, H4, H6 dan H7 dengan nilai masing-

masing  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel dan nilai signifikansi masing-masing hipotesis di bawah 0.05. sementara hipotesis lainnya H5 tidak didukung oleh penelitian ini.

## Analisis Hasil Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor relasional, tugas, dan organisasi terhadap kinerja tenaga penjual di Bandar Lampung. Faktor relasional diwakili oleh variabel Komitmen terhadap Organisasi (X1), Kepercayaan terhadap rekan kerja (X2), dan Kerjasama antar Rekan kerja (X3). Faktor tugas diwakili oleh variabel Ketergantungan dalam tugas (X4), sementara faktor organisasi diwakili oleh variabel Jumlah Rekan Kerja (X5), Sistem Penghargaan (X6), dan Norma-norma yang berlaku (X7).

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa H1, H2, H3, H4, H6, dan H7 dapat diterima, sementara H5 tidak terbukti memberikan pengaruh dalam penelitian ini. Sehingga Komitmen terhadap Organisasi, Kepercayaan terhadap rekan kerja, Kerjasama antar Rekan kerja (faktor relasional), variabel Ketergantungan dalam Tugas (faktor tugas), Sistem Penghargaan, Norma-norma yang berlaku (faktor organisasi) dapat memberikan pengaruh signifikan terhadap kinerja tenaga penjual.

Komitmen terhadap perusahaan merupakan salah satu variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja tenaga penjual, untuk itu diharapkan perusahaan-perusahaan pada industri otomotif yang memasarkan kendaraan roda empat dapat merekrut (memperkerjakan) orang-orang yang memiliki komitmen yang tinggi terhadap perusahaan dan memiliki integritas yang baik sebagai tenaga penjualnya. Jika terdapat komitmen yang tinggi dan integritas yang baik maka diharapkan tenaga penjual tersebut akan merasa betapa berarti dan bernilainya sebuah hubungan baik yang terbina antara tenaga penjual dengan perusahaan tempatnya bekerja, dalam rangka membangun keuntungan bersama dan berorientasi jangka panjang dalam suatu hubungan pekerjaan (Yilmaz dan Hunt, 2001).

Komitmen tersebut merupakan suatu kekuatan yang mendorong tenaga penjual untuk terus terlibat dalam perusahaan dan mencapai suatu kinerja yang tinggi, dimana komitmen yang tercipta disebabkan oleh tingginya kepercayaan tenaga penjual tersebut pada perusahaan tempatnya bekerja, selanjutnya komitmen yang tinggi akan menimbulkan kesetiaan (loyalitas) tenaga penjual terhadap perusahaan. Dengan demikian maka tenaga penjual tersebut akan selalu peduli terhadap kelangsungan perusahaan, dan akan melakukan yang terbaik bagi perusahaan tempatnya bekerja melalui kinerjanya.

Selanjutnya variabel yang berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual adalah kerjasama antar rekan kerja. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tenaga penjual pada perusahaan otomotif yang memasarkan kendaraan roda empat di Bandar Lampung secara umum merasa perlu bekerja sama dengan rekan kerjanya dalam rangka saling berbagi pengalaman dan saling mengisi informasi. Untuk itu perusahaan sebaiknya lebih memfokuskan perhatiannya pada program pelatihan dan pendidikan guna mengembangkan kerjasama pada individu tenaga penjual yang diharapkan nantinya akan terbina dan mempererat kerjasama yang baik antar sesama tenaga penjual dengan tim kerja yang kuat. Individu yang memiliki sifat kooperatif akan lebih bersahabat, tidak individualistis, dan cenderung lebih suka bekerja secara tim dalam menyelesaikan pekerjaannya yang pada akhirnya akan berdampak pada kinerjanya. Seperti yang dikatakan oleh Yilmaz dan Hunt (2001) bahwa timbulnya kinerja tenaga penjual yang tinggi jika terdapat hubungan kerjasama yang baik antara individu tenaga penjual tersebut dengan rekan-rekan sekerjanya. Hal tersebut didukung juga dengan berpengaruhnya variabel ketergantungan dalam tugas terhadap kinerja tenaga penjual, dimana tenaga penjual menyadari bahwa tidak bisa melakukan pekerjaan dengan baik tanpa adanya dukungan informasi dan bantuan dari rekan kerja, selain itu pekerjaan juga menuntut tenaga penjual untuk saling bekerja sama dan mendukung antar sesama tenaga penjual.

Hubungan kerjasama yang terjalin antar tenaga penjual didasarkan adanya kepercayaan terhadap rekan kerjanya, dimana para tenaga penjual memiliki penilaian dan persepsi yang baik terhadap rekan kerjanya, yang timbul berdasarkan atas persepsinya terhadap integritas, reliabilitas, dan kompetensi yang dimiliki oleh rekan kerjanya. Kepercayaan terhadap rekan kerja ini akan mengurangi perasaan ketidakpastian (uncertainty) pada individu tenaga penjual terhadap pekerjaan dan lingkungannya, memudahkan tenaga penjual dalam pengambilan resiko (risk-taking), serta membantu dalam menciptakan kerjasama dan meningkatkan kinerja (Yilmaz dan Hunt, 2001).

Kenyataan di lapangannya tenaga penjual tersebut umumnya lebih menyukai bekerja secara individu dibandingkan bekerja secara tim. Tenaga penjual berpandangan bahwa banyaknya jumlah rekan kerja tidak berpengaruh terhadap hasil penjualan dalam rangka pencapaian target kinerjanya. Pada praktiknya ketika tenaga penjual melakukan kegiatan

prospecting dalam memasarkan produk kendaraan kepada konsumen cenderung dilakukan secara individu.

Selain itu perusahaan juga perlu memfokuskan pada sistem penghargaan (reward system) yang berlaku di perusahaan. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa sistem penghargaan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja tenaga penjual, untuk itu perusahaan perlu memperhatikan sistem penghargaan tersebut sehingga sistem penghargaan yang diterapkan oleh perusahaan baik yang bersifat finansial (gaji, bonus, dan komisi) ataupun non finansial (kesempatan dalam karir, promosi jabatan, dan jaminan jabatan) dapat benar-benar memotivasi tenaga penjual untuk bekerja secara giat dalam rangka menghasilkan kinerja yang tinggi (Churchill et al. 2000). Menurut Yilmaz dan Hunt (2001) apabila suatu perusahaan menjalankan sistem penghargaan secara tepat maka sistem penghargaan tersebut akan berdampak pada perilaku tenaga penjual dalam melaksanakan pekerjaan, oleh karenanya sistem penghargaan ini dapat menciptakan suatu kinerja yang tinggi pada individu tenaga penjual.

Norma-norma yang berlaku dalam perusahaan juga perlu mendapatkan perhatian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa norma-norma organisasi memiliki pengaruh terhadap kinerja tenaga penjual. Norma-norma organisasi ini lebih kepada kultur internal organisasi yang sangat mempengaruhi interaksi individu-individu yang ada di dalamnya. Kultur yang tercipta dalam organisasi ini memperkuat tenaga penjual untuk mementingkan tujuan bersama, saling berbagi, saling bekerjasama dengan penuh kerukunan guna meningkatkan kinerjanya (Yilmaz dan Hunt, 2001). Dalam hal ini norma-norma organisasi yang tercipta di lingkungan perusahaan otomotif yang memasarkan kendaraan roda empat dapat memotivasi para tenaga penjual untuk saling bekerjasama guna meningkatkan kinerjanya. Secara umum tenaga penjual menyadari bahwa kepentingan bersama lebih penting dibandingkan kepentingan individu, menyadari bahwa untuk mencapai kinerja yang tinggi tidak dapat diraih jika dilakukan secara individu, maka untuk itu tenaga penjual menyadari bahwa seharusnya setiap individu di perusahaan dapat berkorban demi kelompok yang lebih besar dan lebih mementingkan kepentingan bersama melebihi kepentingan individu.

## KESIMPULAN

### Kesimpulan

1. Berdasarkan atas hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dari tujuh hipotesis hanya enam hipotesis yang didukung oleh hasil penelitian ini yakni H1, H2, H3, H4, H6 dan H7 dengan nilai masing-masing  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel dan nilai signifikansi masing-masing hipotesis di bawah 0.05. sementara hipotesis lainnya H5 tidak didukung dalam penelitian ini. Sehingga Komitmen terhadap Organisasi, Kepercayaan terhadap rekan kerja, Kerjasama antar Rekan kerja (faktor relasional), variabel Ketergantungan dalam Tugas (faktor tugas), Sistem Penghargaan, Norma-norma yang berlaku (faktor organisasi) dapat memberikan pengaruh signifikan terhadap kinerja tenaga penjual. Sementara jumlah rekan kerja tidak berpengaruh terhadap kinerja tenaga penjual.
2. Berdasarkan koefisien regresi terlihat bahwa sistem penghargaan yang diterapkan perusahaan lebih berperan dalam meningkatkan kinerja tenaga penjual. Sementara variabel ketergantungan dalam pelaksanaan tugas memiliki nilai koefisien yang paling kecil dalam penelitian ini, artinya bahwa ketergantungan dalam pelaksanaan tugas memiliki peranan yang kecil dalam meningkatkan kinerja tenaga penjual.

### Saran

1. Sistem penghargaan sangat berpengaruh dalam meningkatkan kinerja tenaga penjual, maka diharapkan perusahaan dapat lebih memperhatikan kombinasi sistem kompensasi yang diterapkan pada perusahaan baik berupa kompensasi bersifat finansial maupun non finansial agar dapat terus memotivasi tenaga penjual untuk berkinerja tinggi dan meminimalisir terjadinya *turn over* tenaga penjual.
2. Ketergantungan dalam pelaksanaan tugas memiliki peranan yang kecil terhadap peningkatan kinerja tenaga penjual, tenaga penjual bekerjasama terhadap rekan kerja dalam hal berbagi informasi tetapi dalam pelaksanaan penjualan di lapangan tenaga penjual cenderung bekerja secara individu. Sebaiknya perusahaan-perusahaan otomotif yang memasarkan produk kendaraan roda empat dapat memacu dan



meningkatkan kebersamaan tenaga penjual melalui berbagai program dan kegiatan.

- 3 Bagi penelitian selanjutnya agar dapat melihat besarnya interaksi yang terjadi antara ketiga faktor relasional, organisasi, dan tugas, mengingat pada penelitian ini peneliti mengasumsikan bahwa tidak terdapatnya interaksi yang terjadi antara ketiga faktor tersebut.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Bitner, J. Mary, (1995). "Building Service Relationship: It's All About Promises", *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 23, No. 4, p 246-251.
- Carmeli, H., Lester W. Johnson & Don Scott, (2009). Firm-Employee Relationship Strength-A Conceptual Model. *Journal of Business Research*, 62, 1096-1107.
- Churchill, Gilbert A. Jr., Neil M. Ford, Orville C Walker Jr., Mark W. Johnston, and John F. Tanner Jr. (2000), "Sales Force Management". 6th Edition, New York: Irwin McGraw-Hill.
- Cooper, C. Keneth, (2002). "The Relational Enterprise: Moving Beyond CRM to Maximize all your Business Relationships". New York: Amacom
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. (2005). *Analisis Multivariate SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Keillor, Bruce D. Parker, Stephen R. Pettijohn, Charles E., (2000). "Relationship-Oriented Characteristics and Individual Salesperson Performance". *Journal of Business and Industrial Marketing*. Vol. 15, No. 1, p. 7-22.
- Maholtra, K. Naresh. (2007). *Marketing Research 5th edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Morgan, M. Robert & Hunt, D. Shelby, (1994). "The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing". *Journal of Marketing*. Vol. 58, No. 3, p 20-38.
- Robbin, P. Stephen, (2012). "Organizational Behavior", 11th Edition. Pearson Education Inc.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie, (2010). *Research Methods for Business*. United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.
- Wagner, John A. (1995). "Studies of Individualism-Collectivism: Effects on Cooperation in Groups". *Academy of Management Journal* 38 (1): 152-172.
- Weitz, A. Barton & Bradford, D. Kevin, (1999). "Personal Selling and Sales Management: A Relationship Marketing Perspective". *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 27, No.2, p 2\_41-254.
- Weitz, A. Barton & Bradford, D. Kevin, (1999). "Personal Selling and Sales Management: A Relationship Marketing Perspective". *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 27, No.2, p. 241-254.
- Weitz, Barton and Kevin D. Bradford. (1999). "Personal Selling and Sales Management". *Journal of the Academy of Marketing Science* 27 (2): 241-254.
- Yilmaz Cengiz & Hunt, D. Shelby, (2001). "Salesperson Cooperation: The Influence of Relational, Task, Organizational, and Personal Factors". *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 29, No. 4, p 335-357.

# Apakah Net Performing Loans (NPL) dipengaruhi oleh Skala Usaha? (Analisis Kredit UMKM Pada Bank Pembangunan Daerah)

*Muslimin, Dariyus*

Universitas Lampung

---

**Abstract:** This study aims to analyze micro, small and middle (MSME) loans of Regional Development Bank (Bank Pembangunan Daerah/BPD) in Indonesia. As one of government banks which is owned by regional government, this kind of bank has a strategic position to support regional growth and development. MSME or SME loans, base on many empirical studies, can support sustainable development. However, there are also studies which suggest that MSME'S have a disadvantage contribution to bank performance. Base on that condition, this research explores how MSME loans affect the bank performance in credit risk. The result shows that credit size which measure in micro, small and middle, affects the NPS, as a proxy of credit risk; the more credit size, the more magnitude of the effect. Further research and recommendations are given to explore and to strengthen MSME as one of instruments to support sustainable regional development.

**Key words:** MSME Loans, NPL, BPD

---

## PENDAHULUAN

Lee et al. (2015) menyebutkan bahwa setelah terjadinya krisis keuangan 2008, terdapat diskursus yang kuat terkait dengan pentingnya akses pembiayaan pada usaha kecil. Hal ini didasarkan atas hasil-hasil riset sebelumnya yang menunjukkan susahnya perusahaan yang inovatif mengakses sistem keuangan perbankan pada periode sebelum terjadinya krisis global 2008. Dengan menggunakan sampel 10.000 Usaha Kecil di Inggris, Lee et al. (2015) menunjukkan bahwa dua hal yang menyebabkan hal tersebut yaitu; (1) adanya problem struktural yang membatasi perusahaan-perusahaan yang inovatif dalam mengakses sistem keuangan perbankan, (2) masalah siklus yang dipicu oleh krisis keuangan yang memberikan dampak yang cukup parah terhadap perusahaan kecil yang tidak inovatif.

Krisis keuangan global memberikan gambaran pentingnya kerjasama keuangan antarnegara di wilayah Asia. Arner dan Zibell (2011) menyebutkan hal ini disebabkan oleh beberapa faktor antara lain; (1) Asia bergerak kearah liberalisasi keuangan, regulasi kehati-hatian, dan inovasi keuangan yang

cenderung terintegrasi secara global. Dari krisis keuangan yang terjadi pada Tahun 2008, walaupun pusat krisis tidak terjadi di Asia, negara-negara Asia tetap memfasilitasi pentingnya penguatan ekonomi domestik dan regulasi keuangan regional. Kedua, diluar isu-isu akibat krisis keuangan 2008 dan risiko sistemik yang ditimbulkannya, sektor keuangan harus dapat memainkan peran sentral dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dan pembangunan. Ketiga, terkait dengan reformasi domestik masing-masing negara, krisis keuangan Global 2008 memberikan peluang untuk meningkatkan peran dari arsitektur keuangan internasional yang dapat menguatkan peran ekonomi Asia dalam perekonomian dan institusi global. Kelemahan arsitektur global yang menyebabkan terjadinya krisis keuangan 2008 menjadi dasar oleh negara-negara di kawasan Asia untuk memberikan alternatif-alternatif regulasi terkait dengan likuiditas, liberalisasi, regulasi dan volatilitas nilai tukar.

Penataan sektor keuangan yang stabil cukup penting bagi pertumbuhan ekonomi yang dapat memfasilitasi perkembangan dan pertumbuhan perusahaan melalui jasa-jasa keuangan, khususnya perbankan. Rajan dan Zingales (1998) telah

menunjukkan kuatnya hubungan antara keuangan dan pertumbuhan ekonomi. Dengan menggunakan sampel 36 industri dari 46 negara, hasil penelitiannya menunjukkan bukti bagaimana pembangunan keuangan memfasilitasi pertumbuhan ekonomi yang diukur dengan rata-rata pertumbuhan nilai tambah sektoral selama periode 1980 hingga 1990. Hal ini juga ditunjukkan oleh Beck dan Demirgüç-Kunt et al. (2006) yang menunjukkan selama periode krisis, bank secara signifikan mengurangi penawaran kreditnya sehingga menurunkan pertumbuhan ekonomi. Studi-studi terbaru seperti Bijsterbosch dan Dahlhaus (2015), Abiad et al. (2014), Takats dan Upper (2013), dan Sugawara dan Zalduendo (2013) menunjukkan secara empiris bahwa berkurangnya kredit bank kepada perusahaan tidak berdampak negatif terhadap pemulihan ekonomi setelah terjadinya resesi yang dalam dan panjang.

Dukungan kredit bagi UMKM sangat penting untuk mendorong pertumbuhan ekonomi. Hal ini mengingat UMKM relatif memiliki hubungan yang tengah dengan industri perbankan. Studi Iyer et al. (2014) dengan menggunakan sampel negara di Portugis menunjukkan bahwa berkurangnya *supply* kredit lebih kuat terjadi pada perusahaan-perusahaan yang lebih kecil dan memiliki hubungan yang lemah dengan bank, sebagai akibat ketidakmampuan mengganti kelangkaan kredit dengan sumber-sumber hutang lainnya. Pada sisi bank, kualitas kredit menjadi pertimbangan sebagai respon dari adanya kelangkaan sumber pendanaan dengan mengalihkan portfolionya pada kreditur yang lebih kredibel dan layak. Oleh karena itu, lembaga penjaminan kredit UMKM sangat penting untuk menjaga ketersediaan pendanaan eksternal bagi UMKM.

Dengan adanya dukungan ketersediaan pendanaan eksternal tersebut, UMKM dapat terus tumbuh dan melakukan inovasi-inovasi yang mampu mengembangkan usahanya. Faktor pertumbuhan UMKM menjadi faktor ketahanan yang penting pada saat terjadinya krisis keuangan yang mempengaruhi sumber pendanaan eksternal UMKM. Dimelis (2016) dengan menggunakan sampel 2.075 perusahaan antara tahun 2005–2011 menunjukkan perbedaan antara perusahaan yang memiliki pertumbuhan yang tinggi dengan perusahaan dengan pertumbuhan yang rendah. Hasil penelitian menunjukkan, pasca krisis keuangan tahun 2008, kelangkaan kredit secara serius mempengaruhi perusahaan dengan leverage yang tinggi dan tingkat pertumbuhan yang rendah. Sebaliknya, perusahaan dengan tingkat pertumbuhan

yang tinggi tidak terpengaruh dan memfasilitasi pemulihan ekonomi pada wilayah-wilayah yang terkena dampak kelangkaan kredit. Demikian halnya dengan UMKM yang inovatif, yang dapat lebih bertahan dalam menghadapi krisis ekonomi dan keuangan. Chava dan Purnanandam (2011) berpendapat bahwa pada saat kelangkaan kredit mempengaruhi perusahaan, perusahaan dengan kualitas dinamika yang baik (seperti perusahaan dengan inovasi yang tinggi) kemungkinan akan mencari sumber pendanaan alternatif. Hal inilah yang menjadi sebab mengapa kelangkaan kredit akan mendorong perusahaan yang tidak bergantung pada bank menjadi pemain kunci dalam restrukturisasi ekonomi dan pemulihan kelangkaan kredit.

Pembiayaan merupakan prasyarat bagi kinerja perusahaan. Berbagai cara dipergunakan oleh perusahaan untuk membiayai operasi dan pertumbuhan perusahaannya. Pilihan terhadap sumber pembiayaan dipengaruhi oleh preferensi masing-masing entrepreneur, yang sesuai dengan kondisi perusahaan. Beck dan Demirgüç-Kunt (2006) menunjukkan bahwa UMKM masih menghadapi hambatan pertumbuhan usahanya disebabkan oleh faktor pembiayaan. Terkait dengan sumber pembiayaan UMKM, Shepherd (1997) menyebutkan bahwa kredit menjadi sumber utama pembiayaan UMKM, dimana kredit tersebut menjadi sumber pendanaan UMKM yang dipergunakan untuk melakukan produksi dan proses kesinambungan keunggulan kompetitif perusahaan (Eisenhardt dan Martin, 2000).

Perusahaan yang lebih kecil biasanya menggunakan pendanaan dari bank (Keasey dan Watson, 1994; Samuels, Wilkes, dan Brayshaw, 1997). Pada kondisi usaha yang dibiayai oleh bank adalah start-up, masalah informasi asimetris dan moral hazard merupakan masalah utama dalam aktivitas pembiayaan bank kepada start-up. Hal ini disebabkan oleh rendahnya jaminan dan pasar. Dalam konteks umum, Fischer dan Reuber (2003) melihat pembiayaan eksternal merupakan kunci dari pertumbuhan UMKM yang lebih cepat. Persoalannya adalah terletak bagaimana UMKM dapat mengakses sumber pembiayaan eksternal tersebut, khususnya kredit perbankan.

Dalam konteks Indonesia, Tambunan (2011) yang melakukan studi terhadap UKM di Indonesia menunjukkan bahwa UKM merupakan pemain utama dari perekonomian Indonesia dimana 99,9% perusahaan di Indonesia diklasifikasikan dalam UKM dengan menyerap 96,2% pasar tenaga kerja. Kedua,

hambatan-hambatan UKM adalah kesulitan pada aspek keuangan dan pemasaran. Ketiga, jumlah dari entrepreneur perempuan masih relatif rendah yang dapat diatribusikan oleh kondisi tingkat pendidikan dan hambatan keagamaan. Keempat, kapasitas inovasi yang masih rendah.

Dengan kondisi rendahnya ketersediaan kredit di Indonesia dibandingkan dengan negara-negara Asean lainnya, tingkat bunga yang ditanggung oleh sektor privat di Indonesia lebih tinggi dibandingkan dengan negara-negara Asean lainnya. Hal ini dapat diindikasikan dari interest margin bank. Rosengard dan Prasetyantoko (2011) menunjukkan bagaimana rata-rata net interest margin perbankan Indonesia relatif lebih tinggi dibandingkan dengan negara-negara Asia Timur. Beberapa studi empiris lainnya diantaranya dilakukan oleh Demirgüç, Kunt dan Huizinga (1998) menunjukkan rata-rata margin bank-bank di Indonesia selama periode 1988 – 1995 adalah sebesar 3,6%, lebih tinggi dibandingkan dengan negara-negara tetangganya semacam Singapura (2,2%) dan Malaysia (2,7%). Dengan menggunakan data dari tahun 1999–2008, Lopez-Espinosa (2011) bahkan menunjukkan bahwa interest margin bank-bank di Indonesia adalah sebesar 4,85%, lebih tinggi dibanding dengan interest margin bank-bank Jepang (1,92%). Studi lainnya dilakukan oleh Lin (2012) yang menunjukkan tingkat interest margin bank-bank di Indonesia adalah sebesar 6,36% selama periode 1997 – 2005, yang merupakan interest margin tertinggi dibandingkan dengan negara-negara Asean lainnya. Studi Lin menunjukkan bahwa interest margin bank-bank Indonesia lebih tinggi dibandingkan dengan negara-negara Asean lainnya setelah terjadinya krisis keuangan 1997/1998.

Tingkat bunga yang tinggi hanya merupakan salah satu masalah dalam pembiayaan UMKM. Secara umum, studi empiris Abe et al (2015) pada UMKM di Asia Pasifik menunjukkan beberapa faktor yang menyebabkan lemahnya pembiayaan UMKM diantaranya adalah; pengelolaan modal kerja, informasi asimetris antara UMKM dan bank, lemahnya pemahaman UMKM terhadap aplikasi dan persetujuan kredit, serta tidak sinergisnya UMKM dengan pasar modal. Untuk mengatasi faktor-faktor lemahnya pembiayaan UMKM tersebut, studi merekomendasikan adanya peran regulasi pemerintah yang dapat mendorong pertumbuhan dan proseppek usaha UMKM sehingga mampu meningkatkan peran UMKM dalam penciptaan lapangan kerja, inovasi dan pertumbuhan ekonomi.

Secara khusus, Peran pemerintah menjadi

penting untuk mendorong penyediaan pembiayaan kredit bagi UMKM di Indonesia. Hal ini mengingat masih kecilnya proporsi kredit UMKM yang disalurkan oleh perbankan nasional kepada UMKM. Pertumbuhan Kredit UMKM selama lima tahun terakhir terlihat fluktuatif dengan trend yang semakin menurun pada dua tahun terakhir. Pertumbuhan tertinggi terjadi pada tahun 2015; dengan tingkat pertumbuhan mencapai 15,66%, sedangkan pertumbuhan terendah terjadi pada tahun 2015 dengan tingkat pertumbuhan sebesar 10,14%. Untuk besarnya proporsi kredit UMKM terhadap total kredit yang disalurkan oleh perbankan nasional, proporsinya cenderung searah dengan tren pertumbuhan yang menurun dari kredit UMKM. Pada tahun 2011, proporsi kredit UMKM mencapai 20,67% dari total kredit perbankan, sedangkan pada Tahun 2015 proporsi kredit UMKM terlihat turun, yaitu sebesar 18,08%.

Minimnya peran perbankan nasional dalam mendorong penyediaan kredit bagi UMKM prinsipnya sudah direspon oleh pemerintah melalui regulasi-regulasi terkait dengan UMKM. Salah satu instrumen yang dapat dipergunakan dalam mendorong penyaluran kredit kepada UMKM adalah melalui Kredit Usaha Rakyat. Total kredit UMKM pada yang disalurkan pada Tahun 2015 mencapai sebesar Rp739.801 Milyar. Bank Persero atau milik pemerintah memiliki proporsi terbesar dalam penyaluran kredit UMKM, yaitu sebesar 51,79%. Proporsi terbesar kedua adalah bank swasta nasional yang mencapai 39,14% dari total kredit UMKM. BPD merupakan kontributor ketiga dalam jumlah kredit UMKM yang disalurkan yaitu sebesar 11,28% dan terakhir adalah Bank Asing dan Campuran yang mencapai sebesar 2,05% total kredit UMKM yang disalurkan.

Hal yang menarik dari penyaluran kredit UMKM ini adalah terkait dengan Non Performing Loan (NPL) UMKM yang disalurkan. Hal ini mengingat NPL Kredit UMKM yang disalurkan oleh bank Asing dan Campuran terlihat lebih tinggi; yaitu sebesar 5,36%, dibandingkan dengan NPL Bank Persero sebesar 3,51% dan Bank Swasta Nasional sebesar 3,35%. NPL Bank Asing dan Campuran hanya lebih rendah dari NPL Kredit Mikro BPD yang mencapai sebesar 7,01%. Tingginya NPL Kredit Mikro yang disalurkan oleh BPD ini tentu menjadi pertanyaan, mengingat jangkauan BPD yang lebih luas dalam mengenali kondisi masyarakat setempat dibandingkan dengan tipe bank lainnya. Sebagai bank milik pemerintah daerah dan dengan akses informasi daerah yang lebih baik, seharusnya BPD lebih memiliki akselerasi yang



lebih baik dalam mengenal nasabah dibandingkan dengan tipe bank lainnya. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah terdapat perbedaan karakteristik kredit UMKM yang disalurkan oleh BPD.

## METODE

### Sampel:

Sampel penelitian adalah Bank Pemerintah Daerah di seluruh Indonesia yang menyalurkan kredit UMKM kepada masyarakat.

### Data:

Data yang dipergunakan adalah data bulanan yang diambil dari publikasi Bank Indonesia. Untuk data inflasi mempergunakan data publikasi BPS.

### Pengukuran Variabel:

Variabel Dependen: Variabel dependent adalah pertumbuhan kredit UMKM bermasalah yang diukur sebagai berikut:

$$Growth\ NPL = \frac{\log NPL_t - \log NPL_{t-1}}{\log NPL_{t-1}}$$

Variabel Independen: Variabel independen adalah pertumbuhan kredit UMKM yang diukur sebagai berikut:

$$Growth\ Loans = \frac{\log Loans_t - \log Loans_{t-1}}{\log Loans_{t-1}}$$

Variabel Kontrol: Model penelitian menggunakan kontrol variabel inflasi dan tingkat suku bunga Bank Indonesia.

Model: Model Penelitian dirumuskan sebagai berikut:

$$GNPL_{UMKM} = \alpha + \beta_1 GRL_{UMKM} + \beta_2 BI + \beta_3 INF + \varepsilon$$

GNPL pada model penelitian menunjukkan tingkat kredit bermasalah, sedangkan GRL menunjukkan tingkat pertumbuhan kredit UMKM. BI dan INF merupakan variabel kontrol yang masing-masing menunjukkan tingkat suku bunga Bank Indonesia dan Inflasi bulanan.

## HASIL

### Deskriptif Statistik:

Berdasarkan Tabel 1, tingkat pertumbuhan kredit tertinggi secara rata-rata adalah kredit untuk usaha Menengah yang mencapai sebesar 1,4%, disusul kemudian oleh tingkat pertumbuhan kredit usaha menengah sebesar 0,7% dan usaha mikro sebesar 0,2%. Kredit usaha menengah juga merupakan kredit yang memiliki pertumbuhan tertinggi selama periode penelitian, yaitu mencapai sebesar 21,2%, disusul kemudian oleh kredit usaha mikro sebesar 16,9% dan usaha kecil sebesar 6,2%. Dari sisi penurunan pertumbuhan kredit, usaha menengah juga merupakan kredit yang pernah mengalami penurunan terendah yang mencapai minus 20%, disusul kemudian oleh kredit usaha mikro sebesar minus 10,7% dan kredit usaha menengah sebesar minus 5,3%. Data keseluruhan variabel menunjukkan normalitas yang ditunjukkan oleh probabilitas Jarque-Berra dibawah 10%.

Tabel 1  
Deskriptif Statistik

	KRE <sub>sk</sub>	KRE <sub>ck</sub>	KRE <sub>mk</sub>	NPL <sub>sk</sub>	NPL <sub>ck</sub>	NPL <sub>mk</sub>	INF	BI
Mean	0.002	0.007	0.014	(0.001)	0.008	0.037	0.005	0.069
Median	0.003	0.013	0.024	0.006	0.017	0.025	0.004	0.075
Maximum	0.169	0.062	0.212	0.301	0.105	0.431	0.033	0.078
Minimum	(0.107)	(0.053)	(0.200)	(0.420)	(0.161)	(0.210)	(0.005)	0.048
Std. Dev.	0.037	0.026	0.062	0.094	0.057	0.111	0.007	0.009
Skewness	1.300	(0.746)	(0.502)	(1.332)	(1.334)	0.667	2.160	(1.106)
Kurtosis	11.949	3.337	6.649	11.574	4.699	5.618	9.319	2.935
Jarque-Bera	170.069	4.585	28.054	157.844	19.600	16.905	114.735	9.582
Probability	-	0.101	0.000	-	0.000	0.000	-	0.008
Sum	0.076	0.306	0.676	(0.055)	0.364	1.728	0.215	3.240
Sum Sq. Dev.	0.062	0.032	0.174	0.408	0.149	0.563	0.002	0.004
Observations	47	47	47	47	47	47	47	47

Variabel kredit usaha mikro menunjukkan korelasi yang positif dengan keseluruhan variabel kecuali variabel inflasi dan BI Rate. Kedua variabel tersebut, yaitu Inflasi dan BI Rate terlihat menunjukkan korelasi yang negatif dengan keseluruhan jenis kredit. Untuk kredit usaha kecil, selain memiliki korelasi yang negatif dengan inflasi dan BI Rate, juga menunjukkan korelasi yang negatif dengan NPL Usaha Mikro. Demikian pula dengan kredit usaha menengah, yang memiliki korelasi yang negatif dengan NPL Usaha Mikro. NPL Usaha Mikro terlihat menunjukkan korelasi yang positif dengan kedua variabel makro, yaitu Inflasi dan BI Rate. Berbeda dengan NPL Kredit Usaha Kecil yang memiliki korelasi negatif dengan Inflasi, namun memiliki korelasi yang positif dengan BI Rate. Untuk Kredit Usaha Menengah, kedua variabel tersebut menunjukkan korelasi yang negatif. Gambaran korelasi antarvariabel terlihat pada Tabel 2.



**Tabel 2**  
**Korelasi AntarVariabel**

	KRE <sub>da</sub>	KRE <sub>ke</sub>	KRE <sub>men</sub>	NPL <sub>da</sub>	NPL <sub>ke</sub>	NPL <sub>men</sub>	INF	BI
KRE <sub>da</sub>	1.00	0.35	0.24	0.40	0.17	0.23	(0.21)	(0.12)
KRE <sub>ke</sub>		1.00	0.65	(0.13)	0.54	0.29	(0.25)	(0.09)
KRE <sub>men</sub>			1.00	(0.17)	0.33	0.66	(0.18)	(0.20)
NPL <sub>da</sub>				1.00	0.32	0.21	0.03	0.11
NPL <sub>ke</sub>					1.00	0.53	(0.13)	0.21
NPL <sub>men</sub>						1.00	(0.07)	(0.01)
INF							1.00	(0.08)
BI								1.00

Hasil perhitungan menunjukkan kredit mikro, kecil dan menengah memiliki pengaruh positif dengan tingkat signifikansi 1% pada masing-masing NPL kredit berdasarkan skala usahanya tersebut. Semakin besar skala usaha, semakin meningkat tingkat signifikansinya. Untuk kontrol variabel, yang secara signifikan mempengaruhi NPL adalah variabel BI rate untuk skala usaha kecil, sedangkan variabel inflasi terlihat tidak menunjukkan tingkat signifikansinya pada model penelitian yang dipergunakan. Dari model penelitian yang dipergunakan tersebut, terlihat semakin besar skala usaha, semakin tinggi tingkat determinasi model yang ditunjukkan oleh nilai adjusted R<sup>2</sup>. Hasil perhitungan secara keseluruhan dapat dilihat pada Tabel 3.

**Tabel 3**  
**Hasil Perhitungan**

	C	KRE_MIK	BI	INF	F	Adjusted R <sup>2</sup>
NPL <sub>da</sub>	(0.025)	1.905	0.322	0.292	4.127***	0.169
t	(1.408)	3.413***	1.295	0.883		
	C	KRE_KEC				
NPL <sub>ke</sub>	(0.016)	1.714	0.233	0.036	8.244***	0.320
t	(2.115)	4.568***	2.120***	0.243		
	C	KRE_MEN				
NPL <sub>men</sub>	(0.014)	1.516	0.233	0.126	11.790***	0.413
t	(1.113)	5.911***	1.271	0.526		

## PEMBAHASAN

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa kredit usaha mikro, kecil dan menengah secara keseluruhan memiliki pengaruh yang positif terhadap NPL bank. Dari tipe kredit UMKM tersebut, terlihat kredit mikro memiliki magnitude yang lebih besar dibandingkan dengan tipe kredit usaha kecil dan menengah. Semakin besar skala usaha kredit, semakin kecil magnitudenya dalam mempengaruhi NPL. Kondisi ini mengindikasikan bahwa kredit mikro menjadi masalah yang cukup problematik bagi bank BPD. Sebagai

institusi usaha yang dimiliki oleh pemerintah daerah, BPD berkepentingan terhadap pembiayaan usaha mikro sebagai bagian dalam upayanya mendukung program-program pemerintah daerah dalam bidang peningkatan kesejahteraan masyarakat. Namun disisi lainnya, dalam upayanya mendorong peningkatan kesejahteraan melalui dukungan pembiayaan usaha mikro, bank menghadapi peningkatan kredit bermasalah, yang dapat mempengaruhi kinerja BPD secara keseluruhan.

Kredit UMKM merupakan peluang untuk perluasan keuangan yang lebih inklusif. Adonsou dan Sylwester (2016) menunjukkan secara empiris bagaimana bank dapat berperan dalam mengurangi kemiskinan masyarakat melalui penurunan jumlah orang miskin dan berkurangnya gap kemiskinan. Dengan minimnya gap kemiskinan, bank, khususnya BPD, dapat menjadi instrument yang mendukung pembangunan berkelanjutan melalui tumbuhnya economical entrepreneur. Secara empiris, Dubreuil et al (2016) dalam studinya pada komunitas-komunitas usaha di Paris menunjukkan bagaimana ecoentrepreneur ini dapat membentuk keseimbangan sosial dan keuangan untuk pembangunan berkelanjutan. BPD dapat berperan sebagai micro-angels dengan proses monitoring yang lebih ketat untuk penyaluran kredit kepada usaha mikro sehingga dapat meminimumkan tingkat NPL yang dimiliki oleh BPD.

Selain itu, untuk mengurangi tingkat NPL BPD, BPD dapat membentuk sebuah unit khusus yang mendukung perkembangan UMKM, sehingga tidak saja BPD memperhatikan aspek kesehatan keuangan UMKM, namun juga terlibat dalam pengembangan UMKM sebagai nasabah. Dengan statusnya sebagai bank milik pemerintah daerah, BPD dapat berkolaborasi dengan SKPD-SKPD pemerintah daerah yang memiliki kaitan dengan usaha pada UMKM. Studi Osano dan Languitone (2016) yang dilakukan di Mozambique, memberikan rekomendasi terkait hal ini serta dukungan informasi bagi UMKM dalam akses pendanaan. Asimetri informasi merupakan salah satu masalah dalam pengembangan UMKM dengan perbankan atau lembaga keuangan lainnya, sebagaimana studi oleh Hoque et al (2016) pada UMKM di Banglades. Melalui kolaborasi ini, masalah-masalah asimetri informasi dapat dikurangi antara UMKM dengan pihak perbankan, sehingga berdampak pada penurunan NPL.

## KETERBATASAN STUDI

Dari aspek metode, penelitian ini memiliki keterbatasan dalam menjelaskan kinerja BPD secara institusional mengingat data yang dipergunakan adalah data agregat yang lebih bersifat makro, sehingga penelitian belum dapat menjelaskan aspek spesifik BPD dalam hal kaitannya dengan kredit UMKM dan NPL-nya. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan data yang lebih dapat menjelaskan aspek spesifik bank dan dengan menggunakan model penelitian yang lainnya serta memasukan variabel-variabel kontrol lainnya. Hal ini dapat dilakukan untuk memperkuat tingkat determinasi model penelitian yang dalam penelitian yang dilakukan ini masih terlihat rendah.

## KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kredit UMKM yang disalurkan oleh BPD berpengaruh positif pada kredit UMKM seluruh skala. Kredit UMKM merupakan bagian dari instrument pertumbuhan ekonomi daerah, sehingga perlu penguatan dalam pengembangan sektor keuangan yang berbasis daerah. Hal ini dapat diperkuat melalui infrastruktur keuangan dan nonkeuangan. Hal yang mendasar dari aspek keuangan adalah monitoring yang lebih baik kepada UMKM sehingga dapat menurunkan NPL BPD. Untuk Aspek infrastruktur nonkeuangan, hal-hal yang perlu diperhatikan adalah infrastruktur jaringan jalan, *channel* informasi dan dukungan unit pengembangan bisnis UMKM.

## DAFTAR PUSTAKA

1. Abe, Masato, & M. T., Orgil Batsaikhan, (2015). Financing small and medium enterprises in Asia and the Pacific. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 4(1), 2 - 32.
2. Adonsou, Ficawoyi Donou & Sylwester, K. (2016). Financial Development and Poverty Reduction in Developing Countries: New Evidence from Banks and Microfinance Institutions. *Review of Development Finance*, 6, 82–90.
3. Arner, Douglas W. & L.S. Zibell. (2011). Asian Regulatory Responses to the Global Financial Crisis, *Global Journal of Emerging Market Economies*, 3, 135–69.
4. Beck, T., & A. Demirguc-Kunt. (2006). Small and medium-size enterprises: Access to finance as a growth constraint. *Journal of Banking & Finance*, 30 (11), 2931–2943.
5. Bijsterbosch, Martin & T. Dahlhaus. (2015). Key features and determinants of credit-less recoveries. *Empirical Economics*, 49, 1245–1269
6. Chava, Sudheer & A. Purnanandam. (2011). The effect of banking crisis on bank-dependent borrowers. *Journal of Financial Economics*, 99, 116–135.
7. Demirgüç ,-Kunt, A & Huizinga, H. (1998). Determinants of commercial bank interest margins and profitability: some international evidence. *World Bank Policy Research Working Paper*, 1900.
8. Dimelis, Sophia & G. Ioannis, H. Louri. (2016). Can Firms Grow Without Credit? A Quantile Panel Analysis in the Euro Area. *J Ind Compet Trade*. doi: DOI 10.1007/s10842-016-0216-1.
9. Dubreuil, Glòria Estapé & Ashta, A. Hédou, J.P. (2016). Micro-Equity for Sustainable Development: Selection, Monitoring and Exit Strategies of Micro-Angels. *Ecological Economics*, 130, 117 –129.
10. Eisenhardt, K. M., & Martin, J. A. (2000). Dynamic capabilities: what are they?. *Strategic Management Journal*, 21 (10-11), 1105-1121.
11. Fischer, E., & Reuber, A. R. (2003). Support for Rapid-Growth Firms: A Comparison of the Views of Founders, Government Policymakers, and Private Sector Resource Providers. *Journal of Small Business Management*, 41 (4), 346–365.
12. Hoque, Mohammed Ziaul & Sultana, N., Thalil, T. (2016). Credit Rationing's Determinants of Small and Medium Enterprises (Smes) in Chittagong, Bangladesh. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6 (1), 1 – 23
13. Iyer, Rajkamal & J.L. Peydró, S. da-Rocha-Lopes, A. Schoar. (2014). Interbank liquidity crunch and the firm credit crunch: evidence from the 2007–2009 crisis. *The Review of Financial Studies*, 27, 347–372.
14. Lee, Neil & H. Sameen, M. Cowling. (2015). Access to finance for innovative SMEs since the financial crisis. *Research Policy*, 44, 370–380.
15. Lin, J.-R., & Chung, H., Hsieh, M.-H., Wu, S. (2012). The determinants of interest margins and their effect on bank diversification: evidence from Asian banks. *J. Financial Stabil*, 8, 96–106.
16. López-Espinosa, G., & Moreno, A., de Gracia, F.P. (2011). Banks' net interest margin in the

- 2000: a macro-accounting international perspective. *J. Int. Money Finance*, 30, 1214–1233.
17. Keasey, K., & Watson, R., 1994. The bank financing of small firms in UK: Issues and evidence. *Small Business Economics*, 6(5), 349–362.
  18. Osano, Hezron Mogaka & Languitane, H. (2016). Factors Influencing Access to Finance by Smes in Mozambique: Case of Smes in Maputo Central Business District. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 5 (13), 1 – 16.
  19. Rajan, R. G. & L. Zingales. (1998). Financial Dependence and Growth. *American Economic Review*, 88 (3), 559-586.
  20. Rosengard, J.K. & Prasetyantoko, A. (2011). If the banks are doing so well, why can't I get a loan? Regulatory constraints to financial inclusion in Indonesia. *Asian Econ. Policy Rev.*, 6, 273–296.
  21. Samuels, J. M., Wilkes, F. M., & Brayshaw, R. E. (1997). *Management of company finance* (6th ed ed.). London: International Thomson Business Press.
  22. Shepherd, W. G. (1997). *The economics of industrial organization*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
  23. Sugawara, Naotaka & J. Zalduendo, 2013. Credit-less recoveries: neither a rare nor an insurmountable challenge. *Policy Research Working Paper No. 6459*, World Bank, Washington, DC
  24. Tambunan, T. T. Hamonangan. (2011). Development of small and medium enterprises in a developing country: The Indonesian case. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 5 (1), 68 - 82.
  25. Takats, Ellod & C. Upper. (2013). Credit and growth after financial crises. *Working Paper No. 416*, Bank for International Settlements.

# Perbandingan Penggunaan *Forward Contract Hedging* Dengan *Open Position* Dalam Meminimalisasi Eksposur Valuta Asing Pada Cv. Sabi-Sabi

Ni Kadek Diah Dwi Sartika Yanti, Nyoman Triaryati

**Abstrak:** Perekonomian di dunia mengalami perkembangan yang mengakibatkan pesatnya perdagangan internasional antar negara. Perdagangan internasional ini menggunakan mata uang yang berbeda sehingga menyebabkan suatu risiko eksposur valuta asing bagi perusahaan. Eksposur valuta asing dapat diminimalisasi dengan penggunaan salah satu teknik hedging yaitu *forward contract*. Penelitian ini meneliti salah satu perusahaan yang melakukan perdagangan internasional melalui kegiatan ekspor yaitu CV. Sabi-sabi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui teknik yang lebih baik dalam meminimalisasi eksposur valuta asing. Uji Beda T-test adalah uji statistik yang dipakai dalam menentukan teknik yang lebih baik. Berdasarkan penelitian yang dilakukan didapatkan hasil bahwa metode *forward contract hedging* lebih menguntungkan digunakan untuk menghadapi eksposur valuta asing dibandingkan dengan metode *open position* pada CV. Sabi-Sabi tahun 2014-2016 karena metode *forward contract hedging* memberikan keuntungan dari adanya selisih kurs.

**Kata kunci:** hedging, *forward contract*, *open position*.

## PENDAHULUAN

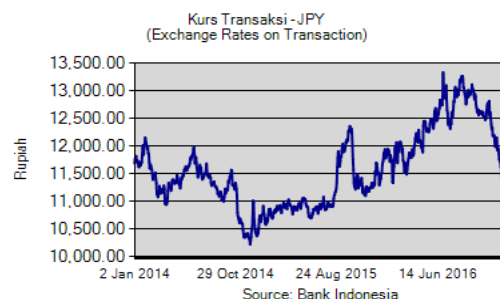
Perkembangan perekonomian di dunia melatarbelakangi pesatnya perdagangan internasional yang dilakukan antar negara. Menurut Madura (2009:12), perdagangan internasional adalah suatu cara yang paling sering digunakan oleh perusahaan untuk menembus pasar melalui ekspor ataupun impor. Menurut Larasati dan Suarjaya (2017), dengan adanya perdagangan internasional transaksi antar negara akan lebih mudah. Transaksi ini akan mengakibatkan peningkatan pertukaran mata uang yang berbeda-beda. Peningkatan penggunaan mata uang yang berbeda (valuta asing) ini akan memungkinkan terjadinya eksposur valuta asing (Larasati dan Suarjaya, 2017). Chong *et al.* (2013) menyatakan bahwa perusahaan yang terjun dalam transaksi pasar global akan terkena risiko valuta asing.

Omar *et al.* (2017) menyatakan bahwa salah satu elemen yang paling penting dari strategi bisnis perusahaan secara keseluruhan dan kebijakan keuangan adalah manajemen risiko perusahaan tersebut. Menurut Aabo (2010), manajemen risiko valuta asing biasanya dikaitkan dengan tindakan *hedging*. Salah satu cara untuk melindungi arus kas

suatu perusahaan dari depresiasi terkait nilai tukar, adalah tujuan lindung nilai (Oliveira, 2012). Pasar keuangan tidak lengkap jika tidak ada instrumen lindung nilai yang berhubungan langsung dengan mata uang terkait (Wong, 2006).

JPY-Jepang merupakan salah satu mata uang negara maju selain USD-Amerika dan EUR-Eropa yang tergolong dalam *hard currency* yang memiliki nilai relatif stabil (Rinny dan Rishi, 2016). Berikut merupakan gambaran perkembangan kurs transaksi yen terhadap rupiah pada tahun 2014-2016.

**Gambar 1** Kurs Transaksi Yen pada tahun 2014- 2016



Grafik kurs transaksi Yen diatas menunjukkan bahwa kurs transaksi Yen terhadap rupiah selama 3 tahun terakhir mengalami fluktuasi. Menurut Griffin dan Pustay (2005:88), ketidakseimbangan permintaan dan penawaran suatu mata uang akan menimbulkan fluktuasi pada nilai tukar yang akan mengakibatkan ketidakpastian nilai tukar sehingga risiko kurs akan timbul. Fluktuasi yang akan berakibat pada ketidakpastian kurs tersebut akan berdampak kepada perusahaan karena akan menimbulkan risiko kurs yang dimana jika tidak ditangani seksama oleh perusahaan maka akan berakibat buruk bagi perusahaan tersebut. Menurut Larasati dan Suarjaya (2017), fluktuasi nilai tukar valuta asing berpengaruh dalam kegiatan transaksi yang dilakukan oleh perusahaan dalam kegiatan perdagangan internasional yaitu kegiatan ekspor dan impor yang mempunyai eksposur valuta asing.

Negara Indonesia menggunakan sistem nilai tukar yang mengambang, dimana nilai tukar mengikuti permintaan dan penawaran mata uang asing dan tidak adanya campur tangan pemerintah didalam menenukan tingkat nilai tukar (Hanafi, 2009:229). Menurut Mitariyani, dkk (2013), Pemerintah Indonesia saat ini menerapkan sistem devisa bebas (*free-floating*) yang memungkinkan terjadi besarnya fluktuasi kurs.

Berdasarkan fenomena tersebut harus dilakukan langkah untuk mengantisipasi risiko ini, sehingga perusahaan dapat terhindar dari munculnya risiko yang merugikan atau menanggapi munculnya peluang yang dapat menghasilkan profit. Maka dari itu perusahaan yang terjun dalam perdagangan internasional seperti bidang ekspor dan impor di suatu negara dapat melakukan teknik *hedging* atau lindung nilai guna meminimalisasi risiko eksposur valuta asing tersebut. Intrumen lindung nilai memiliki faktor penentu di dalam penggunaan lindung nilai tersebut yaitu nilai piutang atau nilai hutang luar negeri (Klimczak, 2008)

Madura (2009:414), perusahaan yang melakukan *hedging* guna menghadapi eksposur valuta asing dapat melalui empat teknik lindung nilai, yaitu lindung nilai *futures*, lindung nilai *forward*, lindung nilai pasar uang, dan lindung nilai opsi mata uang. Tetapi sebelum memilih teknik lindung nilai, perusahaan harus melakukan suatu perbandingan hasil yaitu membandingkan arus kas yang akan dihasilkan pada setiap teknik *hedging* tersebut.

Metode yang dapat dipergunakan sebagai salah satu alternatif dalam mengurangi kerugian dari adanya fluktuasi kurs valuta asing adalah dengan melakukan *forward contract hedging*. Kontrak *forward* tersebut

dibuat atas kesepakatan antara dua belah pihak dalam menentukan *kurs forward* yang menjadi dasar saat proses pembayaran berlangsung di masa yang akan datang (Enggawati dkk, 2013).

Perusahaan yang dijadikan objek penelitian adalah CV Sabi-Sabi yang beralamat di Jalan Taman Sari I, No. 33 Padangsembian, Denpasar-Bali. Perusahaan tersebut melakukan kegiatan perdagangan internasional yaitu kegiatan ekspor furnitur ke negara Jepang dengan menerima pembayaran atas transaksinya dengan mata uang Yen. Berikut merupakan data penjualan ekspor dan piutang usaha CV Sabi-sabi tahun 2014-2016.

Tabel 1 Data Penjualan Ekspor dan Piutang Usaha CV. Sabi-Sabi tahun 2014-2016

Tahun	Penjualan Ekspor	Piutang Usaha
2014	Rp 209.653.098	Rp 0
2015	Rp 198.851.830	Rp 33.344.060
2016	Rp 373.203.500	Rp 137.870.860

Sumber : Laporan Keuangan CV.Sabi-Sabi

Pada Tabel 1 dapat dilihat bahwa tahun 2014 dengan penjualan sebesar Rp 209.653.098 memiliki piutang usaha sebesar Rp 0. Piutang usaha sebesar Rp 0 tersebut terjadi karena piutang usaha telah terbayarkan oleh importir pada tahun 2014 setelah proses transaksi ekspor yang dilakukan perusahaan CV. Sabi-Sabi. Penjualan tahun 2016 mengalami peningkatan yang besar yaitu dari Rp 198.851.830 menjadi Rp 373.203.500, tetapi piutang usaha dari perusahaan meningkat sangat signifikan pula dari Rp 33.344.060 menjadi Rp 137.870.860, dimana hal tersebut dipengaruhi oleh penjualan ekspor tahun sebelumnya.

CV. Sabi-sabi dipilih sebagai objek penelitian dikarenakan peneliti ingin mengetahui bagaimana pengaruh penggunaan *forward contract hedging* pada perusahaan yang memiliki transaksi kecil. Apabila perusahaan yang memiliki transaksi kecil saja dapat terpengaruh melalui penggunaan *forward contract hedging* tersebut maka perusahaan besar dengan transaksi besar akan sangat perlu mempertimbangkan *hedging*. Selain itu perusahaan tidak menggunakan teknik lindung nilai dalam proses perdagangan internasionalnya sehingga peneliti ingin mengetahui apakah teknik *forward contract hedging* lebih baik dibandingkan tidak menggunakan teknik *hedging (open position)* yang saat ini di terapkan perusahaan.

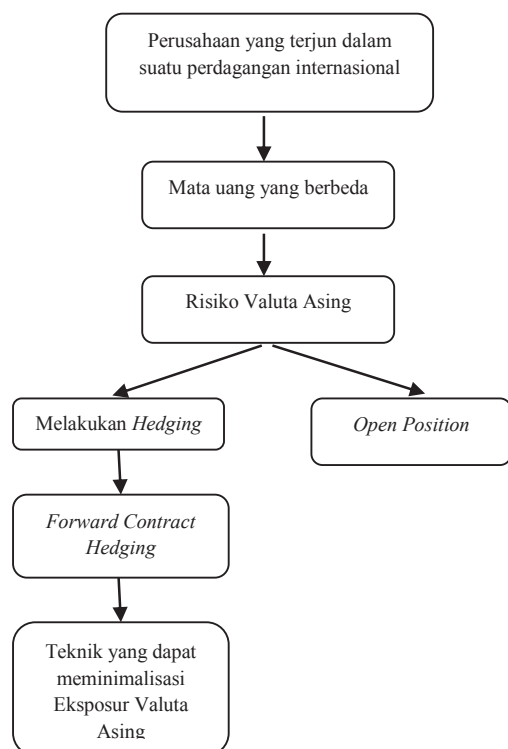


Beberapa penelitian tentang *forward contract hedging* telah dilakukan diantaranya yaitu Maniar (2016), Djenic, *et al.* (2012), Alim (2014), Larasati (2017), mendapatkan hasil bahwa penggunaan *forward contract hedging* lebih baik daripada penggunaan *open position*. Berbeda dengan Anthonius (2012) mendapatkan hasil yang berbeda, dimana tidak ada perbedaan yang signifikan dalam penggunaan teknik *hedging* dengan *open position*. Perbedaan hasil penelitian ini melatarbelakangi penelitian ini.

Berdasarkan latar belakang di atas terdapat pokok permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu apakah penggunaan *forward contract hedging* lebih baik dibandingkan tidak menggunakan teknik *hedging (open position)* dalam menghadapi eksposur valuta asing pada CV. Sabi-Sabi?

Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui penggunaan metode yang lebih baik antara teknik *forward contract hedging* dengan tidak menggunakan *hedging (open position)* dalam menghadapi eksposur valuta asing pada CV. Sabi-Sabi.

Berdasarkan konsep-konsep yang dirujuk, maka dapat digambarkan kerangka konseptual dalam penelitian ini pada Gambar 2, sehingga dapat digunakan sebagai dasar untuk merumuskan hipotesis penelitian, yaitu:



Gambar 2. Kerangka Konseptual Penelitian

Penelitian ini akan membandingkan teknik *forward contract hedging* dengan *open position* dalam meminimalisasi eksposur valuta asing khususnya JPY-Jepang pada CV. Sabi-Sabi karena terdapatnya ketidakstabilan tingkat piutang usaha. Berdasarkan kajian pustaka dan hasil penelitian sebelumnya, maka rumusan hipotesis pada penelitian ini adalah Terdapat hasil yang lebih baik jika menggunakan *forward contract hedging* daripada teknik *open position* dalam menghadapi eksposur valuta asing pada CV. Sabi-Sabi.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan suatu pendekatan kuantitatif yang berbentuk deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui perbandingan antara penggunaan teknik *forward contract hedging* dengan *open position* dalam menghadapi eksposur valuta asing. Lokasi penelitian ini adalah CV Sabi- Sabi. CV Sabi-Sabi beralamat di Jalan Taman Sari I, No. 33 Padangsambian, Denpasar-Bali. Obyek penelitian yang akan diteliti adalah tingkat piutang usaha pada CV.Sabi-Sabi pada periode Desember 2014 – Desember 2016. Ketidakstabilan tingkat piutang usaha dengan penggunaan mata uang JPY-Jepang dalam proses transaksi, membuat peneliti ingin meneliti tingkat piutang usaha tersebut yang dilihat dari laporan keuangan CV Sabi-Sabi. Variabel dalam penelitian ini menggunakan variabel *Forward Contract Hedging dan Open Position*. Definisi Operasional Variabel yaitu sebagai berikut:

- 1) Forward Contract Hedging merupakan suatu perjanjian atau kontrak yang akan dianalisis pada perusahaan dengan adanya kegiatan beli valuta di masa mendatang dengan menentukan forward rate saat kontrak dibuat. Analisis forward contract hedging ini dilakukan dengan rumus sebagai berikut (Horcher, 2005:80):
  - a. Kurs Forward yang diperoleh dari:

$$\text{Kurs forward} = \text{Spot Rate} + \frac{SR \times (B - A) \times T}{100 \times DB}$$

Keterangan :

SR = *Spot Rate* (kurs yang berlaku pada saat transaksi)

B = Bunga Deposito per tahun mata uang domestik

A = Bunga Deposito per tahun mata uang asing

T = Jatuh Tempo Hari *Forward*

DB = Hari per tahun

- b. Forward Premium yang diperoleh dari :

$$\text{Forward premium} = \frac{\text{forward rate} - \text{spot rate}}{\text{spot rate}} \times 12/n \times 100\%$$

Dimana, n = jumlah bulan *forward*

2) *Open Position* merupakan keadaan dimana perusahaan tidak menggunakan suatu teknik lindung nilai atau *hedging* di dalam melakukan proses transaksinya. *Open position* dapat dihitung dengan menggunakan analisis hutang yaitu (Alim, 2014) :

Jumlah Piutang Usaha yang diperoleh dari:

Piutang usaha = Kurs spot saat jatuh tempo x Nilai Transaksi

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif yang berasal dari data sekunder dari laporan keuangan CV. Sabi-Sabi periode Desember 2014 – Desember 2016 yang didapatkan secara langsung pada perusahaan. Penelitian ini merupakan suatu penelitian studi kasus yang meneliti langsung satu perusahaan yaitu CV. Sabi-Sabi dengan teknik pengujian data menggunakan Uji Beda T-test.

## HASIL PENELITIAN

Berdasarkan data yang diperoleh dengan metode pengumpulan data didapatkan deskripsi data tentang variabel penelitian seperti pada tabel berikut.

Tabel 2. Piutang Usaha Tanpa Menggunakan Teknik *Hedging* (*Open Position*)

No	Nilai Transaksi Ekspor (JPY)	Tanggal Jatuh Tempo	Kurs <i>Spot</i>	Piutang Usaha (IDR)
1	1.587,15	01-Mei-14	11.328,77	17.980.500
2	1.411,85	01-Jun-14	11.566,51	16.330.160
3	1.878,18	01-Agu-14	11.448,65	21.502.611
4	2.633,03	01-Okt-14	11.144,57	29.343.990
5	957,90	01-Nov-14	10.795,03	10.340.590
6	1.234,01	01-Des-14	10.364,98	12.790.440
7	2.839,97	01-Feb-15	10.857,43	30.834.750
8	812,58	01-Mar-15	10.895,29	8.853.260
9	849,90	01-Apr-15	10.963,53	9.317.920
10	2.980,22	01-Mei-15	10.896,83	32.474.900
11	1.014,90	01-Jun-15	10.711,35	10.871.000
12	1.435,66	01-Jul-15	10.937,14	15.702.000
13	1.763,11	01-Sep-15	11.727,02	20.676.000
14	974,37	01-Okt-15	12.252,08	11.938.000
15	4.937,23	01-Des-15	11.298,65	55.784.000
16	1.718,27	01-Jan-16	11.666,39	20.046.000
17	2.141,67	01-Feb-16	11.353,29	24.315.000

18	2.638,68	01-Mar-16	11.959,41	31.557.000
19	3.176,18	01-Apr-16	11.824,58	37.557.000
20	1.489,62	01-Mei-16	12.453,50	18.551.000
21	3.351,92	01-Jun-16	12.409,90	41.597.000
22	2.015,79	01-Jul-16	12.867,42	25.938.000
23	1.827,00	01-Agu-16	12.810,64	23.405.000
24	4.574,16	01-Sep-16	12.926,52	59.128.000
25	4.162,08	01-Nov-16	12.500,95	52.030.000
26	3.242,63	01-Des-16	11.927,65	38.677.000
Total				677.541.121

Sumber : CV. Sabi-Sabi dan Bank Indonesia, 2017 ([www.bi.go.id](http://www.bi.go.id))

Tabel 3. Piutang Usaha Menggunakan Teknik *Forward Contract Hedging*

No	Nilai Transaksi Ekspor (JPY)	Tgl. Transaksi	Kurs <i>Spot</i>	Suku Bunga Depo sito JPY/tahun (%)	Suku Bunga Depo sito IDR/tahun (%)	Kurs <i>Forward</i>	Piutang Usaha (IDR)
1	1.587,15	01-5-14	10.967,27	0,596	7,376	17.164	27.241.554
2	1.411,85	01-Jun-14	11.328,77	0,596	7,376	17.730	25.031.404
3	1.878,18	01-Agu-14	11.566,51	0,596	7,376	18.102	33.998.018
4	2.633,03	01-Okt-14	11.448,65	0,596	7,376	17.917	47.176.364
5	957,90	01-Nov-14	11.144,57	0,596	7,376	17.441	16.707.025
6	1.234,01	01-Des-14	10.795,03	0,596	7,376	16.894	20.847.559
7	2.839,97	01-Feb-15	10.364,98	0,596	7,376	16.221	46.067.665
8	812,58	01-Mar-15	10.857,43	0,134	7,603	17.615	14.313.764
9	849,90	01-Apr-15	10.895,29	0,134	7,603	17.677	15.023.453
10	2.980,22	01-Mei-15	10.963,53	0,134	7,603	17.787	53.010.324
11	1.014,90	01-Jun-15	10.896,83	0,134	7,603	17.679	17.942.703
12	1.435,66	01-Jul-15	10.711,35	0,134	7,603	17.378	24.949.268
13	1.763,11	01-Sep-15	10.937,14	0,134	7,603	17.745	31.285.639
14	974,37	01-Okt-15	11.727,02	0,134	7,603	19.026	18.538.382
15	4.937,23	01-Des-15	12.252,08	0,134	7,603	19.878	98.142.094
16	1.718,27	01-Jan-16	11.298,65	0,134	7,603	18.331	31.497.798
17	2.141,67	01-Feb-16	11.666,39	0,206	6,823	18.099	38.763.009
18	2.638,68	01-Mar-16	11.353,29	0,206	6,823	17.614	46.476.791
19	3.176,18	01-Apr-16	11.959,41	0,206	6,823	18.554	58.930.941
20	1.489,62	01-Mei-16	11.824,58	0,206	6,823	18.345	27.326.882
21	3.351,92	01-Jun-16	12.453,50	0,206	6,823	19.321	64.761.009
22	2.015,79	01-Jul-16	12.409,90	0,206	6,823	19.253	38.809.830
23	1.827,00	01-Agu-16	12.867,42	0,206	6,823	19.963	36.471.846
24	4.574,16	01-Sep-16	12.810,64	0,206	6,823	19.875	90.909.830
25	4.162,08	01-Nov-16	12.926,52	0,206	6,823	20.054	83.468.168
26	3.242,63	01-Des-16	12.500,95	0,206	6,823	19.394	62.888.229
Total							1.070.579,550

Sumber : CV. Sabi-Sabi dan Bank Indonesia, 2017 ([www.bi.go.id](http://www.bi.go.id))

## Perbandingan Piutang Usaha Saat Menggunakan Forward Contract Hedging dengan Open Position

Tabel 4 Perbandingan Hasil Perhitungan Piutang Usaha Saat Menggunakan *Forward Contract Hedging* dengan *Open Position*

Teknik yang digunakan	Piutang Usaha
Open Position	Rp 677.541.121
Forward Contract Hedging	Rp 1.070.579.550
Keuntungan (Kerugian) Selisish Kurs	Rp 393.038.429

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan hasil perhitungan piutang usaha saat menggunakan teknik *forward contract hedging* dan saat tidak menggunakan teknik *hedging (open position)*. Ketika perusahaan tidak menggunakan teknik *forward contract hedging* piutang usaha perusahaan adalah sebesar Rp 677.541.121 sedangkan ketika perusahaan menggunakan teknik *forward contract hedging* piutang usaha perusahaan adalah sebesar Rp 1.070.579.550. Terdapat keuntungan selisih kurs sebesar Rp. 393.038.429 saat perusahaan menggunakan teknik *forward contract hedging* maka dapat disimpulkan bahwa teknik *forward contract hedging* menghasilkan hasil yang lebih baik dibandingkan tidak menggunakan teknik *hedging (open position)* karena terdapatnya keuntungan dari selisih kurs.

Analisis deskriptif dilakukan sebelum melakukan suatu uji statistik dimana analisis deskriptif tersebut menggunakan variabel untuk mengetahui nilai rata-rata, nilai maksimum, nilai minimum, dan deviasi standar setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Berikut merupakan hasil statistik deskriptif.

Tabel 5 Statistik Deskriptif

Keterangan	Mean	Minimum	Maksimum	Deviasi Standar
Open Position	2.61E7	8853260	6.E7	1.434E7
Forward Contract Hedging	4.12E7	1.E7	1.E8	2.344E7

Berdasarkan tabel 5, dapat diketahui bahwa piutang usaha ketika perusahaan tidak menggunakan

teknik *hedging (open position)* adalah sebesar Rp 2.61E7, sedangkan saat menggunakan teknik *hedging* adalah sebesar Rp 4.12E7. Berdasarkan hasil tersebut dapat dibandingkan bahwa terdapat dampak dari selisih kurs yang menyebabkan suatu keuntungan bagi perusahaan pada piutang usahanya yaitu sebesar Rp 1.51E7.

Perbedaan hasil jumlah piutang usaha ketika perusahaan tidak menggunakan teknik *hedging (open position)* dan saat menggunakan teknik *hedging* dapat dibandingkan dengan menggunakan uji statistik yaitu uji beda T-test. Berikut ini merupakan hasil uji beda T-test yang dilakukan untuk membandingkan hasil jumlah piutang usaha ketika perusahaan tidak menggunakan teknik *hedging (open position)* dan saat menggunakan teknik *hedging*.

Tabel 6 Hasil Uji Beda T-test

	Mean	T	Sig.
Open Position	2.61E7		
Forward Contract Hedging	4.12E7		
Open Position - Forward Contract Hedging	-1.512E7	-8.301	0,000

Berdasarkan hasil uji yang dilakukan untuk menguji perbedaan hasil jumlah piutang usaha ketika perusahaan tidak menggunakan teknik *hedging (open position)* dan saat menggunakan teknik *hedging*, didapatkan hasil t-hitung = -8.710 dimana sig. (2-tailed) = 0,000. Sig. (2-tailed) = 0,000 < tingkat signifikansi = 0,05. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dikatakan bahwa  $H_0$  ditolak, yaitu terdapat hasil yang lebih baik jika menggunakan *forward contract hedging* daripada teknik *open position*.

## PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

*Hedging* digunakan sebagai suatu lindung nilai untuk melindungi piutang usaha perusahaan dimasa mendatang dari fluktuasi nilai tukar yang menyebabkan eksposur valuta asing. Saat perusahaan tidak menggunakan teknik *forward contract hedging (open position)*, piutang usaha perusahaan adalah sebesar Rp 677.541.121 sedangkan ketika perusahaan menggunakan teknik *forward contract hedging* piutang usaha perusahaan adalah sebesar Rp 1.070.579.550. Terdapat keuntungan selisih kurs sebesar Rp 393.038.429 saat perusahaan menggunakan

teknik *forward contract hedging* maka dapat disimpulkan bahwa teknik *forward contract hedging* menghasilkan hasil yang lebih baik dibandingkan tidak menggunakan teknik *hedging (open position)* karena terdapatnya keuntungan dari selisih kurs.

Terdapat hasil yang sama dengan penelitian yang dilakukan Maniar (2016), Djenic, *et al.* (2012), Alim (2014), dan Larasati (2017), bahwa penggunaan *forward contract hedging* lebih baik daripada penggunaan *open position*. Hal tersebut didukung pula dengan hasil uji beda T-test yang dilakukan, dimana hasil yang didapatkan yaitu ketika perusahaan tidak menggunakan teknik *hedging (open position)* piutang usaha perusahaan adalah sebesar Rp 2.61E7, sedangkan saat menggunakan teknik *hedging* piutang usaha perusahaan adalah sebesar Rp 4.12E7. Berdasarkan hasil tersebut dapat dibandingkan bahwa terdapat dampak dari selisih kurs yang menyebabkan suatu keuntungan bagi perusahaan pada piutang usahanya yaitu sebesar Rp 1.51E7 ketika perusahaan menggunakan teknik *forward contract hedging*. Uji beda T-test menunjukkan bahwa hasil t-hitung = -8.301 dan sig. (2-tailed) = 0,000. Sig. (2-tailed) = 0,000 < tingkat signifikansi = 0,05. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dikatakan bahwa  $H_0$  ditolak, yaitu terdapat hasil yang lebih baik jika menggunakan *forward contract hedging* daripada teknik *open position*.

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian, adapun implikasi dari hasil penelitian ini yaitu *forward contract hedging* dapat mengurangi risiko yang timbul akibat fluktuasi kurs yang menyebabkan eksposur valuta asing maka penggunaan *forward contract hedging* sangat membantu bagi perusahaan yang terjun di dalam perdagangan internasional khususnya CV. Sabi-Sabi untuk meminimalisasi eksposur valuta asing yang akan terjadi. Berdasarkan hasil penelitian, metode *forward contract hedging* lebih menguntungkan digunakan untuk menghadapi eksposur valuta asing dibandingkan dengan metode *open position* pada CV. Sabi-Sabi tahun 2014-2016 karena berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil bahwa metode *forward contract hedging* memberikan keuntungan dari adanya selisih kurs. Hasil penelitian ini mendukung teori mengenai kontrak forward yang dikemukakan menurut Levi (2001:57) dimana kontrak forward berguna untuk mengurangi risiko yang timbul dari perubahan kurs saat mengimpor, mengekspor, meminjam, dan berinvestasi.

## SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa metode *forward contract hedging* lebih menguntungkan digunakan untuk menghadapi eksposur valuta asing dibandingkan dengan metode *open position* pada CV. Sabi-Sabi tahun 2014-2016 karena berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil bahwa metode *forward contract hedging* memberikan keuntungan dari adanya selisih kurs. *Forward Contract Hedging* dapat mengurangi risiko yang timbul akibat fluktuasi kurs yang menyebabkan eksposur valuta asing maka penggunaan *forward contract hedging* sangat membantu bagi perusahaan yang terjun di dalam perdagangan internasional untuk meminimalisasi eksposur valuta asing yang akan terjadi.

Berdasarkan hasil analisis dan simpulan, maka saran yang dapat diberikan kepada pihak-pihak yang memerlukan yaitu bagi perusahaan CV. Sabi-Sabi agar mempertimbangkan penggunaan teknik antara *hedging* atau *open position* (tanpa *hedging*) yang dapat dilakukan untuk menghadapi eksposur valuta asing. Selain itu, perusahaan sejenis yang melakukan penjualan ekspor sebaiknya menggunakan teknik *hedging* untuk melindungi kurs jual saat transaksi dilakukan. Sedangkan bagi peneliti selanjutnya, peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti teknik *forward contract hedging* dan *open position* lebih baik lagi dengan menambahkan teknik *hedging* yang lainnya pada berbagai jenis perusahaan agar dapat diperoleh hasil yang lebih konsisten mengenai manfaat *hedging*.

## REFERENSI

1. Aabo, Tom., Jochen Kuhn and Giovanna Zanotti. 2010. Founder Family Influence and Foreign Exchange Risk Management. *International Journal of Managerial Finance*, 7(1), pp: 38-67.
2. Alim, M. B. 2014. Analisis Forward Contract Hedging Dan Open Position Dalam Menghadapi Eksposur Valuta Asing (Studi Pada PT "XYZ"). *Jurnal Mahasiswa Teknologi Pendidikan*, 2(2), h: 1-22.
3. Anthonius. 2012. Analisa Perbandingan Penggunaan Open Position, Forward Contract, dan Money Market Hedging Terhadap Utang Ekspedisi Luar Negeri (Studi Kasus pada Perusahaan Jasa PT. X di Bandung). Skripsi Sarjana Jurusan Manajemen pada Fakultas

- Ekonomi Universitas Kristen Maranatha, Bandung.
4. Bank Indonesia, data Suku Bunga Deposito IDR pada tanggal 13 Oktober 2017.
  5. Chong, Lee-Lee., Xiao Jun Chang and Siow Hooi Tan. 2014. Determinants of Corporate Foreign Exchange Eisk Hedging. *Managerial Finance*, 40(2), pp: 176-188.
  6. Djenic, Marina., Snezana Popovic Avric and Lidija Barjaktarovic. 2012. *Journal of Central Banking Theory and Practice*, 2, pp: 75-96.
  7. Enggawati, Jevi., Moch Dzulkirom AR, dan Raden Rustam Hidayat. 2013. Analisis Penggunaan Teknik Hedging Contract Forward untuk Mengurangi Kerugian Selisih Kurs Valas atas Hasil Penjualan Ekspor. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(2), h: 31-37.
  8. Griffin, Ricky W. dan Michael W. Pustay. 2005. *Bisnis Internasional: Perspektif Manajerial Jilid 1*. Edisi ke 4. Jakarta: PT. Index.
  9. Hanafi, Mamduh. 2014. *Manajemen Risiko*. Edisi ke 2. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
  10. Klimczak, Karol M. 2008. Corporate Hedging and Risk Management Theory: Evidence from Polish Listed Companies. *Journal of Risk Finance*, 9(1), pp: 20-39.
  11. Larasati, Ni Putu Era dan A.A Gede Suarjaya. 2017. Analisis *Forward Contract Hedging* dan *Open Position* dalam Menghadapi Eksposur Valuta Asing. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(5), h: 2556-2581.
  12. Levi, Maurice D. 2001. *Keuangan Internasional*. Edisi Kedua. ANDI: Yogyakarta
  13. Madura, Jeff. 2009. *Manajemen Keuangan Internasional Jilid 1*. Edisi ke 8. Jakarta: Salemba Empat.
  14. Maniar, Hiren. 2016. Hedging Practices Used by Indian Companies in Managing Foreign Exchange Risk. *The IUP Journal of Financial Risk Management*, 13(1), pp: 41-62.
  15. Mitariani, N. W. E., Sedana, I. B dan Badjra, I. B. 2013. Analisis Perbandingan Penggunaan Hedging Antara Forward Contract Dengan Currency Swap Untuk Meminimasi Risiko Foreign Exchange. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, 7(1), h: 1-8.
  16. Otoritas Jasa Keuangan, data Suku Bunga Deposito JPY pada tanggal 17 November 2017
  17. Oliveira, Fernando Nascimento De. 2012. Exchange Rate Exposure of Firm and The Demand for Foreign Exchange Derivative in Brazil: Did Hedge or Speculation Matter?. *Economia Aplicada*, 16(4), pp: 613-641.
  18. Omar, Abdullah Bin., Kamarun Nisham B Taufil Mohammad and Norzalina. 2017. Exposur to Foreign Exchange Rate Risk: A Review of Empirical Evidences. *Journal of Insurance and Financial Management*, 2, Issue 5, pp: 79-91.
  19. Rinny dan Rishi Septa Saputra. 2016. Analisa Lindung Nilai (hedging) Terhadap Transaksi Pembelian Bahan Baku dalam Mata Uang Asing USD (Studi Kasus PT. TD Automotive Compressor Indonesia periode Oktober 2014-Januari 2015). *Jurnal Mahasiswa Bina Insani*, 1(1), h: 77-91.
  20. Wong, K. P. (2013). Cross Hedging with Currency Forward Contracts. *Journal of Futures Markets*, 33(7), pp: 653-674.
  21. [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id)



# PENGARUH LOYALITAS, PRESTASI KERJA DAN KOMPETENSI KARYAWAN TERHADAP PROMOSI JABATAN DI PT. PLN (PERSERO) DISTRIBUSI BALI

Ni Komang Tri Astiti<sup>1</sup>, A.A Sagung Kartika Dewi<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia  
email: Sagungkartika@unud.ac.id

---

**Abstrak:** Promosi Jabatan merupakan penghargaan dengan kenaikan jabatan karena memiliki keunggulan tertentu dibidang tertentu dibandingkan rekan kerja lainnya dalam organisasi. Agar karyawan dapat mencapai promosi jabatan, perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi promosi jabatan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis Pengaruh loyalitas, prestasi kerja dan kompetensi karyawan terhadap promosi jabatan pada karyawan di PT. PLN (Persero) Distribusi Bali. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Sampel yang diambil sebanyak 65 responden, dengan metode *proportionate random sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuisioner dengan menggunakan skala likert 5 poin untuk mengukur 22 item pernyataan. Hasil analisis menunjukkan bahwa loyalitas berpengaruh positif terhadap promosi jabatan, prestasi kerja berpengaruh positif terhadap promosi jabatan, kompetensi karyawan berpengaruh positif terhadap promosi jabatan, serta penelitian ini juga berhasil membuktikan bahwa loyalitas, prestasi kerja dan kompetensi karyawan berpengaruh positif terhadap promosi jabatan. Peneliti merekomendasikan bahwa perusahaan harus memperhatikan penerapan penilaian promosi jabatan secara objektif sehingga karyawan merasa lebih dihargai dan termotivasi untuk berprestasi.

Kata kunci: Loyalitas, Prestasi Kerja, Kompetensi Karyawan dan Promosi Jabatan.

---

**Abstract:** Promotion Position is a reward with promotion because it has certain advantages in the field particular than other colleagues in the organization. In order for employees to achieve promotions, companies need to pay attention to the factors that affect the promotion of positions. The purpose of this study to determine the influence of loyalty, work performance and employee competence to promotion positions to employees at PT. PLN (Persero) Distribution Bali. The analysis technique used is multiple liniear regression. Samples taken as many as 65 respondents, with the method of proportionate random sampling. The data were collected by distributing questionnaires using the Likert scale of 5 points to measure the 22 items of the statement. The result of the analysis shows that loyalty has positive effect on promotion, job performance have positive influence on promotion promotion, employee competence have positive influence on promotion, and this research also proves that loyalty, job performance and employee competence have positive effect on promotion. The researcher recommends that the company should pay attention to the implementation of appraisal of objective promotion so that employees feel more appreciated and motivated to perform.

**Keywords:** Loyalty, Job Performance, Employee Competence and Job Promotion.

---

## PENDAHULUAN

Manajemen sumber daya manusia (MSDM) adalah faktor dan harta yang sangat penting pada sebuah perusahaan. Alasannya karena manajemen sumber daya manusia yang bertanggung jawab sepenuhnya

terhadap pengelolaan seluruh tenaga kerja yang ada pada perusahaan. Operasional dari sebuah perusahaan sangat dipengaruhi oleh sumber daya manusia itu sendiri. Maka dari itulah yang menjadikan pemeliharaan perlu adanya perhatian yang khusus terhadap sumber daya manusia. Perusahaan modern

saat ini mementingkan pemeliharaan sumber daya yang dimiliki oleh pelaksanaan program kerja manajemen sumber daya manusia. Usaha-usaha untuk pemeliharaan sumber daya manusia tersebut akan kembali pada loyalitas dari setiap karyawan, prestasi kerja dan kompetensi yang berkaitan pada promosi jabatan yang mungkin untuk diperoleh oleh seorang karyawan.

Menurut Sutrisno (2009:3) Sumber Daya Manusia (SDM) adalah satu-satunya sumber daya yang memiliki keinginan, akal perasaan, pengetahuan, keterampilan, daya, dorongan, dan karya. Untuk mencapai tujuan, upaya organisasi dipengaruhi oleh potensi tersebut. Kemajuan teknologi, tersedianya modal, perkembangan informasi, tanpa SDM sulit bagi perusahaan untuk mencapai tujuannya. Tiap perusahaan harus memikirkan bagaimana cara agar dapat meningkatkan sumber daya manusia mempunyaidar mutu yang tinggi, sehingga dapat mendorong perusahaan agar maju. Salah satu caranya adalah dengan promosi jabatan dimana pimpinan perusahaan perlu memotivasi karyawan.

Seorang karyawan sangat menginginkan promosi atau kenaikan jabatan karena dipandang memiliki suatu penghargaan atas pengabdian dan jasa yang diberikan (Santoso, 2012). Promosi adalah dasar dalam pergerakan suatu organisasi yang menawarkan penghargaan secara nyata, status dan meningkatnya motivasi bekerja bagi karyawan (Souza, 2002). Kepuasan kerja karyawan dapat ditingkatkan dari promosi jabatan yang dapat membuat karyawan memberikan upaya ekstra dalam melakukan tugasnya (Cheung *et al.*, 2013).

Menurut Armstrong (2003), karyawan yang dipromosikan oleh perusahaan, mereka akan merasakan mendapatkan dukungan dari atasan dan orang-orang di sekitar organisasi, serta harapan tentang karir mereka di masa depan akan lebih baik. Penelitian Shah (2011) menemukan hasil bahwa promosi jabatan digunakan untuk meningkatkan kemampuan, ketrampilan, dan semangat kerja karyawan. Menurut Hasibuan (2011:109) faktor-faktor yang mempengaruhi promosi jabatan yaitu prestasi kerja, disiplin, kecakapan, pendidikan, kejujuran, loyalitas, kepemimpinan, kerjasama, dan komunikatif.

Menurut Ardana, dkk. (2012:136) loyalitas merupakan sikap pada mental karyawan ditujukan kepada keadaan perusahaan sehingga karyawan akan tetap bertahan dalam perusahaan, tanpa harus memperdulikan situasi perusahaan saat ini. Loyalitas adalah salah satu syarat yang ada dalam promosi

jabatan yang ditetapkan oleh perusahaan, karena karyawan yang mempunyai loyalitas tinggi terhadap organisasi atau perusahaan mampu memberikan hasil kinerja yang baik bagi pencapaian tujuan perusahaan (Aryani, dkk. 2010). Utomo (2002) menyatakan apabila semakin tinggi loyalitas yang dimiliki para karyawan di dalam suatu organisasi, maka semakin mudah pula bagi organisasi mencapai arah organisasi yang sudah ditetapkan sebelumnya.

Keadaan yang perlu diperhatikan mengenai apakah pegawai sebuah perusahaan pantas mendapatkan promosi jabatan atau tidak yaitu dengan cara melihat prestasi yang didapat dari pegawai tersebut. Tahap ini dikenal dengan penilaian prestasi kerja (Mangkuprawira, 2004:42). Prestasi kerja karyawan yang baik dapat diketahui setelah ia melakukan tugas-tugas yang diberikan kepadanya sesuai dengan standar yang sudah ditetapkan, sehingga perusahaan dapat memberikan upah yang sesuai atas prestasi kerja tersebut.

Keadaan lain yang dapat mempengaruhi promosi jabatan selain prestasi kerja adalah persaingan karyawan. Persaingan karyawan berpedoman pada pengetahuan (*Knowledge*), ketrampilan (*Skill*) dan sikap (*Attitude*) seseorang yang secara langsung dapat mempengaruhi kinerja karyawan (Dessler, 2009 : 713). Persaingan yang kuat merupakan dasar yang sangat berguna untuk membantu perusahaan dalam memajukan kualitas kinerja perusahaan. Semakin banyak persaingan dipikirkankan, maka semakin tinggi pula kinerjanya, oleh sebab itu pengaruh penilaian prestasi kerja dan persaingan karyawan sangat dibutuhkan dalam keputusan promosi karyawan (Iyan Padjalangi, 2009). Persaingan diperlukan dalam setiap proses sumber daya manusia. Semakin banyak persaingan yang dimiliki, maka semakin meningkat pula kinerjanya. Promosi jabatan bertujuan untuk memaksimalkan sumber daya manusia yang dimiliki suatu perusahaan.

Penelitian ini dilakukan di PT. PLN (Persero) Distribusi Bali yang merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) bergerak pada bidang penyediaan listrik untuk masyarakat. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh loyalitas, prestasi kerja dan kompetensi karyawan terhadap promosi jabatan pada karyawan di PT. PLN (Persero) Distribusi Bali

PT. PLN (Persero) Distribusi Bali sendiri berfokus pada pengembangan SDM, dimana setiap kegiatan maupun proses yang berkaitan dengan ketenagakerjaan atau personalia dilakukan di PT. PLN (Persero) Distribusi Bali. Kegiatan pengembangan

SDM yang berkaitan dengan promosi jabatan disebut FPT (*Fit and Proper Test*) dimana kegiatan ini diperuntukan untuk karyawan yang dianggap memenuhi kriteria untuk dipromosikan. Saat ini jumlah karyawan PT. PLN (Persero) Distribusi Bali sebanyak 182 karyawan yang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Menunjukkan bahwa jumlah karyawan PT. PLN (Persero) Distribusi Bali pada tahun 2017 sebanyak 182 orang, jumlah tersebut terdiri dari 120 orang jabatan fungsional dan 62 orang jabatan struktural. Permasalahan yang dijumpai salah satu permasalahan yang ada pada karyawan adalah tidak semua karyawan memiliki kesempatan memperoleh promosi jabatan.

**Tabel 1.**  
**Jumlah Karyawan di PT. PLN (Persero)**  
**Distribusi Bali Tahun 2017**

No.	JABATAN	PEGAWAI (Orang)
1.	Bidang Distribusi	28
2.	Bidang Keuangan	28
3.	Bidang Kom, Hukum dan Adm	30
4.	Bidang Perencanaan	25
5.	Bidang SDM & Organisasi	17
6.	Bidang Niaga & Pel Pelanggan	29
7.	Perencanaan Pengadaan	6
8.	Pelaksanaan Pengadaan	6
9.	<i>Specialist Assurance</i> dan Kinerja	2
10.	<i>Specialist</i> Manajemen Resiko	3
11.	Engineer Performance Improvement	5
12.	Officer Administrasi	3
	Jumlah	182

Sumber: PT.PLN (Persero) Distribusi Bali, 2017

Menurut ketentuan perusahaan, untuk promosi jabatan ada beberapa kriteria sebagai penilaian diantaranya karyawan harus memiliki sikap loyalitas terhadap perusahaan, prestasi kerja yang baik serta kompetensi yang sesuai dibidangnya. Jika semua kriteria penilaian di dalam promosi jabatan sudah terpenuhi, maka promosi jabatan dapat dilaksanakan.

Terkait dengan sikap loyal, karyawan yang dianggap memenuhi kriteria tidak selalu siap dan bersedia untuk dipromosikan ke jenjang jabatan yang

lebih tinggi, karena semakin tinggi jabatan maka semakin tinggi resiko dalam pekerjaan, kurangnya sikap tanggungjawab yang dimiliki, tidak lepas pula dari prestasi ditempat kerja karena terkadang karyawan cenderung sekedar memenuhi absen dan kewajiban sebagai seorang karyawan dan kurangnya inisiatif untuk bekerja sehingga kurang optimal dalam mencapai target. Selain itu jumlah karyawan yang ingin dipromosikan jumlahnya banyak namun sedikit karyawan yang memenuhi syarat dalam faktor penilaian seperti kompetensi dan prestasi kerja sehingga terkadang banyak karyawan yang tidak disertakan merasa pesimis dan jera untuk melibatkan diri dalam *proper test* pada periode-periode berikutnya, akibatnya terdapat beberapa karyawan yang bekerja bertahun-tahun namun tidak terlibat dalam jenjang dan pengembangan karir seperti promosi jabatan di dalam perusahaan.

Berdasarkan dari hasil wawancara terhadap 10 orang karyawan mengenai pelaksanaan promosi jabatan, terdapat beberapa permasalahan yang berkaitan dengan promosi jabatan saat ini. Hasil wawancara terangkum dan disajikan pada Table 2

**Tabel 2.**  
**Hasil Rekapitan Wawancara terhadap Karyawan**  
**PT. PLN (Persero) Distribusi Bali**

No	Jabatan	Hasil Wawancara
1.	DM. Peng SDM	Adanya faktor sosial dan persahabatan dalam penilaian promosi jabatan
2.	Spv. Adm SDM	Adanya unsur diskriminasi dalam promosi jabatan
3.	Sekretaris MSDMO	Standar penilaian kompetensi yang terus meningkat setiap periode FTP ( <i>Fit and Proper Test</i> )
4.	Staff Adm. Niaga	Pelaksanaan FTP ( <i>Fit and Proper Test</i> ) tanpa penjadwalan
5.	Staff SDM & Org	Promosi jabatan untuk bidang struktural terbatas

6.	Spv. Hub Industrial & TK	Formasi jabatan struktural jumlahnya terbatas
7.	Asst. Analisis Org & Prc. TK	Promosi jabatan tidak sesuai dengan latar belakang pendidikan atau kompetensi karyawan

Sumber: Data primer, 2017.

Dari beberapa pernyataan tersebut menjelaskan bahwa terkait promosi jabatan karyawan mengalami beberapa kondisi permasalahan manajemen dalam FPT (*Fit and Proper Test*). Penilaian promosi jabatan karyawan sulit diterapkan secara objektif dan terkesan diskriminatif karena adanya unsur subjektif seperti nepotisme, faktor sosial dan persahabatan. Promosi jabatan hanya diinformasikan terhadap beberapa karyawan saja dan tidak diinformasikan secara menyeluruh sehingga karyawan yang tidak mengetahui hal tersebut merasa telah menjadi korban diskriminasi. Pada dasarnya FPT (*Fit and Proper Test*) diperuntukan bagi semua karyawan dengan kriteria yang sesuai dengan jabatan yang tersedia.

Promosi jabatan untuk bidang struktural masih

sangat kurang salah satu alasan tersebut karena formasi jabatan di bidang tersebut terbatas. Banyak karyawan yang memperlakukan standar kompetensi serta penjadwalan FTP (*Fit and Proper Test*), standar kompetensi setiap periode *proper test* terus meningkat mengharuskan karyawan untuk terus meningkatkan kemampuan serta prestasinya namun penjadwalan *proper test* yang dilakukan secara mendadak mengakibatkan karyawan kehilangan kesempatan untuk *proper test* tersebut karena kurangnya kesiapan. Hasil wawancara lainnya dengan salah satu pihak bidang SDM dan Pengembangan diperoleh informasi bahwa terdapat permasalahan pada saat melakukan *Fit and Proper Test* pada periode sebelumnya yang berkaitan dengan kompetensi yaitu ketidaksesuaian latar belakang pendidikan dengan posisi yang ditugaskan. Data promosi jabatan pada PT. PLN (Persero) Distribusi Bali Tahun 2016 disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3 menunjukkan bahwa telah terjadi ketidaksesuaian penempatan promosi jabatan dengan latar belakang pendidikan, terdapat 3 orang karyawan diantaranya latar belakang pendidikan teknik industri menjabat sebagai *Assistant Analisis Organisasi & Perencanaan* sehingga terjadi kesenjangan antara tugas dan tanggung jawab yang diberikan.

**Tabel 3.**  
**Data Latar Belakang Pendidikan dan Jabatan, FTP (Fit And Proper Test) Tahun 2016 (orang)**

No.	Periode FTP	Jml)	Sesuai	Tidak Sesuai	Pendidikan	Jabatan
1.	Januari	5	4	1	(S1) Teknik Industri	Asst. Analisis Org & Prc. TK
2.	Maret	4	4	-	-	-
3.	Juli	6	5	1	(S1) Teknik Elektro	D M . Perencanaan SDM
4.	Oktober	4	3	1	(D3) Akuntansi	D M . Mekanisme Niaga
	Jumlah	19	16	3		

Sumber: PT. PLN (Persero) Distribusi Bali, 2016

Tidak hanya latar belakang pendidikan yang menjadi permasalahan FTP (*Fit and Proper Test*), jumlah karyawan yang dibutuhkan dalam promosi jabatan terhadap jumlah karyawan yang telah

dipromosikan tidak sesuai. Data promosi jabatan pada PT. PLN (Persero) Distribusi Bali Tahun 2017 disajikan pada Tabel 4.

**Tabel 4.**  
**Data Jumlah Karyawan yang Mengikuti FTP (Fit And Proper Test) Tahun 2017 (s/d bulan Juli)**

No.	Periode FTP	Jumlah (Orang)	Masa Kerja (Th)	Butuh (Org)	promosi (Org)	Jabatan
1.	Februari	4	≥ 2	2	3	Bidang Keuangan
2.	Maret	4	≥ 5	2	3	Bidang SDM & Organisasi
3.	Juni	7	≥ 7	3	3	Bidang Niaga & Pel. Pelanggan
4.	Juli	5	≥ 5	3	4	B i d a n g Distribusi
	Jumlah	20		10	13	

*Sumber:* PT. PLN (Persero) Distribusi Bali, 2017

Tabel 4 menunjukkan karyawan dengan masa kerja minimal 2 tahun dapat mengikuti promosi jabatan atau FPT (*Fit and Proper Test*). Promosi jabatan di PT. PLN (Persero) Distribusi Bali dilakukan sesuai dengan kebutuhan penempatan tenaga kerja, namun pada kenyataannya tidak sesuai dengan kondisi yang seharusnya. Tabel 1.4 menunjukkan jumlah karyawan yang dibutuhkan untuk promosi jabatan sebanyak 10 orang namun yang dipromosikan sebanyak 13 orang. Dari beberapa permasalahan tersebut mencerminkan ketidakadilan atau adanya unsur subjektif dalam penilaian promosi jabatan dan tentunya akan berimplikasi pada menurunnya produktivitas. Oleh karena itu pentingnya setiap perusahaan untuk memiliki dan menjalankan sistem promosi yang sesuai dengan standar operasional prosedur perusahaan (SOP).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh loyalitas, prestasi kerja dan kompetensi karyawan terhadap promosi jabatan pada karyawan di PT. PLN (Persero) Distribusi Bali.

Loyalitas adalah syarat dalam sebuah promosi jabatan yang digunakan dalam perusahaan, karyawan yang mempunyai loyalitas tinggi pada perusahaan dapat memberikan kontribusi yang baik dalam mencapai tujuan perusahaan (Aryani, dkk. 2010). Loyalitas merupakan sikap karyawan yang diarahkan kepada pada perusahaan sehingga karyawan mampu bertahan dalam perusahaan, tanpa memperdulikan kondisi perusahaan saat ini (Ardana, dkk. 2012:136), karyawan yang mempunyai loyalitas yang tinggi pada perusahaan akan berkesempatan besar mendapatkan promosi jabatan.

Arifin dan Mutamimah (2009) menyatakan bahwa motivasi yang diberikan oleh pimpinan sangat mempengaruhi loyalitas karyawan, dimana tingkat loyalitas karyawan yang tinggi berpengaruh terhadap promosi jabatan. Hamzah, dkk (2013) menyatakan loyalitas karyawan mempengaruhi promosi jabatan karena berhubungan dengan perasaan memiliki perusahaan, rasa tanggung jawab, dan pengorbanan. Serta diharapkan akan memberikan yang terbaik bagi perusahaan. Turkyilmaz, *et al.* (2011) mengemukakan bahwa komitmen karyawan dan loyalitas mempunyai hubungan secara langsung terhadap promosi jabatan. Penelitian Soegandhi, dkk. (2013) mendapatkan hasil bahwa loyalitas karyawan berpengaruh positif terhadap promosi jabatan. Karyawan yang mempunyai loyalitas tinggi terhadap perusahaan berkesempatan lebih besar untuk mendapatkan promosi jabatan.

H1 : Loyalitas berpengaruh positif terhadap Promosi Jabatan.

Promosi sangat diperlukan di sebuah organisasi. Seorang karyawan yang mempunyai semangat kerja atau prestasi kerja yang bagus dapat di promosikan (Purnama,2011). Penelitian Macdonald dan Lorne (2009) mengemukakan bahwa dalam berbagai tujuan termasuk keputusan personalia dalam melakukan promosi jabatan penelitian prestasi kerja bisa dilaksanakan. Menurut Nasution (2000:99) prestasi kerja bisa dilihat pada kualitas hasil kerja, kerjasama, dan inisiatif. Menurut Ramadhany, dkk (2012), prestasi kerja adalah tingkat penerapan kerja yang melihat hasil kerja karyawan sesuai standar yang



berlaku pada suatu perusahaan. Cressidda, dkk (2013) pada karyawan Bank Sumsel Cabang Kapten A. Rivai Palembang, di dapatkan hasil kerja, kuantitas hasil kerja, dan ketepatan waktu penyelesaian hasil kerja.

Penilaian prestasi kerja berpengaruh secara nyata dan positif terhadap promosi jabatan karyawan, karena penilaian prestasi kerja diharapkan agar karyawan yang berkinerja buruk dan cukup dapat meningkatkan kinerjanya (Sugiarto, 2006). Wier *et al.*, (2002) menyebutkan bahwa prestasi kerja berpengaruh secara langsung dan positif terhadap promosi jabatan.

H2 : Prestasi kerja berpengaruh positif terhadap promosi jabatan.

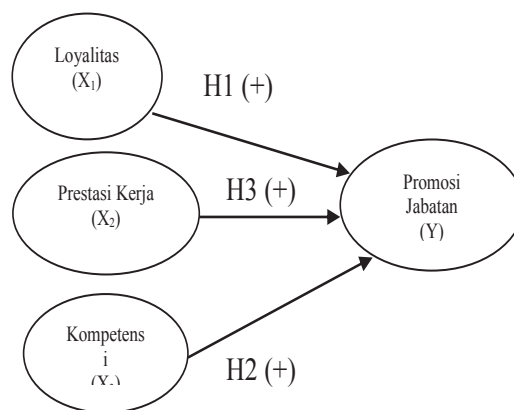
Menurut Deassler (2004:713) persaingan karyawan mengarah kepada ketrampilan, pengetahuan, dan sikap seseorang sangat mempengaruhi promosi jabatan. Mangkuprawira (2004:196) mengemukakan besar kecilnya suatu kompetensi karyawan mestandarkan perusahaan dalam menerapkan system promosi jabatan sebagai salah satu upah balas jasa, meskipun tidak semua karyawan yang bisa dipromosikan karena perlu adanya keseimbangan *input* dan *output* yang diperoleh karyawan. Ini sangat mempengaruhi perusahaan dalam membuat keputusan promosi jabatan. Stumpf (2010:459), mengemukakan bahwa karyawan yang bisa mengoptimalkan kemampuan untuk dipromosikan dan imbalan yang layak mereka dapatkan dengan mengembangkan persaingan yang dimiliki sesuai dengan keinginan dari perusahaan (Wang, 2011:94).

Kompetensi berpengaruh terhadap promosi jabatan karena kompetensi merupakan kriteria dalam promosi jabatan dan kemajuan perusahaan (Marsh, 2014:47). Karyawan yang mempunyai potensi kerja akan menentukan promosi jabatan itu karena seorang manajer dalam menerapkan sistem promosi jabatan harus secara aktif memilih kemampuan bagi perusahaan dan efektif meningkatkan daya saing terhadap perusahaan lain (Lai, 2012:231).

H3 : Kompetensi karyawan berpengaruh positif terhadap promosi jabatan

## METODE PENELITIAN

Berdasarkan hipotesis yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dibuat hubungan antara Variabel independen dengan variabel dependen seperti digambarkan model penelitian sebagai berikut:



**Gambar 1. Model Penelitian**

Promosi adalah penghargaan dengan kenaikan jabatan karena memiliki keunggulan tertentu dibandingkan rekan kerja lainnya dalam organisasi tertentu. Beberapa indikator-indikator dari promosi jabatan menurut Hasibuan (2013:111) adalah sebagai berikut.

Kesetiaan (Y1.1). Merupakan sikap pengabdian karyawan terhadap tempat kerjanya. Indikator kesetiaan dalam penelitian ini diukur dari penilaian responden mengenai pemberian promosi jabatan oleh perusahaan kepada karyawan yang memiliki loyalitas terhadap perusahaan.

Tingkat pendidikan (Y1.2). Merupakan jenjang akademis seorang karyawan. Indikator tingkat pendidikan dalam penelitian ini diukur dari penilaian responden mengenai pemberian promosi jabatan oleh perusahaan kepada karyawan berdasarkan tingkat pendidikan karyawan.

Pengalaman kerja (Y1.3). Merupakan pengalaman seorang karyawan terhadap suatu bidang pekerjaannya. Indikator pengalaman kerja dalam penelitian ini diukur dari penilaian responden mengenai promosi jabatan yang diberikan oleh perusahaan kepada karyawan berdasarkan pengalaman kerja karyawan.

Inisiatif (Y1.4). Merupakan kesadaran karyawan dalam melakukan tugas tanpa menunggu perintah atasan. Indikator inisiatif dalam penelitian ini diukur dari penilaian responden mengenai promosi jabatan yang diberikan oleh perusahaan kepada karyawan yang memiliki inisiatif dalam melakukan pekerjaannya.

Loyalitas merupakan mutu dari sikap kesetiaan karyawan terhadap perusahaan dengan memberikan atau menunjukkan dukungan dan kepatuhan yang teguh dan konstan kepada seseorang atau institusi. Menurut

Nitisemito (2005:179) indikator loyalitas yaitu sebagai berikut.

Karyawan memiliki tekad dan mampu untuk menaati segala aturan, perintah dari perusahaan dan tidak akan melanggar peraturan yang telah ditetapkan baik tertulis maupun tidak tertulis. Karakteristik pekerjaan dan mengutamakan tugasnya mempunyai risiko yang dibebankan karyawan. Karyawan yang mampu dalam menyelesaikan tugas akan memberikan pengertian tentang keberanian dan kesediaan menanggung rasa tanggung jawab ini melahirkan loyalitas kerja.

Mempunyai mental yang mempengaruhi seseorang dalam memberikan reaksi terhadap stimulasi mengenai dirinya sendiri dapat diperoleh dari pengalaman dapat merespon stimulasi tidaklah sama. Ada yang merespon secara positif dan ada yang merespon secara negatif. Prestasi kerja adalah suatu hasil kerja yang dihasilkan oleh karyawan atau perilaku nyata yang ditampilkan sesuai dengan peranannya dalam organisasi berdasarkan kecakapan, pengalaman dan kesungguhan serta ketetapan waktu. Beberapa indikator penilaian peserta kerja menurut Hasibuan (2013:95) dan telah disesuaikan di tempat penelitian adalah sebagai berikut.

Penilai menilai hasil kerja baik kualitas maupun kuantitas yang dapat dihasilkan oleh karyawan tersebut uraian pekerjaannya. Penilaian menilai disiplin karyawan dalam mematuhi aturan yang ada mengajukan pekerjaannya sesuai dengan arahan yang diberikan kepadanya. Kemampuan karyawan dan mengembangkan kreativitas untuk menyelesaikan pekerjaannya, sehingga bekerja lebih berdayaguna. Memberikan kesan yang menyenangkan, memperhatikan sikap yang baik dan penampilan simpatik serta wajar dari karyawan tersebut. Kompetensi merupakan kewenangan dan kecakapan atau kemampuan seseorang dalam melaksanakan tugas atau pekerjaan sesuai dengan jabatan yang diduduki.

Menurut Sutrisno (2011:204) indikator yang menentukan kompetensi karyawan yaitu sebagai berikut: Pengetahuan (X3.1). Merupakan kesadaran dalam bidang kognitif dimana harus mampu melaksanakan pembelajaran yang baik sesuai dengan kebutuhan yang ada di perusahaan. Indikator ini diukur dengan penilaian responden mengenai pengetahuan sosial yang dimiliki sesuai dengan bidang pekerjaan.

Pemahaman (X3.2). Merupakan keadaan pengalaman dan rasa kasig sayang yang dimiliki oleh seseorang dimana dalam melaksanakan pembelajaran

harus mempunyai pemahaman yang baik tentang karakteristik dan kondisi kerja efektif dan efisien. Indikator ini diukur dari penilaian responden mengenai pemahaman atas pekerjaan yang diberikan oleh pimpinan.

Sikap kerja (X3.3). Merupakan perasaan atau reaksi terhadap suatu rangsangan yang datang dari luar. Indikator ini diukur dari penilaian responden mengenai reaksi yang ditunjukkan terhadap masalah yang dihadapi saat menyelesaikan pekerjaannya. Kemampuan (X3.4). Merupakan suatu yang dimiliki oleh individu untuk melaksanakan tugas atau pekerjaan yang dibebankan kepadanya. Indikator ini diukur dari penilaian responden mengenai kemampuan diri sendiri dalam melaksanakan tugas atau pekerjaannya. Minat (X3.5). Merupakan kecenderungan seseorang untuk melakukan suatu pekerjaan. Indikator ini diukur dari penilaian responden mengenai keinginan dari karyawan melakukan pekerjaan tanpa tuntutan dari pihak lain.

Jenis data dalam penelitian ini yaitu data kuantitatif adalah jumlah karyawan dan data-data perusahaan lainnya yang berkaitan dengan variabel yang akan diteliti. Sedangkan data kualitatif adalah sejarah perusahaan, struktur organisasi dan lain lain. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder, sumber primer adalah sumber yang di catat langsung oleh peneliti melalui hasil kuisioner dan wawancara mengenai masalah – masalah menyangkut loyalitas, prestasi kerja, kompetensi karyawan dan promosi jabatan di PT. PLN (Persero) Distribusi Bali. Data sekunder pada penelitian ini adalah sejarah perusahaan, struktur organisasi dan jumlah karyawan di PT. PLN (Persero) Distribusi Bali.

Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah seluruh pegawai yang berada di PT. PLN (Persero) Distribusi Bali yang berjumlah 182 Orang. Metode penelitian sampel menggunakan *proportionate stratified random sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel anggota populasi yang dilakukan secara proporsional yaitu berdasarkan *proportionate stratified random sampling* yang berjumlah 65 orang.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data dari 65 responden yang merupakan karyawan PT. PLN (Persero) Distribusi Bali, dapat digambarkan karakteristik responden yang diklasifikasikan dalam jenis kelamin, usia, pendidikan dan masa kerja yang dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5 menunjukkan secara umum tentang karakteristik masing-masing responden dalam penelitian ini sebagai berikut. Jenis kelamin responden terbanyak adalah laki-laki yaitu sebanyak 42 orang atau sebesar 64,62 persen, sedangkan responden perempuan sebanyak 23 orang atau sebesar 35,38 persen. Hal ini dimungkinkan karena laki-laki lebih memiliki waktu kerja yang produktif dan lebih dominan diutamakan dalam pekerjaan yang beresiko dilapangan berkaitan dengan mesin dan elektro dibandingkan perempuan.

**Tabel 5.**  
**Karakteristik Responden Penelitian**

No	Kriteria	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1.	Jenis Kelamin		
	a. Laki-laki	42	64,62
	b. Perempuan	23	35,38
	Jumlah	65	100,00
2.	Usia		
	a. 20–25 Tahun	6	9,23
	b. 26–30 Tahun	9	13,85
	c. 31–35 Tahun	8	12,31
	d. 36–40 Tahun	33	50,76
	e. > 40 Tahun	9	13,85
	Jumlah	65	100,00
3.	Pendidikan		
	a. S L T A / Sederajat	6	9,23
	b. Diploma	37	56,92
	c. Sarjana	22	33,85
	Jumlah	65	100,00
4.	Masa Kerja		
	a. < 1 Tahun	4	6,15
	b. 1 – 2,5 Tahun	6	9,23
	c. 2,6 – 5 Tahun	10	15,39
	d. 5,1 – 10 Tahun	7	10,77
	e. 10,1 – 15 Tahun	12	18,46
	f. > 15 Tahun	26	40,00
	Jumlah	65	100,00

Sumber: Data diolah, 2017

Usia responden yang terbanyak adalah berusia 36-40 Tahun yaitu sebanyak 33 orang atau sebesar 50,76 persen, sedangkan usia responden terendah adalah 6 orang atau sebesar 9,23 persen. Hal ini

memberi penjelasan pada rentang usia 36-40 dapat dikatakan karyawan telah memiliki pengalaman serta kemampuan dalam bekerja yang cukup baik terkait dengan lama bekerja.

Tingkat pendidikan Diploma merupakan latar belakang pendidikan terbanyak dari responden yaitu sebanyak 37 orang atau sebesar 56,92 persen. Diikuti oleh responden yang memiliki pendidikan Sarjana sebanyak 22 orang atau sebesar 33,85 persen, dan SLTA/Sederajat sebanyak 6 orang atau sebesar 9,23 persen. Hal ini memberikan penjelasan pada pendidikan Diploma lebih mampu untuk menjalankan tugas yang diberikan perusahaan dari pada tingkat pendidikan SLTP/Sederajat, sementara mereka meyakini bahwa pendidikan yang lebih tinggi mampu mendongkrak kemampuan dan ketrampilan mereka dalam bekerja.

Responden yang memiliki masa kerja yang paling lama adalah di atas 15 tahun yaitu sebanyak 26 orang atau sebesar 40,00 persen, diikuti oleh responden yang memiliki masa kerja 10,1 sampai dengan 15 tahun sebanyak 12 orang atau sebesar 18,46 persen, kemudian masa kerja 2,6 sampai dengan 5 tahun sebanyak 10 orang atau sebesar 15,39 persen, sedangkan terendah adalah kurang dari 1 tahun sebanyak 4 orang atau sebesar 6,15 persen. Hal ini memberikan penjelasan sebagian besar responden memiliki loyalitas yang tinggi terhadap organisasinya yang sejak usia muda mereka mengabdikan hingga belasan tahun bahkan puluhan tahun.

Suatu instrument dikatakan valid jika korelasi antara skor faktor dengan skor total bernilai positif dan nilainya lebih dari 0,30 ( $r > 0,3$ ). Tabel berikut menyajikan hasil uji validitas instrumen penelitian.

**Tabel 6**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen**

Variabel	Indikator	Koefisien Korelasi	Keterangan
Loyalitas (X <sub>1</sub> )	X <sub>1,1</sub>	0,632	Valid
	X <sub>1,2</sub>	0,761	Valid
	X <sub>1,3</sub>	0,638	Valid
	X <sub>1,4</sub>	0,646	Valid
	X <sub>1,5</sub>	0,593	Valid

Prestasi Kerja (X <sub>2</sub> )	X <sub>2,1</sub>	0,732	Valid
	X <sub>2,2</sub>	0,651	Valid
	X <sub>2,3</sub>	0,670	Valid
	X <sub>2,4</sub>	0,567	Valid
	X <sub>2,5</sub>	0,599	Valid
	X <sub>2,6</sub>	0,448	Valid
	X <sub>2,7</sub>	0,648	Valid
	X <sub>2,8</sub>	0,530	Valid
Kompetensi Karyawan (X <sub>3</sub> )	X <sub>3,1</sub>	0,541	Valid
	X <sub>3,2</sub>	0,731	Valid
	X <sub>3,3</sub>	0,770	Valid
	X <sub>3,4</sub>	0,722	Valid
	X <sub>3,5</sub>	0,718	Valid
Promosi Jabatan (Y)	Y <sub>1</sub>	0,731	Valid
	Y <sub>2</sub>	0,844	Valid
	Y <sub>3</sub>	0,885	Valid
	Y <sub>4</sub>	0,361	Valid

Sumber :Data diolah, 2017

Hasil uji validitas pada Tabel 6 diatas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai koefisien korelasi dengan skor total seluruh item pernyataan lebih besar dari 0,30. Hal ini menunjukkan bahwa butir-butir pernyataan dalam instrument penelitian tersebut valid.

Suatu instrument dikatakan reliabel, jika instrument tersebut memiliki nilai Alpha Cronbach >0,60. Adapun hasil dari uji reliabilitas dapat ditunjukkan pada Tabel 7.

**Tabel 7.**  
**Hasil Uji Reliabilitas Instrumen**

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Loyalitas (X <sub>1</sub> )	0,758	Reliabel
2	Prestasi Kerja (X <sub>2</sub> )	0,747	Reliabel
3	Kompetensi Karyawan (X <sub>3</sub> )	0,776	Reliabel
4	Promosi Jabatan (Y)	0,782	Reliabel

Sumber : Data diolah, 2017

Hasil uji reliabilitas yang disajikan dalam Tabel 4.3 menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian memiliki koefisien Cronbach's Alpha > 0,60. Hal ini dapat dikatakan bahwa semua instrumen reliabel sehingga dapat digunakan untuk melakukan penelitian. Pengujian data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda, diperoleh hasil yang ditunjukkan pada Tabel 8.

**Tabel 8.**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1. (Constant)	.000	.078		.000	1.000
Loyalitas	.224	.100	.224	2.243	.029
Prestasi Kerja	.464	.098	.464	4.734	.000
Kompetensi Karyawan	.248		.107	2.325	.023
			.248		
<b>R Square</b>	<b>0,626</b>				
<b>Adjusted R Square</b>	<b>0,608</b>				
<b>F Hitung</b>	<b>34,050</b>				
<b>Signifikansi</b>	<b>0,000</b>				

Sumber : Lampiran 8 (Data diolah,2017)

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda seperti yang disajikan pada Tabel8, maka persamaan strukturalnya adalah sebagai berikut :

$$Y = 0,224 X_1 + 0,464 X_2 + 0,248 X_3 + e$$

Arti dari masing-masing koefisien adalah,  $\beta_1$  adalah koefisien  $b_1$ , bernilai positif (+) menunjukkan bahwa loyalitas berpengaruh positif terhadap promosi jabatan pada PT. PLN (Persero) Distribusi Bali, yang artinya apabila loyalitas meningkat maka promosi jabatan akan meningkat.  $\beta_2$  adalah koefisien  $b_2$ , bernilai

positif (+) menunjukkan bahwa prestasi kerja berpengaruh positif terhadap promosi jabatan pada PT. PLN (Persero) Distribusi Bali, yang artinya apabila prestasi kerja meningkat maka promosi jabatan akan meningkat.  $\beta_3$  adalah koefisien  $b_3$ , bernilai positif (+) menunjukkan bahwa kompetensi karyawan berpengaruh positif terhadap promosi jabatan pada PT. PLN (Persero) Distribusi Bali, yang artinya apabila kompetensi karyawan meningkat maka promosi jabatan akan meningkat.

$R^2$  adalah Nilai determinasi total sebesar 0,626

mempunyai arti bahwa sebesar 62,6% variasi Promosi Jabatan dominan dipengaruhi oleh, Prestasi Kerja dan diikuti faktor kompetensi karyawan dan loyalitas, sedangkan sisanya sebesar 37,4% dijelaskan dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model.

**Tabel9.**  
**Uji Kelayakan Model (F-test)**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	40.071	3	13.357	34.050	.000 <sup>a</sup>
Residual	23.929	61	.392		
Total	64.000	64			

Sumber : Data diolah, 2017

Tabel 9 hasil uji anova (Uji-F) di atas, diperoleh nilai antar kelompok pembanding = 3, nilai dalam kelompok penyebut = 64, pada  $\alpha=0.05$  maka nilai F tabelnya adalah  $F_{0,05}(3,64) = 2,75$ . Sedang F hitung = 34,050. Nilai F hitung > F tabel,  $34,050 > 2,75$ , dengan nilai sig.  $0,000 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak pada taraf nyata  $0,05$  ( **$H_1$  diterima**). Kesimpulannya, pada kelompok yang diuji **memiliki perbedaan yang nyata (signifikan)** berarti bahwa Loyalitas, Prestasi Kerja, dan Kompetensi Karyawan, secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Promosi Jabatan.

### Pengaruh Loyalitas Terhadap Promosi Jabatan

Analisis pengaruh Loyalitas Terhadap Promosi Jabatan diperoleh nilai signifikansi t sebesar 0,029 dengan nilai koefisien beta 0,224. Nilai Signifikansi t  $0,029 < 0,05$  berarti bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hasil ini mempunyai arti bahwa Loyalitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Promosi Jabatan. Koefisien regresi  $X_1$  sebesar 0,224, menunjukkan bahwa meningkatnya loyalitas yang dilakukan karyawan maka akan meningkatkan pula promosi jabatan di PT. PLN (Persero) Distribusi Bali.

Hasil penelitian ini ditunjukkan pada pernyataan kuisioner taat pada peraturan perusahaan merupakan kriteria dari promosi jabatan. Hal ini mendukung hipotesis pertama yaitu loyalitas berpengaruh positif terhadap promosi jabatan. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Arifin dan Mutamimah (2009), Soegandhi, dkk (2013) membuktikan dalam penelitiannya bahwa loyalitas berpengaruh positif terhadap promosi jabatan.

### Pengaruh Prestasi Kerja Terhadap Promosi Jabatan

Hasil analisis pengaruh Prestasi Kerja Terhadap Promosi Jabatan diperoleh nilai Signifikansi t sebesar 0,000 dengan nilai koefisien beta 0,464. Nilai Signifikansi t  $0,000 < 0,05$  berarti bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hasil ini mempunyai arti bahwa Prestasi Kerja berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Promosi Jabatan. Koefisien regresi  $X_2$  sebesar 0,464, menunjukkan bahwa meningkatnya prestasi kerja yang dilakukan maka akan meningkat pula promosi jabatan di PT. PLN (Persero) Distribusi Bali.

Hasil penelitian ini ditunjukkan pada pernyataan kuisioner hasil kerja yang baik dari kualitas adalah alasan dari promosi jabatan. Hal ini mendukung hipotesis kedua yaitu prestasi kerja berpengaruh positif terhadap promosi jabatan. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Tajuddin (2012), Wier *et al.*, (2002) membuktikan dalam penelitiannya bahwa prestasi kerja berpengaruh positif terhadap promosi jabatan.

### Pengaruh Kompetensi Karyawan Terhadap Promosi Jabatan.

Hasil analisis pengaruh Kompetensi Karyawan Terhadap Promosi Jabatan diperoleh nilai Signifikansi t sebesar 0,023 dengan nilai koefisien beta 0,248. Nilai Signifikansi t  $0,023 < 0,05$  berarti bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hasil ini mempunyai arti bahwa Kompetensi Karyawan berpengaruh positif Terhadap Promosi Jabatan. Koefisien regresi  $X_3$  sebesar 0,248, menunjukkan bahwa meningkatnya kompetensi karyawan yang dilakukan maka meningkatkan pula promosi jabatan di PT. PLN (Persero) Distribusi Bali.

Hasil penelitian ini ditunjukkan pada pernyataan kuisioner karyawan memahami setiap pekerjaan yang diberikan. Hal ini mendukung hipotesis ketiga yaitu kompetensi karyawan berpengaruh positif terhadap promosi jabatan. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Melville (2006), Lai (2012) membuktikan dalam penelitiannya bahwa prestasi kerja berpengaruh positif terhadap promosi jabatan.

### SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian dari hasil pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut. Variabel loyalitas



berpengaruh positif terhadap promosi jabatan di PT. PLN (Persero) Distribusi Bali dan loyalitas merupakan faktor ketiga yang mempengaruhi Promosi Jabatan. Hasil ini menunjukkan jika loyalitas meningkat maka peluang untuk promosi jabatan di PT. PLN (Persero) Distribusi Bali juga meningkat. Variabel prestasi kerja berpengaruh positif terhadap promosi jabatan di PT. PLN (Persero) Distribusi Bali dan prestasi kerja merupakan faktor pertama yang mempengaruhi promosi jabatan. Hasil ini menunjukkan jika prestasi kerja meningkat maka peluang untuk promosi jabatan di PT. PLN (Persero) Distribusi Bali juga meningkat.

Variabel kompetensi karyawan berpengaruh positif terhadap promosi jabatan di PT. PLN (Persero) Distribusi Bali dan kompetensi karyawan merupakan faktor kedua yang mempengaruhi promosi jabatan. Hasil ini menunjukkan jika kompetensi karyawan meningkat maka peluang untuk promosi jabatan di PT. PLN (Persero) Distribusi Bali juga meningkat.

Saran yang dapat dikemukakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut. Karyawan PT. PLN (Persero) Distribusi Bali diharapkan mampu meningkatkan loyalitas terhadap perusahaan dengan lebih bertanggungjawab terhadap resiko kerja, sehingga dapat meminimalisir terhadap resiko kerja dan sebagai langkah antisipasi perencanaan jangka panjang resiko kerja perusahaan. Dengan demikian perusahaan akan memberikan imbalan atau timbal balik berupa promosi jabatan terhadap karyawan yang mampu menjalankan tugas dan tanggungjawab dengan baik. Karyawan PT. PLN (Persero) Distribusi Bali diharapkan mampu meningkatkan prestasi kerja yang dimiliki khususnya kemampuan dalam membangun kerjasama dengan menciptakan hubungan kerja sesama karyawan, karena hubungan kerja yang baik mampu memberikan pengaruh positif dalam lingkungan kerja sehingga dapat meningkatkan motivasi dalam bekerja. serta meningkatkan kemampuan sehingga dapat mengatasi masalah dalam pekerjaan.

## REFERENSI

- Amstrong-Stassen, Marjorie. 2003. Job Transfer during Organizational downsizing: A Comparison of Promotion and Lateral Transfer. *Group & Organization Management Journal*. 28 (3), pp:392-415.
- Ardana, Mujiati, dan Mudiarta Utama. 2012. Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Pertama. Yogya: Graha Ilmu.
- Arifin, Timbul dan Mutamimah. 2009. Model Peningkatan Loyalitas Dosen Melalui Kepuasan Kerja Dosen. *Jurnal Siasat Bisnis*. 13(2), hl: 185-201.
- Aryani, Yunita, Ratih Maria Dhewi, dan Sjafrri Mangkuprawira. 2010. Analisis Pengaruh Sistem Promosi Jabatan Terhadap Kinerja Karyawan pada Divisi. Human Resources and General Affairs PT Indocement Tunggul Prakarsa, Tbk Citeureup. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*. 1(3), hl:171-186.
- Cheung, Millissa FY, Wei-ping Wu, dan Mei-Ling Wong. 2013. Supervisor-Subornate Kankei, Job Satisfaction and Work Outcomes in Japanese Firm. *International Journal of Cross Culture Management*. 13(3), pp: 265-278.
- Dessler, Gary. 2004. *Human Resources Management* 7ed (Edisi Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 2). Jakarta: PT. Prehalindo.
- Gary. 2009. Manajemen Sumber Daya Manusia buku 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Hamzah, Muriko Febrian, Mochannad Al Musadieq, dan M. Soe'oad Hakam. 2013. Pengaruh Senioritas dan Loyalitas Terhadap Promosi Jabatan (studi Pada PT. Pembangunan Perumahan DVO III Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. 6 (2), hl: 289-301.
- Hasibuan, Melayu S.P. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Melayu SP. 2011. Manajemen Sumberdaya Manusia. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Lai, Hsin-Shi. 2012. Study on Influence of Employee Promotion System on Organizational Performance. *Interational Jurnal of Organizational Innovation*, 5(1), pp: 164-178.
- MacDonald, Heather A dan Lorne M. Sulsky. 2009. Rating Format and Rater Training Redux: A Context-Specific Approach. *Canadian Journal Of Behaviour Science*. 41(4), pp: 227.
- Mangkuprawira, Tb. Sjafrri. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Marsh, Sarah J., Terrence R. Bishop. 2014. Competency Modeling in an Undergraduate Management Degree Program. *Business Education & Accreditation Journal*. 6(2), pp:47-60.
- Melville, Lilach; Peter Howat, Trevor Shilton, and Ruth Weinstein. 2006. Health Promotion Competencies for the Israel Workforce.

- Promotion & Education Journal*. 13(3), pp:178-84.
- Nasution, Mulia. 2000. *Manajemen Personalia*. Jakarta:Djambatan.
- Nitisemito, Alex S. 2005. *Manajemen Prsonalia (Manajemen Sumber Daya Manusia)*. Edisi Ketiga. Cetakan Kesembilan. Yogyakarta: Ghalia Indonesia.
- Padjalangi, Iyan. 2009. Pengaruh Penilaian Prestasi Kerja dan Kompetensi Karyawan Terhadap Promosi Jabatan Pada PT. Bank Negara Indonesia cabang Makassar. *Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi dan Manajemen Universitas Hasanuddin, Makassar*.
- Purnama, Husna. 2011. Peranan Promosi Jabatan dalam Usaha Meningkatkan Prestasi Kerja Karyawan CV. Probolinggo Mandiri Lampung Timut. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*. 1(1), hl: 41-48.
- Ramadhany, Marina., Habsji, Al Taher., Mukzam, Mochammad Djudi. 2012. Pengaruh Program Kesejahteraan Karyawan Terhadap Semangat Kerja Karyawan dan Prestasi Kerja Karyawan (Studi Pada Karyawan Tetap Kompartemen SDM PT. Petrokimia Gresik). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 2(2), hl: 1-10.
- Santoso, Budi dan Riyardi, Agung. 2012. Rotasi, Mutasi dan Promosi Karyawan di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Klaten. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*. 13(1), hl: 26-34.
- Shah, Naimatullah. 2011. Investigating Employee Career Commitment Factors in a Public Sector Organization of Developing Country. *Journal of Enterprise Information*. 24(6), pp:534-546.
- Soegandhi, Vennecia Marchelle., Eddy M. Susanto dan Rou Setiawan. 2013. Pengaruh Kepuasan Kerja dan Loyalitas Kerja Terhadap Organizational Citizenship Behavior Pada Karyawan PT. Surya Timur Sakti Jatim. *Journal Agora*. 1(1), hl:65-78.
- Souza, Gita De. 2002. A Study of the Influence of Promotion Satisfaction and Expectations of Future Promotions Among Managers. *Journal of Human Resources Development Quarterly*. 13 (3), pp:325.
- Stumpf, Stephen A. 2010. Stakeholder Competency Assessment as Predictors of Career Success. *Career Development International journal*. 15(5), pp:459-478.
- Sugiarto, Toni. 2006. Pengaruh Pendidikan dan Pelatihan serta Kinerja terhadap Promosi Jabatan pada Kantor Wilayah Departemen Hukum dan Hal Asasi Manusia Jawa Barat. *Tesis Magister Administasi dan Pengembangan Sumber Daya Manusia pada Universitas Indonesia*.
- Sutrisno, E. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Kencana. Jakarta.
- Tajuddin, Sukma Juwati. 2012. Pengaruh Penilaian Prestasi Kerja Karyawan Terhadap Promosi Jabatan pada PT. Semen Tonasa Kabupaten Pangkep. *Skripsi Sarjana Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin, Makassar*.
- Turkyilmaz, Ali, Guslem akman, Coskun Ozkan, dan Zbigniew Pastuszak. 2011. Empirical Study Public Sector Employee Loyalty and Satisfaction. *Journal of Industrial Manajemen and Data System*. 111(5), pp: 675-696.
- Utomo, B. 2001. Menentukan Faktor-faktor Kepuasan Kerja dan Tingkat Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan PT P. *Jurnal Manajemen & Kewirusahaan*. 7(2), hal: 71-188.
- Wang, Yau-De. 2011. Exploring Human Resource (HR) Account Managers Competency in Semiconductor Industry. *African Journal of Business Management*, 5(22), pp:318-329.

# STRATEGI PENGEMBANGAN SDM DAN KOMPENSASI SERTA PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN KERJA DAN DAMPAKNYA PADA KINERJA KARYAWAN

*Nova Mardiana*

Universitas Lampung, Indonesia

---

**Abstrak:** Indikator Kinerja tahun 2016 yang telah disepakati antara Direktur Jenderal Bina Upaya Kesehatan Kementerian Kesehatan dengan Direktur Utama Rumah Sakit Abdul Moeloek belum seluruhnya mencapai target yang telah ditetapkan. Penulis menduga target yang tidak tercapai tersebut disebabkan oleh kurangnya kinerja dan kepuasan kerja karyawan. Hal tersebut merupakan dampak dari pengelolaan manajemen sumber daya manusia yang diduga kurang tepat sasaran, terutama dalam bidang pengembangan SDM dan kompensasi karyawan yang tidak sesuai. Penelitian ini bersifat survey dengan alat analisis Path. Karyawan fungsional Rumah Sakit Umum Daerah Dr. H. Abdul Moeloek berjumlah 669 pegawai. Sampel yang di ambil sebesar 250 responden. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa penelitian ini mendukung hipotesis yang diajukan, yaitu (1) terdapat hubungan pengembangan sumber daya manusia dan kompensasi pada karyawan, (2) terdapat pengaruh pengembangan sumber daya manusia dan kompensasi secara parsial terhadap kepuasan kerja karyawan, (3) terdapat pengaruh pengembangan sumberdaya manusia dan kompensasi secara simultan terhadap kepuasan kerja karyawan RSAM, (4) terdapat pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan RSAM. Saran dari penelitian ini adalah pengembangan karyawan harus dilakukan secara terus menerus sesuai kebutuhan karyawan dan kompensasi berupa renumerasi berhasil meningkatkan kepuasan kerja dan kinerja karyawan, oleh karena itu harus dipertahankan.

**Kata kunci:** pengembangan SDM, kompensasi, kepuasan kerja dan kinerja karyawan

---

## PENDAHULUAN

Di era industrialisasi sekarang ini, rumah sakit merupakan salah satu bentuk organisasi yang bergerak dibidang pelayanan kesehatan dimana salah satu upaya yang dilakukan adalah mendukung rujukan dari pelayanan tingkat dasar, seperti puskesmas, pelayanan rujukan tingkat dua dan tingkat tiga. Untuk itu sebagai pusat rujukan Rumah Sakit perlu menjaga kualitas pelayanannya terhadap masyarakat yang membutuhkan. Secara organisasi pejabat fungsional dan struktural merupakan tenaga profesional yang perannya tidak dapat dikesampingkan dari semua bentuk pelayanan rumah sakit. Peran ini menyebabkan tugas pejabat fungsional diharuskan memberi pelayanan yang baik dengan pelanggan maupun pasien. Juga demikian pejabat struktural merupakan tenaga profesional administratif manajemen rumah

sakit. Pejabat fungsional dan struktural adalah pegawai negeri sipil yang ditetapkan oleh peraturan pemerintah dan undang-undang yang berlaku dan diangkat oleh pembina kepegawaian.

Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara (KEMENPAN) mengeluarkan Kebijakan remunerasi baru yaitu Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi nomor 34 tahun 2011 tentang Pedoman Evaluasi Jabatan serta berdasarkan Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi nomor 63 tahun 2011 tentang Pedoman Penataan Sistem Tunjangan Kinerja Pegawai Negeri. Dasar pertimbangan kebijakan ini adalah upaya peningkatan kinerja pegawai negeri di lingkungan instansi pemerintah yang telah melaksanakan reformasi birokrasi perlu mendapatkan tunjangan kinerja. Pedoman penataan sistem tunjangan kinerja ini dimaksudkan sebagai panduan dalam

menentukan besaran tunjangan kinerja di lingkungan instansi pemerintah yang melaksanakan reformasi birokrasi. Dasar pemikirannya adalah sistem pembayaran gaji Pegawai Negeri tidak hanya berdasarkan kepangkatan dan lama kerja tetapi harus mencerminkan kinerja Pegawai Negeri Sipil

Banyaknya permasalahan yang timbul di bidang pelayanan kesehatan di Rumah Sakit akhir-akhir ini tidak lepas dari buruknya kinerja karyawan penyelenggara pelayanan kesehatan di rumah sakit itu sendiri yang diduga kurang profesional dalam melaksanakan tugas dan tanggungjawabnya. Rumah Sakit sebagai salah satu sarana pelayanan kesehatan rujukan yang sangat penting di dalam sistem pelayanan kesehatan di Indonesia harus memiliki karyawan yang profesional dan dapat memenuhi kebutuhan pengguna jasa pelayanan kesehatan rumah sakit. Kinerja karyawan rumah sakit yang masih rendah tercermin dari kurangnya pengawasan manajemen dalam operasional rumah sakit dikarenakan adanya birokrasi pelayanan administrasi dan manajemen yang panjang dan berbelit-belit serta kesannya dimainkan oleh oknum-oknum tertentu. Keluhan kurangnya perhatian petugas dari pengguna jasa, tindak lanjut dalam penanganan keluhan yang tidak direspon dengan cepat, pengetahuan petugas di lapangan yang rendah, dan rendahnya pemahaman petugas terhadap keinginan pelanggan menunjukkan kinerja karyawan yang masih rendah (Said Djamiluddin, 2002: 107).

Pengembangan sumber daya manusia merupakan suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan melalui pendidikan dan pelatihan. Kegiatan pengembangan sumber daya manusia tidak dapat diabaikan begitu saja terutama dalam memasuki era persaingan yang semakin ketat dan berat pada abad milenium ini. Berkaitan dengan hal tersebut dapat disadari bahwa pengembangan merupakan masalah fundamental bagi karyawan. Kegiatan pengembangan memberikan *dividen* kepada karyawan dan perusahaan, berupa keahlian dan keterampilan yang selanjutnya akan menjadi aset yang berharga bagi perusahaan. Pengembangan sumber daya manusia merupakan suatu usaha berlanjut yang direncanakan oleh manajemen untuk meningkatkan kemampuan karyawan dalam mengukur dan mencapai organisatoris melalui pelatihan, pendidikan dan program pengembangan (Mondy dan Noe, 1987: 270).

Kualitas individu yang dimiliki karyawan dalam melaksanakan pekerjaannya menentukan profesionalisme pelayanan yang diberikan kepada

masyarakat. Di sisi lain, karyawan yang bekerja memiliki beragam tujuan, harapan, dan kebutuhan yang ingin mereka capai. Keberhasilan karyawan dalam pencapaian tujuan, harapan dan kebutuhan yang diinginkan diduga akan mempengaruhi kepuasan kerja karyawan yang bersangkutan dan selanjutnya diduga akan berdampak pada tingkat kinerja karyawan tersebut dalam melaksanakan tugasnya sebagai pelayan masyarakat. Kepuasan kerja diduga dipengaruhi oleh kompensasi yang diterima setiap karyawan dalam melaksanakan tugasnya dan pengembangan pengetahuan dan kepribadian yang dilaksanakan perusahaan terhadap karyawan tersebut. Kepuasan kerja yang dirasakan oleh karyawan diduga akan mempengaruhi kinerja karyawan. Kepuasan kerja adalah suatu kecenderungan atau tanggapan emosional ke arah berbagai segi tentang pekerjaan seseorang (Kreitner dan Kinicki, 2001: 224) Para Kepuasan kerja dapat diukur dengan *Minnesota Satisfaction Questionnaire (MSQ)* yang terseleksi untuk mengukur kepuasan dengan: pengakuan; kompensasi; dan pengawasan.

Kinerja merupakan catatan keluaran yang dihasilkan dari fungsi suatu kegiatan tertentu selama suatu periode tertentu (Gomez, 1995: 141). Dalam penelitian ini pengukuran kinerja karyawan akan mengacu pada tipe penilaian kinerja yang mengevaluasi kinerja karyawan berdasarkan deskripsi perilaku yang spesifik. Bernardin dan Russel (1998:243), Noe (2003:336), Gomez (1995:142) dan Ivancevich (2001:253) mengemukakan kriteria penilaian terhadap kinerja karyawan adalah: *Quality of work*, mencakup akurasi, keahlian dan kesempurnaan dalam pekerjaan; *Quantity of work*, mencakup banyaknya bentuk yang diproses, lamanya waktu yang digunakan dan banyaknya kesalahan yang dilakukan; *Job knowledge*, adalah pemahaman karyawan mengenai fakta-fakta atau factor-faktor yang berhubungan dengan pekerjaan; *Creativeness*, yaitu keaslian gagasan-gagasan yang dimunculkan dan tindakan-tindakan untuk menyelesaikan persoalan-persoalan yang timbul; *Cooperation*, adalah kemampuan dan kerelaan untuk bekerja dengan rekan sekerja, penyelia dan bawahan untuk mencapai tujuan organisasi bersama; *Initiative*, merupakan kesungguhan dalam meminta tanggungjawab, memulai diri, dan tidak gentar untuk memulai; *Dependability*, merupakan aspek penilaian kinerja dimana pekerja mengikuti petunjuk dan kebijakan perusahaan tanpa pengawasan dari penyelia; *Personal qualities*, meliputi kepribadian, penampilan, sosiabilitas, kepemimpinan dan integritas. Berdasarkan

latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk meneliti dengan judul “Strategi Pengembangan SDM dan Kompensasi serta pengaruhnya terhadap kepuasan kerja serta dampaknya pada kinerja karyawan RSAM Bandar Lampung.”

## MASALAH

Berdasarkan uraian dalam latar belakang penelitian, dapat dipertegas masalahnya sebagai berikut:

1. Apakah terdapat hubungan antara pengembangan sumber daya manusia dan kompensasi di RSAM.
2. Apakah terdapat pengaruh pengembangan sumber daya manusia dan kompensasi baik secara parsial terhadap kepuasan kerja karyawan di RSAM.
3. Apakah terdapat pengaruh pengembangan sumber daya manusia dan kompensasi baik secara simultan terhadap kepuasan kerja karyawan di RSAM.
4. Apakah terdapat pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan di RSAM.

## TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk:

1. Mengetahui hubungan antara pengembangan sumber daya manusia dan kompensasi di RSAM.
2. Mengetahui pengaruh pengembangan sumber daya manusia dan kompensasi secara parsial terhadap kepuasan kerja karyawan di RSAM.
3. Mengetahui pengaruh pengembangan sumber daya manusia dan kompensasi secara simultan terhadap kepuasan kerja karyawan di RSAM.
4. Mengetahui pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan di RSAM

## TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Teori organisasi dari Katz and Kahn (1966) digunakan sebagai *grand theory* karena pemecahan masalah penelitian pada RSAM dapat didekati pemecahannya melalui teori organisasi yang menggunakan: (1) pendekatan sistem terbuka, yaitu organisasi RSAM sebagai sistem terbuka yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh lingkungannya; dan (2) pendekatan kontingensi, yaitu bentuk dan cara pengelolaan organisasi Rumah Sakit Khusus Milik Pemerintah

disesuaikan dengan perubahan situasi dan kondisi lingkungan yang ada.

Penelitian ini menggunakan teori perilaku yang sebagai Midle Range Theory adalah Teori X dan Y dari McGregor karena pemecahan masalah dalam penelitian pada Rumah Sakit Khusus Milik pemerintah seluruh Indonesia dapat didekati pemecahannya dengan memusatkan perhatian pada: (a) aspek kebutuhan manusia, kelompok kerja, perilaku, sikap, serta peran faktor sosial dan psikologis dalam organisasi, dan (b) pandangan pemimpin yang percaya bahwa karyawan rela untuk bekerja, mampu mengendalikan diri, rela untuk menerima tanggung jawab, imajinatif dan kreatif, dan mampu untuk mengarahkan diri dalam menjalankan tugasnya.

Teori yang dipalikesikan dalam penelitian ini adalah teori Pengembangan SDM, teori Kompensasi, Teori Kepuasan Kerja dan teori Kinerja. Pengukuran Pengembangan sumber daya manusia yang diteliti mengacu pada pendapat Werther & Davis (1996), Benardin & Russel (1998), Mondy (2002), dan Mangkunegara (2000) mengingat dalam pengembangan merupakan usaha yang berlanjut yang telah direncanakan dalam upaya meningkatkan kemampuan karyawan yang sangat cocok dalam kondisi riil lapangan yang meliputi pengembangan karir: promosi jabatan, mutasi jabatan, demosi jabatan, informasi ketenagakerjaan, penilaian penjenjangan karir, dan pencapaian karir. Sementara pendidikan dan pelatihan: pendidikan dan pelatihan berkesinambungan, analisis kebutuhan pelatihan, kesesuaian pendidikan dan pelatihan, evaluasi pelaksanaan, upaya keterampilan teknis, sarana penunjang, motivasi atasan terhadap pengembangan karyawan, diskusi topik penting, kerjasama dengan instansi lain, kompetensi personil pelaksana pelatihan, seleksi/ evaluasi pelaksanaan pelatihan, pelaksanaan pelatihan sesuai rencana, pendidikan dan pelatihan terjadwal, data base dokumentasi materi pelatihan, hasil pelatihan untuk perbaikan, metode pelatihan dapat diaplikasikan, metode pelatihan membantu pekerjaan.

Kompensasi karyawan yang diteliti mengacu pada Werther & Davis (1996), Bernardi & Russel (1998), Mondy (2002), dan Mangkunegara (2000) karena dalam pemberian kompensasi langsung didasari oleh faktor-faktor pekerjaan yang kritis dan prestasi kerja yang meliputi gaji/upah dan komisi/ bonus, sementara dalam kompensasi tidak langsung yang diberikan karena suatu kondisi dari karyawan dan secara langsung berhubungan dengan prestasi kerja yang meliputi jaminan sosial, kompensasi selama



tidak bekerja, pesangon, asuransi, jaminan pensiun, dan pelayanan.

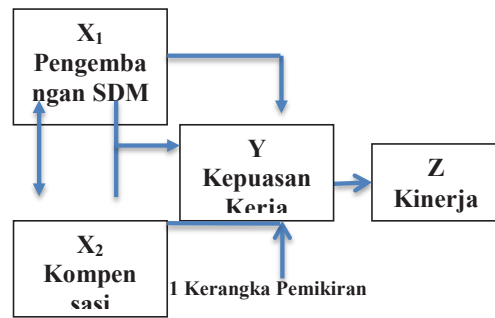
Remunerasi sebagaimana yang dijelaskan dalam situs wikiapbn.org adalah imbalan kerja yang dapat berupa gaji, honorarium, tunjangan tetap, insentif, bonus atas prestasi, pesangon atau pensiun. Lebih lanjut dalam situs tersebut dijelaskan bahwa bagi pegawai negeri remunerasi berarti imbalan kerja yang didapat di luar gaji pegawai negeri. Definisi gaji menurut Keputusan Presiden Nomor 22 Tahun 1984 adalah pengeluaran untuk kompensasi yang harus dibayarkan kepada pegawai pemerintah berupa gaji pokok ditambah dengan tunjangan-tunjangan yang sah yang berhak diterima oleh pegawai pemerintah berdasarkan perundang-undangan yang berlaku.

Teori kepuasan kerja yang digunakan mengacu pada pendapat Kreitner dan Kinicki (2001) mengingat kepuasan kerja karyawan merupakan tanggapan yang paling cocok dalam kondisi riil di lapangan atas dasar pendapat pakar tersebut yang meliputi: status sosial, hubungan dengan atasan, supervisi teknis atasan, nilai-nilai moral, keamanan, pelayanan sosial, kompensasi, kebijakan perusahaan dan penerapan, kondisi kerja, hubungan dengan rekan kerja, aktivitas, kemandirian, keragaman pekerjaan, kewenangan, pemanfaatan kemampuan, kesempatan maju/promosi, tanggung jawab, kreativitas, pengakuan, dan prestasi.

Pendekatan penilaian kinerja yang digunakan dalam disertasi ini adalah pendekatan penilaian kinerja pertimbangan (*judgement-performance evaluation approach*), karena dapat memberikan hasil yang maksimal untuk menilai kinerja karyawan yang diteliti. Penilaian kinerja karyawan yaitu pendekatan penilaian kinerja berdasarkan deskripsi perilaku spesifik menggunakan dimensi dari Gomes (1995) yang meliputi: 1) *Quality of work*, mencakup akurasi, keahlian dan kesempurnaan dalam pekerjaan. 2) *Quantity of work*, mencakup banyaknya bentuk yang diproses, lamanya waktu yang digunakan dan banyaknya kesalahan yang dilakukan. 3) *Job knowledge*, pemahaman karyawan mengenai fakta-fakta atau faktor-faktor yang berhubungan dengan pekerjaan. 4) *Cooperation*, kemampuan dan kerelaan untuk bekerja dengan rekan sekerja, penyelia dan bawahan untuk mencapai tujuan organisasi bersama. 5) *Initiative*, merupakan kesungguhan dalam meminta tanggungjawab, memulai diri, dan tidak gentar untuk memulai. 6) *Creativeness*, keaslian gagasan-gagasan yang dimunculkan dan tindakan untuk menyelesaikan persoalan yang muncul. 7) *Dependability*, merupakan

aspek penilaian kinerja dimana pekerja mengikuti petunjuk dan kebijakan perusahaan tanpa pengawasan dari penyelia. 8) *Personal qualities*, meliputi kepribadian, penampilan, sosiabilitas, kepemimpinan dan integritas.

Berdasarkan teori-teori tersebut di atas, maka penulis merumuskan landasan teori dan pemikiran tersebut dalam gambar kerangka pemikiran berikut ini.



**Gambar 1 Kerangka Pemikiran**

Atas dasar uraian dan teori sebelumnya yang terfokus pada teori strategik manajemen sumber daya manusia maupun perilaku organisasi, maka originalitas penelitian ini adalah:

- 1) Kepuasan Kerja dan Kinerja karyawan RSAM merupakan faktor penting mengingat sarana pelayanan kesehatan khusus mata sangat dibutuhkan sebagai *Center of Excellence* pengobatan di Indonesia. Terdapat keluhan kurangnya perhatian petugas pada pengguna jasa, tindak lanjut dalam penanganan keluhan tidak direspon dengan cepat, pengetahuan petugas di lapangan yang rendah, dan rendahnya pemahaman petugas terhadap keinginan pelanggan menunjukkan kinerja karyawan yang masih rendah pada perusahaan (Said Djamaluddin, 2002: 107).
- 2) Menguji pengaruh pengembangan sumber daya manusia, kompensasi renumerasi sebagai variabel independen terhadap kepuasan kerja serta dampaknya pada kinerja karyawan sebagai variabel dependen. Beberapa penelitian sebelumnya hanya pada pengujian masing-masing unsur secara tersendiri. Kompensasi bagi perusahaan merupakan masalah utama dalam kepuasan kerja (Christie Tamara, 2003: 137).

## HIPOTESIS

Berdasarkan uraian kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis yang diajukan adalah:

1. Terdapat hubungan pengembangan sumberdaya manusia dan kompensasi pada karyawan RSAM.
2. Terdapat pengaruh pengembangan sumberdaya manusia dan kompensasi secara parsial terhadap kepuasan kerja karyawan RSAM.
3. Terdapat pengaruh pengembangan sumberdaya manusia dan kompensasi secara simultan terhadap kepuasan kerja karyawan RSAM.
4. Terdapat pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan RSAM.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan menggunakan metode analisis data deskriptif dan analisis data kuantitatif pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis deskriptif terlebih dahulu dilakukan untuk mengetahui gambaran umum karyawan RSAM dari pendapat para responden yang dipilih. Metode analisis data deskriptif berupa deskriptif data yang masuk dengan cara dikelompokkan dan ditabulasi kemudian diberi penjelasan. Sedangkan metode analisis data kuantitatif berupa analisis hubungan kausalitas (pengaruh) antar variabel yang diteliti menggunakan alat analisis jalur (*Path Analisis*).

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang berisi pernyataan-pernyataan dengan mengambil sampel dari sejumlah populasi. Penggunaan metode sampling ini dimaksudkan untuk menghemat waktu dan biaya akan tetapi hasil yang diperoleh dapat menggambarkan sifat populasi yang bersangkutan. Dalam hal ini yang ingin diketahui adalah pengaruh pengembangan SDM, dan kompensasi terhadap kepuasan kerja serta dampaknya pada kinerja karyawan RSAM.

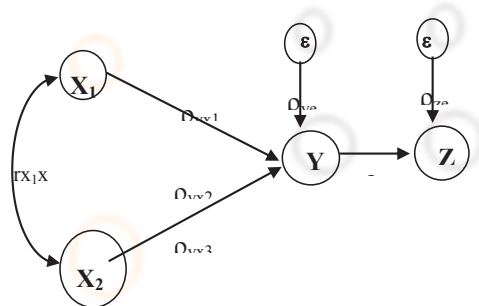
### Operasionalisasi Variabel

Variabel *independent* dalam penelitian ini adalah variabel pengembangan SDM ( $X_1$ ), dan variabel kompensasi ( $X_2$ ), dan yang menjadi variabel terikat (*dependent*) adalah kepuasan kerja karyawan (Y), dan kinerja karyawan (Z) yang dinilai berdasarkan sikap dan persepsi pegawai di setiap tingkat golongan karyawan RSAM. Secara operasional, variabel penelitian tersebut dapat didefinisikan sebagai berikut:

- 1) Pengembangan sumberdaya manusia (HRD) merupakan suatu usaha berlanjut yang direncanakan oleh manajemen untuk meningkatkan kemampuan karyawan dalam mengukur dan mencapai organisatoris melalui pelatihan, pendidikan dan program pengembangan (R. Wayne Mondy dan Robert M, Noe, III, 1987: 270). Indikator dari variabel ini adalah (1) Perencanaan dan pengembangan karir; dan (2) Pendidikan dan pelatihan.
- 2) Kompensasi karyawan yaitu setiap bentuk pembayaran atau imbalan yang diberikan kepada karyawan dan timbul dari dipekerjakannya karyawan itu (Dessler, 1998: 85). Indikator dari variabel ini (1) kompensasi langsung yang terdiri dari gaji dan komisi; dan (2) kompensasi tidak langsung yang terdiri dari jaminan sosial, kompensasi selama tidak bekerja, pesangon, jaminan kesehatan, jaminan pensiun dan bantuan pelayanan karyawan.
- 3) Kepuasan kerja adalah suatu kecenderungan atau tanggapan emosional ke arah berbagai segi tentang pekerjaan seseorang (Kreitner dan Kinicki, 2001:224). Indikator dari variabel ini adalah (1) pengakuan; (2) kompensasi; dan (3) pengawasan.
- 4) Kinerja merupakan catatan keluaran yang dihasilkan dari fungsi suatu pekerjaan atau kegiatan tertentu selama suatu periode waktu tertentu. Penilaian terhadap kinerja pegawai dapat mengacu pada pendekatan *judgment-performance evaluation* yaitu tipe penilaian kinerja yang menilai atau mengevaluasi kinerja karyawan berdasarkan deskripsi perilaku yang spesifik (Gomez, 1995: 142). Indikator variabel ini adalah: (1) kualitas kerja, (2) kuantitas kerja, (3) pengetahuan kerja, (4) Kreativitas, (5) Kerja sama, (6) Inisiatif, (7) Kemandirian (8) Kualitas personal.

Sumber data dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan tetap yang bekerja pada RSAM. Karyawan yang diteliti dikelompokkan berdasarkan golongan yang diterapkan dalam perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode survei, sumber data yang digunakan merupakan data primer. Pengujian hipotesis dilakukan dengan alat uji statistik yaitu Analisis Jalur (*Path analysis*). Pengukuran skala yang bersifat ordinal harus terlebih dahulu dikelompokkan menjadi interval dengan metode interval berurutan (*method successive interval*)

Secara diagramatik, hipotesis penelitian digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2 Struktur Pengaruh Variabel Pengembangan SDM ( $X_1$ ), Kompensasi ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Kerja ( $Y$ ) serta dampaknya terhadap Kinerja Karyawan ( $Z$ ).

No	Bidang	Jumlah Populasi	Jumlah Sampel
1	Bidang Medis	124	46
2	Bidang Keperawatan	358	133
3	Bidang Kebidanan	53	20
4	Bidang Kefarmasian	29	11
5	Bidang Gizi	15	6
6	Bidang Keterampilan Fisik	14	5
7	Bidang Keteknisan Medis	11	4
8	Bidang Teknik Biomedik	16	6
9	Bidang Kesehatan Lainnya	49	18
Total		669	250

*Keterangan:*

- $X_1$  = Pengembangan SDM
- $X_2$  = Kompensasi
- $Y$  = Kepuasan kerja
- $Z$  = Kinerja Karyawan
- $\epsilon$  (epsilon) = Faktor-faktor lain yang mempengaruhi  $Y$  di luar  $X_1, X_2$  dan yang mempengaruhi  $Z$  (diluar  $Y$ ). Epsilon ini adalah faktor yang tidak diuji.
- $P_{YX_1}$  = Koefisien Pengaruh variabel  $X_1$  terhadap  $Y$
- $P_{YX_2}$  = Koefisien Pengaruh variabel  $X_2$  terhadap  $Y$
- $P_{ZY}$  = Pengaruh  $Y$  terhadap  $Z$

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Objek penelitian ini Rumah Sakit Umum Daerah Dr. H. Abdul Moeloek Provinsi Lampung. Rumah Sakit ini merupakan rumah sakit milik Pemerintah Provinsi Lampung. Rumah Sakit Daerah Dr. H. Abdul Moeloek Provinsi Lampung adalah Rumah Sakit Tipe B dengan rujukan tertinggi di Provinsi Lampung. Berdasarkan hasil survey yang telah peneliti lakukan di Rumah Sakit Umum Daerah Dr. H. Abdul Moeloek terdapat 669 pegawai fungsional yang terdiri dari jenis dan bidang pekerjaan yang berbeda. Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan jenis dan bidang pegawai fungsional pada Rumah Sakit Umum Daerah Dr. H. Abdul Moeloek Provinsi Lampung.

Tabel 4.1 Rincian jumlah pegawai Fungsional RSUD Dr. H. Abdul Moeloek 2017

Sumber: RSAM, data diolah

Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa pegawai Fungsional Rumah Sakit Umum Daerah Dr. H. Abdul Moeloek berjumlah 669 pegawai. Sampel yang di ambil sebesar 250 responden dengan mengambil perbidang pekerjaan dengan besaran responden tertinggi adalah bidang keperawatan dan terendah bidang keteknisan medis.

### Uji Hipotesis

$H_1$  : Terdapat hubungan antara pengembangan SDM ( $X_1$ ) dan Kompensasi ( $X_2$ ).

Tabel 4.2 terlihat bahwa nilai signifikansi hubungan antara Pengembangan SDM dan kompensasi adalah sebesar 0,000 artinya karena lebih kecil 0,05 dengan kata lain terdapat hubungan antara Strategi Pengembangan SDM dan kompensasi pada pegawai Rumah sakit Abdul Moeloek. Pedoman derajad hubungan dengan angka koefisien korelasi Pearson sebesar 0,487. Artinya besar korelasi antara variable Strategi Pengembangan SDM dan kompensasi ialah sebesar 0,487 atau tingkat hubungan antara Strategi Pengembangan SDM dan kompensasi memiliki hubungan yang sedang.

$H_2$  : Pengaruh Pengembangan SDM ( $X_1$ ) dan Kompensasi ( $X_2$ ) Terhadap Kepuasan Kerja ( $Y$ ) secara parsial.

## Pengaruh Pengembangan SDM ( $X_1$ ) Terhadap Kepuasan Kerja (Y)

Pengaruh variabel Pengembangan SDM ( $X_1$ ) terhadap variabel Kepuasan Karyawan (Y). Dari hasil perhitungan secara parsial variabel Pengembangan SDM ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Kerja (Y) pada tingkat kesalahan 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Hal ini dapat dibuktikan dengan besarnya koefisien path sebesar 0,339 dengan nilai thitung sebesar 4,068 dengan probabilitas sebesar 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ) maka secara parsial variabel Pengembangan SDM ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Kepuasan Karyawan (Y).

## Pengaruh Kompensasi ( $X_2$ ) Terhadap Kepuasan Kerja (Y)

Pengaruh variabel Kompensasi ( $X_2$ ) terhadap variabel Kepuasan Karyawan (Y). Dari hasil perhitungan secara parsial variabel Kompensasi ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Kerja (Y) pada tingkat kesalahan 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ) apabila variabel lain diasumsikan konstan. Hal ini dapat dibuktikan dengan besarnya koefisien path sebesar 0,400 dengan nilai thitung sebesar 4,801 dengan probabilitas sebesar 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ) maka secara parsial variabel Kompensasi ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Kepuasan Karyawan (Y).

### H3 : Terdapat Pengaruh Pengembangan SDM ( $X_1$ ) dan Kompensasi ( $X_2$ ) Terhadap Kepuasan Kerja (Y) Secara Simultan.

Pengaruh variabel Pengembangan SDM ( $X_1$ ) dan Kompensasi ( $X_2$ ) terhadap variabel Kepuasan Karyawan (Y), mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Karyawan (Y) pada tingkat kesalahan 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ) apabila variabel lain diasumsikan konstan. Hal ini dapat dilihat dimana  $F_{hitung}$  memiliki nilai sebesar 38,509 dengan nilai signifikansi 0,00 dan nilai  $F_{tabel} = 1,467$ . Karena  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak pada tingkat kekeliruan 0,05, jadi berdasarkan pada hasil pengujian maka dapat disimpulkan bahwa dengan tingkat kepercayaan 95%, secara bersama-sama (simultan) variabel pengembangan SDM dan kompensasi berpengaruh terhadap kepuasan pegawai.

### H4 : Terdapat Pengaruh Kepuasan (Y) Terhadap Kinerja (Z)

Tabel 4.5, menunjukkan pengaruh variabel Kepuasan Karyawan (Y) terhadap Kinerja Karyawan (Z). Dari hasil perhitungan variabel Kepuasan Karyawan (Y) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan (Z) pada tingkat kesalahan 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ) apabila variabel lain diasumsikan konstan. Hal ini dapat dibuktikan dengan besarnya koefisien path sebesar 0,778 dengan nilai probabilitas sebesar 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ) maka variabel Kepuasan Karyawan (Y) berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Karyawan (Z).

#### A. Uji Model Analisis Jalur

##### 1. Koefisien Jalur Model I ( $X_1, X_2$ terhadap Y)

Mengacu pada perhitungan Coefficients jalur dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari kedua variabel yaitu  $X_1 = 0,000$  dan  $X_2 = 0,000$  lebih kecil dari 0,05. Hasil ini memberikan kesimpulan bahwa Model I, yakni variabel  $X_1$  dan  $X_2$  berpengaruh signifikan terhadap Y. Besarnya R Square yang terdapat pada tabel Model Summary adalah sebesar 0,407, hal ini menunjukkan bahwa kontribusi atau sumbangan pengaruh  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap Y adalah sebesar 40,7% sementara sisanya 59,3% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian. Sementara itu, untuk nilai  $e1$  dapat dicari dengan rumus  $e1 = (\sqrt{1 - 0,407}) = 0,7701$ . Dengan demikian diperoleh diagram jalur model struktur I sebagai berikut:

##### 2. Koefisien Jalur Model II (Y Terhadap Z)

Berdasarkan perhitungan Koefisien jalur Pengaruh Kepuasan (Y) Terhadap Kinerja (Z) pada bagian tabel Coefficients, diketahui bahwa nilai signifikansi adalah  $= 0,000$  lebih kecil dari 0,05. Hasil ini memberi kesimpulan bahwa yakni variabel Kepuasan (Y) berpengaruh signifikan terhadap Terhadap Kinerja (Z). Besarnya nilai R Square yang terdapat pada tabel Model Summary adalah sebesar 0,605 hal ini menunjukkan bahwa kontribusi Kepuasan (Y) terhadap Kinerja (Z) adalah sebesar 60,5% sementara sisanya 39,5% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak diteliti. Sementara untuk nilai  $e2 = (\sqrt{1 - 0,605}) = 0,6284$ .

#### Pembahasan.

1. Pengaruh Pengembangan SDM terhadap Kepuasan Karyawan.

Hasil uji Pengaruh antara Pengembangan SDM

( $X_1$ ) terhadap kepuasan karyawan (Y) dapat dirumuskan dalam persamaan jalur sebagai berikut:  $Y = 0.339 X_1 + \epsilon_1$ . menggambarkan bahwa semakin baik kepemimpinan maka akan meningkatkan kepuasan pegawai pada Rumah Sakit Abdul Moeloek. Dari hasil uji antara variabel Pengembangan SDM ( $X_1$ ) terhadap kepuasan karyawan (Y) dengan koefisien jalur 0,339, diperoleh nilai thitung sebesar 4.064 dengan taraf signifikansi sebesar 0.05, maka nilai ttabel = 1.971, maka  $H_0$  ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Pengembangan SDM ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh terhadap kepuasan Pegawai (Y).

Pengembangan sumber daya manusia sangat mempengaruhi efisiensi organisasi. Tujuan perusahaan dapat dicapai jika karyawannya dikembangkan dengan tepat. Karyawan akan menjadi lebih keras dalam bekerja dan berusaha mencapai tingkat prestasi yang tinggi. Pengembangan sumber daya merupakan suatu investasi yang memberikan jaminan bahwa karyawan akan lebih berkompeten.

## 2. Pengaruh Kompensasi Terhadap Kepuasan.

Hasil uji Pengaruh antara kompensasi ( $X_2$ ) terhadap kepuasan (Y) dapat dirumuskan dalam persamaan jalur sebagai berikut:  $Y = 0.400 X_1 + \epsilon_1$

Persamaan jalur tersebut di atas, menggambarkan bahwa semakin baik kompensasi yang diterima Pegawai maka akan meningkatkan kepuasan pegawai pada Rumah Sakit Abdul Moeloek. Dari hasil uji antara variabel kompensasi ( $X_2$ ) terhadap kepuasan karyawan (Y) dengan koefisien jalur 0,400, diperoleh nilai thitung sebesar 4.801 dengan taraf signifikansi sebesar 0.05, maka nilai ttabel = 1.971, maka  $H_0$  ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kompensasi ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh terhadap kepuasan Pegawai (Y).

Kompensasi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan kerja seorang karyawan. Setiap organisasi sebaiknya berupaya untuk meningkatkan kepuasan kerja karyawannya dengan memberikan program kompensasi yang adil dan layak serta kompetitif. Menurut Madura (2001) faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan kerja antara lain program kompensasi yang adil dan layak, keamanan pekerjaan, jadwal kerja yang fleksibel, dan program keterlibatan karyawan. Kepuasan terhadap kompensasi ditentukan oleh keadilan kompensasi, tingkat kompensasi, dan praktik-praktik administrasi kompensasi. Kepuasan terhadap kompensasi juga berkaitan dengan perputaran karyawan/*turnover* dan

ketidakhadiran/*absenteeism*.

Tersirat bahwa dengan pemberian kompensasi dapat meningkatkan kepuasan kerja. Kompensasi sebagai penghargaan atas keberhasilan seseorang yang menunjukkan prestasi kerja yang tinggi dalam menunaikan kewajibannya dalam pekerjaan dan jabatan yang dipangkunya sekarang, sekaligus sebagai pengakuan atas kemampuan potensi yang bersangkutan dalam menduduki posisi yang lebih tinggi disuatu organisasi.

## 3. Pengaruh Pengembangan SDM dan Kompensasi terhadap Kepuasan Kerja Karyawan.

Hasil uji F antara variabel kompensasi ( $X_1$ ) dan kepemimpinan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan karyawan (Y) dapat dirumuskan dalam persamaan jalur sebagai berikut:  $Y = 0.339 X_1 + 0.400 X_2 + \epsilon_1$ .

Berdasarkan pada hasil pengujian maka dapat disimpulkan bahwa dengan tingkat kepercayaan 95%, secara bersama-sama (simultan) variable Pengembangan SDM dan kompensasi berpengaruh terhadap kepuasan Pegawai pada Rumah Sakit Abdul Moeloek Bandar Lampung.

## 4. Pengaruh Kompensasi dan Kepemimpinan terhadap Kepuasan Kerja serta dampaknya pada Kinerja.

Besarnya derajat asosiatif atau koefisien jalur dari variabel kepuasan karyawan terhadap variabel kinerja pegawai sebesar 0,778. Adapun persamaan jalur, sebagai berikut :

$$Z = 0.778 Y + \epsilon_2$$

Dimana :

Y = Kepuasan karyawan

Z = Kinerja karyawan

$\epsilon_2$  = Pengaruh variabel lain selain variabel kepuasan karyawan.

Pengaruh kepuasan terhadap kinerja pada Rumah Sakit Abdul Moeloek Bandar Lampung adalah sebesar 77.8% sedangkan pengaruh dari luar variabel kepuasan kerja yang mempengaruhi kinerja pegawai sebesar 22.2%.

Berdasarkan pembahasan hasil di atas, dapat diketahui bahwa Pengembangan SDM dan Kompensasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan . Selanjutnya kepuasan kerja tersebut akan berdampak positif terhadap kinerja Pegawai, dengan demikian



jelaslah bahwa dengan Pengembangan SDM dan Kompensasi yang baik, maka kepuasan kerja akan meningkat dimana peningkatan tersebut akan berdampak positif juga bagi kinerja.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### KESIMPULAN

Hasil dari pembahasan penelitian ini adalah bahwa penelitian ini mendukung hipotesis yang diajukan, yaitu:

1. Terdapat hubungan pengembangan sumber daya manusia dan kompensasi pada karyawan RSAM.
2. Terdapat pengaruh yang positif antara pengembangan sumber daya manusia dan kompensasi secara parsial terhadap kepuasan kerja karyawan RSAM.
3. Terdapat pengaruh pengembangan sumberdaya manusia dan kompensasi secara simultan terhadap kepuasan kerja karyawan RSAM.
4. Terdapat pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan RSAM.

### SARAN

Saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini adalah:

1. Pengembangan karyawan harus dilakukan secara terus menerus sesuai kebutuhan karyawan.
2. Kompensasi berupa remunerasi berhasil meningkatkan kepuasan kerja dan kinerja karyawan, karena itu harus dipertahankan.

## DAFTAR PUSTAKA

- (Bappeda) Kabupaten Morowali e Jurnal Katalogis, Volume 4 Nomor 8, Agustus 2016 hlm 140-147. Bumi Aksara.
- Davis, Keith. 1979. *Fundamental Organizational Behavior*. New Delhi: Magrow Hill Company.
- Dessler. 1997. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Bahasa Indonesia Jilid 2. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Fakhruddin M. Arsyad. 2016. *Pengaruh Pengembangan Sumber Daya Manusia*.
- Gibson, J. L., Ivancevich, J.M., dan Donnely, J. H., 1997. *Organisasi (Perilaku, Struktur dan Proses)*, Edisi kelima, Jakarta: Erlangga.

- Gomes, F. Cardoso. 1995. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hadari, Nawawi dan Martini Hadari. 1993. *Kepemimpinan Yang Efektif*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Handoko, T.H. 2001. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Hasibuan H. Malayu S.P, 2003. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta:
- Hassan, A., Hashim, A., and Hj. Ismail, A.Z. 2006. Human Resources Development Practices as Determinant of HRD Climate and Quality Orientation. *Journal of European Industrial Training*. Vol. 30 No. 1, pp. 4 – 18.
- Ilmu dan Riset Manajemen Volume 5, Nomor 1. *komitmen organisasional sebagai variabel intervening*, surabaya. *Jurnal Kompensasi Dan Karakteristik Pekerjaan Terhadap Kepuasan Kerja*.
- Kurniawan, Widhi Agung. 2013. Pengaruh Kepemimpinan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia terhadap Kepuasan Kerja, Motivasi Kerja dan Kinerja Karyawan Bank Sulselbar. *Artikel Ilmiah STESIA*. Vol. 5. No.4 Hal. 1-22.
- Madura, Jeff (2001), *Pengantar Bisnis*, Buku 2, Terjemahan, Jakarta: Salemba Empat.
- Mangkunegara, A.P. 2004. *Evaluasi Kinerja SDM*. Bandung. PT Refika Aditama.
- Ostroff, C, 1992, "The Relationship Between Satisfaction, Attitudes and Performance An Organization Level Analysis", *Journal of Applied Psychology*, Vol: 77, No. 6, p. 933-973.
- Parasuraman, Valarie Zaithamil, Berry and Leonard. 1985. "A Conceptual Model Of Service Quality and Implication for Future Research". *Journal of Marketing*. 49 (Fall) p. 41-50
- Price, A. 2003. *Human Resource Management in a Business Context*, Second Edition, London: Thomson Learning.
- Ranupandojo, H, Suad Husnan. 2000. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Ratminto dan Atik Septi Winarsih. 2005. *Manajemen Pelayanan Umum*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rivai, Veithzal. 2008. *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*. Jakarta: PT Rajara Findo Persada.
- Robbins, Stephen P. (1996), *Perilaku Organisasi: Konsep-Kontroversi-Aplikasi*, Jilid I, Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta: Prenhallindo.
- Rosita Titik. 2016. *pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan dengan*

- Sedarmayanti. 2001. *Dasar-Dasar Pengetahuan Tentang Manajemen Perkantoran*. Bandung: Mandar Maju.
- Siagian, Sondang P. 2003. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 1989. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Sugiono. 2001. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sujak, Abi. 1990. *Kepemimpinan Manajer (Eksistensinya Dalam Perilaku Organisasi)*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Surakhmad, Winarno. 1989. *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar*. Bandung: Alumi.
- Susilo, Martoyo. 1998. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFEUGM.
- Sutarto. 1986. *Dasar-dasar Organisasi*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

# PENGARUH STRES KERJA DAN KEPUASAN KERJA TERHADAP KOMITMEN ORGANISASI KARYAWAN PBF. PT. BANYUMAS DENPASAR

*Putu Agus Yoga Ariawan<sup>1</sup>, A.A. Ayu Sriathi<sup>2</sup>*

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia  
e-mail: sriathi@unud.ac.id

---

**ABSTRAK:** Komitmen organisasi merupakan keterlibatan individu, perasaan memiliki dan loyalitas terhadap perusahaan atau merasa menjadi bagian dari organisasi untuk mencapai tujuan organisasi. Agar karyawan memiliki komitmen organisasi yang tinggi, suatu organisasi perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi komitmen organisasi seperti faktor personal, faktor organisasi dan *Non-organizational faktor*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh stres kerja dan kepuasan kerja terhadap komitmen organisasi karyawan di PBF. PT. Banyumas Denpasar. Penelitian ini dilakukan di PBF. PT. Banyumas Denpasar. Jumlah sampel yang diambil 35 orang karyawan, dengan metode sensus. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan stres kerja berpengaruh negatif dan signifikan terhadap komitmen organisasi karyawan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi stres kerja yang dialami karyawan, maka akan semakin menurunkan komitmen organisasi. Serta kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen organisasi karyawan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepuasan kerja maka akan semakin tinggi pula komitmen kerja karyawan.

**Kata kunci:** stres kerja, kepuasan kerja, komitmen organisasi

---

**ABSTRACT:** Organizational commitment is the involvement of individuals, feelings of belonging and loyalty to the company or feel to be part of the organization to achieve organizational goals. In order for employees to have high organizational commitment, an organization needs to pay attention to the factors that influence organizational commitment such as personal factors, organizational factors and Non-organizational factors. The purpose of this study is to determine the effect of job stress and job satisfaction on the commitment of employee organizations in the PBF. PT. Banyumas Denpasar. This research was conducted in PBF. PT. Banyumas Denpasar. Number of samples taken 35 employees, by census method. Data collection is done through observation, interview and questionnaire. The analysis technique used is multiple linear regression. Based on the results of this study, it can be concluded that work stress has a negative and significant effect on employees' organizational commitment. This shows that the higher the work stress experienced by employees, it will further decrease organizational commitment. As well as job satisfaction have a positive and significant impact on employees' organizational commitment. This shows that the higher the job satisfaction will be the higher the employee's work commitment.

**Keywords:** *job stress, job satisfaction, organizational commitment*

---

## PENDAHULUAN

Beragam produk yang di produksi oleh beberapa perusahaan di Indonesia membutuhkan bantuan dari pihak lain untuk menyalurkan barang produksinya ke

seluruh wilayah Indonesia. Hal ini membuat perusahaan inti menunjuk beberapa perusahaan distributor pada setiap wilayah untuk menyalurkan barang produksi dari perusahaan inti tersebut. PBF (Perusahaan Besar Farmasi) PT. Banyumas merupakan

salah satu perusahaan yang bergerak di bidang distributor yang berpusat di Denpasar dengan 3 cabang yaitu Denpasar, Kupang dan Mataram.

Sumber daya manusia berperan penting sebagai penggerak kegiatan operasional dalam perusahaan tersebut demi tercapainya tujuan perusahaan. Dalam beberapa kasus, masalah sumber daya manusia menjadi masalah yang sangat kompleks padahal kedudukannya menentukan kondisi perusahaan, namun sering kali dalam organisasi terjadi penurunan komitmen organisasional pada karyawan. Misalnya karyawan tidak peduli terhadap kelangsungan perusahaan, hal ini terlihat dari perilaku setiap karyawan PBF. PT. Banyumas yang hanya datang untuk bekerja tanpa memberikan masukan kepada rekan kerja atau pimpinan dan terkadang kadang mengobrol di luar pekerjaan yang sedang dijalankan (Dockel *et al.*, 2003). Menurut Allen dan Meyer (1991) indikator yang menentukan turunnya komitmen organisasi dalam perusahaan adalah komitmen afektif, komitmen normatif dan komitmen berkelanjutan.

Menurut Mathis dan Jackson (2011: 122) komitmen organisasional adalah tingkat sampai dimana karyawan yakin dan menerima tujuan organisasi, serta berkeinginan untuk tetap menjadi bagian dari organisasi. Komitmen organisasi mencerminkan bagaimana seorang individu mengidentifikasi dirinya dengan organisasi dan terikat dengan tujuan-tujuannya. Selanjutnya, komitmen yang lebih tinggi dapat mempermudah terwujudnya produktivitas yang lebih tinggi (Kreitner dan Kinicki, 2003: 274), kemajuan karir, peningkatan kompensasi serta mendapatkan imbalan intrinsik bagi individu (R.W. Rowden, 2000). Komitmen organisasional menggambarkan keterikatan seseorang di dalam organisasi, sehingga menimbulkan suatu rasa ikut memiliki (*sense or belonging*) terhadap organisasi tempat ia bekerja (Rahadian dan Andi, 2008). Komitmen organisasi tersebut sangat penting bagi berlangsungnya kehidupan perusahaan khususnya perusahaan PBF. PT. Banyumas, karena dapat menentukan sikap karyawan perusahaan untuk tetap mengabdikan diri pada perusahaan sehingga perusahaan bisa tetap berjalan (Yohanes dan Selly, 2004).

Streers dan Porter dalam Sopiah (2008: 164) mengemukakan ada sejumlah faktor yang mempengaruhi komitmen pegawai pada organisasi yaitu faktor personal, yang meliputi *job expectation*, *psychological contract*, *job choicew factor*, karakteristik personal, dan yang kedua ada faktor

organisasi, yang meliputi *initial works experiences*, *job scope*, *supervision*, *goal consistency organizational*. Ketiga ada *Non-organizational* faktor, yang meliputi *availability of alternative jobs*. Berdasarkan wawancara yang dilakukan pada beberapa karyawan perusahaan PBF. PT. Banyumas, ditemukan adanya fenomena mengenai adanya indikasi mengenai komitmen yang rendah dalam perusahaan seperti kurangnya tanggung jawab dalam menyelesaikan tugas, adanya keinginan untuk keluar dari organisasi tetapi mereka tidak melakukannya karena keterbatasan pendidikan.

Selain faktor di atas yang sudah dijelaskan, faktor lain yang menyebabkan turunnya komitmen organisasi adalah stres kerja (Gede dan Agoes, 2016). Stres merupakan bidang perhatian bagi pengusaha dan karyawan sebagai bagian dari organisasi, stres menentukan optimal atau tidaknya keluaran karyawan dan membuat pekerjaan karyawan tersebut berarti bagi mereka (Hlatywayoet *al.*, 2014; Uppalet *al.*, 2014). Stres kerja bertindak sebagai tantangan besar dan ancaman psikologis, fisik individu serta kesehatan organisasi. Stres menyebabkan banyak masalah (Yahaya *et al.*, 2010; Hlatywayo *et al.*, 2014), karena itu stres penting untuk ditanggulangi untuk meningkatkan kehidupan, kesehatan dan produktifitas karyawan (Siagian, 2012:140). Gejala stress yang berdampak negatif bagi perusahaan termasuk ke dalam *distress*, karena sering kali menghasilkan perilaku karyawan yang disfungsional seperti sering melakukan kesalahan, moral yang rendah, bersikap masa bodoh dan absen tanpa alasan. Di sisi lain stress juga bisa berdampak positif terhadap karyawan atau disebut juga sebagai *eustress* yang bisa menimbulkan efek menciptakan tantangan dan perasaan untuk bisa selalu berprestasi serta berperan sebagai faktor motivator yang kritis bagi banyak karyawan (Indra dan Eko, 2013).

Salah satu masalah dari stres seperti tuntutan pekerjaan yang tidak sesuai dan tugas tidak sesuai wewenang jabatan bisa berpengaruh ke komitmen organisasi yang menyebabkan komitmen organisasi tersebut menjadi rendah, efek berlebihan dari stres ini adalah meningkatkan niat karyawan untuk keluar dari organisasi dan kinerja organisasi berkurang (Cicei, 2012; Gayathiri & Ramakrishnan, 2014). Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa karyawan PBF. PT. Banyumas mengenai indikasi tentang stres kerja ditemukan fenomena bahwa karyawan menerima tuntutan pekerjaan yang terlalu besar sehingga ada pekerjaan yang selesai tetapi tidak tepat waktu. Hal

ini menyebabkan karyawan stres karena tidak bisa memenuhi kewajibannya sebagai karyawan.

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dapat dirumuskan pokok masalah yaitu, Bagaimana pengaruh stres kerja terhadap komitmen organisasi karyawan PBF. PT. Banyumas, dan Bagaimana pengaruh kepuasan kerja terhadap komitmen organisasi karyawan PBF. PT. Banyumas. Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah Menganalisis pengaruh stres kerja terhadap komitmen organisasi karyawan PBF. PT. Banyumas. Menganalisis pengaruh kepuasan kerja terhadap komitmen organisasi karyawan PBF. PT. Banyumas.

Khatibi *et al.* (2009) dan Firth *et al.* (2004) menyatakan ada hubungan negatif antara stres kerja dengan komitmen organisasi, pegawai yang memiliki tingkat stres tinggi berimplikasi terhadap rendahnya komitmen organisasi mereka. Begitu juga dengan Velnampy dan Aravinthan (2013) yang menyatakan adanya hubungan negatif antara stres kerja dan komitmen organisasi. Moncrief *et al.* (1997) berpendapat adanya pengaruh signifikan dan negatif stres kerja dan komitmen organisasi yang sangat berpengaruh terhadap kelangsungan organisasi. Peran konflik dan peran ambigius sebagai pembentuk stres mempunyai pengaruh terhadap penurunan komitmen organisasi yang artinya terdapat hubungan yang negatif dan signifikan antara stres kerja dengan komitmen organisasi (Pool, 2000). Cha *et al.* (2011) mengungkapkan stres kerja memiliki hubungan yang signifikan dan negatif dengan komitmen organisasi. Stres kerja berpengaruh negatif pada komitmen organisasi karena semakin tinggi stres mengakibatkan semakin menurunnya komitmen organisasi. (Iresa dkk., 2015). Dari uraian tersebut, maka dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut :

H<sup>1</sup> : Stres kerja berpengaruh negatif terhadap Komitmen Organisasi

Koh dan Bo (2004) menyatakan kepuasan kerja karyawan berpengaruh positif terhadap komitmen organisasi. Begitu juga dengan Eslami dan Gharakhani (2012) yang menyatakan karyawan yang memiliki kepuasan kerja cenderung berkomitmen untuk organisasi dan karyawan yang puas dan berkomitmen lebih mungkin untuk menghadiri pekerjaan. Lumley (2011) menyimpulkan kepuasan kerja mempengaruhi sikap masyarakat terhadap pekerjaan dan berbagai aspek pekerjaan mereka, kepuasan kerja dipengaruhi oleh pribadi yang menyebabkan reaksi emosional yang mempengaruhi komitmen organisasi.

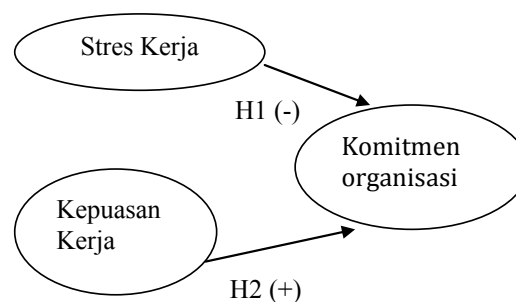
Oyewobi *et al.* (2012) pada penelitian quantity surveyor dalam pelayanan publik nigeria menunjukkan bahwa ada korelasi positif antara variabel kepuasan

kerja dengan komitmen organisasi. Adekola (2012) menunjukkan hasil analisis regresi linear berganda yang berhubungan positif antara kepuasan kerja dengan komitmen organisasi. Pradhiptya (2013) menyatakan bahwa kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen organisasi. Hasil yang sama juga dinyatakan dalam penelitian yang dilakukan oleh Tania dan Sutanto (2013) bahwa kepuasan kerja memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen organisasional.

Penelitian ini mendukung penelitian DeConnick dan Will dalam Widyanti dkk. (2004) yang menemukan bahwa kepuasan kerja merupakan suatu prediktor yang signifikan terhadap komitmen karyawan pada organisasi. Silvia (2006) menyatakan bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen. Yousef (2002) juga menyatakan bahwa kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen. Ramayah dan Nasurdin (2003) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kepuasan kerja yang digambarkan pada kepuasan gaji, promosi, supervisi dan kerjasama antar pekerja sangat besar pengaruhnya dalam menentukan komitmen pekerja terhadap organisasi. Ini berarti bahwa semakin tinggi kepuasan kerja yang dirasakan oleh karyawan, maka semakin termotivasi pula karyawan dalam peningkatan komitmen organisasinya dan sebaliknya, semakin rendah kepuasan kerja yang dirasakan oleh karyawan, maka semakin karyawan tidak termotivasi untuk meningkatkan komitmen organisasinya (Dana Pramitha dkk., 2010). Dari uraian tersebut dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut :

H<sup>2</sup> : Kepuasan kerja berpengaruh positif terhadap Komitmen Organisasi

Berdasarkan penelusuran kajian pustaka dan hasil hasil penelitian sebelumnya maka model konseptual penelitian ini dapat dilihat pada gambar 1 sebagai berikut.



**Gambar 1. Model Konseptual Penelitian**



Sumber:

- H<sub>1</sub>: Khatibi *et al.* (2009), Firth *et al.* (2004), Velnampy dan Aravinthan (2013), Moncrief *et al.* (1997), Pool (2000), Cha *et al.* (2011), Iresa dkk. (2015).  
H<sub>2</sub>: Koh dan Bo (2004), Eslami dan Gharakhani (2012), Lumley (2011), Oyewobi *et al.* (2012), Adekola (2012), Pradhipta (2013), Tania dan Sutanto (2013), Widyanti dkk. (2004), Silvia (2006), Yousef (2002).  
Dana Pramitha dkk. (2010).

## METODE PENELITIAN

Berdasarkan permasalahan yang diteliti, penelitian yang digolongkan pada penelitian asosiatif (hubungan), yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari satu variabel, dua variabel atau lebih. Metode ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel stres kerja dan kepuasan kerja terhadap komitmen organisasional.

Lokasi penelitian ini dilakukan di PBF. PT. Banyumas yang beralamat di Jalan Kepundung No.70 Denpasar. Lokasi ini dipilih karena adanya indikasi komitmen yang rendah berdasarkan hasil observasi peneliti. Subjek dari penelitian ini adalah seluruh karyawan PBF. PT. Banyumas Denpasar. Obyek penelitian ini, yaitu stres kerja, kepuasan kerja, dan komitmen organisasional.

Variabel-variabel yang diidentifikasi dalam penelitian ini dapat dikelompokkan menjadi dua jenis, yaitu Variabel terikat (*dependent variable*) merupakan variabel yang tergantung dari variabel lain. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah komitmen organisasi. Variabel bebas (*independent variable*) merupakan variabel yang dapat mempengaruhi variabel lain. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah stres kerja dan kepuasan kerja.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan data kualitatif. Data kualitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk kata, kalimat dan gambar. Data kualitatif dalam penelitian ini berupa pendapat dari responden yang meliputi variabel stres kerja, kepuasan kerja, komitmen organisasional. Data kuantitatif adalah data yang berupa angka – angka atau data kualitatif yang diangkakan. Data kuantitatif dalam penelitian ini adalah data karyawan pada perusahaan PBF. PT. Banyumas. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dimana sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer, responden yang langsung

memberikan jawaban atau skor terhadap variabel-variabel penelitian yang terdapat dalam kuisioner. Sumber sekunder, data yang didapat dari sumber – sumber yang sudah tersedia seperti dari data perusahaan, sejarah perusahaan.

Sugiyono (2014:115) menyatakan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/ subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh karyawan perusahaan PBF. PT. Banyumas. Ukuran populasi penelitian ini sejumlah 35 orang karyawan, sedangkan pimpinan PBF. PT. Banyumas tidak termasuk dalam responden penelitian karena pimpinan organisasi sudah memiliki komitmen tinggi untuk menjalankan perusahaan demi tercapainya tujuan perusahaan (Humala, 2014).

Adapun metode pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan kuesioner. Metode observasi yaitu metode pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan secara langsung ke PBF. PT. Banyumas tentang obyek yang diteliti serta melakukan pencatatan secara sistematis untuk mengamati kinerja pegawai. Metode wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab masalah yang akan diteliti. Pertanyaan yang diajukan seperti permasalahan mengenai stres kerja, kepuasan kerja dan komitmen organisasi pegawai kantor PBF. PT. Banyumas. Metode Kuesioner adalah metode pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan yang disebarakan kepada responden mengenai stres kerja, kepuasan kerja terhadap komitmen organisasi pegawai kantor PBF. PT. Banyumas.

Skala pengukuran data merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam ukuran (dalam hal kuesioner), sehingga alat ukur tersebut bila dilakukan dalam pengukuran menghasilkan data kuantitatif. Penilaian untuk variabel stres kerja, kepuasan kerja dan komitmen organisasi menggunakan satu skala yaitu Skala Likert dengan skala 1-5. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapatan dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial. Jawaban dari setiap item instrument yang menggunakan skala likert memiliki gradasi jawaban dari sangat positif atau sangat negatif.

Pada penelitian ini kesungguhan responden dalam menjawab pernyataan merupakan hal yang paling penting dikarenakan keabsahan (validitas) suatu

hasil penelitian sangat tergantung oleh alat pengukur instrumen yang digunakan dan data yang diperoleh. Berdasarkan pertimbangan tersebut, dalam penelitian ini teknik analisis data diawali dengan pengujian instrumen yaitu dengan menguji validitas dan reliabilitas instrumen sehingga dapat diketahui apakah jawaban responden tersebut telah dijawab dengan benar atau tidak.

Uji hipotesis melalui analisis regresi linier berganda yaitu model regresi yang melibatkan satu atau lebih variabel terikat (Y) dengan dua atau lebih variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ ) (Wirawan, 2002:292). Rumus model regresi linier berganda yang digunakan yaitu sebagai berikut.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 \dots \dots \dots (1)$$

- Keterangan :
- Y = Komitmen Organisasi
  - $\alpha$  = Konstanta
  - $\beta_1, \beta_2$  = Koefisien regresi variabel  $X_1, X_2$
  - $X_1$  = Stres Kerja
  - $X_2$  = Kepuasan Kerja

Penggunaan analisis ini karena mampu menginterpretasikan dan menjelaskan hubungan linier antara stres kerja, kepuasan kerja dan komitmen organisasi karyawan.

Pengujian hipotesis dapat dilakukan apabila model regresi linier berganda sudah memenuhi syarat uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang dilakukan terhadap penelitian adalah dengan uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dari penelitian ini di gambarkan secara umum dengan menyajikan karakteristik yang di lihat dari beberapa variable demografi yaitu nama, usia, jabatan, jenis kelamin dan pendidikan terakhir. Jumlah responden yang di gunakan dalam penelitian ini sebanyak 35 orang responden.

Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin, Kriteria jenis kelamin responden dapat digunakan sebagai acuan untuk mengetahui proporsi responden laki-laki dan perempuan. Berdasarkan data dapat dilihat bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 26 responden atau sekitar 74,2 persen dan responden yang berjenis kelamin perempuan

berjumlah 9 responden atau sekitar 24,8 persen.

Karakteristik Berdasarkan Usia, Data menunjukkan bahwa karyawan PBF. PT. Banyumas sebagian besar berumur 31 tahun ke atas dengan jumlah sebanyak 17 orang atau berkisar 49 persen. Artinya semakin tinggi persaingan di dunia kerja menyebabkan karyawan akan memiliki komitmen dengan organisasinya.

Karakteristik Berdasarkan Jabatan, Data menunjukan bahwa jabatan yang paling banyak dipegang pegawai adalah *salesman* yaitu sebanyak 7 orang atau berkisar 20 persen. Artinya pendapatan perusahaan tergantung pada penjualan yang dilakukan oleh *salesman* perusahaan yang berarti para salesman ini harus memiliki komitmen tinggi dalam pekerjaannya, karena pendapatan yang di dapat perusahaan tergantung pada pemasaran yang dilakukan oleh *salesman* yang bertugas dalam perusahaan tersebut.

Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir, Data menunjukan bahwa pendidikan terakhir dari para pegawai PT. Banyumas sebagian besar adalah lulusan SMA yaitu dengan persentase sebesar 26 orang atau 74 persen, untuk diploma 2 dan 3 masing - masing sebesar 6 persen atau 2 orang, dan S1 sebesar 5 orang atau sekitar 14 persen. Ini berarti tingkat pendidikan karyawan PBF. PT. Banyumas sudah cukup baik.

Uji validitas dapat dilakukan dengan mengkorelasikan antar skor item instrument dengan skor total seluruh item pertanyaan. Jika korelasi antara masing - masing skor butir pernyataan terhadap total skor butir - butir pernyataan menunjukkan nilai koefisien korelasinya  $\geq 0,3$  maka masing-masing butir pernyataan tersebut dikatakan valid (Sugiyono, 2012:178).

Tabel 1.  
Hasil Uji Validitas Instrumen

No	Variabel	Indikator	Koefisien Korelasi	Keterangan
1	Stres Kerja	X1.1	0,912	Valid
		X1.2	0,96	Valid
		X1.3	0,959	Valid
2	Kepuasan Kerja	X2.1	0,869	Valid
		X2.2	0,807	Valid
		X2.3	0,88	Valid
		X2.4	0,772	Valid
		X2.5	0,817	Valid
		X2.6	0,871	Valid
		X2.7	0,899	Valid

3	Komitmen Organisasi	Y1.1	0,85	Valid
		Y1.2	0,889	Valid
		Y1.3	0,937	Valid

Sumber: Data Diolah, 2017

Hasil uji validitas yang ditampilkan pada tabel 1 menunjukkan bahwa 13 indikator yang digunakan memiliki nilai korelasi di atas 0,3 yaitu nilai korelasi terkecil 0,772 hingga nilai korelasi yang terbesar sebesar 0,960 sehingga keseluruhan indikator yang digunakan dinyatakan valid dan dapat dilanjutkan ke analisa berikutnya.

Selain harus dikatakan valid, instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti juga harus dikatakan reliabel sehingga layak untuk digunakan mengumpulkan data. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 sehingga korelasi tersebut signifikan dan instrument tersebut dapat digunakan (Sugiyono, 2012:172).

**Tabel 2.**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
Stres Kerja	0,936	Reliabel
Kepuasan Kerja	0,928	Reliabel
Komitmen Organisasi	0,872	Reliabel

Sumber: Data Diolah, 2017

Hasil uji reliabilitas yang ditampilkan pada tabel 2 menunjukan seluruh instrumen penelitian dikatakan reliabel sehingga dapat digunakan untuk mengumpulkan data. Nilai keseluruhan *alpha cronbach*  $\geq 0,6$  menunjukan bahwa pengukuran tersebut dapat memberikan hasil yang konsisten apabila dilakukan pengukuran kembali terhadap subjek yang sama pada waktu yang berbeda.

Tabel 3 menunjukkan bahwa skor untuk variabel stres kerja adalah sebesar 2,84 ini berarti bahwa responden menyatakan cukup tinggi pada variabel stres kerja pada perusahaan PBF. PT. Banyumas. Hal ini diperinci sebagai berikut. Responden menyatakan setuju untuk pernyataan tuntutan yang tidak sesuai dengan kemampuan (x1.1), melakukan tugas tidak sesuai dengan wewenang jabatan (x1.2), kepala perusahaan yang tidak mendukung pekerjaan yang dilakukan (x1.3).

**Tabel 3.**  
**Deskripsi Persepsi Responden Terhadap Variabel Stres Kerja**

No	Pernyataan	Proporsi Jawaban Responden					Rata-Rata
		STS	TS	N	S	SS	
1	Tuntutan pekerjaan saya tidak sesuai dengan kemampuan saya dalam menyelesaikan tugas.	2	11	11	9	2	2,94
2	Saya melakukan tugas tidak sesuai dengan wewenang jabatan saya.	1	18	4	12	0	2,77
3	Kepala perusahaan saya tidak mendukung pekerjaan yang saya lakukan.	2	18	2	11	2	2,80
Stres Kerja							2,84

Sumber: Data Diolah, 2017

Dari Tabel 3 dapat disimpulkan variabel stres kerja secara keseluruhan memiliki nilai rata – rata 2,84 yang berarti stres kerja yang dialami pegawai tergolong cukup Tinggi. Hal ini dapat dilihat dari masing – masing nilai indikator yang berada antara nilai interval cukup buruk. Hal ini berarti tuntutan pekerjaan, tugas dan wewenang karyawan yang tidak sesuai, dukungan kepala perusahaan perlu adanya perhatian lebih dari kepala perusahaan untuk mengurangi stres kerja yang dialami pegawai.

Tabel 4 menunjukkan bahwa skor untuk variabel kepuasan kerja adalah sebesar 3,76 ini berarti menyatakan bahwa responden setuju pada variabel kepuasan kerja pada perusahaan PBF. PT Banyumas. Hal ini dapat diperinci sebagai berikut : pekerjaan yang dilakukan sangat menarik (x.2.1), merasa nyaman saat bekerja pada perusahaan (x.2.2), mampu menunjukkan prestasi dalam perusahaan (x.2.3), diberi kesempatan berupa promosi jabatan (x.2.4), diberi penghargaan atas prestasi yang diraih (x.2.5), mampu menyelesaikan tugas sesuai wewenang (x.2.6), mampu menerima arahan dari pimpinan dan jabatan yang lebih tinggi (x.2.7).

**Tabel 4.**  
**Penilaian Responden pada Variabel**  
**Kepuasan Kerja**

No	Pernyataan	Proporsi Jawaban Responden					Rata-rata
		ST	TS	N	S	SS	
1	Saya merasa pekerjaan yang saya lakukan sangat menarik.	0	3	11	20	1	3,54
2	Saya merasa nyaman bekerja dalam perusahaan.	0	2	8	18	7	3,86
3	Saya mampu menunjukkan prestasi kerja dalam perusahaan.	0	2	7	16	10	3,97
4	Pimpinan memberikan kesempatan berupa promosi jabatan kepada saya.	0	3	11	18	3	3,60
5	Saya diberikan penghargaan atas prestasi kerja yang saya raih.	0	2	9	16	8	3,86
6	Saya mampu menyelesaikan tugas sesuai dengan wewenang jabatan saya di perusahaan.	0	2	11	20	2	3,63
7	Saya mampu menerima arahan dari pimpinan dan jabatan yang lebih tinggi.	0	3	6	19	7	3,86
Kepuasan Kerja							3,76

Sumber: Data Diolah, 2017

Dari Tabel 4 dapat disimpulkan variabel kepuasan kerja secara keseluruhan memiliki nilai rata – rata 3,76 yang berarti kepuasan kerja yang dialami pegawai tergolong puas. Hal ini dapat dilihat dari masing – masing nilai indikator yang berada antara nilai interval setuju. Hal ini berarti pekerjaan yang cukup menarik, merasa nyaman bekerja dalam perusahaan, mampu menunjukkan prestasi kerja, kesempatan promosi jabatan, penghargaan atas prestasi kerja, mampu menyelesaikan tugas sesuai wewenang jabatan dan mampu menerima arahan dari pimpinan sudah terbilang puas dan perlu adanya perhatian agar bisa ditingkatkan lagi.

Tabel 5 menunjukkan skor untuk variabel komitmen adalah sebesar 3,69 ini berarti menyatakan bahwa responden baik pada variabel komitmen organisasi pada perusahaan PBF. PT. Banyumas. Hal ini dapat diperinci sebagai berikut : senang terlibat dalam organisasi (x.3.1), memiliki perasaan ingin tetap tinggal dalam organisasi (x.3.2), bertanggung jawab melakukan pekerjaan dalam organisasi (x.3.3).

**Tabel 5.**  
**Penilaian Responden pada Variabel**  
**Komitmen Organisasi**

No	Pernyataan	Proporsi Jawaban Responden					Rata-Rata
		STS	TS	N	S	SS	
1	Saya merasa senang terlibat dalam organisasi.	1	1	10	19	4	3,69
2	Saya ingin tetap tinggal dalam organisasi.	0	4	9	19	3	3,60
3	Saya bertanggung jawab untuk melakukan pekerjaan di organisasi.	0	3	7	20	5	3,77
Komitmen Organisasi							3,69

Sumber: Data Diolah, 2017

Analisis data yang dipakai pada penelitian ini adalah hasil analisis regresi linear berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS (*Statistical Package for Social Science*) model ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh antara variabel *dependent* (variabel terikat) dengan variabel bebasnya (*independent*) baik secara simultan maupun parsial (Sugiyono, 2007: 277).

Hasil (*output*) dari model analisis dari analisis regresi linear berganda yang dimaksud adalah sebagai berikut.

**Tabel 6.**  
**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1 (Constant)	.000	.113			.000	1.000		
Stres kerja	-.372	.156	-.372		-2.390	.023	.543	1.841
Kepuasan kerja	.457	.156	.457		2.935	.006	.543	1.841

a. Dependent Variable: Komitmen Org.

<b>R Square =</b>	<b>F Statistik =</b>	<b>Signi =</b>
<b>0,578</b>	<b>21,915</b>	<b>0,000</b>

Sumber: Data Diolah, 2017

Pada Tabel 6 dapat dilihat bahwa besarnya R Square adalah 0,578. Hal ini berarti 57,8 persen komitmen organisasi karyawan PBF. PT. Banyumas dapat dijelaskan oleh variasi variabel stres kerja , kepuasan kerja, sedangkan sisanya sebanyak 42,2 persen disebabkan oleh faktor – faktor lain diluar model.

Pada Tabel 6 dapat dilihat nilai koefisien regresi dari variabel bebas (stres kerja, kepuasan kerja) dan konstanta (komitmen organisasi), maka diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut.

$$Y = 0.000 + 0,372 (X1) + 0,457 (X2)$$

Berdasarkan persamaan tersebut, maka pengaruh stres kerja dan kepuasan kerja terhadap komitmen organisasi PBF. PT. Banyumas Denpasar dapat diartikan sebagai berikut. Diketahui konstanta besarnya 0,000 mengandung arti jika stres kerja (X1) dan kepuasan kerja (X2) tidak berubah, maka komitmen organisasi (Y) tidak mengalami perubahan.  $\beta_1 = 0,372$ ; berarti apabila variabel stres kerja (X1) meningkat, maka akan mengakibatkan penurunan pada komitmen organisasi (Y), dengan asumsi variabel kepuasan kerja dianggap konstan.  $\beta_2 = 0,457$ ; berarti apabila variabel kepuasan kerja (X2) meningkat, maka akan mengakibatkan peningkatan pada komitmen organisasi (Y), dengan asumsi variabel stres kerja dianggap konstan.

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel residual mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal. Metode yang digunakan adalah dengan menggunakan statistik *Kolmogorov-Smirnov test*. Kriteria yang digunakan dalam test ini adalah dengan membandingkan antara tingkat signifikansi yang di dapat dengan tingkat *alphayang* digunakan, dimana data tersebut dikatakan berdistribusi normal bila  $sig > 0,005$  (Ghozali, 2012:141).

**Tabel 7.**  
**Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		35
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.64961010
Most Extreme Differences	Absolute	.157
	Positive	.103
	Negative	-.157
Kolmogorov-Smirnov Z		.929
Asymp. Sig. (2-tailed)		.354

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Diolah, 2017

Tabel 7 menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig sebesar  $0,354 > 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi dengan normal.

Model regresi yang baik seharusnya tidak

terjadi korelasi diantara variabel *independent*. Untuk menguji apakah terdapat korelasi diantara variabel bebas (*independent*), maka perlu melakukan uji multikolienaritas (Ghozali, 2012: 105). Tabel 8 menunjukkan hasil uji multikolienaritas.

**Tabel 8.**  
**Hasil Uji Multikolienaritas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1								
	(Constant)	.000	.113		.000	1.000		
	Stres kerja	-.372	.156	-.372	-2.390	.023	.543	1.841
	Kepuasan kerja	.457	.156	.457	2.935	.006	.543	1.841

a. Dependent Variable: Komitmen Org.

Sumber: Data Diolah, 2017

Hasil uji multikolienaritas pada tabel 8 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* variabel bebas berada di atas 0,1 dan nilai VIF berada di bawah 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa model tidak terdapat gejala multikolienaritas.

Uji Heteroskedastisitas untuk melihat apakah dalam model regresi memiliki ketidaksamaan *variancedari* residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Untuk menguji heteroskedastisitas digunakan uji Glejser. Metode uji Glejser dapat digunakan untuk menguji adanya heteroskedastisitas yang dimana tingkat signifikansinya berada di atas 0,05 dapat dinyatakan model tidak heteros (Ghozali, 2012:139). Hasil uji ini dapat dilihat pada tabel 9.

**Tabel 9.**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1						
	(Constant)	.434	.081		5.374	.000
	Stres kerja	.120	.111	.251	1.081	.288
	Kepuasan kerja	.003	.111	.005	.024	.981

a. Dependent Variable: Absres

Sumber: Data Diolah, 2017

Dalam Tabel 9 memperlihatkan angka tingkat signifikansi tiap variabel bebas di atas 0,05 sehingga dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

Uji F bertujuan untuk menguji apakah semua



variabel independen yang dimasukkan ke dalam model secara simultan atau bersama – sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2006).

Signifikansi Tabel ANOVA menunjukkan besarnya angka probabilitas atau signifikansi pada perhitungan ANOVA. Nilai yang tertera digunakan untuk uji kelayakan Model Analisis (dimana sejumlah variabel x mempengaruhi variabel y) dengan ketentuan angka probabilitas yang baik untuk digunakan sebagai model regresi adalah sebagai berikut. Jika nilai sig < 0,05 atau F hitung > F tabel, maka terdapat pengaruh variabel stres kerja dan kepuasan kerja secara simultan terhadap variabel komitmen organisasi. Jika nilai sig > 0,05 atau F hitung < = F tabel, maka tidak terdapat pengaruh variabel stres kerja dan kepuasan kerja secara simultan terhadap variabel komitmen organisasi.

**Tabel 10.**  
**Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	19.652	2	9.826	21.915	.000 <sup>a</sup>
	Residual	14.348	32	.448		
	Total	34.000	34			

a. Predictors: (Constant), Kepuasan kerja, Stres kerja

b. Dependent Variable: Komitmen Org.

Sumber: Data Diolah, 2017

Tabel 10 hasil uji anova (UJI F) di atas, diperoleh nilai antar kelompok pembanding = 2, nilai dalam kelompok penyebut = 32, pada alfa = 0,05, maka nilai F tabelnya adalah  $F_{0,05}(2,32) = 3,29$ .

Tabel hasil uji anova (UJI F) menunjukkan hasil F hitung sebesar 21,915 dengan signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena nilai F Sig. Sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai F hitung  $21,915 > 3,29$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hasil ini mempunyai arti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel stres kerja dan kepuasan kerja secara simultan terhadap variabel komitmen organisasi.

Uji statistik t bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variabel terikat. *Level of significant* yang digunakan adalah 0,05 atau 5 persen. Apabila tingkat signifikansi t lebih kecil dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

Berdasarkan Tabel 8 dapat dilihat bahwa nilai

signifikansi uji t untuk variabel stres kerja sebesar 0,023 (lebih kecil dari 0,05) dengan nilai beta sebesar -0,372. Maka dapat dikatakan bahwa stres kerja berpengaruh negatif dan signifikan terhadap komitmen organisasi, sehingga hipotesis pertama diterima. Oleh karena itu, semakin tinggi stres kerja maka semakin rendah pula komitmen organisasi karyawan.

Berdasarkan Tabel 8 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi uji t untuk variabel kepuasan kerja sebesar 0,006 (lebih kecil dari 0,05) dengan nilai beta sebesar 0,457. Maka dapat dikatakan bahwa kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen organisasi, sehingga hipotesis kedua diterima. Oleh karena itu, semakin tinggi kepuasan kerja maka semakin tinggi pula komitmen organisasi.

Pembahasan dari hasil pengujian hipotesis penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, pengaruh stres kerja terhadap komitmen organisasi dengan hasil (sig. t  $0,000 < 0,05$ ) serta koefisien beta sebesar -372 menunjukkan bahwa stres kerja berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap komitmen organisasi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin buruk stres kerja yang dialami pegawai, maka akan menurunkan komitmen organisasi karyawan PBF. PT. Banyumas Denpasar. Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Khatibi *et al.* (2009), Firth *et al.* (2004), Velnampy dan Aravinthan (2013) menyatakan ada hubungan negatif antara stres kerja dengan komitmen organisasional, pegawai yang memiliki tingkat stres tinggi berimplikasi terhadap rendahnya komitmen organisasional mereka.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, pengaruh kepuasan kerja terhadap komitmen organisasi dengan hasil (sig. t  $0,000 < 0,05$ ) serta koefisien beta sebesar 0,457 menunjukkan bahwa kepuasan kerja berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap komitmen organisasi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepuasan kerja yang dialami pegawai, maka akan menaikkan komitmen organisasi karyawan PBF. PT. Banyumas Denpasar. Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Koh dan Bo (2004), Eslami dan Gharakhani (2012), Lumley (2011), Oyewobi *et al.* (2012) menyatakan bahwa kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen organisasi.

## SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada

penelitian ini, maka dapat disimpulkan dari penelitian ini adalah Stres kerja berpengaruh negatif dan signifikan terhadap komitmen organisasi di PT. Banyumas Denpasar. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi stres kerja yang di alami karyawan, maka akan semakin menurunkan komitmen organisasi karyawan. Kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen organisasi karyawan di PT. Banyumas Denpasar. Hal ini menunjukkan bahwa semakin kepuasan kerja karyawan, maka akan semakin tinggi pula komitmen kerja karyawan.

Adapun saran yang dapat diberikan peneliti adalah Berdasarkan indikator stres kerja yang memiliki nilai rata – rata tertinggi adalah tuntutan pekerjaan saya tidak sesuai dengan kemampuan dalam menyelesaikan tugas, sebaiknya perusahaan melakukan survey apakah karyawan sudah mampu dalam menyelesaikan tugas dalam perusahaan. Apabila belum, perusahaan bisa melakukan *rolling* jabatan sesuai dengan kemampuan karyawan pada bidangnya masing – masing. Perusahaan diharapkan memperhatikan kepuasan kerja karyawan PBF. PT. Banyumas. Berdasarkan indikator kepuasan kerja yang memiliki rata-rata terendah dalam kepuasan kerja adalah Saya merasa pekerjaan yang saya lakukan sangat menarik, sebaiknya perusahaan memberikan variasi pekerjaan lain dari setiap bidang pekerjaan, agar pekerjaan tidak terlalu *monoton* karena akan menyebabkan karyawan merasa cepat bosan dan menyebabkan stres dalam melakukan pekerjaannya.

## REFERENSI

Adekola, Bola. 2012. The impact of organizational commitment on job satisfaction: a study of employees at nigerian universities. *International Journal of Human Resource Studies*. Vol. 2. No. 2. pp : 2126-3058.

Amin, Rashidah Mohamad I.A. dan Saleh Munir. 2014. The link between leader-member exchange, organizational citizenship behavior and job satisfaction: a case study on local government. *International Journal of Academic Research in Business and Social Science*. Vol. 4. No. 5. pp : 2222 - 6990

Cha, Jae Min; Kim, Seung Hyun; Cichy, Ronald F .2011. Job Satisfaction, Organizational Commitment, and Contextual Performance: Examining Effects of Work Status and Emotional Intelligence among Private Club Staff Members. *Journal of Psychology & Marketing*. Vol. 21. No.

6. pp: 405-424.

Ciceci, C.C. 2012. Occupational stress and organizational commitment in Romanian public organizations. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. Vol.33. pp : 1077 – 1081.

Dana Pramitha, Gede. I Wayan Gede Supartha. I Gede Riana. 2012. Pengaruh kepuasan kerja terhadap komitmen organisasional dan kinerja karyawan koperasi krama bali. *E-jurnal Manajemen Unud*. Vol. 1. No. 2. Hal: 191-206.

Dockel, Andreas. 2006. The effect of retention factors on organizational commitment: an investigation of high technology employee. *SA Journal of Human Resource Management*. Vol. 4. No. 28. pp: 20-28.

Durkin, Mark. 1999. Employee commitment in retail banking: identifying and exploring hidden dangers. *International Journal of Bank Marketing*. Vol 17. No. 3. pp: 124-134.

Eslami, Javad. Davood Gharakhani. 2012. Organizational Commitment and Job Satisfaction. *ARPJ Journal of Science and Technology*. Vol. 2. No. 2. pp. 225-247.

Firt, Lucy. Mellor david J. Moore Kathleen A. Loquet Claude. 2004. How Can Managers Reduce Employee Intention to Quit?. *Journal of Managerial Psychology*. Vol. 19. No. 2. pp : 170 – 187.

Gayathiri, R. Ramakrishnan L. 2014. Quality of Work Life – Linkage with Job Satisfaction and Performance. *International Journal of Business and Management Invention*. Vol. 2. No.1. pp: 1-8.

Gede Krisna Divara, I Gusti Agung. Agoes Ganesha Rahyuda. 2016. Pengaruh *work family conflict* terhadap stres kerja dan komitmen organisasional pegawai kontrak dinas kebudayaan provinsi bali. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol. 5. No. 11. Hal : 6994-7021.

Gunlu, Ebru, Mehmet Aksarayli, dan Nilüfer Şahin Percin. 2010. Job Satisfaction and Organizational Commitment of Hotel Managers in Turkey. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. Vol. 22. No.5. pp: 693-717.

Hartono, Brian. Roy Setiawan. 2013. Pengaruh komitmen organisasional terhadap kepuasan kerja karyawan paparons pizza city of tomorrow. *AGORA Jurnal*. Vol. 1. No. 1. Hal : 1-8.

Hasibuan, S.P. Melayu. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara.

Hlatywayo, C. K..Mlanga, T.S. & Zingwe, T. 2014.

- Precursors of emotional stability, stress and work-family conflict among female bank employees. *International Business & Economics Research Journal*. Vol. 13. No. 4. pp :861-866.
- Humala, Roziq. 2014. Kepemimpinan transformasional dengan komitmen organisasi karyawan. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*. Vol. 2. No. 2. Hal: 228-240.
- Indra Setiawan, Ahmad. Eko Darminto. 2013. Pengaruh dukungan sosial terhadap stres kerja pada karyawan. *Jurnal Mahasiswa Psikologi*. Vol. 1. No. 3. Hal : 2-4.
- Iresa, Amalia Rahma. Hamidah Nayati Utami. Arik Prasetya. Pengaruh konflik kerja dan stres kerja terhadap komitmen organisasional dan kinerja karyawan (studi pada karyawan pt. telekomunikasi indonesia, tbk witel malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 23 No. 1. Hal : 1-10.
- Khatibi, A. H. Asadi. M. Hamidi. 2009. The relationship between job stress and organizational commitment in national olympic and Paralympic academy. *World Journal of Sport Sciences*. Vol. 2. No. 4. pp : 272-278.
- Kreitner, Robert. Angelo Kinicki. 2003. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kuo, Tsung-Hsien. Li-AnHo. Chinho Lin. Kuei-Kuei Lai. 2010. Employee empowerment in a technology advanced work environment. *Industrial Management & Data Systems*. Vol. 110. No.1. pp.24-42.
- Koh, Hian Chye. Boo El'fred H.Y. 2004. Organizational ethics and employee satisfaction and commitment. *Management Decision*. Vol. 42. No. 4. pp: 677-693.
- Lumley, E.J. Coetzee, M. Tladinyane, R. Ferreira, N. 2011. Exploring the jobsatisfaction and organisational commitment of employees in the information technology environment Outhern. *African Business Review*. Vol. 15. No. 1. pp : 889-978.
- Mathis, L. Robert. Jackson M John. 2012. *Human Resources Management*. Jakarta: SalembaEmpat.
- Meyer, John P. Natalie J. Allen. 1991. A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*. Vol. 1. No.1. pp. 61-89.
- Meyer, John P. Herscovith L. 2001. Commitment in the workplace : toward general model. *Human Resource Management Review*. Vol. 11. pp: 299-326.
- Moncrief, W.C. Babakus E. Cravens D.W. Johnston M. 1997. Examining the antecedents and consequences of salesperson job stress. *Eurupeon Journal of Marketing*. Vol. 31. No 11/12. pp. 756-798.
- Naderi Anari, Nahid. 2012. Teachers: emotional intelligence, job satisfaction, and organizational commitment. *Journal Workplace Learning*. Vol 24. Iss 4. pp 256 – 269.
- Naqvi, S.M.M.R. Maria Ishtiaq. NousheenKanwaldanMohsin Ali. 2013. Impact on job autonomy on organizational commitment and job satisfaction: the moderating role of organizational culture in fast food sector of pakistan. *International Journal of Business and Management*. Vol. 8. No. 17. pp: 92-102.
- Nata Wirawan, I Gusti Putu. 2002. *Cara Mudah Memahami Statistik 2 (Statistik Inferensia) untuk ekonomi dan bisnis*. edisi kedua. Denpasar : Keraras Emas.
- Oshagbemi, T. 1997. Job Satisfaction and Dissatisfaction in Higher Education. *Education & Training*. Vol. 39. No. 9. pp: 354-359.
- Oyewobi, Luqman Oyekunle. Bolaji Suleiman. Abubakar Muhammad-Jamil. 2012. Job satisfaction and job commitment : a study of quantity surveyors in nigerian public service. *International Journal of Business and Management*. Vol. 7. No. 5. pp: 179-192.
- Panggabean, Mutiara Sibarani. 2004. Komitmen organisasi sebagai mediator variabel bagi pengaruh kepuasan kerja terhadap keinginan untuk pindah kerja. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*. Vol. 6. No. 1. Hal. 90-114.
- Pool, S . W. 2000. Organizational Culture and its relationship between Job Tension in measuring outcomes Among Business Executive. *The Journal Of Management Development*. Vol 19. No. 1. pp: 32-49.
- Pradhiptya, A R. 2013. Pengaruh kepuasan kerja terhadap organizational citizenship behavior (OCB) dengan mediasi komitmen organisasional. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol. 1. No. 1. Hal: 342-352.
- Probotranggono, Rahadian. Andi Kartika. 2008. Pengaruh komitmen organisasional dan profesional terhadap kepuasan kerja auditor dengan motivasi sebagai variabel intervening. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. Vol. 15. No.1. Hal. 80 – 90.
- Puspitawati, Ni Made Dwidan I Gede Riana. 2014. Pengaruh kepuasan kerja terhadap komitmen

- organisasional dan kualitas layanan. *Jurnal Manajemen Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*. Vol. 8. No. 1. Hal. 68-80.
- Ramayah, T. Aizzat Mohd Nasurdin. 2003. Job satisfaction and organizational commitment: differential effects for men and women. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol.5. No.1. Hal. 75-90.
- Rehman, Muttieur. RabbiaIrum. Namra Tahir. Zara Ijaz. Uzma Noor. Ume Salma. 2012. The impact of job stress on employee job satisfaction: a study on private colleges of pakistan. *Journal of Business Studies Quarterly*. Vol. 3. No.3. pp. 50-56.
- Richardson, Katherine M. Hannah R. Rothstein. 2008. Effect of occupational stress management intervention programs: A meta-analysis. *Journal of Occupational Health Psychology*. Vol. 13. No. 1. pp. 63-93.
- Roelen, C.A.M., 2008. Which work factors determine job Satisfaction. *International Journal of Industrial Ergonomics*. Vol. 30. No. 4. pp: 433-439.
- R. W. Rowden. 2000. The relationship between charismatic leadership behaviors and organizational commitment. *Leadership & Organization Development Journal*. Vol. 21. No. 1. pp. 30-35.
- Shurbagi, Adel. 2014. The relationship between transformational leadership style, job satisfaction and the effect of organizational commitment. *International Business Research*. Vol. 7. No. 11. pp: 1913-9004
- Silva, Paula. 2006. Effects of Disposition on Hospitality Employee Job Satisfaction and Commitment. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. Vol. 18 (4). pp: 317 – 328.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Syahronica, Gabriela. Moehammad Soe'oed Hakam. Ikana Ruhana. 2015. Pengaruh kepuasan kerja dan stres kerja terhadap *turnover intention* (studi pada karyawan departemen dunia fantasi PT. Pembangunan Jaya Ancol, Tbk). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 20. No. 1. Hal: 1-6.
- Tania, A. Eddy M. Sutanto. 2013. Pengaruh motivasi kerja dan kepuasan kerja terhadap komitmen organisasional karyawan PT. Dai Knife di Surabaya. *Agora*. Vol 1. No. 3. Hal: 1702-1720.
- Teck-Hong. T. Waheed, A. 2011. Herzberg's motivation-hygiene theory and job satisfaction in the malaysian retail sector: The mediating effect of love of money. *Asian Academy of Management Journal*. Vol. 16. No. 1. pp: 73-94.
- Umar, Husein. 2008. *Desain Penelitian Akuntansi Keperilakuan*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Uppal, N. Mishra S.K. Vohra N. 2014. Prior related work experience and job performance: role of personality. *International Journal of Selection and Assessment*. Vol.22. No.1. pp: 39-51.
- Velnampy, T and Aravinthan. S. A. 2013. Occupational stress and organizational commitment in private banks: a srilankan experience. *European Journal of Business and Management*. Vol.5. No.7. pp: 78-99.
- Widyanti, Rahmi. Armanu Thoyib. Heru Susilo. 2004. Faktor-faktor pengembangan karier yang mempengaruhi kepuasan kerja serta pengaruhnya terhadap komitmen karyawan pada organisasi. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. Vol 2. No.1. Hal : 33-47.
- Wibowo, I Gede Putro. Gede Riana. Made Surya Putra. 2015. Pengaruh Stres Kerja Terhadap Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasional Karyawan. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol. 4. No. 2. pp. 125-145.
- Wirawan, Nata. 2002. *Statistik Deskriptif*. Edisi ke 2. Bali: Keraras Emas
- Yahaya, N. Yahaya, A. Tamyas, F.A. Ismail, J. Jaalam, S. 2010. The effect of various modes of occupational stress, job satisfaction, intention to leave and absenteeism companies commission of malaysia. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*. Vol. 4. No. 7. pp: 1676-1679.
- Yousef, Darwis. A. 2002. Job satisfaction as a mediator of the relationship between role stressor and organizational commitment: a study from an Arabic Cultural Perspective. *Journal of Management Psychology*. Vol. 17. No. 4. pp: 250-266.

# Peran Profitabilitas Memediasi Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Putu Ayu Intan Permata Putri<sup>1</sup> dan Ida Bagus Anom Purbawangsa<sup>2</sup>

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana  
Jln. P.B. Sudirman, Denpasar, Bali, Indonesia 80232  
ayu\_intan51@yahoo.com dan gidabagus@yahoo.com

---

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis peran profitabilitas dalam memediasi pengaruh struktur modal, pertumbuhan perusahaan dan likuiditas terhadap nilai perusahaan pada sub sektor telekomunikasi di Bursa Efek Indonesia. Penentuan pemilihan sampel yaitu dengan teknik sensus. Perusahaan yang mempublikasikan laporan keuangan secara lengkap selama periode 2012 – 2015 adalah sebanyak 5. Maka dari itu sampel penelitian yaitu 5 perusahaan sub sektor telekomunikasi di BEI periode 2012 – 2015. Pada penelitian ini, analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis yang ada ialah analisis jalur (path analysis) dengan pendekatan Sobel Test untuk menguji mediasi antar variabel. Penelitian ini menguji pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan melalui Profitabilitas sebagai variable mediasi. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa struktur modal, pertumbuhan perusahaan dan likuiditas masing-masing berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas dan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas mampu memediasi pengaruh struktur modal, pertumbuhan perusahaan dan likuiditas terhadap nilai perusahaan.

**Kata Kunci:** struktur modal; pertumbuhan perusahaan; likuiditas; profitabilitas; nilai perusahaan

---

## PENDAHULUAN

Perolehan keuntungan yang merupakan tujuan dari perusahaan akan membuat perusahaan fokus pada kegiatan untuk menaikkan nilai. Bagi perusahaan yang sudah *go public* tujuan utamanya adalah membuat nilai perusahaan semakin tinggi demi kesejahteraan pemilik atau para pemegang saham (Salvatore, 2011:8). Ketika perusahaan dijual dan investor bersedia membayar dengan harga tertentu maka harga tersebut dapat disebut sebagai nilai perusahaan. Namun berbeda untuk perusahaan *go public*, harga saham dapat menjadi cerminan dari nilai. *Price to book value* (PBV) merupakan alat ukur nilai perusahaan dan diperoleh dari membandingkan harga saham dengan nilai buku per lembar saham.

Sektor telekomunikasi merupakan perusahaan *go*

*public* yang memiliki peran penting dalam perekonomian global. Segala kegiatan ekonomi dibelahan dunia menggunakan telekomunikasi sebagai infrastruktur pendukung utama kegiatan mereka. Sektor telekomunikasi sudah menjadi industri utama saat ini karena tingginya konsumen yang berjumlah hingga 300 juta orang. Sektor telekomunikasi dapat berfungsi sebagai sektor yang mampu memajukan ekonomi sejak tahun 2012 dengan rata – rata pertumbuhan di atas 10%. Hal ini membuat sektor telekomunikasi menjadi *key enabler* sekaligus *economy pull factor* oleh pemerintahan Jokowi-JK sekurang-kurangnya selama sepuluh tahun hingga dua puluh tahun mendatang (Primanda, 2017). Salah satu faktor utama yang dapat mendukung perkembangan sektor telekomunikasi adalah penggunaan telepon seluler khususnya *smart phone*. Persentase Penduduk



Perkotaan dan Pedesaan yang Memiliki atau Menguasai Telepon Seluler Pada Tahun 2012-2015 di Indonesia selalu mengalami peningkatan. Peningkatan tersebut menunjukkan permintaan pasar akan produk telekomunikasi juga semakin meningkat. Hal itu juga sejalan dengan perkembangan penjualan sub sektor telekomunikasi secara keseluruhan sepanjang tahun 2012 hingga tahun 2015 mengalami peningkatan.

Peningkatan tersebut tentunya akan menjadi daya tarik bagi investor karena prospek sub sektor telekomunikasi terus maju sepanjang tahun. Namun bila dilihat secara individual perusahaan Bakrie Telecom Tbk sepanjang tahun 2012 hingga tahun 2015 penjualannya selalu menurun. Perusahaan XL Axiata Tbk juga mengalami penurunan penjualan di tahun 2015. Penurunan penjualan tersebut juga diikuti oleh penurunan nilai perusahaan yang dicerminkan oleh nilai PBV. Perusahaan Bakrie Telecom Tbk sepanjang tahun 2012 hingga tahun 2015 memiliki nilai PBV yang selalu menurun bahkan minus. Pada tahun 2015 perusahaan Bakrie Telecom Tbk memiliki nilai PBV -0,12. Begitu pula pada perusahaan XL Axiata Tbk di tahun 2015 nilai PBV turun dari 2,97 menjadi 2,21. Nilai perusahaan adalah hal yang patut dipertimbangkan karena dapat menggambarkan kinerja perusahaan yang nantinya akan mampu memengaruhi persepsi investor. Maka dari itu, perusahaan harus memperhatikan faktor yang dapat meningkatkan nilai perusahaan untuk mampu bertahan dalam persaingan yang kompetitif pada sub sektor telekomunikasi sehingga dapat mempertahankan daya tarik investor pada sub sektor telekomunikasi. Terdapat banyak faktor yang memengaruhi naik turunnya nilai perusahaan diantaranya profitabilitas, struktur modal, pertumbuhan perusahaan dan likuiditas.

Tujuan dilakukannya penelitian untuk mengetahui dan menganalisis hubungan antara struktur modal, pertumbuhan dan likuiditas secara parsial dengan profitabilitas; untuk mengetahui dan menganalisis hubungan antara struktur modal, pertumbuhan, likuiditas dan profitabilitas secara parsial dengan nilai perusahaan; untuk mengetahui peran profitabilitas dalam memediasi hubungan antara struktur modal, pertumbuhan dan likuiditas dengan nilai perusahaan.

### Penelitian Terdahulu

Penelitian Velnampy dan Niresh (2012) menyatakan bahwa ada DER berpengaruh positif signifikan terhadap ROE. Tingginya penggunaan hutang akan

menaikkan tingkat pengembalian terhadap ekuitas dalam profitabilitas perusahaan. Chisti, *et al.* (2013) dan Danis, *et al.* (2014) dalam penelitiannya menemukan struktur modal berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Gupta dan Swati (2015) juga menemukan struktur modal berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. Keputusan struktur modal merupakan hal yang patut menjadi pertimbangan karena secara langsung dapat memengaruhi profitabilitas perusahaan. Hal penting yang menjadi strategi keuangan perusahaan adalah pemilihan dan pemakaian modal (Velnampy dan Niresh 2012). Penggunaan hutang yang bertambah akan menaikkan tingkat profitabilitas karena pembayaran bunga hutang menjadi pengurang pajak (Astuti *et al.* 2015).

Lee (2014) menemukan pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. Penelitian serupa juga ditemukan oleh Sunandes (2015). Pertumbuhan aset dapat menggambarkan pertumbuhan perusahaan. Dengan naiknya aset maka hasil operasional dari perusahaan tersebut akan naik juga. Naiknya aset disertai hasil operasional juga semakin meningkat akan menambah kepercayaan investor (Sunandes, 2015). Peningkatan hasil operasi menandakan profitabilitas perusahaan juga meningkat. Naiknya profitabilitas perusahaan akan menjadi sinyal positif bagi investor.

Ehiedu (2014) dan Meidiyustiani (2016) dalam penelitiannya menemukan likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. Gitman & Zutter (2012) menyatakan bahwa likuiditas perusahaan diukur berdasarkan kemampuannya untuk melunasi kewajiban jangka pendek. Likuiditas menggambarkan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan kas untuk melunasi kewajiban jangka pendek dan membiayai modal kerja pada suatu perusahaan. Likuiditas dapat diprosikan dengan rasio lancar (*current ratio*). Tingginya nilai rasio lancar suatu perusahaan akan memberikan prospek yang baik bagi perusahaan kedepannya. Perusahaan akan memperoleh kepercayaan dari kreditur. Kreditur tidak akan ragu dalam meminjamkan dana mereka yang digunakan perusahaan untuk menambah modal yang nantinya akan memberikan keuntungan bagi perusahaan.

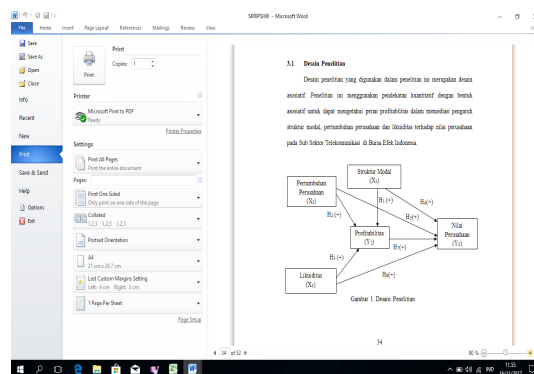
Dewi *et al.* (2014) memperoleh hasil penelitian bahwa struktur modal berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Prasetya *et al.* (2014) struktur modal berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan serupa juga diperoleh oleh Riaz (2016) dan Winarto (2015). Penggunaan hutang jangka panjang yang lebih banyak daripada modal

ekuitas dalam membiayai operasi dapat menghasilkan nilai perusahaan yang positif (Ogbulu dan Francis, 2012). *Trade-off theory* menerangkan bahwa nilai perusahaan akan naik saat hutang bertambah bila posisi struktur modal lebih rendah dari titik optimal. Sebaliknya, nilai perusahaan akan turun saat hutang bertambah bila posisi struktur modal lebih tinggi dari titik optimal. *Trade-off theory* memprediksi adanya hubungan positif terhadap nilai dengan anggapan bahwa belum tercapainya titik optimal struktur modal (Dewi dan Ary, 2013).

Dewi *et al.* (2014) memperoleh hasil penelitian bahwa pertumbuhan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Begitupula temuan Syardiana *et al.* (2015) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Pertumbuhan dapat dicerminkan dari pertumbuhan aset perusahaan. Aset menunjukkan aktiva yang digunakan dalam aktivitas operasional perusahaan (Sunandes, 2015). Pertumbuhan aset merupakan pertumbuhan aktiva perusahaan yang akan memengaruhi profitabilitas perusahaan. Tingginya pertumbuhan aset akan menimbulkan fluktuasi terhadap nilai, sehingga dengan pertumbuhan aset yang tinggi manandakan perusahaan mempunyai dividen yang tinggi. Pertumbuhan aset yang tinggi akan meningkatkan *return*. Investor akan merespon hal tersebut dengan menaikkan permintaan saham sehingga akan menaikkan harga saham.

Prisilia (2013) memperoleh hasil penelitian yaitu likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Putra dan Vivi (2016) juga menemukan likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Tingginya likuiditas menandakan kemampuan perusahaan untuk melunasi hutang lancar dari harta lancar yang dimiliki perusahaan semakin tinggi juga. Tingginya likuiditas menunjukkan perusahaan tersebut memiliki prospek yang baik kedepannya. Investor memiliki anggapan perusahaan memiliki kinerja yang baik sehingga saham yang dibeli investor semakin meningkat. Naiknya permintaan saham berarti akan menaikkan nilai perusahaan juga.

Berdasarkan keterkaitan masing-masing variabel, maka disusun kerangka konseptual seperti pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Konsep Penelitian

## Hipotesis

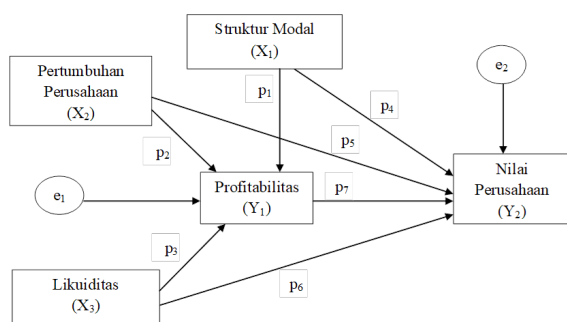
Hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini yaitu:

- H1 : Struktur modal berpengaruh positif terhadap profitabilitas.
- H2 : Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap profitabilitas.
- H3 : Struktur modal berpengaruh positif terhadap profitabilitas.
- H4 : Struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
- H5 : Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
- H6 : Likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
- H7 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
- H8 : Profitabilitas mampu memediasi pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan.
- H9 : Profitabilitas mampu memediasi pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan.
- H10 : Profitabilitas mampu memediasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan.

## METODOLOGI PENELITIAN

### Analisis Data

Teknik yang digunakan dalam menganalisis data adalah analisis jalur yang merupakan penerapan analisis regresi linear berganda dengan bantuan alat analisis SPSS. Model jalur dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



### Lingkup Penelitian

Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian dengan bentuk asosiatif untuk dapat mengetahui peran profitabilitas dalam memediasi pengaruh struktur modal, pertumbuhan perusahaan dan likuiditas terhadap nilai perusahaan Sub Sektor Telekomunikasi di BEI.

### Sampel

Penentuan pemilihan sampel yaitu dengan teknik sensus. Perusahaan yang mempublikasikan laporan keuangan secara lengkap selama periode 2012 – 2015 adalah sebanyak 5. Maka dari itu sampel penelitian yaitu 5 perusahaan sub sektor telekomunikasi di BEI periode 2012 – 2015.

### Sumber Data

Sumber data diperoleh dari laporan keuangan perusahaan sub sektor telekomunikasi di Bursa Efek Indonesia periode 2012 – 2015 yang dapat diakses melalui situs resmi BEI.

## HASIL

Tabel 1 Hasil Regresi Hubungan Antar Variabel

Hubungan	Koefisien	P-value	Keterangan
DER→ROE	0,343	0,034	Signifikan
GROWTH→ROE	0,331	0,035	Signifikan
CR→ROE	0,715	0,000	Signifikan
ROE→PBV	1,002	0,003	Signifikan
DER→PBV	0,024	0,902	Tidak Signifikan
GROWTH→PBV	0,114	0,550	Tidak Signifikan
CR→PBV	0,263	0,334	Tidak Signifikan

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2017

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Struktur Modal Terhadap Profitabilitas

Nilai *p-value* adalah 0,034 lebih rendah dari 0,05 sehingga menunjukkan *DER* berpengaruh positif signifikan terhadap *ROE*. Berdasarkan *Trade off - Theory*, penambahan hutang pada perusahaan akan meningkatkan profitabilitas karena pembayaran bunga hutang akan menjadi pengurang pajak. Selain itu juga penggunaan hutang dapat membatasi manajer agar lebih disiplin karena adanya persyaratan penutupan hutang yang lebih tinggi sehingga dapat mengurangi biaya agensi. Hal tersebut menyebabkan laba akan lebih besar yang mengakibatkan meningkatnya profitabilitas perusahaan. Adanya penambahan hutang mengakibatkan manajemen perusahaan dituntut untuk dapat bekerja dengan lebih disiplin agar perusahaan terhindar dari kebangkrutan yang diakibatkan oleh tidak dapatnya perusahaan memenuhi pembayaran beban bunga dari utang tersebut, sehingga pengawasan terhadap manajemen oleh pemegang saham dapat dikurangi yang mengakibatkan berkurangnya biaya agensi yang akan berdampak pada meningkatnya pendapatan bersih yang nantinya akan meningkatkan profitabilitas.

### Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Profitabilitas

Nilai *p-value* adalah 0,035 lebih rendah dari 0,05 sehingga menunjukkan *Growth* berpengaruh positif signifikan terhadap *ROE*. Pertumbuhan dapat menggambarkan perkembangan perusahaan kedepannya. Pertumbuhan perusahaan dilihat dari pertumbuhan aset yaitu perubahan total aset saat ini dibandingkan dengan perubahan total aset sebelumnya. Tingginya aset yang dimiliki perusahaan diharapkan tinggi pula hasil operasional perusahaan. Tingginya aset perusahaan yang diikuti tingginya hasil operasional akan membuat keyakinan investor bertambah. Investor akan percaya dalam menanamkan modal mereka pada perusahaan yang memiliki hasil operasional yang tinggi. Peningkatan hasil operasional menandakan laba perusahaan semakin tinggi sehingga akan menaikkan profitabilitas perusahaan. Profitabilitas perusahaan yang terus mengalami peningkatan akan direspon positif oleh investor. Investor berasumsi bahwa perusahaan memiliki kinerja baik.

### **Pengaruh Likuiditas Terhadap Profitabilitas**

Nilai *p-value* adalah 0,000 lebih rendah dari 0,05 sehingga menunjukkan *current ratio* berpengaruh positif signifikan terhadap *ROE*. Tingginya nilai *current ratio* suatu perusahaan akan memberikan prospek yang baik bagi perusahaan kedepannya. Hal tersebut juga akan menjadi sinyal positif bagi investor. Mereka menjadi lebih percaya dalam menanamkan modal. Perusahaan juga akan memperoleh kepercayaan dari kreditur. Kreditur tidak akan ragu dalam meminjamkan dana mereka yang digunakan perusahaan untuk menambah modal yang nantinya akan memberikan laba bagi perusahaan. Bertambahnya laba perusahaan akan menaikkan tingkat profitabilitas perusahaan.

### **Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan**

Nilai *p-value* adalah 0,902 lebih tinggi dari 0,05 sehingga menunjukkan *DER* tidak berpengaruh signifikan terhadap *PBV*. Adanya penambahan atau pengurangan penggunaan hutang dalam struktur modal tidak menyebabkan perubahan pada nilai perusahaan.

Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Nilai *p-value* adalah 0,550 lebih tinggi dari 0,05 sehingga menunjukkan *Growth* tidak berpengaruh signifikan terhadap *PBV*. Tinggi atau rendahnya pertumbuhan aset tidak akan menyebabkan terjadinya perubahan pada nilai perusahaan.

### **Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan**

Nilai *p-value* adalah 0,334 lebih tinggi dari 0,05 sehingga menunjukkan *current ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap *PBV*. Tinggi rendahnya kemampuan perusahaan dalam melunasi hutang jangka panjang tidak akan menyebabkan terjadinya perubahan pada nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Nilai *p-value* adalah 0,003 lebih rendah dari 0,05 sehingga menunjukkan *ROE* berpengaruh positif signifikan terhadap *PBV*. Tingginya tingkat profitabilitas perusahaan dapat menjadi sinyal positif bagi investor. Hal tersebut terjadi karena tingginya profitabilitas yang menandakan bahwa perusahaan memiliki kinerja baik yang membuat perusahaan dapat

memberikan tingkat return investasi yang tinggi kepada para investor. Investor akan lebih memilih menanamkan modal mereka pada perusahaan yang mampu memberikan tingkat return investasi yang lebih tinggi sehingga menyebabkan naiknya permintaan investor terhadap saham yang akan berdampak pada naiknya harga saham. Nilai suatu perusahaan dapat dicerminkan oleh harga sahamnya sehingga bila harga saham mengalami peningkatan di pasar berarti bagi investor nilai perusahaan juga meningkat.

Peran Profitabilitas dalam Memediasi Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mediasi Profitabilitas pada pengaruh *DER* terhadap nilai perusahaan diperoleh koefisien *Sobel Test* sebesar 2,021 lebih besar dari 1,96 dan nilai *p-value* diperoleh sebesar 0,044. Karena *p-value* < 0,05. maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *DER* terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas. Dengan koefisien bertanda positif menunjukkan hubungan searah. Semakin tinggi *DER*, dengan mediasi profitabilitas yang semakin tinggi akan berdampak pada semakin tinggi Nilai Perusahaan. Bila perusahaan mengambil keputusan untuk meningkatkan hutangnya dan lebih tingginya manfaat yang didapat daripada pengorbanan yang harus diterima dari penerbitan hutang, maka dengan penambahan hutang perusahaan dapat memperoleh pendapatan bersih yang lebih besar. Penambahan hutang akan meningkatkan profitabilitas karena pembayaran bunga hutang akan menjadi pengurang pajak. Hal tersebut akan menimbulkan sentimen positif dari investor. Investor akan semakin tertarik pada saham perusahaan karena pengembalian atas dana yang ditanamkan oleh investor menjadi semakin tinggi. Investor akan memilih perusahaan yang mampu memberikan tingkat *return* yang lebih tinggi sehingga investor akan meningkatkan permintaan terhadap saham perusahaan. Naiknya permintaan saham tersebut akan membuat harga saham naik yang berarti meningkatkan nilai juga.

Peran Profitabilitas dalam Memediasi Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mediasi Profitabilitas pada pengaruh *Growth* terhadap nilai perusahaan diperoleh koefisien *Sobel Test* sebesar 2,069 lebih besar dari 1,96 dan nilai *p-value* diperoleh sebesar 0,038. Karena *p-value* < 0,05. maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *growth* terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas. Dengan koefisien bertanda positif

menunjukkan hubungan searah. Semakin tinggi *growth*, dengan mediasi profitabilitas yang semakin tinggi akan berdampak pada semakin tinggi Nilai Perusahaan. Pertumbuhan digambarkan melalui pertumbuhan aset. Pertumbuhan merupakan tanda bahwa perusahaan memiliki prospek yang bagus kedepannya dan juga memengaruhi peluang investasi. Semakin besarnya aset perusahaan maka diharapkan hasil operasional perusahaan juga semakin besar. Peningkatan hasil operasional perusahaan menandakan laba perusahaan semakin tinggi sehingga akan menaikkan profitabilitas perusahaan. Naiknya profitabilitas menjadi sinyal positif bagi investor. Investor menjadi semakin percaya pada perusahaan untuk mengeluarkan dananya dalam membeli saham. Pada saat permintaan saham semakin meningkat sementara ketersediaan saham tetap akan mengakibatkan naiknya harga saham yang berarti juga akan menaikkan nilai.

### **Peran Profitabilitas dalam Memediasi Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mediasi Profitabilitas pada pengaruh *current ratio* terhadap nilai perusahaan diperoleh koefisien *Sobel Test* sebesar 2,855 lebih besar dari 1,96 dan nilai *p-value* diperoleh sebesar 0,004. Karena *p-value* < 0.05. maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *current ratio* terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas. Dengan koefisien bertanda positif menunjukkan hubungan searah. Semakin tinggi *current ratio*, dengan mediasi profitabilitas yang semakin tinggi akan berdampak pada semakin tinggi Nilai Perusahaan. Rasio likuiditas menunjukkan mampu atau tidaknya membayar kewajiban jangka pendek melalui aset lancar yang dimiliki perusahaan. Perusahaan dengan tingkat likuiditas yang tinggi akan memperoleh kepercayaan dari kreditur. Kreditur merasa yakin pada perusahaan dalam meminjamkan dana mereka yang akan digunakan oleh perusahaan untuk menambah modal. Pada saat modal bertambah maka perusahaan dapat lebih banyak mengalokasikan modalnya untuk operasional perusahaan sehingga dapat memberikan keuntungan yang lebih tinggi. Hal tersebut menjadi sinyal positif bagi investor yang akan direspon melalui naiknya permintaan investor terhadap saham. Pada saat permintaan semakin naik sementara ketersediaan saham tetap akan mengakibatkan naiknya harga saham.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis pada bagian sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1) Terdapat pengaruh yang signifikan antara struktur modal terhadap profitabilitas. Dengan koefisien bertanda positif menunjukkan hubungan searah. Semakin tinggi struktur modal, dengan akan berdampak pada semakin tinggi profitabilitas.
- 2) Terdapat pengaruh yang signifikan antara pertumbuhan perusahaan terhadap profitabilitas. Dengan koefisien bertanda positif menunjukkan hubungan searah. Semakin tinggi pertumbuhan perusahaan, dengan akan berdampak pada semakin tinggi profitabilitas.
- 3) Terdapat pengaruh yang signifikan antara likuiditas terhadap profitabilitas. Dengan koefisien bertanda positif menunjukkan hubungan searah. Semakin tinggi likuiditas, dengan akan berdampak pada semakin tinggi profitabilitas.
- 4) Struktur modal tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
- 5) Pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
- 6) Likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
- 7) Terdapat pengaruh yang signifikan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Dengan koefisien bertanda positif menunjukkan hubungan searah. Semakin tinggi profitabilitas, dengan akan berdampak pada semakin tinggi nilai perusahaan.
- 8) Terdapat pengaruh yang signifikan antara struktur modal terhadap Nilai Perusahaan melalui mediasi profitabilitas. Dengan koefisien bertanda positif menunjukkan hubungan searah. Semakin tinggi struktur modal, dengan mediasi profitabilitas yang semakin tinggi. akan berdampak pada semakin tinggi Nilai Perusahaan.
- 9) Terdapat pengaruh yang signifikan antara pertumbuhan perusahaan terhadap Nilai Perusahaan melalui mediasi profitabilitas. Dengan koefisien bertanda positif menunjukkan hubungan searah. Semakin tinggi pertumbuhan perusahaan, dengan mediasi profitabilitas yang semakin tinggi. akan berdampak pada semakin tinggi Nilai Perusahaan.
- 10) Terdapat pengaruh yang signifikan antara likuiditas terhadap Nilai Perusahaan melalui



mediasi profitabilitas. Dengan koefisien bertanda positif menunjukkan hubungan searah. Semakin tinggi likuiditas, dengan mediasi profitabilitas yang semakin tinggi. akan berdampak pada semakin tinggi Nilai Perusahaan.

### Referensi

1. Astuti, Kurniasih Dwi, Wulan Retnowati dan Ahmad Rosyid. 2015. Pengaruh Struktur Modal Terhadap Profitabilitas (Studi Pada Perusahaan *Go Public* Yang Menjadi 100 Perusahaan Terbaik Versi Majalah Fortune Indonesia Periode Tahun 2010 – 2012).
2. Chisti, Khalid Ashraf, Khursheed Ali dan Mouhi-Din Sangmi. 2013. *Impact of Capital Structure on Profitability of Listed Companies (Evidence from India)*. The USV Annals of Economics and Public Administration, 13(1), pp: 187-191.
3. Danis, Andras, Daniel A. Rettl dan Toni M. Whited. 2014. *Refinancing, Profitability and Capital Structure*. Journal of Financing Economics, 114(3), pp: 424-443.
4. Dewi, Ayu Sri Mahatma dan Ary Wirajaya. 2013. Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, 4 (2), h: 358-372.
5. Dewi, Putu Yunita Saputri, Gede Adi Yuniarta, dan Ananta Wikrama Tungga Atmadja. 2014. Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan LQ 45 di BEI Periode 2008-2012. e-Journal S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha, 2(1).
6. Ehiedu, Victor Chukwunweike. 2015. *The Impact of Liquidity on Profitability of Some Selected Companies: The Financial Statement Analysis (FSA) Approach*. Research Journal of Finance and Accounting, 5(5), pp: 81-90.
7. Gitman, Lawrence J. & Chad J. Zutter. 2012. *Principles of Managerial Finance*. 13<sup>th</sup> Edition. Pearson International Edition. Global Edition.
8. Gupta, Monika Ms dan Ms. Swati Vishnoi. 2015. *A Study Relationship between Capital Structure and Profitability of Indian Pharmaceutical Industry listed in NSE*. International Journal of Multi Disciplinary Research and Technology, 1(3), pp: 1-4.
9. Lee, Sanghoon. 2014. *The Relationship Between Growth and Profit: Evidence From Firm-Level Panel Data*. Structural Change and Economic Dynamics, 28, pp: 1-11.
10. Meidiyustiani, Rinny. 2016. Pengaruh Modal Kerja, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode Tahun 2010 – 2014. Jurnal Akuntansi dan Keuangan FE Universitas Budi Luhur, 5(2), h: 161-179.
11. Ogbulu, Onyemachi Maxwell dan Francis Kehinde Emeni. 2012. *Capital Structure and Firm Value: Empirical Evidence from Nigeria*. International Journal of Business and Social Science, 3(19), pp: 252-261.
12. Prasetia, Ta'dir Eko, Parengkuan Tommy dan Ivone S. Saerang. 2014. Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Risiko Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di BEI. Jurnal EMBA Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado, 2(2), h: 879-889.
13. Primanda, Bayu. 2017. Sektor Telekomunikasi Menjadi Industri Primer. <http://ekonomi.akurat.co/id-23437-read-sektor-telekomunikasi-menjadi-industri-primer--%C3%A1>. Diakses pada 28 September 2017.
14. Prisilia Rompas, Gisela. 2013. Likuiditas, Solvabilitas, Dan Rentabilitas Terhadap Nilai Perusahaan BUMN yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Jurnal EMBA, 1(3): h:252-262.
15. Putra, AA Ngurah Dharma Adi dan Putu Vivi Lestari. 2016. Pengaruh Kebijakan Dividen, Likuiditas, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. E-Jurnal Manajemen Unud, 5(7), h: 4044-4070.
16. Riaz, Majid and Muhammad Qasim. 2016. Islamic Microfinance Institution: *The Capital Structure, Growth, Performance and Value of The Firm In Pakistan*. Journal of ISOSS, 2(1), pp: 97-101.
17. Salvatore, Dominick. 2011. *Ekonomi Manajerial dalam Perekonomian Global*. Edisi 5. Jakarta: Salemba Empat.
18. Sunandes, Aris. 2015. Pengaruh Risiko Keuangan dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan Pertambangan Batu Bara Listing Di Bursa Efek Indonesia. Jurnal Kompilasi Ilmu Ekonomi, 7(1), h: 24-36.
19. Syardiana, Gita, Ahmad Rodoni, dan Zuwesty

Eka Putri. 2015. Pengaruh Investment Opportunity Set, Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, dan Return On Asset terhadap Nilai Perusahaan. *Akuntabilitas*. 8(1), h:39-46.

20. Velnampy, T dan J.A. Niresh. 2012. *The Relationship between Capital Structure and Profitability*. *Global Journal of Management and Business Research*, 12 Issue 13, pp: 66-74.

## **PENGARUH *MERCHANDISE*, *GERAI ATMOSFER* DAN *RETAIL SERVICE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA UD. COMPUTER CORNER, RIMO TRADING CENTRE DENPASAR**

*Putu Dian Karmana<sup>1</sup>, Ni Ketut Seminari<sup>2</sup>*

<sup>1,2</sup>Faculty of Economy and Business, Udayana University, Bali, Indonesia

<sup>2</sup>e-mail: [ketutseminari@yahoo.com](mailto:ketutseminari@yahoo.com)

---

**Abstrak:** Munculnya berbagai gerai ritel, mendorong para peritel bersaing untuk lebih memperhatikan kepuasan melalui strategi bauran pemasarann (*Retail mix*). Strategi ini terdiri atas lokasi, *merchandise*, harga, periklanan dan promosi, gerai atmosfer dan pelayanan ritel (*retail services*). Salah satunya yaitu UD Computer Corner Rimo Trade Centre Denpasar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh *merchandise*, gerai atmosfer dan *retail services* terhadap kepuasan pelanggan UD Computer Corner Rimo Trade Centre Denpasar. Sampel penelitian sebanyak 115 orang dengan metode purposive sampling, yaitu sudah pernah berbelanja di UD. Computer Corner dan berusia minimum 17.

Hasil penelitian yaitu *merchandise* berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan UD Computer Corner Denpasar. Gerai atmosfer berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan UD Computer Corner Denpasar. *Retail service* berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. UD Computer Corner hendaknya dapat terus meningkatkan kualitas *merchandise*, gerai atmosfer, dan *retail service* sehingga dapat meningkatkan kepuasan terhadap konsumen sehingga dapat bertahan di tengah kerasnya persaingan bisnis *retail* sejenis di Rimo Trade Center Denpasar.

**Kata Kunci:** *Merchandise*, Gerai Atmosfer, *Retail Services*, kepuasan konsumen.

---

## **INFLUENCE OF *MERCHANDISE*, *ATMOSPHERE* AND *RETAIL SERVICE* CUSTOMERS ON CUSTOMER SATISFACTION IN UD. COMPUTER CORNER, RIMO TRADING CENTER DENPASAR**

*Putu Dian Karmana<sup>1</sup>, Ni Ketut Seminari<sup>2</sup>*

<sup>1,2</sup>Faculty of Economy and Business, Udayana University, Bali, Indonesia

<sup>2</sup>e-mail: [ketutseminari@yahoo.com](mailto:ketutseminari@yahoo.com)

---

**Abstract:** The emergence of various retail outlets, encouraging retailers to compete for more attention to satisfaction through marketing mix strategy (*Retail mix*). This strategy consists of location, merchandise, price, advertising and promotion, atmospheric outlet and retail service. One of them is UD Computer Corner Rimo Trade Center Denpasar.

This study aims to determine the influence of merchandise, outlet atmosphere and retail services to customer

satisfaction UD Computer Corner Rimo Trade Center Denpasar. The sample of research as many as 115 people with purposive sampling method, which has been shopping at UD. Computer Corner and minimum age 17.

The result of research is merchandise have positive and significant effect simultaneously to customer satisfaction of UD Computer Corner Denpasar. Atmosphere outlets have a positive and significant influence simultaneously on customer satisfaction of UD Computer Corner Denpasar. Retail service has a positive and significant effect simultaneously on customer satisfaction.

UD Computer Corner should be able to continuously improve the quality of merchandise, atmospheric outlet, and retail service so that it can increase customer satisfaction so that it can survive in the middle of hard competition of similar retail business at Rimo Trade Center Denpasar.

**Keywords** Merchandise; Atmosphere; Retail Service; Customer Satisfaction

## PENDAHULUAN

Perdagangan eceran (bisnis ritel) pada pasar modern di Indonesia mengalami pertumbuhan dan persaingan yang pesat. Dengan banyaknya terdapat gerai ritel, mendorong para peritel bersaing untuk lebih memperhatikan kepuasan pelanggannya demi mencapai keuntungan yang maksimal. Kepuasan pelanggan adalah faktor yang menentukan dalam strategi pemasaran perusahaan

Persaingan dapat dimenangkan apabila perusahaan mampu menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Kuncinya terletak pada kemampuan memahami perilaku konsumen sasaran secara komprehensif, kemudian memanfaatkan pemahaman itu dalam merancang, mengkomunikasikan, dan menyampaikan program pemasaran secara lebih efektif dibandingkan para pesaing. Tantangannya adalah bahwa perilaku konsumen itu dinamis dan dipengaruhi beraneka factor, baik internal maupun eksternal (Fandy Tjiptono, 2015: 45).

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2017: 139) Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

Bisnis ritel yang selalu berhubungan langsung dengan konsumen membutuhkan perubahan yang terus menerus agar dapat memuaskan pelanggannya. Untuk itulah diperlukan variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu Bauran Pemasaran Ritel. Elemen-elemen yang terdapat dalam *retail mix* meliputi tipe produk dan jasa yang ditawarkan

(*merchandise assortment*), harga (*price*), promosi (*promotional program*), *store design & display*, pelayanan yang diberikan oleh pramuniaga toko (*customer service*), dan lokasi (*location*).

Penelitian ini dilakukan pada UD. Computer Corner, yang bergerak di bidang penjualan dan pelayanan seputar komputer dan aksesoris komputer. Peneliti ingin meneliti Kepuasan Pelanggan yang diukur dari *Merchandise* (produk) yang dijual, Gerai Atmosfer (suasana didalam toko) dan juga dari *RetailService* (pelayanan), mengingat terdapat banyaknya peritel yang serupa dengan UD. Computer Corner di Rimo Trading Centre Denpasar. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah pengaruh *Merchandise*, Gerai Atmosfer dan *Retail Service* terhadap kepuasan Pelanggan pada UD. Computer Corner RTC Rimo Diponegoro Denpasar.

## Landasan Teori

Bisnis ritel di Indonesia berkembang menempati posisi ke-3 di Global Retail Development Index (GRDI) sebagai negara dengan pertumbuhan bisnis ritel terbaik di kawasan Asia setelah China dan India (Yunita Nirmala Sari dan Hartono Subagio, 2013).

Di dalam bisnis ritel terdapat elemen-elemen yang dapat menjadi suatu kekuatan dan keunggulan bersaing jika diterapkan dengan baik. Gabungan dari elemen-elemen tersebut adalah bauran pemasaran ritel (*retail marketing mix*). Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2017: 147-155) menyatakan bahwa keputusan pemasaran pengecer meliputi pasar sasaran, pilihan produk, harga, atmosfer toko dan pelayanan, kegiatan dan pengalaman toko, komunikasi dan lokasi. Adapun yang dibahas didalam penelitian ini hanya 3 (tiga) elemen, yaitu pilihan produk (*Merchandise*), atmosfer toko (Gerai Atmosfer) dan pelayanan (*Retail Service*).

Bisnis ritel banyak diminati di Indonesia, karena

tidak membutuhkan jumlah modal terlalu besar dan berprospek ke depan akibat pergeseran pola belanja masyarakat yang mencari kemudahan, kecepatan, harga terjangkau dan mutu terpenuhi. *Retail mix* adalah kombinasi faktor-faktor yang dipakai oleh retailer untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Elemen-elemen yang terdapat dalam *retail mix* meliputi tipe produk dan jasa yang ditawarkan (*merchandise assortment*), harga (*price*), promosi (*promotional program*), *store design & display*, pelayanan yang diberikan oleh pramuniaga toko (*customer service*), dan lokasi (*location*). Penerapan *retail mix* yang baik tidak cukup hanya memakai satu atau dua elemen saja. Hal ini dikarenakan elemen *retail mix* merupakan suatu kesatuan sehingga semua elemen tersebut harus dipakai agar kinerjanya maksimal.

Menurut Musa Hubeis, (2012:13) Pengelola bisnis ritel tidak sekedar membuka toko dan mempersiapkan barang-barang dengan lengkap, tetapi juga harus melihat dan mengikuti perkembangan teknologi pemasaran untuk sukses dan mempunyai keunggulan bersaing yang terkait dengan kebutuhan, keinginan dan kepuasan pelanggan akibat persaingan yang semakin ketat (misal penetapan harga, diskon, penataan tata letak dan pelayanan tambahan. Menurut Sopiah dan Syihabudhin (2008: 3) bisnis ritel memang sangat tergantung pada pelayanan. Di samping karena persaingan antarperitel yang semakin ketat, tuntutan pelanggan memang ikut memaksa perusahaan untuk memiliki perbedaan dalam aspek pelayanannya. Ma'aruf (2005:135) dalam Sopiah dan Syihabudhin (2008: 141) *Merchandising* adalah kegiatan pengadaan barang-barang yang sesuai dengan bisnis yang dijalani toko untuk disediakan dengan jumlah, waktu, dan harga yang sesuai untuk mencapai sasaran toko atau perusahaan ritel.

Sopiah dan Syihabudhin (2008, 74-78) kadang-kadang pelanggan merasa puas saat mendatangi suatu toko yang sangat lengkap. Namun ada konsekuensi tersendiri bagi peritel yaitu modal yang diputar harus besar dan kompleksitas tinggi. Namun terkadang orang bersedia datang ke toko yang hanya menjual sedikit jenis barang tetapi lengkap itemnya. Manajemen barang dagangan meliputi: 1) perencanaan, 2) pembelian, dan 3) pengawasan barang dagangan.

Menurut Sopiah dan Syihabudhin, 2008: 141) hal-hal yang perlu menjadi perhatian dalam *merchandise* antara lain: 1) melakukan pemesanan dan menerima kiriman pesanan sebisa mungkin secara mudah, akurat, dan memuaskan; 2) meminimalkan

jurang waktu antara saat pemesanan dan saat menerima barang, mengordinasikan pengiriman barang dari berbagai pemasok yang berbeda, memiliki cukup persediaan untuk memenuhi permintaan konsumen, tanpa harus menyimpan persediaan berlebihan; 3) dapat segera memenuhi permintaan konsumen secara efisien; 4) menerima barang yang dikeluhkan pembeli dan meminimalisir produk-produk yang rusak.

Penelitian sebelumnya oleh Tri Joko Utomo (2010) yang meneliti persaingan diantara peritel (peritel tradisional maupun modern) memperoleh kesimpulan yaitu ketatnya persaingan antar peritel yang sama terjadi akibat adanya pasokan atas barang (*merchandise*). Paryoto Triyantoro, dkk (2013) dalam penelitiannya memperoleh hasil bahwa variabel lokasi, produk dan pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang juga dilakukan oleh Wulan Dewi dan Seminari (2012) memperoleh hasil yang serupa, dimana bauran pemasaran ritel berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Distro Hube.

Menurut Alan West di dalam bukunya *Handbook of Retailing* yang dikemukakan oleh Sopiah dan Syihabudhin (2008: 142), beberapa faktor yang dapat dijadikan pertimbangan oleh peritel untuk meningkatkan keunggulan kompetitifnya daripada peritel lain, yaitu 1) variasi kategori barang yang tersedia (*breadth*); 2) kedalaman jenis barang yang tersedia per kategori (*depth*); 3) keunikan barang; 4) harga; 5) Mutu; 6) jam buka dan jam tutup toko; 7) fasilitas kredit; 8) suasana toko dan rancangan interior; 9) tata letak toko; dan 10) rancangan eksterior toko.

Pengertian *Store (Gerai) Atmosphere* menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2017: 153) adalah elemen lain dalam melengkapi toko. Setiap toko mempunyai penampilan dan tata letak fisik yang bisa mempersulit atau mempermudah orang untuk bergerak. Kohl's menerapkan rencana lantai yang mirip dengan jalur balapan. Dirancang untuk membuat pelanggan dapat dengan mudah melewati semua barang di toko, lorong utama selebar delapan kaki membuat mereka bergerak mengelilingi toko. Desain itu juga meliputi lorong tengah yang dapat digunakan pembelanja yang sedang tergesa-gesa sebagai jalan pintas. Dengan lingkaran jalur balap ini, tingkat pembelanjaan menjadi lebih tinggi dibandingkan banyak pesaing lain.

Suasana atau atmosfer di dalam toko merupakan salah satu dan berbagai unsur dalam *retail marketing mix* (Sopiah dan Syihabudhin, 2008: 149). Menurut Ballantine et al., (2010:641-653) dalam Tjokorda Istri



Dwi Pradnyawati Pemayun dan Ni Wayan Ekawati (2016), lingkungan berbelanja dapat didesain sedemikian rupa dengan tujuan menimbulkan efek emosional dalam diri konsumen, sehingga meningkatkan kemungkinan terjadinya pembelian.

Desain toko (*store design*) merupakan materi penting untuk menciptakan suasana yang akan membuat pelanggan merasa berat berada di suatu toko. Desain toko kini lebih bersifat *Consumer-Led*. Pada intinya, desain toko bertujuan memenuhi syarat fungsional sembari menyediakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan sehingga mendukung terjadinya transaksi (Sopiah dan Syihabudhin, 2008: 149)

Desain toko mencakup desain eksterior, *lay out*, dan *ambience*. Desain eksterior mencakup wajah toko atau *store front*, *marquee*, dan pintu masuk (Sopiah dan Syihabudhin, 2008: 149).

Menurut Musa Hubeis (2012: 102-106), persaingan bisnis retail yang semakin ketat menuntut pemilik usaha untuk meningkatkan pelayanan terhadap pelanggannya melalui penataan barang yang tepat dan ruang toko yang nyaman. Tujuannya adalah memudahkan konsumen dalam berbelanja. *Store management* dapat didefinisikan sebagai seni dan ilmu dalam melakukan kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan operasional toko. Syarat sukses sebuah toko adalah *store operational excellent* yang bertujuan untuk: 1) pengembangan karyawan (*people development*); 2) kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*); 3) pertumbuhan penjualan (*sales growth*); 4) pertumbuhan keuntungan (*profit growth*), 5) praktek administrasi yang baik (*good administration practices*). Sering ditemukannya produk cacat, *expired* (kadaluarsa), busuk, display kosong, produk tidak mengelompok, penampilan karyawan buruk, karyawan judes, antrian panjang, karyawan tidak mampu memberikan informasi kepada pelanggan, AC rusak, display berdebu, dan lantai kusam merupakan ciri-ciri dari kegagalan manajemen toko. Dengan menerapkan manajemen toko yang tepat dan efektif, tim manajemen di toko dapat memberikan *quality*, *assortment*, *service* dan *value* (QASV) yang memuaskan. Promosi yang efektif akan membawa pelanggan baru sedangkan operasional toko yang memuaskan akan membuat pelanggan datang lagi.

Pelanggan adalah semua orang yang menuntut kita atau perusahaan untuk memenuhi standar kualitas tertentu, dimana kita akan sangat bergantung padanya yang akan membawa kita kepada keinginan dan

kebutuhannya (Retno Susanti, 2015). Dalam persaingan yang semakin ketat, faktor kepuasan pelanggan menjadi perhatian yang serius. Pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek penting dalam rangka bertahan dalam bisnis dan persaingan.

Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi konsumen yang membandingkan harapan pra pembelian dan persepsi terhadap kinerja setelah pembelian.

Fandy Tjiptono (2016: 24) menyatakan bahwa gerakan kepuasan pelanggan juga berkembang pesat seiring dengan maraknya gerakan kualitas. Gerakan ini meyakini bahwa bila pelanggan puas atau bahkan senang/bahagia, maka besar kemungkinannya mereka akan loyal pada produk/jasa perusahaan dan menjadi rekomendator bagi pelanggan lainnya.

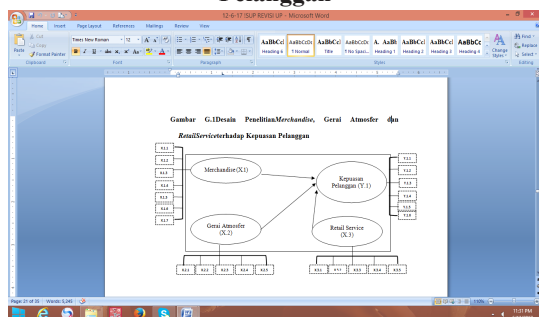
Berdasarkan landasan teori dan penelitian sebelumnya yang relevan maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut :

- 1) Variabel *merchandising* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan UD. Computer Corner, Rimo Trading Centre Denpasar.
- 2) Variabel gerai atmosfer berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan UD. Computer Corner, Rimo Trading Centre Denpasar.
- 3) Variabel *retail services* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan UD. Computer Corner, Rimo Trading Centre Denpasar.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merujuk atas penelitian yang dilakukan oleh Dean Vicky Wicaksana (2007) mengenai pengaruh bauran pemasaran ritel terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Centro, yang menyimpulkan variabel *merchandising*, *basic principles*, dan *services* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Centro, Kuta-Bali, baik simultan maupun parsial. Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang pengaruh bauran pemasaran ritel terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan perbedaan yang muncul adalah pada penelitian sebelumnya menggunakan variabel *basic principles*, sedangkan pada penelitian ini menggantinya dengan gerai atmosfer, dan juga penelitian ini tidak meneliti variabel loyalitas pelanggan.

**Gambar 1 Desain Penelitian Merchandise, Gerai Atmosfer dan Retail Service Terhadap Kepuasan Pelanggan**



Penelitian ini dilakukan pada UD. Computer Corner yang berada di Rimo Trading Centre Denpasar dengan alamat Jalan Diponegoro Denpasar. UD Computer Corner merupakan salah satu peritel yang bergerak di bidang penjualan computer pada gedung (mall) Rimo Trading Centre. Objek penelitian ini adalah dampak dari pengaruh *Merchandise*, Gerai Atmosfer dan *Ritel Service* terhadap Kepuasan Pelanggan. *Merchandise* yang dimaksud adalah produk-produk yang dijual oleh peritel, dimana dalam penelitian ini adalah berupa alat-alat computer dan aksesorisnya, berikutnya yaitu pengaruh Gerai Atmosfer UD. Computer Corner yang adalah tata letak atau penempatan produk-produk merchandise dan lokasi disekitar peritel dan terakhir adalah *retail service* yang ditujukan kepada *service* atau jasa pelayanan yang diberikan oleh pegawai/staff/karyawan pada toko UD. Computer Corner

Adapun variabel bebas yang diteliti antara lain : 1) *Merchandise*, 2) Gerai Atmosfer, 3) *Retail Service*. Variabel terikat yang peneliti gunakan adalah berupa variabel Kepuasan Pelanggan. Variabel ini sangat bergantung pada variabel-variabel bebas yang sudah disebutkan sebelumnya. Variabel-variabel ini dinilai dengan menggunakan pernyataan berskala. Dalam penelitian ini digunakan skala Likert 1-5 yang berisi pernyataan sangat tidak setuju sampai sangat setuju.

Data kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah skor yang menyatakan tingkat kesetujuan dan ketidaksetujuan responden terhadap setiap pertanyaan yang ada pada kuesioner, distribusi responden berdasarkan variabel demografi. Data kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sejarah perusahaan, dan tugas masing-masing bagian pada UD. Computer Corner.

Data primer dalam hal ini adalah informasi atau responden yang menginformasikan atau menjawab pertanyaan-pertanyaan sebagai suatu data seperti: data

jenis produk yang ditawarkan oleh peritel (UD. Computer Corner), data tentang kondisi toko peritel, data jenis pelayanan yang diberikan oleh karyawan UD. Computer Corner terhadap pelanggannya, dan data Tingkat kepuasan yang diperoleh dari responden sebagai konsumen. Data sekunder adalah data mengenai struktur organisasi dan jumlah karyawan UD. Computer Corner, jumlah barang yang telah terjual selama dua tahun terakhir menurut jenisnya, dan data yang berkaitan dengan dunia perdagangan yang diperoleh dari berbagai instansi yang terkait dengan kegiatan perdagangan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah datang atau berbelanja di UD. Computer Corner. Catatan tentang jumlah pelanggan ini tidak tersedia sehingga populasi penelitian ini tidak diketahui. Karena itu sampel penelitian tidak dapat ditentukan dari jumlah populasinya. Sampel dalam penelitian ini adalah pengunjung yang berbelanja ke UD. Computer Corner, Rimo Trading Centre, Denpasar.

Metode penentuan sampel adalah purposive (*purposive*) *sampling* yaitu pemilihan sampel didasarkan pada karakteristik atau ciri-ciri tertentu sifat populasinya serta metode *accidenta sampling*, apabila penentuan sampel didasarkan pada factor kebetulan yang dijumpai peneliti pada saat melakukan penelitian. Pada penelitian ini, pertimbangan yang digunakan dalam memilih responden adalah pengunjung yang sudah pernah berbelanja di UD. Computer Corner dan berusia minimum 17. Ukuran sampel adalah 5-10 kali jumlah butir pertanyaan. Jumlah parameter dalam penelitian ini adalah 23 butir maka ukuran sampel yang diambil sebanyak 115 orang. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode survei, wawancara dan kuesioner.

Alat analisis yang digunakan adalah Uji regresi linier berganda Analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lebih dari satu variable bebas terhadap satu variable terikat (Ghozali, 2006).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

*Tabel 1 Karakteristik Responden*

No	Kriteria	Karakteristik	Persentase
1	Usia	< 21 tahun	13%
		21-30 tahun	32.2%
		31-40 tahun	17.4%
		> 41 tahun	37.4%

2.	Pendidikan	SMA/ sederajat	30.4%
		DIII //S	56.5%
		Pascasarjana	13%
3.	Pekerjaan	Siswa/mahasiswa	26.1%
		Wiraswasta	54.7%
		PNS	19.1%
	Pendapatan	<2.5 juta	33%
		2.5-5 juta	29.6%
		>5 juta	37.4%
	Intensitas Pembelian	<5 kali	46.1%
		>5 kali	53.9%

Sumber: Data primer diolah (2017)

Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah berdasarkan jenis kelamin, laki-laki sebesar 40.9% dan perempuan sebesar 59.1%.

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Merchandise	.839	1.192
Gerai_Atmosfer	.819	1.221
Retail_Service	.753	1.328

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah data yang digunakan dalam penelitian memiliki distribusi normal baik secara multivariate maupun univariat (Juliansyah Noor, 2015: 47). Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah residual dari model regresi yang dibuat berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi residual yang normal atau mendekati normal. Alat uji ini disebut uji *Kolmogorov-Smirnov*. Data dapat dikatakan berdistribusi normal apabila *Asimp.sig* (2-tailed) > level of significant ( $\alpha = 0,05$ ) dan tidak berdistribusi normal apabila nilai *Asimp.sig* (2-tailed) < level of significant ( $\alpha = 0,05$ ). Hasil uji normalitas dapat dilihat dari Tabel 2.

Tabel 2 Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandarded Residual
N		115
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.18338343
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.028
	Negative	-.061

Kolmogorov-Smirnov Z	.658
Asymp. Sig. (2-tailed)	.779
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	

Sumber: Data primer diolah (2017)

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa nilai *Asymp. Sig* sebesar  $0,779 > \alpha = 0,05$ . Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinieritas (multiko). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di Antara variabel independen. Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan mengukur besar korelasi antar variabel independen; jika dua variabel independen terbukti berkorelasi secara kuat, maka dikatakan terdapat multikolinieritas pada kedua variabel tersebut (Singgih Santoso, 2010: 204). Hasil uji multikolinieritas ditunjukkan pada Tabel 3.

Tabel 3 Hasil Uji Multikolinieritas  
Sumber: Data primer diolah (2017)

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Merchandise	.839	1.192
Gerai_Atmosfer	.819	1.221
Retail_Service	.753	1.328

Sumber: Data primer diolah (2017)

Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai *Tolerance* dan *VIF* untuk indikator seluruh variabel bebas lebih besar dari 0,1 dan lebih kecil dari 10. Berdasarkan hasil tersebut jadi dapat diketahui bahwa model uji tidak terdeteksi kasus multikolinearitas.

Uji homoskedastisitas adalah alat uji yang digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka hal tersebut disebut homoskedastisitas. Dan jika varians berbeda, disebut sebagai heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas (Singgih Santoso, 2010: 207). Hasil uji ditunjukkan pada Tabel 4.

**Tabel 4 Hasil Uji Heterokedasitas**

Model	T	Sig
(Constant)	1.634	.105
Merchandise	1.818	.072
Gerai Atmosfer	-1.971	.051
Retail_Service	-1.207	.230

Sumber: Data primer diolah (2017)

Tabel 4 menunjukkan bahwa signifikansinya lebih dari  $\alpha = 0,05$  terhadap *absolut residual* secara parsial. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat dijelaskan bahwa dalam model regresi tersebut tidak terdapat heteroskedastisitas.

Model analisis regresi linear berganda digunakan untuk mendapat koefisien regresi yang akan menentukan apakah hipotesis yang dibuat akan diterima atau ditolak. Hasil analisis ini mengacu pada hasil pengaruh *merchandise*, gerai atmosfer dan *retail services* terhadap kepuasan pelanggan UD Computer Corner. Adapun hasil analisis regresi dengan program *Statistical Pacage of Social Science (SPSS) versi 17.0 for Windows* dapat dilihat pada Tabel 5

*Tabel 5 Rangkuman Hasil Analisis Regresi Linear Berganda*

Variabel	Koefisien Regresi		t	Sig.
	B	S t d . Error		
Merchandise	.422	.059	7.121	.000
Gerai Atmosfer	.316	.074	4.277	.000
Retail_Service	.361	.069	5.239	.000

Constant : -1,106

F Statistik : 66,016

Sig F : 0,000

R<sup>2</sup> : 0,631

$$Y = -1,106 + 0,422 (X1) + 0,316 (X2) + 0,361 (X3)$$

Y = Kepuasan Pelanggan

X1 = *Merchandise*

X2 = Gerai Atmosfer

X3 = *Retail Service*

X1 = + 0,422, menunjukkan bahwa apabila variabel *merchandise* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan UD Computer Corner. X2 = + 0,316, menunjukkan bahwa gerai atmosfer berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan UD Computer Corner.

X3 = + 0,361, menunjukkan bahwa *Retail Service* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan UD Computer Corner.

R<sup>2</sup> = 0,631, yang berarti bahwa sebesar 63,1 persen kepuasan pelanggan UD Computer Corner Denpasar dipengaruhi oleh *merchandise*, gerai atmosfer, dan *retail service*, sedangkan sisanya sebesar 36,9 persen dipengaruhi oleh variabel lainnya di luar model penelitian.

Hasil Uji Anova atau (*F test*) menunjukkan nilai F hitung sebesar 86.742, dengan signifikansi 0,000 yang probabilitas signifikansi lebih kecil dari *alpha* 0,05. Ini menunjukkan bahwa *merchandise*, gerai atmosfer, dan *retail service* dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan pelanggan, atau dapat dikatakan bahwa *merchandise*, gerai atmosfer, dan *retail service* secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, model yang digunakan pada penelitian ini adalah layak untuk uji t statistik yang menguji variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

Uji parsial (uji t) digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas (*merchandise*, gerai atmosfer, dan *retail service*) terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan). Tabel 6 menunjukkan hasil perhitungan uji t dengan menggunakan SPSS.

*Tabel 6 Hasil Uji t*

Variabel	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
Merchandise	.442	7.121	.000
Gerai Atmosfer	.269	4.277	.000
Retail_Service	.343	5.239	.000

Sumber: Data primer diolah (2017)

Berdasarkan Tabel 6 diketahui bahwa nilai signifikansi uji t sebesar 0,000, nilai signifikansi uji t sebesar  $0,000 < 0,05$  maka H<sub>0</sub> ditolak, ini berarti bahwa *Merchandise* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Koefisien regresi X1 sebesar 7,121, menunjukkan bahwa meningkatnya *merchandise* maka akan meningkatkan pula kepuasan pelanggan UD Computer Corner Denpasar. Simpulan t sig = 0,000 < 0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak artinya ada pengaruh variabel *merchandise* terhadap kepuasan pelanggan UD Computer Corner Denpasar.

Berdasarkan Tabel 6 diketahui bahwa nilai signifikansi uji t sebesar 0,000, nilai signifikansi uji t sebesar  $0,000 < 0,05$  maka H<sub>0</sub> ditolak, ini berarti



bahwa gerai atmosfer berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Koefisien regresi X2 sebesar 4.277, menunjukkan bahwa meningkatnya gerai atmosfer maka akan meningkatkan pula kepuasan pelanggan UD Computer Corner Denpasar. Simpulan  $t \text{ sig} = 0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak artinya ada pengaruh variabel gerai atmosfer terhadap kepuasan pelanggan UD Computer Corner Denpasar.

Berdasarkan Tabel 6 diketahui bahwa nilai signifikansi uji t sebesar 0,000, nilai signifikansi uji t sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, ini berarti bahwa *retail service* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan UD Computer Corner Denpasar. Koefisien regresi X3 sebesar 5.239, menunjukkan bahwa meningkatnya *retail service* maka akan meningkatkan pula kepuasan pelanggan UD Computer Corner Denpasar. Simpulan  $t \text{ sig} = 0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak artinya ada pengaruh variabel *retail service* terhadap kepuasan pelanggan UD Computer Corner Denpasar.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa *Merchandise* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Meningkatnya *merchandise* maka akan meningkatkan pula kepuasan pelanggan UD Computer Corner Denpasar. Selain itu, dalam penelitian ini juga diketahui bahwa gerai atmosfer berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Meningkatnya gerai atmosfer maka akan meningkatkan pula kepuasan pelanggan UD Computer Corner Denpasar. *Retail service* juga diketahui berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan UD Computer Corner Denpasar. Meningkatnya *retail service* maka akan meningkatkan pula kepuasan pelanggan UD Computer Corner Denpasar.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil dari penelitian sebelumnya oleh Deby Morisah Ika Diana (2015) yang meneliti tentang pengaruh kualitas layanan, *merchandise*, atmosfer terhadap kepuasan konsumen dan trust: studi pada pelanggan Seven Soul Distro Yogyakarta. Hasil yang diperoleh pada penelitian tersebut adalah kualitas layanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Seven Soul Distro Yogyakarta. Selain itu variabel *merchandise* juga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Seven Soul Distro Yogyakarta. Pada penelitian tersebut juga membuktikan bahwa atmosfer mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Seven Soul Distro Yogyakarta.

Pengaruh *retail service* juga pernah diteliti oleh Henni Noviasari dan Azrico (2012) Berdasarkan hasil

penelitian tersebut diketahui bahwa *retail service* memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Factor yang paling mempengaruhi adalah factor pemecahan masalah yang meliputi pengembalian dan penukaran barang, pemecahan masalah konsumen dan penanganan keluhan konsumen secara cepat.

Untuk mendapatkan kepuasan konsumen, keanekaragaman barang dagangan (*merchandise*) sangat menentukan. Suatu toko harus dapat membuat gerai atmosfer serta pelayanan produk yang sesuai dengan pasar sasarannya sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen ditandai dengan keinginan konsumen untuk datang dan membeli kembali ataupun meningkatkan frekuensi pembelian.

Selain kepuasan pelanggan, *retail mix* juga berpengaruh terhadap *Impulse Buying*. Beberapa penelitian yang membuktikan adanya pengaruh *retail mix* terhadap *impulse buying* adalah penelitian oleh Nurul Mutya Utami dan Idris (2015) Hasil penelitian diketahui bahwa variabel *Merchandise*, *Store Atmosphere*, Interaksi Antara Pelanggan Dengan Pelayan Toko memiliki pengaruh yang positif terhadap *Impulse Buying*. Penelitian serupa juga telah dilakukan oleh Tjokorda Istri Dwi Pradnyawati Pemayun dan Ni Wayan Ekawati (2016). Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa promosi, atmosfer gerai, dan *merchandise* berpengaruh secara positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian impulsif pada Hardy's Mall Gatsu Denpasar. Cokorda Gde Cahaya Putra Trisnu dan I Wayan Santika (2015). Hasil penelitian membuktikan bahwa *merchandise*, atmosfer gerai dan pelayanan ritel berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif pada hardy's mall gianyar.

## SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, maka simpulan yang diperoleh adalah *merchandise*, gerai atmosfer dan *retail service* berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

UD Computer Corner hendaknya dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas *merchandise*, gerai atmosfer, dan *retail service* sehingga dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen. Kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi nilai penjualan sehingga UD Computer Corner bisa menjadi bisnis *retail* di bidang computer yang mampu bertahan di tengah kerasnya persaingan dengan bisnis



retail sejenis di Rimo Trading Center Denpasar.

Saran bagi peneliti selanjutnya, yaitu untuk menambahkan variabel lain seperti harga dan faktor situasional yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Andriani Kusumawati. 2011. Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan: Kasus Hypermart Malang Town Square (MATOS). *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern* Vol. 3 No.1 Januari - Juni 2011 ISSN 2085-0972.
- Ballantine, P. W., Jack, R., and Parsons, A. G. 2010. Atmospheric cues and their effect on the hedonic retail experience. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 38 (8), pp: 641-653.
- Barnes, James G., 2003. *Secret of Customer Relationship Management (Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan)*. Andi. Yogyakarta
- Ceballos, L. M. 2010. Analysis of the stimuli of Londoners Fashion-Oriented Impulse Buying Behavior. *Administer Universitas EAFI*, 8 (17), pp: 87-97
- Cokorda Gde Cahaya Putra Trisnu dan I Wayan Santika. 2015. Pengaruh *Merchandise*, Atmosfer Gerai dan Pelayanan Ritel terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Hardy's Mall Gianyar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* Vol 4, No 1 (2015).
- Dean Vicky Wicaksana. 2007. Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Centro Kuta Bali. *Skripsi*. Universitas Udayana. Denpasar.
- Diana Puspita Sari, Hery Suliantoro, dan Riandika Windiasari Program Studi Teknik Industri Universitas Diponegoro. 2011. Analisis Atribut-Atribut yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Pelanggan Telepon Rumah (Fixed Wireline) Menggunakan Metode Analisis Diskriminan (Studi Kasus di PT. TELKOM Kandatel Semarang). *Jurnal J@TI (Teknik Industri)* Volume 6, No.2, Mei 2011 page. 117-124
- Fandy Tjiptono. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono. 2006. *Manajemen Jasa*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Penerbit Andi Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono. 2016. *Service, Quality dan Satisfaction*. Edisi 4. Penerbit Andi Yogyakarta.
- Hendri Ma'aruf. 2005. *Pemasaran Ritel*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Indah Dwi Kurniasih. 2012. Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Variabel Kepuasan (Studi Pada Bengkel Ahas 0002-Astra Motor Siliwangi Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol 1, No 1 (2012).
- Juliansyah Noor. 2015. *Analisis Data Penelitian Ekonomi dan Manajemen*. Penerbit PT Gramedia Widiasarana Indonesia Jakarta.
- Musa Hubeis. 2012. *Manajemen Ritel, Kreatif dan Inovatif dalam Bisnis*. Penerbit Inti Prima Promosindo. Jakarta.
- Nasution. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Ghalia Indonesia. Bogor
- Paryoto Triyantoro, Mohammad Hufron, dan Ronny Malavia Mardani. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Pertanian Sarana Tani di Desa Gubuk Klakah Kec. Poncokusumo Kab. Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*. Fakultas Ekonomi Unisma. Hal: 487-498.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Pearson Education, Inc.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. Pearson Education, Inc
- Retno Susanti. 2015. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Kualitas Pelayanan di Hotel X Surabaya). *Jurnal Ekonomika*'45.
- Rohmat Dwi Jatmiko. 2012. Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Antecedent Loyalitas Pelanggan. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang*. *Jurnal Manajemen Bisnis* Vol 2, No 1 (2012): April
- Singgih Santoso. 2010. *Statistik Parametrik Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Penerbit PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Soekidjo Notoatmodjo. 2012. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. PT Asdi Mahasatya. Jakarta.
- Sopiah dan Syihabudin. 2008. *Manajemen Bisnis Ritel*. Penerbit Andi Yogyakarta.

- Stauss, B. and P. Neuhaus. 1997. The Qualitative Satisfaction Model. *International Journal of Service Industry Management*. Vol 8, No 3, pp: 236-249.
- Sugiarto, Dergibson Siagian, Lasmono Tri Sunaryanto dan Deny S. Oetomo. 2003. *Teknik Sampling*. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Supranto. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Penerbit PT Rineka Cipta. Jakarta.
- Suwarti dan Dwiana Hendrawati. 2012. Analisis Efektifitas Reminding Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus PT. Telkom Semarang). *Prosiding Seminar Nasional Sains dan Teknologi Fakultas Teknik Vol 1, No 1 (2012): Prosiding Seminar Nasional Sains dan Teknologi 3 2012*.
- Tjokorda Istri Dwi Pradnyawati Pемыun dan Ni Wayan Ekawati. 2016. Pengaruh Promosi, Atmosfer Gerai, Dan Merchandise Terhadap Pembelian Impulsif Pada Hardy's Mall Gatsu Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No.7, 2016: 4132 - 4160 ISSN : 2302-8912
- Tri Joko Utomo. 2010. *Lingkungan Bisnis dan Persaingan Bisnis Ritel. Fokus Ekonomi*. Vol. 5, No. 1. Hal: 70-80.
- Widodo. 2004. *Cerdik Menyusun Proposal Penelitian: Skripsi, Tesis dan Disertasi*. PT Penebar Swadaya. Jakarta.
- Wulan Dewi Saraswati, P. dan Seminari, N. K. 2012. Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel Terhadap Kepuasan Konsumen dan Orientasi Berbelanja Pada Distro Hube Denpasar. Hal: 110-120.
- Yunita Nirmala Sari dan Hartono Subagio. 2013. *Analisa Pengaruh Retail Mix (Customer Service, Location, Store Design & Display, Merchandise Assortment, Communication Mix, Dan Price) Terhadap Tingkat Kunjungan Di Toko Souvenir Ken N So Surabaya*. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* Vol. 1, No. 2, (2013) 1-9 1.

# PEMBERDAYAAN KARYAWAN, STRES KERJA DAN KOMITMEN ORGANISASIONAL KARYAWAN

*Putu Saroyini Piartrini, royetrini@unud.ac.id*

Universitas Udayana

---

**Abstrak:** Studi ini bertujuan mengungkapkan tingkat komitmen karyawan, tingkat stress karyawan dan efektivitas pemberdayaan yang diterapkan perusahaan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada manajemen kondisi pemberdayaan karyawan, stres kerja, dan komitmen organisasional dari perspektif individu karyawan. Penelitian ini dilakukan pada organisasi Villa Ocean Blue yang terletak di Nusa Dua. Penelitian melibatkan seluruh karyawan tetap laki-laki ataupun perempuan departemen kamar yang berjumlah 61 orang. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemberdayaan karyawan berkorelasi positif terhadap komitmen organisasional, dan stres kerja berkorelasi negatif terhadap komitmen organisasional Villa Ocean Blue. Pemilik, manager, maupun pengelola Villa Ocean Blue sebaiknya dapat meningkatkan kebijakan pemberdayaan karyawan dan pengelolaan stres kerja sesuai dengan respon karyawan dengan memberikan tanggung jawab pada karyawan untuk hasil kerja yang dilakukannya, memberikan karyawan kesempatan untuk memberi usulan didalam pemecahan masalah yang ada didalam organisasi, memberikan karyawan kebebasan memutuskan bagaimana melakukan pekerjaan terkait tugas pokok, memberikan karyawan pekerjaan yang tidak melebihi daya tahan tubuh, jangan memberikan pekerjaan melebihi usaha karyawan villa pada umumnya didalam melakukan pekerjaan, dan jangan memberi perintah kerja yang bertentangan dengan keinginan karyawan

---

## PENDAHULUAN

Organisasi penyelenggara pelayanan yang dilaksanakan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dituntut kemampuan tinggi memelihara ketersediaan dan keandalan layanan untuk mempertahankan posisi dalam persaingan. Pada organisasi usaha penyedia akomodasi Villa Ocean Blue, pemeliharaan dan penyiapan sarana akomodasi dilakukan dalam kelompok yang terdiri dari 3 orang karyawan untuk melakukan masing-masing kegiatan menyiapkan kamar, membersihkan kolam renang dan memelihara tanaman di sekitar bangunan Villa. Beban kerja setiap kelompok adalah enam villa yang memiliki luas bervariasi. Setiap Villa terdiri dari dua kamar. Pembagian tugas berdasarkan kelompok dilakukan untuk menjaga ketersediaan kapasitas pelayanan bila salah satu anggota kelompok berhalangan.

Studi awal yang dilakukan dengan melibatkan lima orang karyawan departemen kamar mengun-

kapkan bahwa : 1) Tidak suka bekerja di organisasi tersebut karena memiliki rekan kerja yang malas; 2) Akan keluar dari pekerjaan saat ini bila memperoleh pekerjaan ditempat lain karena imbalan yang diberikan kurang dari nilai upah minimum kabupaten (UMK); 3) Tidak merasa berkewajiban tetap bekerja di organisasi tersebut, dan mengakui menemukan pekerjaan pengganti relatif sulit. Ungkapan karyawan yang terlibat pada studi awal menunjukkan indikasi rendahnya komitmen karyawan.

Karyawan juga mengungkapkan bahwa pelatihan menggunakan peralatan jarang dilakukan, bahkan nama peralatan saja banyak karyawan yang tidak mengetahui, kadang saya juga sering bingung didalam menggunakan peralatan kebersihan, karena tidak paham mengoperasikannya dan menentukan obat pembersih yang cocok.

Kuo *et al.* (2010) menyatakan pemberdayaan penting untuk dilakukan untuk mendorong dan meningkatkan pengambilan keputusan karyawan

terkait dengan pelaksanaan tugas pokok dan tanggung jawabnya. Roller (1998) menyatakan bahwa dimensi dalam mengukur pemberdayaan karyawan meliputi *Autonomy*, mengacu pada kekuasaan untuk mencapai kemampuan mereka didalam menghadapi tantangan yang mereka hadapi; *Participation*, mengacu pada pengaruh yang dimiliki didalam keputusan administratif atau strategi organisasi dan *Responsibility*, mengacu pada tingkat kepedulian atau tanggung jawab seseorang didalam mengemban tugas atau posisi yang dipercayakan. Karyawan juga mengungkapkan beban pekerjaan saya sangat tinggi dan harus dikerjakan dalam waktu yang singkat. Tekanan pekerjaan dan kurangnya partisipasi anggota kelompok diungkapkan membuat pekerja emosional karena menerima keluhan dari customer dan teguran atasan.

Data pembagian beban kerja pada beberapa villa lain, mengungkapkan bahwa beban kerja pekerja di bagian kamar rata-rata sejumlah tujuh kamar untuk kelompok kerja yang terdiri dari dua karyawan. Kondisi ini mengungkapkan indikasi beban kerja karyawan Villa Blue Ocean relatif lebih tinggi. Prediktor kegagalan pemberdayaan karyawan berdasarkan kajian terhadap penelitian sebelumnya dikarenakan tidak mendapat dukungan dari pihak manajemen, kurangnya pemahaman para manajer terhadap kemampuan karyawannya, dan tidak adanya aktivitas tukar menukar informasi (Martuti, 2004). Aktivitas Pemberdayaan karyawan memberikan kemampuan karyawan melakukan pekerjaan dengan baik dan mendorong karyawan untuk melakukan upaya lebih atas nama organisasi (Abdullah *et al.*, 2015)

Studi ini bertujuan mengungkapkan tingkat komitmen karyawan, tingkat stress karyawan dan efektivitas pemberdayaan yang diterapkan perusahaan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada manajemen kondisi pemberdayaan karyawan, stress kerja, dan komitmen organisasional dari perspektif individu karyawan.

## KAJIAN PUSTAKA

Allen dan Meyer (1991) mendefinisikan komitmen organisasional adalah kondisi psikologis yang menunjukkan karakteristik hubungan antara pekerja dengan organisasi yang mempengaruhi keputusan melanjutkan keanggotaannya di dalam organisasi tersebut. Kessler (2013:526) menyatakan komitmen

organisasional adalah tentang rasa keterikatan karyawan kepada organisasi yang disebabkan oleh kesamaan tujuan individu dengan tujuan organisasi.

Allen dan Meyer (1993) menyatakan dengan meningkatkan komitmen organisasional dapat meningkatkan loyalitas karyawan dan mengurangi keinginan untuk keluar dari organisasi dan rendahnya komitmen organisasional akan berdampak pada keputusan untuk keluar dari organisasi tersebut. Rendahnya komitmen organisasional adalah tingginya turnover pada karyawan, rendahnya kehadiran, kinerja, dan OCB pada karyawan (Meyer *et al.*, 2002). Karambut dan Noormijati (2012) menyatakan tingginya komitmen organisasional akan berdampak pada karyawan yang akan memberikan usaha terbaik kepada organisasi, bahkan bersedia mengerjakan sesuatu melampaui batas yang diwajibkan organisasi.. Fitriah dan Sudibya (2015) menyatakan komitmen organisasional akan membuat karyawan bersedia untuk bekerja keras dan ingin tetap tinggal didalam perusahaan.

Komitmen organisasional dipengaruhi oleh stress kerja yang tinggi (Rismawan, dkk., 2014). Stress kerja adalah pola emosional perilaku kognitif dan reaksi psikologis terhadap aspek yang merugikan dan berbahaya dari setiap pekerjaan, organisasi kerja dan lingkungan kerja. Handoko (2008:200) menyatakan stress kerja adalah suatu kondisi ketegangan yang mempengaruhi proses berpikir, emosi, dan kondisi seseorang, hasilnya stress yang terlalu berlebihan dapat mengancam kemampuan seseorang untuk menghadapi lingkungan dan pada akhirnya mengganggu pelaksanaan tugas-tugasnya. *Conservation of Resources (COR) theory* menjelaskan bahwa seseorang cenderung berusaha untuk memperoleh, menjaga atau mempertahankan sumber daya yang dimilikinya, sumber daya disini meliputi energi dan waktu (Dewe *et al.*, 2012).

Rismawan, dkk. (2014) menyatakan semakin tinggi tingkat stress yang dialami oleh karyawan akan cenderung meningkatkan keinginan mereka untuk keluar dari organisasi. Kristin dan Sadjiarto (2013) menyatakan stress kerja yang dialami karyawan akan membuat karyawan belum siap dalam melaksanakan tugasnya yang mengakibatkan menurunnya kinerja karyawan. Harun *et al.* (2014) menyatakan bahwa stress kerja memiliki hubungan negatif yang signifikan dengan komitmen organisasional.

Wibowo (2012: 415) menyatakan pemberdayaan karyawan merupakan suatu proses untuk menjadikan individu menjadi lebih berdaya dalam menyelesaikan

suatu masalah. Fitriah dan Sudibya (2015) menyatakan pemberdayaan adalah upaya untuk menjadikan sumber daya manusia lebih bertanggung jawab sepenuhnya atas apa yang mereka lakukan. Conger dan Kanungo (1998) membagi pemberdayaan karyawan menjadi 2 perspektif, yaitu *psychological empowerment* dan *organizational empowerment*. *psychological empowerment* merupakan suatu proses untuk memberi motivasi dan *organizational empowerment* merupakan sebuah proses untuk berbagi kekuasaan. Greasley *et al.* (2004) mengidentifikasi dua aspek pemberdayaan yang terdiri dari Perspektif multi dimensional / struktural / organisasional dan perspektif psikologi / kognitif. Menon (2001) menyatakan *psychological empowerment* adalah konstruk motivasi yang berfokus pada kognisi individu yang diberdayakan. Kazlauskaitė *et al.* (2012) menyatakan *organizational empowerment* merupakan sebagai praktek manajerial memberikan kewenangan kepada bawahan untuk melaksanakan tugas-tugas utama mereka. Abadi dan Chegini (2013) mengatakan pemberdayaan organisasional dianggap sebagai pendorong utama agar karyawan yang memiliki kompetensi tinggi, akan menerapkan inovasi dan ide-ide terbaik mereka. Tielung (2013) menyatakan pemberdayaan memiliki pengaruh terhadap kinerja karyawan. Mohammadian dan Amirkabiri (2014) menyatakan bahwa pemberdayaan karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen organisasional.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian survei untuk mengukur level pemberdayaan karyawan, stres kerja dan komitmen organisasional. Penelitian ini dilakukan pada organisasi Villa Ocean Blue yang terletak di Nusa Dua. Penelitian melibatkan seluruh karyawan tetap laki-laki ataupun perempuan departemen kamar yang berjumlah 61 orang.

Komitmen organisasional dioperasionalkan sebagai komitmen afektif, komitmen kalkulatif dan komitmen normatif (Allen & Meyer, 1991). Pemberdayaan karyawan mengacu pada otonomi di tingkat karyawan melalui peningkatan kemampuan kerja melalui pendidikan dan pelatihan kerja. Stres kerja didefinisikan sebagai suatu kondisi ketegangan yang mempengaruhi proses berpikir, emosi, dan kondisi seseorang dihubungkan dengan persepsi tuntutan dilingkungan kerja berkaitan dengan kecepatan untuk melakukan tugas-tugas, dan proses kerja

Data penelitian ini meliputi data kuantitatif dan data kualitatif. Data yang berbentuk angka atau dinyatakan dalam satuan tertentu antara lain jumlah karyawan sementara Data kualitatif penelitian ini meliputi level pemberdayaan karyawan, level stres kerja, dengan level komitmen organisasional pada karyawan tetap. Data dikumpulkan baik dari sumber primer yaitu individu karyawan maupun sumber sekunder data masa bakti karyawan yang diperoleh dari departemen personalia organisasi. Data penelitian diukur dengan instrumen penelitian berikut yaitu: 1) Pemberdayaan Karyawan diukur dengan *The Perception of Empowerment Instrument* yang dikembangkan oleh Roller (1998), terdiri dari 10 *item*, mengukur 3 dimensi dengan skala likert interval 1 sampai 5 yang mewakili interval sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Indikator pengukuran data antara lain : memiliki kontrol pribadi dalam pekerjaan dan pengambilan keputusan organisasi. Variabel stres kerja diukur dengan *job stress scale* yang dikembangkan oleh Alves *et.al* (2004) yang terdiri dari 16 *item*, mengukur 3 dimensi stress kerja. Data diukur dengan skala likert dengan interval 1 sampai 5 yang mewakili interval sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Indikator pengukuran data antara lain : bekerja dengan sangat cepat, dan suasana nyaman di tempat kerja. 3) Variabel komitmen organisasional diukur dengan *Affective, Continuance, and Normative Commitment Scale* yang dikembangkan oleh Allen dan Meyer (1990) yang terdiri dari 23 *item* . Data diukur dengan skala *likert* dengan interval 1 sampai 5 yang mewakili interval sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Indikator pengukuran data antara lain : setia dengan organisasi, dan keterikatan dengan organisasi.

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan analisis faktor konfirmatori. Masing-masing model yaitu pemberdayaan karyawan, stres kerja, dan komitmen organisasional menunjukkan Nilai *Kaiser Meyer Olkin* (KMO) diatas nilai minimal 0.50, *Commulative Explained Variance* minimal > 0.50 atau 50% dan nilai *Eigen factor* minimal > 1.0 .

(Hair *et al.*, 1998:228). Reliabilitas instrumen diukur berdasarkan nilai *alpha cronbach*. Ghazali (2006:85) dinyatakan reliabel dengan koefisien *alpha cronbach* lebih besar dari 0,6.

## PEMBAHASAN

Responden penelitian berjenis kelamin laki-laki 82,61 persen dan 17,39 persen perempuan. Dijelaskan bahwa pekerjaan yang dilakukan cukup berat sehingga



karyawan laki-laki yang lebih diutamakan. Sebagian besar responden berusia dibawah 32 tahun dengan persentase 45,65 persen, berusia 33 tahun keatas persentasenya 39,13 persen. Masa kerja responden bervariasi. Sebagian besar memiliki masa kerja antara 6 -10 tahun, dengan persentase 39,13 persen. Responden memiliki pendidikan tertinggi dominan SMA/SMK yaitu sebanyak 33 orang dengan persentase sebesar 71,74 persen, pemilihan karyawan lebih mengutamakan karyawan yang memiliki latar belakang pendidikan pariwisata.

Tabel 1.

Karakteristik Responden

No	Variabel	Klasifikasi	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Jenis Kelamin	Perempuan	8	17,39
		Laki-laki	38	82,61
	Jumlah		46	100
2	Umur (Tahun)	17 -24	7	15,22
		25 -32	21	45,65
		≥ 33	18	39,13
	Jumlah		46	100
3	Masa Kerja (Tahun)	≤ 1-5	13	28,26
		6-10	18	39,13
		≥ 11	15	32,61
	Jumlah		46	100
4	Pendidikan Terakhir	SMA/SMK	33	71,74
		Diploma	12	26,09
		Srata 1	1	2,17
	Jumlah		46	100

Hasil analisis data variabel pemberdayaan karyawan mengungkapkan bahwa 10 indikator pengukuran data pemberdayaan karyawan mengekstraksi 1 faktor yaitu :

- 1) Faktor 1, nilai *eigen* = 7.538 terbentuk oleh :
  - a. Indikator 1.1 (memiliki kebebasan cara melakukan pekerjaan) dengan nilai *loading* = 0.899
  - b. Indikator 1.2 (ikut terlibat didalam perubahan organisasi) dengan nilai *loading* = 0.913
  - c. Indikator 1.3 (mampu memecahkan masalah) dengan nilai *loading* = 0.917

- d. Indikator 1.4 (ikut terlibat didalam menentukan tujuan organisasi) dengan nilai *loading*= 0.865
- e. Indikator 1.5 (tanggung jawab pekerjaan) dengan nilai *loading*= 0.855
- f. Indikator 1.6 ( masukan diterima didalam perencanaan organisasi) dengan nilai *loading*= 0.903
- g. Indikator 1.7 (memiliki otonomi kerja) dengan nilai *loading*= 0.869
- h. Indikator 1.8 (terlibat didalam pengambilan keputusan) dengan nilai *loading*= 0.854
- i. Indikator 1.9 (memperoleh informasi pekerjaan) dengan nilai *loading*= 0.840
- j. Indikator 1.10 ( tersedia peralatan kerja) dengan nilai *loading*= 0.754

Faktor ini diberi label mampu memecahkan masalah sebagai kontributor dominan.

Model faktor mencerminkan dimensi konstruk yang dinilai layak. Hasil analisis yang menunjukkan jumlah data sampel memadai dengan ditunjukkannya nilai *Kaiser Meyer Olkin Measure of sampling Adequacy* (KMO) = 0.916. Indikator dikelompokkan menjadi satu faktor berdasarkan nilai *eigen value* > 1 keseluruhan faktor mampu menjelaskan variasi total 75.378, maka pemberdayaan karyawan dinilai memiliki validitas memadai. Data variabel pemberdayaan karyawan memiliki nilai parameter *Alpha Cronbach* = 0.963, sehingga pernyataan pada kuesioner tersebut dinyatakan reliabel.

Data yang disajikan pada Tabel 4.3 menunjukkan bahwa 16 indikator pengukuran data pemberdayaan karyawan mengekstraksi 1 faktor yaitu :

- 1) Faktor 1, nilai *eigen* = 12.123 terbentuk oleh :
  - a. Indikator 2.1 (harus bekerja cepat) dengan nilai *loading* = 0.890
  - b. Indikator 2.2 (bekerja dalam waktu lama) dengan nilai *loading* = 0.680
  - c. Indikator 2.3 (melaksanakan pekerjaan berlebihan) dengan nilai *loading* = 0.878
  - d. Indikator 2.4 (waktu kerja yang tidak cukup) dengan nilai *loading*= 0.886
  - e. Indikator 2.5 (perintah kerja bertentangan) dengan nilai *loading*= 0.932
  - f. Indikator 2.6 (mengerjakan hal baru tanpa pedoman) dengan nilai *loading*= 902
  - g. Indikator 2.7 (memerlukan keahlian tinggi) dengan nilai *loading*= 0.762
  - h. Indikator 2.8 (risiko kerja yang tinggi) dengan nilai *loading*= 0.944

- i. Indikator 2.9 (melakukan hal yang sama berulang kali) dengan nilai *loading* = 0.799
- j. Indikator 2.10 (tidak mempunyai pilihan cara melaksanakan pekerjaan) dengan nilai *loading* = 0.910
- k. Indikator 2.11 (tidak nyaman di tempat kerja) dengan nilai *loading* = 0.881
- l. Indikator 2.12 (berhubungan buruk dengan rekan kerja) dengan nilai *loading* = 0.829
- m. Indikator 2.13 (tidak ada dukungan dari rekan kerja) dengan nilai *loading* = 0.915
- n. Indikator 2.14 (tidak ada bantuan dari rekan kerja) dengan nilai *loading* = 0.897
- o. Indikator 2.15 (hubungan buruk dengan atasan) dengan nilai *loading* = 0.858
- p. Indikator 2.16 (tidak menikmati pekerjaan) dengan nilai *loading* = 0.922

Faktor ini diberi label risiko kerja yang tinggi sebagai kontributor dominan.

Model faktor mencerminkan dimensi konstruk yang dinilai layak. Hasil analisis yang menunjukkan jumlah data sampel memadai dengan ditunjukkannya nilai *Kaiser Meyer Olkin Measure of sampling Adequacy* (KMO) = 0.893. Indikator dikelompokkan menjadi 1 faktor berdasarkan nilai *eigen value* > 1 keseluruhan faktor mampu menjelaskan variasi total 75.766, maka stres kerja dinilai memiliki validitas memadai. Data variabel stres kerja memiliki nilai parameter *Alpha Cronbach* = 0.979, sehingga pernyataan pada kuesioner tersebut dinyatakan reliabel.

Data yang disajikan pada Tabel 4.4 menunjukkan bahwa 23 indikator pengukuran data komitmen organisasional mengekstraksi 2 faktor yaitu :

- 1) Faktor 1, nilai *eigen* = 15.961 terbentuk oleh :
  - a. Indikator 3.1 (senang menghabiskan masa produktif di perusahaan ini) dengan nilai *loading* = 0.907
  - b. Indikator 3.2 (bangga dengan perusahaan) dengan nilai *loading* = 0.813
  - c. Indikator 3.3 (masalah perusahaan merupakan masalah saya) dengan nilai *loading* = 0.788
  - d. Indikator 3.4 (tidak mudah terikat dengan perusahaan lain) dengan nilai *loading* = 0.892
  - e. Indikator 3.5 (hubungan dengan rekan kerja seperti keluarga) dengan nilai *loading* = 0.840
  - f. Indikator 3.6 (setiap saat memikirkan kondisi perusahaan) dengan nilai *loading*

= 0.814

- g. Indikator 3.7 (perusahaan memiliki arti bagi saya) dengan nilai *loading* = 0.877
- h. Indikator 3.8 (kehancuran perusahaan berhubungan dengan harga diri) dengan nilai *loading* = 0.763
- i. Indikator 3.9 (keluar dari perusahaan tidak menjamin memperoleh pekerjaan pengganti) dengan nilai *loading* = 0.865
- j. Indikator 3.10 (sulit meninggalkan perusahaan) dengan nilai *loading* = 0.831
- k. Indikator 3.11 (meninggalkan perusahaan akan mengganggu kehidupan saya) dengan nilai *loading* = 0.796
- l. Indikator 3.12 (meninggalkan perusahaan akan menimbulkan kerugian) dengan nilai *loading* = 0.897
- m. Indikator 3.13 (bekerja didalam perusahaan merupakan keinginan saya) dengan nilai *loading* = 0.887
- n. Indikator 3.14 (memiliki peluang kerja yang tinggi di perusahaan lain) dengan nilai *loading* = 0.900
- o. Indikator 3.15 (tetap bekerja diperusahaan ini walaupun memiliki peluang yang tinggi bekerja di perusahaan lain) dengan nilai *loading* = 0.860
- p. Indikator 3.16 (pendapatan lebih rendah di perusahaan lain) dengan nilai *loading* = 0.880
- q. Indikator 3.17 (berpindah perusahaan tidak memberikan manfaat) dengan nilai *loading* = 0.729

Faktor ini diberi label senang menghabiskan masa produktif di perusahaan ini sebagai kontributor dominan

- 2) Faktor 2, nilai *eigen* = 1.409 terbentuk oleh :
  - a. Indikator 3.18 (kesetiaan bermanfaat bagi karyawan) dengan nilai *loading* = 0.919
  - b. Indikator 3.19 (berpindah kerja memberi citra negatif) dengan nilai *loading* = 0.766
  - c. Indikator 3.20 (berkewajiban bekerja untuk satu perusahaan) dengan nilai *loading* = 0.837
  - d. Indikator 3.21 (tidak meninggalkan perusahaan untuk memperoleh gaji yang lebih tinggi) dengan nilai *loading* = 0.698
  - e. Indikator 3.22 (sikap kesetiaan harus dimiliki karyawan) dengan nilai *loading* = 0.744
  - f. Indikator 3.23 (diwajibkan setia pada satu perusahaan) dengan nilai *loading* = 0.806

Faktor ini diberi kesetiaan bermanfaat bagi karyawan sebagai kontributor dominan

Model faktor mencerminkan dimensi konstruk yang dinilai layak. Hasil analisis yang menunjukkan jumlah data sampel memadai dengan ditunjukkannya nilai *Kaiser Meyer Olkin Measure of sampling Adequacy* (KMO) = 0.908. Indikator dikelompokkan menjadi 2 faktor berdasarkan nilai *eigen value* > 1 keseluruhan faktor mampu menjelaskan variasi total 75.519, maka komitmen organisasional dinilai memiliki validitas memadai. Data variabel komitmen organisasional memiliki nilai parameter *Alpha Cronbach* = 0.979, sehingga pernyataan pada kuesioner tersebut dinyatakan reliabel.

Skor rata-rata pemberdayaan karyawan adalah 2.52, diukur dari skala 1 – 5. Intensitas kondisi indikator pemberdayaan karyawan yang menunjukkan level pemberdayaan sangat rendah – level pemberdayaan sangat tinggi. Hasil pengolahan data menunjukkan skor rata-rata indikator yang memiliki skor dibawah skor rata-rata adalah bertanggung jawab untuk hasil kerja sesuai tanggung jawab dengan skor 2.39, memberikan usulan untuk pemecahan masalah dalam organisasi dengan skor 2.41, memiliki kebebasan memutuskan bagaimana melakukan pekerjaan dengan skor 2.43, data dan informasi terkait pekerjaan dapat diperoleh dengan mudah dengan skor 2.46, terlibat ketika mendiskusikan perubahan didalam organisasi dengan skor 2.48, ikut terlibat didalam menentukan tujuan organisasi dengan skor 2.52, sementara indikator pemberdayaan karyawan yang memiliki skor diatas skor rata-rata indikator adalah memiliki otonomi dalam menentukan cara kerja dengan skor 2.59, terlibat didalam pengambilan keputusan terkait tugas pokok dengan skor 2.59, masukan yang diterima didalam perencanaan kegiatan organisasi dengan skor 2.63, dan peralatan kerja tersedia dalam jumlah sesuai kebutuhan dengan skor 2.67.

Hasil analisis deskriptif skor indikator variabel stres kerja mengungkapkan, menunjukan skor rata-rata stres kerja adalah 3.46, diukur dari skala 1 – 5. Intensitas kondisi indikator stres kerja yang menunjukkan level stres kerja sangat rendah – level stress kerja sangat tinggi. Hasil pengolahan data menunjukkan skor rata-rata indikator yang menunjukkan skor dibawah skor rata-rata adalah, tidak memiliki waktu yang cukup untuk melakukan semua pekerjaan dengan skor 3.35, pekerjaan yang memerlukan keahlian yang tinggi dengan skor 3.35, tidak nyaman di tempat kerja dengan skor 3.35, harus

bekerja dengan cepat dengan skor 3.37, harus mengerjakan hal baru tanpa pedoman kerja dengan skor 3.37, melakukan hal yang sama berulang kali dengan skor 3.37, rekan kerja yang tidak membantu dengan skor 3.39, tidak memiliki hubungan yang baik dengan atasan dengan skor 3.39, berhubungan buruk dengan rekan kerja dengan skor 3.43, sementara indikator stres kerja yang memiliki skor diatas skor rata-rata indikator adalah, tidak menikmati pekerjaan yang lakukan dengan rekan kerja dengan skor 3.46, rekan kerja tidak mendukung dengan skor 3.50, tidak mempunyai pilihan didalam memutuskan cara melaksanakan pekerjaan dengan skor 3.52, menghadapi risiko kerja yang tinggi setiap hari dengan skor 3.52, perintah kerja sering bertentangan dengan skor 3.54, melaksanakan pekerjaan melebihi usaha karyawan villa pada umumnya didalam melakukan pekerjaan dengan skor 3.74, dan bekerja dalam waktu lebih panjang melebihi daya tahan tubuh dengan skor 3.76. skor rata-rata komitmen organisasional adalah 2.51, diukur dari skala 1 – 5. Intensitas kondisi yang menunjukkan indikator komitmen organisasional yang menunjukkan level komitmen organisasional sangat rendah – level komitmen organisasional sangat tinggi. Hasil pengolahan data menunjukkan skor rata-rata indikator yang memiliki skor dibawah skor rata-rata adalah, keinginan tetap bekerja di perusahaan dengan skor 2.24, kepedulian dengan masalah yang ada di organisasi dengan skor 2.33, memperoleh pekerjaan pengganti dengan skor 2.33, terikat dengan organisasi dengan skor 2.37, kerugian material saat meninggalkan organisasi dengan skor 2.39, menghabiskan masa produktif di perusahaan dengan skor 2.41, kehidupan terganggu jika berhenti bekerja di perusahaan dengan skor 2.41, hubungan antar karyawan dengan skor 2.43, memikirkan kondisi organisasi dengan skor 2.50, kepedulian terhadap kehancuran perusahaan dengan skor 2.50, sementara indikator komitmen organisasional yang memiliki skor diatas skor rata-rata adalah peluang bekerja di perusahaan lain dengan skor 2.52, tidak meninggalkan perusahaan untuk memperoleh gaji yang lebih tinggi dengan skor 2.52, tetap bekerja di perusahaan ini walaupun peluang bekerja di perusahaan lain tinggi dengan skor 2.54, berpindah perusahaan tidak memberikan manfaat dengan skor 2.54, kesetiaan pada perusahaan dengan skor 2.54, arti organisasi dengan skor 2.56, wajib setia pada satu perusahaan dengan skor 2.59, sulit meninggalkan organisasi dengan skor 2.63, berpindah kerja memberikan citra negatif dengan skor 2.63, kesetiaan adalah sikap yang harus dimiliki karyawan dengan skor 2.63, bekerja untuk satu perusahaan sepanjang masa

bakti dengan skor 2.67, dan pendapatan lebih rendah bila bekerja di perusahaan lain dengan skor 2.72

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemberdayaan karyawan berkorelasi positif terhadap komitmen organisasional, dan stres kerja berkorelasi negatif terhadap komitmen organisasional Villa Ocean Blue. Pemilik, manager, maupun pengelola Villa Ocean Blue sebaiknya dapat meningkatkan kebijakan pemberdayaan karyawan dan pengelolaan stres kerja sesuai dengan respon karyawan dengan memberikan tanggung jawab pada karyawan untuk hasil kerja yang dilakukannya, memberikan karyawan kesempatan untuk memberi usulan didalam pemecahan masalah yang ada didalam organisasi, memberikan karyawan kebebasan memutuskan bagaimana melakukan pekerjaan terkait tugas pokok, memberikan karyawan pekerjaan yang tidak melebihi daya tahan tubuh, jangan memberikan pekerjaan melebihi usaha karyawan villa pada umumnya didalam melakukan pekerjaan, dan jangan memberi perintah kerja yang bertentangan dengan keinginan karyawan. Respon karyawan terhadap kebijakan pemberdayaan karyawan, dan pengelolaan stres kerja dapat meningkatkan komitmen organisasional karyawan dan dapat membuat karyawan berkeinginan tetap bekerja di perusahaan, peduli dengan masalah yang ada di perusahaan, dan akan setia terhadap perusahaan walaupun mendapatkan tawaran pekerjaan di perusahaan lain.

#### KETERBATASAN PENELITIAN

Terdapat keterbatasan yang mempengaruhi kondisi dari penelitian yang dilakukan. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini yaitu : Jumlah responden hanya 46 karyawan dan hanya dari lingkungan Villa Ocean Blue, sehingga hasil penelitian ini hanya dapat diterapkan dilingkungan kerja Villa Ocean Blue dan tidak dapat digeneralisir pada lingkungan hotel/villa lain.

#### REFERENSI

- Abadi, M.V.N., and M.G. Chegini. 2013. Process of Employee Empowerment (Concepts and Dimension). *Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review*, 2 (11), Pp: 76-83.
- Abdullah, A.G.K.B., T.Z. Almadhoun, and Y.L. Ling. 2015. Psychological Empowerment, Job Satisfaction and Commitment among Malaysian Secondary School Teachers. *Asian Journal of Educational Research*, 3 (3), Pp: 34-42.
- Allen, N.J., and J.P. Meyer. 1990. The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance and Normative Commitment to The Organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63, Pp: 1-18.
- Allen, N.J., and J.P. Meyer. 1991. Three Component Conceptualization of Organization Commitment. 1th Edition. *Human Resource Management Review*.
- Allen, N.J., and J.P. Meyer. 1993. Organizational Commitment: Evidence of Career Stage Effects?. *Journal of Business Research*, 26, Pp: 49-61.
- Alves, M.G.D.M., D. Chor, E. Faerstein, C.D.S. Lopese, and G.L. Werneck. 2004. Short Version of the "Job Stress Scale": a Portuguese-Language Adaption. *Rev Saude Publica*, 38 (3), Pp: 1-7.
- Ardana, I.K., N.W. Mujiati, dan A.A.A. Sriathi. 2013. *Perilaku Keorganisasian*, Edisi Kedua. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Conger, J.A., and R.N. Kanungo. 1998. The Empowerment Process: Integration Theory and Practice. *The Academy of Management Review*, 13 (3), Pp: 471-82.
- Dewe, P.J., M.P.O. Driscoll, and C.L. Cooper. 2012. Theories of Psychological Stress at work. *Handbook of Occupational Health and Wellness*, Pp: 23-38
- Diputri, N.P.I.P., dan A.G. Rahyuda. 2016. Pengaruh Keadilan Organisasi, Budaya Organisasi, Pemberdayaan Karyawan terhadap Komitmen Organisasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5 (3), H: 1457-1485.
- Fitriah, dan I.G.A. Sudibya. 2015. Pengaruh Pemberdayaan Karyawan dan Kepuasan Kerja terhadap Komitmen Organisasional Sekretariat Perusahaan Daerah Pasar Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4 (11), H: 3478-3507.
- Ghozali, I. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- . 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan penerbit: Universitas Diponegoro.
- Gunawan, A.W., dan O.Viyanita. 2012. Pemberdayaan Psikologi : Hubungan dengan Kepuasan Kerja dan Komitmen Afektif. *Media Riset & Manajemen*, 12 (1), H: 1-17.
- Greasley, K., A. Bryman, A. Dainty, A. Price, R.



- Soetanto, and N. King. 2005. Employee Perceptions of Empowerment. *Employee Relation*, 27 (4), Pp: 345-368
- Griffith, D.M., J.O. Allen, M.A. Zimmerman, S.M. Samuels, T.M. Reischl, S.E. Cohen, and K.A. Campbell. Organizational Empowerment in Community Mobilization to Address Youth Violence. *American Journal of Preventive Medicine*, 34 (3), Pp: 89-99
- Hair, J.F., W.C. Black, B.J. Babin, R.E. Anderson, and R.L. Tatham. 1998. *Multivariate Data Analysis*, Fifth Edition, Prentice-Hall: Upper Saddle River.
- Handoko, T.H. 2008. *Manajemen Personalia Dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE.
- Harun, H., R. Salleh, M.A. Memon, M.N.R. Baharom, and A. Abdullah. 2014. Job Satisfaction, Organizational Commitment and Stress among Offshore Oil and Gas Platform Employees. *Asian Social Science*, 10 (11), Pp: 28-32.
- Hasibuan, S.P.M. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Iresa, A.R., H.N. Utami, dan A. Prasetya. 2015. Pengaruh Konflik Kerja dan Stres Kerja terhadap Komitmen Organisasional dan Kinerja Karyawan (Studi Pada Karyawan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Witel Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 23 (1), Pp: 1-10.
- Ismail, A., H.A.B. Mohamed, A.Z. Sulaiman, M.H. Mohamad, and M.H. Yusuf. 2011. An Empirical Study of the Relationship Between Transformasional Leadership, Empowerment and Organizational Commitment. *Business And Economics Research Journal*, 2 (1), Pp: 88-107.
- Jafari, V., M.A. Moradi, and M. Ahanci. 2013. An Examination of the Relationship between Empowerment and Organizational Commitment (Case Study Kurdistan Province Electric Staff). *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 4 (12), Pp: 860-868.
- Karambut, C.A., dan E.T. Noormijati, 2012. Analisis Pengaruh Kecerdasan Emosional, Stres Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap Komitmen Organisasional (Studi pada Perawat Unit Rawat Inap RS panti Waluya Malang). *Jurnal Aplikasi Manajemen*. 10 (3), Pp: 655-668.
- Karim, F., and O. Rehman. 2012. Impact of Job Satisfaction, Perceived Organizational Justice and Employee Empowerment on Organizational Commitment in Semi-Government Organizations of Pakistan. *Journal of Business Studies Quarterly*, 3 (4), Pp: 92-104.
- Kazlauskaitė, R., I. Buciuniene, and L. Turauskas. 2012. Organisational and psychological empowerment in the HRM-performance linkage. *Employee Relations*, 34 (2), Pp: 138-158.
- Kessler, E.H. 2013. *Encyclopedia of Management Theory*. Volume 2. Los Angeles: SAGE Publications, Inc.
- Kristin, Y.S., dan A. Sadjiarto. 2013. Hubungan Profesionalisme, Komitmen Organisasi, Iklim Organisasi, dan Stres Kerja terhadap Kinerja Pegawai Account Representative di KPP Pratama Surabaya Rungkut. *Tax & Accounting Review*, 3 (2), H: 1-12.
- Kuo, T.H., L.A. ho, C. lin, and K.K. lai. 2010. Employee Empowerment In A Technology Advanced Work Environment. *Industrial Management & Data Systems*, 110 (1), Pp: 24-42.
- Martuti. 2004. Analisis Faktor Faktor yang Mempengaruhi Pemberdayaan Karyawan Sebagai Strategi terhadap Komitmen Organisasional. *Tesis Program Studi Magister Manajemen Diponegoro*, Semarang.
- Menon, S.T. 2001. Employee empowerment: An integrative psychological approach. *An International Review*, 50 (1), Pp: 153-180.
- Meyer, J.P., D.J. Stanley, L. Herscovitch, and L. Topolnytsky. 2002. Affective, Continuance, and Normative Commitment to the Organization: A Meta-analysis of Antecedents, Correlates, and Consequences. *Journal of Vocational Behavior*, 6 (1), Pp: 20-52.
- Mohammadian, M. and A. Amirkabiri. 2014. A Study Of The Relation Between Empowerment, Job Satisfaction, Job Stress And Organizational Commitment: A Case Study Of The Central Office Of Petro Pars Company. *Indian J.Sci.Res.*, 7 (1), Pp: 855-869.
- Muhammad, I.G., and H.H. Abdullah. 2016. Assessment of Organizational Performance: Linking the Motivational Antecedents of Empowerment, Compensation and Organizational Commitment. *International Review of Management and Marketing*, 6 (4), Pp: 974-983.
- Parameswari, A.A.A., dan A.G. Rahyuda. 2014. Pengaruh Pemberdayaan Karyawan terhadap Persepsi Keadilan Organisasi dan Komitmen Organisasi (Studi Kasus pada Badan Lingkungan Hidup (BLH) Kabupaten Gianyar, Bali). *E-jurnal Manajemen Universitas Udayana*. 3 (12), H: 3781-3800.
- Pratiwi, P. 2012. Pengaruh Budaya Organisasi dan Pemberdayaan terhadap Komitmen



- Organisasional dalam Meningkatkan Kinerja. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 14 (1), H: 41-52.
- Ramadhan, D. 2015. Kepemimpinan Transformasional dan Pemberdayaan Psikologis terhadap Komitmen Organisasi dan Implikasinya Kinerja Pegawai. *Kontigensi*, 3 (2), H: 117-128
- Rismawan, P.A.E., Supartha, W.G., dan N.N.K. Yasa. 2014. Peran Memediasi Komitmen Organisasional pada Pengaruh Stres Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap Intensi Keluar Karyawan. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 3 (8), H: 424-441.
- Roller, W.K. 1998. Measuring Empowerment The Perception of Empowerment Instrument (PEI). Pp: 1-15.
- Siagan, S.P. 2012. *Teori Pengembangan Organisasi*. Edisi Ke 1 Cetakan 7. Jakarta: Bumi Aksara.
- Suhada, A., Marnis, dan L. Hamid. 2015. Pengaruh Konflik Kerja dan Stres terhadap Komitmen organisasi pada PT United Tractors cabang Pekan Baru. *Jom Fekon*, 2 (1), H: 1-15.
- Tielung, J. 2013. Pemberdayaan Karyawan, Motivasi dan Komitmen Organisasi terhadap Kinerja Karyawan pada PT. PLN (Persero) Wilayah VII Manado. *Jurnal EMBA*, 1(4), H: 1799-1808.
- Utama, M.S. 2011. *Aplikasi Analisis Kuantitatif*. Edisi Kelima. Diktat kuliah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana.
- Velnamby, T., and S.A. Aravinthan. 2013. Occupational Stress and Organizational Commitment in Private Banks: A Sri Lankan Experience. *European Journal of Business and Management*, 5 (7), Pp: 254-267.
- Wadhwa, D.S., and M. Verghese. 2015. Impact of Employee Empowerment on Job Satisfaction and Organizational Commitment: An Empirical Investigation with Special Reference to Selected Cement Industry in Chhattisgarh. *International Journal in Management and Social Science*, 3 (3), Pp: 280-286.
- Wibowo, I.G.P., G. Riana dan M.S. Putra. 2015. Pengaruh Stres Kerja terhadap Kepuasan Kerja Dan Komitmen Organisasional Karyawan. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 4 (2), H: 125-145.
- Wibowo. 2012. *Manajemen Kinerja*. Edisi Ke 3. Jakarta: Rajawali Pers.
- Yani, I.M., W.G. Supartha, dan M. Subudi. Pengaruh Pemberdayaan dan Kepuasan Kerja terhadap Komitmen Organisasional Guru di SMK N 1 Mas Ubud. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 5 (12), H: 4177-4208

# PERAN MEDIASI DISIPLIN KERJA PEGAWAI PADA PENGARUH KEPEMIMPINAN TERHADAP KINERJA ORGANISASI. STUDI PADA KOPERASI DI KABUPATEN TABANAN

*SuparthaWayan Gede<sup>1</sup>, I Wayan Mudiarta Utama<sup>2</sup>, I Komang Ardana<sup>3</sup>.*

<sup>1,2,3</sup> Department of Management, Faculty of Economics and Business, Udayana University, Jalan  
Panglima Besar Sudirman, Denpasar.

*Email : [yande.partha@gmail.com](mailto:yande.partha@gmail.com). Hp. 08123950199*

---

**Abstrak:** Penelitian ini, bertujuan untuk menganalisis pengaruh ; (1) kepemimpinan terhadap kinerja koperasi, (2) kepemimpinan terhadap disiplin kerja pegawai koperasi, (3) disiplin kerja pegawai terhadap kinerja koperasi. Responden penelitian ini sebanyak 136 orang bendahara koperasi. Metode analisis yang dipergunakan adalah analisis jalur (*path analysis*). Hasil penelitian menunjukkan : kepemimpinan manajer koperasi dan disiplin kerja pegawai berpengaruh terhadap kinerja organisasi koperasi. Demikian pula kepemimpinan manajer koperasi berpengaruh terhadap disiplin kerja pegawai koperasi. Untuk meningkatkan kinerja organisasi maka perlu perkuatan kepemimpinan manajer koperasi, serta peningkatan disiplin kerja pegawai koperasi.

**Kata Kunci :** Kepemimpinan, disiplin kerja dan kinerja organisasi

---

## 1. PENDAHULUAN

Dalam mempermudah akses permodalan di wilayah pedesaan maka keberadaan Koperasi sangat di perlukan. Untuk itu manajemen Koperasi perlu diperkuat dengan meningkatkan kemampuan manajer koperasi dalam memimpin koperasi serta meningkatkan disiplin kerja pegawai koperasi. Hal ini sejalan dengan pendapat George and Jay (2002), yang menyatakan bahwa pimpinan organisasi publik berpengaruh terhadap kinerja organisasi. Maddock and Morgan (1998), menyatakan bahwa disiplin karyawan berpengaruh langsung terhadap kualitas pelayanan atau kinerja organisasi

Hampir setiap Desa di Provinsi Bali memiliki Koperasi. Namun keberadaan Koperasi tersebut tidak semuanya termasuk dalam kategori sehat, karena ada sebagian Koperasi yang masuk dalam kategori kurang sehat, yang memerlukan pembenahan dan pembinaan, dari sisi; keuangan, pemasaran, organisasi dan pengembangan SDM, khususnya, kepemimpinan

Manajer Koperasi dan disiplin kerja pegawai Koperasi.

Prabhu and Andrew (2000), mengkaji pengaruh kepemimpinan terhadap kinerja organisasi. Dinyatakan bahwa komitmen pemimpin dan pejabat senior berpengaruh sangat kuat terhadap disiplin serta disiplin berpengaruh terhadap kinerja organisasi. Victor *et. al.* (2008) menyatakan bahwa kepemimpinan transformasional berpengaruh positif terhadap kinerja organisasi. George and Jay (2002), menyatakan bahwa ada hubungan antara kepemimpinan yang kuat dengan kinerja organisasi.

Muchiri (2002), menyatakan kepemimpinan transformasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku karyawan dan komitmen karyawan serta kinerja organisasi. Susan and Michael (2004), menyatakan, disiplin pegawai berpengaruh terhadap kinerja organisasi. Chen (2004) menyatakan disiplin pegawai sangat berpengaruh terhadap kinerja organisasi. Marcaulides and Heck (1993), menyatakan bahwa disiplin karyawan bersama struktur organisasi, nilai-nilai organisasi dan iklim organisasi berpengaruh terhadap kinerja organisasi.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini, bertujuan untuk menganalisis pengaruh;

- (1) kepemimpinan terhadap kinerja koperasi,
- (2) kepemimpinan terhadap disiplin kerja pegawai koperasi,
- (3) disiplin kerja pegawai terhadap kinerja koperasi.

## 2. METODOLOGI

### 2.1. Pengaruh Kepemimpinan terhadap Kinerja Organisasi

Dwi dan Bambang (1999), menyatakan bahwa kinerja subunit dipengaruhi oleh tipe pengendalian dan orientasi professional (kepemimpinan). Selanjutnya Prabu and Robson (2000), menyatakan bahwa komitmen pemimpin dan pejabat senior berpengaruh sangat kuat terhadap kinerja organisasi. Victor *et. al.* (2008) menyatakan bahwa Kepemimpinan transformasional berpengaruh positif terhadap inovasi organisasi dan kinerja organisasi. George and Jay (2002), menyatakan bahwa pimpinan organisasi publik yang baru (kepemimpinan) akan dapat meningkatkan kinerja organisasi. Mengacu pada beberapa hasil penelitian tersebut dikemukakan hipotesis.

H<sub>1</sub> : Kepemimpinan berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja Organisasi Koperasi di 3 (tiga) Kecamatan di Kabupaten Tabanan.

### 2.2. Pengaruh Kepemimpinan terhadap Disiplin Kerja Pegawai

Muchiri (2002), menyatakan bahwa gaya kepemimpinan (gaya kepemimpinan transformasional dan kepemimpinan transaksional) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku karyawan maupun terhadap komitmen karyawan (disiplin kerja pegawai). Tjatur (2005:73), dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa teladan pimpinan mempunyai pengaruh signifikan terhadap disiplin kerja pegawai. Ralph and Robert (2000), menyatakan kesan pribadi pemimpin yang bersifat konstruktif berpengaruh positif terhadap komitmen pegawai. Gaya kepemimpinan transformasional berpengaruh positif terhadap komitmen pegawai (disiplin pegawai). Anne and Lars (2001), menyatakan bahwa yang berpengaruh terhadap loyalitas pegawai (disiplin pegawai). Puspawan (2003:93), membuktikan bahwa, teladan pemimpin,

secara parsial berpengaruh signifikan terhadap disiplin kerja karyawan. Mengacu pada beberapa hasil penelitian tersebut dikemukakan hipotesis.

H<sub>2</sub> : Kepemimpinan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Disiplin Kerja Pegawai Koperasi di 3 (tiga) Kecamatan di Kabupaten Tabanan.

### 2.3. Pengaruh Disiplin Kerja Pegawai terhadap Kinerja Organisasi

Susan and West (2004), Chen (2004), Prabhu and Robson (2000) dan Maddock and Morgan (1998). Dalam hal ini dinyatakan bahwa disiplin kerja karyawan berpengaruh langsung terhadap kualitas pelayanan publik (kinerja organisasi). James and Lyman (1982). Dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa sikap, kepercayaan, kepentingan (disiplin kerja pegawai) berpengaruh signifikan terhadap kinerja organisasi. Dengan kata lain apabila karyawan semakin disiplin maka kinerja organisasi akan semakin baik. Mengacu pada beberapa hasil penelitian tersebut dikemukakan hipotesis.

H<sub>3</sub> : Disiplin Kerja Pegawai berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Organisasi Koperasi di 3 (tiga) Kecamatan di Kabupaten Tabanan.

### 2.4. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Koperasi yang ada di 3 (tiga) Kecamatan, yakni Kecamatan Tabanan, Baturiti dan Kecamatan Selemadeg di Kabupaten Tabanan. Berjumlah sebanyak 210 unit. Besarnya sampel ditentukan dengan rumus Slovin (Umar, 2007). Berdasarkan rumus Slovin, dengan prosentase kesalahan sebesar 10%, maka didapat sampel sebanyak 136 unit Koperasi. Pada masing-masing koperasi dipilih bendahara sebagai responden. Sehingga jumlah responden 136 orang bendahara koperasi.

### 2.5. Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah; 1) Observasi, dengan mengamati secara langsung pada Koperasi yang bersangkutan, 2) Wawancara terstruktur, dengan melakukan tanya jawab langsung kepada responden dengan menggunakan kuesioner.

## 2.6. Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan teknik analisis jalur (*Path Analysis*). Analisis jalur digunakan untuk menganalisa hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung, seperangkat variabel bebas (*eksogen*) terhadap variabel terikat (*endogen*). Model analisis jalur merupakan pola hubungan sebab akibat atau *a set of hypothesized causal asymmetric relation among the variable* (Riduwan dan Engkos, 2007).

## 3. HASIL

### 3.1. Karakteristik Demografi

Karakteristik responden, dapat dijelaskan sebagai berikut : berdasarkan jenis kelamin, didominasi oleh laki-laki sebanyak 94 orang (69,1%), sedangkan sisanya adalah perempuan sebanyak 42 orang (30,9 %). Dari sisi tingkat pendidikan, Sarjana sebanyak 42 orang (30,9 %), Diploma sebanyak 52 orang (38,2%) dan SLTA sebanyak 42 orang (30,9%) Dari sisi umur/ usia dapat dinyatakan bahwa responden yang berumur 35 - 45 tahun adalah paling banyak yakni 86 orang (63,2%) dibandingkan dengan responden yang berumur 46 – 56 tahun yakni sebanyak 42 orang (39,9%), yang berumur diatas 56 tahun sebanyak 4 orang (2,9%), dan yang berumur dibawah 35 Tahun sebanyak 4 orang (2,9%). Dari sisi lamanya masa kerja responden, didominasi oleh responden dengan lamanya masa kerja kurang dari 5 tahun sebanyak 67 orang (49,3%), masa kerja 6 – 10 tahun sebanyak 66 orang (48,5%) dan yang lamanya masa kerja lebih dari 10 tahun sebanyak 3 orang (2,2%).

### 3.2. Deskripsi Variabel

Kriteria persepsi responden didasarkan atas kriteria Tri Box Method (Ferdinand, 2006) yakni : 1,0 - 2,3 = rendah (tidak baik); 2,4 – 3,7 = sedang (cukup baik) dan 3,8 – 5,0 = tinggi (sangat baik).

#### 3.2.1. Variabel Kepemimpinan

Deskripsi variabel motivasi ; 1) perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan dilaksanakan secara konsisten cukup baik, 2) keteladanan dalam melaksanakan tugas-tugas kurang baik, 3) komitmen dalam melaksanakan tugas-tugas cukup baik, 4) transparan dalam mengelola keuangan cukup baik, 5) memiliki kemampuan advokasi (koordinasi) kurang

baik, 6) kemampuan dalam meningkatkan kesejahteraan pegawai cukup baik.

#### 3.2.2. Variabel Disiplin Kerja Pegawai.

Deskripsi variabel motivasi ; 1) selalu bekerja tepat waktu cukup baik, 2) selalu taat atas sistem dan prosedur kerja kurang baik, 3) selalu taat untuk menyelesaikan tugas dan bertanggung jawab cukup baik, 4) selalu tepat dalam memberikan pelayanan kepada anggota kurang baik dan 5) selalu taat menggunakan pakaian seragam cukup baik.

#### 3.2.3. Kinerja Organisasi

Deskripsi variabel motivasi ; 1) mendapatkan pelayanan yang tepat waktu, tepat bunga, dan tepat jumlah kurang baik, 2) menetapkan tingkat bunga pinjaman yang sesuai dengan tingkat bunga pinjaman di pasar uang cukup baik, 3) menetapkan tingkat bunga simpanan yang sesuai dengan tingkat bunga simpanan di pasar uang cukup baik, 4) memberikan pelatihan dan membantu sertifikasi profesi terhadap pegawai koperasi cukup baik dan 5) selalu mendapatkan keuntungan dan tingkat keuntungan tidak pernah turun dalam setiap bulan kurang baik.

## 3.3. Hasil Analisis Jalur (Path Analysis)

### 3.3.1. Analisis Jalur Pengaruh Langsung Kepemimpinan Manajer Koperasi Terhadap Disiplin Kerja Pegawai Koperasi

Koefisien *path* pengaruh kepemimpinan terhadap disiplin kerja pegawai dapat dilihat seperti Tabel 1.

Tabel 1.  
Hasil Koefisien *Path* Kepemimpinan Terhadap Disiplin Kerja Pegawai

Variabel Terikat	Variabel Bebas	Koefisien Beta	Nilai t	Sig	Keterangan
Disiplin Kerja Pegawai Koperasi (Y <sub>i</sub> )	Kepemimpinan Manajer Koperasi (X <sub>1</sub> )	0,865	19,926	0,000	Signifikan
R <sup>2</sup>					0,748

Sumber : Data diolah

Berdasarkan Tabel 1, tersebut dapat dilihat bahwa *standardized coefficients beta* variabel kepemimpinan manajer koperasi (X<sub>1</sub>) sebesar 0,865 dengan taraf signifikan 0,000, hal tersebut berarti kepemimpinan manajer koperasi (X<sub>1</sub>) berpengaruh

langsung positif dan signifikan terhadap disiplin kerja pegawai koperasi ( $Y_1$ ).

### 3.3.2. Analisis Jalur Pengaruh Langsung Kepemimpinan dan Disiplin Kerja Pegawai Terhadap Kinerja Organisasi.

Koefisien *path* pengaruh kepemimpinan dan disiplin kerja pegawai terhadap kinerja organisasi terlihat seperti Tabel 2.

Tabel 2.  
Hasil Koefisien *Path* Kepemimpinan dan Disiplin Kerja Pegawai Terhadap Kinerja Organisasi

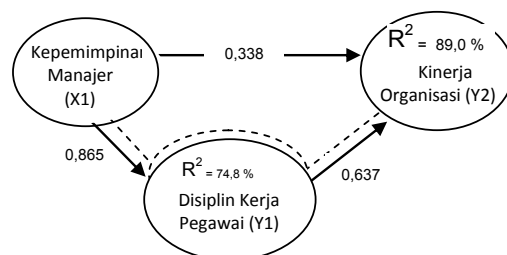
Variabel Terikat	Variabel Bebas	Koefisien Beta	Nilai t	Sig.	Keterangan
Kinerja Organisasi / Koperasi ( $Y_2$ )	Kepemimpinan Manajer Koperasi ( $X_1$ )	0,338	5,957	0,000	Signifikan
	Disiplin Kerja Pegawai Koperasi ( $Y_1$ )	0,637	11,237	0,000	Signifikan
$R^2$					0,892

Sumber : Data diolah

Berdasarkan Tabel 2, tersebut dapat dilihat bahwa *standardized coefficients beta* variabel kepemimpinan manajer koperasi ( $X_1$ ) sebesar 0,338 dengan taraf signifikan 0,000, hal tersebut berarti kepemimpinan manajer koperasi ( $X_1$ ) berpengaruh langsung yang positif dan signifikan terhadap kinerja organisasi/koperasi ( $Y_2$ ). *Standardized coefficients beta* variabel disiplin kerja pegawai koperasi ( $Y_1$ ) sebesar 0,637 dengan taraf signifikan 0,000, hal tersebut berarti disiplin kerja pegawai koperasi ( $Y_1$ ) berpengaruh langsung yang positif dan signifikan terhadap kinerja organisasi/koperasi ( $Y_2$ ).

### 3.3.3. Peran Mediasi Disiplin Kerja Pegawai pada Pengaruh Kepemimpinan Terhadap Kinerja Organisasi

Hasil dari koefisien jalur dapat digambarkan secara keseluruhan yang menjelaskan hubungan kausal empiris antara variabel kepemimpinan manajer koperasi ( $X_1$ ) terhadap disiplin kerja pegawai koperasi ( $Y_1$ ) serta kinerja organisasi koperasi ( $Y_2$ ) seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Hubungan Kausal Empiris dari Variabel Kepemimpinan Terhadap Disiplin Kerja dan Kinerja Organisasi

Keterangan :

- ▶ : Pengaruh Langsung
- - - - -▶ : Pengaruh Tidak Langsung

Berdasarkan hasil perhitungan maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

(1) Berdasarkan pengujian, diperoleh koefisien jalur variabel  $X_1$  (kepemimpinan manajer koperasi) terhadap variabel  $Y_2$  (kinerja organisasi koperasi) adalah sebesar 0,338 dengan signifikansi 0,000. Dalam penelitian ini ditemukan ada pengaruh signifikan dan positif dari kepemimpinan manajer koperasi terhadap kinerja organisasi koperasi. Ini berarti bahwa semakin baik kepemimpinan manajer koperasi maka akan semakin baik kinerja organisasi koperasi.

(2) Berdasarkan pengujian, diperoleh koefisien jalur variabel  $X_1$  (kepemimpinan manajer koperasi) terhadap variabel  $Y_1$  (disiplin kerja pegawai koperasi) adalah sebesar 0,865 dengan signifikansi 0,000. Dalam penelitian ini ditemukan pengaruh signifikan dan positif dari kepemimpinan manajer koperasi terhadap disiplin kerja pegawai koperasi. Ini berarti bahwa semakin baik (kuat) kepemimpinan manajer koperasi maka akan semakin baik (kuat) disiplin kerja pegawai koperasi.

(3) Berdasarkan pengujian, diperoleh koefisien jalur variabel  $Y_1$  (disiplin kerja pegawai koperasi) terhadap variabel  $Y_2$  (kinerja organisasi koperasi) adalah sebesar 0,637 dengan signifikansi 0,000. Dalam penelitian ini ditemukan pengaruh signifikan dan positif dari disiplin kerja pegawai koperasi terhadap kinerja organisasi koperasi. Ini berarti bahwa semakin baik (kuat) disiplin kerja pegawai koperasi maka semakin baik (kuat) pula kinerja organisasi koperasi.

(4) Pengaruh kepemimpinan manajer koperasi terhadap kinerja organisasi koperasi melalui disiplin kerja pegawai koperasi, dapat dilihat dari koefisien jalur variabel  $X_1$  (kepemimpinan manajer koperasi)



terhadap variabel Y2 (kinerja organisasi koperasi) melalui variabel Y1 (disiplin kerja pegawai koperasi) yakni sebesar 0,551. Dalam penelitian ini ditemukan pengaruh positif dari kepemimpinan manajer koperasi terhadap kinerja organisasi koperasi melalui disiplin kerja pegawai koperasi. Ini berarti bahwa semakin kuat kepemimpinan manajer koperasi maka semakin kuat pula disiplin kerja pegawai koperasi dan kinerja organisasi koperasi.

Rekapitulasi hasil perhitungan pengujian pengaruh kepemimpinan manajer koperasi (X1) terhadap disiplin kerja pegawai koperasi (Y1) serta kinerja organisasi koperasi (Y2) dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3.  
Koefisien jalur, pengaruh langsung dan tidak langsung dari Kepemimpinan terhadap Disiplin Kerja Pegawai serta Kinerja Organisasi di Kabupaten Tabanan

No	Variabel	Koefisien Jalur		
		Lang-sung	Tidak Langsung Melalui Y1	Pengaruh Total
1.	Kepemimpinan Manajer Koperasi (X1) terhadap Kinerja Organisasi Koperasi (Y2)	0,338	0,551	0,889
2.	Kepemimpinan Manajer Koperasi (X1) terhadap Disiplin Kerja Pegawai Koperasi (Y1)	0,865	-	-
3.	Disiplin Kerja Pegawai Koperasi (Y1) terhadap Kinerja Organisasi Koperasi (Y2)	0,637	-	-

Sumber : Data Primer Diolah

Berdasarkan Tabel 3, dapat dinyatakan bahwa pengaruh total (pengaruh langsung + pengaruh tidak langsung) dari variabel kepemimpinan manajer koperasi terhadap kinerja organisasi koperasi adalah sebesar 0,889, yang berasal dari pengaruh langsung sebesar 0,338 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,551.

Berdasarkan data tersebut dapat dinyatakan bahwa pengaruh kepemimpinan manajer koperasi terhadap kinerja organisasi koperasi melalui disiplin kerja pegawai (pengaruh tidak langsung) memiliki

pengaruh lebih besar dibandingkan dengan pengaruh kepemimpinan manajer koperasi terhadap kinerja organisasi koperasi (pengaruh langsung).

Sedangkan pengaruh langsung kepemimpinan manajer koperasi (X1) terhadap disiplin kerja pegawai koperasi (Y1) adalah sebesar 0,865, dan pengaruh langsung disiplin kerja pegawai koperasi (Y1) terhadap kinerja organisasi koperasi (Y2) adalah sebesar 0,637.

## 4. PEMBAHASAN

### 4.4.1. Pengaruh Langsung Kepemimpinan Terhadap Kinerja Organisasi

Uji hipotesis membuktikan variabel kepemimpinan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel kinerja organisasi. Semakin baik kepemimpinan maka kinerja organisasi akan semakin meningkat. Hasil ini sejalan dengan penelitian : Dwi dan Bambang (1999), Prabu and Robson (2000), Victor *et. al.* (2008) dan George and Jay (2002), menyatakan bahwa kepemimpinan berpengaruh terhadap kinerja organisasi.

### 4.4.2. Pengaruh Langsung Kepemimpinan Terhadap Disiplin Kerja Pegawai

Uji hipotesis membuktikan variabel kepemimpinan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel disiplin kerja pegawai. Semakin baik kepemimpinan maka disiplin kerja pegawai akan semakin meningkat. Hasil ini sejalan dengan penelitian : Muchiri (2002), Tjatur (2005), Ralph and Robert (2000), dan Anne and Lars (2001) yang menyatakan kepemimpinan berpengaruh terhadap disiplin pegawai.

### 4.4.3. Pengaruh Langsung Disiplin Kerja Pegawai Terhadap Kinerja Organisasi

Uji hipotesis membuktikan variabel disiplin kerja pegawai memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel kinerja organisasi. Semakin baik disiplin kerja pegawai maka kinerja organisasi akan semakin meningkat. Hasil ini sejalan dengan penelitian : Susan and West (2004), Chen (2004), Prabhu and Robson (2000), Maddock and Morgan (1998) dan James and Lyman (1982). yang menyatakan disiplin kerja pegawai berpengaruh terhadap kinerja organisasi.

#### 4.4.4. Peran Mediasi Disiplin Kerja Pegawai pada Pengaruh Kepemimpinan Terhadap Kinerja Organisasi

Uji hipotesis membuktikan ada pengaruh positif dari kepemimpinan terhadap kinerja organisasi melalui disiplin kerja pegawai. Ini berarti bahwa semakin kuat kepemimpinan maka semakin kuat pula disiplin kerja pegawai dan kinerja organisasi. Hasil ini sejalan dengan penelitian : Muchiri (2002), Tjatur (2005), Ralph and Robert (2000), dan Anne and Lars (2001) yang menyatakan kepemimpinan berpengaruh terhadap disiplin pegawai, sedangkan Susan and West (2004), Chen (2004), Prabhu and Robson (2000), Maddock and Morgan (1998) dan James and Lyman (1982). yang menyatakan disiplin kerja pegawai berpengaruh terhadap kinerja organisasi. Sehingga ada pengaruh kepemimpinan terhadap kinerja organisasi melalui disiplin kerja pegawai.

### 5. KETERBATASAN STUDI

Keterbatasan studi ini adalah; hanya mempergunakan dua variabel untuk memprediksi kinerja organisasi (Koperasi). Untuk itu para peneliti berikutnya perlu menambahkan variabel lain untuk memprediksi kinerja organisasi.

### 6. SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Kepemimpinan manajer koperasi berpengaruh secara nyata terhadap kinerja organisasi koperasi di 3 (tiga) Kecamatan di Kabupaten Tabanan. Dalam penelitian ini ditemukan pengaruh positif dan signifikan dari kepemimpinan manajer koperasi terhadap kinerja organisasi koperasi. Ini berarti bahwa semakin baik (kuat) kepemimpinan manajer koperasi maka akan semakin baik (kuat) kinerja organisasi koperasi. Sebaliknya semakin kurang baik (lemah) kepemimpinan manajer koperasi maka semakin kurang baik (lemah) pula kinerja organisasi koperasi di 3 (tiga) Kecamatan di Kabupaten Tabanan.
- 2) Kepemimpinan manajer koperasi berpengaruh secara nyata terhadap disiplin kerja pegawai koperasi di 3 (tiga) Kecamatan di Kabupaten Tabanan. Dalam penelitian ini ditemukan

pengaruh positif dan signifikan dari kepemimpinan manajer koperasi terhadap disiplin kerja pegawai koperasi di 3 (tiga) Kecamatan di Kabupaten Tabanan. Ini berarti bahwa semakin baik (kuat) kepemimpinan manajer koperasi maka akan semakin baik (kuat) disiplin kerja pegawai koperasi di 3 (tiga) Kecamatan di Kabupaten Tabanan. Sebaliknya semakin kurang baik (lemah) kepemimpinan manajer koperasi maka semakin kurang baik (lemah) disiplin kerja pegawai koperasi di 3 (tiga) Kecamatan di Kabupaten Tabanan.

- 3) Disiplin kerja pegawai koperasi berpengaruh secara nyata terhadap kinerja organisasi koperasi di 3 (tiga) Kecamatan di Kabupaten Tabanan. Dalam penelitian ini ditemukan pengaruh positif dan signifikan dari disiplin kerja pegawai koperasi terhadap kinerja organisasi koperasi. Ini berarti bahwa semakin baik (kuat) disiplin kerja pegawai koperasi maka semakin baik (kuat) pula kinerja organisasi koperasi di 3 (tiga) Kecamatan di Kabupaten Tabanan. Sebaliknya semakin kurang baik (lemah) disiplin kerja pegawai koperasi maka semakin kurang baik (lemah) pula kinerja organisasi koperasi di 3 (tiga) Kecamatan di Kabupaten Tabanan.
- 4) Disiplin kerja pegawai koperasi memediasi parsial pengaruh kepemimpinan manajer koperasi terhadap kinerja organisasi koperasi di 3 (tiga) Kecamatan di Kabupaten Tabanan. Dalam penelitian ini ditemukan pengaruh positif dari kepemimpinan manajer koperasi terhadap kinerja organisasi koperasi melalui disiplin kerja pegawai di 3 (tiga) Kecamatan di Kabupaten Tabanan. Ini berarti bahwa semakin baik (kuat) kepemimpinan manajer koperasi maka semakin kuat pula disiplin kerja pegawai koperasi dan kinerja organisasi koperasi di 3 (tiga) Kecamatan di Kabupaten Tabanan. Sebaliknya semakin kurang baik (lemah) kepemimpinan manajer koperasi maka semakin kurang baik (lemah) disiplin kerja pegawai koperasi dan kinerja organisasi koperasi di 3 (tiga) Kecamatan di Kabupaten Tabanan.

### 7. Saran

Berdasarkan simpulan penelitian tersebut maka dapat disarankan hal-hal sebagai berikut.

- 1) Kinerja organisasi koperasi di 3 (tiga) kecamatan



di Kabupaten Tabanan

Beberapa item dari variabel kinerja organisasi koperasi yang perlu dipertahankan adalah ; menetapkan tingkat bunga pinjaman sesuai tingkat bunga di pasar uang, menetapkan tingkat bunga simpanan sesuai tingkat bunga di pasar uang dan memberikan pelatihan dan sertifikasi profesi terhadap pegawai (SDM) koperasi.

2) Disiplin kerja pegawai koperasi di 3 (tiga) kecamatan di Kabupaten Tabanan

Beberapa item dari variabel disiplin kerja pegawai koperasi yang perlu dipertahankan adalah ; konsistensi pegawai koperasi untuk selalu bekerja tepat waktu, pegawai selalu taat untuk menyelesaikan tugas serta bertanggung jawab dan ketaatan pegawai untuk selalu menggunakan pakaian seragam dalam bekerja.

3) Kepemimpinan manajer kopersai di 3 (tiga) kecamatan di Kabupaten Tabanan

Beberapa item dari variabel kepemimpinan manajer koperasi yang perlu dipertahankan dalam implementasinya adalah ; melaksanakan fungsi manajemen (perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan) secara konsisten dalam operasional koperasi, komitmen manajer untuk selalu melaksanakan tugas-tugas dalam operasional koperaasi, transparansi manajer dalam mengelola keuangan dan asset koperasi serta kemampuan manajer dalam meningkatkan kesejahteraan pegawai.

#### DAFTAR PUSTAKA

1. Aidan Rose and Alan Lawton, 1999. *Public Services Management*, England : Pearson Education Limited.
2. Anne Martensen and Lars Gronholdt. 2001. Using Employee Satisfaction Measurement to Improve People Management : An Adaaptation of Kono's Quality Types. *Total Quality Management*. Vol. 12. No. 7 & 8. Pp. 949 - 959.
3. Chen Li Yueh, 2004. Examining the Effect of Organization Culture and Leadership Behaviors on Organizational Commitment, Job Satisfaction, and Job Performance at Small and Middle – sized Firms of Taiwan, *The Journal of American Academy of Business*, Cambridge, September . pp. 432 – 438.
4. Dessler Gary, 2000. *Human Resource Management*, 8<sup>th</sup> Edition. Toronto – Canada : Prentice Hall International, Inc.
5. Dwi Fitri Puspa dan Bambang Riyanto LS, 1999. Tipe Lingkungan Pengendalian Organisasi, Orientasi Profesional, Konflik Peran, Kepuasan Kerja dan Kinerja : Suatu Penelitian Empiris, *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, Vol. 2, No. 1, Januari 1999, hal. 117 – 135.
6. Dwiyanto Agus, Partini, Ratminto, Bambang Wicaksono, Wini Tamtiari, Bevaola Kusumasari dan Muhammad Nuh, 2002. *Reformasi Birokrasi Publik di Indonesia*, Pusat Studi Kependudukan dan Kebijakan, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
7. George Boyne and Jay Dahya, 2002. Executive Succession and the Performance of Public Organizations, *Public Administration*, Vol. 80, No. 1, pp. 179 – 200.
8. Handoko, T.H. 2001. *Manajemen Personalial dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta : BPFE Press.
9. James L. Perry and Lyman W. Porter, 1982. Factors Affecting the Context for Motivation in Public Organizations, *Academy of Management Review*, Vo.7, No.1, pp. 89-98.
10. Maddock Su and Gland Morgan. 1998. Barriers to Transformation Beyond Boreuecracy and the Market Conditions for Colaboratin in Healt and Social Care. *The International journal of Public Sectors management*. Vo. 11. No. 4. Pp. 234-251.
11. Marcoulides George A. and Ronald H. Heck, 1993. Organization Culture and Performance : Proposing and Testing a Model, *Organization Science*, Vol. 4, No. 2, May. pp. 209 – 225.
12. Mardiasmo, 2002. *Otonomi dan Manajemen Keuangan Daerah*, Yogyakarta : Penerbit Andi.
13. Muchiri Michael Kibaara, 2002. The Effects of Leadership Style on Organizational Citizenship Behavior and Commitment : The Case of Railway Corporation, Yogyakarta, Indonesia, *Gadjah Mada International Journal of Business*, Vol. 4, No. 2, May, pp. 265 – 293.
14. Prabhu Van B. and Andrew Robson, 2000. Impact of Leadership and Senior Management Commitment on Business Excellence : an Empirical Study in the North East of England, *Total Quality Management*, Vo. 11, No. 4/5 & 6, pp. 399 – 409.
15. Puspawan I Dewa Made, 2003. Pengaruh Kemampuan Karyawan, Lingkungan Kerja, Teladan Pimpinan dan Balas Jasa Terhadap Disiplin Karyawan Pada Kantor Bappeda Kota Denpasar, *Tesis Program Magister Manajemen*

- Pascasarjana Universitas Udayana.
16. Ralph J. Masi and Robert A. Cooke, 2000. Effects of Transformational Leadership on Subordinate Motivation, Empowering Norms, and Organizational Productivity, *The International Journal of Organizational Analysis*, Vol. 8, No. 1, pp. 16 – 47.
  17. Riduwan, Kuncoro M. dan Engkos Achmad. 2007. *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis)*. Cetakan Pertama. Bandung : Alfabeta.
  18. Siagian Sondang P., 2002. Manajemen Sumber Daya Manusia, Jakarta : PT Bumi Aksara.
  19. Sinungan Muchdarsyah, 2000. Produktivitas : Apa dan Bagaimana, Jakarta : PT Bumi Aksara.
  20. Susan Michie and Michael A. West, 2004. Managing People and Performance : an Evidence Based Framework Applied to Health Service Organizations, *The International Journal of Management Reviews*, Vol. 5/6, Issue 2, pp. 91 – 111.
  21. Timpe Dale A., 2000. *Seri Manajemen Sumber Daya Manusia : Memimpin Manusia*, Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
  22. Tohardi Ahmad, 2002. Pemahaman Praktis Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi I, Bandung : CV. Mandar Maju.
  23. Victor Garcia J, Morales, Matias Fernando-Reche and Hurtado Nuria-Torres. 2008. Influence of Transformational Leadership on Organizational Innovation and Performance Depending on the Level of Organizational Learning in the Pharmaceutical Sector. *Journal of Organizational Change Management*. Vol. 21. No. 2. Pp. 188-212.
  24. Zainal Syarifudin dan Hessel Nogi S. Tangkilisan, 2004. *Kinerja Organisasi Publik*, Yogyakarta : YPAPI.

# PENGARUH FAKTOR EXTERNAL TRIGGER CUES, IMPULSE BUYING TENDENCY, INTERNAL CUES, DAN NORMATIVE EVALUATION TERHADAP ONLINE IMPULSE BUYING DI BANDAR LAMPUNG

Yuniarti Fihartini

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung

---

**Abstrak:** Awalnya pembelian online (*online shopping*) membentuk perilaku konsumen untuk melakukan pembelian secara rasional, namun faktanya konsumen tidak bersikap rasional dan logis dalam memutuskan pembeliannya. Konsumen sering kali melakukan pembelian tidak terencana, tanpa niat, spontan, reflek, tiba-tiba, dan otomatis yang biasa disebut *impulse buying*.

Tujuan penelitian ini ingin mengetahui pengaruh variabel external trigger cues, impulse buying tendency, internal cues, dan normative evaluation terhadap online impulse buying di Bandar Lampung, menggunakan alat analisis regresi linear berganda dengan sampel sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode non probability sampling dan teknik purposive sampling terhadap para konsumen di Bandar Lampung yang pernah melakukan pembelian impulsif secara online.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa koefisien regresi External Trigger Cues, Impulse Buying Tendency, dan Internal Cues bernilai positif dan signifikan. Artinya bahwa adanya pemicu eksternal yang datang dari pemasar, kepribadian seorang konsumen untuk cenderung melakukan pembelian impulsif, serta keadaan emosional/suasana hati seorang konsumen dapat mendorongnya untuk melakukan online impulse buying. Sementara koefisien regresi variabel Normative Evaluation bernilai negatif dan signifikan, yang artinya bahwa adanya penilaian/evaluasi konsumen mengenai kesesuaiannya dalam mengambil keputusan pembelian pada situasi tertentu akan mengurangi bahkan menggagalkan pengambilan keputusannya untuk melakukan online impulse buying.

**Kata Kunci:** Online Impulse Buying, External Trigger Cues, Impulse Buying Tendency, Internal Cues, Normative Evaluation

---

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi mengakibatkan perubahan perilaku konsumen, dimana perilaku yang dulu berbelanja secara konvensional dengan mendatangi langsung toko-toko untuk mencari produk yang diinginkan, kini berubah menjadi berbelanja secara virtual atau hanya melalui perangkat elektronik (*electronic device*) yang terhubung dengan media internet yang disebut dengan belanja online.

Belanja online dilakukan dengan cara seorang pembeli melihat-lihat terlebih dahulu barang dan jasa yang hendak dibeli melalui website atau situs belanja (*window shopping online*), kemudian pembeli dapat memilih barang yang diinginkan dan melakukan

pembayaran yang dapat dilakukan melalui beberapa pilihan menggunakan kartu debit, kartu kredit, PayPal, transfer, maupun COD (*Cash On Delivery*).

Awalnya belanja online (*online shopping*) membentuk perilaku konsumen untuk melakukan pembelian secara rasional, namun internet memiliki karakteristik efisiensi dan kemudahan dalam menyajikan beragam informasi, sehingga konsumen dapat melakukan perbandingan harga serta informasi mengenai suatu produk atau jasa. Hal ini memunculkan paradigma bahwa konsumen menggunakan logika ketika melakukan pembelian secara online. Namun faktanya tidak semua konsumen rasional dan logis dalam memutuskan pembeliannya, sering kali



pembelian dilakukan tidak terencana atau tanpa niat melakukan pembelian (*impulse buying*). Menurut Dolliver (2009) bahwa hampir 60% pembeli online bersifat impulsif dan 40% pembelian secara online dihasilkan melalui *impulse buying* (Verhagen Dolen, 2011).

*Impulse buying* atau biasa disebut juga *unplanned purchase*, adalah perilaku dimana konsumen tidak merencanakan sesuatu dalam berbelanja. Konsumen melakukan *impulse buying* tidak berpikir untuk membeli suatu produk atau merek tertentu, melainkan langsung melakukan pembelian karena ketertarikan pada merek atau produk saat itu juga. Menurut Xu dan Huang (2014) *impulse buying* sebagai kecenderungan konsumen untuk membeli secara spontan, reflek, tiba-tiba, dan otomatis, dengan demikian terlihat bahwa *impulse buying* merupakan sesuatu yang alamiah dan merupakan reaksi yang cepat.

*Impulse buying* bisa terjadi dimana saja dan kapan saja baik pembelian secara *offline* maupun secara online. Pembelian impulsif terjadi ketika konsumen melihat produk atau merek tertentu, kemudian konsumen menjadi tertarik untuk mendapatkannya, biasanya karena adanya rangsangan yang menarik dari toko atau website sebagai usaha untuk menciptakan kebutuhan baru bagi konsumen.

Pada konteks *online impulse buying*, dimana saluran belanja online menawarkan kenyamanan lebih dibandingkan belanja secara konvensional atau tradisional, akses yang semakin mudah, tersedia real time dan setiap saat 24/7, dengan pelayanan *customer service online* yang siap membantu setiap saat, penawaran potongan, bahkan gratis biaya pengiriman, adanya pilihan sistem pembayaran, semakin mendorong terjadinya *online impulse buying* (Kacen dan Lee, 2002)

Menurut Dholakia (2000) pada *The Consumption Impulse Formation and Enactment* (CIFE) Model bahwa pengkonsumsian yang didasari atas *impulse buying* dipengaruhi oleh tiga faktor, yakni faktor rangsangan pemasaran yang disebut dengan dorongan eksternal sebagai pemicu (*external trigger of impulse buying*), faktor sifat impulsif dari seseorang (*impulsivity trait*), dan dorongan dari faktor situasi (*situational factors*). Menanggapi hal ini para pemasar online meningkatkan kampanye promosi online yang dianggap efektif dalam merangsang dan mendorong pembelian impulsif.

Selanjutnya Burnett (2006) menyempurnakan model CIFE yang dibangun oleh Dholakia (2000)

dengan mengkolaborasikan teori *external impulse trigger cues* dari Rook dan Fisher (1995) dan *internal cues* dari Verplanken dan Herabadi (2001), serta menambahkan satu variabel *normative evaluation*, dalam hal ini *situational factor* pada CIFE terbagi menjadi dua variabel terpisah yakni *internal cues of impulse buying* dan *normative evaluation*. Sehingga menurut Burnett (2006) bahwa *online impulse purchase decision* dipengaruhi oleh faktor *external trigger cues of impulse buying*, *impulse buying tendency*, *internal cues of impulse buying*, dan *normative evaluation*.

*External trigger cues of impulse buying* merupakan faktor eksternal yang mendorong terjadinya *impulse buying* yang datang dari rangsangan pemasaran seperti display produk yang menarik serta tawaran program promosi. *Impulse buying tendency* merupakan kecenderungan untuk merespon dengan cepat dan tanpa berpikir lebih lanjut, dan ditandai dengan waktu reaksi cepat, tidak adanya pandangan ke depan, dan kecenderungan untuk bertindak tanpa rencana yang cermat. *Internal cues of impulse buying* termasuk suasana hati konsumen atau keadaan emosional saat berbelanja secara online sementara *normative evaluation* mengacu pada penilaian konsumen tentang kesesuaian membuat keputusan pembelian impulsif dalam situasi pembelian tertentu. Penelitian Burnett (2006) yang dilakukan terhadap mahasiswa dan difokuskan pada situs belanja online untuk produk pakaian terbukti bahwa keempat faktor tersebut diatas memiliki pengaruh dalam mendorong *online impulse buying*.

## TINJAUAN PUSTAKA

*External trigger cues of impulse buying* merupakan faktor isyarat eksternal yang mendorong terjadinya *impulse buying* yang datang dari rangsangan pemasaran seperti display produk yang menarik serta tawaran program promosi. Juga merupakan isyarat sebagai stimuli dari kegiatan pemasaran yang melibatkan faktor lingkungan ritail yang dikendalikan pemasar seperti bau, pemandangan, dan suara, inovasi pemasaran seperti ritail 24 jam, kartu kredit, point-of-sale display, promosi, dan iklan, adalah semua isyarat eksternal yang dapat memicu *impulse buying* (Youn dan Faber, 2000;180). Beberapa bentuk promosi pada konteks online yang dapat menimbulkan dorongan untuk *impulse buying* adalah promosi yang dikirimkan melalui email, pemasaran mesin pencarian berbayar, gratis biaya pengiriman, hadiah, menyarankan item, dan menampilkan penjualan pada halaman situs.

*Impulse buying tendency* merupakan kecenderungan untuk merespon dengan cepat dan tanpa berpikir lebih lanjut, dan ditandai dengan reaksi cepat, tidak adanya pandangan ke depan, dan kecenderungan untuk bertindak tanpa rencana yang cermat. *Impulse buying tendency* didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individu cenderung melakukan pembelian yang tidak diinginkan, segera, dan tidak dipikirkan (Jones et al., Reynolds, Weun, dan Beatty; 2003).

Youn dan Faber (2000) menemukan bahwa kecenderungan impulse buying dikaitkan dengan ciri kepribadian "kurangnya kontrol" dimana kurangnya kontrol kognitif pembeli yang melakukan impulse buying untuk tidak membeli pada dorongan dalam situasi pembelian. Konsumen dengan kecenderungan impulse buying yang tinggi lebih cenderung dipengaruhi oleh rangsangan seperti iklan, elemen visual, hadiah promosi, penampilan. Seseorang dengan kecenderungan impulse buying yang tinggi lebih mungkin untuk terlibat dalam instore browsing dan cenderung mengalami lebih banyak dorongan serta akan cenderung bertindak lebih sering pada tindakan membeli secara impulsif (Beatty dan Ferrel, 1997)

*Internal cues of impulse buying*, suasana hati konsumen atau keadaan emosional (keadaan afektif dan kognitif) seseorang saat berbelanja secara *online*. Keadaan seseorang, emosional, suasana hati, dan perasaan diri dapat diakui sebagai pernyataan afektif seseorang (Youn, 2000). Aspek-aspek afektif merujuk kepada emosi seperti kesenangan, kegembiraan, dan rasa bersalah seseorang (Verplanken dan Herabadi, 2001). Stimulus internal diproses oleh afektif konsumen dan atau kognitif menghasilkan perilaku impulsif atau non-impulsif. Hasilnya, perasaan mencakup dorongan tak tertahankan untuk membeli, emosi membeli positif, dan manajemen suasana hati (Coley dan Burgess, 2003).

*Normative evaluation* mengacu pada penilaian konsumen tentang kesesuaian membuat keputusan pembelian impulsif dalam situasi pembelian tertentu. Evaluasi normatif *impulse buying* didefinisikan sebagai penilaian konsumen tentang kesesuaian melakukan *impulse buying* dalam situasi pembelian tertentu (Rook dan Fisher, 1995). Konsumen cenderung untuk memberikan evaluasi atas tindakannya melakukan *impulse buying*, dimana tidak menganggap *impulse buying* sebagai suatu tindakan yang salah, dan sebaliknya sebagian konsumen juga cenderung menganggap *impulse buying* sebagai tindakan tidak rasional, tidak dewasa, boros, dan berisiko. Konsumen

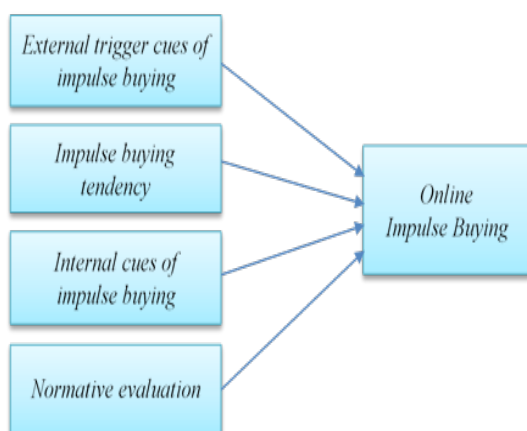
mungkin merasa emosi menyesal atau bersalah setelah impulse buying terjadi, yang hanya menghabiskan dan menghamburkan uang yang tidak perlu. Namun pada kenyataannya sebagian besar konsumen melihat impulse buying sebagai normatif yang benar (Rook, 1987; Hausman, 2000). Kecenderungan impulse buying konsumen yang digagalkan ketika mereka percaya impulse buying secara sosial tidak patut (Rook & Fisher, 1995).

## HIPOTESIS PENELITIAN

Peneliti ini meneliti pengaruh faktor *external trigger cues of impulse buying*, *impulse buying tendency*, *internal cues of impulse buying*, dan *normative evaluation* terhadap pembelian impulsif secara *online* (*online impulse buying*) pada konsumen di Bandar Lampung, menggunakan model yang dikembangkan oleh Burnett (2006) dengan menyempurnakan model The Consumption Impulse Formation and Enactment (CIFE) yang dibangun oleh Dholakia (2000) dengan mengkolaborasikan teori *external impulse trigger cues* dari Rook dan Fisher (1995) dan *internal cues* dari Verplanken dan Herabadi (2001), serta menambahkan satu variabel *normative evaluation*, dalam hal ini *situational factor* pada CIFE terbagi menjadi dua variabel terpisah yakni *internal cues of impulse buying* dan *normative evaluation*. Sehingga menurut Burnet (2006) bahwa *online impulse purchase decision* dipengaruhi oleh faktor *external trigger cues of impulse buying*, *impulse buying tendency*, *internal cues of impulse buying*, dan *normative evaluation*.

1. *External trigger cues of impulse buying* merupakan faktor eksternal yang mendorong terjadinya *impulse buying* yang datang dari rangsangan pemasaran seperti display produk yang menarik, tawaran program promosi, potongan harga, gratis biaya pengiriman, dan lainnya.
2. *Impulse buying tendency* merupakan kecenderungan untuk merespon dengan cepat dan tanpa berpikir lebih lanjut, dan ditandai dengan waktu reaksi cepat, tidak adanya pandangan ke depan, dan kecenderungan untuk bertindak tanpa rencana yang cermat untuk melakukan impulse buying.
3. *Internal cues of impulse buying* termasuk suasana hati konsumen atau keadaan emosional saat berbelanja secara *online*.

4. *Normative evaluation* mengacu pada penilaian konsumen tentang kesesuaiannya membuat keputusan pembelian impulsif dalam situasi pembelian tertentu.



Gambar 1. Model Penelitian

- H1 : *External trigger cues of impulse buying* berpengaruh terhadap pembelian impulsif secara *online*  
 H2 : *Impulse buying tendency* berpengaruh terhadap pembelian impulsif secara *online*  
 H3 : *Internal cues of impulse buying* berpengaruh terhadap pembelian impulsif secara *online*  
 H4 : *Normative evaluation* berpengaruh terhadap pembelian impulsif secara *online*

## RESEARCH METHODOLOGY

Penelitian ini bersifat deskriptif dan verifikatif untuk memperoleh gambaran lebih mendalam mengenai

pengaruh variabel *external trigger cues of impulse buying*, *impulse buying tendency*, *internal cues of impulse buying*, dan *normative evaluation* pada *online impulse buying* melalui pengujian suatu hipotesis penelitian.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yang diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner berisi pernyataan tertutup dengan 5 alternatif pilihan jawaban yang telah disediakan oleh peneliti pada semua variabel menggunakan skala Likert mulai dari sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), netral (3), setuju (4), dan sangat setuju (5).

Populasi pada penelitian ini adalah para konsumen yang pernah melakukan pembelian online di Bandar Lampung. Ukuran sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden yang diambil menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*, dengan kriteria responden adalah konsumen yang pernah melakukan *online impulse buying*.

**Analisis data dilakukan dengan regresi linear berganda menggunakan SPSS 20, dimana sebelumnya dilakukan uji validitas dengan menggunakan faktor analisis dengan melihat factor loading pada component correlation matrix minimal 0,5, serta dilakukan uji reliabilitas dengan melihat nilai batas derajat reliabilitas pada Cronbach's Alpha minimal 0,6.**

Variabel dependen pada penelitian ini adalah *online impulse buying* (Y), sedangkan variabel independen yang digunakan adalah *external trigger cues of impulse buying* (X1), *impulse buying tendency* (X2), *internal cues of impulse buying* (X3), dan *normative evaluation* (X4).

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas**

Variabel	Item Pernyataan	KMO	Anti-image	Loading Factor	Alpha Cronbach
<i>External trigger cues of impulse buying</i> (X1)	Spontan membeli produk secara online jika melihat informasi “ <i>beli satu gratis satu</i> ” ( <i>buy one get one free</i> )	0.736	0.757	0.742	0.706
	Reflek membeli secara online ketika melihat display produk yang menarik		0.760	0.584	
	Harga diskon melatarbelakangi melakukan pembelian spontanitas secara online		0.698	0.680	
	Jika terdapat penawaran harga murah, sulit meninggalkan produk tanpa membelinya.		0.769	0.599	
	Ketika terdapat gratis biaya pengiriman, langsung membeli produk secara online		0.719	0.785	
<i>Impulse buying tendency</i> (X2)	Sering membeli barang secara online tanpa memikirkannya terlebih dahulu	0.728	0.707	0.849	0.772
	“ <i>Saya lihat, Saya beli</i> ” menggambarkan perilaku dalam berbelanja online		0.755	0.772	
	“ <i>Beli sekarang, pikirkan nanti</i> ” menggambarkan perilaku dalam berbelanja online		0.727	0.741	
	Terkadang membeli produk secara online pada keadaan yang tergesa-gesa		0.791	0.688	
	Berhati-hati dalam merencanakan pembelian online		0.655	0.562	
<i>Internal cues of impulse buying</i> (X3)	Biasanya berpikir cermat sebelum membeli sesuatu secara online	0.640	0.607	0.788	0.680
	Membandingkan berbagai merek sebelum melakukan pembelian online		0.620	0.607	
	Sebelum membeli sesuatu secara online, mempertimbangkannya apakah membutuhkannya		0.689	0.660	
	Ketika melihat produk yang disukai di internet, sulit meninggalkan tanpa membelinya.		0.618	0.579	
	Kadang-kadang tidak bisa menekan perasaan ingin membeli sesuatu secara online		0.660	0.512	
	Jika melihat sesuatu yang baru, langsung ingin membelinya.		0.682	0.572	
<i>Normative evaluation</i> (X4)	Jika seseorang melakukan pembelian secara spontan, tanpa rencana dan tidak mempertimbangkannya terlebih dahulu, menurut Saya.....	0.768			0.794
	Baik		0.740	0.718	
	Rasional		0.728	0.560	
	Boros		0.859	0.559	
	Konyol		0.831	0.726	
	Dewasa		0.777	0.616	
	Kekanakan		0.738	0.795	
	Salah		0.757	0.691	
<i>Online impulse buying</i> (Y)	Membeli secara online dengan tidak direncanakan sebelumnya	0.815	0.867	0.613	0.781
	Tidak memperhatikan harga ketika berbelanja online		0.846	0.711	

Indikator pada masing-masing variabel external trigger cues of impulse buying (X1), impulse buying tendency (X2), internal cues of impulse buying (X3), dan normative evaluation (X4) dan online impulse buying (Y), memiliki nilai KMO Measure of Sampling Adequacy (MSA) Test diatas 0,5, memiliki nilai Anti Image Correlation Matric diatas 0,5, dan memiliki nilai muatan faktor pada Component Matrix diatas 0,5, artinya indikator-indikator tersebut valid dan dianggap cukup baik untuk mengukur masing-masing dimensi variabel secara tepat. Disamping itu nilai Croanbach 's Alpa pada masing-masing dimensi variable risiko dan variabel perilaku pembelian online

memiliki nilai lebih besar dari 0.6 sehingga dapat dinyatakan bahwa instrumen dalam penelitian ini reliabel dapat dipercaya untuk digunakan sebagai pengumpul data karena memiliki konsistensi yang tinggi dalam mengukur variabel penelitian.

## HASIL PENELITIAN

Data demografi responden yang diukur pada penelitian ini adalah jenis kelamin, usia, pekerjaan, pengeluaran per bulan, intensitas melakukan belanja online dalam 12 bulan terakhir, dan produk yang sering dibeli secara online.



**Tabel 2. Karakteristik Responden**

No.	Keterangan		Responden (%)
1.	Jenis Kelamin	Laki-laki	37
		Perempuan	63
2.	Usia	17 – 25	56
		26 -35	37
		36 - 45	7
		> 45	-
3.	Pekerjaan	Mahasiswa	44
		PNS/BUMN	26
		Karyawan Swasta	21
		Wiraswasta	9
		Ibu Rumah Tangga	-
4	Pengeluaran per Bulan	< Rp. 2.000.000,-	40
		Rp.2.000.000,- s.d. Rp.5.000.000,-	46
		Rp.5.000.001,- s.d. Rp.10.000.000,-	14
		> Rp.10.000.000,-	-
5.	Intensitas Berbelanja (12Online (enam bulan terakhir)	< 3 kali	25
		3 - 5 kali	26
		5 – 10 kali	29
		> 10	20
6.	Produk Yang Sering Dibeli Online	Pakaian	36
		Tas	19
		Sepatu	17
		Tiket	6
		Aksesoris	4
		Gadget	6
		Elektronik	6
		Kosmetik	5
		Buku	1

Karakteristik responden penelitian ini didominasi oleh perempuan berusia 17 – 25 tahun yang berprofesi sebagai mahasiswa. Pengeluaran responden berkisar Rp.2.000.000,- s.d. Rp.5.000.000,- per bulan, dengan intensitas berbelanja online selama enam bulan terakhir sebanyak 5 – 10 kali, dimana sebagian besar responden memilih pakaian sebagai produk yang biasa dibeli secara online.

**Tabewl 3. Analisis Determinasi (R<sup>2</sup>)  
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.813 <sup>a</sup>	.661	.647	2.21397

a. Predictors: (Constant), VAR\_X4, VAR\_X1, VAR\_X3, VAR\_X2

Nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) sebesar 0,661, hal ini dapat diartikan bahwa variabel terikat *Online Impulse Buying* dapat dijelaskan oleh variabel bebas *External Trigger Cues of Impulse Buying, Impulse Buying Tendency, Internal Cues of Impulse Buying,* dan *Normative Evaluation* sebesar 66,1%, sedangkan

sisanya yaitu 33,9% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

**Tabel 4. Regresi Linier Berganda  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	Constant	4.614	2.665	1.732	.087
	X1	.181	.075	.155	2.422
	X2	.409	.103	.395	3.953
	X3	.274	.110	.240	2.494
	X4	-.161	.062	-.202	2.592

a. Dependent Variable: VAR\_Y

**Tabel 5. Uji Hipotesis**

	Hipotesis	Signifikansi	Hipotesis Terima / Tolak
H1:	<i>External trigger cues of impulse buying</i> berpengaruh terhadap pembelian impulsif secara online	0.017	Terima
H2:	<i>Impulse buying tendency</i> berpengaruh terhadap pembelian impulsif secara online	0.000	Terima
H3:	<i>Internal cues of impulse buying</i> berpengaruh terhadap pembelian impulsif secara online	0.014	Terima
H4:	<i>Normative evaluation</i> berpengaruh terhadap pembelian impulsif secara online	0.011	Terima

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa variabel External Trigger Cues, Impulse Buying Tendency, Internal Cues memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel online impulse buying konsumen di Bandar Lampung, sementara variabel Normative Evaluation memberikan pengaruh yang negatif secara signifikan terhadap variabel online impulse buying konsumen di Bandar Lampung.

External Trigger Cues of Impulse Buying merupakan faktor eksternal yang mendorong terjadinya impulse buying yang datang dari rangsangan pemasaran mulai dari display produk yang menarik sampai pada tawaran program promosi, yang disebut juga sebagai stimuli pemasaran yang melibatkan faktor lingkungan dan sensorik pemasaran yang dikendalikan. Pada konteks retail online stimuli pemasaran ini dilakukan dengan menerapkan promosi yang agresif yang meliputi promosi langsung yang dikirimkan melalui email, pemasaran melalui mesin pencarian (search engine) yakni iklan-iklan yang ditampilkan melalui website mesin pencari, tawaran pengiriman gratis, hadiah langsung pembelian, menyarankan atau rekomendasi item yang ditampilkan melalui berbagai website, dan menampilkan penjualan halaman item. External Trigger Cues of Impulse Buying dapat menstimuli konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian impulsif secara online.

Sementara Impulse Buying Tendency merupakan kepribadian seseorang yakni sejauh mana seorang individu cenderung melakukan pembelian yang tidak diinginkan, segera, dan tidak dipikirkan sebelumnya, dimana kepribadian ini dapat menentukan tingkat kecenderungan pembelian impulsif seseorang. Secara umum hal ini terjadi karena kurangnya kontrol kognitif dalam melakukan pembelian terutama ketika terdapat dorongan atau stimuli dalam situasi pembelian. Konsumen cenderung langsung membeli produk ketika terdapat stimuli dan mengesampingkan pertimbangan apakah ia membutuhkan produk tersebut

atau tidak, hal ini terlihat dari pernyataan responden "Beli sekarang, pikirkan nanti" dan "Saya lihat, Saya beli", artinya konsumen tidak memikirkan lagi sisi perencanaan dan kehati-hatian dalam melakukan pembeliannya.

Internal Cues of Impulse Buying merupakan suasana hati konsumen atau keadaan emosional saat berbelanja secara online, dimana perasaan yang mencakup dorongan tak tertahankan untuk membeli serta adanya emosi membeli yang positif yang menentukan perilaku pembelian konsumen dalam pengambilan keputusan pembeliannya, pada kondisi seperti ini biasanya konsumen tidak mempertimbangkan dan tidak dapat berpikir realistis dan cermat saat proses pembeliannya, konsumen juga cenderung spontanitas melakukan pembelian terutama ketika konsumen telah tealah tertarik dan menyukai suatu produk maka konsumen sulit menekan keinginan untuk membeli apalagi meninggalkan kesempatan ini begitu saja.

Sementara variabel Normative Evaluation memberikan pengaruh yang negatif secara signifikan terhadap variabel online impulse buying, dimana Normative Evaluation mengacu pada penilaian konsumen tentang kesesuaian membuat keputusan pembelian impulsif dalam situasi pembelian tertentu. Terbukti bahwa ketika terdapat evaluasi pada diri konsumen atas tindakannya dalam melakukan impulse buyig dimana konsumen menilai bahwa impulse buying sebagai suatu tindakan pemborosan, tidak baik, bahkan suatu tindakan salah maka akan menurunkan/meminimalisir bahkan menggagal-kan keputusan pembelian impulsif seara online.

Jika mengacu kepada nilai koefisien regresi antara variabel external trigger cues, impulse buying tendency, internal cues, dan normative evaluation (0,155:0,395:0,240) maka nilai koefisien dari variabel external trigger cues yang paling kecil diantara ketiga variabel tersebut yakni 0,155, dan nilai koefisien

tertinggi terdapat pada variabel impulse buying tendency (0,395). Dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini kecenderungan konsumen untuk melakukan online impulse buying lebih disebabkan oleh faktor kepribadian konsumen yang cenderung melakukan pembelian yang tidak diinginkan, yaitu pembelian secara spontanitas, tanpa rencana dan tidak mengutamakan pertimbangan, kecermatan dalam berfikir pada saat memutuskan melakukan pembelian. Sebaliknya stimuli eksternal yang datang dari pemasar dalam bentuk promosi, harga diskon, bonus, maupun gratis biaya pengiriman dan lainnya memiliki andil yang kecil bagi konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian impulsif.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Burnett (2006) dengan sample mahasiswa dan difokuskan pada situs belanja online untuk produk pakaian, dimana pada penelitiannya keempat variabel external trigger cues of impulse buying, impulse buying tendency, internal cues of impulse buying, dan normative evaluation memiliki pengaruh terhadap pembelian impulsif secara online.

Perbedaannya hasil penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu terdapat pada variabel normative evaluation dimana pada penelitian ini variabel normative evaluation berpengaruh signifikan tetapi dengan nilai negatif, artinya variabel normative evaluation dapat menurunkan atau meminimalisir konsumen untuk melakukan pembelian impulsif secara online. Pada penelitian yang dilakukan oleh Burnet (2006) variabel normative evaluation memiliki pengaruh signifikan yang bernilai positif yang artinya normative evaluation dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian impulsif secara online. Evaluasi normatif seseorang terhadap pembelian impulsif positif mendukung tindakan pembelian impulsif. Sehingga konsumen cenderung melakukan pembelian inplusif. Penemuan Burnet (2006) juga sesuai dengan penelitian sebelumnya, Rook dan Fisher (1995) menemukan evaluasi normatif dalam konteks belanja tradisional sebagai hubungan positif dengan pembelian impulsif.

### KESIMPULAN

1. Empat hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima dan mengindikasikan bahwa variabel *Online Impulse Buying* dapat dijelaskan oleh variabel bebas *External Trigger Cues, Impulse*

*Buying Tendency, Internal Cues, dan Normative Evaluation.*

2. *Variabel External Trigger Cues, Impulse Buying Tendency, dan Internal Cues* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif secara *online*. Sementara variabel *Normative Evaluation* berpengaruh negatif terhadap pembelian impulsif secara online, yang akan meminimalisir bahkan menggagalkan pengambilan keputusan pembelian impulsif secara *online*.
3. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Burnett (2006) dengan sample mahasiswa yang difokuskan pada situs belanja *online* untuk produk pakaian, dimana pada penelitiannya keempat variabel *external trigger cues of impulse buying, impulse buying tendency, internal cues of impulse buying, dan normative evaluation* memiliki pengaruh terhadap pembelian impulsif secara *online*.

### SARAN

1. Penelitian bersifat deskriptif dan verifikatif, dengan teknik pengumpulan data menggunakan sarana kuesioner. Peneliti menyarankan bagi penelitian selanjutnya Agar dapat memperoleh gambaran yang lebih lengkap dengan menggunakan bentuk desain penelitian eksperimental serta pengumpulan.
2. Sampel penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian impulsif secara online dan tidak mengkhususkan pada suatu produk tertentu. Berdasarkan atas hasil penelitian ini didapat bahwa sebagian besar konsumen melakukan pembelian impulsif secara online pada produk pakaian. Peneliti menyarankan bagi penelitian selanjutnya untuk memfokuskan penelitian *online impulse buying* khusus pada produk pakaian.

### DAFTAR PUSTAKA

- Beatty, S.E., & Ferrell, M.E. (1998). Impulse buying: modeling its precursors. *Journal of Retailing*, 74, 169-191.
- Burnett, Sandy E. (2006). *Internal and External Trigger Cues of Impulse Buying Online*, The Thesis of Master Science Degree in Design and Human Environment, Oregon State University, Oregon, United State.

- Chen, H. P., Marmorstein, H., Tsiros, M., dan Rao, A. R. (2012). When more is less: The impact of base value neglect on consumer preferences for bonus packs over price discounts. *Journal of Marketing*, 76, 64-77.
- Coley, A., & Burgess, B. (2003). Gender differences in cognitive and affective impulse buying. *Journal of Fashion Marketing & Management*, 7, 282-295.
- Dholakia, U. M. (2000). Temptation and resistance: An integrated model of consumption impulse formation and enactment. *Psychology & Marketing*, 17, 955-982.
- Dolliver, M. (2009, November 19). Impulse buying is alive and well. *Progressive Grocer*. Retrieved from <http://bit.ly/1s0lrNm>
- Hausman, A. (2000). A multi-method investigation of consumer motivations in impulse buying behavior. *Journal of Consumer Marketing*, 17, 403-419.
- Jones, M.A., Reynolds, K.E., Weun, S., & Beatty, S.E. (2003). The product-specific nature of impulse buying tendency. *Journal of Business Research*, 56, 505-512.
- Kacen, J.J., dan Lee, J.A. (2002). The influence of culture on consumer impulsive buying behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 12(2), 163-176.
- Rook, D.W., dan Fisher, R.J. (1995). Normative influences on impulsive buying behavior. *Journal of Consumer Research*, 22, 305-313.
- Sekaran, Umar dan Roger, Bougie, (2010). *Research Methods for Business*. United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.
- Verhagen, T., & van Dolen, W. (2011). The influence of online store beliefs on consumer online impulse buying: A model and empirical application. *Information & Management*, 48, 320-327.
- Verplanken, B., dan Herabadi, A. (2001). Individual differences in impulse buying tendency: feeling and no thinking. *European Journal of Personality*, 15, 71-83.
- Xu, Y. and Huang, J. (2014). Effects of Price Discounts and Bonus Packs on Online Impulse Buying. *Social Behavior and Personality: An International Journal*. [online] 42(8). pp.1293-1302.
- Youn, S.H., dan Faber (2000). Impulse buying: its relation to personality traits and cues. *Advances in Consumer Research*, 27, 179-185.
- Zhang, X., Prybutok, V. R., & Strutton, D. (2007). Modeling influences on impulse purchasing behaviors during online marketing transactions. *The Journal of Marketing Theory and Practice*, 15, 79-89.

