

## **Pengaruh Transparansi, LKPD dan PAD Terhadap Kinerja Pemerintah Daerah**

**Pardomuan Robinson Sihombing<sup>1</sup>, Ade Marsinta Arsani<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Badan Pusat Statistik, robinson@bps.go.id

<sup>2</sup>Badan Pusat Statistik, ade.marsinta@bps.go.id

### **ABSTRAK**

Kinerja pemerintah daerah mencerminkan ketercapaian sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan oleh instansi berdasarkan visi dan misi yang telah disusun sebelumnya. Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi kinerja pemerintah daerah, antara lain transparansi, akuntabilitas laporan keuangan, serta pendapatan daerah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Transparansi, Laporan Keuangan Pemerintah Daerah (LKPD) dan Pendapatan Asli Daerah (PAD) terhadap Kinerja Pemerintah Daerah (Pemda). Pengujian dilakukan pada 295 Kabupaten dan Kota di Indonesia dengan menggunakan data sekunder berupa data LKPD, Opini Audit Badan Pemeriksa Keuangan (BPK) dan Laporan Realisasi Anggaran (LRA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik secara simultan maupun secara parsial transparansi, LKPD dan PAD berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja pemda. Hal ini berarti peningkatan transparansi, LKPD dan PAD akan meningkatkan kinerja pemda. Implikasi penelitian ini, dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan mengenai pengelolaan pendapatan daerah, terutama dalam transparansi anggaran yang dapat meningkatkan kepercayaan publik terhadap Pemda. Penyusunan laporan keuangan yang baik dan pengelolaan PAD untuk belanja modal diharapkan dapat menyentuh langsung kepada pelayanan publik sehingga meningkatkan kinerja Pemda.

Kata kunci: transparansi, PAD, LKPD, audit, kinerja

### **ABSTRACT**

*Local governments' performance reflects the achievement of the goals and objectives set by the agency based on the vision and mission that has been prepared. Many factors affect the performance of local governments, including transparency, accountability of financial statements, and regional income. This study aims to determine the effect of transparency, local government financial report and local own revenue to the performance of local government. The test was conducted in 295 municipalities in Indonesia using secondary data in the form of Local Government Accountability data, Audit Opinions of the BPK and the Budget Realization Report. The results found that both simultaneously and partially Transparency, Regional Government Financial Reports and the Original Revenue of the District had a significant positive effect on the performance of the local government. It means that the increase in transparency, regional government financial reports and local revenue will improve the performance of local government. The implications of this research can be used as a basis for making decisions regarding the management of local revenue, especially in budget transparency, as it can increase public confidence in local governments. The well-prepared financial reports and the management of local revenue for capital expenditure have a direct implication on public services, so that improve local government performance.*

*Keywords : transparency, local revenue, audit, performance*

*Naskah diterima: 26-08-2020, direvisi: 19-06-2020, diterbitkan: 01-09-2020*

## PENDAHULUAN

Keberhasilan Pemerintah Daerah (Pemda) dalam mengelola keuangannya, dapat diukur dari kinerja keuangannya. Seiring kebijakan pasca reformasi, pemerintah pusat memberikan kebijakan otonomi pada suatu daerah dalam mengelola keuangan. Keuangan daerah perlu dikelola secara mandiri oleh Pemda, tujuannya agar proses pembangunan yang dilakukan dapat diselesaikan tanpa harus menunggu bantuan pendanaan yang bersumber dari Pusat oleh sebab itu pengukuran kinerja keuangan penting untuk dilakukan.

Salah satu hal yang dapat dilakukan untuk mewujudkan pertanggungjawaban pemerintah terhadap warganya dengan menggunakan prinsip transparansi (keterbukaan). Menurut Astuti (2013), melalui transparansi penyelenggaraan pemerintahan, masyarakat diberikan kesempatan untuk mengetahui kebijakan yang akan dan telah diambil oleh pemerintah. Selain itu, masyarakat dapat memberikan masukan terhadap kebijakan yang telah diambil oleh pemerintah.

Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan salah pendapatan daerah selain DAU, DAK dan dana perimbangan. PAD dijadikan salah satu pilar kemandirian daerah karena bersumber dari kegiatan ekonominya sendiri. Kemampuan suatu daerah dalam menggali PAD, akan mempengaruhi perkembangan dan pembangunan daerah tersebut, sehingga apabila kontribusi PAD meningkat terhadap APBD, maka akan semakin kecil ketergantungan terhadap bantuan pemerintah pusat. Menurut Bastian (2012), PAD dapat dipergunakan sesuai dengan kehendak dan inisiatif Pemda untuk kelancaran penyelenggaraan urusan Daerah, sehingga mampu meningkatkan kinerja Pemda.

Penggunaan PAD dan keuangan pemerintah daerah setiap tahun diukur kinerjanya melalui predikat yang diberikan oleh Badan Pusat Keuangan (BPK). Kinerja keuangan ini dapat digunakan sebagai tolak ukur keberhasilan daerah otonom dalam menyelenggarakan otonomi daerah. laporan kinerja keuangan inidapat dilihat pertanggung jawaban pemda kepada masyarakat yang telah memberikan

kontribusi melalui pajak dalam membangun daerahnya. Sehingga laporan keuangan pemerintah daerah dapat dijadikan tolak ukur kinerja pemerintah daerah.

## KAJIAN LITERATUR

Coryanata (2007), menyatakan konsep transparansi dibangun atas dasar arus informasi yang bebas, seluruh proses pemerintahan, lembaga-lembaga dan informasi perlu diakses oleh pihak-pihak yang berkepentingan, dan informasi yang tersedia perlu memadai agar dapat dimengerti dan dipantau. Anggaran yang disusun oleh pihak eksekutif dikatakan transparansi jika memenuhi beberapa Kriteria, yaitu melakukan pengumuman kebijakan anggaran, dokumen anggaran dan mudah diakses, laporan pertanggung jawaban yang tepat waktu, akomodasi suara atau usulan rakyat, serta sistem pemberian informasi pada public.

Menurut MenPAN (2007), kinerja Pemda merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian sasaran ataupun tujuan instansi pemerintah sebagai penjabaran dari visi, misi dan strategi instansi pemerintah yang mengindikasikan tingkat keberhasilan dan kegagalan pelaksanaan kegiatan-kegiatan sesuai dengan program dan kebijakan yang ditetapkan. Sumarsono (2010), mengungkapkan indikator pengukuran kinerja yang baik mempunyai karakteristik *relevant, unambiguous, cost-effective, dan simple*, serta berfungsi sebagai sinyal yang menunjukkan bahwa terdapat masalah yang memerlukan tindakan manajemen dan investigasi lebih lanjut.

Pengelolaan keuangan yang baik dapat mengindikasikan kinerja keuangan yang baik. Pengolahan keuangan ini lebih dikenal dengan istilah akuntabilitas. Secara harfiah akuntabilitas (*accountability*) umumnya dapat diartikan sebagai pertanggungjawaban, namun penerjemahan secara sederhana ini dapat mengaburkan arti kata *accountability* itu sendiri bila dikaitkan dengan pengertian akuntansi dan manajemen. Di Indonesia penilaian akuntabilitas ini dilakukan oleh lembaga Badan Pemeriksa Keuangan yang

akan memberikan opini terkait data keuangan suatu instansi atau pemerintah daerah.

Menurut Agustina (2013), menyatakan tujuan dari otonomi daerah dan desentralisasi fiskal menurut UU Nomor 32 tahun 2004 adalah untuk meningkatkan kemandirian. Hal ini akan mengurangi ketergantungan fiskal Pemda terhadap Pemerintah Pusat. Salah satu instrumen kemandirian dengan menggunakan PAD yang dimiliki oleh daerah untuk meningkatkan kemajuan dan kesejahteraan masyarakatnya.

**METODE PENELITIAN**

Variabel dependen penelitian ini adalah kriteria kinerja Pemda yang terdiri dari nilai A, B, BB, C dan CC. Sedangkan variabel independennya adalah transparansi yang merupakan indeks keterbukaan, LKPP yang merupakan hasil audit BPK berupa status MMP, WDP dan WDP, serta variabel pendapatan asli daerah (PAD).

Metode analisis yang dipakai dalam model adalah analisis regresi linier berganda dengan metode estimasi OLS (*Ordinary Least Square*) atau Metode Kuadrat Terkecil untuk data *cross section*. Sampel yang digunakan sebanyak 295 sampel Kabupaten dan Kota yang memiliki isian lengkap. Metode OLS merupakan metode analisis regresi yang paling kuat dan populer (Gujarati, 2006).

Berikut ini adalah spesifikasi model yang dipergunakan:

$$KinerjaPemda = \beta_0 + \beta_1transparansi + \beta_2LKPD + \beta_3PAD + \epsilon$$

di mana :

$\beta_0$  = intercept, konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$  = koefisien regresi/ *slope*, besarnya pengaruh variabel independen terhadap dependen

$\epsilon$  = *error term*

kinerja Pemda= berubah status capaian kinerja, nilainya A hingga C

transparansi= nilai keterbukaan/ transparansi Pemda

LKPD=merupakan capaian audit keuangan yang dikeluarkan oleh BPK

PAD= pendapatan asli daerah

Berdasarkan penelitian terdahulu dan teori-teori yang telah dijelaskan di atas, maka dapat dibangun hipotesis sebagai berikut :

1.  $\frac{Kinerja}{t\ transparansi} > 0$  , terdapat pengaruh positif antara variabel transparansi terhadap kinerja, asumsi *ceteris paribus*.

2.  $\frac{Kinerja}{LKPD} > 0$  , terdapat pengaruh positif antara variabel LKPD terhadap kinerja, asumsi *ceteris paribus*.

3.  $\frac{Kinerja}{PAD} < 0$  , terdapat pengaruh positif antara variabel PAD terhadap kinerja, asumsi *ceteris paribus*.

**PEMBAHASAN**

**Analisis Deskriptif**

Dari 295 kabupaten/kota pada umumnya kualitas kinerja PEMDA bernilai B sebanyak 127 Kabupaten dan Kota (43 persen) dan ada 9 kabupaten kota yang sudah mendapatkan kinerja A. Hal ini mengindikasikan bahwa kinerja pemerintah kabupaten kota sangat bervariasi, dari yang kinerjanya sangat baik hingga buruk.

Tabel 1 Kinerja Pemerintah Daerah

Kode	Kinerja	Jumlah	Persentase
1,00	C	39	13,2
2,00	CC	89	30,2
3,00	B	127	43,1
4,00	BB	31	10,5
5,00	A	9	3,1
Total		295	100,0

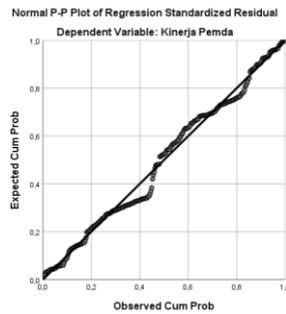
Dari 295 kabupaten/kota pada umumnya LKPP pemda sudah WTP sebanyak 259 kabupaten/kota (87,8 persen) dan ada 2 kabupaten kota yang masih MMP.

Tabel 2 Predikat Laporan Kinerja Pemerintah Daerah

Kode	LKPP	Jumlah	Persentase
1,00	MMP	2	,7
3,00	WDP	34	11,5
4,00	WTP	259	87,8
Total		295	100,0

**Analisis Inferensia**

Sebelum dimodelkan menggunakan regresi linier berganda, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik.



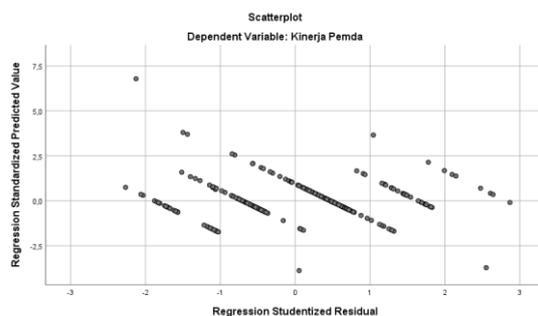
Gambar 1 Diagram P-P Plot

Dalam penelitian ini menggunakan dua jenis uji yaitu pengujian dengan menggunakan grafik P-P Plot dan uji Kolmogorov Smirnov. Jika dilihat dari pola residual yang berada pada garis  $y=x$  (450) dan nilai  $z$  stat=0,158 <  $z$  tabel=1,96 serta nilai probability value=0,20 >  $\alpha=0,05$  maka dapat dikatakan bahwa data yang digunakan sudah mengikuti pola distribusi normal.

Tabel 3 Uji Kolmogorov-Smirnov

		abse
N		295
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,6998
	Std. Deviation	,47979
Most Extreme Differences	Absolute	,158
	Positive	,158
	Negative	-,081
Test Statistic		,158
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Pengujian asumsi selanjutnya adalah heteroskedastisitas.



Gambar 2 Scatter Plot Heteroskedastisitas

Dalam penelitian ini menggunakan dua jenis uji yaitu pengujian dengan menggunakan grafik *Scatter Plot* dan uji glejzer yang meregresikan seluruh variabel independen dengan nilai absolut residual dari model. Jika dilihat dari pola residual yang tidak membentuk pola dan nilai probability value=0,053 >  $\alpha=0,05$  maka dapat dikatakan bahwa model yang digunakan sudah bebas dari asumsi heterokedastisitas.

Tabel 4 ANOVA Heteroskedastisitas

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,757	3	,58	2,58	,053 <sup>b</sup>
	Residual	65,922	291	,23		
	Total	67,680	294			
a. Dependent Variable: abse						
b. Predictors: (Constant), PAD , Kualitas LKPD, Transparansi						

Asumsi selanjutnya adalah multikolinieritas.

Tabel 5 VIF

Collinearity Statistics	
Tolerance	VIF
,946	1,057
,970	1,031
,962	1,040

Dalam penelitian ini menggunakan nilai VIF (*Varian Inflation Factor*) untuk menguji multikolinieritas. Semua nilai VIF lebih kecil 10, maka dapat dikatakan bahwa model yang digunakan sudah bebas dari masalah multikolinieritas.

Setelah semua uji asumsi klasik terpenuhi, maka interpretasi terhadap model dapat dilakukan.

	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	,426	,486	,876	,382
Transparansi	,051	,013	3,860	,000
Kualitas LKPD	,460	,127	3,623	,000
PAD	,551	,108	5,102	,000
R				,446
R-square				,199

Adj. R-square	,191
---------------	------

Dari hasil di atas nilai korelasi sebesar 0,446 mengatakan ada hubungan positif antara seluruh variabel independen dengan variabel dependen. Nilai *adjusted r square* atau biasanya disebut koefisien determinasi sebesar 0,191 artinya seluruh variabel independen (PAD, Kualitas LKPD dan transparansi) mampu menjelaskan variabel dependen (kinerja pemerintah) sebesar 19,1 persen. Hal ini menunjukkan model kurang fit karena nilainya kurang dari 0,5. Sehingga diperlukan variabel independen lainnya yang mempengaruhi kinerja Pemda.

Persamaan regresi yang didapat dari hasil di atas adalah

$$\text{Kinerja pemda} = 0,426 + 0,051 \text{ Transparansi} + 0,460 \text{ Kualitas LKPD} + 0,551 \text{ PAD}$$

Adapun interpretasi dari persamaan tersebut adalah:

Koefisien Transparansi berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja pemda dengan koefisien sebesar 0,051 dengan nilai  $t \text{ stat} = 3,860 > t_{291;0.05} = 1,96$  dan nilai probabilita = 0,000 <  $\alpha = 0,05$ . Hal ini berarti setiap kenaikan 1 poin transparansi akan menaikkan kinerja pemda 0,051 dengan asumsi variabel variabel lain konstan. Hal yang menyebabkan transparansi berpengaruh terhadap kinerja pemerintah daerah adalah karena transparansi yang dilakukan melalui SKPD dapat mengungkapkan informasi keuangan dan non-keuangan kepada publik melalui media secara tepat waktu, memadai, jelas, akurat dan dapat diperbandingkan serta mudah diakses oleh pihak-pihak berkepentingan (*stakeholders*) sesuai dengan haknya. Hal ini sejalan dengan penelitian Novatiani (2019) meneliti bagaimana pengaruh transparansi dan akuntabilitas terhadap kinerja instansi pemerintah pada SKPD Kabupaten Bandung Barat. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa transparansi dan akuntabilitas berpengaruh terhadap kinerja instansi pemerintah baik secara parsial maupun secara simultan. Hal ini didasarkan apabila aparatur pemerintah menerapkan transparansi dengan baik maka baik secara langsung atau tidak langsung akan menampilkan kinerja

terbaiknya dalam menjalankan tugas dan tanggungjawabnya.

Koefisien Kualitas LKPD berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja pemda dengan koefisien sebesar 0,460 dengan nilai  $t \text{ stat} = 3,623 > t_{291;0.05} = 1,96$  dan nilai probabilita = 0,000 <  $\alpha = 0,05$ . Hal ini berarti setiap kenaikan 1 poin kualitas LKPD akan menaikkan kinerja pemda 0,460 dengan asumsi variabel variabel lain konstan. Hal ini senada dengan penelitian Auditya dan Lismawati (2013) yang menyatakan akuntabilitas pengelolaan keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemerintah daerah. Dengan demikian semakin tinggi dan akuntabel pengelolaan keuangan daerah di setiap SKPD maka akan dapat meningkatkan kinerja pemerintah.

Koefisien PAD berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja pemda dengan koefisien sebesar 0,551 dengan nilai  $t \text{ stat} = 5,102 > t_{291;0.05} = 1,96$  dan nilai probabilita = 0,000 <  $\alpha = 0,05$ . Hal ini berarti setiap kenaikan 1 % PAD akan menaikkan kinerja pemda 0,551 dengan asumsi variabel variabel lain konstan. Hal ini dikarenakan PAD merupakan cerminan kemandirian daerah. PAD yang meningkat dari tahun ketahun dan mampu membiayai jalannya Pemerintahan daerah diharapkan mampu meningkatkan kemandirian daerah. Hal ini senada dengan penelitian Wenny (2012), yang menemukan secara simultan PAD berpengaruh terhadap kinerja keuangan daerah, sehingga semakin tinggi PAD yang dikumpulkan Pemerintah Daerah maka kinerja keuangannya semakin baik.

## PENUTUP

Adapun kesimpulan dalam penelitian ini adalah: bahwa variabel independen (PAD, Kualitas LKPD dan transparansi) berpengaruh secara linier dan signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen (kinerja pemerintah). Kenaikan transparansi anggaran, LKPD dan PAD akan meningkatkan kinerja Pemda.

## REFERENSI

- Agustina, O. 2013. Analisis Kinerja Pengelolaan Keuangan Daerah dan Tingkat Kemandirian Daerah di Era Otonomi Daerah : Studi Kasus Kota Malang Tahun 2007-2011. (Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya: Volume 1 Nomor 2, Februari 2013, <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/394>)
- Astuti, M, Ratih. 2013. Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi dan Fungsi Pemeriksaan Intern Terhadap Kinerja Pemerintah Daerah (Studi Kasus Pada Dinas Pendapatan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah (DPPKAD) Kabupaten Grobogan). (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta 2013. [http://eprints.ums.ac.id/26967/9/NASKAH\\_PUBLIKASI.pdf](http://eprints.ums.ac.id/26967/9/NASKAH_PUBLIKASI.pdf))
- Auditya, Lucy dan Lismawati, Husaini. 2013. Analisis Pengaruh Akuntabilitas dan Transparansi Keuangan Daerah Terhadap Kinerja Pemerintah Daerah (Jurnal Fairness Volume 3 Nomor 1, Maret 2013, [http://repository.unib.ac.id/6940/1/Artikel\\_1.pdf](http://repository.unib.ac.id/6940/1/Artikel_1.pdf))
- Bastian, I. 2012. Akuntansi Sektor Publik Suatu Pengantar. Jakarta: Erlangga.
- Coryanata, Isma. 2007. Akuntabilitas, Partisipasi Masyarakat, dan Transparansi Kebijakan Publik Sebagai Pemoderating Hubungan Pengetahuan Dewan Tentang Anggaran dan Pengawasan Keuangan Daerah (APBD). (Jurnal Akuntansi dan Investasi Volume 12 Nomor 2, Juli 2012, <https://journal.umy.ac.id/index.php/ai/article/view/678/830>)
- Gujarati, Damodar N. 2006. Ekonometrika Dasar. Jakarta : Erlangga
- Novatiani, et.al. 2019. Pengaruh Transparansi dan Akuntabilitas Terhadap Kinerja Instansi Pemerintah. (Jurnal Manajemen dan Bisnis : Volume 10 Nomor 1, Maret 2019, <https://ejournal.upi.edu/index.php/mdb/article/view/15983>)
- Sumarsono, S. 2010. Manajemen Keuangan Pemerintahan. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Wenny, C.D. 2012. Analisis Pengaruh Pendapatan Asli Daerah (PAD) terhadap Kinerja Keuangan pada Pemerintah Kabupaten dan Kota di Provinsi Sumatera Selatan (Jurnal Ilmiah STIE MDP Volume 2 Nomor 1, Februari 2012, <http://eprints.mdp.ac.id/676/>)

## BIODATA PENULIS

**Pardomuan Robinson Sihombing** adalah Statistisi di Badan Pusat Statistik.

Penulis menyelesaikan pendidikan sarjana terapan di Sekolah Tinggi Ilmu Statistik dan telah menyelesaikan pendidikan magister di jurusan Magister Statistika Terapan, Universitas Padjadjaran.

**Ade Marsinta Arsani** adalah Statistisi di Badan Pusat Statistik. Penulis menyelesaikan pendidikan sarjana terapan di Sekolah Tinggi Ilmu Statistik dan sedang menyelesaikan pendidikan magister secara double degree di Magister Ekonomi Terapan Universitas Padjadjaran dan MPMA Program di Rikkyo University – Jepang

## **Analisis Tingkat Kepuasan Masyarakat Melalui Pelayanan Informasi Pada Aplikasi KRL Access**

**Ratnawaty Marginingsih<sup>1</sup>, Isnurrini Hidayat Susilowati<sup>2</sup>, Wiwik Widiyanti<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Bina Sarana Informatika, ratnawaty.rmg@bsi.ac.id

<sup>2</sup>Universitas Bina Sarana Informatika, isnurrini.ihs@bsi.ac.id

<sup>3</sup>Universitas Bina Sarana Informatika, wiwik.www@bsi.ac.id

### **ABSTRAK**

Transportasi merupakan sarana yang sangat penting dan strategis dalam memperlancar roda perekonomian. Seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat perkotaan akan transportasi umum, kereta api menjadi salah satu pilihan alternatif transportasi yang semakin diminati oleh masyarakat dengan banyak keunggulan seperti rendah polusi, bebas macet, bersifat massal, biaya lebih murah, dan juga waktu relatif lebih cepat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan masyarakat melalui pelayanan informasi pada aplikasi KRL Access. Sebanyak 250 responden dijadikan sampel penelitian menggunakan convenience sampling method. Bentuk penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Data diolah dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian diperoleh tingkat kepuasan masyarakat melalui pelayanan informasi pada aplikasi KRL Access secara parsial dan simultan dengan menggunakan variabel reliability, responsiveness, assurance, empathy dan tangible memperoleh hasil yang positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang baik menjadi salah satu kunci keberhasilan sebuah organisasi karena akan berdampak langsung pada citra perusahaan.

**Kata Kunci :** Kepuasan, Pelayanan Informasi, KRL Access

### **ABSTRACT**

*Transportation is a very important and strategic means of smoothing the wheels of the economy. Along with the increasing needs of urban communities for transportation in general, the railroad has become one of the alternative transportation options that are increasingly in demand by people with many advantages such as low pollution, free of traffic, mass, cheaper cost, and also relatively faster time. This study aims to determine the level of community satisfaction through information services on the KRL Access application. A total of 250 respondents were sampled as research using the convenience sampling method. The form of research used is descriptive research with a quantitative approach. The data is processed using multiple linear regression analysis. The results obtained by the level of community satisfaction through information services on KRL Access applications partially and simultaneously by using the variables of reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangible obtain positive and significant results. This shows that good service is one of the keys to an organization's success because it will have a direct impact on the company's image.*

**Keywords:** Satisfaction, Information Services, KRL Access

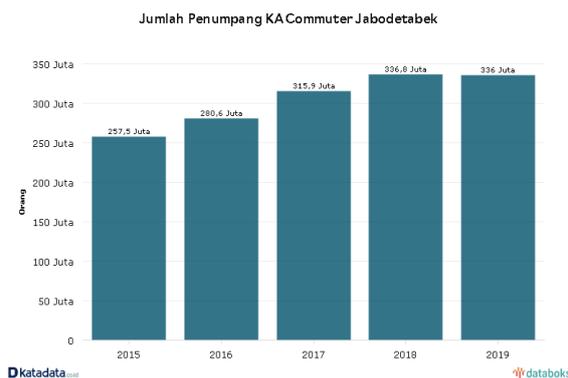
*Naskah diterima: 26-08-2020, direvisi: 19-06-2020, diterbitkan: 01-09-2020*

## PENDAHULUAN

Transportasi merupakan sarana yang sangat penting dan strategis dalam memperlancar roda perekonomian. Hampir seluruh aktivitas masyarakat menggunakan transportasi yang bisa dipilih sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Masyarakat di Jakarta Bogor Depok Bekasi Tangerang Banten dan Cikarang lebih menyukai Kereta Listrik (KRL) sebagai alat transportasi yang digunakan sehari-hari. Selain harga yang cukup murah, waktu yang ditempuh jauh lebih singkat dari transportasi lain menjadi alasan masyarakat memilih moda transportasi KRL.

KRL sendiri dikelola oleh PT Kereta Commuter Indonesia (KCI) yang memodernisasi kereta pada tahun 2011. Dampak dari modernisasi ini membuat masyarakat semakin nyaman menggunakan moda transportasi ini. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pengguna KRL selama 2019, rata-rata jumlah pengguna KRL per hari mencapai 979.853 pengguna pada hari kerja dengan 80 stasiun di seluruh Jabodetabek, Banten dan Cikarang dengan jangkauan rute mencapai 418,5 km (“Sekilas PT Kereta Commuter Indonesia,” n.d.).

Tren penggunaan kereta rel listrik (KRL) atau commuter line semakin diminati oleh masyarakat saat ini. Data jumlah pengguna KRL Commuterline Jabodetabek dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Sumber: Databooks Katadata, 2019

Gambar 1. Jumlah Penumpang Commuter Line Jabodetabek

Berdasarkan data PT Kereta Commuter Indonesia (KCI) jumlah penumpang KRL sepanjang 2017 mencapai 315,9 juta penumpang naik 12,55% dari sebelumnya. Pada tahun 2018 mencapai 336,8 juta penumpang. Jumlah tersebut sekitar 868 ribu/hari. Sedangkan berdasarkan lintasannya, KRL terbanyak melayani penumpang di lintasan Depok-Bogor, yakni mencapai 69,95% dari total penumpang pada tahun lalu. Kemudian diikuti lintasan Bekasi-Cikarang sebesar 13,48%, Serpong-Rangkasbitung 11,87% dan Tangerang 4,72% dari total penumpang KRL. (“Sekilas PT Kereta Commuter Indonesia,” n.d.).

Semakin banyaknya masyarakat yang menggunakan KRL sudah semestinya diimbangi dengan pelayanan yang lebih baik. Infrastruktur rel kereta yang masih terbatas, seringkali berdampak pada kedatangan kereta yang tidak sesuai jadwal. Masyarakat yang akan menggunakan kereta seringkali harus menunggu lama atau bahkan terburu-buru mengejar kereta (Majid, 2015)

Ketidaknyamanan masyarakat atas jadwal KRL yang tidak menentu membuat pengguna KRL membutuhkan informasi kedatangan dan keberangkatan KRL secara real time. Informasi tersebut diharapkan dapat membuat para pengguna KRL bisa mengestimasi perjalanan dari rumah ke stasiun sehingga tidak perlu menunggu lama di stasiun keberangkatan.

Oleh karena itu, PT KCJ (Kereta Commuter Jobodetabek) memberikan solusi dengan mengembangkan inovasi dalam bentuk sebuah aplikasi yang bernama KRL Access. Aplikasi ini merupakan aplikasi mobile yang bertujuan memudahkan para pengguna KRL Jabodetabek. Dengan aplikasi ini maka pengguna KRL dapat dengan mudah mengetahui posisi dari KRL selain itu juga pengguna KRL akan mendapatkan berita terbaru dari sosial media milik PT KCJ (Kereta Commuter Jobodetabek).

Pengguna dari aplikasi KRL Access tentunya memiliki beberapa persoalan ketika menggunakan aplikasi tersebut. Terlihat dari Google Play Store bahwa sejak dirilis 3 Februari 2014 aplikasi KRL Access hingga saat ini memiliki total jumlah unduhan pengguna sebanyak 1.000.000 dengan rata-rata rating 3,8 dari 5 bintang. Ini disebabkan oleh banyak pengguna yang memberikan ulasan negatif untuk aplikasi KRL Access. Berdasarkan ulasan yang diperoleh dari Google Play Store, banyak pengguna yang mengeluhkan tidak dapat memilih stasiun yang diinginkan, sering terjadi error sehingga pengguna merasa tidak nyaman dan terdapat fungsi yang tidak dapat digunakan (Pertiwi, Aknuranda, & Wijoyo, 2019)

Penelitian ini pada prinsipnya bertujuan untuk menguji tingkat kepuasan pelanggan dengan metode *servqual* terhadap pelayanan informasi pada aplikasi kereta rel listrik (KRL) Access khususnya untuk wilayah Jabodetabek dan untuk mengetahui faktor apa saja yang harus diprioritaskan pada pelayanan informasi dengan aplikasi kereta rel listrik (KRL) Access agar dapat memenuhi harapan masyarakat.

### KAJIAN LITERATUR

#### Aplikasi KRL Acces

Mobilitas masyarakat urban yang menggunakan moda transportasi KRL begitu tinggi sehingga memerlukan informasi mengenai jadwal kereta yang akan digunakan. Oleh karena itu, PT KCI berinovasi dengan mengeluarkan aplikasi KRL Access dengan fitur yang semakin memudahkan pengguna jasa kereta Commuter Line. Fitur tersebut diantaranya dapat mengetahui posisi kereta dan jadwal keberangkatan, selain itu aplikasi ini menyatukan seluruh akses informasi dari media sosial KCI ke dalam satu platform. Melalui KRL Access, pengguna juga bisa mendaftar untuk mendapatkan notifikasi langsung ke ponselnya saat ada informasi terkini seputar kondisi lintas KRL. Tidak hanya itu, aplikasi ini juga dilengkapi dengan pengiriman email *komplain* sebagai respon

dari pihak KCI agar bisa menjadi lebih baik lagi (KRL Commuter Indonesia, 2020)

#### Kualitas Layanan

Pelayanan yang baik akan dapat menciptakan loyalitas pelanggan yang semakin melekat erat dan pelanggan tidak berpaling pada perusahaan lain. Kualitas layanan menjadi penting agar pengguna merasa nyaman menggunakan aplikasi tersebut. Pengguna dapat merasakan kualitas layanan baik atau buruk melalui perbandingan persepsi para pengguna atas pelayanan yang secara nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan (Harjati & Venesia, 2015)

Kualitas layanan dapat dikatakan baik jika antara persepsi yang diharapkan sama dengan realita yang dirasakan oleh pengguna. Berlaku juga untuk sebaliknya. Adapun dimensi kualitas layanan ada lima yaitu: *Kehandalan (Reliability)*, *Daya tanggap (Responsiveness)*, *Jaminan (Assurances)*, *Empati (Empathy)* dan *Bukti Fisik (Tangibel)* (Lovelock, Wirtz, & Mussry, 2013).

Kelima dimensi kualitas layanan tersebut dapat mempengaruhi kepuasan pengguna dalam hal ini adalah masyarakat pengguna aplikasi KRL Access.

#### Kepuasan Masyarakat

Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang terhadap realita kinerja yang dibandingkan dengan harapan yang dipersepsikan (Kotler & Amstrong, 2013).

Jika kinerja dibawah harapan maka konsumen tidak puas, sebaliknya bila kinerja memenuhi harapan maka konsumen akan puas dan konsumen akan sangat puas jika kinerjanya melebihi harapan. Kepuasan konsumen berarti bahwa kinerja suatu barang atau jasa sekurang-kurangnya sama dengan apa yang diharapkan.

Adapun kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi

terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya (Tjiptono & Chandra, 2016).

Kepuasan juga merupakan fungsi dari kinerja dan harapan. Jika kinerja dibawah harapan maka konsumen tidak puas, sebaliknya bila kinerja memenuhi harapan maka konsumen akan puas dan konsumen akan sangat puas jika kinerjanya melebihi harapan.

### Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti salah satunya meneliti mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada JNE cabang Bandung. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan kepuasan pelanggan baik secara bersama-sama ataupun sebagian pada JNE Cabang Bandung, dimana jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik analisa yang digunakan adalah teknik analisa deskriptif dan dengan menggunakan regresi berganda. Sedangkan sampel teknik yang digunakan adalah non probability sampel yang menggunakan total sampel sebesar 78 orang. Penelitian tersebut memperoleh hasil bahwa keseluruhan elemen kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan JNE cabang Bandung, namun secara parsial hanya keandalan, jaminan, dan empati yang berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE cabang Bandung, sedangkan empati dan daya tanggap tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE cabang Bandung (Panjaitan & Yuliati, 2016)

Penelitian lain mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan telah dilakukan pada sarana transportasi angkutan umum di kota Palembang yang bertujuan untuk menguji kualitas pelayanan angkutan umum (transmisi) yang disediakan melalui kinerja terhadap kepuasan masyarakat. Penelitian tersebut menggunakan teknik analisis jalur untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi berganda. Hasil

penelitian yang didapat adalah untuk variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh langsung terhadap kinerja, untuk variabel kinerja berpengaruh langsung terhadap kepuasan masyarakat, untuk variabel kualitas pelayanan berpengaruh langsung yang terhadap variabel kepuasan masyarakat, sedangkan untuk variabel kualitas pelayanan melalui kinerja terhadap kepuasan masyarakat memiliki pengaruh tidak langsung, hasil pengujian persamaan substruktur menunjukkan maka pengaruh langsung ditambah pengaruh tidak langsung adalah pengaruh total, sehingga diperoleh hasil dapat disimpulkan bahwa kinerja merupakan variabel (*intervening* atau *itermediary*) (Oktariansyah, Damayanti, Usman, & Eko, 2017)

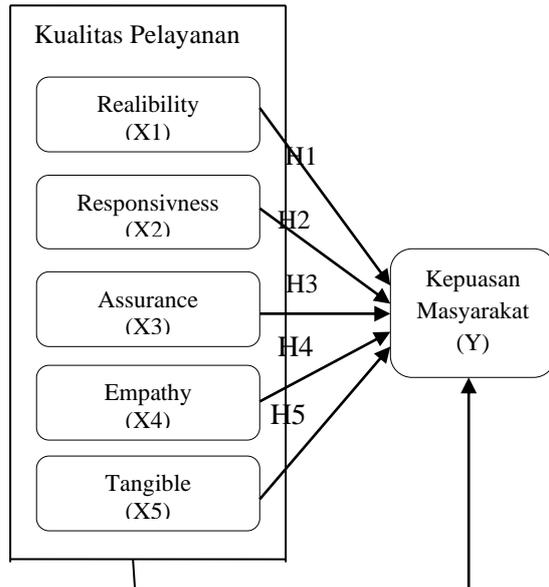
Tidak hanya pada tingkat nasional, pada tingkat internasional juga telah melakukan penelitian serupa yaitu mengenai hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan di hotel-hotel Vietnam. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati berdampak signifikan pada kepuasan pelanggan. Studi ini menyiratkan bahwa kualitas layanan memainkan peran penting sebagai pendorong tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi dalam layanan hotel. Manajer akan fokus pada *Empathy*, *Reliability*, *Responsiveness* dan *Assurance* untuk mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi yang mengarah pada loyalitas pelanggan dan keuntungan bisnis (Nguyen, Ha, Anh, & Matsui, 2015)

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah terletak pada objek penelitian dan respondennya. Dimana objek penelitian ini adalah aplikasi KRL Access, dan reposdennya adalah masyarakat yang mempunyai KRL Access.

### Kerangka Pemikiran

Berdasarkan penjelasan secara teoritis maka dapat dikembangkan suatu pola hubungan yang menggambarkan pengaruh antara masing-masing variabel kerangka pemikiran

dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut ini :



Sumber: Data diolah, 2020

Gambar 2. Kerangka Pemikiran Penelitian

Untuk hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

Hipotesis	Penjelasan
H1	<i>Realibility</i> berpengaruh positif terhadap kepuasan masyarakat
H2	<i>Responsivness</i> berpengaruh positif terhadap kepuasan masyarakat
H3	<i>Assurance</i> berpengaruh positif terhadap kepuasan masyarakat
H4	<i>Empathy</i> berpengaruh positif terhadap kepuasan masyarakat
H5	<i>Tangible</i> berpengaruh positif terhadap kepuasan masyarakat

**METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Lokasi

penelitian dilakukan di setiap stasiun pemberhentian yang ada di wilayah Jabodetabek. Pengumpulan data diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada pelanggan yang berada di stasiun dan melakukan survey secara online. Sebanyak 250 responden dijadikan sebagai sampel penelitian. Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling method* dimana pengambilan sampel dengan mengumpulkan informasi dari anggota-anggota populasi yang mudah diperoleh dan mampu menyediakan informasi tersebut. Dengan demikian siapa saja yang dapat memberikan informasi baik secara tidak sengaja atau kebetulan bertemu dengan peneliti, dapat digunakan sebagai sampel, bila dilihat orang yang memberikan informasi-informasi tersebut cocok sebagai sumber data (Sekaran, 2017)

Langkah awal yang dilakukan adalah menyebarkan kuesioner secara langsung dan online kepada semua kalangan antara usia dibawah 20 tahun sampai diatas 40 tahun dengan berbagai latar belakang pendidikan dan pekerjaan yang dijadikan sebagai data demografi responden. Instrumen yang digunakan melalui kuesioner berisi pernyataan tentang faktor yang mempengaruhi kepuasan penggunaan aplikasi KRL Accses meliputi kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurances*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangible*). Kuesioner yang disebar menggunakan skala likert untuk mengukur besarnya persepsi responden atas suatu pernyataan yang diajukan peneliti. Data yang dihasilkan diuji tingkat kevalidannya dan reliabilitasnya. Validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. intrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur. (Sugiono, 2016)

Langkah kedua adalah memproses data penelitian dalam pengukuran yang valid dan reliabel untuk keseluruhan faktor yang digunakan sehingga kepuasan masyarakat

terhadap kualitas layanan KRL Access dapat diukur. Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dengan bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial maupun simultan variabel independen terhadap variabel independen. Analisis yang digunakan adalah regresi berganda, maka sebelum menggunakan analisis tersebut terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik. Adapun persamaan regresi linear berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + e$$

Dimana :

- Y : Kepuasan Masyarakat
- $\beta_0$  : Konstanta
- $\beta_1... \beta_5$  : Koefisien masing masing variabel independen
- X1 : Reliability
- X2 : Responsiveness
- X3 : Assurance
- X4 : Empathy
- X5 : Tangible
- e : Standar Error

## PEMBAHASAN

### A. Deskripsi Objek Penelitian

Data hasil penelitian diperoleh sebanyak 250 responden sebagai sampel dengan menyebarkan kuesioner secara langsung dan online yang berpartisipasi dan menjawab pertanyaan secara penuh. Kuesioner yang disebar mencakup data karakteristik responden seperti jenis kelamin, usia, pendidikan dan pekerjaan. Pada tabel 2 disajikan data karakteristik responden sebagai berikut:

Tabel 2. Data Karakteristik Responden

Gender	(%)
Wanita	58,3
Pria	41,7
Usia	(%)
< 19	15,5
20-29	26,2

30-39	20,2
40-49	21,4
> 50	16,7
Pendidikan Terakhir	(%)
SMU/SMK/Sederajat	34,6
D3	9,5
S1	23,8
S2	32,1
S3	1,5
Pekerjaan	(%)
Pelajar/Mahasiswa	27,4
Wiraswasta	4,2
Pegawai Negeri	7,7
Karyawan Swasta	34,5
Lain-lain	26,2
Lamanya menggunakan KRL Access	(%)
< 1 tahun	41,7
< 2 tahun	29,8
< 3 tahun	13,1
< 4 tahun	3,5
< 5 tahun	11,9

Sumber: Hasil Penelitian, 2020

Berdasarkan tabel 2 diperoleh data bahwa responden yang paling banyak menggunakan KRL Access adalah wanita sebanyak 58,3% sedangkan responden berusia 20-29 mendominasi sebesar 26,2 %. Responden berpendidikan terakhir SMU/SMK/Sederajat adalah paling banyak mengisi kuisioner sebesar 34,6%. Adapun pekerjaan responden yang paling banyak adalah sebagai karyawan swasta. Lamanya waktu menggunakan KRL access paling banyak pada jangka waktu kurang dari satu tahun yaitu sebesar 41,7%. Hal ini dapat diartikan bahwa, KRL Access banyak dikenal orang dalam satu tahun terakhir.

### B. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas variabel penelitian terhadap responden merupakan

prosedur agar data yang diperoleh layak untuk pengujian. Uji ini digunakan untuk menguji data yang menggunakan daftar pertanyaan atau kuesioner untuk melihat pertanyaan dalam kuesioner yang diisi oleh responden tersebut layak atau belum. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Ket
Reliability	Item_1	0.266	0.124	Valid
	Item_2	0.278	0.124	Valid
	Item_3	0.338	0.124	Valid
	Item_4	0.363	0.124	Valid
	Item_5	0.397	0.124	Valid
	Item_6	0.462	0.124	Valid
	Item_7	0.589	0.124	Valid
Responsivness	Item_8	0.465	0.124	Valid
	Item_9	0.559	0.124	Valid
	Item_10	0.584	0.124	Valid
	Item_11	0.576	0.124	Valid
	Item_12	0.483	0.124	Valid
Assurance	Item_13	0.296	0.124	Valid
	Item_14	0.536	0.124	Valid
	Item_15	0.456	0.124	Valid
	Item_16	0.620	0.124	Valid
Empathy	Item_17	0.351	0.124	Valid
	Item_18	0.589	0.124	Valid
	Item_19	0.410	0.124	Valid
	Item_20	0.547	0.124	Valid
	Item_21	0.406	0.124	Valid
Tangible	Item_22	0.262	0.124	Valid
	Item_23	0.470	0.124	Valid
	Item_24	0.460	0.124	Valid
	Item_25	0.387	0.124	Valid
Variabel	Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Ket
Kepuasan Masyarakat	Item_1	0.405	0.124	Valid
	Item_2	0.569	0.124	Valid
	Item_3	0.399	0.124	Valid
	Item_4	0.530	0.124	Valid

	Item_5	0.457	0.124	Valid
	Item_6	0.639	0.124	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2020

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel diatas, item pertanyaan pada setiap variabel yang digunakan menunjukkan semuanya valid, sebab nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel ( $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ ). Sedangkan untuk uji reliabilitas pada setiap variabel yang digunakan pada penelitian, dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Standar	Ket
Realibility	0.755	0.60	Reliabel
Responsivness	0.854	0.60	Reliabel
Assurance	0.821	0.60	Reliabel
Empathy	0.825	0.60	Reliabel
Tangible	0.78	0.60	Reliabel
Kepuasan Masyarakat	0.854	0.60	Reliabel

Sumber: Hasil Penelitian, 2020

Berdasarkan hasil pengolahan data yang tersaji dalam tabel 4, semua variabel dalam penelitian ini reliabel, hal itu dapat dilihat dari nilai *cronbach alpha* pada semua variabel memiliki nilai yang lebih besar dari nilai standar

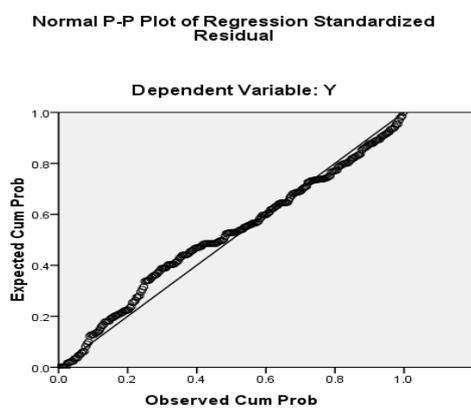
### C. Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan sebagai langkah awal untuk mengetahui dalam model regresi penelitian apakah terdapat variabel pengganggu atau residual yang memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan metode grafik *Normal Probability Plot* atau dengan metode *One Sample Kolmogrof-Smirnov*. Hasil uji normalitas data pada penelitian ini dilihat sebagai berikut:

Tabel 5. Uji Normalitas

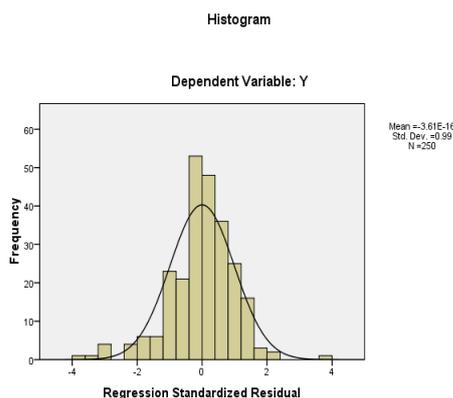
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		250
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0
	Std. Deviation	1.89527311
Most Extreme Differences	Absolute	0.091
	Positive	0.037
	Negative	-0.091
Kolmogorov-Smirnov Z		0.982
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.433
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber: Hasil Penelitian, 2020



Sumber: Hasil Penelitian, 2020

Gambar 3. Diagram Plot Normalitas Data



Sumber: Hasil Penelitian, 2020

Gambar 4. Grafik Histogram

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 2 dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan hasil sebesar 0,433 yang berarti bahwa seluruh variabel memiliki nilai *asympt. Sig. (2-tailed)* diatas 0,05. Sedangkan berdasarkan uji normalitas pada gambar 3 dan 4 dengan menggunakan grafik dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal atau mengikuti arah garis diagonal. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel telah terdistribusi normal dan model regresi layak digunakan.

### Uji Multikolinieraritas

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan dengan variabel independen lain dalam satu model. Hasil uji multikolinieritas pada penelitian ini dilihat sebagai berikut:

Tabel 6. Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIP
X1	0.719	1.392
X2	0.756	1.324
X3	0.700	1.429
X4	0.597	1.674
X5	0.650	1.539
Sumber: Hasil Penelitian, 2020		

Hasil uji melalui *Variance Inflation Factor* (VIP) pada hasil output SPSS tabel Coefficients, seluruh variabel menunjukkan nilai tolerance > 0,1 dan VIF < 10, maka dapat dinyatakan model regresi linier berganda terbebas dari multikolinearitas dan dapat digunakan dalam penelitian

### Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan korelasi antara anggota observasi yang disusun menurut waktu atau tempat. Model regresi yang baik

seharusnya tidak terjadi autokorelasi. Hasil uji autokorelasi pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Uji Autokorelasi

Durbin-Watson
1.817

Sumber: Hasil Penelitian, 2020

Dari hasil output SPSS didapatkan nilai Durbin-Watson untuk model regresi kepuasan masyarakat sebagai variabel dependen senilai 1,817. Hasil nilai Durbin-Watson hitung terletak diantara batas atas (du) dan batas

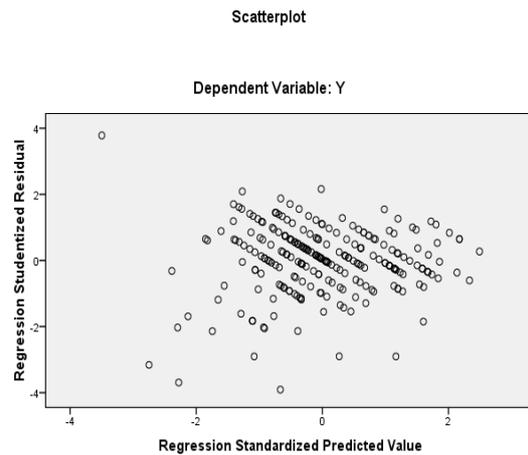
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	5.110	1.515	
X1	0.278	0.046	0.291
X2	0.283	0.038	0.357
X3	0.296	0.067	0.219
X4	0.487	0.064	0.406
X5	0.237	0.102	0.119

a. Dependent Variable: Y

bawah (4-du) atau  $du < dw < 4-du$  yaitu  $1,760 < 1,817 < 2,175$  sehingga keputusan yang diambil adalah tidak adanya autokorelasi negatif dan positif atau dengan kata lain tidak ada autokorelasi dalam model regresi ini. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa model terbebas dari autokorelasi.

**Uji Heteroskedastisitas**

Pengujian heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan dari pengamatan satu kepengamatan lainnya. Model regresi dalam penelitian dikatakan baik apabila terhindar atau terbebas dari heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Sumber: Hasil Penelitian, 2020

Gambar 3. Grafik Scatterplot

Dari grafik scatterplot terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

**D. Analisis Regresi Berganda**

Hasil perhitungan Regresi Linier Berganda dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 8. Hasil Regresi Berganda

Sumber: Hasil Penelitian, 2020

Berdasarkan hasil pada tabel 8 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 5,110 + 0,278 X1 + 0,283 X2 + 0,296X3 + 0,487 X4 + 0,237 X5 + \epsilon$$

Intrepretasi dari persamaan regresi linier berganda tersebut adalah:

Nilai konstanta (a) sebesar 5.110. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel independen Reliability (X1), Responsivness (X2), Assurance (X3), Empathy (X4), Tangible (X5) diasumsikan dalam keadaan tetap, maka

variabel dependen Kepuasan Masyarakat (Y) akan naik sebesar 5.110

Nilai koefisien regresi Reliability (X1), bernilai positif yaitu sebesar 0,278 yang berarti jika variabel Reliability (X1) naik sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap, maka Kepuasan Masyarakat akan naik sebesar 0,278 satuannya.

Nilai koefisien regresi Responsivness (X2), bernilai positif yaitu sebesar 0,283 yang berarti jika variabel Responsivness (X2) naik sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap, maka Kepuasan Masyarakat akan naik sebesar 0,283 satuannya.

Nilai koefisien regresi Assurance (X3) bernilai positif yaitu sebesar 0,296 yang berarti jika variabel Assurance (X3) naik sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap, maka Kepuasan nasabah akan naik sebesar 0,296 satuannya.

Nilai koefisien regresi Empathy (X4) bernilai positif yaitu sebesar 0,487 yang berarti jika variabel Empathy (X4) naik sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap, maka Kepuasan Masyarakat akan naik sebesar 0,487 satuannya.

Nilai koefisien regresi Tangible (X5) bernilai positif yaitu sebesar 0,237 yang berarti jika variabel Tangible (X5) naik sebesar 1 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap, maka Kepuasan Masyarakat akan naik sebesar 0,237 satuannya.

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

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variable dependennya. Nilai R<sup>2</sup> yang mendekati satu berarti variable-variabel independennya memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Hasil perhitungan koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 9. Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.863 <sup>a</sup>	0.782	0.722	1.91459
a. Predictors: (Constant), X5, X2, X3, X1, X4				
b. Dependent Variable: Y				

Sumber: Hasil Penelitian, 2020

Berdasarkan hasil pada tabel 9 pengujian koefisien determinasi R Square (R<sup>2</sup>) Kepuasan Masyarakat diperoleh nilai sebesar 0,782. Dengan kata lain hal ini menunjukkan bahwa besar presentase variasi Kepuasan Masyarakat yang bisa dijelaskan oleh variasi dari kelima variabel bebas yaitu Reliability (X1), Responsivness (X2), Assurance (X3), Empathy (X4), Tangible (X5) sebesar 78,2%, sedangkan sisanya sebesar 21,8% dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model penelitian yang digunakan.

#### F. Hasil Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat (Ghazali, 2016) Hasil perhitungan uji F dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 10. Hasil Uji F

ANOVA <sup>b</sup>					
Model		Sum of Squares	df	F	Sig.
1	Regression	1243.977	5	67.872	.000 <sup>a</sup>
	Residual	894.423	244		
	Total	2138.4	249		
a. Predictors: (Constant), X5, X2, X3, X1, X4					

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Penelitian, 2020

Berdasarkan hasil output pada tabel 10 menunjukkan bahwa F-hitung (F-Statistik) sebesar 67,872 sedangkan F-tabel dengan df 2 ( $n-k-1$ ) = 244 adalah 3,032 dengan demikian  $F\text{-Hitung} > F\text{-Tabel}$  ( $67,872 > 3,032$ ) pada tingkat signifikansi  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ) artinya semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Adapun besarnya pengaruh menggunakan model summmary telah dijelaskan pada tabel 9.

**G. Hasil Uji t**

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji ini dapat dilakukan dengan melihat kolom signifikansi dengan membandingkan tingkat signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Hasil uji t dapat diketahui melalui tabel berikut ini:

Tabel 11. Hasil Uji t

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	3.374	0.000
	X1	4.907	00.00
	X2	7.503	0.000
	X3	4.421	0.000
	X4	7.575	0.000
	X5	2.317	0.021
a. Dependent Variable: Y			
Sumber: Hasil Penelitian, 2020			

Hasil perhitungan pada tabel 11 diperoleh nilai t dapat dicari dengan *level of significance* ( $\alpha$ ) = 0,05 dan derajat tabel kebebasan (*degree of freedom* =  $df$ ) =  $n-k-1$ , maka besarnya nilai t-tabel dapat ditentukan sebagai berikut: t-tabel adalah  $\alpha$  ;  $n - k = 0,05$  ;  $(250-6) = 1,969$ . Adapun cara pengujian uji t untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

Hipotesis 1 menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel reliability (X1) terhadap kepuasan masyarakat. Pembuktian untuk hipotesis tersebut digunakan perbandingan t-hitung dengan t-tabel, dimana diperoleh nilai t-hitung lebih besar dari pada t-tabel ( $4.907 > 1,969$ ). Hasil nilai p-value sebesar  $0,000 < 0,05$  (alpha 5%), maka  $H_a$  diterima dan disimpulkan secara statistik pada tingkat kepercayaan 95% terdapat pengaruh positif reliability (X1) terhadap kepuasan nasabah.

Hipotesis 2 menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan responsivness (X2) terhadap kepuasan masyarakat. Pembuktian untuk hipotesis tersebut digunakan perbandingan t-hitung dengan t-tabel, dimana diperoleh nilai t-hitung lebih besar dari pada t-tabel ( $7.503 > 1,969$ ). Hasil nilai *p-value* sebesar  $0,000 < 0,05$  (alpha 5%), maka  $H_a$  diterima dan disimpulkan secara statistik pada tingkat kepercayaan 95% terdapat pengaruh positif responsivness (X2) terhadap kepuasan masyarakat.

Hipotesis 3 menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel assurance (X3) terhadap kepuasan masyarakat. Pembuktian untuk hipotesis tersebut digunakan perbandingan t-hitung dengan t-tabel, dimana diperoleh nilai t-hitung lebih besar dari pada t-tabel ( $4,421 > 1,969$ ). Hasil nilai *p-value* sebesar  $0,000 < 0,05$  (alpha 5%), maka  $H_a$  diterima dan disimpulkan secara statistik pada tingkat kepercayaan 95% terdapat pengaruh positif assurance (X3) terhadap kepuasan masyarakat

Hipotesis 4 menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel empathy (X4) terhadap kepuasan masyarakat. Pembuktian untuk hipotesis tersebut digunakan perbandingan t-hitung dengan t-tabel, dimana diperoleh nilai t-hitung lebih besar dari pada t-tabel ( $7,575 > 1,969$ ). Hasil nilai *p-value* sebesar  $0,000 < 0,05$  (alpha 5%), maka  $H_a$  diterima dan disimpulkan secara statistik pada tingkat kepercayaan 95% terdapat pengaruh positif empathy (X4) terhadap kepuasan masyarakat.

Hipotesis 5 menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel tangible (X5) terhadap kepuasan masyarakat. Pembuktian untuk hipotesis tersebut digunakan perbandingan t-hitung dengan t-tabel, dimana diperoleh nilai t-hitung lebih besar dari pada t-tabel ( $2,317 > 1,969$ ). Hasil nilai *p-value* sebesar  $0,021 < 0,05$  (alpha 5%), maka  $H_0$  diterima dan disimpulkan secara statistik pada tingkat kepercayaan 95% terdapat pengaruh positif tangible (X5) terhadap kepuasan masyarakat.

### **PENUTUP**

Dari hasil penelitian ini disimpulkan bahwa Tingkat Kepuasan Masyarakat Melalui Kualitas Pelayanan Informasi Pada Aplikasi KRL Access secara keseluruhan memperoleh hasil yang positif dan signifikan.

Elemen *reability* merujuk kepada kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang akurat sesuai dengan harapan konsumen terkait kecepatan, ketepatan waktu, tidak ada kesalahan, sikap simpatik sudah dilakukan dengan baik. Hal ini terlihat pada Fitur utama dari aplikasi KRL Access adalah menu Train Position dimana pengguna bisa mendapatkan informasi posisi *real time* dari KRL yang ingin digunakan. Posisi kereta dapat diketahui berdasarkan stasiun tempat pengguna akan naik KRL.

Elemen *responsivness* mengacu pada daya tanggap dalam memberikan pelayanan yang cepat atau responsif serta diiringi dengan cara penyampaian yang jelas dan mudah dimengerti PT KCJ senantiasa berusaha memberikan yang terbaik. Hal ini terlihat dengan melakukan penyempurnaan pada aplikasi sebelumnya yakni info KRL. Fitur yang membedakan pada KRL Access adalah kemampuan menyatukan informasi terkait posisi *real time* dan jadwal perjalanan KRL dengan informasi dari akun sosial media resmi PT KCJ. Penyampaian informasi maupun keluhan dari pelanggan KRL Access juga menyediakan menu khusus bagi pengguna untuk berinteraksi langsung dengan PT KCJ melalui surat elektronik.

Pada elemen *assurance* mengacu pada kemampuan perusahaan untuk menumbuhkan kepercayaan di mata pelanggan melalui keramahan dan pengetahuan staf dalam melayani PT KCJ berusaha memberikan layanan yang terbaik dimana fitur baru yang ditawarkan pada aplikasi KRL Access semakin memudahkan pengguna jasa kereta commuter line, selain dapat mengetahui posisi kereta dan jadwal keberangkatan, para pengguna dapat langsung menyimak apa saja info terbaru yang disampaikan oleh KCJ melalui twitter, facebook, dan instagram cukup melalui satu platform saja.. Untuk elemen *empathy* yang mengacu pada perhatian perusahaan pada pelanggannya. Salah satu upayanya adalah melalui aplikasi KRL Access, pengguna juga bisa mendaftar untuk mendapatkan notifikasi langsung ke ponselnya saat ada informasi terkini seputar informasi penting terkait KRL. Informasi penting itu antara lain mencakup kebijakan baru dari PT KCJ, kondisi lintas, hingga info gangguan perjalanan.

Sedangkan untuk elemen *tangible* yang mengacu pada bukti konkret kemampuan suatu perusahaan untuk menampilkan yang terbaik bagi pelanggan. Aplikasi KRL Access menghadirkan fitur layanan informasi yang dapat dipahami dan dipelajari para penggunaannya dalam waktu singkat, sehingga membantu informasi rute jadwal perjalanan KRL.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada RISTEKDIKTI atas bantuan dana penelitian dan publikasi yang telah diberikan dalam bentuk PDP (Penelitian Dosen Pemula).

### **REFERENSI**

- Ghazali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Harjati, L., & Venesia, Y. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada

- Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala. *Widya Ekonomika, Vol. 1, Nomor 1, Oktober 2015*, 64–74. <https://www.neliti.com/publications/36791/pengaruh-kualitas-layanan-dan-persepsi-harga-terhadap-kepuasan-pelanggan-pada-ma>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2013). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Ketujuh* (7th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, C., Wirtz, J., & Mussry, J. (2013). *Pemasaran Jasa: Manusia, Teknologi, Strategi: Perspektif Indonesia* (Jilid 2). Erlangga.
- Majid, S. A. (2015). *Customer Service dalam Bisnis Jasa Transportasi*. Jakarta:8 (8th ed.). Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Nguyen, M., Ha, N. T., Anh, P. C., & Matsui, Y. (2015). Service Quality and Customer Satisfaction: A Case Study of Hotel Industry in Service Quality and Customer Satisfaction: A Case Study of Hotel Industry in Vietnam, *Asian Social Science*, Vol, 11, No. 10 March 2015. <https://doi.org/10.5539/ass.v11n10p73>, <http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ass/article/view/47755>
- Oktariansyah, Damayanti, R., Usman, B., & Eko, A. (2017). Analisis Kualitas Pelayanan Angkutan Umum (Transmusi) Melalui Kinerja Terhadap Kepuasan Masyarakat di Kota Palembang, *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya, Vol 1, Nomor 15 Maret 2017*, <https://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jmbs/article/view/5647>
- Panjaitan, J. E., & Yuliati, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung. *Derema Jurnal Manajemen*, Vol. 11 No. 2, September 2016. <https://ojs.uph.edu/index.php/DJM/article/view/197/130>
- Pertiwi, V., Aknuranda, I., & Wijaya, S. Evaluasi Usability Pada Aplikasi KRL Access Dengan Menggunakan Metode Evaluasi Heuristik. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, vol. 3, no. 3, p. 2235-2242, jan. 2019. ISSN 2548-964X. <http://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/4626>
- .Sekaran, U. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis (e6)* (6th ed.). Jakarta. Sekilas PT Kereta Commuter Indonesia. (n.d.).
- Sugiono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta: Andi.

#### BIODATA PENULIS

**Ratnawaty Marginingsih, S.E., M.M.** adalah alumni dari Universitas BSI Bandung dari Program Studi Magister Manajemen. Saat ini aktif sebagai Dosen di Universitas Bina Sarana Informatika, selain itu aktif sebagai anggota Unit Pengembangan Akademik prodi S1 Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Sarana Informatika, tercatat sebagai anggota Forum Akademisi Indonesia dan sebagai anggota Asosiasi Dosen Indonesia. Penelitian yang dilakukan terkait dalam bidang manajemen keuangan dan manajemen lainnya.

**Isnurrini Hidayat Susilowati, S.E., M.M.** lahir di Magelang Jawa Tengah menyelesaikan studi S1 di FE Universitas Sebelas Maret (UNS) Solo dan S2 Magister Manajemen di Institut Pertanian Bogor (IPB) Bogor. Pernah bekerja di PT.Bank Danamon Indonesia, Tbk Bone dan Pare-Pare Sulawesi Selatan sebagai Kepala Operasional dan Administrasi dan di PT. Bank Niaga, Tbk pada Divisi Marketing Komunikasi sebagai Koordinator Marketing Even. Saat ini aktif sebagai dosen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Sarana Informatika sejak tahun 2010 dan saat ini bergabung dalam Unit Pengembangan Akademik (UPA) Program studi Manajemen S1 Universitas Bina Sarana Informatika.

**Wiwik Widiyanti, S.P., M.M.**

Dilahirkan di Purworejo, 11 Mei 1977. Pada tahun 1995-2001 menempuh pendidikan di jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta dan pada tahun 2010-2012 melanjutkan pendidikan di jurusan Magister Manajemen Universitas BSI Bandung. Sejak tahun 2003 aktif sebagai pengajar di Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Bina Sarana Informatika.

# **Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Linkaja Di Indonesia**

**Findy Meileny<sup>1</sup>, Tri Indra Wijaksana<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, findyme15@gmail.com

<sup>2</sup>Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom,  
triindrawijaksana@telkomuniversity.ac.id

## **ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis bagaimana pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur layanan, dan Kepercayaan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan LinkAja di Indonesia. Data dalam penelitian dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis dengan analisis kuantitatif. Sampel yang diambil adalah 100 responden dengan teknik non-probability sampling yaitu jenis purposive sampling. Pada penelitian ini, data diolah dengan bantuan SPSS versi 20 dengan uji Analisis Regresi Berganda. Hasil olahan SPSS 20 dari analisis deskriptif dapat disimpulkan variabel Persepsi Manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2), Fitur Layanan (X3), Kepercayaan (X4) dan Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y) berada pada kategori kurang baik. Hasil dari analisis linear berganda menyatakan pula bahwa Persepsi Manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2), Fitur Layanan (X3), dan Kepercayaan (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Y) LinkAja di Indonesia baik secara parsial maupun simultan. Hasil lain menunjukkan pula variabel yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan LinkAja di Indonesia adalah variabel kepercayaan, artinya semakin baik kepercayaan yang dimiliki pelanggan maka tingkat kepuasan pelanggan semakin tinggi. Dengan demikian, perusahaan harus selalu berupaya untuk meningkatkan dan memperbaiki kepercayaan pelanggan.

Kata kunci : Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan

## **ABSTRACT**

*The study was conducted to know the impact of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Service Features, and Trust on LinkAja's Customer Satisfaction in Indonesia. Data collection in this study is done with questionnaires and data analysis is using quantitative analysis. This research uses purposive sampling kind of non-probability sampling technique and consist of 100 respondents. The analysis tools in this study used SPSS version 20. This research uses The Multiple Linear Regression Analysis Test and descriptive analysis. Result of this study describes that Perceived Usefulness (X1), Perceived Ease of Use (X2), Service Features (X3), Trust (X4), and Customer Satisfaction (Y) are in the poor category. While result of multiple linear regression in this study can be conducted the impact of Perceived Usefulness (X1), Perceived Ease of Use (X2), Service Features (X3), Trust (X4) has a positive and significant influence of LinkAja's Customer Satisfaction (Y) both partial and simultaneous. The other results obtained variables that influence LinkAja's Customer Satisfaction in Indonesia is trust variable, it means the better the trust of the customer, the level of customer satisfaction will increase. Thus, companies must always strive to improve customer trust.*

*Keywords: Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Service Features, Trust, Customer Satisfaction*

*Naskah diterima: 26-08-2020, direvisi: 07-05-2020, diterbitkan: 01-09-2020*

## PENDAHULUAN

Saat ini, teknologi sudah berkembang cepat sehingga berdampak pada kehidupan sehari-hari yang selalu ada kaitannya dengan teknologi. Banyak kalangan berpendapat dengan adanya teknologi dapat membantu dalam mengatasi masalah yang sering terjadi di era digital, misalnya dalam hal pembayaran. Seiring berkembangnya zaman, masyarakat Indonesia mulai beralih menggunakan pembayaran uang elektronik dibandingkan pembayaran konvensional. Pada tahun 2014 hingga tahun 2019 terjadi peningkatan signifikan mengenai rata-rata penggunaan layanan *e-money* (Bank Indonesia, 2019). Hal ini menunjukkan bahwa saat ini terjadi perubahan gaya hidup masyarakat di era digital yang lebih menyukai sistem *cashless*.

Menurut lembaga riset (*Snapcart*) yang melakukan penelitian terhadap perilaku konsumen dalam bertransaksi dengan aplikasi pembayaran digital, LinkAja berada di posisi terakhir sebagai aplikasi pembayaran digital favorit diantara tiga *e-money* pesaingnya (Fajar, 2019). Data pengguna *e-money* tahun 2019 menyatakan pula bahwa LinkAja berada di ranking terakhir dengan total sebanyak 23 juta pengguna (Pusparisa, 2019). *E-money* LinkAja adalah peralihan TCASH yang sudah berdiri sejak tahun 2011. Hasil pra survei penelitian yang disebar ke 30 responden menyatakan mayoritas pelanggan LinkAja kurang merasa puas terhadap aplikasi tersebut dengan alasan masih ada *e-money* sejenis yang lebih banyak menawarkan keunggulan. Permasalahan yang dikeluhkan yaitu terkait banyaknya *cashback* dan promo, kelengkapan dan keunggulan fitur layanan, kinerja aplikasi, kualitas pelayanan *customer service* LinkAja, dan proses pengembalian dana.

Berdasarkan penjelasan diatas, penulis tertarik menggunakan teori dari penelitian Zainudin (2014) mengenai “Analisis Pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease Of Use* terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah dalam Menggunakan ATM (Studi Kasus pada Nasabah Bank Muamalat Cab. Palopo)”. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu pada variabel, objek, dan

tempat dilakukannya penelitian. Pada penelitian ini, terdapat penambahan variabel fitur layanan dan kepercayaan. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan dan Kepercayaan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan LinkAja di Indonesia.”

## KAJIAN LITERATUR

### Pemasaran

Kotler dan Keller (2016) mengemukakan istilah pemasaran sebagai suatu hal yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang mana dapat memberikan keuntungan bagi semua pihak.

### TAM ( *Technology Acceptance Model* )

Davis (1989) mendefinisikan TAM sebagai segala bentuk yang akan diterima oleh pengguna terhadap pemakaian sistem informasi. TAM juga memiliki tujuan untuk menggambarkan faktor apa saja yang dapat menentukan bagaimana perilaku penggunaan pada sistem informasi tersebut.

### Persepsi Manfaat ( *Perceived Usefulness* )

Davis (1989) mengemukakan *perceived usefulness* sebagai kepercayaan yang dimiliki seseorang dalam menggunakan teknologi dapat bermanfaat untuk meningkatkan suatu kinerja. Persepsi kegunaan menurut Davis (1989) dapat diukur melalui *work more quickly, useful, increase productivity, enhance effectiveness, dan improve job performance*.

### Persepsi Kemudahan ( *Perceived Ease of Use* )

Davis (1989) menjelaskan *perceived ease of use* adalah seberapa besar seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi dapat dengan mudah diakses tanpa membutuhkan *efforts* yang banyak. Persepsi kemudahan menurut Davis (1989) dapat diukur melalui *easy to learn, controllable, clear & understandable, flexible, easy to become skillful, dan easy to use*.

### Fitur Layanan (*Service Features*)

Kotler dan Keller (2012) menjelaskan bahwa fitur adalah ciri khas produk yang dijadikan sebagai pelengkap dari fungsi produk tersebut. Thom W.A. Isliko (2008) mengemukakan fitur produk dapat diukur melalui keragaman fitur, fitur sesuai dengan harapan, dan fitur memiliki keunggulan.

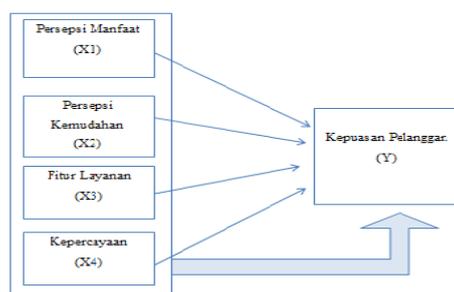
### Kepercayaan (*Trust*)

Kotler dan Keller (2016) mendefinisikan kepercayaan sebagai kesanggupan organisasi untuk dapat menciptakan hubungan dan dapat bergantung pada mitra bisnisnya, yang dipengaruhi oleh faktor interpersonal, integritas, kebaikan maupun kejujuran. Terdapat empat konstruks kepercayaan konsumen yaitu *benevolence*, *ability*, *integrity*, dan *willingness to depend*.

### Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*)

Kotler & Keller (2012) dalam Tjiptono (2014) menjelaskan kepuasan pelanggan adalah seberapa besar perasaan seseorang dengan membandingkan kinerja atau layanan yang diperoleh apakah sesuai dengan harapan mereka. Rambat Lupiyoadi (2001:158) menyebutkan dimensi kepuasan pelanggan meliputi kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan biaya.

### Kerangka Pemikiran



Sumber : Olahan penulis, 2019

Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Keterangan :

- Garis Pengujian Parsial
- Garis Pengujian Simultan

Davis (1989) mengemukakan *perceived usefulness* sebagai kepercayaan yang dimiliki seseorang dalam menggunakan teknologi dapat bermanfaat untuk meningkatkan suatu kinerja. Menurut Davis (1989) terdapat keterkaitan antara persepsi kegunaan dengan kepuasan pelanggan. Hal ini didukung dengan penelitian Chen-Ying Lee, et.,al (2015) *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* secara positif mempengaruhi *customer satisfaction*.

Davis (1989) menjelaskan *perceived ease of use* adalah seberapa besar seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi dapat dengan mudah diakses tanpa membutuhkan *efforts* yang banyak. Davis (1989) menyatakan bahwa terdapat keterkaitan antara persepsi kemudahan dengan kepuasan pelanggan. Hal ini didukung penelitian Zainudin S dan Paramitha S. (2014) yang menyatakan *perceived ease of use* menghasilkan pengaruh positif terhadap tingkat kepuasan nasabah.

Kotler dan Keller (2012) menjelaskan bahwa fitur adalah ciri khas produk yang dijadikan sebagai pelengkap dari fungsi produk tersebut. Teori Ferrinadewi (2005) menyatakan pula ada hubungan antara fitur atau atribut produk dengan kepuasan pelanggan. Hal ini didukung penelitian Angelos Pantouvakis (2013) menunjukkan *customer satisfaction* dipengaruhi oleh *service features*.

Kotler dan Keller (2016) mendefinisikan kepercayaan sebagai kesanggupan organisasi untuk dapat menciptakan hubungan dan dapat bergantung pada mitra bisnisnya, yang dipengaruhi oleh faktor interpersonal, integritas, kebaikan maupun kejujuran. Teori Costabile (2002) mengungkapkan bahwa terdapat hubungan antara kepercayaan dengan kepuasan pelanggan. Hal ini didukung penelitian Heri S (2016) dan Stefhani S. et al. (2015) yang menunjukkan variabel kepercayaan berpengaruh positif kepuasan nasabah.

Berdasarkan kajian pustaka dan gambar kerangka berpikir diatas, didapatkan hipotesis penelitian yaitu “Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan berpengaruh terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan LinkAja di Indonesia baik secara parsial maupun simultan”.

**METODE PENELITIAN**

**Jenis Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan analisis deskriptif dan kausal.

**Populasi dan Sampel**

Populasi yang dipilih yaitu pengguna aplikasi LinkAja di Indonesia yang datanya tidak diketahui, maka ukuran sampel ditentukan dengan metode Bernoulli sehingga total sampel 100 responden.

**Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik sampling yang dipilih yaitu *non probability sampling* berjenis *purposive sampling*. Beberapa kriteria pada sampel ini ialah :

- a) Pelanggan yang pernah melakukan transaksi dengan LinkAja.
- b) Pelanggan yang pernah melakukan komplain atas gangguan pada saat melakukan transaksi.
- c) Pelanggan yang pernah mendapatkan respon dan pelayanan langsung dari *customer service* LinkAja.

**Teknik Analisis Data**

Analisis data yang dipilih ialah deskriptif dan regresi linear berganda dengan skala pengukuran adalah skala likert.

**PEMBAHASAN**

**Uji Validitas dan Reliabilitas**

**Uji Validitas**

Uji validitas ditentukan dengan membandingkan nilai r-hitung dengan nilai r-tabel. Jika r-hitung > r-tabel maka pernyataan valid. Hasil dari uji validitas ditunjukkan pada Tabel 1 :

Tabel 1 Uji Validitas

Variabel	No	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Persepsi Manfaat	1	0,866	0,165	Valid
	2	0,878	0,165	Valid
	3	0,747	0,165	Valid
	4	0,884	0,165	Valid
	5	1	0,165	Valid
Persepsi Kemudahan	6	0,854	0,165	Valid
	7	0,869	0,165	Valid
	8	0,821	0,165	Valid
	9	0,850	0,165	Valid
	10	0,859	0,165	Valid
	11	1	0,165	Valid
Fitur Layanan	12	0,829	0,165	Valid
	13	0,874	0,165	Valid
	14	0,903	0,165	Valid
	15	0,868	0,165	Valid
	16	0,905	0,165	Valid
	17	1	0,165	Valid
Kepercayaan	18	0,878	0,165	Valid
	19	0,847	0,165	Valid
	20	0,873	0,165	Valid
	21	0,873	0,165	Valid
	22	0,829	0,165	Valid
Kepuasan Pelanggan	23	1	0,165	Valid
	24	0,900	0,165	Valid
	25	0,839	0,165	Valid
	26	0,870	0,165	Valid
	27	0,835	0,165	Valid

	28	0,833	0,165	Valid
	29	0,873	0,165	Valid
	30	0,890	0,165	Valid
	31	0,861	0,165	Valid
	32	0,883	0,165	Valid
	33	1	0,165	Valid

Sumber : Output Olahan SPSS 20, 2019

Berdasarkan hasil Tabel 1 menunjukkan dari seluruh item pernyataan memiliki korelasi lebih tinggi daripada nilai batas sehingga dikatakan semua item valid.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ditentukan apabila  $\alpha > 0,60$  maka kuesioner dinyatakan reliabel. Hasil dari uji ini ditunjukkan pada Tabel 2:

Tabel 2 Uji Reliabilitas

Variabel	$\alpha$	Hasil
Persepsi Manfaat	0,874	Reliabel
Persepsi Kemudahan	0,925	Reliabel
Fitur Layanan	0,937	Reliabel
Kepercayaan	0,928	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,963	Reliabel

Sumber : Output Olahan SPSS 20, 2019

Hasil uji reliabilitas pada Tabel 2 menunjukkan setiap variabel mempunyai  $\alpha > 0,60$  maka dapat disimpulkan semua item pernyataan reliabel.

### Teknik Analisis Data Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif bertujuan untuk menganalisis bagaimana tanggapan responden pada setiap variabel bebas maupun terikat. Terdapat lima kategori pengelompokan persentase yaitu sangat baik, baik, kurang baik, buruk dan sangat buruk yang dapat disajikan pada gambar dibawah ini :



Sumber : Olahan Penulis, 2019

Gambar 2 Kategori Pengelompokan Persentase

Berdasarkan pengujian SPSS, hasil dari setiap variabel disajikan dalam Tabel 3 :

Tabel 3 Tanggapan Responden Mengenai Variabel

No	Variabel	Total Skor	Rata-rata Persentase
1	Persepsi Manfaat (X1)	1.523	60,92%
2	Persepsi Kemudahan (X2)	2.023	67,43%
3	Fitur Layanan (X3)	1.785	59,50%
4	Kepercayaan (X4)	1.973	65,76%
5	Kepuasan Pelanggan (Y)	3.244	64,88%

Sumber : Output Olahan SPSS 20, 2019

Hasil tanggapan responden pada Tabel 3 menunjukkan variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan, kepercayaan, dan kepuasan pelanggan termasuk dalam kategori kurang baik.

### Uji Normalitas

Uji normalitas ditentukan dengan One Sample Kolmogorov Smirnov. Apabila nilai signifikan diatas 0,05 maka data berdistribusi normal, namun apabila nilai signifikan dibawah 0,05 maka data tidak berdistribusi normal. Hasil dari uji ini dapat dijelaskan pada Tabel 4 :

Tabel 4 Uji Normalitas

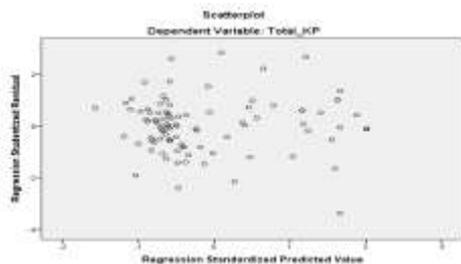
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Total_PM	0.605	1.654
	Total_PK	0.125	8.006
	Total_FL	0.214	4.683
	Total_KC	0.196	9.369

Sumber : Output Olahan SPSS 20, 2019

Menurut hasil uji normalitas pada Tabel 4 dapat disimpulkan bahwa nilai tingkat signifikansi adalah 0,728 >0,05 maka data dapat dikatakan berdistribusi normal.

**Uji Heterokedastisitas**

Pengujian ini untuk menganalisis ada atau tidaknya ketidaksamaan varian pada regresi linear. Berdasarkan pengujian SPSS, uji heterokedastisitas dijelaskan dalam Gambar 2 berikut:



Sumber : Output Olahan SPSS 20, 2019

Gambar 1 Hasil Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan uji heterokedastisitas pada Gambar 2 menunjukkan bahwa hasil titik *scatterplot* tidak ada pola yang jelas serta titik yang menyebar diatas, dibawah angka 0 pada sumbu Y sehingga disimpulkan tidak adanya heterokedastisitas.

**Uji Multikolinearitas**

Pengujian ini untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antar variabel bebas.

Tabel 5 Uji Multikolinearitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Average S. Deviation	0E-7
Most Extreme Differences	Absolute Positive	2.16637409
	Negative	0.069
Kolmogorov-Smirnov Z		0.069
Asymp. Sig. (2-tailed)		-0.051
		0.690
		0.728

Sumber : Output Olahan SPSS 20, 2019

Pada Tabel 5 didapatkan hasil nilai *tolerance* pada semua variabel bebas > 0,1 dan nilai VIF < 10. Berdasarkan hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

**Uji Regresi Linier Berganda**

Pengujian ini untuk menganalisis ada atau tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji ini dijelaskan dalam Tabel 6 berikut :

Tabel 6 Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-0.643	1.023		-.629	0.531
Total_PM	0.120	0.072	0.052	1.662	0.001
Total_PK	0.442	0.119	0.255	3.709	0.000
Total_FL	0.449	0.081	0.291	5.542	0.000
Total_KC	0.725	0.133	0.428	5.469	0.000

Sumber : Output Olahan SPSS 20, 2019

Berdasarkan uji regresi linear pada Tabel 6, diperoleh persamaan :

$$Y = -0,643 + 0,120X_1 + 0,442X_2 + 0,449X_3 + 0,725X_4$$

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda diatas, maka diperoleh kesimpulan :

- 1) Konstanta : -0,643 jika semua variabel independen bernilai nol maka tingkat kepuasan pelanggan sebesar -0,643.
- 2) Persepsi manfaat : 0,120 maka terdapat hubungan positif antara persepsi manfaat terhadap tingkat kepuasan pelanggan karena terjadi peningkatan sebesar 0,120.
- 3) Persepsi kemudahan : 0,442 maka terdapat hubungan positif antara persepsi kemudahan terhadap tingkat kepuasan pelanggan karena terjadi peningkatan sebesar 0,442.
- 4) Fitur layanan : 0,449 maka terdapat hubungan positif antara fitur layanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan karena terjadi peningkatan sebesar 0,449.
- 5) Kepercayaan : 0,725 maka terdapat hubungan positif antara kepercayaan terhadap tingkat kepuasan pelanggan karena terjadi peningkatan sebesar 0,725.

### Hasil Pengujian Hipotesis

#### 1) Uji t

Tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 0,05,  $df = k; n-(k+1)$ .  $df = 4; 100-(4+1) = 95$  sehingga t tabel sebesar 1,661. Hipotesis dalam penelitian dapat diterima jika t hitung > t tabel. Penjelasan dari setiap variabel independen yaitu :

- a)  $X_1$  terhadap Y, nilai t hitung sebesar  $1,662 > 1,661$  dan tingkat signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Hasil tersebut menunjukkan hipotesis pertama diterima sehingga variabel persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Yulisa Saptawati (2018) yang menunjukkan persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Davis (1989) juga menyatakan persepsi kegunaan akan

mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan.

- b)  $X_2$  terhadap Y, nilai t hitung sebesar  $3,709 > 1,661$  dan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hasil tersebut menunjukkan hipotesis kedua diterima sehingga variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Yulisa Saptawati (2018) yang menunjukkan persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Davis (1989) juga menyatakan persepsi kemudahan penggunaan akan mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan.
- c)  $X_3$  terhadap Y, nilai t hitung sebesar  $5,542 > 1,661$  dan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hasil tersebut menunjukkan hipotesis ketiga diterima sehingga variabel fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Angelos Pantouvakis (2013) yang menunjukkan *customer satisfaction* dipengaruhi oleh *service features*. Teori Ferrinadewi (2005) menyatakan pula ada hubungan antara fitur atau atribut produk dengan kepuasan pelanggan.
- d)  $X_4$  terhadap Y, nilai t hitung sebesar  $5,469 > 1,661$  dan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hasil tersebut menunjukkan hipotesis keempat diterima sehingga variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Heri S (2016) dan Stefhani S. et al. (2015) yang menunjukkan variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Selain itu teori Costabile (1989) mengungkapkan bahwa terdapat hubungan antara kepercayaan dengan kepuasan pelanggan.

#### 2) Uji F

Pengujian ini untuk menganalisis ada atau tidaknya pengaruh simultan variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 7 Hasil Uji F (Simultan)

Mode l	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
Regression	7824.016	4	1956.004	399.937	0.000b
Residual	464.624	95	4.891		
Total	8288.640	99			

Sumber : Output Olahan SPSS 20, 2019

Menurut hasil uji F Tabel 7 diperoleh F hitung  $399,937 > 2,47$ , dan hasil signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Sehingga disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan variabel independen terhadap variabel dependen, oleh karena itu hipotesis kelima diterima.

#### Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tujuan dari uji koefisien determinasi adalah untuk mengidentifikasi berapa total nilai dari pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Penjelasan hasil dari uji ini dapat dijelaskan dalam Tabel 8 :

Tabel 8 Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.972 <sup>a</sup>	0.944	0.942	2,212

Sumber: Output Olahan SPSS 20, 2019

Hasil uji dalam Tabel 8 yaitu didapatkan hasil R senilai 0,972 dan R<sup>2</sup> 0,944. Besarnya pengaruh variabel X terhadap variabel Y ditunjukkan oleh KD dengan perhitungan rumus berikut:

$$\begin{aligned}
 KD &= R^2 \times 100\% \\
 &= 0,972^2 \times 100\% \\
 &= 94,47\%
 \end{aligned}$$

Berdasarkan nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa 94,47% variabel Y dipengaruhi oleh variabel X dan sisanya 5,53% merupakan variabel lain diluar penelitian yang tidak digunakan oleh penulis.

#### PENUTUP

Persepsi manfaat untuk pelanggan LinkAja berada pada kategori kurang baik. Pengambilan kesimpulan ini dapat ditentukan melalui hasil tanggapan responden pada variabel persepsi manfaat dengan persentase sebesar 60,92%. Disarankan pihak LinkAja dapat terus meningkatkan faktor-faktor dari persepsi manfaat yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Beberapa diantaranya adalah dengan lebih banyak menawarkan promo, *cashback*, dan *point* , meningkatkan kualitas kinerja aplikasi agar tidak terjadi gangguan yang menghambat transaksi, memperbanyak kerjasama dengan *merchant/vendor* pembayaran, dan faktor-faktor lain yang dapat memberikan manfaat kepada pelanggan LinkAja.

Persepsi kemudahan untuk pelanggan LinkAja berada pada kategori kurang baik. Pengambilan kesimpulan ini dapat ditentukan melalui hasil tanggapan responden pada variabel persepsi kemudahan dengan persentase sebesar 67,43%. Disarankan pihak LinkAja dapat terus meningkatkan faktor-faktor dari persepsi kemudahan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan LinkAja. Beberapa diantaranya adalah dengan meningkatkan sistem aplikasi mengenai instruksi panduan penggunaan (*upgrade, top up* saldo, cara pembayaran, dll), memperbanyak kerjasama agar dapat mempermudah pelanggan melakukan transaksi diberbagai jenis pembayaran digital dengan menggunakan LinkAja, dan sebagainya. Selain itu, perusahaan juga perlu memahami keluhan-keluhan serta mengutamakan keinginan pelanggan agar tercipta kemudahan dalam penggunaan aplikasi tersebut.

Fitur layanan untuk pelanggan LinkAja berada pada kategori kurang baik. Pengambilan kesimpulan ini dapat ditentukan melalui hasil tanggapan responden pada variabel fitur layanan dengan persentase sebesar 59,50%. Disarankan pihak LinkAja dapat terus meningkatkan fitur layanan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Beberapa diantaranya adalah meningkatkan keunggulan fitur terutama pada fitur bayar *merchant*, bayar *e-commerce* (belanja *online*), dan pembayaran lainnya. Selain itu, meningkatkan kerjasama dengan berbagai *merchant food and beverage*

yang banyak diminati oleh masyarakat juga diperlukan.

Kepercayaan untuk pelanggan LinkAja berada pada kategori kurang baik. Pengambilan kesimpulan ini dapat ditentukan melalui hasil tanggapan responden pada variabel kepercayaan dengan persentase sebesar 65,76%. Disarankan pihak LinkAja dapat terus meningkatkan kepercayaan pelanggan dalam memberikan layanan *e-money*. Seperti memperhatikan keluhan dan masukan pelanggan mengenai keamanan setiap transaksi, *refund* dana transaksi yang gagal dengan cepat, menyediakan *merchant/vendor* yang diakui eksistensinya, meningkatkan pelayanan *customer service* LinkAja, dan faktor-faktor lain yang dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan LinkAja.

Tingkat kepuasan pelanggan LinkAja berada pada kategori kurang baik. Pengambilan kesimpulan ini dapat ditentukan melalui hasil tanggapan responden pada variabel kepuasan pelanggan dengan persentase sebesar 64,88%. Disarankan pihak LinkAja dapat terus meningkatkan hal-hal yang dapat berpengaruh baik pada kepuasan pelanggan dalam penggunaan aplikasi *e-money*. Seperti memperbaiki dan meningkatkan fitur atau layanan, memperbanyak promo dan diskon, menawarkan harga yang sesuai dengan manfaat, memiliki keunggulan kompetitif yang berbeda dengan pesaing, dan hal-hal lain.

Hasil uji F dan Uji t menjelaskan bahwa variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan, dan kepercayaan secara simultan dan parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan LinkAja di Indonesia. Sedangkan besarnya pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah 94,47% dan sisanya 5,53% merupakan variabel lain diluar penelitian.

## REFERENSI

- Akdon, & R. (2013). *Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Angelos Pantouvakis & Nancy Bouranta. (2013). *The interrelationship between service features, job satisfaction and customer satisfaction*. Evidence from the transport sector. Emerald Group Publishing: *The TQM Journal*. Volume 25, Issue 2 doi:10.1108/17542731311299618
- Costabile, M., et al. (2002). *A Dynamic Model of Customer Loyalty*. *Proceedings of the 31<sup>st</sup> Annual Conference of the European Marketing Academy*.
- Davis, F. D. 1989. *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. *MIS Quarterly*.
- Ferrinadewi, Erna. (2005). *Atribut Produk yang Dipertimbangkan dalam Pembelian Kosmetik dan Pengaruhnya pada Kepuasan Konsumen di Surabaya*. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*. Vol.7.no.2.pp.139-151. <https://doi.org/10.9744/jmk.7.2.pp.%20139-151>
- Kotler, & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin L. Keller. (2016). *Marketing Management 16 edition*. England : Pearson Education, Inc.
- Setyo Ferry W, D. R. (2015). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi pada Pengguna Jasa Commuterline di Jakarta)*. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) | Vol. 6, No. 1, 2015*. <https://doi.org/10.21009/JRMSI.006.1.06>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Thom W.A. Isliko & Mintarti Rahayu. (2008). *Mediasi Keputusan Pembelian pada Pengaruh Faktor Situasional dan Faktor Produk terhadap Kepuasan Konsumen Supermarket di Kota Lampung*. *Jurnal Aplikasi*

Manajemen, 8(2): pp: 11-15.  
<https://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/issue/view/16>.

Zainudin, S. & Paramitha Sandana. (2014). Analisis Pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease Of Use* terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah dalam Menggunakan ATM (Studi Kasus pada Nasabah Bank Muamalat Cab. Palopo). Jurnal Muamalah, vol 4. <http://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/muamalah/article/view/645>

#### **BIODATA PENULIS**

**Findy Meileny**, lahir di Grobogan 15 Mei 1997 merupakan Mahasiswa S1 jurusan Administrasi Bisnis di Universitas Telkom Bandung-lulus tahun 2020. Memiliki ketertarikan pada bidang bisnis dan manajemen.

**Tri Indra Wijaksana**, adalah dosen tetap di Universitas Telkom Bandung. Menyelesaikan Program S1 dengan bidang Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Padjajaran dan Program Pasca Sarjana dengan bidang Administrasi Bisnis di Universitas Padjajaran.

# Analisa Hubungan Antara Disiplin Kerja, Budaya Organisasi Dengan Kinerja Karyawan Dalam Perusahaan

Dedy Syahyuni

Universitas Bina Sarana Informatika, dedy.ddn@bsi.ac.id

## ABSTRAK

Dalam era yang serba cepat seperti sekarang ini, sebuah organisasi dalam hal ini perusahaan juga dituntut untuk dapat bekerja dengan cepat selain harus efektif juga efisien. Oleh karena itu, tidak dapat dipungkiri lagi, terbangun sebuah ekspektasi yang tinggi terhadap performa dari para karyawan dalam setiap perusahaan. Karyawan diminta untuk dapat memberikan pencapaian ekspektasi tersebut. Baik ekspektasi sebagai individu maupun sebagai bagian dari sebuah tim kerja. Oleh karena begitu banyak hal yang perlu diperhatikan dalam peningkatan kinerja maka perusahaan harus memperhatikan beberapa hal tersebut. Dua diantaranya adalah disiplin kerja yang baik dan budaya kerja yang ideal. Kedua hal ini bukan penentu dari kinerja akan tetapi dua hal ini merupakan penyumbang dari terjadinya kinerja karyawan. Tujuan dari tulisan ini adalah untuk memberikan gambaran bahwa variabel disiplin kerja dan budaya organisasi memberikan pengaruh terhadap terciptanya kinerja karyawan. Dalam tulisan ini didapatkan hasil bahwa variabel disiplin kerja dan budaya organisasi berhubungan sebesar 0,636 yang artinya ada hubungan yang kuat dan memberikan pengaruh sebesar 40 persen terhadap terbentuknya kinerja karyawan.

Kata Kunci : Disiplin kerja, Budaya Organisasi, Kinerja

## ABSTRACT

*In this fast-paced era like today, an organization in this case the company is also required to be able to work quickly in addition to being effective and efficient. Therefore, it cannot be denied, there is a high expectation of the performance of the employees in each company. Employees are asked to be able to provide the achievement of these expectations. Both expectations as individuals and as part of a work team. Because so many things that need to be considered in improving performance, the company must pay attention to some of these things. Two of them are good work discipline and ideal work culture. Both of these are not determinants of performance but these two things are a development of employee performance. The purpose of this paper is to provide an overview of work discipline and organizational culture and their contribution on the creation of employee performance. In this paper, the results show that work discipline variables and organizational culture are related to 0.636, which means there is a strong relationship and gives an effect of 40 percent on the formation of employee performance.*

*Keywords: Discipline, organizational culture, work Performance*

*Naskah diterima: 26-08-2020, direvisi: 23-06-2020, diterbitkan: 01-09-2020*

## PENDAHULUAN

Dalam meningkatkan kinerja dari para karyawan ada banyak yang harus diperhatikan oleh perusahaan karena karyawan bukanlah sebuah mesin yang tidak bernyawa dan berkehendak. Selayaknya sebagai manusia

dewasa yang normal, ada banyak hal yang mempengaruhi para karyawan dalam bekerja. Jadi bukan hanya peningkatan keterampilan saja yang membuat karyawan memiliki kinerja yang tinggi atau bukan hanya perhatian pimpinan saja yang membuat karyawan memberikan kinerja yang baik tetapi lebih dari itu.

Dalam ilmu manajemen sumber daya manusia, kinerja juga merupakan hal yang sering dikaji bukan hanya karena bahasanya yang menarik akan tetapi ada banyak sudut pandang dalam melihat bagaimana dan apa saja yang dapat dipakai oleh perusahaan dalam meningkatkan kinerja dari karyawannya. Mulai dari upaya peningkatan dari segi intern bahkan dari ekstern diri dari para karyawan. Dalam praktiknya ada kesenjangan diantara pencapaian kinerja karyawan dan upaya peningkatan disiplin kerja dan pelaksanaan budaya organisasi. Banyak perusahaan mencoba meningkatkan kinerja hanya pada bagaimana peningkatan keterampilan dan kompensasi saja. Dalam beberapa penelitian dapat terlihat bahwa ada beberapa hal lain yang membuat kinerja karyawan dapat meningkat bahkan turun bukan hanya dari keterampilan atau kompensasi. Oleh karena itu dalam tulisan ini penulis mencoba membahas sejauh mana variabel disiplin kerja dan budaya organisasi memberikan dampak terhadap terjadinya kinerja karyawan.

### **KAJIAN LITERATUR**

#### **Disiplin Kerja**

Menurut (Hasibuan, 2016) dalam bukunya, beliau menyebutkan bahwa disiplin kerja merupakan fungsi operatif keenam dari pembahasan manajemen sumber daya manusia. Lebih lanjut disebutkan bahwa bukan hanya sebagai fungsi operatif saja akan tetapi disiplin kerja adalah salah satu faktor terpenting dari manajemen sumber daya manusia.

Hal ini karena semakin baik atau tinggi disiplin kerja para karyawan maka semakin tinggi pula tingkat prestasi kerja dari para karyawannya. Di lain pihak bila disiplin kerja dari para karyawan di perusahaan itu buruk atau rendah maka akan berdampak pada sulitnya pencapaian hasil yang optimal.

Siagian mengutarakan pendapat seperti yang dikutip oleh (Sutrisno, 2016) Terdapat bentuk disiplin kerja yang ideal akan dapat terlihat dari suasana, seperti :

Terdapat rasa kepedulian dari para karyawan terhadap cara pencapaian tujuan dari perusahaan yang cukup tinggi.

Terdapat motivasi dan gairah kerja dan juga inisiatif yang cukup tinggi dari para karyawan di perusahaan dalam melakukan pekerjaan yang dibebankan kepada mereka.

Tingginya perasaan tanggung jawab dari para karyawan di dalam organisasi untuk melaksanakan tugas yang dibebankan kepada mereka dengan sebaik-baiknya.

Adanya peningkatan yang terus menerus atas rasa memiliki dan kebersamaan dikalangan karyawan. Berkembangnya tingkat efisiensi dan produktivitas kerja dari para karyawan dalam perusahaan.

#### **Budaya Organisasi**

Menurut (Robbins, Stephen P & Judge, 2017) dalam bukunya, pengertian dari Budaya Organisasi adalah sebuah sistem atau tata aturan yang di jalankan oleh para anggota dari suatu organisasi yang dapat menjadi pembeda antara diri mereka dengan anggota dari organisasi lainnya.

Robert Kreitner dan Angelo Kinicki berpendapat dalam buku dari (Wibowo, 2016) adalah, terdapat beberapa fungsi budaya organisasi. Hal ini menunjukkan bagaimana peranan serta kegunaan budaya organisasi :

Menyematkan simbol dan identitas dari setiap anggota, menjadikan jatidiri dari perusahaan diakui sebagai organisasi modern dengan menciptakan produk yang inovatif. jatidiri organisasi mencerminkan simbol dan ciri unik yang dapat memberikan pembedaan dengan organisasi sejenis yang juga mempunyai sifat yang juga berbeda.

Memfasilitasi terbentuknya sebuah komitmen bersama, perusahaan mampu membangun perasaan dari para pekerjanya untuk bangga dapat menjadi bagian dari perusahaan. Anggota organisasi memiliki komitmen kolektif atas tataaturan yang berlaku didalam organisasi yang harus mereka ikuti dan pencapaian tujuan perusahaan.

Berkembangnya stabilitasasi sistem sosial dalam perusahaan sehingga dapat menggambarkan suatu lingkungan kerja yang positif dan diperkuat, adanya konflik yang

terjadi dan perubahan dapat dikelola secara secara tepat. Dengan adanya sebuah kesepakatan kolektif tentang budaya organisasi yang harus laksanakan mampu membuat situasi lingkungan dan interaksi sosial dapat berjalan dengan stabil dan tanpa adanya rintangan.

Membentuk Sikap dan pemikiran dengan membantu para karyawan memahami atas lingkungan kerja mereka. Budaya Organisasi dapat berfungsi sebagai alat untuk menjadikan karyawan berfikir positif dan logis.

### Kinerja

Menurut pendapat dari (Suwatno, 2016), kinerja yang dalam bahasa Inggris disebut sebagai *performance* atau dalam bahasa Indonesia juga disebut dengan unjuk kerja. Lebih lanjut disebutkan bahwa kinerja dapat pula diartikan sebagai prestasi kerja atau juga disebut sebagai pelaksanaan kerja atau hasil dari unjuk kerja.

Menurut buku dari (Siagian, 2015), Pentingnya dari penilaian kinerja dari para karyawan yang didasari atas rasionalitas dan penerapannya yang objektif dalam diri tidak ada subjektivitas atau kecenderungan pribadi penilaian dalam terlihat dari dua macam kepentingan yang mewakilinya, dua kepentingan tersebut adalah kepentingan para pegawai yang dinilai dan juga kepentingan dari organisasi dari tempat karyawan tersebut dinilai.

Menurut pendapat dari Harmani Pasolong dalam buku karangan (Fahmi, 2016) Kinerja memiliki beberapa bagian, seperti berikut :

Hasil kerja merupakan hasil akhir secara perseorangan atau secara institusi, yang artinya kinerja tersebut adalah suatu hasil akhir yang didapatkan secara personal atau grup.

Dalam menjalankan kewajiban, perseorangan atau organisasi diberi kewenangan dan juga tanggung jawab, yang artinya orang atau organisasi diberikan kewenangan dan kekuasaan untuk dipakai, sehingga para pekerjaan bisa bekerja dengan baik

Pekerjaan yang dijalankan wajib berdasarkan aturan resmi dan sesuai ketentuan, artinya dalam menjalankan kewajiban para karyawan atau organisasi tentu wajib mengikuti peraturan yang ditetapkan oleh perusahaan.

Tugas atau pekerjaan yang dijalankan tidak boleh bertentangan dengan aturan dari moral serta etika, yang artinya selain mematuhi peraturan yang berlaku, sudah pasti pekerjaan tersebut haruslah dimulai oleh adanya kesesuaian dengan moral serta etika yang berlaku.

### METODE PENELITIAN

Dalam memaparkan tulisan ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif, dimana penulis mencoba menghubungkan beberapa variabel penelitian yang dipilih yaitu disiplin kerja, Budaya organisasi dan kinerja karyawan.

Adapun dugaan awal dalam tulisan ini adalah adanya hubungan antara disiplin kerja, budaya organisasi dan kinerja karyawan. Dalam perhitungan, penulis menetapkan tingkat signifikansi 5 % dan sample yang dipakai adalah sample jenuh dimana sebanyak 35 orang dari karyawan dari bagian Sumber daya manusia pada PT Kereta Api (cikini) Jakarta dijadikan sebagai sample.

Dalam proses perhitungan statistik penulis menggunakan bantuan dari Microsoft Excel dan aplikasi SPSS Versi 21 dan yang dihitung adalah validitas, reliabilitas, uji normalitas, multikolinieritas, heterokedastisitas, Korelasi, determinasi dan regresi.

Sedangkan hipotesa dari tulisan ini adalah adanya hubungan antara ketiga variabel yang dipakai, yaitu disiplin kerja dan budaya organisasi berhubungan dengan kinerja karyawan.

### PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil perhitungan data awal yakni dalam perhitungan validitas dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 21 maka didapatkan hasil sebagai berikut.

Tabel 1 Validitas disiplin kerja

No	Tabel R	Nilai Hitung	Keterangan
1	0,344	0,685	valid
2	0,344	0,738	valid
3	0,344	0,662	valid
4	0,344	0,684	valid
5	0,344	0,761	valid
6	0,344	0,463	valid

7	0,344	0,703	valid
8	0,344	0,716	valid
9	0,344	0,514	valid
10	0,344	0,615	valid
11	0,344	0,549	valid
12	0,344	0,674	valid

Sumber SPSS Versi 21

Dapat dilihat dari hasil perhitungan yang ada dalam tabel maka dikatakan bahwa semua pertanyaan (item) dinyatakan valid

Dengan menggunakan aplikasi yang sama maka dilanjutkan dengan perhitungan validitas dari variabel budaya organisasi maka didapatkan hasil sebagai berikut

Tabel 2 Validitas Budaya Organisasi

No	Tabel R	Nilai Hitung	Keterangan
1	0,344	0,205	tidak valid
2	0,344	0,458	valid
3	0,344	0,477	valid
4	0,344	0,751	valid
5	0,344	0,678	valid
6	0,344	0,698	valid
7	0,344	0,689	valid
8	0,344	0,719	valid
9	0,344	0,522	valid
10	0,344	0,772	valid
11	0,344	0,452	valid
12	0,344	0,743	valid

Sumber: SPSS Versi 21

Berdasarkan hasil perhitungan validitas atas variabel penelitian budaya organisasi bahwa terdapat satu item tidak valid dan sebelumnya dinyatakan valid.

Selanjutnya dilakukan perhitungan dari variabel kinerja dan hasil dari uji validitas dengan dengan bantuan SPSS versi 21 didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 3 Validitas Kinerja

No	Tabel R	Nilai Hitung	Keterangan
1	0,344	0,732	valid
2	0,344	0,667	valid
3	0,344	0,655	valid

4	0,344	0,656	valid
5	0,344	0,480	valid
6	0,344	0,757	valid
7	0,344	0,503	valid
8	0,344	0,576	valid
9	0,344	0,579	valid
10	0,344	0,207	tidak valid
11	0,344	0,525	valid
12	0,344	0,811	valid

Sumber : SPSS versi 21

Dari hasil perhitungan variabel kinerja didapatkan hasil bahwa terdapat 1 item dinyatakan tidak valid yaitu item nomor 10.

Selanjutnya dalam pengujian perhitungan reabilitas dari ketiga variabel dalam penelitian ini didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4 Reabilitas

Variabel	Reabilitas	Keterangan
Disiplin Kerja	0,865	Tinggi
Budaya Organisasi	0,837	Tinggi
Kinerja	0,828	Tinggi

Sumber SPSS versi 21

Dari hasil perhitungan reabilitas dari ketiga variabel maka didapatkan hasil bahwa semua variabel memiliki tingkat reabilitas yang tinggi.

Langkah selanjutnya adalah melakukan uji klasik. Uji klasik yang dilakukan pertama kali adalah uji Normalitas. Dalam uji normalitas, seperti halnya dalam uji validitas dan uji reabilitas maka perhitungan dilakukan dengan bantuan SPSS dan hasilnya adalah :

Tabel 5 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		35
Normal	Mean	.0000000
Parameters a, b	Std. Deviation	3.01988937
Most Extreme	Absolute	.125
Differences	Positive	.125
	Negative	-.100
Kolmogorov-Smirnov Z		.739

Asymp. Sig. (2-tailed) .645

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

Sumber : SPSS versi 21

Sebaran data dalam penelitian ini memperlihatkan adanya sebaran data yang normal karena dapat terlihat sahil yang nyatakan angka 0,645 atau lebih dari 0,05 pada Symp Sig. dalam hal ini dapat dikatakan bahwap perhitungan dapat dilanjutkan dengan menghitung multikolinier.

Dalam uji multikolinear dengan bantuan SPSS versi 21 didapatkan hasil sebagai berikut.

Tabel 6 Uji Multikolinieritas

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandarized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Beta	Tolerance
(Constant)	21.369	6.427		3.325	.002		
DIS1	.091	.194	.105	.471	.641	.377	2.655
BUKUDA	.494	.200	.550	2.472	.019	.377	2.655

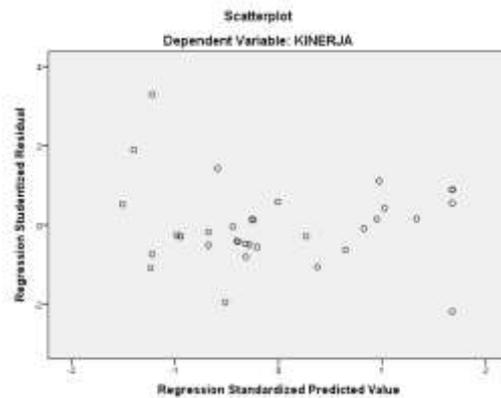
a. Dependent Variable: KINERJA

Sumber SPSS Versi 21

Dari tabel multikolinier diatas dapat dilahat bahwa hasil dari tolerance adalah 0,337 dan VIF adalah 2,655 yang artinya hubungan antara variabel dalam hal ini disiplin kerja, budaya organisasi dan kinerja karyawan tidak ada mutikolinier dan artinya perhitngan dapat dilanjutkan ke perhitungan heterokedaksitas.

Berikutnya dalam perhitungan atau uji heterodekasitas dari ketiga variabel dalam tulisan ini didapatkan hasil sebagai berikut.

Tabel 7 Uji Heterokedaksitas



Sumber SPSS Versi 21

Dari hasil perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa tidak terjdi keraguan atau ketidak akuratan data. Hal ini terlihat dari tidak adanya pola atau pola tidak berbentuk seperti gelombang. Gambar juga tidak berkumpul dan berada diantara titik nol.

Karena dari ektiga uji diatas dinyatakan baik atau tidak ditemukan masalah maka perhitungan beriktunya adalah uji determinasi.

Dari hasl uji determinasi maka didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 8 Uji Korelasi dan Deterimasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.636 <sup>a</sup>	.404	.367	3.113

a. Predictors: (Constant), BUDAYA, DISIPLIN

b. Dependent Variable: KINERJA

Sumber SPSS Versi 21

Dalam uji korelasi dan deterimasi atas ketiga variabel yaitu disiplin kerja, budaya oragnisasi dan kinerja maka didapatkan hasil bahwa terdapat angka 0,636 yang artinya ada

hubungan yang kuat karena ada dalam kisaran 0,60 sampai 0,799.

Hal yang hampir sama dari hasil penelitian yang dilakukan oleh (Harjanti, 2019) dimana terdapat hubungan yang juga baik yaitu sebesar 0,837. Jadi kedua penelitian ini memiliki hasil yang keduanya dikategorikan baik.

Dalam penelitian dengan variabel tiga yang sama dalam penelitian yang dilakukan oleh (Ibrahim, 2020) yang menyatakan bahwa terdapat korelasi yang cukup signifikan diantara ketiga variabel. Didapatkan hasil dengan tingkat 0,808 jadi ketiga penelitian ini memiliki kesamaan yang cukup baik.

Sedangkan dalam uji determinasi didapatkan angka sebesar 0,404 yang artinya kedua variabel independent dalam hal ini variabel disiplin dan budaya organisasi kontribusi sebesar 40 persen terhadap terbentuknya kinerja karyawan dan selebihnya, sekitar 60 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang dalam hal ini tidak dihitung dalam penelitian.

Dalam kesempatan yang berbeda, dengan ketiga variabel yang sama diungkapkan dari hasil penelitian oleh (Putri, Dewi Yolanda & Novi, 2020) didapatkan hasil determinasi sebesar 21,8 persen dan sisanya sebesar 72,8 dipengaruhi oleh variabel yang lain.

Selanjutnya dalam penelitian yang dilakukan oleh (Sularmi, 2019) didapatkan hasil dimana ketiga variabel yang sama memiliki kesamaan yaitu disiplin dan budaya menjadi variabel yang mempengaruhi dan kinerja adalah variabel yang dipengaruhi dan terdapat 52,7 persen kontribusi dari variabel budaya dan disiplin terhadap terjadinya kinerja karyawan.

Tabel 9 Anova

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	210.101	2	105.050	10.841	.000 <sup>b</sup>
Residual	310.071	32	9.690		
Total	520.171	34			

a. Dependent Variable: KINERJA

b. Predictors: (Constant), BUDAYA, DISIPLIN

Sumber SPSS Versi 21

Dari hasil perhitungan dengan bantuan SPSS Versi 21 maka didapatkan dalam uji anova angka sebesar 0,000 dalam Sig yang artinya kedua variabel dalam hal ini budaya organisasi dan disiplin kerja secara nyata memang mempengaruhi variabel kinerja

Tabel 10 Uji Regresi

Model	Coefficients <sup>a</sup>				t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Beta		
	B	Std. Error				
(Constant)	21.369	6.427			3.325	.002
DISIP	.091	.194	.105		.471	.641
LIN						
BUD	.494	.200	.550		2.472	.019
AYA						

a. Dependent Variable: KINERJA

Sumber : SPSS Versi 21

Dari hasil uji Regresi diatas maka ditemukan persamaan baru dalam kasus penulisan ini sebagai berikut :

$$Y = 21.369 + 0,091 + 0,494$$

Dimana bila ada penambahan sebesar 1 satuan pada variabel disiplin akan merubah hasil persamaan menjadi 0,091 dan begitu pula sebaliknya dan pada variabel budaya didapatkan apabila adanya perubahan penambahan sebesar 1 satuan maka akan menambah jumlah persamaan menjadi 0,494.

### PENUTUP

Dari hasil perhitungan data kuisioner yang disebarkan penulis kedalam perusahaan dalam hal ini divisi Sumber Daya Manusia pada PT Kereta Api Daerah Operasi 1, maka didapatkan hasil bahwa terdapat hubungan

yang kuat diantara ketiga variabel yang dipakai dalam penelitian yaitu disiplin kerja, budaya organisasi dan kinerja karyawan. Hal ini terlihat dari angka yang ditampilkan sebesar 0,636.

Lalu dalam perhitungan atau uji determinasi yang dilakukan dengan bantuan dari aplikasi SPSS Versi 21 didapatkan bahwa ada kontribusi dari kedua variabel (budaya organisasi dan disiplin kerja) terhadap terjadinya kinerja karyawan dan didapatkan angka sebenar 40 persen. Selebihnya sebenar 60 persen dipengaruhi oleh variabel lain,

Karena masih besarnya variabel lain yang mempengaruhi kinerja karyawan maka akan lebih baik dilakukan penelitian lanjutan untuk mengetahui variabel apakah itu dan berapa besarnya sehingga perusahaan dapat mempertahankan bahkan meningkatkan angka kinerja karyawan.

#### REFERENSI

- Fahmi, I. (2016). *Perilaku Organisasi*. Bandung: Alfabeta.
- Harjanti, M. & W. F. (2019). Pengaruh Budaya Organisasi, Disiplin Kerja Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil ( Pns ) Pada Balai Besar Wilayah Sungai ( Bbws ) Pemali Juana Semarang Mudji Harjanti \* & Wachid Fuady R \*\* STIE Dharmaputra Semarang Latar Belakang Masalah S. *Ekonomi Manajemen Akutansi*, 48(26), 33–42. <https://ejournal.stiedharmaputra-smg.ac.id/index.php/JEMA/article/view/372>
- Hasibuan, M. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ibrahim, M. & E. (2020). Pengaruh Budaya Organisasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Dap Kinerja Pegawai Di Kantor Desa Timoreng Panua Kecamatan Pan Ca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang. *Praja*, 8(1). <https://jurnal.umsrappang.ac.id/praja/article/view/202>.
- Putri, Dewi Yolanda & Novi, S. (2020). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pada Karyawan PT Aurora World Cianjur. *Manners*, 2(2).
- Robbins, Stephen P & Judge, T. A. (2017). *Perilaku Organisasi* (16th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Siagian, S. P. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sularmi, L. & nur H. (2019). Pengaruh Budaya Organisasi Dan Disiplin Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Mega Perintis Tbk. *Jurnal Ilmiah Sumber Daya Manusia*, 3(1), 125–139, <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JJSDM/article/view/3373>
- Sutrisno, E. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (8th ed.). Jakarta: Kencana.
- Suwatno. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Alfabeta.
- Wibowo. (2016). *Budaya Organisasi* (2nd ed.). Jakarta: Rajagrafindo.

#### BIODATA PENULIS

**Dedy Syahyuni SIP SE MM** (Jakarta,1973) Lulus dari SMAN 8 Jakarta tahun 1992 lalu menyelesaikan jenjang Strata 1 jurusan Adminitrasi Negara dari Faktutas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (Universitas Nasional - Jakarta), Strata 1 Jurusan Manajemen dari Fakultas Ekonomi (Universitas Satyagama – Jakarta), Janjang Strata 2 Magister Manajemen (Universitas Krisnadwipayana – Jakarta). Mulai mengajar di Universitas Bina Sarana Informatika dari tahun 2000 sampai sekarang

## Ease Of Use Dan Trust Terhadap Purchase Intention Melalui Customer Satisfaction Pada Situs Web Tokopedia

Juliana<sup>1</sup>, Themmy Noval<sup>2</sup>, Ira Brunchilda Hubner<sup>3</sup>, Innocentius Bernarto<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Universitas Pelita Harapan, [juliana.stpph@uph.edu](mailto:juliana.stpph@uph.edu)

<sup>2</sup>Pradita Institute, [themmy@gmail.com](mailto:themmy@gmail.com)

<sup>3</sup>Universitas Pelita Harapan, [ira.hubner@uph.edu](mailto:ira.hubner@uph.edu)

<sup>4</sup>Universitas Pelita Harapan, [bernarto227@gmail.com](mailto:bernarto227@gmail.com)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis variabel *ease of use* merupakan prediktor positif atas *purchase intention*, untuk menganalisis variabel *ease of use* merupakan prediktor positif atas *customer satisfaction*, untuk menganalisis apakah *trust* merupakan prediktor positif atas *purchase intention*, untuk menganalisis apakah *trust* merupakan prediktor positif atas *customer satisfaction* serta untuk menganalisis apakah *customer satisfaction* merupakan prediktor positif atas *purchase intention*. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna situs web atau aplikasi tokopedia di Indonesia. Mengingat banyaknya pengguna situs web atau aplikasi tokopedia maka peneliti mengambil sampel dari populasi untuk dijadikan responden dalam penelitian. Sampel penelitian ini dikumpulkan dari pelanggan yang menggunakan situs web atau aplikasi Tokopedia dan berdomisili di daerah Jabodetabek. Pengujian hipotesis dilakukan dengan data utama sebanyak 300 responden. Teknik dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling*. Jenis *probability sampling* yang digunakan adalah metode *simple random sampling*. Analisis statistik dengan pendekatan *partial least square-structural equation modeling* (PLS-SEM) untuk mengukur variabel independen merupakan prediktor positif dan signifikan atas variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh hipotesis tidak ditolak. Implikasi penelitian menitikberatkan pada fungsi nyata dari hasil penelitian untuk memberikan referensi tambahan dalam menetapkan peran *customer satisfaction* sebagai pemediasi *trust* dan *ease of use* dengan *purchase intention* pada situs web Tokopedia

Kata Kunci : *ease of use, trust, purchase intention, customer satisfaction*

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the ease of use variable which is a positive predictor of purchase intention, to analyze the ease of use variable is a positive predictor of customer satisfaction, to analyze whether trust is a positive predictor of purchase intention, to analyze whether trust is a positive predictor of customer satisfaction. and to analyze whether customer satisfaction is a positive predictor of purchase intention. The population used in this study were all users of the Tokopedia website or application in Indonesia. Given the large number of users of the Tokopedia website or application, the researchers took a sample from the population to become respondents in the study. This research sample was collected from customers who use the Tokopedia website or application and live in the Jabodetabek area. Hypothesis testing is done with the main data of 300 respondents. The sampling technique used in this study was probability sampling. The type of probability sampling used is the simple random sampling method. Statistical analysis using the partial least square-structural equation modeling (PLS-SEM) approach to measure the independent variable is a positive and significant predictor of the dependent variable. The results showed that all hypotheses were not*

*rejected. The research implication focuses on the real function of the research results to provide additional references in determining the role of customer satisfaction as a mediator of trust and ease of use with purchase intention on the Tokopedia website*

*Keywords: ease of use, trust, purchase intention, customer satisfaction*

*Naskah diterima : 27-08-2020, Naskah direvisi : 17-02-2020 Naskah dipublikasikan : 01-09-2020*

### **PENDAHULUAN**

Seiring berjalannya waktu, teknologi dan internet sudah semakin berkembang dan menjadi salah satu alat atau media yang digunakan untuk berbagai keperluan dan kebutuhan. Salah satu contoh dari penggunaan teknologi yang dilengkapi dengan manfaat *internet* adalah *e-commerce*. *E-Commerce* mengacu kepada pemrosesan transaksi, seperti membeli dan menjual produk dan layanan melalui jaringan computer seperti internet. *E-Commerce* tidak hanya memperhatikan fungsi membeli dan menjual barang dan layanan secara online, akan tetapi juga memfasilitasi keseluruhan proses pembelian dan penjualan baik untuk penjual maupun pembeli. Secara umum, *e-commerce* adalah aktivitas bisnis yang beroperasi melalui media elektronik seperti internet.

Pertumbuhan *e-commerce* memiliki banyak keunggulan dibandingkan toko tradisional, termasuk fleksibilitas yang lebih tinggi, jangkauan pasar yang lebih luas dan baik, struktur biaya yang lebih rendah, transaksi lebih cepat, lini produk yang lebih luas, kenyamanan yang lebih besar, dan kustomisasi (Nisar & Prabhakar, 2017). Menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet sebagian besar memiliki dan menggunakan aplikasi atau konten jejaring sosial sebesar 87,4%, kedua adalah searching 68,7% ketiga instan messaging 59,9%, keempat mencari berita terkini 59,7%, dan kelima mendownload dan meng-upload video 27,3%. Ditinjau dari jenis situs yang digunakan untuk berjualan online, 64,9% menggunakan jejaring sosial, 22,9% messenger, 14,4% komunitas online, 5,7% blog toko online, 2,3% website toko online, dan 1,5% mailist (Hidayat & Kristiana, 2016) Sebanyak 62 juta orang

menggunakan media sosial, dan sekitar 4,6 juta konsumen di Indonesia yang menggunakan internet secara aktif untuk bertransaksi atau berbelanja. Teknologi digital telah mengubah cara manusia dalam berbicara, berkomunikasi, bertindak dan mengambil keputusan. *Digital marketing* merupakan salah satu media pemasaran yang satu ini sedang banyak diminati oleh masyarakat untuk mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan. Masyarakat sedikit demi sedikit mulai meninggalkan model pemasaran konvensional atau tradisional dan beralih ke pemasaran *modern* yaitu *digital marketing*. *Digital marketing* merupakan kegiatan *marketing* termasuk branding yang menggunakan media berbasis *web* seperti *blog*, *website*, *e-mail*, *adwords* ataupun jejaring sosial. Tentu saja *digital marketing* bukan hanya berbicara mengenai *internet marketing* (Pradiani, 2018)

Pemahaman oleh (Laudon, K., dan Laudon, 2013) *e-commerce* yaitu media perdagangan elektronik yang memiliki sifat-sifat tertentu. Berdasarkan sifat penggunaannya, *e-commerce* dapat dibagi menjadi beberapa tipe, yaitu *business-to-business (B2B)*, *business-to-consumer (B2C)*, *consumer-to-consumer (C2C)*. Dengan masuknya perkembangan digital di Indonesia membuat hampir seluruh sector industry menggunakan internet untuk dapat menjadi sumber penyebaran informasi ditambah 50 persen penduduk Indonesia yang menggunakan internet menjadi keuntungan untuk masyarakat Indonesia memanfaatkan fasilitas dan memulai bisnis yang berbasis internet atau *e-commerce*. Perantara berbasis online (internet) seperti Lazada, Tokopedia, Shopee, Buka Lapak, JD.id dan lain sebagainya, membantu mengurangi beban biaya yang harus dikeluarkan untuk

kegiatan pemasaran atau promosi. Tokopedia merupakan salah satu *marketplace online* terbesar di Indonesia yang membantu pengguna internet dalam melakukan transaksi jual beli *online*. Tokopedia menduduki peringkat ke-3 sebagai situs *e-commerce* terbaik di Indonesia. Tokopedia merupakan toko *online* yang menawarkan segudang fitur serta layanan cepat yang memengaruhi kemudahan penggunaan aplikasi terhadap niat beli pada konsumen di Tokopedia. Niat beli pada konsumen Tokopedia juga tidak terlepas kemudahan dalam melakukan akses serta privasi yang tinggi yang merupakan bagian dari kualitas *website* yang dimiliki Tokopedia.

Tokopedia juga menerapkan *review* atau ulasan yang bertujuan untuk memberikan berupa pengalaman atau kesan pembelian oleh konsumen setelah melakukan *purchase* di Tokopedia. Niat beli secara *online* merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen *online* melalui rencana konsumen dengan kecenderungan untuk membeli suatu produk melalui internet atau mengambil tindakan sebelum keputusan membeli benar-benar dilakukan. Dengan ratusan ribu pilihan produk tersedia dari berbagai kategori yaitu kesehatan dan kecantikan, peralatan rumah tangga, elektronik, *handphone* dan masih banyak lagi. Terdapat banyak faktor yang memengaruhi niat beli konsumen terhadap toko online Tokopedia seperti *brand image*, *price*, *trust* dan *value*.

Kepercayaan juga menjadi salah satu faktor yang menentukan keputusan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian (Kooli et al., 2014). Penyebab konsumen cenderung tidak melakukan belanja melalui aplikasi atau situs web adalah kesusahan dalam navigasi halaman dan kepercayaan. Harapan konsumen harus terpenuhi agar konsumen merasa puas dan kepuasan dapat meningkatkan niat pembelian. Penelitian ini juga didukung oleh (Eid, 2011) yang menguji secara empiris kepercayaan pelanggan, kepuasan dan sikap loyalitas pelanggan

B2C di Arab Saudi dan sangat dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan tetapi lemah dipengaruhi oleh kepercayaan pelanggan. Peneliti yang lain adalah (Amin et al., 2014) di mana penelitiannya bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan terhadap kepuasan konsumen dengan kepercayaan sebagai mediasi. Penelitian yang dilaksanakan oleh (Kirwadi, 2016) menyatakan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *purchase intention*, serta *trust* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *purchase intention*. Penelitian yang dilakukan oleh (Julianto, 2012) menyatakan bahwa *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *purchase intention*. Serta penelitian dilakukan oleh (Vinjeng Purnama Putri, 2019) menyatakan bahwa *trust* dan *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *repurchase intention*. Penelitian dilakukan oleh (Banjarnahor, 2018) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara *customer satisfaction* dengan *purchase intention*. Tingginya niat beli masyarakat Indonesia mendorong *e-commerce* tumbuh semakin pesat untuk menyediakan layanan yang diinginkan konsumen. Penelitian ini membahas niat beli masyarakat melalui situs web Tokopedia yang dipilih sebagai situs yang sering dikunjungi oleh konsumen dalam pemesanan online. Rumusan masalah penelitian meliputi apakah *ease of use* merupakan prediktor yang positif dan signifikan atas *purchase intention* pada situs web Tokopedia? , apakah *ease of use* merupakan prediktor yang positif dan signifikan atas *customer satisfaction* pada situs web Tokopedia?, apakah *trust* merupakan prediktor yang positif dan signifikan atas *purchase intention* pada situs web Tokopedia?, apakah *trust* merupakan prediktor yang positif dan signifikan atas *purchase intention* pada situs web Tokopedia?, apakah *customer satisfaction* merupakan prediktor yang positif dan signifikan atas *purchase intention* pada

situs web Tokopedia? Tujuan penelitian untuk menganalisis apakah *ease of use* merupakan prediktor yang positif dan signifikan atas *purchase intention* pada situs web Tokopedia, untuk menganalisis apakah *ease of use* merupakan prediktor yang positif dan signifikan atas *customer satisfaction* pada situs web Tokopedia, untuk menganalisis apakah *trust* merupakan prediktor yang positif dan signifikan atas *purchase intention* pada situs web Tokopedia, untuk menganalisis apakah *trust* merupakan prediktor yang positif dan signifikan atas *purchase intention* pada situs web Tokopedia, untuk menganalisis apakah *customer satisfaction* merupakan prediktor yang positif dan signifikan atas *purchase intention* pada situs web Tokopedia?

### KAJIAN LITERATUR

*Theory of Reasoned Action (TRA)* dikembangkan untuk lebih memahami hubungan antara sikap, niat, dan perilaku. TRA mengasumsikan bahwa penentu perilaku langsung yang paling penting adalah niat perilaku. Keberhasilan teori dalam menjelaskan perilaku bergantung pada sejauh mana perilaku berada di bawah kontrol kesusilaan, artinya individu dapat menggunakan kontrol tingkat tinggi atas perilaku tersebut (Montano, D. E., & Kasprzyk, 2015) Penelitian dilakukan oleh (Amaro, Suzanne & Duarte, 2015) PBC diuraikan menjadi dua komponen yaitu *self-efficacy* yang didefinisikan sebagai penilaian dari konsumen atas kemampuan konsumen sendiri untuk belanja secara online dan *controllability* yang didefinisikan sebagai penilaian individu tentang ketersediaan sumber daya dan kesempatan untuk belanja online. Penelitian oleh (Bukhari, S. M. F., Ghoneim, A., Dennis, C., & Jamjoom, 2013) menyatakan bahwa terdapat sembilan konstruk dalam mengukur kepuasan konsumen dan niat untuk membeli tiket dari situs web yang meliputi *information quality, system quality, perceived usefulness, perceived ease of use, e-trust, airline reputation,*

*price perception, e-satisfaction and intention to purchase.* *Ease of Use* menurut (Tandon et al., 2016) menyatakan *ease of use* terhadap belanja online mengacu kepada sejauh mana pemahaman, pembelajaran dan pengoperasian sistem atau teknologi tertentu bebas dari usaha fisik dan mental.

Penelitian menurut (Sin et al., 2012) *ease of use* adalah derajat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha. Menurut (Rodrigues, L. F., Oliveira, A., & Costa, 2016) *ease of use* didefinisikan sebagai sejauh mana pengguna percaya bahwa menggunakan sistem informasi akan bebas dari kesusahan. Penelitian oleh (Ozturk, A. B., Bilgihan, A., Nusair, K., & Okumus, 2016) *ease of use* didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan sistem tertentu bebas dari kesusahan seperti mudah dipahami atau digunakan. Dari pemahaman di atas, dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan adalah suatu istilah yang dapat dipahami dan digunakan dengan mudah untuk suatu teknologi yang masih asing atau baru agar konsumen tidak merasa kesulitan dalam menggunakannya.

*Trust* menurut (Choon Ling, K., Bin Daud, D., Hoi Piew, T., Keoy, K. H., & Hassan, 2011; Martínez, P., & del Bosque, 2013 ; Oliveira et al., 2017; Xu, J., Cenfetelli, R.T., & Aquino, 2016) menyatakan *trust/kepercayaan* terbentuk ketika konsumen mempunyai kepercayaan bahwa mitra transaksi akan berperilaku baik dan dengan cara yang baik, walaupun penerimaan kepercayaan melibatkan pengambilan risiko tertentu sehingga kepentingan jangka panjang konsumen akan dilayani. *Trust* merupakan suatu keyakinan dari konsumen terhadap suatu barang atau jasa yang diberikan atau diterima. Pemahaman menurut (McKecnie et al., 2011) variabel *customer satisfaction* diukur dengan empat dimensi yakni

*overall* (secara keseluruhan) *right choice* (pilihan yang tepat) *meet expectations* (memenuhi harapan) dan *delighted* (sangat senang).

Pemahaman menurut (Abd-El-Salam, E. M., Shawky, A. Y., & El-Nahas, 2013) *customer satisfaction* telah muncul sebagai salah satu alat yang paling ampuh untuk mempertahankan keunggulan kompetitif bagi kesuksesan bisnis dan kelangsungan hidup saat ini, melalui kualitas layanan yang baik.

Beberapa pemahaman menurut (Abd-El-Salam, E. M., Shawky, A. Y., & El-Nahas, 2013; Jiang & Zhang, 2016; Orel, F. D., & Kara, 2014; Pham & Ahammad, 2017; Rashid, I. M. A., Abdullah, M. F. S., Yusuf, B. N. M., & Shaari, 2016; Taufiqurrahman, 2015) *customer satisfaction* merupakan sejauh mana kinerja yang dirasakan produk sesuai dengan harapan pembeli dan sebagai perbandingan pembeli secara berulang dan biaya pembelian sehubungan dengan konsekuensi yang diantisipasi. Menurut (Qureshi, M. N. Z., & Bhatt, 2015) *customer satisfaction* menunjukkan kemampuan penyedia layanan memberikan kepuasan sesuai dengan harapan pembeli. Dari seluruh pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu penilaian pelanggan terhadap produk atau pelayanan yang telah memberikan tingkat kenikmatan seperti yang diharapkan.

Menurut (Platon, O. E., Iosub, I., & Ditoiu, 2014) menyatakan model AIDA merupakan unsur *purchase intention* tetapi dalam masalah penelitian ini berhubungan dengan internet dan sosial media, dimana ditambahkan satu unsur yakni *tell* sehingga ditetapkan model AIDAT (*Attention, Interest, Desire, Action, Tell*)

Pengertian oleh (Mirabi, V., Akbariyeh, H., & Tahmasebifard, 2015; Wang, Y. H., & Tsai, 2014) *purchase intention* merupakan situasi /kemungkinan yang ada di sisi konsumen dimana konsumen cenderung membeli produk tertentu dalam kondisi tertentu.

Dari pemahaman di atas maka *purchase intention* merupakan keinginan atau hasrat untuk memenuhi kebutuhan dengan membeli objek tersebut, di mana ada suatu perasaan tertarik terhadap objek tersebut, dan untuk mendapatkannya konsumen rela menghabiskan sejumlah uang.

### ***Ease of Use* dengan *Customer Satisfaction***

Menurut (Amin et al., 2014; Pham & Ahammad, 2017) menyatakan bahwa *Ease of Use* mempunyai pengaruh positif terhadap *customer satisfaction*. Situs ritel yang berperforma buruk tidak memenuhi harapan konsumen untuk kenyamanan, sehingga pelanggan sudah pasti tidak puas dengan waktu berbelanja di situs web tersebut. Keramahan dan situs web yang mudah digunakan dapat membuat pelanggan puas dalam berbelanja.

Kemudahan penggunaan dianggap sebagai faktor penting bagi pengembangan perdagangan elektronik. Pencarian produk dan informasi produk adalah dua atribut penting untuk menghasilkan peringkat positif dari ritel online. Pelanggan yang tidak merasa kesusahan dalam pencarian produk dan informasi dapat meningkatkan kepuasan dalam belanja.

### ***Ease of Use* dengan *Purchase Intention***

Penelitian oleh (Sin et al., 2012; Law, M., Kwok, R.C., & Ng, 2016; Wu & Ke, 2015) mengungkapkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian. Pelanggan cenderung membeli secara online melalui media sosial jika proses penggunaan media sosial dalam hal pemesanan dan pengiriman produk atau layanan sederhana dan mudah dimengerti. Jika situs media sosial sulit dinavigasi dan rumit, maka pelanggan membutuhkan banyak waktu dan usaha untuk belajar sehingga mungkin konsumen menjadi tidak nyaman dan bisa menyebabkan frustrasi. Jika pengguna pelanggan dapat mengunjungi halaman web dengan mudah, maka

pelanggan akan memiliki niat yang lebih tinggi untuk membeli secara online. Orang yang tidak memerlukan usaha tambahan dalam menggunakan teknologi tertentu akan meningkatkan niat pembelian dalam belanja online.

### **Trust dengan Customer Satisfaction**

Studi menurut (Martínez, P., & del Bosque, 2013; Pappas et al., 2014; Tahir Jan & Abdullah, 2014) mengemukakan bahwa kepercayaan dan kepuasan sangat erat kaitannya satu sama lain. Seseorang dapat membangun kepercayaan dalam sebuah organisasi berdasarkan kata-kata positif dari mulut ke mulut, periklanan, dan jenis komunikasi lainnya. Hal ini akan memberi pengaruh positif terhadap penilaiannya terhadap organisasi tersebut. Oleh karena itu, kepercayaan terhadap suatu organisasi akan menciptakan sikap positif dan meningkatkan kepuasan. Kepercayaan dianggap penting di sektor jasa, terutama bila teknologi digunakan terutama untuk berinteraksi dengan pelanggan. menemukan hubungan positif yang signifikan antara kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Dapat disimpulkan kepercayaan adalah prediktor terkuat dari kepuasan pelanggan.

### **Trust dengan Purchase intention**

Penelitian oleh (Choon Ling, K., Bin Daud, D., Hoi Piew, T., Keoy, K. H., & Hassan, 2011; Lien, C. H., Wen, M. J., Huang, L. C., & Wu, 2015) menemukan bahwa kepercayaan merupakan faktor penting dalam memengaruhi niat beli. Ketika konsumen memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi kepada penjual, maka konsumen akan memperoleh tingkat minat beli yang lebih tinggi.

Komitmen dan kepercayaan secara signifikan memoderasi hubungan antara niat pembelian konsumen dan perilaku

belanja internet juga memiliki pengaruh langsung pada perilaku belanja online..

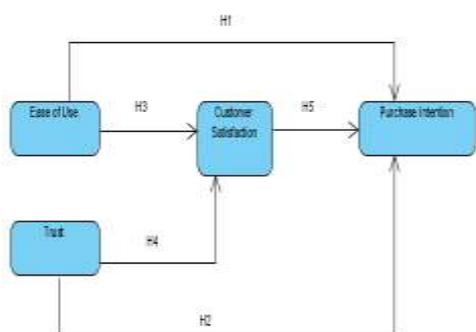
### **Customer satisfaction dengan Purchase intention**

Penelitian menurut (Alavi et al., 2016; Ali, F., & Ali, 2016; Herrera & Blanco, 2011) menganggap kepuasan pelanggan sebagai penilaian terhadap suatu produk, fitur layanan atau produk atau layanan itu sendiri berdasarkan pengalaman interaksi pelanggan. Kepuasan pelanggan bukan akhir, melainkan sarana untuk mencapai tujuan, termasuk niat dan loyalitas pembelian pelanggan. Hubungan antara kepuasan dan niat pelanggan telah mendapat banyak perhatian dalam berbagai konteks bisnis *offline* maupun *online*.

### **Hasil Penelitian Relevan**

Penelitian oleh (Amin, M., Rezaei, S., & Abolghasemi, 2014) Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara PEOU, PU dan *mobile users' satisfaction*. PU secara positif terkait dengan *trust* dan *mobile users' satisfaction*. Selain itu, *trust* berpengaruh positif terhadap *mobile users' satisfaction*.

Penelitian menurut (Sin et al., 2012) hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived usefulness* merupakan faktor yang paling dominan mempengaruhi niat pembelian online konsumen muda melalui media sosial, diikuti oleh kemudahan penggunaan dan norma subjektif. Penelitian oleh (Suki, 2011) menunjukkan *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, *brand image* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, kepuasan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan, sedangkan *ease of use*, *usefulness*, *customisation*, dan *interactivity* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.



Gambar 2. Rerangka pemikiran  
 Sumber: Hasil Olahan Data (2020)

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu yang dikemukakan di atas, maka dibuat hipotesis sebagai berikut:

H1: *Ease of Use* merupakan prediktor yang positif dan signifikan atas *purchase intention*

H2: *Trust* merupakan prediktor yang positif dan signifikan atas *purchase intention*

H3: *Ease of Use* merupakan prediktor yang positif atas *customer satisfaction*

H4: *Trust* merupakan prediktor yang positif atas *customer satisfaction*

H5: *Customer satisfaction* merupakan prediktor yang positif atas *purchase intention*

**METODE PENELITIAN**

Sebelum memulai penelitian dan membangun rumusan masalah telah dilakukan pretest awal terhadap pengguna situs web Tokopedia dan jumlah responden untuk *pre-testing* adalah sebesar 50 responden, hasil yang didapat dari pretest tersebut menyatakan semua pertanyaan yang akan digunakan bersifat valid dan dapat digunakan sebagai kuesioner dalam penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat asosiatif menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan variabel independennya *trust* dan *ease of use* serta variabel dependennya *purchase intention*, variabel mediasi *customer satisfaction* menggunakan pendekatan

*partial least square-structural equation modeling (PLS-SEM)*. Penelitian di mulai dari mengumpulkan, mengukur dan menganalisa data dengan populasi merujuk seluruh konsumen yang pernah menggunakan situs web Tokopedia atau aplikasi tokopedia di Indonesia yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *probability sampling* dengan jenis metode *simple random sampling* jumlah responden adalah sebanyak 300 orang. Dalam penelitian ini dilaksanakan pengujian validitas dan reliabilitas dilaksanakan sebelum mengevaluasi model penelitian ini.. Uji validitas dengan melihat *average variance extracted (AVE)* dan *factor loadings (outer loadings)*. Nilai minimal yang harus didapatkan untuk AVE dan outer loadings masing-masing sebesar 0,5 dan 0,7 (Hair et al., 2014) dilanjutkan dengan *discriminant analysis* dimana yang harus diperhatikan mengikuti kriteria dari Farnel Larcker dimana nilai akar AVE harus lebih besar dari nilai korelasi antara konstruk (Hair et al., 2014)

**PEMBAHASAN**

Hasil pengolahan data memperlihatkan bahwa seluruh instrument penelitian dinyatakan valid. Hasil perhitungan memperlihatkan bahwa nilai AVE 0.567 sampai 0.620. Untuk nilai factor loadings atau outer loadings yakni 0.510 hingga 0.865 dimana nilai outer loadings antara 0.4 hingga 0.7 dapat dipertahankan sepanjang dapat meningkatkan nilai AVE (Hair et al., 2014) . Kemudian uji reliabilitas dilaksanakan dengan memperhatikan rekomendasi dari (Ghozali, 2017) dengan menghitung *composite reliability* dimana hasil yang didapatkan antara 0.866 sampai 0.907 dan memenuhi persyaratan yang minimalnya 0.7 (Hair et al., 2014)

Tabel 2 Model Pengukuran

Konstruk dan Item	Cronbach's alpha	CR	AVE
PI	0.877	0.907	0.620
CS	0.842	0.886	0.567

EOU	0.836 0.807	0.884	0.60 4
TR	0.807	0.866	0.571

Sumber : Hasil Olahan Data (2020)

Selanjutnya Tabel 3 menyatakan bahwa uji validitas diskriminan telah terpenuhi yaitu nilai akar AVE lebih besar dari pada nilai korelasi antar variabel.

Tabel 3. Kriteria Fornel-Larcker

	CS	EOU	PI	TR
CS	0.753			
EOU	0.552	0.777		
PI	0.636	0.634	0.787	
TR	0.518	0.312	0.495	0.756

Sumber : Hasil Olahan Data (2020)

### Model Struktural

Tahap model structural dengan menghitung  $R^2$ , uji *collinearity* serta uji hipotesis. Semakin besar nilai  $R^2$ , maka semakin bagus prediksi konstruk eksogen terhadap konstruk endogen.

Tabel 4 menerangkan bahwa konstruk customer satisfaction sebesar 43.7% dan 56.3% dijelaskan variabel lainnya serta purchase intention sebesar 55.3% dan 44.7% dijelaskan variabel lainnya yang tidak termasuk dalam model penelitian.

Tabel 4. Pengujian  $R^2$

	$R^2$	Adjusted $R^2$
CS	0.437	0.432
PI	0.553	0.548

Sumber : Hasil Olahan Data (2020)

Pengujian berikutnya adalah mengenai uji collinerarity yaitu untuk menganalisis apakah model penelitian mempunyai kecenderungan *collinearity*. Batas nilai VIF lebih dari 5.0, maka terdapat kecenderungan *collinearity* (Hair et al., 2014) Tabel 5 memperlihatkan bahwa nilai VIF pada model di bawah 5.0 sehingga disimpulkan bahwa tidak terdapat *collinearity* pada model

Tabel 5. Pengujian *Collinearity*

	CS	PI
CS		1.775
EOU	1.108	1.439

TR	1.108	1.369
----	-------	-------

Sumber : Hasil Olahan Data (2020)

Selanjutnya pengujian hipotesis dilakukan untuk menganalisis pengaruh antar konstruk didukung atau tidak didukung. Pengujian hipotesis dengan memperhatikan  $t_{tabel}$  sebesar 1.653 (tingkat signifikansi=5%). Hipotesis adalah hipotesis berarah. Maka pengujian dilakukan dengan *one-tailed test*. Jika nilai  $t_{hitung}$  lebih dari 1.65 maka disimpulkan bahwa hipotesis didukung. Tabel 6 memperlihatkan bahwa seluruh hipotesis diterima

Tabel 6. Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Koefisise n Jalur	$t_{hitung}$	Keputusa n
H1 : <i>Ease of Use</i> merupakan prediktor yang positif dan signifikan atas <i>purchase intention</i>	0.531	10.420	Diterima
H2 : <i>Ease of Use</i> merupakan predictor positif dan signifikan atas <i>customer satisfactio n</i>	0.432	7.893	Diterima
H3 : <i>Trust</i> merupakan predictor positif dan signifikan atas <i>purchase intention</i>	0.330	7.987	Diterima
H4: <i>Trust</i> merupakan predictor positif dan signifikan atas <i>Customer Satisfactio n</i>	0.383	6.668	Diterima

H5 :	0.307	5.771	Diterima
<i>Customer satisfaction</i> <i>n</i>			
merupakan predictor positif dan signifikan atas <i>purchase intention</i>			

Sumber : Hasil Olahan Data (2020)

Hasil pengujian hipotesis pertama *ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* adalah hipotesis diterima dan hasil ini sejalan dengan penelitian (Sin et al., 2012) Hasil pengujian hipotesis kedua *ease of use* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *customer satisfaction* adalah hipotesis diterima dan hasil ini sejalan dengan penelitian (Pham & Ahammad, 2017) . Hasil pengujian hipotesis ketiga *trust* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *purchase intention* adalah hipotesis diterima dan hasil ini sejalan dengan penelitian (Choon Ling, K., Bin Daud, D., Hoi Piew, T., Keoy, K. H., & Hassan, 2011), (Lien, C. H., Wen, M. J., Huang, L. C., & Wu, 2015), (Rehman et al., 2019). Hasil pengujian hipotesis keempat *trust* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *customer satisfaction* adalah hipotesis diterima dan hasil ini sejalan dengan penelitian (Martínez, P., & del Bosque, 2013), (Pappas et al., 2014), (Tahir Jan & Abdullah, 2014). Hasil pengujian hipotesis kelima *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* adalah hipotesis diterima dan hasil ini sejalan dengan penelitian (Ali, F., & Ali, 2016), (Alavi et al., 2016), (Herrera & Blanco, 2011), (Bukhari, S. M. F., Ghoneim, A., Dennis, C., & Jamjoom, 2013)

### PENUTUP

Berdasarkan penelitian dan analisis serta pengujian hipotesis disimpulkan bahwa *ease of use* merupakan predictor positif

dan signifikan atas *purchase intention*, *ease of use* merupakan predictor positif dan signifikan atas *customer satisfaction* *trust* merupakan predictor positif dan signifikan atas *purchase intention* serta *trust* merupakan predictor positif dan signifikan atas *customer satisfaction* serta *customer satisfaction* merupakan predictor positif dan signifikan atas *purchase intention* dengan demikian seluruh hipotesis tidak ditolak. Melalui hasil dari penelitian ini, disimpulkan bahwa factor kemudahan dalam penggunaan serta kepercayaan memiliki pengaruh yang tinggi terhadap pengguna aplikasi tokopedia, dimana kepercayaan seperti keamanan baik data maupun informasi pelanggan yang bersifat rahasia terjamin dalam aplikasi tokopedia. Kepuasan terjadi setelah kedua faktor diatas terpenuhi, dapat disimpulkan bahwa kepuasan masih bersifat relatif diantara pengguna karena masih banyak factor penentu lainnya yang berpengaruh terhadap kepuasan seperti kecepatan data dan internet. Untuk kemudahan penggunaan, Tokopedia diharapkan dapat terus melakukan pembenahan sistem database yang sudah ada sehingga penggunaannya tidak merasa kesulitan dan tidak perlu menunggu lebih lama untuk proses transaksi di Tokopedia. Implikasi dalam penelitian bahwa responden menyatakan *ease of use* yang baik terkait pada pernyataan responden tentang kemudahan penggunaan situs web Tokopedia, Saran untuk peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel penelitian lainnya serta dapat menggunakan analisis *statistic covariance based structural equation modeling* yang dapat menguji kelayakan model penelitian.

### REFERENSI

Abd-El-Salam, E. M., Shawky, A. Y., & El-Nahas, T. (2013). *The impact of corporate image and reputation on service quality, customer satisfaction and customer loyalty: testing the mediating role. Case*

- analysis in an international service company.*
- Alavi, S. A., Rezaei, S., Valaei, N., & Wan Ismail, W. K. (2016). Examining shopping mall consumer decision-making styles, satisfaction and purchase intention. *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 26(3), 272–303. <https://doi.org/10.1080/09593969.2015.1096808>
- Ali, F., & Ali, F. (2016). Hotel website quality, perceived flow, customer satisfaction and purchase intention. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 7 (2), 213–228. <https://doi.org/10.1108/JHTT-02-2016-0010>
- Amaro, Suzanne & Duarte, P. (2015). An integrative model of consumers' intentions to purchase travel online. *Tourism Management*, 46.
- Amin, M., Rezaei, S., & Abolghasemi, M. (2014). User satisfaction with mobile websites: the impact of perceived usefulness (PU), perceived ease of use (PEOU) and trust. *Nankai Business Review International*, 5(3), 258-274.
- Amin, M., Rezaei, S., & Abolghasemi, M. (2014). User satisfaction with mobile websites: the impact of perceived usefulness (PU), perceived ease of use (PEOU) and trust. *Nankai Business Review International*. <https://doi.org/10.1108/NBRI-01-2014-0005>
- Banjarnahor, J. (2018). Anteseden Customer Satisfaction Dan Dampaknya Pada Purchase Intention. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 10(1), 141. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v10i1.1680>
- Bukhari, S. M. F., Ghoneim, A., Dennis, C., & Jamjoom, B. (2013). The antecedents of travellers' e-satisfaction and intention to buy airline tickets online: A conceptual model. *Journal of Enterprise Information Management*, 26(6), 624–641.
- Choon Ling, K., Bin Daud, D., Hoi Piew, T., Keoy, K. H., & Hassan, P. (2011). Perceived Risk, Perceived Technology, Online Trust for the Online Purchase Intention in Malaysia. *International Journal of Business and Management*, 6(6), 167–182. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v6n6p167>
- Eid, M. I. (2011). Determinants Of E-Commerce Customer Satisfaction, Trust, And Loyalty In Saudi Arabia. *Journal Of Electronic Commerce Research*, 12 (1), 78–93.
- Ghozali, I. (2017). Model Persamaan Struktural. Konsep dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24.0. Update Bayesian SEM. In *Model Persamaan Struktural. Konsep dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24. Update Bayesian SEM*. <https://doi.org/10.1016/j.ando.2009.02.007>
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. In *European Business Review*. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Herrera, C. F., & Blanco, C. F. (2011). Consequences of consumer trust in PDO food products: The role of familiarity. *Journal of Product and Brand Management*, 20(4), 282–296. <https://doi.org/10.1108/1061042111148306>
- Hidayat, A. S., & Kristiana, I. F. (2016). Hubungan Antara Kecerdasan Emosional Dengan Intensi Bermedia Sosial Pada Siswa Sma Negeri 11 Semarang. *Empati*, 5(4), 694–699.
- Jiang, H., & Zhang, Y. (2016). An investigation of service quality,

- customer satisfaction and loyalty in China's airline market. *Journal of Air Transport Management*. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2016.07.008>
- Julianto, S. (2012). Pengaruh Perceived Risk dan Customer Satisfaction terhadap Purchase Intention dan Intention to Revisit pada Gramedia Online Surabaya. *Widya Mandala Catholic University Surabaya*, 3(September), 1–8.
- Kirwadi. (2016). *Pengaruh Perceived Ease of Use Perceived Usefulness*. 6.
- Kooli, K., Mansour, K. Ben, & Utama, R. (2014). Determinants of online trust and their impact on online purchase intention. *International Journal of Technology Marketing*, 9(3), 305. <https://doi.org/10.1504/ijtmkt.2014.063858>
- Kundu, S., & Datta, S. K. (2015). Impact of trust on the relationship of e-service quality and customer satisfaction. *EuroMed Journal of Business*, 10(1), 21–46.
- Laudon, K., dan Laudon, J. (2013). *Management Information Systems* (Internatio). Pearson Higher Education.
- Lien, C. H., Wen, M. J., Huang, L. C., & Wu, K. L. (2015). Online hotel booking: The effects of brand image, price, trust and value on purchase intentions. *Asia Pacific Management Review*, 20(4), 210–218.
- Martínez, P., & del Bosque, I. R. (2013). CSR and customer loyalty: The roles of trust, customer identification with the company and satisfaction. *International Journal of Hospitality Management*, 35, 89–99. <https://doi.org/10.3390/su8080815>
- McKecnie, S., Ganguli, S., & Roy, S. K. (2011). Generic technology-based service quality dimensions in banking: Impact on customer satisfaction and loyalty. *International Journal of Bank Marketing*. <https://doi.org/10.1108/0265232111107648>
- Mirabi, V., Akbariyeh, H., & Tahmasebifard, H. (2015). A study of factors affecting on customers purchase intention. *Journal of Multidisciplinary Engineering Science and Technology (JMEST)*, 2(1), 267–273.
- Montano, D. E., & Kasprzyk, D. (2015). *Theory of reasoned action, theory of planned behavior, and the integrated behavioral model. Health behavior: Theory, research and practice*, 4, 67–96.
- Nisar, T. M., & Prabhakar, G. (2017). What factors determine e-satisfaction and consumer spending in e-commerce retailing? *Journal of Retailing and Consumer Services*, 39(July), 135–144. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.07.010>
- Oliveira, T., Alinho, M., Rita, P., & Dhillon, G. (2017). Modelling and testing consumer trust dimensions in e-commerce Part of the Management Information Systems Commons Modelling and testing consumer trust dimensions in e-commerce. *Computers in Human Behavior*, 71, 153–164.
- Orel, F. D., & Kara, A. (2014). (2014). Supermarket self-checkout service quality, customer satisfaction, and loyalty: Empirical evidence from an emerging market. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(2), 118–129.
- Ozturk, A. B., Bilgihan, A., Nusair, K., & Okumus, F. (2016). What keeps the mobile hotel booking users loyal? Investigating the roles of self-efficacy, compatibility, perceived ease of use, and perceived convenience. *International Journal of Information Management*, 36(6), 1350–1359.
- Pappas, I. O., Pateli, A. G., Giannakos, M. N., & Chrissikopoulos, V.

- (2014). Moderating effects of online shopping experience on customer satisfaction and repurchase intentions. *International Journal of Retail and Distribution Management*.  
<https://doi.org/10.1108/IJRDM-03-2012-0034>
- Pham, T. S. H., & Ahammad, M. F. (2017). Antecedents and consequences of online customer satisfaction: A holistic process perspective. *Technological Forecasting and Social Change*, *124*, 332–342.  
<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.04.003>
- Platon, O. E., Iosub, I., & Ditoiu, M. C. (2014). An analysis of the AIDAT model based on Facebook promotional contests. *Procedia Economics and Finance*, *15*, 1570–1577.
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, *11*(2), 46–53.  
<https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Qureshi, M. N. Z., & Bhatt, J. (2015). *An Assessment of Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty in Life Insurance Corporation of India with Special Reference to Srinagar District of Jammu and Kashmir*. *7*(8), 60–70.
- Rashid, I. M. A., Abdullah, M. F. S., Yusuf, B. N. M., & Shaari, M. S. (2016). Impact of Service and Food Quality on Customer Satisfaction among Generation Y for the Fast Food Restaurant in Malaysia. *International Journal of Information, Business and Management*, *8*(1), 51–67.
- Rehman, S. U., Bhatti, A., Mohamed, R., & Ayoup, H. (2019). The moderating role of trust and commitment between consumer purchase intention and online shopping behavior in the context of Pakistan. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, *9*(1).  
<https://doi.org/10.1186/s40497-019-0166-2>
- Rodrigues, L. F., Oliveira, A., & Costa, C. J. (2016). Does ease-of-use contributes to the perception of enjoyment? A case of gamification in e-banking. *Computers in Human Behavior*, *61*, 114–126.
- Sin, S. S., Nor, K. M., & Al-Agaga, A. M. (2012). Factors Affecting Malaysian young consumers' online purchase intention in social media websites. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*.  
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.03.195>
- Suki, N. M. (2011). A structural model of customer satisfaction and trust in vendors involved in mobile commerce. *International Journal of Business Science and Applied Management*, *6*(2), 17–30.
- Tahir Jan, M., & Abdullah, K. (2014). The impact of technology csfs on customer satisfaction and the role of trust: An empirical study of the banks in malaysia. *Marketing Intelligence and Planning*, *32*(5), 429–447.  
<https://doi.org/10.1108/IJBM-11-2013-0139>
- Tandon, U., Kiran, R., & Sah, A. N. (2016). Analysing the complexities of website functionality, perceived ease of use and perceived usefulness on customer satisfaction of online shoppers in India. *International Journal of Electronic Marketing and Retailing*.  
<https://doi.org/10.1504/IJEMR.2016.077118>
- Taufiqurrahman, W. D. S. G. W. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan, kebijakan harga terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada jasa lapangan Internasional futsal Pekanbaru. *Jom FEKON*, *2*(1), 1–

18.  
Vinjeng Purnama Putri. (2019). *Influence Of Trust And Customer Satisfaction On Repurchase Intention At Online Shop In The Facebook*.
- Wang, Y. H., & Tsai, C. F. (2014). *The relationship between brand image and purchase intention: Evidence from Award Winning Mutual Funds*,. 8(2), 27–40.
- Wu, W. Y., & Ke, C. C. (2015). An online shopping behavior model integrating personality traits, perceived risk, and technology acceptance. *Social Behavior and Personality*.  
<https://doi.org/10.2224/sbp.2015.43.1.85>
- Xu, J., Cenfetelli, R.T., & Aquino, K. (2016). Do different kinds of trust matter? An examination of the three trusting beliefs on satisfaction and purchase behavior in the buyer-seller context. *The Journal of Strategic Information Systems*, 25 (1), 15–31.

Harapan Jakarta. Mempunyai kompetensi di bidang Pariwisata

Innocentius Bernarto merupakan Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Harapan. Saat ini mengajar mata kuliah pemasaran jasa, manajemen merek, dan manajemen pendidikan. Pendidikan terakhir Strata 3 diperoleh dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Padjadjaran, Bandung.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada LPPM Universitas Pelita Harapan yang telah memberikan kesempatan melaksanakan penelitian ini dan telah mendanai penelitian ini (**P-019-FPar/V/2019.**)

#### BIODATA PENULIS

Juliana lahir di kota Pematangsiantar, Sumatera Utara, adalah Dosen Fakultas Pariwisata Universitas Pelita Harapan Jakarta, mempunyai kompetensi penelitian bidang *Tourism Marketing, Consumer Behavior, Human resources management*

Themmy Noval lahir di kota Jakarta 15 November 1974 adalah Dosen Pradita Institute. mempunyai ketertarikan penelitian bidang Ekonomi Manajemen dan Kepariwisata.

Ira Brunchilda Hubner lahir di kota Bandung 27 Februari 1966 adalah Dosen Fakultas Pariwisata Universitas Pelita

## The Effect Of Academic Service Quality On Satisfaction And Loyalty Of Students University

Angrian Permana<sup>1</sup>, M. Havidz Aima<sup>2</sup>, Eny Ariyanto<sup>3</sup>, Adi Nurmahdi<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Bina Bangsa University of Banten [mr.angrianpermana@gmail.com](mailto:mr.angrianpermana@gmail.com)

<sup>2</sup> Mercu Buana University of Jakarta [havidz.aima@mercubuana.ac.id](mailto:havidz.aima@mercubuana.ac.id)

<sup>3</sup> Mercu Buana University of Jakarta, [eny\\_ariyanto@yahoo.com](mailto:eny_ariyanto@yahoo.com),

<sup>4</sup> Mercu Buana University of Jakarta, [adi.nurmahdi@mercubuana.ac.id](mailto:adi.nurmahdi@mercubuana.ac.id)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor Service Quality akademik dan menganalisis hubungan Service Quality akademik dengan kepuasan dan loyalitas mahasiswa di Universitas Bina Bangsa. Ini adalah penelitian penjelasan dengan populasi mahasiswa semester Ganjil Universitas Bina Bangsa, tahun akademik 2018/2019. Sampel penelitian menggunakan *purposive sampling* dengan total 200 responden. Data dianalisis dengan *Equation Model Structure* (SEM) yang terdiri dari model pengukuran dan model struktural. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa peningkatan *System Quality* akan dapat mempengaruhi kepuasan siswa tetapi belum tentu dapat meningkatkan loyalitas siswa secara langsung. Secara tidak langsung melalui kepuasan siswa, loyalitas siswa dapat ditingkatkan melalui *System Quality*. Meningkatkan *Information Quality* baik secara langsung maupun tidak langsung dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas siswa. *Service Quality* di perguruan tinggi menjadi sangat penting dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas siswa.

Kata kunci: Kepuasan, Loyalitas; Service Quality Akademik

### ABSTRACT

*This aims is to determine the factors of academic service quality and analyze the relationship between academic service quality to student satisfaction and loyalty at Bina Bangsa University. This is explanatory research with the population of the students of Bina Bangsa University odd semester, academic year 2018/2019. The research sample uses purposive sampling with a total of 200 respondents. Data were analyzed with the Equation Model Structure (SEM) consisting of measurement models and structural models. It can be concluded that improving the quality of the system will be able to influence student satisfaction but not necessarily be able to increase student loyalty directly. Indirectly through student satisfaction, student loyalty can be increased through the quality of the system. Improving the quality of information both directly and indirectly can affect student satisfaction and loyalty. Quality of service at a tertiary institution becomes very important in increasing student satisfaction and loyalty.*

*Keywords: Satisfaction; Loyalty; Quality of academic services.*

*Naskah diterima: 27-08-2020, direvisi: 06-05-2020, diterbitkan: 01-09-2020*

### INTRODUCTION

Higher education institution is an institution that interacts with the community. Fulfillment of community expectations is one of the main

objectives of the public service function which must always be strived for improvement, both in terms of quantity and quality. The policies

that need to be taken by educational institutions to improve services are one of them by optimizing the ability of human resources, both lecturers and education personnel as well as improving facilities and infrastructure that support the smooth running of educational services.

Service quality is a driver of satisfaction that is multidimensional (Ali, Narulita, & Nurmahdi, 2018). Quality of service must be viewed from the customer's point of view and cannot be judged by the company's point of view. Service satisfaction from the consumer side is considered good if it is deemed to have met their expectations, but on the contrary, service will be perceived poorly if it does not meet what they expect (Nurmahdi, 2019). Customer satisfaction is defined as the perception of a product or service that has met customer or consumer expectations. Consumer behavior theory states that customer satisfaction is the perception of consumer experience gained after using a product or service (Oliver, 1993). Customer satisfaction is an indicator that influences customer loyalty. Loyal customers will be able to provide sustainable benefits to the institution (Nurmahdi, 2019).

Educational institutions are expected to be able to examine the quality of education services provided. Educational activities are not only oriented towards the result of the education process, but also through proof of good accountability including quality assurance, quality control, and quality improvement (Isnaini, Wardani, & Noviani, 2015).

Public interest to attend education at Bina Bangsa University is very high. Every year the average reaches 1700 to 2000 students. Students who have completed their education can work in various industrial sectors that are widely spread in the Banten region. The educational program offered by Bina Bangsa University is the Strata 1 (S1) program, with various majors by the demands and developments of the industry in Banten today. With the number of students, the management of education must be balanced with the provision of good service, following the established academic rules, as the basis for all

academic community members, namely administrative staff, lecturers, students and management of this education management. To be able to synchronize the academic regulations with the expected goals, it is necessary to have a strong commitment from each party, namely students, lecturers, administrative staff and management to carry out and evaluate their activities so that the objectives can be achieved by the vision and mission of this institution. The priority in the field of services provided to students is, of course, the academic service field. Quality academic services are expected to be able to provide student satisfaction, and service recipient students can provide an evaluation of the services they receive. Both parties have a reciprocal relationship so that each party gets the same satisfaction.

Related to the satisfaction of academic services, Bina Bangsa University is deemed necessary to evaluate all the activities of the management of education, both in the financial, social, external and internal environment. One of the internal environments is that students as agents of service users need special attention because these students will have an impact on the external environment, namely the general public who will assess the performance of Bina Bangsa University education.

The addition of majors, study programs and high student interest at Bina Bangsa University can not only be viewed as educational success, but the quality of services provided must be in line with student expectations. Based on suggestions and complaints from several students directly to several lecturers, administrative staff and through electronic media, the suggestions and complaints about facilities, infrastructure, attendance of lecturers, lecturers' competencies, curriculum, and administration system as well as learning results (grades) are not on time many questions remain. This needs to get more serious attention, answers, and improvements, so that the implementation of Bina Bangsa University's academic activities can run better.

Students as the most important element in educational institutions need to be listened to whether the services that have been provided are in line with their expectations. Evaluation of service quality needs to be done to find out what is expected, what has been perceived by students for the quality of service received. Thus the quality of academic services can be used as a basis for satisfaction to increase student loyalty in the development of Bina Bangsa University in the future.

Reality shows that competition to capture the market (prospective students) in educational institutions is very tight, it is not enough to provide good physical facilities, but it must also be accompanied by a satisfactory academic service delivery process to make students loyal. Although in this case education is not a profit-seeking organization, more and more students who are interested in entering the educational institution will increase the value of the educational institution, which in turn will give a good image.

Research on the topic of service quality, satisfaction and loyalty has been commonly conducted in tourism industries, healthcare by Chahal & Kumari (2011) and telecommunication by Santouridis & Trivellas (2010). The similar research are conducted by Mansori, Vaz and Ismail (2014) which was in education found that the most decisive factor service quality is empathy, tangibility and responsiveness; and service quality has an effect on satisfaction and student's loyalty

With increasingly intense competition and a variety of public complaints against the implementation of education, Bina Bangsa University is expected to be able to provide professional services to the community, in this case, academic services that can satisfy students and foster their loyalty. Services are considered to be satisfactory if the services are perceived to be the same or exceed the quality of service expected (Parasuraman, Zeithaml, 1988). Services like this are perceived as quality and ideal service. Customer expectations are reflected in the dimensions of service quality as defined by Parasuraman which makes the five dimensions of service

quality consisting of tangible (physical evidence), reliability, responsiveness, assurance, and empathy (Parasuraman, Zeithaml, 1988).

Academic services at Bina Bangsa University are an inseparable part of all educational activities carried out. Academic activities are important things that need attention from all stakeholders involved in the management of Bina Bangsa University. Academic services are important because they are very much in touch with the dimensions of service quality, where satisfied students will ultimately have loyalty to their institutions and become their marketing forces for their institutions.

High student loyalty cannot be directly obtained by providing good quality academic services, but it needs to be evaluated continuously. High satisfaction will certainly form a high attitude of loyalty as well. Student loyalty reflected in behaviors such as helping to maintain the good name of the alma mater and recommending the campus to others, both as long as the student follows the educational process or after going through the educational process.

Based on the description of the problems stated above, it is deemed necessary to measure the quality of service in the academic field of Bina Bangsa University, which is seen from the aspects of System Quality, Quality of Inflation, Service Quality and its effect on student satisfaction and loyalty at Bina Bangsa University. From this, the problem formulation can be arranged as follows: First; Does Quality System which is a dimension of academic service quality at Bina Bangsa University has an influence on student satisfaction and loyalty at Bina Bangsa University. Second; Does the quality of academic information have an influence on student satisfaction and loyalty at Bina Bangsa University. Third: Does the quality of academic services have an influence on student satisfaction and loyalty at Bina Bangsa University. The purpose of this study is to determine the quality of academic services that can affect student satisfaction and loyalty, seen from the factors of reliability, responsiveness, assurance, empathy, and

tangibility. The framework of thought in this study is illustrated in the following figure:

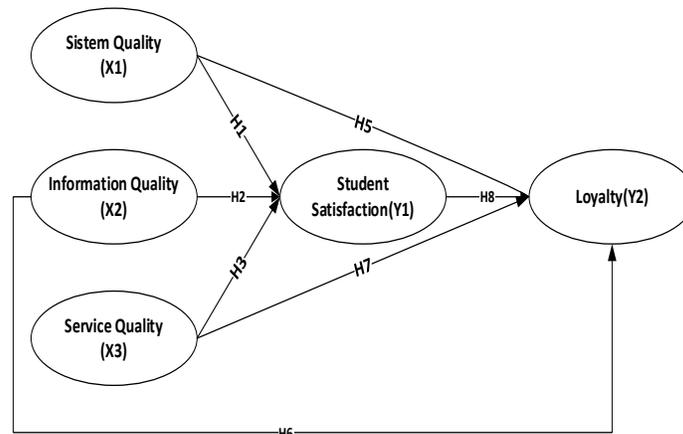


Figure 1. The Framework of Thought

**RESEARCH METHODS**

This study uses an explanatory research approach, which is an approach to analyze the causality relationship between research variables by the hypotheses that have been prepared. The nature of the data collected in this study is cross-sectional, i.e. research activities carried out at any given moment. The population in this study are students of Bina Bangsa University, S1 program in Accounting and Management, morning and evening classes in odd semester of the academic year 2018/2019. The purposive sampling method is used in this sampling, which is non-probability sampling where all elements of the population

may not necessarily have the same opportunity to be selected as sample members. The number of samples is set at 200 people (Ghozali, 2016). Data collection using a questionnaire, which is then performed data editing and data analysis with the help of software programs SPSS version 21.0 and AMOS version 21.0. Structural Equation Modeling (SEM) is used to analyze data, which identifies factors on the quality of academic services, student satisfaction, and student loyalty, and also to determine the relationship between academic service quality, student satisfaction, and student loyalty. Testing with SEM follows the stages as suggested (Ferdinand, 2006).

**Definition of Variable Operations**  
**Table 1 Definition of Operational Variables**

Variabel	Definisi	Atribut/ Indikator
Independent Variable (Service Quality)	System Quality	Reliability functionality Use Accessibility
	Information Quality	Accuracy Timeliness Relevance

Variabel		Definisi	Atribut/ Indikator
		information system structure available at the institution	Accuracy of Information
	Service quality	Efforts to meet the needs/desires of consumers and how to deliver it to meet customer expectations and satisfaction.	Reliability Service The response Guarantee Empathy
Dependent Variable (Student Loyalty)	Student Satisfaction	A person's feelings of pleasure or disappointment stem from the comparison between real/actual expectations and experiences.	Product stability Product usage habits Providing product recommendations Ease of use of the product In line with expectations
	Loyalty	A strong commitment to return or re-transaction the product/service that is preferred.	<i>Trust.</i> <i>Emotion commitment</i> <i>Switching cost</i> <i>Word of mouth</i> <i>Cooperation</i>

Source : (Mohd, Abu Bakar, & Wan Ismail, 2010; Suryanto, Setyohadi, & Faroqi, 2016)

### Validity and Reliability Test

#### Validity test

A validity test is used to measure the validity or validity of a questionnaire. A questionnaire is said to be valid if the questions on the questionnaire can reveal something that will be measured by the questionnaire (Ghozali, 2014). The validity of questionnaire question items can be measured by correlating the question item scores with the total score of the variable or construct. The resulting correlation coefficient is then compared to the r table - if the correlation between item scores and total scores is less than 0.30 (obtained from the calculation of interpolation calculations from the Product Moment r value table) then the question items in the instrument are declared invalid. Instrument items are considered valid if it is greater than 0.30 by comparing it to r tables. If  $r_{\text{arithmetik}} > r_{\text{table}}$  then valid.

#### Reliability Test

Reliability is a tool to measure a questionnaire which is an indicator of a variable or constructs. A questionnaire is said to be reliable or reliable if the respondent's answer to the question is consistent or stable over time. The level of reliability of a variable or research construct can be seen from the results of the Cronbach Alpha statistical test ( $\alpha$ ). According to Ghozali's criteria (2016), a variable or construct is said to be reliable if the Cronbach Alpha value  $> 0.60$ . The more the value of the alphas approaches one, the more reliable the value of the data reliability for each variable.

#### Path Analysis

Path analysis known as (Path Analysis) was first developed in the 1920s by geneticist Sewall Wright. Ghozali, (2016) said that the

path analysis model was used to analyze the pattern of relationships between variables to know the direct or indirect influence of a set of independent (exogenous) variables on exogenous variables. Ghozali states, there are some basic assumptions for researching with the path analysis method:

1. The relationship between variables must be linear.
2. The research model has a relationship (one-way casual flow), there is no inverse causality relationship.
3. Minimal endogenous variables in the interval scale Research instruments must be valid and reliable
4. Using probability sampling is a sampling technique to provide equal opportunities for each member of the population to be elected as a sample member.
5. The research model carried out is built based on a specific theoretical framework that can explain the causality relationship between the variables examined.

After the basic assumptions above can be fulfilled as a basis for research on path analysis methods, the initial stage in applying the path analysis model is to formulate structural model equations and path diagrams based on theoretical studies.

This path analysis technique will be used in testing the amount of contribution (contribution) addressed by the path

coefficient on each path diagram of the causal relationship between variables X1, X2, X3 to Y1 and their impact on Y2. Correlation analysis and regression become the basis of path analysis calculations. Based on the hypotheses put forward in this study structural equation is known, as follows:

$$Y1 = \alpha_0 + \beta_1 X1 + \beta_2 X2 + \beta_3 X3 + \epsilon_1$$

$$Y2 = \alpha_0 + \beta_1 Y1 + \beta_2 X2 + \beta_3 X3 + \epsilon_2$$

Whereas :

Y1: Student Satisfaction

Y2: Loyalty

$\alpha_0$ : *Intercept*

$\beta_1$ ....  $\beta_3$ : *Coefficient Of Variable*

X<sub>1</sub>: System Quality

X<sub>2</sub>: Information Quality

X<sub>3</sub>: Service Quality

$\epsilon_1$ ....  $\epsilon_2$ : *Error Term*

### Analysis of the Structural Equation Hypothesis

#### 1. Structural Equation I

$$Y1 = \beta_1 X1 + \beta_2 X2$$

$$\text{Student Satisfaction} = 0.103 (\text{System Quality}) + 0.942(\text{Information Quality}) + 0.009 (\text{Service Quality})$$

#### 2. Structural Equation II

$$Y2 = \beta_1 X1 + \beta_2 X2 + \beta_3 X3 + Y1$$

$$\text{Loyalitas} = 0.098(\text{System Quality}) + 0.201(\text{Information Quality}) + 0.005^*(\text{Service Quality}) + 0.005 (\text{Student Satisfaction}).$$

## RESULTS AND DISCUSSION

### Analysis of Respondents based on Gender

Table 2 Analysis of gender frequency

	Frequency	Percentage
Male	112	37,33 %
Female	188	62,67 %

Source: Processed Data (2020)

Based on the table above it was found that respondents in this study based on gender consisted of 37.33% female students while male student respondents were 62.67%.

### Validity and Reliability Test

Validity and reliability tests were carried out using SPSS version 20. Where the whole

statement obtained the results of corrected items total correlation > 0.3 which means valid data while Cronbach alpha > 0.6 which means that all variables are loyal or reliable to the next test.

**Model Feasibility Test**

The step that must be taken before assessing the feasibility of a structural model is to assess

whether the data to be processed meets the assumptions of the structural equation model. Assessing goodness of fit is the main purpose of SEM to find out to what extent the model is hypothesized to be "fit" or compatible with the sample data (Ghozali, 2014). Goodness of-fit results are shown in the following table:

**Table 3 Goodness of Fit Result**

The goodness of Fit Index	Cut-Off*	Result	Conclusion
Chi-Square		613.094	
Probability	≥ 0.05	0.000	Marginal
GFI	≥ 0.90	0.857	Marginal
AGFI	≥ 0.90	0.821	Marginal
TLI	≥ 0.90	0.911	Fit
CFI	≥ 0.90	0.923	Fit
NFI	≥ 0.90	0.851	Marginal
IFI	≥ 0.90	0.924	Fit
RMSEA	0.05 – 0.08	0.059	Fit

\* source:(Hair et al., 1998 in Ghozali, 2014). Processed Data (2020)

Based on the results in the table above, it can be seen that the research model has approached as a fit model. This is indicated by the value of TLI (0.911), CFI (0.923), IFI (0.924) and RSMEA (0.059) whose models have reached the fit criteria while Probability (0.000), GFO

(0.857), AGFI (0.821) and NFI (0.851) which is almost or marginal. This means that through this test the model can be said to be suitable and can be continued to the next test.

**Hypothesis Testing Path Analysis with Analysis of Moment Structure (AMOS)**

**Table 4 Hypothesis Testing Path Analysis**

	Exogenous Variable	Endogenous Variable	Standardized Coefficient	Critical Ratio	p-value
H <sub>1</sub>	System Quality (X1)	Student Satisfaction (Y1)	0.103	0.920	0.000
H <sub>2</sub>	Information Quality (X2)	Student Satisfaction (Y1)	0.942	6.244	0.000
H <sub>3</sub>	Service Quality (X3)	Student Satisfaction (Y1)	0.009	0.082	0.005
H <sub>4</sub>	System Quality (X1)	Loyalitas (Y2)	0.098	0.882	0.075
H <sub>5</sub>	Information Quality (X2)	Loyalitas (Y2)	0.139	0.513	0.021

<b>H<sub>6</sub></b>	Service Quality (X3)	Loyalitas (Y2)	<b>0.021</b>	<b>1.746</b>	<b>0.033</b>
<b>H<sub>7</sub></b>	Student Satisfaction (Y1)	Loyalitas (Y2)	<b>0.005</b>	<b>0.021</b>	<b>0.028</b>

Source: Processed Data (2020)

**Effect of System Quality on Student Satisfaction and Loyalty**

Based on the research results obtained that the System Quality has a significant effect on Student Satisfaction, in this case, students. This means that the better the Quality System of academic information in tertiary institutions, Student Satisfaction as a user will also increase. This is contrary to the effect on user loyalty. Through this research, insignificant results are obtained for the relationship between System Quality and user loyalty. This means that the System Quality in this study will only affect Student Satisfaction but may not necessarily increase loyalty.

System Quality (X1) consists of adaptability, availability, reliability, response time and usability. Adaptability The ability to adapt as a system (for example a computer system) to adapt efficiently and quickly to different situations. Therefore an adaptive system is an open system that can adjust behavior according to changes in the environment or from the system itself. The need to recognize change without other factors involved. Availability of a reliable system for testing and maintenance. Improving maintenance and maintenance is generally easier and more accurate. Reliability of the ability of the system or component to function under stated conditions for a certain period. Response time is the total amount of time needed to respond to a request for a particular service.

Services in the form of information access to the academic system. Usability is the ease of operation and learning of academic information systems. Learn to effectively interact and achieve maximum performance. Academic Quality System has a significant influence on Student Satisfaction at Bina Bangsa University. This statement is supported by structural test results where the probability value (P) produced

is  $P = 0,000$  or  $P < 0.05$  which means that Academic System Quality has a significant effect on Student Satisfaction. The value of the direct effect  $X \rightarrow Y1 = 0.920$  which means that the Academic Quality System influences Student Satisfaction of 92.0% (very strong) while the remaining 8.0% is influenced by other factors outside this study. The decision on the first hypothesis test is  $H_0$  rejected and  $H_1$  accepted, meaning that the quality of the academic system has a significant effect on Student Satisfaction at Bina Bangsa University. This is in line with the results of the study (Bulkiya, 2018) concluding that there is a positive influence on the quality of the academic system on Student Satisfaction at the Kalimantan Islamic University (Uniska) Muhammad Arsyad Al Banjary Banjarmasin. Strengthened by research (Nugroho, Cahyono, & Suryawirawan, 2018), which concluded that the variable service quality (tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy) has a positive effect on Student Satisfaction at the Indonesian College of Economics (STIESIA) Surabaya. This reinforces the theory of the influence between service quality and customer satisfaction, where adequate service quality will make customers happy and assess the quality of the service is high (Parasuraman, Zeithaml, 1988). Academic Service Quality that can meet the desires and expectations of students based on service performance as a form of Student Satisfaction. As stated, (Kotler, 2010), customer satisfaction is a level where the product or service is felt by the wishes and expectations of customers, or even beyond their expectations. From the results of this study, it can be said that academic Service Quality can satisfy Bina Bangsa University Undergraduate (S1) students, who actively attend lectures in semesters 3,5,7 and 9, including students who carry out guidance in completing their final assignments.

### **The Influence of Information Quality on Student Satisfaction and Loyalty**

The results showed that Information Quality has a significant influence on each user's satisfaction and loyalty. This means that the higher the quality of information from a university academic system, students as users will feel satisfied and loyal. Based on the results of the hypothesis test, it was found that the Information Quality variable significantly affected the 95% confidence level partially on Student Satisfaction (Y), with a p-value of 0,000. This means that Information Quality has a positive and significant effect on Student Satisfaction. In other words, the better the Information Quality, the Student Satisfaction will increase, conversely, if Information Quality is poor, Student Satisfaction will decrease.

Information Quality in Pitt and Watson's research (DeLone & McLean, 2003) refers to the output of information systems, concerning the value, benefits, relevance, and urgency of information. Meanwhile, the variables in DeLone and McLean (2003) describe Information Quality perceived by the user, as measured by the four Bailey and Pearson research indicators, namely information accuracy (accuracy), timeliness, completeness of the information (completeness) and presentation of information (format).

### **The Effect of Service Quality on Student Satisfaction and Loyalty**

The results showed that service quality had a significant effect on each Student Satisfaction and loyalty. Improving the quality of service at tertiary institutions is very necessary considering that students tend to choose universities that provide high service quality and student satisfaction (Mohd et al., 2010).

Loyal students are not caused by getting good service quality. But good service quality is accompanied by increased student satisfaction which will make students loyal. Improving service quality without measuring the level of Student Satisfaction, will not be effective in increasing student loyalty. These results are

consistent with research conducted by (Kim, 2011). In line with research (Dib & Mokhles, 2013) which states that good service quality will not increase student loyalty in Syria. Indeed, research conducted in India (Annamdevula & Bellamkonda, 2016) obtained results that state the important role of service quality in increasing student loyalty both directly and through Student Satisfaction. Academic Service Quality directly does not have a significant effect on the loyalty of Bina Bangsa University students. This statement is supported by the results of structural tests that produce a probability value (P) = 0.005 or P = 0.05 meaning that there is no significant effect on academic Service Quality on student loyalty. Value of direct effects  $X \rightarrow Y_2 = 0.082$ . This figure means that academic Service Quality has an influence on student loyalty by only 8.2% (very low) and the remaining 91.8% is influenced by other factors not analyzed in this study. From the results of the hypothesis test, H<sub>0</sub> is accepted and H<sub>1</sub> is rejected, meaning that Academic Service Quality has no direct significant effect on student loyalty at Bina Bangsa University. The results of this study support the findings (Mariska & Hati, 2015), which proves that the direct effect of Service Quality on student loyalty is not significant.

Student Satisfaction does not have a significant effect on student loyalty at Bina Bangsa University. This statement is supported by the results of structural tests that produce the probability value (P) produced, namely P = 0.028 or P > 0.05 meaning that there is no significant effect between Student Satisfaction and student loyalty. The value of the direct effect  $Y_1 \rightarrow Y_2 = 0.021$  means that Student Satisfaction can affect its loyalty by only 2.1% (very weak), and the remaining 97.9% is influenced by other factors not examined in this study. Then the decision on the hypothesis 7 test is H<sub>0</sub> accepted and H<sub>1</sub> rejected, which means Student Satisfaction does not have a significant effect on student loyalty at Bina Bangsa University. The findings of this study contradict the research conducted by (Saifuddin & Sunarsih, 2016), which explains

that Student Satisfaction towards student loyalty has a very positive relationship. Student Satisfaction in Educational institutions can shape student loyalty. Service Quality and the image of the institution do not influence student satisfaction and loyalty, but Student Satisfaction has a significant effect on students' loyalty at Telkom University Business Administration (Rahareng & Volunteers, 2017).

So Student Satisfaction has no influence on student loyalty at Bina Bangsa University in a very weak relationship. The loyalty of these students is not reflected in the intention of students to recommend and say positive things about this educational institution to others or the general public. As well as to maintain the image or good name of the University of Bina Bangsa campus as long as they are active as students or later become alumni at educational institutions it's still lacking.

Academic Service Quality has a significant influence on loyalty through the satisfaction of students at Bina Bangsa University. This statement is supported by the value of the indirect effect produced, namely  $X \rightarrow Y1 \rightarrow Y2 = 1.746$ . This figure means that academic Service Quality has an indirect effect on student loyalty of 60.7% through student satisfaction at Bina Bangsa University, and the remaining 37.3% is influenced by other factors. This is consistent with the results of the study (Martasubrata & Suwatno, 2016), which concluded that student loyalty can be built from the variable service quality through the Student Satisfaction variable. Students at Bina Bangsa University will not behave loyally if they are not satisfied with the academic services they receive.

#### CONCLUSION

From the results of the study, it can be concluded that improving the quality of the system will be able to affect the increase in Student Satisfaction but may not necessarily be able to increase student loyalty directly. Indirectly through Student Satisfaction, student loyalty can be increased through the Quality System. Increasing Information Quality both,

directly and indirectly, can affect student satisfaction and loyalty. Service Quality at a tertiary institution becomes very important in increasing student satisfaction and loyalty.

Higher Education can make this research as a reference for improving academic performance and other services provided to students. The development of technology and the development of environmental situations requires that all aspects that can affect Service Quality can be done effectively and efficiently. For this reason, through system improvement, a university is expected to be able to compete with other universities. Furthermore, research can be developed that involves variables that become modes of mediation or other mediations such as university image, university promotion, and others.

#### REFERENSI

- Ali, H., Narulita, E., & Nurmahdi, A. (2020). Saudi Journal of Business and Management Studies ( SJBMS ) The Influence of Service Quality, Brand Image and Promotion on Purchase Decision at MCU Eka Hospital. *Business and Management Studies*, 6663, 88–97. <https://doi.org/10.21276/sjbms.2018.3.1.12>
- Annamdevula, S., & Bellamkonda, R. S. (2016a). Effect of student perceived service quality on student satisfaction, loyalty and motivation in Indian universities: Development of HiEduQual. *Journal of Modelling in Management*, 11(2), 488–517. <https://doi.org/10.1108/JM2-01-2014-0010>
- Annamdevula, S., & Bellamkonda, R. S. (2016b). The effects of service quality on student loyalty: the mediating role of student satisfaction. *Journal of Modelling in Management*, 11(2), 446–462. <https://doi.org/10.1108/JM2-04-2014-0031>
- Bulkia, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Student Satisfaction. *AT – TADBIR Jurnal Ilmiah Manajemen*,

- 2(1), 49–58.
- Chahal, Hardeep & Neetu Kumari, 2011. “Evaluating Customer Relationshi Dimension in Health Care Sector Indoor Patients”, *Management Research Review* Vol. 34 , pp. 626- 648.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30. <https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748>
- Dib, H., & Mokhles, A. (2013). The Impact of Service Quality on Student Satisfaction and Behavioral Consequences in Higher Education Services. *International Journal of Economy, Management and Social Sciences*, 2(6), 285–290. <https://doi.org/10.5296/jmr.v2i2.418>
- Ferdinand, A. (2006). *Structural Equation Modeling dalam Penelitian*.
- Ghozali, I. (2014). Structural equation modeling. In *Transportation Systems Planning: Methods and Applications*. <https://doi.org/10.4324/9781315755649-34>
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi Ketujuh. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram SPSS*. <https://doi.org/10.1126/science.1158668>
- Isnaini, M., Wardani, D. K., & Noviani, L. (2015). Pengaruh Kompetensi Dosen dan Fasilitas Belajar Terhadap Student Satisfaction Pendidikan Ekonomi FKIP UNS. *Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi*, 1(2), 1–20. Retrieved from <https://jurnal.fkip.uns.ac.id/index.php/ptn/article/view/7353/5130>
- Kim, H. J. (2011). Service orientation, service quality, customer satisfaction, and customer loyalty: Testing a structural model. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 20(6), 619–637. <https://doi.org/10.1080/19368623.2011.577698>
- Kotler, A. (2010). Principles of Marketing. In *The Economic Journal* (Vol. 73). <https://doi.org/10.2307/2228591>
- Mansori, Vaz & Ismail, 2014. “Service Quality, Satisfaction and Student Loyalty in Malaysian Private Education”, *Asian Social Science*, Vol. 10 No.7, pp. 57- 66.
- Mariska, L., & Hati, S. W. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik terhadap Student Satisfaction di Politeknik Negeri Matam. *Jurnal Akuntansi, EKonomi, Dan Manajemen Bisnis*, 3(1), 1–9.
- Martasubrata, N., & Suwatno, S. (2016). Mutu Layanan Akademik Sebagai Determinan Student Satisfaction. *Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran*, 1(1), 136. <https://doi.org/10.17509/jpm.v1i1.3266>
- Mohd, I. T., Abu Bakar, N. M., & Wan Ismail, W. Z. (2010). Importance-Performance Analysis of Service Quality among Business Students : An Exploratory Study. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 2(1), 132–142.
- Nugroho, N. E., Cahyono, K. E., & Suryawirawan, O. A. (2020). Pengaruhkualitas Pelayanan Akademik Terhadap Student Satisfaction Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia ( STESIA ) Surabaya. 978–979.
- Nurmahdi, A. (2019). *Customer satisfaction index for transport services*. VII(1), 192–199.
- Oliver, R. L. (1993). Cognitive, Affective, and Attribute Bases of the Satisfaction Response. *Journal of Consumer Research*, 20(3), 418. <https://doi.org/10.1086/209358>
- Parasuraman, Zeithaml, and B. (1988). SERVQUAL. *Journal of Retailing*.
- Rahareng, V. J., & Relawan, N. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik Terhadap Student Satisfaction (Studi pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom). *AdBispreneur*, 2(2), 125–133. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v2i2.13164>
- Saifuddin, & Sunarsih. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Student Satisfaction UIN Sunan Kalijaga*

- Yogyakarta 1. 8(2), 177–216.*
- Santouridis, Ilias & Panagiotis Trivellas, 2010. “Investigating the Impact of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty in Mobile Telephony in Greece”. *The TQM Journal*, Vol. 22 No. 3, pp. 330- 343.
- Suryanto, T. L. M., Setyohadi, D. B., & Faroqi, A. (2016). Analysis of the effect of information system quality to intention to reuse of employee management information system (Simpeg) based on information systems success model. *MATEC Web of Conferences*, 58. <https://doi.org/10.1051/mateconf/20165803001>

## **Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kinerja Guru Pada Sekolah Menengah Di Kota Batam**

**Dame Afrina Sihombing**

Universitas Internasional Batam, dame@uib.ac.id

### **ABSTRAK**

Pendidikan di Indonesia kian hari semakin memprihatinkan. Pemeringkatan yang dilakuakn di ASEAN melalui *Education Index oleh Human Development Reports*, dengan nilai skor 0,622 dengan posisi ketujuh yang merupakan posisi Indonesia. Selain itu, data dari *The Global Talent Competitiveness Index (GTCI)* pada tahun 2019 bahwa Indonesia menduduki urutan ke 67 dari 125, SDM di Indonesia belum memiliki daya saing yang baik dibandingkan dengan negara lain. Populasi merupakan guru sekolah menengah di Kota Batam. Kuesioner yang disebarakan sebanyak 375 dengan penyebaran ke sekolah menengah di Kota Batam. Penelitian ini diuji dengan menggunakan SPSS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi, kepuasan, sikap dan kinerja manajemen pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap kinerja, sedangkan dukungan sosial tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja. Hal ini dikarenakan kebanyakan guru jarang bertemu orang lain diluar lingkup sekolah sehingga situasi ini dianggap menjadi monoton karena hanya mengajar dan mereka menjadi kurang dalam menjalin hubungan dengan orang di luar lingkup mereka tersebut.

Kata Kunci : Motivasi Kerja; Dukungan Sosial; Kepuasan Karyawan; Perilaku; Kinerja

### **ABSTRACT**

*Education in Indonesia is increasingly worrisome. The ranking is done in ASEAN through the Education Index by Human Development Reports, where Indonesia is on 7th position with a score of 0.62. In addition, data from the Global Talent Competitiveness Index (GTCI) in 2019 said that in the 67th order out of 125, HR in Indonesia did not have good competitiveness compared to other countries. The population of this research is secondary school teachers in Batam City. 375 questionnaires were distributed to secondary schools in Batam City. This research was tested using SPSS. The results of this study indicate that motivation, satisfaction, attitude and performance of knowledge management have a significant effect on performance, while social support has no influence on performance. This is because most teachers rarely meet other people outside the scope of the school so this situation is considered to be monotonous because they only teach and they become less in establishing relationships with people outside their scope.*

*Keywords: Motivation, Social Support, Satisfaction, Attitude, Performance*

*Naskah diterima: 27-08-2020, direvisi: 09-07-2020, diterbitkan: 01-09-2020*

## PENDAHULUAN

Tuntutan dari perkembangan zaman saat ini sangat cepat terasa. Dahulu guru mengajar masih menggunakan papan tulis dan kapur untuk menulis serta metoda pembelajaran yang digunakan konservatif. Saat ini dengan hadirnya teknologi sebagai sarana pembelajaran yaitu komputer dan laptop, proyektor serta internet sebagai sarana pembelajaran masa kini. Semua bentuk informasi dapat ditemukan dengan cepat dan mudah. Namun, semua guru yang masih bersifat konservatif juga perlu pembimbingan dan latihan untuk menggunakan sarana pembelajaran tersebut agar tidak kalah dengan siswa yang diajarkan. Materi pembelajaran digital yang tersedia sangat banyak dan mudah untuk didapatkan namun belum semua guru dapat mengikutinya dan menggunakannya sebagai bahan pembelajaran. Dan lagi, sarana pembelajaran tadi yang seharusnya dapat digunakan untuk pembelajaran tapi ternyata hanya digunakan siswa kebanyakan untuk bermain bukan melatih cara menulis dan mengetik.

Sistem Pendidikan di Indonesia memiliki beban yang besar. Rencana pemerintah untuk tahun 2019 akan mengeluarkan anggaran untuk pembuatan administratif dan penambahan materi pembelajaran yang akan digunakan. Kurang lebih sebesar 11,4 % akan dilakukan penambahan anggaran dari tahun 2018 (detikNews, 2019). Peningkatan Pendidikan juga dilakukan dan ditunjukkan dengan peningkatan SDM yaitu guru, fasilitas belajar dan infrastruktur, bukan hanya sekolah yang berada di pusat kota tapi juga di daerah. Untuk Pendidikan di daerah, pemerintah diharapkan dapat lebih memperhatikan untuk pemerataan mutu Pendidikan di Indonesia.

Pendidikan di Indonesia kian hari semakin memprihatinkan. Peningkatan yang dilakukan di ASEAN melalui *Education Index* yang dikeluarkan oleh Human Development Reports, Indonesia berada di posisi ke tujuh dengan nilai skor 0,622. Selain itu, data dari *The Global Talent*

*Competitiveness Index* (GTCI) pada tahun 2019 Indonesia menduduki urutan ke 67 dari 125, SDM di Indonesia belum memiliki daya saing yang baik dibandingkan dengan negara lain.

Kemampuan yang dimiliki oleh setiap guru tidak merata sehingga hal ini dapat membuat pengetahuan yang akan diterima oleh setiap siswa menjadi tidak sama antara yang satu dan lainnya. Belum lagi, guru yang berada di luar pulau Jawa, termasuk kesulitan dengan area yang ditempati. Area mereka memiliki jarak yang jauh dan fasilitas yang belum memadai. Perubahan yang dilakukan dalam kurikulum sering kali tidak melibatkan pendidik karena hanya dilakukan di level pemilik kebijakan sehingga membuat para guru kesulitan dalam mengimplementasikannya. Selain itu, diharapkan juga peranan dari orang tua dalam hal pendampingan untuk membantu setiap siswa dalam belajar (Kompas.com, 2019).

## KAJIAN LITERATUR

### Kinerja

Kinerja seorang guru merupakan sebuah hal yang amat penting untuk meningkatkan kualitas Pendidikan yang nantinya akan menghasilkan SDM unggul untuk Indonesia. Kinerja merupakan sebuah pencapaian dari seseorang dan hasilnya diakui oleh perusahaan yang diambil dari kemampuan, sifat dan usaha sebagai bagian dari pekerjaan karyawan (Ling & Bhatti, 2014).

### Motivasi

Motivasi yang diawali dengan kata motif yang berarti sebuah keinginan. Sehingga motivasi menurut Chaudhary, N., & Sharma (2012) dapat diartikan sebagai proses organisasi dapat mengapresiasi karyawan dengan bentuk penghargaan, dsb untuk mencapai tujuan dari organisasi. Menurut Zameer et al. (2014) motivasi merupakan peran yang sangat penting dalam organisasi. Apabila karyawan tidak termotivasi maka organisasi akan sulit untuk mencapai tujuan yang diinginkan

### Dukungan Sosial

Dukungan dari sosial menurut kebiasaannya menunjukkan hasil yang positif ataupun campuran (Nurullah, 2012). Harga diri seseorang dapat meningkat merupakan elemen penting pada variabel ini. Menurut (Ling & Bhatti, 2014) dukungan sosial secara signifikan berpengaruh terhadap kinerja. Apabila dukungan sosial yang diterima baik saat di tempat kerja maka secara signifikan peningkatan terhadap kinerja juga terjadi.

### Kepuasan Kerja

Kepuasan kerja merupakan sebuah sikap yang menunjukkan perilaku seseorang secara psikologis (Chen, X. H., Zhao, K., Liu, X. & Wu, 2012). Variabel ini merupakan hal menakutkan bagi seorang manajer untuk proses pengelolaan SDM pada sebuah organisasi. Selain itu, menurut Aziri (2011), I. Dugguh & Dennis (2014), Raza, Jawaid, & Hassan (2015) kepuasan dari karyawan berpengaruh terhadap kinerja dari karyawan. Namun ada juga penelitian yang memiliki hasil bahwa kepuasan belum tentu berpengaruh terhadap kinerja (Ahmad, Ahmad, & Ali Shah, 2010).

### Sikap

Sikap adalah hal yang menunjukkan perilaku seorang karyawan, bagaimana seseorang dapat memahami dan melakukan peningkatan sikap sangat penting bagi organisasi. Inuwa (2015) menerangkan bahwa sikap merupakan perilaku seseorang dalam menghadapi pekerjaan serta komitmen dan keterlibatan seseorang tersebut pada organisasi. Hasil studi yang menunjukkan bahwa sikap memiliki pengaruh terhadap kinerja dikemukakan oleh Ahmad, Ahmad, & Ali Shah (2010), selain itu ada juga penelitian oleh Susanty, Miradipta, & Jie (2013).

### Manajemen Pengetahuan

Manajemen pengetahuan merupakan hal strategis untuk proses pengembangan organisasi serta dapat memberikan *competitive advantage* secara berlanjut bagi sebuah organisasi (Masa'deh, Shannak, Maqableh, & Tarhini, 2017). Hubungan

yang baik terbangun antara organisasi dan SDM hingga pada hubungan kepada masyarakat terlihat dari kinerja yang mana sebagai faktor yang dapat menunjukkan seorang karyawan dapat memahami dengan sangat efektif dan benar proses tersebut. Kinerja manajemen pengetahuan memiliki hasil pengaruh yang positif karena dipercaya apabila dengan melakukan proses bertukar informasi bersama dengan kolega akan meningkatkan keinginan untuk melakukan kolaborasi serta meluaskan pengetahuan dan mampu untuk melakukan pemecahan masalah serta meningkatnya kinerja (Masa'deh et al., 2017).

Model Penelitian :



Sumber: (Ling & Bhatti, 2014), (Shahzadi, 2014), (Masa'deh et al., 2017), (Inuwa, 2015).

Gambar 1. Model Penelitian

### METODE PENELITIAN

Data *Global Talent Competitiveness Index* pada tahun 2019, Indonesia menduduki urutan 67 dari 125 negara yang turut serta. Sehingga terlihat bahwa pendidikan Indonesia masih perlu peningkatan yang signifikan untuk peningkatan SDM unggul yang saat ini sedang dicanangkan oleh pemerintah. Pada penelitian ini menggunakan pengukuran angka dengan data analisis dengan pengujian statistik (Indriantoro, Nur, 2014).

Guru sekolah menengah atas (SMA dan SMK) yang ada di Kota Batam adalah objek penelitian di dalam penelitian ini. 1.121 guru SMA dan 1.190 guru SMK yang

berada di Kota Batam menjadi target penulis. Sedangkan sampel yang penulis gunakan merupakan guru SMA dan SMK di Kota Batam dengan total 375 kuesioner yang akan disebar kepada 18 SMA dan SMK yang berada di Kota Batam. Sampel ini didapatkan dari proses perhitungan slovin dengan rumus :

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

Sumber : (Sarwono, 2016)

Pengumpulan data dilakukan secara langsung oleh penulis melalui kuesioner dengan meminta responden tersebut mengisi jawaban yang telah tersedia pada kuesioner (Indriantoro, Nur, 2014). Analisis data dilakukan dengan analisis deskriptif yaitu dengan melakukan pengujian data dengan menyajikan tabulasi data secara numerik dan grafik. Analisis ini diukur dengan menunjukkan nilai sentral pada pendistribusian data yang diukur dalam *mean*, median dan standar deviasi. Uji T juga dilakukan pada penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen secara menyeluruh. Dianggap signifikan jika memiliki nilai kurang dari 0.05 dan jika lebih dari 0.05 maka data dihasilkan dianggap tidak ditemukan (Sujarweni, 2018). Uji F juga dilakukan pada penelitian ini, menurut (Sujarweni, 2018) pengujian ini memiliki nilai signifikan besar dari 0.05 maka variabel independen tidak memiliki pengaruh secara signifikan dan jika hasil kurang dari 0.05 maka variabel independen dinyatakan memiliki pengaruh signifikan terhadap dependen.

Penelitian ini menguji 5 variabel independen dan 1 variabel dependen dan semua variable ini diukur dengan skala likert lima poin. Skala likert lima poin merupakan data interval, dimana data interval merupakan kategori data *metric* (Sekaran, Uma, & Bougie, 2017). Pada variabel motivasi pertanyaan diadopsi dan diukur dengan menggunakan 6 pertanyaan yang diadopsi dan dikembangkan (Latif,

Mushtaq, Muhammad, Ferdoos, & Hummayoun, 2013). Variabel dukungan sosial menggunakan 3 pertanyaan (Chang & Wu, 2013). Variabel kepuasan kerja mengadopsi dan dilakukan pengembangan untuk pertanyaan, sebanyak 5 pertanyaan diadopsi dari penelitian Susanty et al. (2013). Variabel sikap mengukur 11 pertanyaan yang diadopsi dan dikembangkan dari (Muda, Rafiki, & Harahap, 2014). Variabel kinerja manajemen pengetahuan mengukur 10 pertanyaan yang diadopsi dan dikembangkan (Masa'deh et al., 2017).

### PEMBAHASAN

Subjek penelitian ini adalah guru sekolah menengah terhadap 16 sekolah negeri dan swasta di Kota Batam. Dalam proses penyebaran tidak seluruhnya berjalan sesuai harapan, terdapat 3 penolakan dari pihak sekolah dan Yayasan. Akhirnya, dari total yang disebar sebanyak 375 kuesioner, hanya 341 yang berhasil terisi. Karena dengan dilakukan proses menunggu pengisian maka kuesioner dapat dipastikan proses selesai dan mendeteksi kesalahan pengisian dan dilakukan pengisian ulang. Selain itu, juga kuesioner tersebut dititipkan kepada guru yang dikenal oleh peneliti sehingga dapat dipastikan bahwa kuesioner tersebut kembali dengan pengisian lengkap.

Tabel 1  
Hasil Penyebaran Kuesioner

Keterangan Penyebaran	Jumlah Responden
Penyebaran	375
Tidak kembali	30
Tidak Lengkap	4
Layak Uji	341

Sumber : Data diolah

Terdapat 397 orang guru SMA yang berjenis kelamin pria dan 724 yang berjenis kelamin wanita, 543 orang guru SMK yang berjenis kelamin pria dan 647 orang guru berjenis kelamin wanita, ini merupakan data yang didapatkan pada tahun 2017/2018

dari Dapo Dikdasmen Kemendikbud Kota Batam sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini lebih banyak guru wanita yang melakukan pengisian kuesioner.

Tabel 2  
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Pria	93	27,27%
Wanita	248	72,73%
Jumlah	341	100,00%

Sumber : Data diolah

Responden memiliki masa kerja paling banyak adalah 0 – 10 tahun dengan usia 22 – 50 tahun sehingga memiliki tingkat pemahaman dalam penginterpretasian yang baik dalam menjelaskan pernyataan kuesioner.

Tabel 3  
Masa Kerja Responden

Masa Kerja	Jumlah Responden	Persentase
0-10 tahun	197	57,77%
11-20 tahun	107	31,38%
21-30 tahun	27	7,92%
> 30 tahun	10	2,93%
Jumlah	341	100%

Sumber : Data diolah

Data yang didapatkan dari data statistik Kemendikbud bahwa berdasarkan Pendidikan dari setiap guru sebanyak 1,448 guru dengan Pendidikan sarjana dan 11,147 memiliki Pendidikan pascasarjana. Oleh sebab itu, responden guru yang paling banyak mengisi adalah dengan Pendidikan sarjana.

Tabel 4  
Pendidikan Responden

Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase
Strata II	15	4,40%
Sarjana /Diploma IV	316	92,67%
Diploma III	2	0,59%
SMA/K	8	2,35%
Jumlah	341	100,00%

Sumber : Data diolah

Hasil pengujian T dilakukan untuk menguji variabel motivasi, hasil menunjukkan terdapat hubungan signifikansi antar variabel motivasi terhadap kinerja karena memiliki nilai 0,00 lebih kecil dari 0,05, sehingga sesuai dengan hipotesis pada penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh positif pada variabel motivasi dan kinerja. Pengaruh positif dapat dilihat dari bagaimana setiap guru merasa termotivasi untuk melakukan pekerjaan dengan baik dan selalu memikirkan solusi untuk penyelesaian pekerjaan seara cepat untuk pengefektifan pekerjaan. Hasil ini sejalan dengan penelitian dari Muda et al. (2014), (Zameer et al. (2014), Shahzadi (2014), Omolo (2015) dan Omolo (2015).

Hasil pengujian dari variabel dukungan sosial terhadap kinerja memiliki hasil tidak signifikan karena nilai  $sig > 0,05$  yaitu 0,47, maka dari itu dukungan sosial secara signifikan tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja. Tidak signifikan dikarenakan saat di sekolah guru hanya bertugas mengajar tanpa ada kegiatan bertemu dengan rekan baru sehingga hal ini dirasa begitu monoton dan guru menjadi tidak dapat membangun hubungan dengan orang lain dalam bidang ini. Namun hasil ini berbeda dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Ahmad, (2015), Chang & Wu (2013), Shahzadi (2014), Ling & Bhatti (2014) dan Chan (2015).

Variabel kepuasan kerja terhadap kinerja memiliki hasil pengujian nilai signifikan 0,00, lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan hasil hipotesis terbukti, bahwa adanya pengaruh signifikan antara kepuasan kerja terhadap kinerja. Kepuasan yang dirasakan oleh guru dilihat dari setiap pekerjaan yang mereka kerjakan, jenis pekerjaan menurut mereka sesuai dengan kapasitasnya, dan mereka tidak pernah berfikir untuk keluar dari pekerjaan ini. Namun hasil ini berbeda dengan penelitian yang sebelumnya telah dilakukan oleh Ahmad et al. (2010). Menurut Ahmad et al. (2010) kepuasan tidak memiliki pengaruh dengan kinerja, hal ini disebabkan oleh setiap orang memiliki pandangan bahwa apa yang dikerjakan oleh masing-masing

individu sudah baik dari orang lain sehingga mereka mengharapkan dapat diberikan tambahan penghasilan atas apa yang telah mereka kerjakan.

Hasil pengujian dari variabel sikap dan kinerja memiliki nilai signifikan 0,00 dan hasil ini lebih kecil dari 0,05. Hasil ini terbukti memiliki hasil signifikan positif yang dikarenakan bahwa setiap guru telah bekerja dengan sangat keras dan giat maka akan membawa mereka pada produktivitas yang tinggi serta mereka memilih untuk tanggungjawab terhadap pekerjaan yang sangat besar terhadap pekerjaan daripada pekerjaan yang kecil. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Ahmad et al. (2010), Susanty et al. (2013).

Hasil pengujian kinerja manajemen pengetahuan terhadap kinerja memiliki nilai signifikan 0,00 lebih kecil dari 0,05. Dengan hasil tersebut memiliki arti bahwa hipotesis terbukti secara signifikan memiliki pengaruh positif antara kinerja manajemen pengetahuan dan kinerja dikarenakan setiap guru selalu mau untuk menerima ilmu baru yang berasal dari tempat mereka bekerja dan bahwa dengan adanya kegiatan berbagi pengetahuan sesama rekan guru lainnya dapat diandalkan, mudah dipahami serta relevan dengan pekerjaan yang sedang dijalankan. Hasil ini juga menunjukkan hasil yang sama dengan penelitian sebelumnya oleh Obeidat, Masa'deh, & Abdallah (2014), Masa'deh et al. (2017).

Tabel 5  
Berdasarkan Pengujian Koefisien Determinasi

Variabel	R Square	Adjusted R <sup>2</sup>
Kinerja	0,24	0,23

Sumber : Data diolah

Motivasi, kepuasan kerja, dukungan sosial, sikap dan kinerja manajemen pengetahuan dengan hasil uji koefisien determinasi menunjukkan hasil 23% yang artinya dapat memprediksi kinerja dari seorang guru, sedangkan variabel keadilan, ekuitas (Inuwa, 2015), penghargaan non finansial,

penghargaan finansial dan pelatihan (Kenyatta, 2015) jam kerja, stres, hambatan komunikasi (Iqbal, Ijaz, Latif, & Mushtaq, 2015) merupakan faktor lainnya yang berasal dari luar model penelitian ini dengan hasil 77%.

## PENUTUP

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk menemukan jawaban apakah motivasi, dukungan sosial, kepuasan kerja, sikap dan kinerja manajemen pengetahuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja guru SMA dan SMK di Kota Batam. Dari 5 (lima) variabel yang diuji, yaitu motivasi, dukungan sosial, kepuasan kerja, sikap dan kinerja manajemen pengetahuan terhadap Kinerja menunjukkan hasil bahwa 4 (empat) variabel memiliki nilai signifikan sedangkan 1 (satu) variabel memiliki nilai tidak signifikan terhadap variabel kinerja.

Variabel dukungan sosial tidak berpengaruh signifikan dikarenakan hubungan bersosialisasi dari setiap guru terhadap orang lain masih kurang, mereka kurang bertemu dengan orang di luar lingkungan mereka sehingga itu dirasa menjadi hal yang monoton.

Terdapat keterbatasan pada penelitian ini yaitu, belum ada pengujian kinerja yang berdasarkan dengan *gender*, apakah gender dapat mempengaruhi kinerja seorang guru seperti penelitian yang di kemukakan oleh Shahzadi (2014). Selain itu juga masih terdapat beberapa penolakan dari pihak sekolah tanpa alasan yang jelas dan tanpa keterangan. Serta masih terdapat banyak faktor lain yang mungkin dapat diuji terhadap kinerja.

Dari hasil yang telah didapatkan diharapkan ada perhatian dari pihak sekolah terhadap kinerja guru. Untuk variabel motivasi diharapkan pihak sekolah dapat selalu memberikan lingkungan kerja yang kondusif dan nyaman serta dapat selalu mendukung upaya yang dilakukan setiap guru untuk pengembangan ilmu dan pembelajaran. Untuk kepuasan kerja dari setiap guru menjadi hal penting yang harus

dipertimbangkan oleh setiap sekolah, dianjurkan ada pemeriksaan yang terstruktur agar tidak terjadi ketidakpuasan guru dalam menjalankan tugas ataupun terkait dengan hal lainnya. Untuk variabel sikap, Kepala Sekolah diharapkan dapat merancang kegiatan atau mengikutsertakan guru dalam kegiatan misalnya sertifikasi yang terstruktur dan dapat dimasukkan ke dalam program kerja sekolah sehingga menjadi terjadwal agar setiap guru dapat mempelajari hal baru. Untuk variabel kinerja manajemen pengetahuan diharapkan sekolah dapat menampung ide baru dari para guru dan dapat menyalurkan kembali kepada guru lainnya untuk dapat terjadinya pertukaran informasi di dalam lingkungan sekolah. Hal ini dapat membuat lingkungan baru dimana setiap guru dapat mencari dan mengembangkan ide baru yang dapat membantu pekerjaan mereka.

Bagi setiap guru diharapkan dapat terus melakukan pembaharuan pembelajaran dan cara mengajar agar dirasa tidak membosankan oleh siswa, harus mengikuti perkembangan saat ini dimana menggunakan bantuan media yang diharapkan akan terus dapat meningkatkan motivasi serta produktivitas guru dalam pengajaran.

#### REFERENSI

- Ahmad, H., Ahmad, K., & Ali Shah, I. (2010). Relationship between Job Satisfaction, Job Performance Attitude towards Work and Organizational Commitment. *European Journal of Social Sciences*, 18(2), 257–267.
- Allen, M. A. M. (2015). Employee Relations: The International Journal Article information: *Employee Relations*, 37(5), 1–37.
- Aziri, B. (2011). Job Satisfaction: A Literature Review. *Management Research and Practice*, 3(4), 77–86.
- Chan, A. N. W. (2015). Social support for improved work integration. *Social Enterprise Journal*, 11(1), 47–68. <https://doi.org/10.1108/sej-07-2014-0033>
- Chang, C. C., & Wu, C. C. (2013). Multilevel analysis of work context and social support climate in libraries. *Aslib Proceedings: New Information Perspectives*, 65(6), 644–658. <https://doi.org/10.1108/AP-05-2012-0051>
- Chaudhary, N., & Sharma, B. (2012). Impact of employee motivation on performance (productivity) in private organization. *International Journal of Business Trends and Technology*, 2(4).
- Chen, X. H., Zhao, K., Liu, X. & Wu, D. D. (2012). Improving employees job satisfaction and innovation performance using conflict management. *International Journal of Conflict Management*, 23(2), 151–172. <https://doi.org/10.1108/10444061211218276>
- detikNews. (2019). Potret Pendidikan Indonesia di Tengah Perkembangan Teknologi. Retrieved from detikNews website: <https://news.detik.com/dw/d-4533564/potret-pendidikan-indonesia-di-tengah-perkembangan-teknologi>
- GTCI. (2019). The Global Competitiveness Report 2019. Retrieved from [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf)
- I. Dugguh, S., & Dennis, A. (2014). Job satisfaction theories: Traceability to employee performance in organizations. *IOSR Journal of Business and Management*, 16(5), 11–18. <https://doi.org/10.9790/487x-16511118>
- Indriantoro, Nur, dan B. S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen* (1st ed.). Yogyakarta: Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Inuwa, M. (2015). The International Journal Of Business & Management The Impact of Employee Engagement in Improving Organizational Performance Abstract: *The International Journal Of Business & Management*, 3(2), 111–114.
- Iqbal, A., Ijaz, M., Latif, F., & Mushtaq, H.

- (2015). Factors Affecting the Employees Performance: a Case Study of Banking Sector in Pakistan. *European Journal of Business and Social Sciences*, 4(08), 309–318. Retrieved from <http://www.ejbss.com/recent.aspx/>
- Kenyatta, J. (2015). The Effects of Motivation on Job Performance A Case Study of KCB Coast Region Belly Onanda. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 5(9), 1–13. Retrieved from [www.ijsrp.org](http://www.ijsrp.org)
- Kompas.com. (2019). Ini 11 Pesan Guru Nusantara untuk Pendidikan Indonesia. Retrieved from Kompas.com website: <https://edukasi.kompas.com/read/2019/10/27/18051621/mas-nadiem-ini-11-pesan-guru-nusantara-untuk-pondidikan-indonesia?page=all>
- Latif, M. S., Mushtaq, A., Muhammad, Q., Ferdoos, A., & Hummayoun, N. (2013). Impact of employee ' s job satisfaction on organizational performance . *European Journal of Business and Management*, 5(5), 166–171.
- Ling, S., & Bhatti, M. (2014). Work Stress and Job Performance in Malaysia Academic Sector: Role of Social Support as Moderator. *British Journal of Economics, Management & Trade*, 4(12), 1986–1998. <https://doi.org/10.9734/bjemt/2014/12098>
- Masa'deh, R., Shannak, R., Maqableh, M., & Tarhini, A. (2017). The impact of knowledge management on job performance in higher education: The case of the University of Jordan. *Journal of Enterprise Information Management*, 30(2), 244–262. <https://doi.org/10.1108/JEIM-09-2015-0087>
- Muda, I., Rafiki, A., & Harahap, M. R. (2014). Factors Influencing Employees ' Performance : A Study on the Islamic Banks in Indonesia. *International Journal of Business and Social Science*, 5(2), 73–80.
- Nurullah, A. S. (2012). Received and Provided Social Support: A Review of Current Evidence and Future Directions. *Journal of Psychosomatic Research*, 27(3), 173–188.
- Obeidat, B., Masa'deh, R., & Abdallah, A. (2014). The relationships among human resource management practices, organizational commitment, and knowledge management processes: a structural equation modeling approach. *International Journal of Business and Management*, 9(3), 9-26.
- Omolo, P. A. (2015). Effect of motivation on employee performance of commercial banks in Kenya: A case study of Kenya Commercial Bank in Migori County. *International Journal of Human Resource Studies*, 5(2), 87. <https://doi.org/10.5296/ijhrs.v5i2.7504>
- Raza, S. A., Jawaid, S. T., & Hassan, A. (2015). Internet banking and customer satisfaction in Pakistan. *Qualitative Research in Financial Markets*, 7(1), 24–36. <https://doi.org/10.1108/QRFM-09-2013-0027>
- Sarwono, J. (2016). No Title العقد الفريد. In *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (1st ed., p. 400). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sekaran, Uma, & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian* (6th ed.). Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Shahzadi, I. et al. (2014). Impact of Employee Motivation on Work Performance. *International Journal of Scientific and Research Publications (IJSRP)*, 8(3), 159–167. <https://doi.org/10.29322/ijsrp.8.3.2018.p7544>
- Sujarweni, V. W. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Pustaka Baru Press.

Susanty, A., Miradipta, R., & Jie, F. (2013). Analysis of the Effect of Attitude Toward Works, Organizational Commitment, and Job Satisfaction. *European Journal of Business and Social Sciences*, 1(10), 15–24.

Zameer, H., Alireza, S., Nisar, W., & Amir, M. (2014). The Impact of the Motivation on the Employees Performance in Beverage Industry of Pakistan. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 4(1), 293–298.  
<https://doi.org/10.6007/ijarafms/v4-i1/630>

#### **BIODATA PENULIS**

Dame Afrina Sihombing merupakan Dosen di Universitas Internasional Batam. Memiliki Pendidikan Sarjana Akuntansi di Universitas Pancasila, lulus pada tahun 2013 dan Pendidikan Magister Manajemen di Universitas Internasional Batam, lulus pada tahun 2018.

# **Pengaruh Kepemimpinan Transformasional, Kepuasan Kerja Dan Komitmen Organisasional Terhadap Organizational Citizenship Behavior PT Sinergi**

**Roby Irzal Maulana**

Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia  
robzirzalmaulana@gmail.com

## **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kepemimpinan transformasional, kepuasan kerja, dan komitmen organisasional terhadap *organizational citizenship behavior*. Penelitian ini menggunakan seluruh karyawan di PT Sinergi sebagai populasi. Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sensus. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 88 orang karyawan. Metode Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dan wawancara. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dengan SPSS 21.0 *for windows*. Hasil penelitian menunjukkan Kepemimpinan transformasional, Kepuasan kerja dan Komitmen organisasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap *organizational citizenship behavior* pada karyawan di PT Sinergi. Untuk dapat meningkatkan *organizational citizenship behavior*, maka harus memperhatikan *inspirational motivation*, *promotion opportunities* dan komitmen afektif. Kata kunci: kepemimpinan transformasional, kepuasan kerja, komitmen organisasional, *organizational citizenship behavior*

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to determine the effect of transformational leadership, work satisfaction, and organizational commitment of organizational citizenship behavior. The study used all employees in PT. Sinergi as population. Sampling technique used in this study is census method. Sample used in this study are 88 employees. Data collection methods used in this study is questionnaire and interview. This study applied multiple linear regression analysis with SPSS 21.0 for windows. The analysis shows that transformational leadership, work satisfaction, and organizational commitment has positive and significant effect on financial performance on employees in PT. Sinergi. To improve organizational citizenship behavior, it must pay attention to inspirational motivation, promotion opportunities and commitment affective. Keywords: transformational leadership, work satisfaction, organizational commitment, organizational citizenship*

*Naskah diterima: 27-08-2020, direvisi: 12-06-2020, diterbitkan: 01-09-2020*

## **PENDAHULUAN**

Pengelolaan SDM saat ini merupakan suatu keharusan dan bukan lagi merupakan suatu pilihan apabila perusahaan ingin berkembang. Salah satu

yang harus diperhatikan adalah rasa suka rela karyawan dalam membantu rekan kerja di luar tanggung jawab. Perasaan itu sudah dimiliki karyawan, maka kinerja perusahaan akan semakin

meningkat dan karyawan akan merasa puas dalam melakukan pekerjaan (Robbins, 2013:23) Untuk dapat mengelola SDM dengan baik, setiap pemimpin dan manajer serta bagian yang menangani SDM harus mengerti masalah manajemen SDM dengan baik pula (Widodo, 2015). *Organizational Citizenship Behavior* merupakan perilaku ekstra yang tidak menjadi bagian dari kewajiban kerja formal seorang pegawai, namun mendukung berfungsinya perusahaan secara efektif (Robbins, 2009:40).

Memiliki karyawan yang bersedia mencurahkan segenap kemampuan demi kepentingan perusahaan adalah harapan bagi semua organisasi. Karyawan adalah sebagai modal utama bagi perusahaan oleh sebab itu karyawan perlu dikelola agar tetap menjadi produktif akan tetapi dalam pengelolaannya bukanlah hal yang mudah, karena karyawan mempunyai pikiran, status, serta latar belakang yang berbeda. Karyawan yang dapat bertanggung jawab atas pekerjaan yang dilakukan, sedangkan perusahaan diharapkan dapat memberikan penghargaan atau pengakuan atas prestasi karyawan. Dalam dunia kerja yang semakin berkembang dan dinamis, dimana tugas-tugas yang semakin banyak dilakukan dalam tim, lebih fleksibel, bernilai penting, diperlukan adanya karyawan yang mampu berperilaku diluar peran. Beberapa contoh seperti: membuat pernyataan yang konstruktif untuk tugas kelompok kerja mereka dan perusahaan, membantu yang lain dalam timnya, menjadi relawan untuk aktivitas tugas ekstra, menghindari konflik yang tidak perlu, menunjukkan kepedulian, menghormati dan memaklumi beban dan gangguan terkait kerja yang kadang terjadi.

Kondisi tersebut membuat perusahaan sangat memerlukan karyawan yang bersedia melakukan hal yang bukan menjadi tugasnya. Srirang dan Shweta (2010) menyatakan bahwa OCB ditandai dengan usaha dalam bentuk apapun yang dilakukan berdasarkan kebijaksanaan

pegawai yang memberikan manfaat bagi organisasi tanpa mengharapkan imbalan apapun. Menurut Podsakoff *et al.*, (dalam Maria Wikantari, 2014) manfaat OCB terhadap perusahaan adalah dapat membantu meningkatkan produktivitas rekan kerja, dapat membantu meningkatkan produktivitas manajer, dapat membantu mengefisienkan penggunaan sumber daya perusahaan untuk tujuan-tujuan produktif, dapat membantu menghemat energi sumber daya yang langka untuk memelihara fungsi kelompok, dapat dijadikan sebagai sarana efektif untuk mengkoordinasi aktivitas-aktivitas antar anggota-anggota tim dan antar kelompok-kelompok kerja, dapat meningkatkan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan dan mempertahankan sumber daya-sumber daya yang andal dengan memberikan kesan bahwa perusahaan merupakan tempat bekerja yang lebih menarik, dapat meningkatkan stabilitas kinerja perusahaan dan dapat meningkatkan kemampuan perusahaan untuk beradaptasi terhadap perubahan-perubahan lingkungan bisnisnya.

Penelitian ini berusaha memperluas pemahaman mengenai pengaruh *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) pada karyawan PT. Sinergi. Organ *et al.* (2006) mendefinisikan OCB sebagai perilaku individual yang bersifat bebas, yang tidak secara langsung dan eksplisit mendapat penghargaan dari sistem imbalan formal, dan yang secara keseluruhan (agregat) meningkatkan efisiensi dan efektifitas fungsi-fungsi perusahaan, bersifat bebas dan sukarela karena perilaku tersebut tidak diharuskan oleh persyaratan peran atau deskripsi jabatan yang secara jelas dituntut berdasarkan kontrak dengan perusahaan, melainkan sebagai pilihan personal. PT. Sinergi adalah perusahaan penyedia alat-alat kesehatan. PT. Sinergi merupakan salah satu dari banyak perusahaan penyedia alat-alat kesehatan untuk operasi di Indonesia. PT. Sinergi dapat dipastikan sangat memerlukan karyawan yang memiliki peran ekstra di luar

pekerjaannya untuk dapat mengoptimalkan kinerja karyawan di PT. Sinergi. Kepemimpinan transformasional merupakan faktor penting yang mempengaruhi OCB. Kepemimpinan transformasional yaitu pemimpin yang mencurahkan perhatiannya kepada persoalan-persoalan yang dihadapi oleh para pengikutnya dan kebutuhan pengembangan dari masing-masing pengikutnya dengan cara memberikan semangat dan dorongan untuk mencapai tujuannya (Robbins, 2007). Menurut Koesmono (2013) kepemimpinan transformasional adalah pemimpin yang memberikan pertimbangan dan rangsangan intelektual yang diindividualkan dan memiliki kharisma. Abu dan Al'omari (2008).

Memberikan pedoman khusus untuk mengimplementasikan faktor pengaruh individu yang mungkin membantu memecahkan masalah dan meningkatkan gaya kepemimpinan transformasional pada diri karyawan antara lain, menggerakkan semua sumber daya kekuatan organisasi, menciptakan perbedaan dan perubahan besar dalam organisasi dan membesarkan kolega-*subordinate* untuk mencapai kesadaran yang lebih besar atas perannya dalam organisasi.

Penelitian Saeed dan Ahmad (2012) menyatakan dengan mengadopsi gaya kepemimpinan transformasional untuk mempengaruhi bawahannya sehingga mereka dapat terlibat dalam perilaku ekstra peran seperti OCB yang bermanfaat bagi pertumbuhan organisasi. Maharani dkk (2013) menyatakan kepemimpinan transformasional mempunyai pengaruh positif yang tidak langsung terhadap OCB. Secara umum OCB muncul diakibatkan karena karyawan mendapatkan kepuasan bekerja pada suatu organisasi. Kepuasan kerja merupakan suatu perasaan positif tentang pekerjaan seseorang yang merupakan hasil dari evaluasi karakteristiknya (Ivancevich *et al.*, 2006). Sakiru *et al.*, (2013) menjelaskan kepuasan kerja merupakan hal terpenting bagi pekerja untuk pengembangan organisasi, pekerja

berharap mendapatkan lebih banyak kepuasan dengan pekerjaan mereka daripada dimasa lalu. Menurut Teori Herzberg, terdapat dua faktor yang menyebabkan kepuasan dan ketidakpuasan yaitu, faktor *motivator* merupakan karakteristik pekerjaan berkaitan dengan kepuasan pekerjaan, yaitu jumlah kebutuhan yang apabila dipenuhi akan menimbulkan keputusan tetapi jika tidak dipenuhi akan mengurangi kepuasan, faktor *hygiene* merupakan karakteristik pekerjaan berkaitan dengan ketidakpuasan pekerjaan, yaitu sejumlah kebutuhan yang apabila dipenuhi tidak akan meningkatkan motivasi, tetapi jika tidak dipenuhi akan menimbulkan kepuasan.

Menurut Podsakof *et al.*, (dalam Achmad Sani, 2013) mengungkapkan bahwa karyawan yang puas umumnya lebih mudah untuk melakukan kontribusi yang lebih (OCB). Ketika karyawan merasakan kepuasan terhadap pekerjaan yang dilakukannya, maka karyawan tersebut akan bekerja secara maksimal dalam menyelesaikan pekerjaannya, bahkan melakukan beberapa hal yang mungkin diluar tugasnya.

Komitmen organisasional merupakan salah satu faktor penting yang berperan dalam membentuk OCB karyawan. Menurut Thamrin *et al.*, (2011) komitmen karyawan merupakan suatu bentuk identifikasi, loyalitas dan keterlibatan yang diekspresikan oleh karyawan terhadap organisasi. Karyawan yang merasa lebih berkomitmen pada organisasi memiliki kebiasaankebiasaan yang bisa diandalkan, berencana untuk tinggal lebih lama di dalam organisasi, dan mencurahkan lebih banyak upaya dalam bekerja (Lamidi, 2009).

Komitmen organisasional merupakan sikap yang merefleksikan loyalitas karyawan pada perusahaan dan proses berkelanjutan dimana anggota organisasi mengekspresikan perhatiannya terhadap organisasi pada keberhasilan dan kemajuan yang berkelanjutan. Wagner dan Rush (2000) menemukan komitmen organisasional berpengaruh pada OCB.

Nagar (2012) memberikan pedoman khusus untuk mengimplementasikan sistem manajemen yang mungkin membantu memecahkan masalah dan meningkatkan komitmen organisasional pada diri karyawan yaitu, berkomitmen pada nilai utama manusia dilakukan dengan membuat aturan tertulis, mempekerjakan manajer yang baik dan tepat mempertahankan komunikasi, memperjelas dan mengomunikasikan misi, memperjelas misi dan ideologi, karisma menggunakan praktik perekrutan berdasarkan nilai, menekankan orientasi berdasarkan nilai stres dan pelatihan, membentuk tradisi berdasarkan nilai, menekankan orientasi berdasarkan nilai stres dan pelatihan, membentuk tradisi, menjamin keadilan organisasi, memiliki prosedur penyampaian keluhan yang komprehensif, menyediakan komunikasi dua arah yang ekstensif, menciptakan rasa komunitas membangun homogenitas berdasarkan nilai, keadilan, menekankan kerja sama, saling mendukung, dan mendukung perkembangan karyawan melakukan aktualisasi; memberikan pekerjaan menantang pada tahap pertama; memajukan dan memberdayakan; mempromosikan dari dalam; menyediakan aktivitas perkembangan; menyediakan keamanan kepada karyawan.

(Lamidi, 2009) Menemukan hubungan positif antara komitmen afektif dan komitmen normatif terhadap OCB, dimana komitmen normatif mempunyai hubungan yang lebih kuat dari pada komitmen afektif, sementara komitmen berkelanjutan mempunyai hubungan yang negatif terhadap kepatuhan. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan terhadap beberapa karyawan di PT. Sinergi terdapat masalah yaitu rendahnya *Organizational Citizenship Behavior* yang ditandai dengan karyawan yang hanya mengerjakan tugas dan tanggungjawabnya sendiri serta tidak memiliki keinginan untuk membantu rekan kerja yang memiliki beban kerja yang berlebihan.

Rendahnya OCB di PT. Sinergi tidak luput dari rendahnya kepemimpinan transformasional, kepuasan kerja dan komitmen organisasional. Indikasi rendahnya kepemimpinan transformasional di PT. Sinergi dimana pemimpin kurang berinteraksi langsung kepada karyawan dan memberikan semangat langsung ke bawah.

Indikasi rendahnya kepuasan kerja karyawan dimana beberapa karyawan masih sering mengeluh dengan sistem penggajian yang dirasa masih kurang dan tidak sesuai dengan pekerjaan yang telah dilakukan, kurangnya kesempatan promosi dan kurangnya pengawasan dari atasan terhadap bawahan. Masalah komitmen organisasional di PT. Sinergi menjadi suatu hal yang penting. Adapun masalah komitmen organisasional yang ditemui di PT. Sinergi 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.

Berdasarkan uraian yang sudah dijelaskan, maka penelitian ini meneliti tentang "Pengaruh Kepemimpinan Transformasional, Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasional Terhadap *Organizational Citizenship Behavior* PT. Sinergi.

Hasil penelitian Lamidi (2008) menunjukkan bahwa kepemimpinan transformasional mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap OCB. Menurut Moghimi *et al.*, (2013) menyatakan bahwa kepemimpinan transformasional mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap OCB. Penelitian yang dilakukan oleh Nguni (2005) pada sekolah-sekolah dasar dan sekolah menengah di Tanzania juga menunjukkan pengaruh yang signifikan dan positif antara kepemimpinan transformasional terhadap perilaku OCB dari para guru. Berdasarkan latar belakang dan pokok permasalahan yang telah diuraikan, maka

dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut.

H1: Kepemimpinan transformasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap OCB.

Pernyataan ini diperkuat oleh Krishnan *et al.*, (2009) menunjukkan bahwa baik kepuasan kerja intrinsik maupun kepuasan kerja ekstrinsik berpengaruh signifikan terhadap OCB. Murphy *et al.*, (2002) menemukan bahwa kepuasan kerja memiliki hubungan yang signifikan dan positif terhadap OCB. Ngadiman *et al.*, (2013) menyatakan kepuasan kerja mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap OCB. Ini berarti bahwa lebih tinggi kepuasan kerja yang mereka peroleh maka lebih tinggi OCB dalam pribadi pengajarannya. Sedangkan penelitian yang dilakukan Yoon dan Suh (2003) menemukan bahwa kepuasan kerja berpengaruh positif signifikan terhadap OCB. Selanjutnya, Osman *et al.*, (2015) menemukan kepuasan kerja memiliki hubungan positif dengan OCB. Berdasarkan latar belakang dan pokok permasalahan yang telah diuraikan, maka dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut.

H2: Kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap OCB.

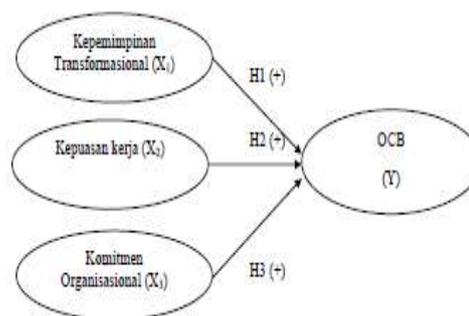
Hasil penelitian sebelumnya oleh Merry (2013) yang menyatakan bahwa komitmen organisasional mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap OCB karyawan Rumah Sakit Bhayangkara Trijata Denpasar. Zeinabadi (2010) menemukan bahwa komitmen organisasional mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap OCB. Darmawati *et al.*, (2013) menemukan bahwa komitmen organisasional memiliki hubungan yang signifikan terhadap OCB. Selanjutnya, Kim (2006) menemukan bahwa afektif komitmen berpengaruh positif pada OCB.

Berdasarkan latar belakang dan pokok permasalahan yang telah diuraikan, maka dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut

H3: Komitmen organisasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap OCB.

## MODEL PENELITIAN

Berdasarkan kajian terhadap studi-studi terdahulu baik secara konsep maupun empiris, maka dapat disusun suatu model penelitian seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Berfikir Penelitian

Desain penelitian ini menggunakan metode dan kuantitatif yang berdasarkan bentuk tingkat eksplanasi penelitian yaitu berbentuk penelitian asosiatif yang memiliki hubungan kausal. Penelitian ini dilakukan di PT. Sinergi yang beralamat di *Green Office Park* lantai 3 gedung *my republic BSD City*. Alasan peneliti melakukan penelitian di PT. Sinergi yaitu karena ditemukannya masalah yang terkait *Organizational Citizenship Behavior* di PT. Sinergi. Adapun objek dari penelitian ini adalah kepemimpinan transformasional, kepuasan kerja, komitmen organisasional dan *Organization Citizenship Behavior* di PT. Sinergi. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah *Organizational Citizenship Behavior* (Y). Adapun indikator yang digunakan adalah sebagai berikut (Organet *al.*, 2006): *altruism* (Y1), *conscientiousness* (Y2), *sportmanship* (Y3), *courtesy* (Y4) dan *civic virtue* (Y5). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kepemimpinan transformasional (X1), kepuasan kerja (X2) dan komitmen organisasional (X3). Menurut Robbins dan Judge (2008) variabel kepemimpinan transformasional diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut: *idealized influence* (X1.1), *inspirational motivation* (X1.2), *intellectual stimulation* (X1.3), dan *individual consideration* (X1.4).

Robbins dan Judge (2008); Azeem (2010) mengungkapkan bahwa terdapat lima indikator kepuasan kerja, yaitu: pembayaran (X2.1), pekerjaan (X2.2), kesempatan promosi (X2.3), atasan (X2.4), dan rekan kerja (X2.5), Komitmen organisasional merupakan orientasi hubungan aktif antara individu dan organisasinya. Adapun indikatornya menurut Zulpikar dan Daniel (2011) terdiri dari: *affective commitment* (X3.1), *continuance commitment* (X3.2) dan *normative commitment* (X3.3).

Data kuantitatif dari penelitian ini adalah jumlah pegawai di PT. Sinergi dan data kualitatif dalam penelitian ini seperti struktur organisasi dan sejarah singkat PT. Sinergi Tridaya Medical. Dalam penelitian ini anggota populasi adalah seluruh karyawan di PT. Sinergi.

Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik sampling jenuh (Metode Sensus) yang merupakan teknik menentukan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2012). Berdasarkan pengertian tersebut maka yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah 88 karyawan dengan tidak mengikutsertakan Kepala Cabang di PT. Sinergi.

Metode pengumpulan data yang dilakukan yakni: menggunakan tanya jawab langsung dengan pihak-pihak yang terkait dalam penelitian yang dilakukan, seperti melalui wawancara dengan beberapa pegawai di PT. Sinergi dan pernyataan secara tertulis mengenai kepemimpinan transformasional, kepuasan kerja, komitmen organisasional dan OCB di PT. Sinergi.

Skala yang digunakan dalam pengukuran data adalah menggunakan *skala likert* untuk mengukur sikap, sifat, pendapat atau persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2012; 132). Untuk menguji instrument penelitian maka dilakukan uji validitas, uji Reliabilitas dan Analisis faktor konfirmatori. Uji validitas dilakukan dengan cara menghitung korelasi antar skor masing-masing

pertanyaan. Jika koefisien korelasi positif dan lebih besar dari 0,3 maka indikator dikatakan valid (Sugiyono, 2012:178). Uji Validitas adalah untuk menguji seberapa baik instrumen penelitian dalam mengukur konsep yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2012:172). Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2012:173). Teknik CFA ditujukan untuk mengestimasi *measurement* model, menguji unidimensionalitas dari konstruk-konstruk eksogen dan endogen. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis statistik dilakukan dengan menggunakan program SPSS 21.0 for windows (*Statistica Program and Service Solution*) dan program Microsoft Excel. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi linier berganda. Persamaan regresi linier berganda dirumuskan secara sistematis sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

.....  
 .... (1)

Sumber : Nata Wirawan (2002)

Keterangan :

$\hat{Y}$  = *Organizational Citizenship Behavior*

X1 = Kepemimpinan Transformasional

X2 = Kepuasan Kerja

X3 = Komitmen Organisasional

a = Konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$  = Koefisien dari variabel bebas

e1 = Koefisien pengganggu.

## PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kepemimpinan transformasional, kepuasan kerja dan komitmen organisasional terhadap OCB di PT. Sinergi. Data karakteristik responden merupakan data responden yang dikumpulkan untuk mengetahui profil responden penelitian. Dari hasil

penelitian yang dilakukan pada karyawan di PT. Sinergi, maka diketahui karakteristik responden yang meliputi tiga aspek, yaitu tingkat pendidikan, umur serta jenis kelamin responden. Kuisisioner yang disebarakan kepada responden sebanyak 88 kuisisioner. Jadi, responden yang digunakan pada karakteristik responden adalah sebanyak 88 orang.

Tabel 1.  
Karakteristik Responden

No	Umur (Tahun)	Jumlah	
		Orang	Persentase (%)
1	SMA	41	47,7
2	D1	0	0
3	D3	0	0
4	S1	43	48,9
5	S2	3	3,4
Jumlah		88	100

No	Umur (Tahun)	Jumlah	
		Orang	Persentase (%)
1	21-25	16	18,1
2	26-30	12	13,7
3	30-35	17	19,3
4	36-40	13	14,8
5	>40	30	34,1
Jumlah		88	100

No	Umur (Tahun)	Jumlah	
		Orang	Persentase (%)
1	Laki-laki	43	48,9
2	Perempuan	45	51,1
Jumlah		88	100

Sumber: Data Primer Diolah

Responden pada penelitian di PT. Sinergi Tridaya Medical, sebagian besar memiliki tingkat pendidikan S1 dengan jumlah 43 orang dengan presentase sebesar 48,9 persen, hal ini dikarenakan sebagian besar karyawan PT. Sinergi mengikuti rekrutmen pada jenjang pendidikan S1. Untuk usia responden pada PT. Sinergi ini sebagian besar berusia lebih dari 40 tahun, yaitu sebanyak 30 orang atau sebesar 34,1 persen. Kemudian jenis kelamin responden pada PT. Sinergi didominasi oleh karyawan perempuan yaitu sebanyak 45 orang atau 51,1 persen.

Tabel 2.  
Hasil Perhitungan Uji Validitas

No.	Variabel	Item	Validitas		Keterangan
			Koefisien Korelasi	Standar	
1	Kepemimpinan transformasional (X1)	X1.1	0,853	0,3	Valid
		X1.2	0,903	0,3	Valid
		X1.3	0,948	0,3	Valid
		X1.4	0,901	0,3	Valid
2	Kepuasan kerja (X2)	X2.1	0,840	0,3	Valid
		X2.2	0,870	0,3	Valid
		X2.3	0,826	0,3	Valid
		X2.4	0,740	0,3	Valid
		X2.5	0,851	0,3	Valid
3	Komitmen Organisasional (X3)	X2.1	0,920	0,3	Valid
		X2.2	0,828	0,3	Valid
		X2.3	0,899	0,3	Valid
4	OCB (Y)	Y1	0,833	0,3	Valid
		Y2	0,823	0,3	Valid
		Y3	0,822	0,3	Valid
		Y4	0,816	0,3	Valid
		Y5	0,866	0,3	Valid

Sumber: Data Primer Diolah

Tabel 2 menunjukkan bahwa seluruh indikator pernyataan dalam variable kepemimpinan transformasional, kepuasan kerja, komitmen organisasional dan *organizational citizenship behavior* memiliki korelasi item total lebih dari 0,3 yaitu sehingga seluruh indikator tersebut telah memenuhi syarat validitas data.

Tabel 3.  
Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Item	Reliabilitas		Keterangan
			Alpha Cronbach	Standar	
1	Kepemimpinan transformasional	X1	0,921	0,6	Reliabel
2	Kepuasan kerja	X2	0,881	0,6	Reliabel
3	Komitmen Organisasional	X3	0,856	0,6	Reliabel
4	OCB	Y	0,888	0,6	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah

Uji normalitas dengan menggunakan uji non parametrik satu sampel Kolmogorov-Smirnov bertujuan untuk meyakinkan apakah residual dapat terdistribusi dengan normal dan independen.

Tabel 4.  
Hasil Uji Normalitas

N	Unstandardized Residual
Kolmogorov-Smirnov Z	0,845
Asymp.Sig.(2-tailed)	0,473

Sumber: Data Primer Diolah

Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai *Kolmogorov smirnov* (K-S) sebesar 0,845, sedangkan nilai *asympt.Sig.* (2-



menyampaikan visi misi organisasi secara jelas, menginspirasi bawahan, merangsang kreatifitas bawahan dan mampu melatih bawahan akan meningkatkan perilaku OCB karyawan. Perilaku OCB yang meningkat ditandai dengan meningkatnya perilaku membantu rekan sekerja dengan sukarela, patuh terhadap

peraturan perusahaan, tidak memberikan isu-isu yang dapat menjatuhkan karyawan lain, membantu meringankan masalah-masalah yang dihadapi sesama karyawan dan mendukung fungsi-fungsi organisasi secara professional. Perilaku OCB para karyawan dapat ditingkatkan dengan cara meningkatkan intensitas penerapan kepemimpinan transformasional Kepala Cabang.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara teoritis, indikator yang tertinggi terletak pada indikator *inspiration motivation*, sedangkan secara praktis indikator tertinggi terletak pada *idealized influence*. Hal ini menunjukkan bahwa walaupun secara teoritis inspirasi dari pimpinan dalam melaksanakan pekerjaan, namun secara praktis penyampaian visi misi dari pimpinan dapat meningkatkan semangat kerja karyawan di PT. Sinergi, sehingga semakin baik

penyampaian visi misi dari pimpinan maka semakin tinggi pula rasa optimis karyawan dalam menyelesaikan pekerjaan.

Hasil pengujian hipotesis variabel kepuasan kerja terhadap *organizational citizenship behavior* diperoleh nilai *Sig.t* sebesar 0,001 dengan koefisien *beta* 0,297. Tingkat signifikansi  $0,001 < 0,05$  mengindikasikan bahwa kepuasan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap *organizational citizenship behavior*. Artinya apabila kepuasan kerja meningkat, maka *organizational citizenship behavior* karyawan akan mengalami peningkatan juga. Berdasarkan hal tersebut maka hipotesis kepuasan kerja berpengaruh positif terhadap *organizational citizenship behavior* dapat diterima. Pengujian hipotesis ini mengembangkan penelitian yang dilakukan oleh Krishnan *et al.*,

(2009) menunjukkan bahwa baik kepuasan kerja intrinsik maupun kepuasan kerja ekstrinsik berpengaruh signifikan terhadap OCB. Murphy *et al.*, (2002), Ngadiman *et al.*, (2013), Yoon dan Suh (2003), Gonzales dan Garazo (2006) dan Osman *et al.*, (2015).

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa para karyawan yang mendapatkan kepuasan kerja, akan memunculkan kerelaan mereka untuk melakukan pekerjaan diluar deskripsi pekerjaannya. Adanya kesesuaian antara upah dengan sesuai beban kerja, bekerja dengan penuh tanggung jawab, mengerjakan pekerjaan dengan baik akan dipromosikan, diperlakukan dengan baik oleh pemimpin dan menikmati bekerja dengan teman-teman dalam lingkungan kerja akan meningkatkan perilaku OCB karyawan. Peningkatan nilai OCB para karyawan dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kepuasan kerja mereka. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara teoritis indikator tertinggi terletak pada *promotion opportunities*, sedangkan secara praktis indikator tertinggi terletak pada *co-workers*. Hal ini menunjukkan bahwa walaupun secara teoritis kesempatan promosi dapat meningkatkan kualitas pekerjaan, namun secara praktis rekan kerja mampu meningkatkan kenyamanan karyawan dalam lingkungan kerja di PT. Sinergi. Sehingga semakin besar kesempatan promosi yang diberikan pada karyawan maka semakin tinggi pula kepuasan kerja yang dirasakan pada karyawan di PT. Sinergi. Hasil pengujian hipotesis variabel komitmen organisasional terhadap *organizational citizenship behavior* diperoleh *Sig.t* sebesar 0,000 dengan koefisien *beta* 0,313. Tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$  mengindikasikan bahwa komitmen organisasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap *organisasional citizenship behavior*. Artinya apabila komitmen organisasional meningkat, maka *organisasional citizenship behavior* karyawan akan mengalami peningkatan juga.

Berdasarkan hal tersebut maka hipotesis komitmen organisasional berpengaruh

positif terhadap *organisasional citizenship behavior* dapat diterima. Pengujian hipotesis ini mengembangkan penelitian yang dilakukan oleh Merry (2013), Zeinabadi (2010), Darmawati *et al.*, (2013), Chen dan Francesco (2003) dan Kim (2006) yang menyatakan bahwa komitmen organisasional mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap OCB.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa para karyawan yang merasa bangga terhadap perusahaan, memiliki kekhawatiran jika meninggalkan perusahaan dan percaya bahwa seseorang harus loyal terhadap organisasinya. Perilaku OCB yang meningkat ditandai dengan meningkatnya perilaku ditandai dengan meningkatnya perilaku membantu rekan sekerja dengan sukarela, patuh terhadap peraturan perusahaan, tidak memberikan isu-isu yang dapat menjatuhkan karyawan lain, membantu meringankan masalah-masalah yang dihadapi sesama karyawan dan mendukung fungsi-fungsi organisasi secara profesional. Perilaku OCB para karyawan dapat ditingkatkan dengan cara meningkatkan intensitas penerapan komitmen organisasional bawahan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara praktis maupun secara teoritis indikator tertinggi terletak pada komitmen afektif. Sehingga semakin tinggi rasa bangga yang dimiliki seorang karyawan terhadap perusahaannya, maka semakin tinggi pula komitmen organisasional yang dimiliki karyawan di PT. Sinergi.

### **PENUTUP**

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan hasil pembahasan diatas, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu: kepemimpinan transformasional berpengaruh positif signifikan terhadap *organizational citizenship behavior* pada karyawan di PT. Sinergi. Kepuasan kerja berpengaruh positif signifikan terhadap *organizational citizenship behavior* pada karyawan di PT. Sinergi. Komitmen organisasional berpengaruh positif

signifikan terhadap *organizational citizenship behavior* pada karyawan di PT. Sinergi.

Berdasarkan hasil analisis penelitian, pembahasan dan kesimpulan terdapat beberapa saran yang dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan di masa mendatang terutama yang berkaitan dengan kepemimpinan transformasional, kepuasan kerja, komitmen organisasional dan *organizational citizenship behavior*, antara lain: secara praktis, untuk dapat meningkatkan OCB, maka harus memperhatikan indikator *inspirational motivation* yang merupakan indikator dari kepemimpinan transformasional yang berkaitan dengan menginspirasi bawahan untuk selalu optimis dalam mencapai tujuan perusahaan yang dapat ditingkatkan oleh pimpinan dengan cara mengkomunikasikan harapan-harapan tinggi dari bawahannya, mempunyai visi yang tinggi bagi bawahannya, optimis dan antusias serta memberikan dorongan dan arti terhadap apa yang perlu dilakukan. Kesempatan promosi yang merupakan indikator dari kepuasan kerja berkaitan dengan mengerjakan pekerjaan dengan baik, saya akan dipromosikan ini dapat dilakukan dengan cara member kesempatan kepada karyawan untuk dapat mengembangkan kreativitas dan inofasi yang lebih baik demi tercapainya tujuan organisasi secara optimal dan *continuance commitment* yang merupakan indikator dari komitmen organisasional berkaitan dengan memiliki kekhawatiran jika meninggalkan perusahaan dapat ditingkatkan melalui absensi karyawan serta mengurangi rasa ketidakpuasan karyawan terhadap organisasi yang nantinya akan mampu meningkatkan OCB karyawan di PT. Sinergi. pada variabel komitmen organisasional.

Apabila indikator-indikator tersebut dapat ditingkatkan, tentunya akan lebih meningkatkan *organizational citizenship behavior* di PT. Sinergi. Secara teoritis, untuk dapat meningkatkan *organizational citizenship behavior*, maka harus

memperhatikan indikator *inspirational motivation* pada variabel kepemimpinan transformasional, indikator *promotion opportunities* pada variabel kepuasan kerja dan indikator afektif pada variabel komitmen organisasi. Karena ketiga indikator tersebut memiliki nilai *loading factor* tertinggi dalam membentuk masing-masing variabel.

#### REFERENSI

- Abu-Tineh, A. M., Khasawneh, S. A., & Al-Omari, A. A. 2008. Kouzes and Posner's transformational leadership model in practice: The case of Jordanian schools. *Leadership & Organization Development Journal*, 29, 648 - 660.  
<https://doi.org/10.1108/01437730810916613>
- Achmad Sani. 2013. Role of Procedural Justice, Organizational Commitment and Job Satisfaction on Job Performance: The Mediating Effects of Organizational Citizenship Behavior. *International Journal of Business and Management*; Vol. 8, No. 15.  
<https://doi.org/10.5539/ijbm.v8n15p57>
- Azeem, S.M. 2010. Job Satisfaction and Organizational Commitment among Employees in the Sultanate of Oman, *Journal of Psychology*, Vol 1, pp. 295-299.  
<https://doi.org/10.4236/psych.2010.14038>
- Darmawati, Arum., Hidayati, Lina Nur., Herlina S., Dina. 2013. Pengaruh Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasi terhadap Organizational Citizenship Behavior – *Jurnal Economica*, 9(1), 10-17.
- Ivancevich, John M. Donnelly, James H. Jr. 2006. *Organizational Behavior, Structure, Process*; Texas, Business Publication Inc.
- Kim, Sangmook. 2006. Public service motivation and organizational citizenship behaviour in Korea. *International Journal of Manpower*, Vol.27 No. 8, pp. 722-740.  
<https://doi.org/10.1108/01437720610713521>
- Koesmono, H. Teman. 2013. Pengaruh, Motivasi, Budaya Organisasi, Kepemimpinan Transformasional, Transaksional Terhadap Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasional Guru SMA Swasta Kristen Petra (Studi pada Workshop Leadership & Motivation in Teaching and Transferring the Knowledge di Fakultas Bisnis Unika WidyaMandala Surabaya). *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis*. Vol. 4, No. 1, April 2013, 56-68.
- Krishnan R., Arumugam, N., Chandran, V., and Kanchymalay, K. 2009. Examining the Relationship between Job Satisfaction and Organizational Citizenship Behavior: A Case Study among Non Academic Staffs in A Public Higher Learning Institution in Malaysia, *Global Business Summit Conference*, Vol 2, No 43, pp. 221-232.
- Lamidi. 2008. Pengaruh Kepemimpinan Transformasional Terhadap Organizational Citizenship Behavior: Dengan Variabel Intervening Komitmen Organisasional, *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Vol.8, no. 1, 25-37.
- Maharani, Vivin., Eka Afnana Troena and Noermijati. 2013. Organizational Citizenship Behavior Role in Mediating the effect of Transformational Leadership, job satisfaction on Employee Performance: Studies in PT. Bank Syariah Mandiri Malang East Java. *International Journal of Business and Management*. 8.17: p1.  
<https://doi.org/10.5539/ijbm.v8n17p1>
- Maria Wikantari. 2014. Pengaruh Faktor-faktor Personality Dan Procedural Justice Terhadap Organizational

- Citizenship Behavior. *Jurnal Bijak* Volume. XI No. 2 September 2014
- Merry Ristiana, M. 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.
- Moghimani dan Firozabad, 2013, The Mediating Effects of Psychological Empowerment and Job Satisfaction in the Relationship between Transformational Leadership and Organizational Citizenship Behavior, *Journal of Basic and Applied*, Vol. 3, No. 5.
- Murphy, G., Athanasou, J., and King, N. 2002. Job Satisfaction and Organizational Citizenship Behaviour: A study of Australian Human- Service Professionals, *Journal of Managerial Psychology*, Vol 17, No 4, pp. 287-297.  
<https://doi.org/10.1108/02683940210428092>
- Nagar, K. 2012. Organizational Commitment and Job Satisfaction among Teachers during Times of Burnout. *Vikalpa: The Journal for Decision Markets*, 37(2).  
<https://doi.org/10.1177/0256090920120205>
- Nata Wirawan. 2002. *Cara Mudah Memahami Statistik 2 (Statistik Inferensia) Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Edisi Kedua. Denpasar : Keraras Emas.
- Ngadiman. 2013. Influence of Work Satisfaction, and Organizational Commitment to The Organizational Citizenship Behavior of Lecturers at Faculty of Teachers' Training and Education, Sebelas Maret University, Surakarta, *Educational Research International*, Vol. 1, No. 3
- Nguni, S.C., 2005. A Study of the Effects of Transformational Leadership on Teachers' Job Satisfaction, Organizational Commitment and Organizational Citizenship Behaviour in Tanzanian Primary and Secondary Schools, *Doctoral thesis*, Universiteit Nijmegen.
- Organ, D.W., Podsakoff, P.M., and MacKenzie, S.B. 2006. *Organizational Citizenship Behavior: Its Nature, Antecedents, and Consequences*, SAGE Publications.
- Osman, A., Yusuf Haji Othman, S M Sohel Rana, Mohamad Solaiman & Bharat Lal. 2015. The Influence of Job Satisfaction, Job Motivation & Perceived Organizational Support toward Organizational Citizenship Behavior (OCB) in Malaysia. *Asian Social Science*; Vol 11, No. 21 pp 174-182.  
<https://doi.org/10.5539/ass.v11n21p174>
- Robbins, Stephen P. 2009. *Perilaku Organisasi*, Edisi kesepuluh: ahli bahasa Benyamin Molan, Edisi Bahasa Indonesia; PT. Mancanan Jaya Cemerlang, Indonesia.
- Saeed, Aamir and Shabaz Ahmad. 2012. Perceived Transformational Leadership Style and Organizational Citizenship Behavior: A Case Study Of Administrative Staff of University of the Punjab. *European Journal of Business and Management*. 4(21): pp: 150-158.
- Sakiru, Oladipo Kolapo, Jeffrey Lawrence D'siva, Jamilah Othman, Abu Daud Silong, and Adekanye Temitope Busayo. 2013. Leadership Style and Job Satisfaction among Employees in Small and Medium Enterprises. *International Journal of Business and Management*, 8(13): pp: 34-41.  
<https://doi.org/10.5539/ijbm.v8n13p34>

- Shweta, J., and Srirang, J. 2010. Determinants of Organizational Citizenship Behavior: A Review of Literature. *Journal of Management and Public Policy*, Vol 1 No 2, pp. 27-36.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Thamrin, H.M. 2012. The influence of Transformational leadership and Organization Commitment on Job Satisfaction and Employee performance. *International Journal Innovation, Management and Technology*, 3(5), pp: 567-672. <https://doi.org/10.7763/IJIMT.2012.V3.299>
- Wagner, Sharon L & Rush, Michael C. 2000. Altruistic organizational citizenship behavior: Context, desposition, and age, *The Journal of Social Psychology*; Jun; 140, 3; ProQuest Medical Library pg. 379. <https://doi.org/10.1080/00224540009600478>
- Widodo, Suparno Eko. 2015. *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- Yoon, Mahn. Hee, Suh, Jaebeom. 2003. Organizational Citizenship Behavior and service quality as external effectiveness of contact employees. *Journal of Business Research* 56, 597-611. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(01\)00290-9](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(01)00290-9)
- Zeinabadi, Hassanreza. 2010. Job Satisfaction and Organizational Commitment as Antecedents of Organizational Citizenship Behavior (OCB) of Teachers. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 5, 988-1003. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2010.07.225>
- Zulpikar dan Daniel Budi Santoso. 2011. Analisis Komitmen Organisasional, Kepuasan Kerja dan Kinerja Karyawan. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 8(1), pp:82-96

#### **BIODATA PENULIS**

Roby Irzal Maulana seorang dosen dari Universitas Pamulang Program Studi Manajemen dengan jabatan fungsional Asisten Ahli, beliau menempuh pendidikan formal S1 di Universitas Jenderal Soedirman dan S2 Magister Manajemen Di Universitas Muhammadiyah Jakarta

## ***Pengaruh Social Media dan Brand Image Terhadap Purchase Decision Melalui Buying Interest***

**Sutiyati<sup>1</sup>, Henny Welsa<sup>2</sup>, Ambar Lukitaningsih<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, [uthiemoeslimah@gmail.com](mailto:uthiemoeslimah@gmail.com)

<sup>2</sup>Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, [henny\\_welsa@yahoo.com](mailto:henny_welsa@yahoo.com)

<sup>3</sup>Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, [ambaryudono@yahoo.com](mailto:ambaryudono@yahoo.com)

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel paling berpengaruh dan penting yang menyebabkan menurunnya jumlah masyarakat yang berwisata ke pantai Parangtritis Yogyakarta sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan. Ukuran sampel sebesar 97 yang dapat mewakili populasi ditentukan dengan menggunakan metode Krejcie-Morgan. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis Structural Equation Modeling (SEM) yang berbasis varians yaitu Partial Least Square (PLS). Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah accidental sampling menggunakan instrumen kuosioner. Variabel social media berpengaruh positif dan signifikan terhadap purchase decision dengan p values sebesar 0.000; Variabel brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap purchase decision dengan p values sebesar 0.018; Variabel social media berpengaruh positif dan signifikan terhadap buying interest dan p values 0.008; Variabel brand image berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap buying interest dengan nilai original sampel sebesar 0.213 dan nilai p values sebesar 0.129. Variabel buying interest berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap purchase decision dibuktikan dengan data nilai original sampel sebesar 0.014 dan p values sebesar 0.764; buying interest sebagai intervening berpengaruh pada hubungan variabel social media dan purchase decision dengan nilai Zscore (2.67) > Ztabel (1.96); buying interest sebagai intervening tidak berpengaruh pada hubungan variabel brand image terhadap purchase decision dengan nilai Zscore (1.08) < Ztabel (1.96).

Kata Kunci : *Social media, Brand image, buying interest, purchase decision*

### **ABSTRACT**

*The purpose of this research is to determine the most influential and important variables that cause the low totally of the peoples has been visited at Parangtritis beach Yogyakarta in accordance with the problems that have been formulated. A sample size of 97 that can represent the population is determined using the Krejcie-Morgan method. The method of analysis in this study is to use a variance-based analysis of Structural Equation Modeling (SEM), namely Partial Least Square (PLS). The sampling technique in this study is accidental sampling using a questionnaire instrument. Social media variables have a positive and significant effect on purchase decision by showing p values of 0.000; brand image variable has a positive and significant effect on purchase decision with p values of 0.018; social media variables has a positive and significant effect on buying interest and p values of 0.008; brand image variable has a positive but not significant effect on work stress with an original sample value of 0.213 and a p value of 0.129; buying interest variables have a positive and significant effect on purchase decision as evidenced by the original sample value of 0.014 and p values of 0.764; buying interest as intervening influences has effect on relationship between social media variables and purchase decision with zscore (2.67) > ztable (1.96); buying interest as an*

*intervening has not effect on relationship between brand image and purchase decision with zscore (1.08) < ztable (1.96).*

*Keywords: Social media, Brand image, buying interest, purchase decision*

*Naskah diterima: 27-08-2020, direvisi: 11-06-2020, diterbitkan: 01-09-2020*

### **PENDAHULUAN**

Pariwisata merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial dan ekonomi. Indonesia sebagai negara yang sedang berkembang dalam tahap pembangunannya, berusaha membangun industri pariwisata sebagai salah satu cara untuk mencapai neraca perdagangan luar negeri yang berimbang. Melalui industri ini diharapkan pemasukan devisa dapat bertambah (Pangestu, 2018). Daerah Istimewa Yogyakarta salah satu tujuan wisata favorit bagi wisatawan, baik bagi wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Kegiatan yang berbasis pariwisata merupakan salah satu upaya yang dilakukan pihak pemerintah untuk mempromosikan potensi wisata yang ada di DIY (Edy Susanto, 2019). Pariwisata di DIY mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pantai Parangtritis merupakan objek wisata pantai andalan dan menjadi icon pariwisata di Kabupaten Bantul karena memiliki potensi yang sangat menarik dengan keindahan dan keunikan gumuk pasir menjadikan sebagai satu brand image yang unggul dan menarik bagi masyarakat yang berwisata ke pantai Parangtritis (Dejan, 2018). Potensi media sosial sebagai media promosi pariwisata sangatlah besar, akan tetapi yang menjadi permasalahan adalah bagaimana agar media sosial tersebut seperti instagram dan facebook dapat dikenal dan memiliki banyak pengikut agar konten yang dipublikasikan atau diunggah dapat diterima oleh orang banyak. *Social media* Instagram pantai parangtritis Jogja adalah salah satu dari instagram obyek wisata di Yogyakarta yang dibuat dengan harapan dapat meningkatkan jumlah kunjungan masyarakat yang berwisata ke Pantai Parangtritis Jogja (Daga, 2019). Jumlah kunjungan wisatawan di pantai Parangtritis mengalami penurunan pada tahun 2019. Pada tahun 2018 jumlah kunjungan di pantai Parangtritis mencapai 2,89 juta pengunjung sedangkan pada tahun

2019 jumlah kunjungan mencapai 2,81 juta pengunjung. Adanya citra merk (Brand Image) yang dimiliki oleh pantai Parangtritis Jogja, pengelola pantai Parangtritis menargetkan jumlah kunjungan meningkat pada tahun 2020 menjadi 2,95 juta pengunjung (Koesbianto, 2019). Minat sebagai dorongan, yaitu rangsangan internal yang kuat yang memotivasi tindakan, dimana dorongan ini dipengaruhi oleh stimulus dan perasaan positif akan produk. Jika rangsangan atau dorongan yang di berikan melebihi ekspektasi maka konsumen akan bisa menerima perasaan positif atau menyenangkan sehingga memiliki minat beli yang lebih kuat dan dampaknya muncul keputusan untuk membeli di bandingkan jika minat beli yang lemah konsumen akan melakukan pemilihan alternatif lain sebelum melakukan keputusan pembelian. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen menggambarkan seberapa jauh tingkat pengaruh usaha pemasaran yang dilakukan terhadap suatu produk sehingga pemasar harus mengetahui perilaku konsumen dalam hal menentukan keputusan pembelannya (Nulufi & Murwatingsih, 2018). Melihat bahwa pentingnya peningkatan jumlah masyarakat yang berwisata, keputusan pembelian masyarakat dalam berwisata menjadi satu hal yang harus diperhatikan dalam industry pariwisata, juga berlaku pada industry pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta, salah satu kota yang menjadi sasaan tujuan wisata dengan destinasi yang menarik di Indonesia. Dari banyaknya destinasi wisata di Yogyakarta, Pantai Parangtritis hadir berbeda dalam menarik minat bagi para pengunjungnya, dengan citra yang dimiliki dari masing-masing, yang mana Pantai Parangtritis sudah ada dari dahulu dan menarik bagi masyarakat yang berkunjung bukan hanya regional tetapi internasional menjadikan pantai Parangtritis memiliki citra tersendiri bagi para masyarakat lokal, nasional maupun mancanegara.

## KAJIAN LITERATUR

### Deskripsi Konseptual

Media sosial didefinisikan mengacu pada semua situs web dan aplikasi yang memungkinkan orang untuk membuat dan/atau berbagi konten dan yang memberikan kesempatan untuk berpartisipasi dalam jejaring social (Meslat, 2018). Media sosial didefinisikan sebagai sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini antara lain: Blog, Twitter, Facebook, Instagram, Path, dan Wikipedia (Nurkarima, 2018).

*Brand Image* adalah Photo-photo yang menarik dan pesan yang mampu menginspirasi dapat mempengaruhi sikap pengunjung jejaring sosial untuk menyukai jejaring sosial tersebut dan membuat jumlah pengunjung jejaring sosial bertambah (Sriyanto & A.W., 2019). Brand Image (citra merek) adalah persepsi konsumen terhadap perusahaan atau produknya. Menurutnya, citra suatu merek tidak dapat ditanamkan di dalam pikiran pelanggan dalam waktu cepat dan melalui satu media saja, melainkan citra suatu merek harus disampaikan kepada pelanggan melalui tiap sarana komunikasi yang tersedia dan disebarakan secara terus menerus, karena tanpa citra yang kuat sangatlah sulit untuk suatu perusahaan dapat menarik pelanggan baru untuk membeli produk dari perusahaan (Alexi, Zulkarnain, & Musfar, 2017).

Minat beli konsumen adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, darisana timbul timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai pada akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat memilikinya (Kotler, 2005). Untuk mengaktifkan minat beli ada dua hal yang sangat berperan, yaitu :

1. Ingatan konsumen akan merek produk, yang berguna sebagai rencana keputusan saat dihadapkan pada situasi pembelian.
2. Diusahakan keberadaanya, yaitu melalui pengintegrasian ketika konsumen

melakukan proses keputusan pembelian, misalnya promosi.

*Purchase Decision* merupakan keputusan yang diambil konsumen dalam menghadapi permasalahan dengan menggunakan serta memanfaatkan segala macam informasi yang telah diketahui dan kemudian menilai dari berbagai alternatif yang dapat dipilih (Kotler & Keller, 2016). Keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya yang kemudian mengarah kepada keputusan (Alexi et al., 2017).

### Deskripsi Teoretik

Menurut (Meslat, 2018) menjelaskan bahwa *purchase decision* dipengaruhi secara langsung oleh *social media*. (Yogesh & Yesha, 2018) menjelaskan bahwa *purchase decision* dipengaruhi secara langsung oleh *social media* juga. Dan menurut (Caecilia, Kindangen, & Tumewu, 2017) menjelaskan bahwa *purchase decision* dipengaruhi secara langsung oleh *social media marketing youtube* dan *instagram*, namun *social media marketing facebook* berpengaruh secara tidak langsung dalam *purchase decision*.

Menurut (Alexi et al., 2017) menjelaskan bahwa *purchase decision* dan *repurchase decision* dipengaruhi langsung oleh *brand image dan product design*. (Prasetya, Yulianto, & Sunarti, 2018) menjelaskan bahwa *purchase decision* dipengaruhi langsung oleh *brand image*. Sedangkan menurut (Rommy, Moh, & Nur, 2018) menjelaskan bahwa *purchase decision* dipengaruhi secara langsung oleh *brand image dan price perception*. Menurut (Sudaryanto, Subagio, Awaliyah, Wulandari, & Hanim, 2019) *consumer purchase decision* dipengaruhi langsung oleh *brand image, price dan promotion*.

(Raheni, 2018) menjelaskan bahwa minat beli konsumen dipengaruhi secara langsung oleh *media social*. menurut (Amalia & Sunarti, 2019) minat berkunjung *follower* dipengaruhi secara langsung oleh *media social instagram*.

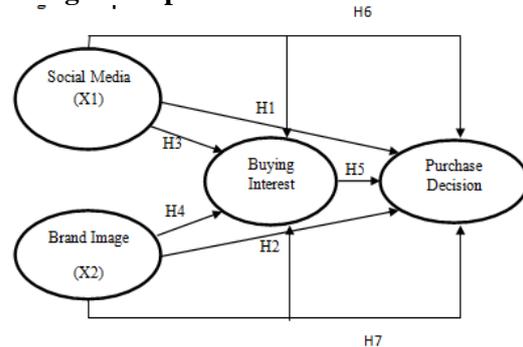
(Romadhona, Sudapet, & Subagio, 2018) menjelaskan bahwa *consumer buying interest* dipengaruhi secara langsung oleh *packaging design, promotion dan brand image*. (Mughoffar, Sumarwan, & Tinaprilla, 2019) menjelaskan bahwa *buying interest* dipengaruhi secara langsung oleh *E-wom dan brand image*. Sedangkan menurut (Rommy et al., 2018) menjelaskan bahwa minat beli smart phone oppo dipengaruhi secara langsung oleh *brand image*.

(Rahmawati, 2018) menjelaskan bahwa keputusan pembelian konsumen shoppee dipengaruhi secara langsung oleh minat beli dan harga. Menurut (Montjai, Tewel, & Lengkong, 2018) menjelaskan bahwa keputusan pembelian sepeda motor Yamaha dipengaruhi secara langsung oleh motivasi, sikap dan minat beli konsumen. Sedangkan (Sriyanto & A.W., 2019) menjelaskan bahwa keputusan pembelian online shop di Shopee dipengaruhi secara langsung oleh *brand ambassador*, minat beli dan testimoni.

(Putri, 2018) menjelaskan bahwa keputusan pembelian konsumen Cherie dipengaruhi secara tidak langsung oleh *social media* melalui minat beli. Menurut (Kurniasari & Budiarmo, 2018) menjelaskan bahwa keputusan pembelian J.Co donuts & Coffee Semarang dipengaruhi secara tidak langsung oleh *social media marketing dan brand awareness* melalui minat beli. (Haikal & Suliyanto, 2018) menjelaskan bahwa *purchase decision* dipengaruhi secara tidak langsung oleh *consumer ethnocentrism, brand image dan perceived quality* melalui *buying interest*.

(Nulufi & Murwatiningsih, 2018) menjelaskan bahwa keputusan pembelian batik di Pekalongan dipengaruhi secara tidak langsung oleh *brand image* dan sikap konsumen melalui minat beli. (Hasyati & Khasanah, 2019) menjelaskan bahwa keputusan pembelian produk toko sepatu Bata dipengaruhi secara tidak langsung oleh kualitas produk, persepsi harga dan citra merek melalui minat beli konsumen.

### Kerangka Berpikir



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian

### METODE PENELITIAN

#### Pengukuran dan Pengumpulan Data

Sebuah survei dengan teknik accidental sampling dilakukan pada masyarakat yang berwisata ke pantai Parangtritis Yogyakarta. Proses penyebaran dilakukan dengan *google form* melalui *social media whatsapp app, instagram dan facebook*. Masyarakat yang berwisata ke pantai Parangtritis Yogyakarta adalah target dari penelitian ini.

Instrumen untuk pengumpulan data adalah kuesioner yang terstruktur. Variabel *social media* menggunakan indikator yang digunakan oleh peneliti (Nurkarima, 2018) yang meliputi unsur-unsur penilaian sebagai berikut: *Interest Content, Easy to access dan Easy to understand*. Pengukuran variabel *brand image* menggunakan indikator yang digunakan oleh peneliti (Prasetya et al., 2018) dengan unsur-unsur penilaian sebagai berikut : Daya tarik dari destinasi, Harga tiket masuk destinasi, Fasilitas dari destinasi dan Kemudahan dari destinasi. Adapun untuk indikator dari *buying interest* sejalan dengan yang dilakukan oleh (Pebriani, Sumarwan, & Simanjuntak, 2018) yaitu *transactional interest dan explorative interest*. Sedangkan Pengukuran variabel *purchase decision* menggunakan indikator yang digunakan oleh peneliti (Bagus Nur Herawan, 2018) yaitu : *intend to make a purchase, Habit dan Recommendation*. Semua item diukur menggunakan skala Likert 5 poin (1 = sangat tidak setuju, 5 = sangat setuju). Demografi responden sederhana juga diterapkan pada kuesioner dengan pertanyaan mengenai jenis

kelamin, usia, tingkat pendidikan dan rata-rata pendapatan perbulannya.

**Analisis Data**

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Patial Least Square (PLS)*, yaitu SEM yang berbasis variance, dengan *software SmartPLS 3.2.8*. Tahapan pengujian PLS dilakukan sebagai berikut:

a. Uji Indikator

Dari uji indikator ini diperoleh output validitas dan realibilitas model yang diukur dengan kriteria: *Convergent Validity*, *Discriminant Validity*, dan *Composite Reliability*.

b. Uji Model Fit (Analisis Inferensial)

Pengujian model fit dilakukan untuk menguji *Standardized Root Mean Square Residual (SRMSR)*, *d\_ULS (jarak Euclidean kuadrat)* dan *d\_G (jarak geodesic, Chi-Square, NFI dan RMS Theta)* (Henseler, Marko, & sarstedt, 2014).

**PEMBAHASAN**

**Karakteristik Sampel**

Sampel dikelompokan berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, dan pendapatan rata-rata perbulan.

Tabel 1. Usia Responden

No	Umur	Frekuensi	Persen
1	15 – 24 tahun	44	45,4
2	25 – 34 tahun	20	20,6
3	35– 44 tahun	25	25,8
4	> 45 tahun	8	8,2
	Total	97	100

Sumber: Data Primer diolah

Berdasarkan tabel 1. diperoleh hasil usia responden yang berwisata ke pantai Parangtritis Yogyakarta adalah usia 15-24 tahun sebanyak 44 orang atau sebesar 45,4 %, usia 25-34 tahun sebanyak 20 Orang atau sebesar 20,6 %, usia 35-44 tahun sebanyak 25 orang atau sebesar 25,8 % dan usia >45 tahun sebanyak 8 orang atau sebesar 8,2%. Usia >45 tahun merupakan karakteristik usia responden dengan persentase paling kecil sedangkan usia 15-24 tahun merupakan

karakteristik usia responden dengan persentase paling besar.

Tabel 2. Jenis Kelamin

No	Jenis kelamin	Frekuensi	Persen
1	Perempuan	65	67
2	Laki-laki	32	33
	Total	97	100

Sumber: Data Primer diolah

Berdasarkan tabel 2. diperoleh hasil bahwa responden yang berwisata ke pantai Parangtritis Yogyakarta berjenis kelamin perempuan sebanyak 65 orang atau sebesar 67%, sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 32 orang atau sebesar 33 %.

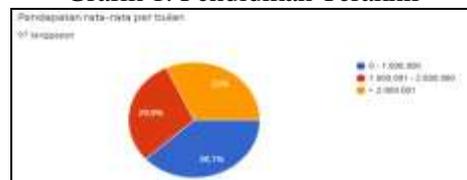
Tabel 3. Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persen
1	SLTP,SLTA	57	58,8
2	D III	7	7,3
3	S1, S2	29	29,9
4	Lain-lain	4	4
	Total	97	100

Sumber: Data Primer diolah

Berdasarkan tabel 3. diperoleh hasil pendidikan terakhir responden yang berwisata ke pantai Parangtritis Yogyakarta adalah SLTP,SLTA sebanyak 57 orang atau 58,8%, D III 7 orang atau 7,3 %, S1,S2 sebanyak 29 orang atau 29,9% dan kategori lain-lain sebanyak 4 orang atau 4%. Persentase paling kecil adalah jenjang pendidikan kategori lain-lain sedangkan persentase paling besar adalah jenjang pendidikan SLTP, SLTA.

Grafik 1. Pendidikan Terakhir



Gambar 1. Grafik Pendidikan Terakhir

Berdasarkan grafik 1. diperoleh hasil bahwa pendapatan rata-rata per bulan responden yang berwisata ke pantai Parangtritis

Yogyakarta adalah pendapatan 0-1.000.000 sebanyak 37 orang atau 38,1%; pendapatan rata-rata perbulan Rp. 1.000.001,00 sampai dengan Rp. 2.000.000,00 sebanyak 29 orang atau 29,9% dan pendapatan rata-rata >2.000.001 sebanyak 31 orang atau 32% . .

**Uji Validitas dan Reliabilitas**

*Cronbach's Alpha* dan *corrected item-total correlation* digunakan untuk menguji validitas dari indikator dimana indikator dinyatakan valid bila nilai *corrected item-total correlation* > r tabel (Ghozali, 2012). Nilai r tabel diperoleh dengan rumus  $df=n-2$ ; dimana n = jumlah anggota sampel yaitu 97 responden dan taraf signifikansi Alpha  $\alpha$  5% untuk uji satu arah, sehingga dapat diperoleh nilai r tabel  $df=97$  yaitu 0.1663.

Sedang untuk uji reliabilitas menggunakan pengukuran sekali saja yang kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Reliabilitas kurang dari 0.6 adalah kurang baik, sedang 0.7 dapat diterima dan diatas 0.8 dinyatakan baik (Ghozali, 2012).

Tabel 4. Uji Validitas dan Reliabilitas

Butir	Corrected item- Total Correlation	r Tabel	Keterang an
<b>Social Media</b>			
IC 1	0.671	0.1663	Valid
IC 2	0.708	0.1663	Valid
IC 3	0.715	0.1663	Valid
EA 1	0.566	0.1663	Valid
EA 2	0.654	0.1663	Valid
EA 3	0.558	0.1663	Valid
EU 1	0.474	0.1663	Valid
EU 2	0.414	0.1663	Valid
EU 3	0.558	0.1663	Valid
<b>Brand Image</b>			
DTD 1	0.473	0.1663	Valid
DTD 2	0.437	0.1663	Valid
DTD 3	0.391	0.1663	Valid
HTMD 1	0.688	0.1663	Valid
HTMD 2	0.765	0.1663	Valid
HTMD 3	0.434	0.1663	Valid
FD 1	0.697	0.1663	Valid
FD 2	0.755	0.1663	Valid
FD 3	0.573	0.1663	Valid
KD 1	0.494	0.1663	Valid

KD 2	0.411	0.1663	Valid
KD 3	0.608	0.1663	Valid
<b>Buying Interest</b>			
TI 1	0.583	0.1663	Valid
TI 2	0.583	0.1663	Valid
EI 1	0.580	0.1663	Valid
EI 2	0.580	0.1663	Valid
<b>Purchase Decision</b>			
IMP 1	0.638	0.1663	Valid
IMP 2	0.695	0.1663	Valid
IMP 3	0.600	0.1663	Valid
H 1	0.732	0.1663	Valid
H 2	0.714	0.1663	Valid
H 3	0.723	0.1663	Valid
R 1	0.706	0.1663	Valid
R 2	0.734	0.1663	Valid
R 3	0.744	0.1663	Valid

Sumber: Data Primer diolah

Berdasarkan tabel 4. diperoleh hasil bahwa variabel *social media*, *brand image*, *buying interest* dan *purchase decision* dinyatakan valid.

Tabel 5. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Keterangan
Social Media (IC)	0.834	Reliabel
Social Media (EA)	0.756	Reliabel
Social Media (EU)	0.667	Reliabel
Brand Image (DTD)	0.621	Reliabel
Brand Image (HTMD)	0.752	Reliabel
Brand Image (FD)	0.831	Reliabel
Brand Image (KD)	0.685	Reliabel
Buying Interest (TI)	0.736	Reliabel
Buying Interest (EI)	0.734	Reliabel
Purchase Decision (IMP)	0.798	Reliabel
Purchase Decision (H)	0.852	Reliabel
Purchase Decision (R)	0.856	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah

Berdasarkan tabel 5. diperoleh hasil bahwa variabel *social media*, *brand image*, *buying interest* dan *purchase decision* dinyatakan reliabel.

**Uji Model Fit (Analisis Inferensial)**

Hasil nilai *Estimated Model* pada uji kecocokan model *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR) menilai besarnya rata-rata perbedaan antara korelasi yang diamati dan yang diharapkan. Nilai hasil uji yang tertera pada tabel diatas adalah sebesar 0.099 kurang dari 0.10 yang artinya model ini merupakan *goodness of fit measure* untuk PLS-SEM yang dapat digunakan untuk menghindari *misspecification model* (Henseler et al., 2014)

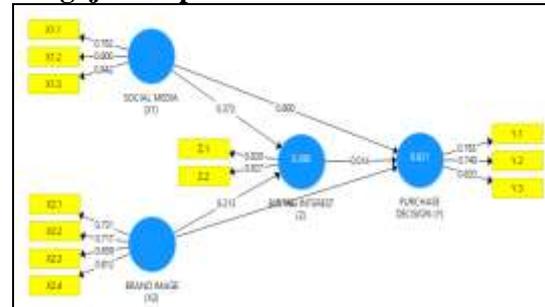
*d\_ULS* (*The Squared Euclidean Distance*) dan *d\_G* (*The Geodesic Distance*) bahwa suatu model penelitian yang baik harus memiliki nilai yang lebih besar dari 0,05 (karena menggunakan *confidence interval* 95%). Artinya dengan nilai *d\_ULS* sebesar 0.770 dan *d\_G* 0.354 model pada penelitian ini memiliki distribusi residual yang rendah.

Nilai *Chi-Square* yang baik menunjukkan  $\chi^2_{\text{Statistik}} < \chi^2_{\text{Tabel}}$ , artinya jumlah variabel manifes dalam model jalur PLS dan jumlah variabel independen dalam model matriks kovarian tercukupi. Hasil model fit untuk *chi-square* pada penelitian ini sebesar 0.205 artinya lebih kecil  $\chi^2_{\text{Tabel}}$  sebesar 0.552 dengan signifikansi *Pvalues* 0.05 dan derajat koefisien (DK) sebesar 499. Artinya jumlah variabel manifes dalam model jalur PLS dan jumlah variabel independen dalam model matriks kovarian tercukupi.

Nilai *Normal Fit Index* (NFI) pada penelitian ini adalah 0.674, dimana semakin mendekati 1 maka semakin baik kecocokannya. NFI merupakan ukuran kesesuaian model sehingga dapat disimpulkan bahwa model ini sedang.

*The Root Mean Squared Residual Covariance Matrix of the Outer Model Residual rms Theta*) menilai sejauh mana residu model luar berkorelasi. Model yang baik ukurannya harus mendekati nilai nol. Nilai rms Theta pada penelitian ini adalah sebesar 0,270 sehingga dapat dikatakan bahwa model pengukuran dalam penelitian ini model yang baik, dimana nilai yang semakin mendekati nol maka semakin baik. Nilai rms Theta dibawah 0,12 mengindikasikan model yang paling pas (Henseler et al., 2014).

**Pengujian Hipotesis**



Gambar 2. Gambar model sesudah uji indikator

Hasil uji hipotesis menggunakan smartPLS-3 terhadap model penelitian setelah uji indikator PLS algorithm diperoleh pembuktian hipotesis sebagai berikut:

1. Hubungan antara variabel bebas social media (X1) terhadap variabel terikat purchase decision (Y) memiliki nilai pengaruh koefisien positif sebesar 0.800 dan memiliki pengaruh yang signifikan dengan ditunjukkannya nilai P values yang kurang dari 0.05 yaitu sebesar 0.000, sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara variabel social media terhadap purchase decision. Hal ini bermakna semakin menarik social media instagram pantai Parangtritis Yogyakarta bagi masyarakat maka akan berdampak pada meningkatnya purchase decision.
2. Hubungan antara variabel bebas social media (X1) terhadap variabel buying interest (Z) memiliki nilai pengaruh koefisien positif sebesar 0.014 dan memiliki pengaruh yang signifikan dengan ditunjukkannya nilai P values yang kurang dari 0.05 yaitu sebesar 0.008, sehingga dapat dinyatakan bahwa antara variabel social media terhadap buying interest terdapat hubungan positif dan signifikan. Hal ini bermakna semakin menarik social media instagram pantai Parangtritis Yogyakarta bagi masyarakat maka akan

berdampak pada meningkatnya buying interest.

3. Hubungan antara variabel bebas brand image (X2) terhadap variabel terikat purchase decision (Y) memiliki nilai pengaruh koefisien positif sebesar 0.142 dan memiliki pengaruh yang signifikan dengan ditunjukkannya nilai P values yang kurang dari 0.05 yaitu sebesar 0.015, sehingga dapat dinyatakan bahwa antara variabel brand image terhadap purchase decision terdapat hubungan positif dan signifikan. Hal ini bermakna semakin unggul dan menarik brand image di mata masyarakat maka akan berdampak pada meningkatnya purchase decision
4. Hubungan antara variabel bebas brand image (X2) terhadap variabel buying interest (Z) memiliki nilai pengaruh koefisien positif sebesar 0.213 dan memiliki pengaruh yang tidak signifikan dengan ditunjukkannya nilai P values yang lebih dari 0.05 yaitu sebesar 0.129, sehingga dapat dinyatakan bahwa antara variabel brand image terhadap buying interest terdapat hubungan positif namun tidak signifikan. Hal ini bermakna semakin unggul dan menarik brand image yang dipunyai pantai Parangtritis Yogyakarta bagi masyarakat maka akan berdampak pada meningkatnya buying interest
5. Hubungan antara variabel buying interest (Z) terhadap variabel purchase decision (Y) memiliki nilai pengaruh koefisien positif sebesar 0.014 dan memiliki pengaruh yang tidak signifikan dengan ditunjukkannya nilai P values lebih dari 0.05 yaitu sebesar 0.764, sehingga dapat dinyatakan bahwa antara variabel buying interest terhadap purchase decision terdapat hubungan positif namun tidak signifikan. Buying interest yang muncul pada masyarakat yang berwisata terbukti memberikan pengaruh yang baik terhadap purchase decision pada masyarakat yang berwisata di pantai Parangtritis Yogyakarta meskipun pengaruh tersebut tidak signifikan.

#### Uji Sobel(Sobel Test)

Untuk mengetahui apakah variabel mediasi mampu berperan sebagai mediator antara

variabel independen dan variabel dependen maka penelitian ini dilakukan uji sobel tes dengan hasil seperti pada tabel dibawah ini :

Tabel 6. Uji Sobel

Variabel	Zskor	Ztabel	Kesimpulan
Social Media	2,66	1,96	Intervening berperan
Brand Image	1,08	1,96	Intervening tidak berperan

Sumber: Data Primer diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa :

1. Hasil sobel tes menunjukkan bahwa variabel social media memiliki nilai Zscore  $2,66 >$  dari Ztabel 1,96. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel buying interest berperan dalam hubungan variabel antara social media dan variabel purchase decision. Ini artinya semakin baik dan menarik social media instagram pantai Parangtritis Yogya maka purchase decision semakin meningkat. Buying interest menjadi mediasi mampu memberikan dampak positif terhadap hubungan social media dan purchase decision.
2. Hasil sobel tes menunjukkan bahwa variabel brand image memiliki nilai Zscore  $1.08 <$  dari Ztabel 1,96. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel buying interest tidak berperan dalam hubungan variabel antara brand image dan variabel purchase decision. Semakin menarik brand image dari pantai Parangtritis Yogyakarta maka tidak akan memberikan dampak terhadap meningkatnya purchase decision. Buying interest menjadi mediasi tidak memberikan dampak positif terhadap hubungan brand image dan purchase decision.

#### PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel social media berpengaruh positif dan signifikan terhadap purchase decision, variabel brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap purchase decision, variabel social media berpengaruh positif dan signifikan terhadap buying interest, variabel brand image berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *buying interest* dan

variabel buying interest berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap purchase decision. *Buying interest* sebagai mediasi (intervening) berpengaruh pada hubungan variabel social media dan purchase decision dengan nilai Zscore (2.66) > Ztabel (1.96) dan buying interest sebagai mediasi (intervening) tidak berpengaruh pada hubungan variabel brand image terhadap purchase decision dengan nilai Zscore (1.08) < Ztabel (1.96).

Adapun saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini yaitu social media instagram hendaknya lebih banyak mengunggah foto dan video yang menarik tentang pantai Parangtritis Yogya, harga tiket masuk pantai Parangtritis Yogya dengan jelas, informasi terkini yang lebih menarik dan bervariasi dan memposting paket wisata menarik lainnya yang berada dilokasi sekitar pantai Parangtritis Yogya. Sedangkan untuk pihak pengelola pantai Parangtritis Yogya hendaknya meningkatkan penyediaan sarana fasilitas toilet, tempat kebersihan, sarana ibadah yang lebih memadai, penyediaan sarana akomodasi yang berupa penginapan atau homestay dan membuat acara menarik di setiap harinya seperti acara perlombaan layang-layang, perlombaan membangun istana pasir dan lain-lainnya sehingga bisa menimbulkan pengalaman yang berkesan bagi masyarakat yang berwisata ke pantai Parangtritis Yogyakarta.

#### REFERENSI

- Alexi, M., Zulkarnain, Z., & Musfar, T. (2017). Pengaruh Brand Image Dan Product Design Terhadap Purchase Decision Dan Repurchase Intention Pada Produk Sepatu Futsal Merek Specs Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 4(1 Februari 2017), 350–363. Retrieved from <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFEKON/article/view/12680>
- Amalia, E., & Sunarti, S. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Berkunjung Followers (Survei Pada Followers Akun Instagram @batuflowergarden.Cobanrais). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol*, 70(1 Mei 2019), 11–18. Retrieved from <http://administrasibisnis.studentjournal.uib.ac.id/index.php/jab/article/view/2809>
- Caecilia, P. meliani, Kindangen, P., & Tumewu, F. (2017). The Effect Of Maybelline Social Media Marketing On Consumer Purchase Decision. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akutansi*, 7(2 September 2017), 232–256. <https://doi.org/10.13658/j.cnki.sar.2019.01.013>
- Daga, R. (2019). *Potensi media sosial sebagai media promosi pariwisata sangatlah besar*.
- Dejan, A. A. (2018). Pengembangan Objek Wisata Pantai Parangtritis dalam Perspektif Sustainable Development. *Government Affairs and Administration*, 5(5 Mei 2018). Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/325285193\\_PENGEMBANGAN\\_OBJEK\\_WISATA\\_PANTAI\\_PARANGTRITIS\\_DALAM\\_PERSPEKTIF\\_SUSTAINABLE\\_DEVELOPMENT](https://www.researchgate.net/publication/325285193_PENGEMBANGAN_OBJEK_WISATA_PANTAI_PARANGTRITIS_DALAM_PERSPEKTIF_SUSTAINABLE_DEVELOPMENT)
- Edy Susanto, M. (2019). Pengaruh Persepsi Nilai, citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Minat Berkunjung (Studi Kasus pada Jawa Timur Park 3 Kota Wisata Batu). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9 Agustus 2019), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Ghozali, I. (Universitas D. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta.
- Haikal, D. M., & Suliyanto. (2018). The Effect of Consumer Ethnocentrism , Brand Image , and Perceived Quality , on Purchase Decisions With Purchase Intention as Intervening Variable ( Study of Eiger Consumers in Tasikmalaya ). *Journal of Accounting Management and Economics*, 20(2 Juli 2018), 42–45. Retrieved from <http://jos.unsoed.ac.id/index.php/jame/article/view/1120>
- Hasyiyati, R. D. P., & Khasanah, I. (2019).

- Minat Beli Sebagai Mediasi ( Studi Pada Konsumen Toko Sepatu Bata Semarang ). *Diponegoro Journal Of Management*, 8(30 Agustus 2019), 1–11. Retrieved from <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom>
- Henseler, J., Marko, C. M., & sarstedt, R. (2014). *A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling*.
- Koesbianto, D. I. (2019). Kabupaten Bantul dalam rangka 2019. *Article*.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen* (15th Editi). Pearson Education, Inc.
- Kurniasari, M., & Budiarmo, A. (2018). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J.Co Donuts & Coffee Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1 Maret 2018), 25. <https://doi.org/10.14710/jab.v7i1.22571>
- Meslat, N. (2018). Impact of social media on ustomers' purchase decision. *International Journal of Global Business Management and Research*, 5(2 Agustus), 45. <https://doi.org/10.14419/ijet.v7i2.30.13457>
- Montjai, O., Tewel, B., & Lengkong, P. . V. (2018). Motivasi, Sikap, Dan Minat Beli Konsumen Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pt. Hasjrat Abadi Sentral Yamaha Manado. *Emba*, 2(4 Desember 2018), 35–45. <https://doi.org/10.1007/s00253-008-1637-5>
- Mughoffar, M., Sumarwan, U., & Tinaprilla, N. (2019). The Effect of e-Wom And Brand Image on The Interest in Buying The Heavenly Blush Yoghurt Product. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 5(26 Mei), 158–167. <https://doi.org/10.17358/ijbe.5.2.158>
- Nulufi, K., & Murwatiningsih. (2018). Minat Beli Sebagai Mediasi Pengaruh Brand Image Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Batik Di Pekalongan (Studi Kasus pada Konsumen International Batik Center dan Pasar Grosir Setono). *Jurnal Manajemen*, 4(1 Mei), 1–134. <https://doi.org/https://doi.org/10.15294/maj.v4i2.7813>
- Nurkarima, N. (2018). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Akhlakul Karimah dan Akhlakul Madzmumah Siswa Di SMAN 1 Kauman Tahun Ajaran 2017/2018. *Institutional Repository*, 5(1 Juni), 11. Retrieved from [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/7912/5/Bab II.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/7912/5/Bab%20II.pdf)
- Pangestu, M. A. (2018). *Pantai Parangtritis Sebagai Destinasi Ikonik di Yogyakarta*.
- Prasetya, ermawan galih, Yulianto, E., & Sunarti, S. (2018). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis angkatan 2018 konsumen Air Mneral Aqua). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 62(2 september 2018), 214–221. Retrieved from <http://administrasibisnis.studentjournal.uib.ac.id/index.php/jab/article/view/2692>
- Putri, C. S. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1 (5)(5 Desember 2018), 594. Retrieved from <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/348>
- Raheni, C. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa The Effect Of Social Media On Consumer Buying Interest Study Case Study. *Jurnal Sinar Manajemen*, Vol. 5(No. 2), 82–85. Retrieved from <https://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/JSM/article/viewFile/289/175>
- Rahmawati. (2018). Pengaruh harga dan minat beli terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee. *Riset Sains Manajemen*, 2 (4)(30 November), 143–150. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1236827>
- Romadhona, R. N. N., Sudapet, N., &

- Subagio, H. D. (2018). Influence of Packing Design, Promotion and Brand Image on consumer Buying Interest (Study Case of Consumer Glek-Glek Tea Nganjuk). *Journal of Integrated Education, Engineering and Business*, 1(2 September), 2615–2312. Retrieved from <https://jurnal.narotama.ac.id/index.php/ijieeb/article/view/762>
- Rommy, A. S. N., Moh, N. B. H. H., & Nur, A. R. Y. N. (2018). Effect Of Brand Image And Price Perception On Purchase Decision. *Journal of Business and Management*, 20(8 Agustus), 76–81. <https://doi.org/10.9790/487X-2008027681>
- Sriyanto, A., & A.W., K. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli , Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur Periode Februari -April 2018). *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8(1 April), 21–34. Retrieved from <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/ema/article/view/858>
- Sudaryanto, S., Subagio, N. A., Awaliyah, I. N., Wulandari, D., & Hanim, A. (2019). Influence of brand image, price and promotion on consumer's buying decision of fast moving consumer's goods with culture as a moderating variable in basmallah retail store in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(3 Maret), 85–92. Retrieved from <http://www.ijstr.org/final-print/mar2019/Influence-Of-Brand-Image-Price-And-Promotion-On-Consumers-Buying-Decision-Of-Fast-Moving-Consumers-Goods-With-Culture-As-A-Moderating-Variable-In-Basmallah-Retail-Store-In-Indonesia.pdf>
- Yogesh, F., & Yesha, M. (2018). Effect of Social Media on Purchase Decision. *Pacific Business Review International*, 6(11 Mei 2018), 45–51. Retrieved from [http://www.pbr.co.in/2018\\_month/May/9.pdf](http://www.pbr.co.in/2018_month/May/9.pdf)
- BIODATA PENULIS**
- Sutiyati, S.E.** lahir di kampung Kaliberot kelurahan Argomulyo Kecamatan Sedayu Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta pada tanggal 26 September 1983. Lulus D-3 Kepariwisata tahun 2006 dari Universitas Gajah Mada. Lulus S-1 Manajemen pariwisata tahun 2013 dari STIE Pariwisata Api Yogyakarta. Lulus kompetensi profesi pendidik tahun 2014 dari Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta. Dan saat ini sedang menempuh S-2 Magister Manajemen di MM UST Yogyakarta. Menjadi staf pengajar (guru) pada kompetensi keahlian Usaha Perjalanan Wisata SMK negeri 1 Sewon Bantul dari tahun 2015 sampai sekarang.
- Dr. Ir. Henny Welsa, SE., MM.** adalah dosen di Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta di Program Studi Magister Manajemen. Lahir di Palembang pada tanggal 8 Desember 1962. Saat ini yang bersangkutan telah menduduki Jabatan ketua gugus mutu fakultas UST Yogyakarta. Latar belakang pendidikan yang bersangkutan adalah sebagai berikut: 1) Lulus Strata 1 (S1) dari Jurusan pertanian UPN dan Manajemen Universitas Proklamasi Yogyakarta; 2) Menyelesaikan Magister Pendidikan (Strata Dua) dengan gelar Master of Manajemen dari Universitas Islam Indonesia; 3) menyelesaikan S3 dari jurusan Ilmu Ekonomi di Universitas 17 Agustus Surabaya.
- Dr. Ambar Lukitaningsih, S.E., MM.** adalah dosen di Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta di Program Studi Magister Manajemen. Lahir di Yogyakarta pada tanggal 17 Mei 1965. Saat ini yang bersangkutan telah menduduki Jabatan ketua Program Studi MM UST Yogyakarta. Latar belakang pendidikan yang bersangkutan adalah sebagai berikut: 1) Lulus Strata 1 (S1) dari STIE Jayanegara Malang; 2) Menyelesaikan Magister Pendidikan (Strata Dua) dan S3 dari Universitas Islam Indonesia.

## **Pembeda Konsumen Dalam Memilih Tempat Belanja *Offline Vs Online***

**Dede Suleman<sup>1</sup>, Hapzi Ali<sup>2</sup>, Dewi Nusraningrum<sup>3</sup>,  
Mochammad Mukti Ali<sup>4</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Mercubuana Jakarta, dede.dln@bsi.ac.id

<sup>2</sup>Universitas Mercubuana Jakarta, hapzi.ali@mercubuana.ac.id

<sup>3</sup>Universitas Mercubuana Jakarta, dewinusraningrum@mercubuana.ac.id

<sup>4</sup>Universitas Mercubuana Jakarta, mukti.gte@yahoo.com

### **ABSTRAK**

Pemasaran era baru menambahkan alternatif tempat belanja bagi konsumen dimana saat ini hadir tempat belanja online dan tempat belanja offline. Sehingga konsumen harus memilih satu pilihan tempat belanja dari kedua alternatif tersebut. Hal ini membuat pemasar perlu memetakan variabel atau faktor apa dari demografis yang membuat konsumen memilih salah satu tempat belanja yang ada. penelitian ini melihat bagaimana konsumen memutuskan tempat belanja dilihat dari faktor demografi konsumen. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen produk fashion ritel offline dan online, yang mana jumlahnya tidak diketahui pasti sehingga sampel dalam penelitian ini menggunakan non-probabilitas sebanyak 130 responden di DKI Jakarta. Dengan alat analisis SPSS dan alat bantu analisis diskriminan yang digunakan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor pendidikan dan pekerjaan konsumen yang menentukan konsumen memilih belanja di salah satu tempat belanja. Adapun kunci pemasar yang sukses harus fokus untuk menarik konsumen yang tepat dengan cara yang tepat yang sesuai dengan perilaku belanja konsumen.

Kata Kunci : Keputusan konsumen, Demografi, Analisis diskriminan

### **ABSTRACT**

*The new era of marketing adds an alternative shopping place for consumers where currently online shopping and offline shopping are present. So consumers must choose a shopping choice of the two alternatives. This makes the marketer need to map out what variables or factors from the demographic that make the consumer choose one of the available shopping places. This study looks at how consumers decide where to shop viewed from the consumer demographic factors. The population of this study is consumers of offline and online retail fashion products, of which the number is unknown, so the sample in this study uses non-probability of 130 respondents in DKI Jakarta. With SPSS analysis tools and discriminant analysis aids used, the results of this study indicate that the factors of education and employing consumers determine consumers to choose shopping at one shopping place. The key to successful marketers must focus on attracting the right consumers with the right way that is appropriate with the consumer's shopping behavior.*

*Keywords: Consumer decisions, Demographics, Discriminant analysis*

*Naskah diterima: 27-08-2020, direvisi: 01-07-2020, diterbitkan: 01-09-2020*

## PENDAHULUAN

Pada era digital sekarang sangat berbeda dengan sebelumnya (Kotler et al., 2019). Hal ini dapat dilihat dari perkembangan internet yang bertumbuh pesat saat ini di Indonesia (Suleman, 2018). Dalam hal ini tentu memberikan dampak karena konsumen akan mendapatkan berbagai alternatif tempat belanja salah satunya tempat belanja online atau *retail online* (Suleman, Zuniarti, Setyaningsih, et al., 2019). Adanya pilihan tempat belanja ini, akan membuat konsumen memiliki peluang untuk memilih beragam jenis produk dan jasa yang dapat dibelinya. Untuk itu, konsumen cenderung akan memilih sebuah tempat belanja yang memiliki keunggulan (Suleman, Zuniarti, & Sabil, 2019). Kedua tempat belanja yang hadir ini tentunya menawarkan keunggulan yang berbeda dan juga memiliki ciri khas dan tipe konsumen yang tersendiri yang memilih tempat belanja tersebut (Suleman, Ali, Nusraningrum, et al., 2019). Disinilah terjadi perebutan konsumen antara kedua *retail* tersebut baik *retail offline* dan *retail online* yang perlu di ingat bagi pemasar bahwa konsumen hanya akan memilih salah satu tempat belanja yang memberikan banyak keuntungan baginya (Suleman, Zuniarti, Marginingsih, et al., 2019).

Kondisi pasar saat ini sangatlah beragam hal ini karena terdapat beberapa generasi juga yang menjadi konsumen yang masing-masing generasi memiliki perilaku yang berbeda dimana ada generasi X dengan rentang usia > 42 tahun, Generasi Y dengan usia 21-41 tahun dan Generasi Z < 21 tahun (Winasis et al., 2018). Oleh karena itu dengan adanya ragam generasi ditambah dengan ragam tempat belanja menjadikan konsumen akan terbagi. Dimana konsumen pada generasi tertentu pastinya akan memilih belanja di tempat tertentu (Suleman, Ali, et al., 2020). Pemasar harus tahu betul perilaku konsumen masing-masing generasi agar bisa digunakan sebagai acuan dalam pembuatan strategi pemasaran.

Pemasar yang peka dan bisa memahami ini yang akan memenangkan persaingan karena bisa melihat menentukan target dan melakukan segmentasi untuk produk yang dipasarkan sesuai dengan karakteristik produknya. Konsumen yang berbeda ini akan memberikan peluang yang bagus untuk bisa di kelompokkan dan disesuaikan dengan perilaku mereka dan juga pilihan tempat belanja mereka (Zuniarti et al., 2020). Perbedaan dalam hal ini bisa dilihat dari demografis konsumen yang mana tentu konsumen yang memiliki perbedaan usia, pekerjaan, pendapatan dan pendidikan ini bisa menggambarkan dan nanti disimpulkan dari factor-faktor tersebut hal mana yang paling membedakan dari tiap konsumen dalam memilih tempat belanja (Suleman, Suharyadi, et al., 2020).

Oleh karena itu dalam penelitian ini peneliti akan memberikan gambaran tentang kondisi ragam konsumen dan perbedaan kelompok konsumen dari tiap generasi atas pilihan tempat belanja mereka. Penelitian dari factor demografis konsumen yang ada dari beberapa generasi ini diharapkan hasilnya bisa digunakan gambaran oleh para pemasar untuk melihat konsumen mereka.

## KAJIAN LITERATUR

Penelitian ini bukan merupakan penelitian perbandingan antar variabel antara independen dan dependen. Ini merupakan publikasi bagian dari penelitian besar disertasi yang hanya meneliti tentang bagaimana sebuah keputusan konsumen memilih tempat belanja jika dibandingkan dengan demografis responden yang ada.

Keputusan dapat diartikan sebagai pilihan dari dua tempat atau lebih alternatif pilihan yang ada (Schiffman et al., 2010). Dalam hal ini bisa disebutkan bahwa konsumen memilih sebuah tempat belanja antar *retail offline* dan *retail online*. Konsumen akan melalui lima tahap dalam pengambilan keputusan pembelian mulai dari pengenalan kebutuhan. Merupakan tahap pertama proses keputusan

pembeli, dimana konsumen menyadari suatu masalah atau kebutuhan. Pencarian informasi Merupakan tahap proses keputusan pembeli dimana konsumen ingin mencari informasi lebih banyak; konsumen mungkin hanya memperbesar perhatian atau melakukan pencarian informasi secara aktif. Evaluasi alternatif Merupakan tahap proses keputusan pembeli dimana konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi merek alternatif dalam sekelompok pilihan. Keputusan pembelian Merupakan keputusan pembeli tentang merek mana yang paling disukai, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Perilaku pasca pembelian Merupakan tahap proses keputusan pembeli dimana konsumen mengambil tindakan selanjutnya setelah pembelian, berdasarkan kepuasan atau ketidakpuasan mereka (Kotler & Amstrong, 2016).

Dapat dijelaskan bahwa karakteristik dari demografi responden pada umumnya antara lain usia, pendapatan, jenis kelamin dan pekerjaan (Sumawan, 2002) . Pada satu atau dua penelitian hal tersebut bisa berbeda tergantung peneliti. Dikarenakan setiap peneliti memiliki tujuan yang berbeda dalam penelitiannya. Demografis ini juga dapat menjadi petunjuk peneliti terhadap responden untuk menunjukkan bahwa setiap individu memiliki perilaku, sikap atau tanggapan yang berbeda-beda terhadap keputusan pembelian terhadap sebuah produk maupun jasa yang ditawarkan pada tempat tertentu. Jenis karakteristik demografi dari seseorang mempengaruhi kerentanan seseorang terhadap berbagai jenis pengaruh sosial terhadap perilaku tertentu (Tulay, 2010) . Jadi berdasarkan dari hasil penelitian tersebut disimpulkan bahwa sebuah variabel demografi (yaitu: jenis kelamin, usia, pendidikan dan pendapatan) sangat berpengaruh terhadap sebuah keputusan untuk memilih sebuah tempat belanja produk fashion. Hal tersebut disebabkan karena setiap demografi seseorang yang berbedabeda memiliki tingkat kebutuhan dan pemahaman akan sebuah produk yang berbedabeda pada setiap individu. Sehingga setiap demografi seseorang secara langsung dapat mempengaruhi respon yang ditunjukkan oleh setiap konsumen. Berdasarkan penjelasan

studi sebelumnya, maka terdapat peluang untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengintegrasikan variabel demografi dan variabel respon konsumen.

### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian ini adalah kuantitatif, populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian produk fashion di *retail offline* dan *retail online* oleh karena itu populasi dalam penelitian jumlahnya besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Sedangkan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan non probability sampling dengan kriteria Responden adalah konsumen yang pernah berbelanja produk fashion melalui online , Responden adalah dengan usia mulai 17 tahun. Responden adalah yang tinggal di sekitar Kota DKI Jakarta. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode purposive sampling dengan jumlah  $n= 130$ . Yang akan di olah dengan software sspss 21.

Dengan menggunakan metode analisis yaitu analisis diskriminan yang merupakan teknik statistika multivariat yang masuk pada metode dependensi (hubungan antar variabel dimana sudah dapat dibedakan variabel respon dan mana variabel penjelas). Analisis diskriminan berusaha untuk mengelompokkan setiap objek ke dalam dua atau lebih kelompok berdasarkan pada sejumlah kriteria variabel independen (yamin, sofyar, kurniawan, 2011) . Bisa di artikan bahwa analisis diskriminan adalah teknik untuk menganalisis data ketika kriteria atau variabel dependen bersifat kategoris dan prediktor atau variabel independen bersifat interval.

Dalam analisis diskriminan signifikansi fungsi diskriminan dapat dilihat dari nilai Wilk's Lamda atau Chi Square. Angka Wilk's Lamda berkisar 0 – 1. Jika Wilk's Lamda mendekati 0 menunjukkan bahwa rata-rata antar group semakin berbeda, tetapi jika Wilk's Lamda semakin mendekati 1 menunjukkan rata-rata

antar kelompok mendekati sama. Kemudian jika  $F \text{ hitung} \leq F \text{ tabel}$  menunjukkan tak ada perbedaan rata-rata antar kelompok, jika  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$  menunjukkan ada perbedaan rata-rata antar kelompok. Dan Jika  $\text{Sig.} > 0.05$  menunjukkan tidak ada perbedaan rata-rata antar kelompok, jika  $\text{Sig.} \leq 0.05$  menunjukkan ada perbedaan rata-rata antar kelompok. menjamin keakuratan analisis diskriminan semua atribut yang ada tetap disertakan dalam pengolahan data lebih lanjut dengan pengujian hipotesis yang pertama dilakukan dengan uji Khi-Kuadrat pada taraf  $\alpha = 0,05$  dan dilakukan dengan menggunakan metode stepwise(Wijanto, 2008). Analisis diskriminan berfungsi untuk menemukan besarnya nilai perbedaan antara beberapa kelompok atau kategori yang diukur dari beberapa variabel penentu (diskriminator) juga berfungsi untuk menentukan besarnya peranan tiap diskriminan keputusan pada tiap kategori.

Dalam penelitian ini variabel dependen yang digunakan adalah keputusan berbelanja, untuk responden dikelompokkan menjadi tiga kelompok yaitu *retail offline*, *retail offline* dan keduanya, *retail offline* dengan dummy (0) dan *retail online* dengan dummy (1) . Keputusan konsumen berbelanja (DTS) diukur dengan menggunakan skala likert dengan jumlah pertanyaan dalam kuesioner sebanyak 5 item indikator.

**PEMBAHASAN**

Dalam penelitian ini didapat beberapa hasil penelitian yang telah dilakukan dengan alat analisis dikriminan sebagai berikut dan sebelumnya bisa dilihat demografi dari respoden pada penelitian ini.

**Tabel 1**  
Tests of Equality of Group Means

	Wilks' Lambda	F	df1	df2	Sig.
Usia	.889	16.010	1	128	.000
Jenis_Kelamin	.996	.507	1	128	.478
Pendidikan	.836	25.126	1	128	.000
Pekerjaan	.847	23.154	1	128	.000
Penghasilan	.885	16.565	1	128	.000
Frekuensi belanja	.964	4.819	1	128	.030

Sumber: data diolah (2020)

Data Tabel 1 diatas menunjukkan hasil, dengan menggunakan uji F pada taraf kesalahan 5%, variabel usia, pendidikan, pekerjaan, penghasilan berbeda dan frekuensi beli rata-ratanya secara signifikan antara konsumen *retail offline* dan *retail online*. Sedangkan variabel jenis kelamin dan frekuensi pembelian tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara pilihan kelompok *retail offline*, *retail online* dan yang memilih di keduanya

**Tabel 2**

Classification Function Coefficients

	Pilihan Belanja	
	<i>Retail offline</i>	<i>Retail online</i>
Pendidikan	4.999	4.336
Pekerjaan	4.738	5.386
Frekuensi belanja	.897	.391
(Constant)	-7.506	-7.737

Fisher's linear discriminant functions

Sumber: data diolah (2020)

Pada Tabel 2 diatas yang ditunjukkan pada koefisien persamaan diskriminan untuk golongan pelanggan yang berbelanja di *retail offline* dan *retail online*. Dapat di artikan tanpa adanya perbedaan pendidikan dan pekerjaan konsumen. Dapat diartikan bahwa

maka keputusan konsumen berbelanja *retail offline* adalah negatif 7.506. Dengan adanya kenaikan tingkat pendidikan konsumen sebesar satu satuan maka keputusan konsumen berbelanja di *retail offline* akan meningkat sebesar 4.999 satuan dan selanjutnya dengan adanya perbedaan tingkat pekerjaan konsumen sebesar satu satuan maka keputusan konsumen berbelanja di *retail offline* akan meningkat sebesar 4.738 satuan. Dan untuk *retail online* di artikan tanpa adanya perbedaan pendidikan dan pendapatan konsumen, maka keputusan konsumen berbelanja online adalah negatif 7.737. Dengan adanya kenaikan tingkat pendidikan konsumen sebesar satu satuan maka keputusan konsumen berbelanja di *retail online* akan meningkat sebesar 4.336 satuan dan selanjutnya dengan adanya kenaikan tingkat pendidikan konsumen sebesar satu satuan maka keputusan konsumen berbelanja di *retail online* akan meningkat sebesar 5.386 satuan.

### **PENUTUP**

Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa keputusan memilih tempat berbelanja produk fashion sangat dipengaruhi oleh usia, pendidikan, pekerjaan dan penghasilan jika ditarik arti dari output tersebut adalah faktor-faktor ini disebabkan oleh bagaimana suatu kelompok konsumen yang telah terbiasa melakukan pembelian di *retail offline* sesuai dengan era mereka saat generasi X dan sebagian lagi dari generasi millennial Y. Sehingga hadirnya alternative tempat belanja *retail online* masih menjadi hal baru dan perlu adaptasi dalam penggunaannya. Juga dapat dilihat untuk generasi Z yang memang kurang suka berkomunikasi secara langsung maka akan memilih berbelanja pada *retail online*. Dan mengenai yang memilih kedua retail tersebut ini juga gambaran dari sebagian generasi X dan generasi millennial (Y) yang mau mencoba hal baru namun belum

sepenuhnya bisa meninggalkan cara berbelanja lama mereka di *retail offline*.

Terlihat ada dua variabel yaitu pendapatan dan pendidikan, dengan demikian berarti keputusan melakukan pembelian melalui *retail online* dan *retail offline*, dipengaruhi oleh karakteristik responden dalam hal pendidikan dan pekerjaan. bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan bisa merupakan perwakilan dari tingkatan generasi, semakin tinggi tingkat pekerjaan saat ini berarti masuk kategori generasi X atau millennial yang masih kurang beradaptasi dengan hadirnya tempat belanja baru sehingga dan masih menggunakan metode belanja lama mereka yang sudah dipercaya dalam proses transaksinya.

Responden dengan penghasilan diatas UMR kota Jakarta pada umumnya sudah memiliki usia dewasa dan masuk pada generasi millennial dan generasi X, yang mempunyai cara lama untuk berbelanja produk fashion mereka yaitu di toko offline dan hanya sebagian yang beralih ke toko online namun tidak sepenuhnya menjatuhkan pilihan berbelanja pada toko online mereka masih juga membandingkan dengan toko offline Karena beberapa pertimbangan tersendiri.

Jadi bisa disimpulkan dalam penelitian ini bahwa keputusan konsumen memilih tempat berbelanja ternyata dipengaruhi oleh faktor karakteristik konsumen yaitu pendidikan dan pekerjaan. Bisa di indikasikan bahwa kedua faktor tersebut dipengaruhi ada karena faktor perbedaan generasi. Dalam penelitian pengambilan sampel dari perbedaan kelompok responden akan membuat hasil penelitian, karena masing-masing kelompok punya pilihan tempat dan pola belanja yang berbeda.

**REFERENSI**

- Kotler, P., & Amstrong, Gary. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Erlangga.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). Marketing 4.0: Moving From Traditional To Digital. In *Gramedia*. PT. Gramedia Pustaka Utama. [https://doi.org/10.1142/9789813275478\\_0004](https://doi.org/10.1142/9789813275478_0004)
- Schiffman, L., Kanuk, & Wisenblit, J. (2010). *Consumer behavior. 10th edition*. Pearson Prentice Hall.
- Suleman, D. (2018). Faktor Penentu Keputusan Konsumen Indonesia Memilih Tempat Belanja Dibeulah E-Commerce (Theory of Planned Behavior). *Jurnal JDM, 1(02)*, 1–9 <http://journal.mercubuana.ac.id/index.php/jdm/article/view/4120>.
- Suleman, D., Ali, H., Nusraningrum, D., & Ali, M. M. (2020). *Strategi memenangkan persaingan bisnis berbasis perilaku konsumen untuk produk fashion*. Lembaga pendidikan dan pelatihan balai insan cendekia.
- Suleman, D., Ali, H., Nusraningrum, D., & Ali, M. M. A. (2019). Perceived Ease of Use, Trust and Risk toward Attitude and Intention in Shopping for Online Fashion Products In Indonesia. *Archives of Business Research, Vol.7(No.4)*, pp.240-253. <https://doi.org/DOI:http://dx.doi.org/10.14738/abr.74.2019>
- Suleman, D., Suharyadi, D., Rusiyati, S., Sabil, Riftriasari, D., & Marwansyah, S. (2020). How trust,risk toward attitude when shopping retail online. *Dinasti International Journal of Education Management and Social Science, 1(4)*, Pp :487-492. <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/dijms.v1i4.185>
- Suleman, D., Zuniarti, I., Marginingsih, R., Sabil, Nurhayaty, E., Rachmawati, S., Pramularso, E. Y., & Sari, I. (2019). Competition between offline and online stores: when it comes to shopping for fashion products, which store will be the choice of Indonesian consumers? *International Conference on Global Innovation and Trends in Economy, 1–14*. <https://easychair.org/publications/preprint/8drP>
- Suleman, D., Zuniarti, I., & Sabil, S. (2019). Consumer Decisions toward Fashion Product Shopping in Indonesia: The effects of Attitude, Perception of Ease of Use, Usefulness, and Trust. *Management Dynamics in the Knowledge Economy, 7(2)*, 133–146. <https://doi.org/10.25019/mdke/7.2.01>
- Suleman, D., Zuniarti, I., Setyaningsih, E. D., Yanti, V. A., Susilowati, I. H., Sari, I., Marwansyah, S., Hadi, S. sudarmono, & Lestningsih, A. S. (2019). Decision Model Based on Technology Acceptance Model (Tam) for Online Shop Consumers in Indonesia. *Academy of Marketing Studies Journal, 23(4)*, Pp: 1-14. <https://www.abacademies.org/articles/decision-model-based-on-technology-acceptance-model-tam-for-online-shop-consumers-in-indonesia-8624.html>
- Sumawan, U. (2002). *Perilaku konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Pt. Ghalia Indonesia dengan MMA-IPB.
- Tulay, G. (2010). The Role of Demographics on The Susceptibility to Social Influence: A Pretest Study. *Journal of Marketing Development and Competitiveness, 5(1)*, 9–22.
- Wijanto, S. H. (2008). SEM dengan LISREL 8.8. In *SEM dengan LISREL 8.8*. Graha ilmu.
- yamin, sofyan, kurniawan, H. (2011). *SPSS COMPLETE, Teknik analisis statistik terlengkap dengan software spss*. Salemba infotek.
- Zuniarti, I., Suleman, D., Rachmawati, S., Sabil, & Rusiyati, S. (2020). How Ease of use, usefullness toward attitude of shopping at online retail. *Dinasti International Journal of Education Management and Social Science, 1(4)*, Pp :448-453. <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/dijemss.v1i4.211>

#### BIODATA PENULIS



Dr (C)Dede SulemanM.M, Menyelesaikan S1 dari Universitas Azzahra, jurusan Ekonomi, dan gelar Magister Manajemen dari Universitas BSI Bandung dan 2019 ini

merupakan kandidat Doktor (c) Manajemen Marketing dari Universitas Mercubuana, Jakarta. Dede Suleman mengawali karier sebagai profesional di bidang ekspor dan import, kemudian sejak 2007 mulai menggeluti usaha di bidang Restaurant saat ini menjabat sebagai Direktur Pemasaran pada Duta Selaras Pangan.



Prof. Dr. Ir. Hapzi Ali, MM, CMA, lahir di desa terpencil Rantau Embacang Kabupaten Bungo Provinsi Jambi tanggal 1 Desember 1966.

SD, SMP dan SMA dilalui dan diselesaikan di Bungo, gelar B.Sc (D3) diperoleh dari AMIK (UPI) YPTK Padang (1989), gelar Insinyur (Ir) diperoleh dari STMIK (UPI) YPTK Padang (1992), pernah kuliah pada Program Magister Computer Science di Universiti Technology Malaysia (UTM) tahun 1995-1996 dan mendapat sertifikat kompetensi dalam bidang Computer Science (Free-MSc), selanjutnya memperoleh gelar Magister Manajemen (MM) dari Program Pascasarjana Uhamka Jakarta (2002), Doktor (Dr) di peroleh dari Program Doktor Manajemen Bisnis (DMB) Universitas Padjadjaran (UNPAD) Bandung (2010), gelar Guru Besar atau Professor (Prof) diperoleh tahun 2011 dari Kemendikti RI, dan terakhir pada tahun 2015 mendapat anugerah gelar kompetensi Certificate Marketing Analys (CMA) dari American Academy Project Management (AAPM). Karir Dosen dimulai sebagai asisten

dosen di Laboratorium komputer UPI-YPTK padang semenjak semester III (1998), setelah selesai S1 (2003) langsung diangkat menjadi dosen tetap pada STMIK-UPI padang (2002-2003), diangkat menjadi dosen kopertis Wilayah X Sumbar-Riau-Jambi-kepri dpk. STMIK-UPI padang (2003-2006) dan tahun 2006-2016 dpk Universitas Batang Hari Jambi. Mulai 2016 sebagai Dosen kopertis Wilayah III dpk Universitas Mercubuana Jakarta. Aktif melakukan riset dan publikasi artikel pada jurnal ilmiah bereputasi seperti terindex scopus, Copernicus dan index lain. Aktif juga menjadi narasumber baik skala Internasional, Nasional dan Regional.



Dr.DewiNusraningrum, SS.,MSi.Lahir di Kupang, 26 Januari 1963, menyelesaikan Sekolah Dasar di Makassar,

Sekolah Menengah Pertama di Banyuwangi dan Sekolah Menengah Atas di Surabaya. Mendapatkan gelar Sarjana Muda dari ABA di Jakarta tahun 1986 dan lulus Sarjana dari STIA-Lembaga Administrasi Negara tahun 1998. Saat ini beliau adalah Associate Professor dengan bidang keahlian Manajemen dan Komisaris Utama PT Mudah Sarana Energi. Memperoleh gelar Doktor dari Universitas Negeri Jakarta tahun 2004, Master of Science dalam bidang Kebijakan Bisnis dari Universitas Indonesia tahun 2000. Aktif mengajar sejak tahun 1989 hingga sekarang dalam bidang Manajemen, Manajemen Transportasi, Manajemen Operasi, Manajemen Pemasaran, Manajemen Sumber Daya Manusia dan *Human Factors*.



Dr. Mochammad Mukti Ali, ST., MM. Professor dibidang Strategi Manajemen dan Pemasaran pada Global Academy of Finance & Management (GAFM) merupakan

lulusan Doktor di bidang Manajemen dan Bisnis dari Institut Pertanian Bogor (IPB) ini, selain pernah menjabat sebagai Staff Ahli Direksi salah satu BUMD di Surabaya dan Direktur pemasaran Universitas Mercu Buana Jakarta, sampai saat ini menjabat sebagai Advisor dan Direktur Pengembangan YBBAI, Direktur Operasional PT. Bressindo Media Edukasi, Anggota pengurus Sekolah SMP dan SMA Labschool Cirendeu dibawah Yayasan Pendidikan EDUKARSA Presiden Direktur sekaligus pemilik PT. Global Teknik Engineering dan Marketing & Management Academy (MMA Center) serta sebagai pengajar tetap S2 dan S3 di Sekolah Bisnis IPB, Program Pascasarjana dan beberapa Universitas lainnya.



## Hubungan Hukum Klausula Arbitrase Dengan Yurisdiksi Pengadilan Negeri

Jeffry Latumahina

Universitas Bina Sarana Informatika, jeffry.jlm@bsi.ac.id

### ABSTRAK

Penelitian ini menelaah suatu perjanjian yang mencantumkan klausula arbitrase, yaitu Perjanjian Distribusi antara PT Roche Indonesia (“Roche”) dan PT Perusahaan Dagang Tempo (“Tempo”) serta Putusan Pengadilan Negeri Jakarta Selatan dalam perkara Roche-Tempo berupa Putusan No.454/Pdt.G/1999/PN.Jak.Sel tanggal 29 Mei 2000. Dalam rangka pendistribusian produk obat-obatan milik Roche di pasar domestik Indonesia, Roche mengadakan Perjanjian Distribusi dengan Tempo. Dalam perjalanannya, Roche mengakhiri sebagian Perjanjian Distribusi secara sepihak sehingga Tempo merasakan dirugikan. Tempo mengajukan gugatan atas tindakan Roche tersebut ke Pengadilan Negeri Jakarta Selatan. Gugatan Tempo tersebut dieksepsi oleh Roche. Roche menyatakan bahwa pengadilan negeri tidak berwenang untuk memeriksa dan mengadili perkara gugatan yang diajukan Tempo oleh karena didalam Perjanjian Distribusi dicantumkan klausula arbitrase dimana penyelesaian sengketa seharusnya dilakukan melalui lembaga arbitrase. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis kekuatan hukum dan eksistensi klausula arbitrase dalam Perjanjian Distribusi ditinjau dari Undang-undang No.30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa (“UU Arbitrase”) selanjutnya juga untuk menganalisa apakah pertimbangan hakim dalam memutuskan sengketa telah sesuai dengan UU Arbitrase. Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif dengan spesifikasi penelitian yang bersifat deskriptif analisis, serta metode analisis data normatif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya klausula arbitrase dalam Perjanjian Distribusi mempunyai kekuatan hukum mengikat bagi Tempo dan Roche. Pengingkaran terhadap klausula arbitrase oleh Tempo dengan cara mengajukan penyelesaian sengketa kepada pengadilan negeri jelas tidak menghormati kesepakatan yang telah dibuat. Demikian halnya Pengadilan Negeri Jakarta Selatan yang menyatakan bahwa mereka berwenang untuk memeriksa dan mengadili perkara yang terikat klausula arbitrase jelas tidak sesuai dengan UU Arbitrase.

Kata Kunci :Klausula Arbitrase; Perjanjian Distribusi; Yurisdiksi Pengadilan; Roche; Tempo

### ABSTRACT

*This research analyzed a Distribution Agreement between Roche Indonesia company (“Roche”) and distributing company Perusahaan Dagang Tempo (“Tempo”) which had an arbitration clause and verdict of South Jakarta District Court in Roche-Tempo case consisted of Putusan No. No.454/Pdt.G/1999/PN.Jak.Sel dated 29 May 2000. In distributing Roche’s pharmaceutical products in Indonesian domestic market, Roche had a distribution agreement with Tempo as its sole distributor. During the contract period, Roche terminated part of the contract unilaterally, which suffered Tempo. Tempo then filed a lawsuit against Roche to South Jakarta District Court, which was then rejected by Roche, claiming that the District Court had no jurisdiction over the case since the Distribution Agreement had an arbitration clause stipulating that any dispute must be settled arbitration, not the court.*

*This Research was aimed to observe and to analyze the legal forces and the existences of arbitration clause in the Distribution Agreement viewed from Law No.30 of 1999 on Arbitration and Alternative Dispute Resolution (“Arbitration Law”). The research was also to find out whether or not the consideration of the Judge in deciding a dispute of an agreement which*

*involves arbitration clause was in accordance with Arbitration Law. This research applies juridical normative approach with the specification of analysis descriptive research, as well as qualitative normative data analysis method. This research showed that the arbitration clause in the Distribution Agreement had a legal force and binding capacity over Tempo and Roche. Tempo's denial of this clause by filing the case to the district court was clearly inappropriate and dishonor the agreement. As for the South Jakarta District Court, which claimed that it had jurisdiction over this case was not in accordance with Arbitration Law.*

*Keywords: Arbitration Clause; Distribution Agreement; Court Jurisdiction; Roche; Tempo*

*Naskah diterima: 27-08-2020, direvisi: 25-06-2020, diterbitkan: 01-09-2020*

### **PENDAHULUAN**

Perkampungan global dan ekonomi dalam dunia tanpa batas dengan sendirinya membawa bangsa Indonesia ke kancah *business in global village, free market, and free competition*. Ini berarti dalam konteks pembangunan nasional, pemerintah Indonesia tidak dapat menampik kenyataan bahwa corak dan konsep dasar pasar bebas dan persaingan bebas dalam segala bentuk harus diterima sebagai kenyataan. Selanjutnya untuk menguatkan hubungan dalam *free trade* dan *free competition*, bangsa-bangsa di dunia telah melahirkan *international agreement* atau persetujuan internasional dalam bentuk perjanjian bilateral atau multilateral. (Yan, 2019)

Sementara untuk perdagangan di dalam negeri sendiri, para pelaku bisnis internasional dapat melakukan transaksi bisnis melalui perjanjian-perjanjian bisnis yang bersifat nasional melalui Perusahaan Modal Asing yang didirikan di Indonesia dan bermitra dengan perusahaan lokal hal mana disebutkan pada (Publication, 2015).

Perkembangan dunia bisnis yang begitu cepat serta kehadiran pelaku bisnis yang memiliki beraneka ragam latar belakang bisnis dalam melakukan kegiatan usahanya baik dalam skala nasional maupun internasional tentunya dapat menimbulkan konflik, oleh karena itu dalam melakukan setiap kegiatan bisnis, para pelaku bisnis tidak dapat melepaskan diri dari suatu perjanjian / kontrak, sebagaimana disebutkan oleh (Subekti & Tjitrosudibio, 2017) dimana didalam perjanjian / kontrak yang dibuat oleh para pelaku bisnis tersebut harus tersusun secara sistematis mengenai

antara lain hak dan kewajiban dari masing-masing pihak; hukum yang akan dipergunakan; forum penyelesaian sengketa; maupun hal-hal lainnya yang berkaitan erat dengan hubungan bisnis yang dijalankan. Hal ini dimaksudkan agar apa yang sudah direncanakan dapat berjalan sesuai dengan apa diharapkan. Namun menurut (Herbots, 2012) dalam praktik ada kalanya hal-hal yang telah disepakati bersama dalam suatu kontrak tidak dapat dilaksanakan oleh karena salah satu pihak mempunyai penafsiran yang berbeda dengan apa yang telah disetujuinya di dalam suatu kontrak bisnis, sehingga hal ini dapat menimbulkan adanya suatu perselisihan. Perselisihan yang timbul jelas tidak menguntungkan para pihak karena perselisihan tersebut dapat menimbulkan suatu sengketa yang merugikan baik dari segi materil maupun immaterial. Perselisihan yang timbul di antara para pihak harus segera diselesaikan, guna untuk menghindari terjadinya sengketa yang lebih besar.

Menurut Komar Kataatmadja dalam (Adolf, 2016), secara garis besar dapat dikatakan bahwa penyelesaian sengketa dapat digolongkan kedalam tiga golongan:

1. Penyelesaian sengketa dengan menggunakan negoisasi, baik berupa negosiasi yang bersifat langsung (*negotiation simpliciter*) maupun dengan penyertaan pihak ketiga (mediasi dan konsiliasi);
2. Penyelesaian sengketa dengan cara litigasi, baik yang bersifat nasional maupun internasional;

3. Penyelesaian sengketa dengan menggunakan arbitrase, baik yang bersifat ad-hoc maupun terlembaga.

Dengan semakin meningkatnya perkembangan perdagangan, keuangan dan industri akhir-akhir ini, apakah nasional maupun internasional akhir-akhir ini, dan ditambah lagi dengan persiapan-persiapan masyarakat internasional menghadapi era globalisasi (Adi Nugroho, 2017) serta meningkatnya kebutuhan dari para pelaku bisnis dalam menyelesaikan sengketa-sengketa bisnis yang dihadapinya maka, Pemerintah Republik Indonesia dengan sigap telah mengambil inisiatif untuk mengeluarkan Undang-Undang No.30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa, dimana proses penyelesaian sengketa perdatanya dilakukan melalui sebuah lembaga yang disebut Badan Arbitrase Nasional Indonesia.

Penyelesaian sengketa yang tidak melalui pengadilan disebut sebagai *Alternative Dispute Resolution* atau Alternatif Penyelesaian Sengketa. Menurut (Bram, 2011) saat ini, cara penyelesaian sengketa alternatif lebih sering mendapatkan perhatian dan digunakan oleh berbagai kalangan, terutama mereka yang berada dalam dunia bisnis, sebagai cara penyelesaian perselisihan yang perlu dikembangkan untuk mengatasi kemacetan penyelesaian melalui pengadilan.

Mantan Ketua BANI (Abdurasyid, 2018) menyatakan bahwa arbitrase dijadikan pilihan penyelesaian sengketa oleh para pengusaha di dalam menyelesaikan sengketa komersialnya, karena ternyata memiliki beberapa kelebihan dan kemudahan, yakni antara lain:

1. Para pihak yang bersengketa dapat memilih para arbitornya sendiri dan untuk ini tentunya akan dipilih mereka yang dipercayai memiliki integritas, kejujuran, keahlian dan profesionalisme di bidangnya.
2. Pelaksanaan majelis arbitrase rahasia dan oleh karena itu dapat menjamin rahasia dan publistas yang tidak dikehendaki.
3. Putusan arbitrase sesuai dengan kehendak dan niat para pihak

merupakan putusan final dan mengikat para pihak terhadap sengketanya.

4. Karena putusannya final dan mengikat, tata caranya bisa cepat, tidak mahal serta jauh lebih rendah dari biaya-biaya yang harus dikeluarkan dalam proses pengadilan.
5. Tata cara arbitrase lebih informal dari tata cara pengadilan dan oleh karena itu terbuka untuk memperoleh dan tersedianya tata cara penyelesaian kekeluargaan dan damai (*amicable*).

Selain hal tersebut, menurut (Temitayo Bello, 2019) penyelesaian sengketa melalui arbitrase juga lebih murah serta proses persidangan yang lebih cepat dibandingkan melalui proses litigasi di pengadilan.

Agar suatu sengketa dapat diserahkan pemeriksaannya dan putusannya kepada BANI, maka dalam suatu perjanjian pokok yang dibuat oleh para pihak, harus dicantumkan klausula arbitrase / perjanjian arbitrase. Prinsip yang berlaku umum terhadap perjanjian atau klausula arbitrase adalah berdiri independen dan terlepas sama sekali dari perjanjian pokok. Oleh karena itu, perjanjian arbitrase juga tunduk pada asas-asas dan ketentuan hukum perjanjian yaitu asas kebebasan berkontrak sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 KUHPerdata dimana suatu perjanjian berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak yang membuatnya.

Dipilihnya lembaga arbitrase sebagai forum penyelesaian sengketa, maka setiap penyelesaian sengketa bisnis yang timbul akibat dari adanya suatu perjanjian / kontrak yang mencantumkan klausula arbitrase adalah bukan kewenangan dari Pengadilan Negeri, hal mana dinyatakan pada Pasal 3 jo Pasal 11 ayat (1) dan ayat (2) Undang-Undang No.3 Tahun 1999 yang berbunyi:

1. Pasal 3 berbunyi:  
“*Pengadilan Negeri tidak berwenang untuk mengadili sengketa para pihak yang telah terikat dalam perjanjian arbitrase*”.
2. Pasal 11 ayat (1) berbunyi:  
“*Adanya suatu perjanjian arbitrase tertulis meniadakan hak para pihak untuk mengajukan penyelesaian*

*sengketa atau beda pendapat yang termuat dalam perjanjiannya ke Pengadilan Negeri”.*

3. Pasal 11 ayat (2) berbunyi:

*“Pengadilan Negeri wajib menolak dan tidak akan campur tangan di dalam suatu penyelesaian sengketa yang telah ditetapkan melalui arbitrase, kecuali dalam hal-hal tertentu yang ditetapkan oleh undang-undang”*

Pasal-pasal tersebut sejalan dengan ketentuan Pasal 1338 KUHPerdara yang berpendirian bahwa setiap perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya yaitu kesepakatan untuk menyelesaikan semua sengketa atau beda pendapat yang timbul atau yang mungkin timbul dari hubungan hukum tersebut melalui arbitrase dan kesepakatan untuk mengesampingkan yurisdiksi Pengadilan Negeri.

Berdasarkan hal tersebut maka kesepakatan para pihak dalam membuat perjanjian atau kontrak harus dihormati. Keterikatan para pihak pada perjanjian adalah keterikatan kepada isi perjanjian itu. Karena isi perjanjian itu ditentukan oleh para pihak maka mereka sebenarnya terikat kepada janjinya sendiri, janji yang diberikan kepada pihak lain dalam perjanjian. Jadi orang terikat bukan karena ia menghendaki tetapi karena ia memberikan janjinya. Tidak dapat dipungkiri bahwa penyimpangan terhadap klausula arbitrase dapat menjadi salah satu sebab terjadinya permasalahan dalam suatu perjanjian selain permasalahan hukum yang sering ada sebelumnya seperti wanprestasi dan perbuatan melawan hukum.

Apabila dicermati, ternyata perjanjian / kontrak bermasalah dapat terjadi karena adanya ketentuan yang dituangkan dalam sebuah kontrak tidak dilaksanakan atau tidak dapat dilaksanakan, sekalipun seluruh unsur-unsur yang disyaratkan bagi sebuah kontrak yang sah telah terpenuhi.

Terhadap perjanjian-perjanjian yang mencantumkan klausula arbitrase terdapat fenomena dimana salah satu pihak tidak memahami makna dicantumkannya klausula

arbitrase dalam suatu perjanjian. Hal ini jelas memperlihatkan kurangnya rasa penghormatan terhadap suatu perjanjian yang telah disepakati oleh para pihak.

Seperti misalnya Kasus hukum antara PT Roche Indonesia dan PT Perusahaan Dagang Tempo merupakan kasus yang bermula dari tindakan pengakhiran Perjanjian Distribusi antara Roche dan Tempo yang muncul kepermukaan untuk selanjutnya diproses lebih lanjut melalui jalur hukum.

Kasus hukum yang terjadi antara PT Roche Indonesia melawan PT Perusahaan Dagang Tempo di Pengadilan Negeri Jakarta Selatan, adalah berkaitan dengan pengakhiran perjanjian distribusi obat-obatan. Sesuai dengan ketentuan didalam perjanjian distribusi disebutkan bahwa apabila timbul perselisihan atau ketidaksepakatan antara para pihak berkenaan atau berkaitan dengan perjanjian, maka pihak Roche dan Tempo sepakat untuk menyelesaikannya dengan cara musyawarah. Apabila perselisihan tersebut tidak dapat diselesaikan dengan jalan musyawarah, maka para pihak sepakat untuk menyelesaikan sengketa melalui Badan Arbitrase Nasional Indonesia.

Dalam kenyataannya, pada saat timbul sengketa di antara Roche dan Tempo, sengketa tersebut diserahkan ke Pengadilan Negeri Jakarta Selatan untuk diperiksa dan diadili. Pengajuan gugatan yang dilakukan oleh Pihak Tempo ke Pengadilan Negeri, antara lain dengan alasan bahwa, Pertama: pengakhiran sebagian Perjanjian Distribusi tidak dilakukan Roche melalui mekanisme arbitrase, Kedua: Pihak Tempo berkeyakinan bahwa perselisihannya dengan pihak Roche bersifat teknis yuridis tentang perbuatan melawan hukum sedemikian rupa sehingga sengketa tersebut dapat diselesaikan di Pengadilan Negeri Jakarta Selatan. Hal ini yang membuat peneliti tertarik untuk mengetahui dan menganalisis kekuatan hukum dan eksistensi klausula arbitrase (*arbitration clause*) dalam Perjanjian Distribusi ditinjau dari Undang-Undang No.30 Tahun 1999 tentang

Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa. Selain itu penulis meneliti apakah pertimbangan hakim Pengadilan Negeri dalam memeriksa dan memutus suatu sengketa yang memuat klausula arbitrase telah sesuai dengan Undang-Undang No.30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa.

## **KAJIAN LITERATUR**

### **Sumber Hukum Arbitrase**

Salah satu aspek dalam kehidupan hukum adalah kepastian. Ini berarti bahwa hukum berkehendak menciptakan kepastian dalam mengatur hubungan antar orang-orang dalam masyarakat, dan salah satu hal yang berhubungan erat dengan masalah kepastian hukum ialah masalah darimana hukum itu.

Sebelum membicarakan arbitrase terlebih dahulu akan dibahas mengenai asal mula keberadaan arbitrase dalam tata hukum di Indonesia dengan demikian kita akan tahu persis titik tolak pemikiran dalam mengupas arbitrase.

#### **a. Pasal 377 HIR**

Pasal ini menegaskan hal-hal sebagai berikut: (Harahap, 2015)

- 1) Pihak-pihak yang bersangkutan diperbolehkan menyelesaikan sengketa melalui juru pisah atau arbitrase.
- 2) Arbitrase diberi dan kewenangan untuk menyelesaikannya dalam bentuk keputusan.
- 3) Untuk itu, baik para pihak maupun arbiter wajib tunduk menuruti peraturan hukum acara yang berlaku bagi bangsa atau golongan Eropa.

#### **b. Pasal 615-651 Rv**

Dalam buku ketiga Reglement Acara Perdata (Rv) diatur ketentuan mengenai putusan wasit (arbitrase) yang terdiri atas Pasal 615 sampai Pasal 651. Pasal-pasal inilah yang wajib dituruti dan diterapkan sebagai landasan hukum umum ke-arbitrasean sejak dulu sampai sekarang.

#### **c. Undang-undang No.30 Tahun 1999**

Dalam penjelesan Pasal 3 ayat (1) Undang-undang No.4 Tahun 2004 tentang kekuasaan kehakiman antara lain disebutkan bahwa penyelesaian perkara diluar pengadilan atas dasar perdamaian atau melalui arbitrase tetap diperbolehkan. Akan tetapi, putusan arbitrase hanya mempunyai kekuatan eksekutorial setelah memperoleh izin atau perintah untuk dieksekusi dari pengadilan.

Pada tanggal 12 Agustus 1999, telah terjadi momentum sejarah dalam bidang Arbitrase di Indonesia dimana Pemerintah Republik Indonesia berdasarkan Lembaran Negara Tahun 1999 No.138 telah mengundang berlakunya Undang-undang No.30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa.

Dengan disahkannya Undang-Undang No.30 Tahun 1999, maka ketentuan arbitrase yang selama ini diatur dalam Pasal 377 HIR dan Pasal 615 sampai 651 Rv, dinyatakan tidak berlaku.

### **Perjanjian dan Klausula Arbitrase**

Menurut (Friedland & Nyer, 2014) perjanjian untuk memilih arbitrase dapat dilakukan sebelum maupun setelah terjadinya suatu sengketa. Hal ini sesuai dengan ketentuan Pasal 1 angka ke-3 Undang-Undang No.30 Tahun 1999 yang menyatakan bahwa: "Perjanjian arbitrase itu adalah suatu kesepakatan berupa klausula arbitrase yang tercantum dalam suatu perjanjian tertulis yang dibuat para pihak sebelum timbul sengketa, atau suatu perjanjian arbitrase tersendiri yang dibuat setelah timbul sengketa".

Berdasarkan rumusan undang-undang tersebut, maka arbitrase lahir karena adanya perjanjian yang dibuat secara tertulis oleh para pihak, yang berisikan perjanjian untuk menyelesaikan suatu sengketa di bidang perdata di luar peradilan umum melalui arbitrase. Perjanjian arbitrase yang lazim disebut "klausula arbitrase" merupakan perjanjian yang berdiri sendiri yang lahir akibat adanya perjanjian pokok.

Dalam praktek dan penulisan, persetujuan arbitrase selalu disebut klausul arbitrase

(*arbitration clause*). Penggunaan istilah klausul arbitrase mengandung konotasi bahwa Perjanjian pokok yang bersangkutan diikuti atau dilengkapi dengan persetujuan mengenai pelaksanaan arbitrase. Dengan kata lain, perjanjian pokok yang bersangkutan mengandung klausul arbitrase.

### **Kekuatan Hukum Klausula Arbitrase Dalam Perjanjian**

Istilah klausula dalam suatu perjanjian mengandung konotasi bahwa klausula merupakan suatu bagian dari suatu perjanjian yang memuat ketentuan-ketentuan yang bersifat khusus, demikian pula halnya dengan klausula arbitrase seolah-olah mengandung arti bahwa klausula arbitrase merupakan bagian dari suatu perjanjian yang memuat syarat-syarat dan ketentuan-ketentuan tentang cara-cara penyelesaian sengketa melalui arbitrase, padahal jika dilihat dari bunyi Pasal 1 Undang-Undang No.30 Tahun 1999 maka bentuk-bentuk perjanjian arbitrase meliputi perjanjian yang dibuat sebelum timbul sengketa dan perjanjian arbitrase tersendiri yang dibuat setelah timbul sengketa

Kesepakatan para pihak untuk membuat perjanjian arbitrase sejalan dengan sistem hukum perjanjian di Indonesia yang diatur dalam KUH Perdata yang menganut sistem terbuka dan mengandung asas kebebasan membuat perjanjian, hal ini dapat disimpulkan dari ketentuan Pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata yang menyebutkan “*semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya*”

Walaupun dalam sistem hukum perjanjian di Indonesia dikenal asas kebebasan berkontrak sebagaimana disimpulkan dalam Pasal 1338 KUHPerdata tetapi agar perjanjian tersebut mempunyai kekuatan mengikat maka, suatu perjanjian harus memenuhi Pasal 1320 ayat (1) KUHPerdata tentang syarat-syarat sahnya perjanjian, yaitu:

“*Untuk sahnya persetujuan-persetujuan diperlukan empat syarat*”

1. *sepakat mereka yang mengikatkan dirinya;*

2. *kecakapan untuk membuat suatu perikatan;*

3. *suatu hal tertentu;*

4. *suatu sebab yang halal*

Dengan dipenuhinya syarat-syarat tersebut maka perjanjian arbitrase tersebut dari aspek keperdataan mempunyai daya mengikat sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdata yaitu berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya, sehingga para pihak terikat dengan kesepakatan yang telah dibuat secara tertulis yaitu untuk menyelesaikan segala persoalan atau sengketa yang mereka hadapi melalui forum arbitrase, dimana kesepakatan tersebut tidak dapat ditarik kembali secara sepihak sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 ayat (2) KUHPerdata, yang menyebutkan “*persetujuan-persetujuan itu tidak dapat ditarik kembali selain dengan sepakat kedua belah pihak atau karena alasan-alasan yang oleh undang-undang dinyatakan cukup untuk itu*”.

Dengan demikian maka kedudukan klausula arbitrase dalam sistem hukum perjanjian di Indonesia sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 KUHPerdata adalah bersifat mengikat dan harus ditaati serta dihormati bukan saja oleh para pihak yang membuatnya akan tetapi patut pula untuk dihormati oleh institusi peradilan di Indonesia sebagaimana diatur dalam Pasal 3 juncto Pasal 11 ayat (2) Undang-Undang No.30 Tahun 1999.

Makna dari mengikatnya perjanjian arbitrase tersebut dikarenakan pilihan forum arbitrase tersebut didasarkan adanya kehendak para pihak yang membuat perjanjian yang menginginkan penyelesaian sengketa dilaksanankan melalui forum arbitrase.

Sejak para pihak mengikatkan diri pada perjanjian arbitrase maka sejak saat itu dengan sendirinya telah lahir kompetensi absolute arbitrase untuk menyelesaikan sengketa yang timbul dari suatu perjanjian, oleh karena itu, ada atau tidaknya eksepsi yang diajukan oleh para pihak yang berperkara, pengadilan haruslah tunduk pada ketentuan Pasal 11 ayat (2) Undang-Undang No,30 Tahun 1999 jo Pasal 134 HIR yang menyebutkan :

- 1) Pasal 11 ayat (2) Undang-Undang No.30 Tahun 1999 berbunyi:”*Pengadilan Negeri wajib menolak dan tidak akan campur tangan didalam suatu penyelesaian sengketa telah ditetapkan melalui arbitrase, kecuali dalam hal-hal tertentu yang diterapkan dalam undang-undang ini*”
  - 2) Pasal 134 HIR yang menyebutkan: “*tetapi dalam hal perselisihan itu mengenai suatu perkara yang tiada masuk kekuasaan pengadilan negeri , maka pada sebarang waktu pemeriksaan perkara itu boleh dituntut, supaya hakim mengaku dirinya tidak berhak dan hakim sendiri berwajib mengakui itu karena jabatannya*”
- a) Bahah-bahan buku primer berupa peraturan perundang-undangan yang berlaku dan terkait, misalnya:
    - i. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata;
    - ii. Kitab Undang-Undang Hukum Dagang;
    - iii. Undang-Undang tentang Arbitrase dan Penyelesaian Sengketa;
    - iv. Undang-Undang Kekuasaan Kehakiman;
    - v. Undang-Undang Program Pembangunan Nasional;
    - vi. UNCITRAL Arbitration Rules,1976
  - b) Bahan-bahan hukum sekunder berupa bahan-bahan yang erat hubungannya dengan bahan hukum primer dan dapat digunakan untuk menganalisis bahan hukum primer, seperti buku-buku, karya ilmiah, tulisan para ahli hukum dan makalah hasil seminar, Perjanjian Distribusi antara Roche dan Tempo tanggal 9 Desember 1996, Putusan Pengadilan Negeri Jakarta Selatan No.454/Pdt.G/1999/PNJakSel tanggal 29 Mei 2000.
  - c) Bahan-bahan hukum tersier berupa majalah, jurnal, surat kabar, kamus hukum, kamus ekonomi serta bahan yang didapat dengan cara mengakses beberapa situs website melalui internet.

#### **METODE PENELITIAN**

Metode pendekatan yang dipergunakan dalam peneletian ini adalah yuridis normatif atau disebut juga dengan penelitian dokumen. Metode ini mempergunakan data sekunder yang berupa hukum positif dan bahan-bahan kepustakaan seperti buku-buku, karya ilmiah, makalah seminar dan dokumen perjanjian distribus antara PT Roche Indonesia (“Roche”) dan PT Perusahaan Dagang Tempo (“Tempo”), Putusan Pengadilan Negeri Jakarta Selatan No.454/Pdt.G/1999/PNJakSel tanggal 29 Mei 2000. Metode yuridis normatif ini digunakan untuk memahami kenyataan yang ada dikaitkan dengan peraturan perundang-undangan yang ada.

Spesifikasi penelitian yang digunakan adalah deskriptif analitis, yaitu dengan menggambarkan suatu obyek permasalahan yang berupa fakta-fakta dalam lingkup perjanjian. Selanjutnya peraturan perundang-undangan yang berlaku terkait dengan obyek permasalahan digunakan untuk menganalisis obyek permasalahan yang diteliti, dihubungkan dengan teori-teori dan asas-asas hukum serta praktek-praktek yang terjadi dalam suatu perjanjian yang memuat klausula arbitrase.

Peneltian ini dialkukan dalam dua tahap yang meliputi:

1. Penelitian kepustakaan (*library research*) yaitu mengumpulkan data sekunder yang terdiri dari :

2. Penelitian lapangan (*field research*) yaitu tahap penelitian di lapangan yang dilakukan dalam rangka menunjang data sekunder.

Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan teknik sebagai berikut:

1. Studi dokumen yaitu melakukan suatu penelitian terhadap dokumen-dokumen yang erat kaitannya dengan keberadaan klusula arbitrase dalam rangka mendapatkan landasan teoritis dan informasi dalam bentuk ketentuan formal serta dalat melalui naskah resmi yang ada.
2. Wawancara atau diskusi, yaitu mengadakan tanya jawab atau disikusi untuk memperoleh data primer secara

langsung dalam lingkup klausula arbitrase sehubungan dengan pemeriksaan sengketa terhadap perjanjian yang mencantumkan klausula arbitrase.

Kesimpulan yang ditarik dari hasil penelitian telah dilakukan dengan suatu metode analisis normatif kualitatif. Secara normatif karena peraturan perundang-undangan yang berlaku dan terkait sebagai hukum positif yang ada merupakan sumber atau titik tolak dalam penelitian ini, sedangkan secara kualitatif karena informasi-informasi yang didapat melalui wawancara maupun diskusi yang disampaikan oleh pihak responden terkait digunakan untuk memperoleh suatu analisis data tanpa mempergunakan rumus matematika ataupun angka-angka

Dalam melakukan kegiatan perolehan data-data yang diperlukan di Perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran di Bandung, Perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Indonesia di Jakarta, Perpustakaan Nasional Republik Indonesia di Jakarta serta penelitian pada Pengadilan Negeri Jakarta Selatan.

## PEMBAHASAN

Perkembangan transaksi bisnis didunia saat ini sudah semakin dinamis. Berbicara masalah transaksi bisnis tidak dapat dilepaskan dari keberadaan perjanjian sebagai wadah untuk menuangkan hal-hal yang merupakan kepentingan dari para pihaknya. Masyarakat sudah semakin menyadari pentingnya suatu pemahaman memuat klausula-klausula yang telah disepakati dan selanjutnya untuk dilaksanakan oleh para pihak.

Klausula arbitrase yang merupakan salah satu unsur pokok dalam suatu perjanjian adalah suatu kesepakatan dari para pelaku bisnis untuk menyelesaikan sengketa yang sudah timbul maupun yang akan timbul diantara mereka melalui forum arbitrase, harus dipahami secara benar pula agar didalam penerapannya tidak mengalami masalah yang serius.

Sejak tahun 1974, Tempo telah menjadi distributor untuk produk-produk Roche di

pasar Indonesia yang didasarkan pada suatu Perjanjian Distribusi yang telah beberapa kali mengalami perpanjangan hingga perpanjangan terakhir pada tanggal 9 Desember 1996. Dalam Perjanjian Distribusi tersebut Roche mengangkat dan menunjuk Tempo sebagai distributor tunggal untuk pemasaran dan penjualan produk-produk Roche untuk jangka waktu tidak terbatas.

Namun diluar dugaan Tempo, Roche melalui suratnya No.GM/DG/CA/322 tanggal 31 Agustus 1999 menyatakan bahwa terhitung mulai tanggal 29 Pebruari 2000, Roche secara

Sepihak, mengakhiri Perjanjian Distribusi untuk produk-produk divisi *Over The Counter* (OTC).

Akibat pemutusan perjanjian tersebut oleh Roche, maka Tempo dengan surat gugatannya tertanggal 29 September 1999 dibawah register

perkara No.454/Pdt.G/1999/PNJakSel tanggal 29 Mei 2000 mengajukan gugatan perbuatan melawan hukum kepada Roche.

## *Aspek Yuridis Perjanjian Distribusi PT Roche Indonesia dan PT Perusahaan Dagang Tempo* (Roche & Tempo, 1996)

Roche adalah suatu perusahaan yang mempunyai kegiatan usaha mengimpor obat-obatan serta melakukan produksi obat-obatan di Indonesia seperti Redoxon, Supradyn, Saridon. Roche berkeinginan untuk melakukan pengembangan usaha di Indonesia dengan cara membuka jalur penjualan dan distribusi semua produk Roche di pasar domestik Indonesia baik terhadap obat-obatan yang diproduksi di Indonesia maupun produk obat-obatan yang diimpor oleh Roche.

Tempo adalah suatu badan hukum yang didirikan berdasarkan hukum negara Indonesia dan memiliki kemampuan yang baik dibidang penjualan dan pendistribusian barang yang dibutuhkan untuk mendukung pengembangan proyek Roche tersebut.

Untuk mengembangkan usahanya, Roche menawarkan kerjasama dan menunjuk Tempo sebagai wakil dari Roche untuk melakukan pendistribusian obat-obatan di

pasar domestik Indonesia yang terdiri dari dua divisi yaitu divisi OTC dan RX. Penawaran dari Roche diterima oleh Tempo dan kemudian para pihak sepakat untuk mengadakan suatu kerjasama yang diikat dalam suatu perjanjian yaitu Perjanjian Distribusi.

Perjanjian Distribusi mengatur ketentuan mengenai hak dan kewajiban dari Roche dan Tempo khususnya antara lain mengenai pasokan produk, pengangkutan produk, asuransi, pendistribusian produk dan lain-lain. Perjanjian Distribusi juga mengatur tentang pengakhiran perjanjian dimana untuk mengakhiri Perjanjian Distribusi, salah satu pihak harus menyampaikan pemberitahuan tertulis 6 (enam) bulan sebelumnya kepada pihak lainnya.

Hal penting lain yang disepakati oleh Roche dan Tempo di dalam Perjanjian Distribusi adalah ketentuan mengenai cara menyelesaikan sengketa yang timbul diantara mereka berdasarkan Perjanjian Distribusi yang menyebutkan bahwa (Roche & Tempo, 1996): Apabila timbul perselisihan atau ketidaksepakatan antara para pihak berkenaan atau berkaitan dengan perjanjian, para pihak tersebut sepakat untuk mempertahankan hubungan dengan cara terhormat, itikad baik dan saling mempercayai dan oleh karena itu maka, penyelesaian masalah akan ditempuh melalui musyawarah untuk mufakat, hal mana secara tegas disebutkan dalam Pasal 19.1 Perjanjian Distribusi.

Dalam Pasal 19.2 dikatakan bahwa apabila timbul perselisihan di antara para pihak berkenaan dengan Perjanjian tidak dapat diselesaikan secara musyawarah sebagaimana dimaksud pada Pasal 19.1 maka, perselisihan akan diselesaikan melalui arbitrase. Berikutnya di Pasal 19.3 disebutkan bahwa sementara menunggu penyerahan kepada arbitrase dan setelahnya sampai keputusan final dari para arbiter, para pihak wajib tanpa mengurangi hak masing-masing, untuk terus menghormati kewajiban-kewajiban mereka dan melaksanakan semua tugas mereka sesuai perjanjian.

### ***Analisa Yuridis Terhadap Kekuatan dan Eksistensi Klausula Arbitrase Dalam Penyelesaian Sengketa Perjanjian Distribusi***

Adalah suatu hal yang wajar apabila dalam suatu yang telah disepakati, masih saja terjadi perbedaan pendapat, namun hal tersebut akan menjadi semakin rumit apabila kemudian terjadi ketidaksepahaman menyangkut tempat dimana perselisihan tersebut diselesaikan. Berdasarkan ketentuan pasal 19.2 Perjanjian Distribusi, telah diatur ketentuan mengenai klausula arbitrase bahwa: (Roche & Tempo, 1996) "*apabila timbul perselisihan di antara para pihak berkenaan atau dalam hubungannya dengan Perjanjian atau pelanggaran yang tidak dapat diselesaikan secara musyawarah, maka akan diselesaikan melalui arbitrase yang dilaksanakan dalam bahasi Inggris dan diselenggarakan di Jakarta berdasarkan aturan-aturan dari Badan Arbitrase Nasional Indonesia ("BANI") untuk menyelesaikan perselisihan tersebut melalui sebuah majelis yang terdiri atas 3 (tiga) orang yang ditunjuk*".

Namun pada saat timbul sengketa, Tempo malah menyerahkan penyelesaian sengketa yang timbul tersebut ke Pengadilan Negeri dengan alasan bahwa perselisihan yang penyelesaiannya dengan cara arbitrase adalah apabila perselisihan tersebut sifatnya teknis dibidang bisnis yang pada umumnya dipahami oleh para arbiter. Menurut Tempo, sengketa yang timbul di antara Roche dan Tempo sama sekali bukanlah teknis dalam bidang bisnis, karena masalahnya adalah mengenai tindakan Roche yang secara sepihak memutuskan Perjanjian Distribusi. Masalah pemutusan Perjanjian Distribusi adalah murni teknis yuridis dan bukan teknis di bidang bisnis dan karenanya, hakim pengadilan negeri yang mempunyai kewenangan (kompetensi) untuk memeriksa perkara.

Dengan mengacu pada ketentuan Pasal 19 Perjanjian Distribusi, Roche kemudian mengajukan eksepsi, dan menyatakan bahwa Pengadilan Negeri Jakarta Selatan tidak berwenang untuk memeriksa dan mengadili

perkara. Pengadilan Negeri Jakarta Selatan dalam putusan sela dan tingkat pertama menolak eksepsi tersebut dan tetap menyatakan bahwa : (PNJaksel, 2000)

Pengadilan Negeri Jakarta Selatan berwenang / kompeten untuk memeriksa dan mengadili perkara antara lain dengan alasan bahwa pokok permasalahan sengketa antara Roche dan Tempo bukanlah berkenaan dengan persengketaan tentang pelaksanaan perjanjian yang harus diselesaikan melalui Badan Arbitrase Nasional Indonesia, melainkan sengketa tentang perbuatan melawan hukum di dalam pemutusan secara sepihak atas ketentuan yang telah disepakati dalam Perjanjian Distribusi tersebut.

Sengketa yang demikian menurut hemat majelis hakim sama sekali tidak membutuhkan penyelesaian melalui arbiter yang dipandang harus lebih mampu dan menguasai permasalahan teknis bisnis yang disengketakan, melainkan dibutuhkan penyelesaian secara hukum dihadapan pengadilan. Melalui pertimbangan tersebut maka menurut Majelis: persengketaan antara Roche dan Tempo sama sekali bukan merupakan kewenangan arbitrase melainkan kewenangan pengadilan. (PNJaksel, 2000)

Berdasarkan uraian yang penulis sampaikan pada bagian pembahasan, dapat dilihat bahwa, terdapat pengaruh yang kurang baik dalam praktik bisnis jika pihak-pihak yang terlibat dalam penyelesaian suatu sengketa perjanjian yang mencantumkan klausula arbitrase tidak memahami dengan baik atau tidak menghormati janji yang telah disepakatinya dalam suatu perjanjian / kontrak tersebut.

Klausula arbitrase yang tercantum dalam Perjanjian Distribusi tidak hanya mengikat kepada para pihak yang membuat perjanjian namun juga mengikat institusi peradilan umum, hal ini sejalan dengan Pasal 3 juncto Pasal 11 ayat (2) Undang-Undang No.30 Tahun 1999. Dengan keberadaan klausula arbitrase pada Pasal 19 Perjanjian Distribusi tersebut maka, penyelesaian perselisihan atau sengketa melalui pranata arbitrase bersifat absolut terhadap penyelesaian perselisihan atau sengketa melalui peradilan.

Dengan kata lain bahwa suatu perjanjian atau klausula arbitrase yang telah disepakati oleh para pihak akan menghapuskan kewenangan lembaga Pengadilan Negeri untuk menyelesaikan setiap perselisihan atau sengketa yang timbul dari perjanjian yang memuat klausula arbitrase.

### **PENUTUP**

Berdasarkan analisis dan pembahasan di bab-bab sebelumnya maka dapat disimpulkan: Adanya klausula arbitrase dalam ketentuan Pasal 19 Perjanjian Distribusi mempunyai kekuatan hukum yang mengikat bagi Roche dan Tempo, Institusi Peradilan Umum serta Badan Arbitrase Nasional Indonesia sebagaimana dimaksud dalam klausula arbitrase tersebut.

Putusan Pengadilan Negeri Jakarta Selatan terhadap sengketa Roche dan Tempo yang menyatakan bahwa Pengadilan Negeri Jakarta Selatan berwenang untuk memeriksa dan mengadili perkara yang terikat dengan klausula arbitrase, tidak sesuai dengan Undang-Undang No.30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa.

Untuk penelitian selanjutnya dapat dikembangkan dengan meneliti lebih lanjut masalah masih terbukanya peluang bagi pihak yang beritikad tidak baik untuk memanfaatkan upaya hukum Banding, Kasasi dan Peninjauan Kembali khususnya bagi suatu putusan Pengadilan Negeri yang menyatakan bahwa Pengadilan Negeri tidak berwenang untuk memeriksa dan mengadili perkara-perkara perdata yang terikat dengan perjanjian atau klausula arbitrase, hal ini semata-mata untuk mendukung tujuan penyelesaian sengketa melalui arbitrase.

### **REFERENSI**

- Abdurasyid, P. (2018). *Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa Suatu Pengantar*. Fikahati Aneka.
- Adi Nugroho, S. (2017). *Penyelesaian Sengketa Arbitrase dan Penerapan Hukumnya*. Prenada Media.

Adolf, H. (2016). *Arbitrase Komersial Internasional (Edisi Revisi)* (Revisi). Keni Media.

Bram, D. Al. (2011). *Penyelesaian Sengketa Bisnis Melalui Mediasi* (E. Wijaya & D. Bram (eds.); 1st ed.). Pusat Kajian Ilmu Hukum Universitas Pancasila.

Friedland, P., & Nyer, D. (2014). *Soft Law in International Arbitration* (L. W. Neyman & M. J. Radine (eds.)). JurisNet, LLC.

Harahap, Y. (2015). *arbitrase* (2nd ed.). Sinar Grafika.

Herbots, J. H. (2012). *Interpretation of Contracts* (J. M. Smits (ed.)). Edward Elgar.

PNJaksel. (2000). *Putusan Perkara Perdata No.454/Pdt.G/1999/PNJakSel tanggal 29 Mei 2000, antara PT PT Roche Indonesia dan PT Perusahaan Dagang Tempo*.

Publication, I. B. (2015). *Indonesia : Mineral, Mining Sector Investment and Business Guide* (1st ed.). Global Investment Center, USA.

Roche, & Tempo. (1996). *Distribution Agreement between PT Roche Indonesia and PT Tempo*.

Subekti, R., & Tjitrosudibio, R. (2017). *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata* (Cetakan Ma). Pradnya Paramita.

Temitayo Bello. (2019). Why Arbitration Triumphs Litigation. *SSRN*, 10. [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3354674](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3354674)

Yan, H. (2019). *The China-Australia Free Trade Agreement and the Choice of Interest Balance in the Two Countries* (L. Corby & M. Perry (eds.)). Springer. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/>

## Persepsi Warga Jakarta Terhadap Pelayanan Publik Dengan Metode IPA Dan CSI

Aloysius Rangga Aditya Nalendra<sup>1</sup>, Bryan Givan<sup>2</sup>, Imelda Sari<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universitas Bina Sarana Informatika, aloysius2206@bsi.ac.id

<sup>2</sup>Universitas Bina Sarana Informatika, bryan.bgv@bsi.ac.id

<sup>3</sup>Universitas Bina Sarana Informatika, imelda.isx@bsi.ac.id

### ABSTRAK

Penelitian ini meneliti pelayanan yang dilakukan di pusat pelayanan publik tingkat pertama yakni kelurahan. Penelitian ini bertujuan untuk melihat persepsi warga DKI Jakarta terhadap layanan publik di era Anies Baswedan. Penelitian ini menggunakan 1000 responden dengan teknik insidental. Penelitian ini meneliti bentuk layanan di kelurahan yang tersebar di lima wilayah DKI Jakarta yakni Jakarta Pusat, Jakarta Timur, Jakarta Barat, Jakarta Utara dan Jakarta Selatan dengan metode pengukuran menggunakan metode IPA dan CSI. Hasil dari penelitian ini adalah secara umum warga DKI Jakarta Puas dan persepsi terhadap layanan publik yang diterima warga bernilai positif dengan ditunjukkan nilai CSI sebesar 66,35 dan diagram kartesius di dalam bidang B yang artinya bahwa layanan yang diberikan telah baik dan patut dipertahankan. Persepsi warga DKI Jakarta terhadap pelayanan publik di kelurahan pada era Gubernur Anies Baswedan positif. Hal ini ditandai dengan nilai secara global baik CSI maupun IPA yang memberikan nilai positif yang dapat diinterpretasikan bahwa masyarakat DKI Jakarta pada umumnya merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan kepada warga lewat pelayanan publik di dalam kelurahan. Hanya dua wilayah DKI Jakarta yang perlu untuk meningkatkan pelayanan agar warga DKI Jakarta dapat puas yakni kelurahan-kelurahan yang berada di wilayah Jakarta Barat dan Jakarta Timur.

Kata Kunci: Importance-Performance Analysis, Customer Satisfaction Index

### ABSTRACT

*This study examines services performed at the first-level public service center, the kelurahan. This study aims to look at the perception of DKI Jakarta citizens towards public service in the Anis Baswedan era. This study used 1000 respondents with incidental techniques and sampling using the cluster sample method. This study examines service layouts in villages that are spread over 5 regions of DKI Jakarta, namely Central, East, North West and South Jakarta with measurement methods using the Natural Sciences and CSI methods. The results of this study are in general the citizens of DKI Jakarta are satisfied and the perception of public services received by citizens is positive with a CSI value of 66.35 and a Cartesian diagram in field B which means that the services provided are good and should be maintained. The perception of DKI Jakarta residents towards public services in urban villages during the era of Governor Anies Baswedan was positive. This is the global value of both CSI and IPA which has a positive impact which can be interpreted that the people of DKI Jakarta generally feel satisfied with the services provided to citizens through public services in the kelurahan. Only two areas of DKI Jakarta need to improve services so that the citizens of DKI Jakarta can be satisfied, namely the villages located in West Jakarta and East Jakarta.*

*Keywords:* Importance-Performance Analysis, Customer Satisfaction Index

*Naskah diterima: 27-08-2020, direvisi: 01-07-2020, diterbitkan: 01-09-2020*

### PENDAHULUAN

Sebagai ibu kota Negara Indonesia, Jakarta adalah pusat kegiatan bisnis sekaligus pusat

kegiatan pemerintahan, maka Jakarta menjadi daerah tujuan masyarakat untuk tinggal dan menjadi destinasi masyarakat

mengadu nasib mencari peruntungan untuk bekerja di Jakarta. Sebagai ibu kota negara serta daerah tujuan masyarakat untuk mencari mata pencarian, Jakarta di era Gubernur Anies Baswedan, dituntut memiliki pelayanan publik yang mumpuni yang dapat memuaskan masyarakat. Pelayanan yang baik, membuat warga merasa terlayani dengan baik (Nalendra et al., 2018) sehingga akan menciptakan kemajuan untuk kotanya dan akan membuat bahagia warganya.

Penelitian ini meneliti pelayanan yang dilakukan di pusat pelayanan publik tingkat pertama yakni kelurahan. Kelurahan merupakan ujung tombak dari pemerintahan daerah karena langsung berhadapan dengan masyarakat secara langsung. Selain itu, citra birokrasi pemerintah daerah DKI Jakarta ditentukan oleh kinerja organisasi tersebut. Hal ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Marini, mengungkapkan bahwa kelurahan sebagai suatu sistem pemerintahan Indonesia memiliki peranan penting dalam pelayanan masyarakat dan penentu citra birokrasi pemerintah (Rindengan, 2016).

Penelitian ini menggunakan metode IPA (*Importance Performance Analysis*) untuk menunjukkan atribut produk atau jasa yang perlu ditingkatkan ataupun dikurangi untuk menjaga kepuasan konsumen dalam hal ini adalah kepuasan warga Jakarta (Anggraini et al., 2015). Selain itu, dalam penelitian ini juga menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Metode ini memiliki beberapa keunggulan antara lain efisiensi artinya bahwa tidak hanya indeks kepuasan tetapi sekaligus memperoleh informasi yang berhubungan dengan dimensi atau atribut yang perlu diperbaiki, mudah digunakan dan sederhana serta menggunakan skala yang memiliki sensitivitas dan reliabilitas cukup tinggi (Anggraini et al., 2015). Secara umum tujuan penelitian ini harapannya dapat memberikan sumbangsih hasil riset kepada institusi dan penelitian yang dapat berkelanjutan bagi mahasiswa maupun peneliti lain yakni dengan cara publisitas di dalam jurnal nasional. Adapun tujuan khusus dalam penelitian ini adalah dengan penelitian ini diharapkan dapat

menjadi bahan literatur serta *feedback* kepada pemerintah daerah DKI Jakarta berkaitan dengan persepsi warga terhadap kepuasan pelayanan publik Kota Jakarta di era Gubernur Anies Baswedan. Dengan penelitian ini, pemerintah daerah DKI Jakarta dapat mengetahui tingkat kepuasan warga terhadap pelayanan publik yang telah diberikan sehingga dapat memperbaiki layanan publik yang belum sesuai. Urgensi dalam penelitian ini adalah dengan melakukan penelitian ini, peneliti hendak mengemukakan mengenai persepsi warga Jakarta terhadap kepuasan pelayanan publik DKI Jakarta di era Gubernur Anies Baswedan. Dengan kata lain bahwa tujuan penelitian ini adalah memberikan *feed back* berupa data persepsi masyarakat terhadap kepuasan pelayanan publik di era Gubernur Anies Baswedan kepada pihak pemerintah daerah Jakarta. Peneliti melakukan observasi sebagai tahapan awal dalam penelitian. Adapun hasil observasi terungkap bahwa masyarakat memiliki harapan besar terhadap pelayanan publik di tingkat kelurahan yang dilakukan di era Gubernur Anies Baswedan dapat dilakukan dengan optimal serta dapat melayani masyarakat dengan baik. Harapan besar tersebut melahirkan persepsi publik mengenai kinerja pelayanan publik di tingkat kelurahan yang diukur menggunakan metode IPA dan CSI. Berangkat dari hasil observasi tersebut maka peneliti melakukan identifikasi masalah yang dapat dirumuskan menjadi rumusan masalah dalam penelitian yakni bagaimana persepsi warga Jakarta terhadap pelayanan publik di era Gubernur Anies Baswedan. Adapun penulis memberikan batasan penelitian yakni penelitian ini hanya menitikberatkan kepada pelayanan masyarakat yang berada di kelurahan dalam wilayah DKI Jakarta yang peneliti bagi menjadi beberapa area. Keterbatasan penelitian ini, peneliti tidak melibatkan area kepuialuan seribu dikarenakan keterbatasan penelitian. Sedangkan untuk batasan masalah, peneliti membatasi ruang lingkup pembahasan hanya kepada persepsi warga DKI berdasarkan metode IPA dan CSI berdasarkan arahan PERMENPAN NO 14 tahun 2017.

## KAJIAN LITERATUR

### A. PERMENPAN NO 14 tahun 2017

Untuk melaksanakan pelayanan publik yang baik perlu ada kontrol dan evaluasi sehingga pemerintah menerbitkan Permenpan no 14 tahun 2017.

Dalam Permenpan No. 14 Tahun 2017 unsur-unsur yang menjadi fokus dalam pelaksanaan Survei Kepuasan Masyarakat terdiri dari 9 unsur untuk menjadi indikator kualitas pelayanan yang terdiri dari:

1. Persyaratan adalah syarat yang harus dipenuhi dalam pengurusan suatu jenis pelayanan, baik persyaratan teknis maupun administratif;
2. Sistem, mekanisme dan prosedur adalah tata cara pelayanan yang dilakukan bagi pemberi dan penerima pelayanan termasuk pengaduan;
3. Waktu penyelesaian adalah jangka waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan seluruh proses pelayanan dari setiap jenis pelayanan;
4. Biaya/Tarif adalah ongkos yang dikenakan kepada penerima layanan dalam mengurus dan atau memperoleh pelayanan dari penyelenggara yang besarnya ditetapkan berdasarkan kesepakatan antara penyelenggara dan masyarakat;
5. Produk Spesifikasi Jenis Pelayanan adalah hasil pelayanan yang diberikan dan diterima sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan. Produk pelayanan ini merupakan hasil dari setiap spesifikasi jenis pelayanan;
6. Kompetensi Pelaksana adalah kemampuan yang harus dimiliki oleh pelaksana meliputi pengetahuan keahlian keterampilan dan pengalaman;
7. Perilaku Pelaksana adalah sikap petugas memberikan pelayanan;
8. Penanganan pengaduan, saran dan masukan adalah tata cara pelaksanaan penanganan pengaduan dan tindak lanjut;
9. Sarana adalah segala sesuatu yang dapat dipakai sebagai alat dalam mencapai maksud dan tujuan. Prasarana adalah segala sesuatu yang merupakan penunjang utama terselenggaranya suatu proses (usaha, pembangunan,

proyek). Sarana yang digunakan untuk benda yang bergerak (komputer, mesin) dan prasarana untuk benda yang tidak bergerak (gedung) (Kemenpan, 2017).

### B. PERSEPSI

Persepsi merupakan salah satu aspek psikologis yang penting bagi manusia dalam merespon kehadiran berbagai aspek dan gejala di sekitarnya. Dalam persepsi manusia terdapat perbedaan sudut pandang di penginderaan, ada yang mempersepsikan sesuatu itu baik (positif) maupun persepsi buruk (negatif) yang akan mempengaruhi tindakan manusia sehari-hari. Dengan kata lain bahwa persepsi adalah suatu proses mengolah pengetahuan yang telah dimiliki untuk memperoleh dan menginterpretasi stimulus yang diterima oleh sistem alat indra manusia (Anggraini et al., 2015). Maka, pada dasarnya persepsi merupakan hubungan antara manusia dengan lingkungannya, serta bagaimana manusia menggambarkan atau menyampaikan stimulus yang ada di lingkungannya dengan menggunakan pengetahuan yang dimilikinya, kemudian memproses hasil pengindraannya itu, sehingga muncullah makna mengenai objek tersebut (baik atau buruk) (Sastika, 2018). Warga Jakarta mempersepsikan Jakarta sebagai kota besar dengan segala fasilitas pendukung yang prima. Sebagai kota besar, Jakarta dituntut dapat memberikan pelayanan yang prima bagi warganya (Kusumaningrum & Asfirotun, 2013). Dengan persepsi demikian, maka pelayanan publik seperti pembuatan akta lahir, KTP, kepengurusan izin dan lain lain haruslah dapat diberikan dengan baik sehingga akan membuat maju kotanya dan bahagia warganya. Penelitian ini menitikberatkan kepada persepsi warga Jakarta mengenai pelayanan publik yang diberikan oleh pemerintah DKI Jakarta.

### C. IPA (Importance Performance Analysis dan CSI (Consumer Satisfaction Index)

*Customer satisfaction indeks* (CSI) atau yang lebih dikenal dengan indeks kepuasan konsumen merupakan metode yang menggunakan indeks untuk mengukur

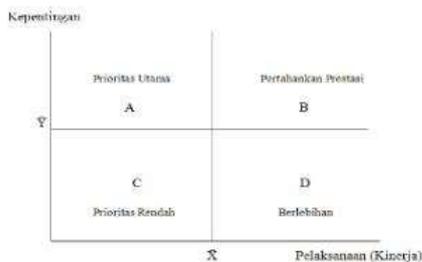
tingkat kepuasan konsumen berdasarkan atribut-atribut tertentu. Atribut yang diukur dapat berbeda untuk masing-masing perusahaan.

Ada enam langkah penentuan CSI yakni:

1. Menentukan Mean Importance (MIS);
2. Menentukan Mean Satisfaction Score (MSS);
3. Menentukan Weight Factors (WF);
4. Menentukan Weight Score (WS);
5. Menentukan Weight Total (WT);
6. Menentukan CSI.

Sedangkan IPA adalah *Importance-Performance Analysis* (IPA) digunakan sebagai teknik analisis data untuk mengukur kualitas pelayanan serta untuk melihat apakah ada kesenjangan (gap) antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh pemerintah DKI Jakarta era Gubernur Anies Baswedan dengan yang diharapkan oleh masyarakat. Berdasarkan skor rata-rata tingkat persepsi pelayanan yang merupakan

hasil dari kinerja pemerintah serta skor rata-rata harapan yang dapat diaplikasikan ke dalam diagram Kartesius (Kotler, 2012) yang terbagi dalam empat wilayah atau kuadran, yaitu prioritas utama (A), pertahankan prestasi (B),



Sumber : Kotler, 2012

Gambar I. Diagram Kartesius IPA

Dari uraian teori maka penulis mengembangkan model penelitian yang dapat dilihat dalam kerangka penelitian sebagai berikut:



Sumber: (Nalendra et al., 2018)

Gambar II. Kerangka Berpikir

Dari kerangka penelitian ini dapat dijelaskan bahwa persepsi warga Jakarta dapat diukur dengan Metode IPA dan CSI. Penggunaan metode IPA dan CSI bertujuan untuk mengukur persepsi warga terhadap kualitas pelayanan yang meliputi sembilan aspek yakni Persyaratan, Sistem, Mekanisme dan Prosedur, Waktu Penyelesaian, Biaya/Tarif, Produk Spesifikasi, Kompetensi, Pelaksana, Perilaku Pelaksana. Sembilan aspek ini berguna sebagai indikator pengukuran kualitas pelayanan yang diberikan di dalam kelurahan dalam era Anies Baswedan.

## METODE PENELITIAN

### A. Alat dan Bahan

Penelitian kuantitatif ini menggunakan metode survei. Untuk mendapatkan sampel, peneliti menggunakan teknik insidental sebagai teknik pengambilan sampel. Teknik sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2015). Dari paparan tersebut maka dalam penelitian ini menggunakan teknik insidental untuk penentuan sampel yakni setiap pengguna layanan publik di kelurahan yang berada di kelima wilayah DKI Jakarta dan didapat sejumlah 1000 orang yang mewakili setiap wilayah Jakarta dengan rincian sebagai berikut:

1. Responden yang ditemui di kelurahan dalam wilayah Jakarta Pusat sejumlah 239 responden;
2. Responden yang ditemui di kelurahan dalam wilayah Jakarta Selatan sejumlah 164 responden;
3. Responden yang ditemui di kelurahan dalam wilayah Jakarta Utara sejumlah 201 responden;
4. Responden yang ditemui di kelurahan dalam wilayah Jakarta Barat sejumlah 186 responden;
5. Responden yang ditemui di kelurahan dalam wilayah Jakarta Timur sejumlah 210 responden;

Metode analisa data yang digunakan adalah metode IPA dan CSI yang berfungsi mengukur tingkat kepuasan pelayanan dan

persepsi warga Jakarta di era Gubernur Anies Baswedan.

Adapun tahapan dalam penelitian ini terbagi menjadi lima tahapan yakni:

1. Persiapan Penelitian

Peneliti melakukan survey dan observasi pendahuluan guna memetakan permasalahan. Setelah melakukan pemetaan permasalahan langkah selanjutnya yakni melakukan identifikasi masalah dan merumuskan masalah sehingga dihasilkan judul dan proposal penelitian;

2. Persiapan Pengambilan Data

Peneliti mempersiapkan diri dengan studi literatur guna mendukung penelitian, langkah selanjutnya yakni penentuan metode penelitian, menentukan jumlah populasi dan sampel dan penggunaan metode yang sesuai. Setelah itu peneliti mengambil data dengan metode insidental dan dicatat secara sistematis;

3. Pengolahan Data

Pada langkah ini peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas serta penggunaan metode IPA dan CSI untuk menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan;

4. Analisa Hasil Penelitian

Pada langkah ini, peneliti melakukan analisa data dengan pendekatan metode IPA dan CSI sehingga mendapatkan temuan dan mengintrepetasikan hasil. Peneliti dapat menyusun laporan awal dan akhir sebagai bentuk pertanggungjawaban peneliti;

5. Diseminasi Hasil Penelitian

Pada langkah akhir ini, peneliti mempublikasikan hasil temuan sebagai luaran wajib di jurnal nasional Ecodemica.

## B. Metode Penelitian

Untuk menganalisa data maka diperlukan sebuah uji instrument. Peneliti melakukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap instrument penelitian yakni berupa kuesioner yang bertujuan agar mendapatkan data yang valid. Sedangkan dalam menganalisa data peneliti menggunakan metode IPA dan CSI guna menganalisa persepsi warga DKI Jakarta terhadap

pelayanan Publik di era Gubernur Anies Baswedan.

## PEMBAHASAN

### 1. Deskripsi Responden

Dalam penelitian ini menggunakan 1000 sampel responden yang dapat dideskripsikan sebagai berikut:

Berdasarkan sebaran umur, responden yang ditemukan maka dapat dilihat sebaran umur sebagai berikut:

1. 17-25 tahun = 256 orang
2. 26-45 tahun = 476 orang
3. diatas 46 tahun = 268 orang

Selain itu, dari sebaran data yang ada dapat ditemukan sebaran jenis kelamin sebagai berikut:

1. Laki-laki = 554 orang
2. Perempuan = 446 orang

Dari sebaran tingkat pendidikan, berdasarkan data yang ada didapat informasi sebagai berikut:

1. SD = 23 orang
2. SMP = 66 orang
3. SMA = 530 orang
4. D3 = 157 orang
5. S1 = 170 orang
6. S2 = 50 orang
7. S3 = 4 orang

Dari data yang ada maka disimpulkan bahwa adanya heterogenitas data yang didapatkan dikarenakan keragaman responden yang ditemui.

### 2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Pada sub bab ini, peneliti melakukan uji instrument berupa kuisoner yang bertujuan untuk mendapatkan data yang valid untuk dapat dianalisa. Kuesioner yang digunakan mengacu kepada rumusan PERMENPAN NO 14 tahun 2017. Adapun hasil perhitungan disajikan dalam tabel dibawah ini.

Tabel 1  
Hasil Uji Validitas

No Item	R Hitung	Rtabel 5% (N=30)	Keterangan
1	0.785	0.361	VALID
2	0.788	0.361	VALID
3	0.801	0.361	VALID
4	0.616	0.361	VALID
5	0.829	0.361	VALID
6	0.817	0.361	VALID
7	0.743	0.361	VALID
8	0.573	0.361	VALID
9	0.822	0.361	VALID
10	0.821	0.361	VALID
11	0.811	0.361	VALID
12	0.872	0.361	VALID
13	0.602	0.361	VALID
14	0.842	0.361	VALID
15	0.801	0.361	VALID
16	0.722	0.361	VALID
17	0.615	0.361	VALID
18	0.792	0.361	VALID

Sumber: Data Diolah, 2020

Dari tabel I dapat disimpulkan bahwa ke delapan belas item pertanyaan yang ada telah diuji validitasnya dan dihasilkan kesimpulan bahwa kedelapan belas item yang ada valid.

Langkah selanjutnya peneliti melakukan uji reliabilitas didapat hasil seperti dalam table dibawah ini

Tabel 2  
Hasil Data Reliabilitas

Rhitung	Rtabel 5% (N=30)	Keterangan
0.957	0.361	RELIABEL

Sumber: Data Diolah, 2020

Dari tabel II didapat kesimpulan bahwa semua item pertanyaan dalam kuesioner yang digunakan adalah reliabel.

Setelah melakukan uji intrumen dan didapat hasil bahwa instrumen penelitian berupa kuesioner telah valid dan reliabel untuk digunakan maka peneliti melakukan analisa data menggunakan metode IPA dan CSI untuk menggambarkan persepsi warga terhadap layanan publik di DKI Jakarta era Anies Baswedan.

### 3. Analisa Data

Dalam penelitian ini peneliti menyajikan data secara gambaran umum dan memberikan gambaran setiap wilayah. Metode yang digunakana adalah metode IPA dan CSI.

#### 1. Metode IPA

Dari hasil perhitungan secara umum maka didapat hasil IPA dengan menghitung tingkat kesesuaian sebagai berikut:

$$TK = \frac{X1}{Y1} \times 100\%$$

Maka di dapat hasil sebagai berikut

Tabel 3  
Hasil Perhitungan Tingkat Kesesuaian

Rumus	Hasil
TK = X1/Y1 X 100%	
TK 1 = 3342/3630	X 100% = 92,06612
TK 2 = 3355/3625	X 100% = 92,55172
TK 3 = 3088/3571	X 100% = 86,47438
TK 4 = 3596/3742	X 100% = 96,09834
TK 5 = 3320/3585	X 100% = 92,60809
TK 6 = 3334/3601	X 100% = 92,58539
TK 7 = 3326/3639	X 100% = 91,39874
TK 8 = 3344/3589	X 100% = 93,17359
TK 9 = 3139/3587	X 100% = 87,51045

Sumber: Data Diolah

$$TK \text{ total} = \frac{\Sigma X1}{\Sigma Y1} \times 100\%$$

Untuk tingkat kesesuaian total didapat

$$\Sigma X1 = 29844$$

$$\Sigma Y1 = 32569$$

$$TK \text{ total} = \frac{29844}{32569} \times 100\%$$

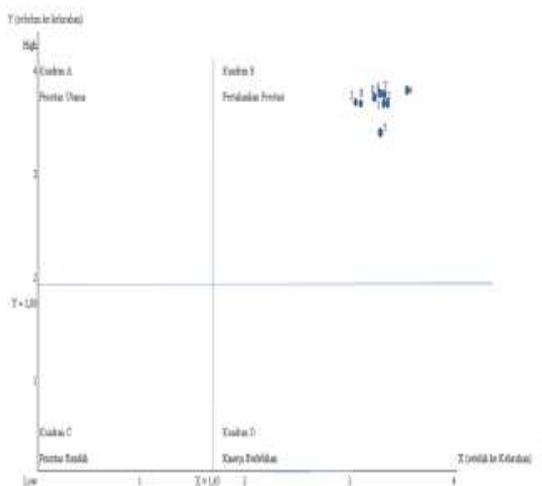
$$TK \text{ total} = 91\%$$

Sedangkan untuk rerata di dapat hasil perhitungan sebagai berikut:

Skor Rata-Rata Tingkat X dan Y

$$\begin{aligned} \text{Skor Rata-Rata} &= \frac{\text{X rata-rata}}{k} \\ X &= \frac{29.844}{18} \\ &= 1.65 \\ Y &= \frac{32.569}{18} \\ &= 1.80 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan tersebut dapat digambarkan diagram kartesius sebagai berikut:



Sumber: Data Diolah

Gambar II Diagram Kartesius Seluruh Area Kelurahan di Jakarta

Dari hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan berada pada Kuadran B ini menunjukkan unsur atau jasa pokok pelayanan telah berhasil dilaksanakan. Pada Gambar II Diagram kartesius semua atribut berada di kuadran B yakni yang meliputi persyaratan, sistem, mekanisme dan prosedur, waktu penyelesaian, biaya/tarif, produk spesifikasi jenis pelayanan, kompetensi pelaksana, perilaku pelaksana, penanganan pengaduan, saran dan masukan, sarana dan prasarana puas dengan pelayanan publik era Anies Baswedan. Untuk itu wajib dipertahankan prestasi kinerja tersebut. Hal ini mencerminkan adanya persepsi warga yang positif yakni layanan yang diberikan sangat memuaskan. Dengan kata lain secara garis besar layanan yang diberikan kepada warga telah memberikan kepuasan kepada warga.

Untuk menyajikan data secara detail peneliti membagi perhitungan ke dalam setiap wilayah Jakarta.

### 1. Jakarta Pusat

Di dalam kelurahan yang berada di area wilayah Jakarta Pusat di dapat hasil sebagai berikut :

$$\text{TK total} = \frac{\Sigma X1}{\Sigma Y1} \times 100\%$$

$$\Sigma X1 = 7384$$

$$\Sigma Y1 = 7230$$

$$\text{TK total} = \frac{7384}{7230} \times 100\%$$

$$\text{TK total} = 102\%$$

Skor Rata-Rata Tingkat X dan Y

$$\text{Skor Rata-Rata} = \frac{\text{X rata-rata}}{k}$$

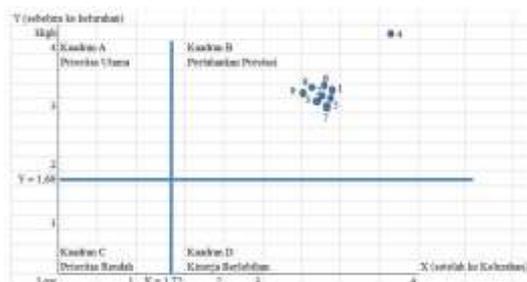
$$X = \frac{30.90}{18}$$

$$\text{titik potong X} = 1.72$$

$$Y = \frac{30.25}{18}$$

$$\text{titik potong Y} = 1.68$$

Maka dari perhitungan tersebut dapat digambarkan diagram kartesius sebagai berikut:



Sumber: Data Diolah

Gambar IV Diagram Kartesius Area Kelurahan di Jakarta Pusat

Dari pemaparan hasil Diagram Kartesius pada gambar IV dapat diinterpretasikan bahwa pelayanan di kelurahan yang berada

di area Jakarta Pusat memberikan kepuasan kepada warga yang berada di kelurahan Jakarta Pusat. Dengan kata lain bahwa pelayanan yang diberikan berada pada Kuadran B ini menunjukkan unsur atau jasa pokok pelayanan telah berhasil dilaksanakan. Pada Gambar IV Diagram Kartesius semua atribut berada di kuadran B yakni yang meliputi persyaratan, sistem, mekanisme dan prosedur, waktu penyelesaian, biaya/tarif, produk spesifikasi jenis pelayanan, kompetensi pelaksana, perilaku pelaksana, penanganan pengaduan, saran dan masukan, sarana dan prasarana puas dengan pelayanan publik era Anies Baswedan. Untuk itu wajib dipertahankan prestasi kinerja tersebut. Hal ini mencerminkan adanya persepsi warga yang positif yakni dikarenakan adanya layanan yang diberikan sangat memuaskan.

## 2. Jakarta Barat

Di dalam kelurahan yang berada di area wilayah Jakarta Barat di dapat hasil sebagai berikut:

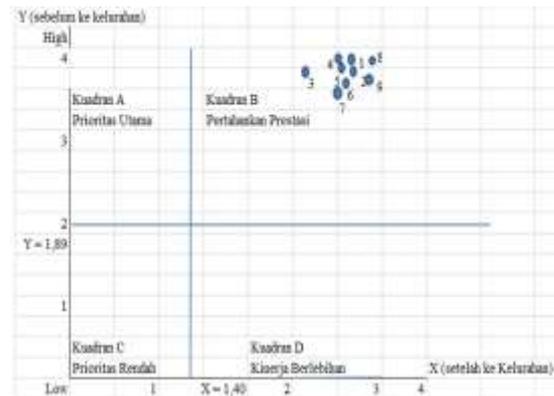
Perhitungan Tingkat Kesesuaian Total Antara X dengan Y

TK total =	$\frac{\sum X1}{\sum Y1} \times 100\%$
$\sum X1 =$	4671
$\sum Y1 =$	6333
TK total =	$\frac{4671}{6333} \times 100\%$
TK total =	74%

Skor Rata-Rata Tingkat X dan Y

Skor Rata-Rata	=	$\frac{X \text{ rata-rata}}{k}$
X	=	$\frac{25.11}{18}$
Titik Potong X	=	1.40
Y	=	$\frac{34.05}{18}$
Titik Potong Y	=	1.89

Maka dari perhitungan tersebut dapat digambarkan diagram kartesius sebagai berikut:



Sumber: Data Diolah

Gambar V Diagram Kartesius Area Kelurahan di Jakarta Barat

Dari diagram kartesius pada gambar V dapat diinterpretasikan bahwa pada gambar kartesius semua atribut berada di kuadran B yakni meliputi persyaratan, sistem, mekanisme dan prosedur, waktu penyelesaian, biaya/tarif, produk spesifikasi jenis pelayanan, kompetensi pelaksana, perilaku pelaksana, penanganan pengaduan, saran dan masukan, sarana dan prasarana puas dengan pelayanan publik era Anies Baswedan, untuk itu wajib dipertahankan. Dengan kata lain bahwa layanan masyarakat dipersepsikan positif, disebabkan kepuasan masyarakat terhadap layanan yang diberikan. Hal ini mengindikasikan bahwa kinerja pegawai kelurahan harus dipertahankan agar persepsi warga terhadap pelayanan publik yang diberikan tetap dan tidak mengalami penurunan.

## 3. Jakarta Timur

Di dalam kelurahan yang berada di area wilayah Jakarta Timur didapat hasil sebagai berikut

Perhitungan Tingkat Kesesuaian Total Antara X dengan Y

$$TK \text{ total} = \frac{\Sigma X1}{\Sigma Y1} \times 100\%$$

$$\Sigma X1 = 6110$$

$$\Sigma Y1 = 7079$$

$$TK \text{ total} = \frac{6110}{7079} \times 100\%$$

$$TK \text{ total} = 86\%$$

Skor Rata-Rata Tingkat X dan Y

$$\text{Skor Rata-Rata} = \frac{X \text{ rata-rata}}{k}$$

$$X = \frac{29.10}{18}$$

$$\text{Titik Potong X} = 1.62$$

Skor Rata-Rata Tingkat X dan Y

$$\text{Skor Rata-Rata} = \frac{X \text{ rata-rata}}{k}$$

$$X = \frac{33.39}{18}$$

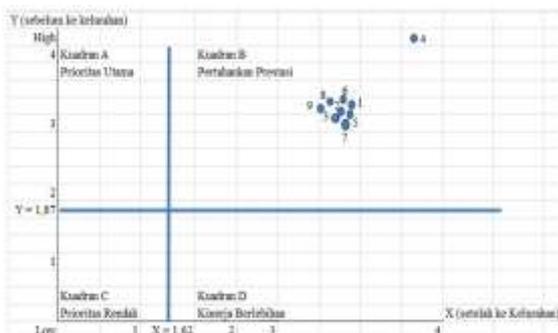
$$\text{TITIK POTONG X} = \frac{1.86}{18}$$

$$Y = \frac{35.27}{18}$$

$$\text{TITIK POTONG Y} = \frac{1.96}{18}$$

$$\text{Titik Potong Y} = 1.87$$

Maka dari perhitungan tersebut dapat digambarkan diagram kartesius sebagai berikut:



Sumber: Data Diolah

Gambar VI Diagram Kartesius Area Kelurahan di Jakarta Timur

Dari perhitungan dan gambar VI yakni diagram kartesius didapat hasil yakni bahwa pelayanan yang diberikan berada pada Kuadran B ini menunjukkan unsur atau jasa pokok pelayanan telah berhasil dilaksanakan. Pada gambar kartesius semua atribut berada di kuadran B yakni yang meliputi persyaratan, sistem, mekanisme dan prosedur, waktu penyelesaian, biaya/tarif, produk spesifikasi jenis pelayanan, kompetensi pelaksana, perilaku pelaksana, penanganan pengaduan, saran dan masukan, sarana dan prasarana puas dengan pelayanan publik era Anies Baswedan. Untuk itu wajib dipertahankan prestasi kinerja tersebut.

#### 4. Jakarta Utara

Di dalam kelurahan yang berada di area wilayah Jakarta Utara di dapat hasil sebagai berikut :

Perhitungan Tingkat Kesesuaian Total Antara X dengan Y

$$TK \text{ total} = \frac{\Sigma X1}{\Sigma Y1} \times 100\%$$

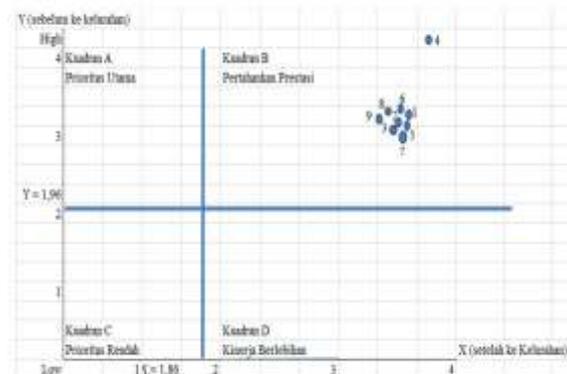
$$\Sigma X1 = 6712$$

$$\Sigma Y1 = 7090$$

$$TK \text{ total} = \frac{6712}{7090} \times 100\%$$

$$TK \text{ total} = 95\%$$

Maka dari perhitungan tersebut dapat digambarkan diagram kartesius sebagai berikut:



Sumber: Data Diolah

Gambar VII Diagram Kartesius Area Kelurahan di Jakarta Utara

Dari perhitungan dan gambar VII yakni diagram kartisius didapat hasil yakni bahwa pelayanan yang diberikan berada pada Kuadran B ini menunjukkan unsur atau jasa pokok pelayanan telah berhasil dilaksanakan. Pada gambar kartesius semua atribut berada di kuadran B yakni yang meliputi persyaratan, sistem, mekanisme dan prosedur, waktu penyelesaian, biaya/tarif, produk spesifikasi jenis pelayanan, kompetensi pelaksana, perilaku pelaksana, penanganan pengaduan, saran dan masukan, sarana dan prasarana puas dengan pelayanan publik era Anies Baswedan. Untuk itu wajib dipertahankan prestasi kinerja tersebut.

**5. Jakarta Selatan**

Di dalam kelurahan yang berada di area wilayah Jakarta Selatan di dapat hasil sebagai berikut :

Perhitungan Tingkat Kesesuaian Total Antara X (setelah) dengan Y (sebelum)

$$TK \text{ total} = \frac{\sum X1}{\sum Y1} \times 100\%$$

$$\sum X1 = 4967$$

$$\sum Y1 = 4837$$

$$TK \text{ total} = \frac{4967}{4837} \times 100\%$$

$$TK \text{ total} = 103\%$$

Skor Rata-Rata Tingkat X dan Y

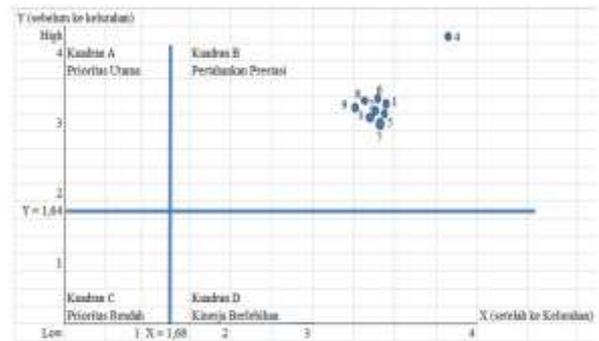
$$\text{Skor Rata-Rata} = \frac{X \text{ rata-rata}}{k}$$

$$X = \frac{30.29}{18}$$

$$\text{Titik Potong X} = 1.68$$

$$Y = \frac{29.49}{18}$$

$$\text{Titik Potong Y} = 1.64$$



Sumber: Data Diolah

Gambar VIII Diagram Kartesius Area Kelurahan di Jakarta Selatan

Dari perhitungan dan gambar diagram kartesius didapat hasil yakni bahwa pelayanan yang diberikan berada pada Kuadran B ini menunjukkan unsur atau jasa pokok pelayanan telah berhasil dilaksanakan. Pada gambar kartesius semua atribut berada di kuadran B yakni yang meliputi persyaratan, sistem, mekanisme dan prosedur, waktu penyelesaian, biaya/tarif, produk spesifikasi jenis pelayanan, kompetensi pelaksanaan, perilaku pelaksana, penanganan pengaduan, saran dan masukan, sarana dan prasarana puas dengan pelayanan publik era Anies Baswedan. Untuk itu wajib dipertahankan prestasi kinerja tersebut.

**2. Metode CSI**

Di dalam metode ini, peneliti menghadirkan dua jenis analisa data yang pertama secara keseluruhan wilayah dan yang kedua membaginya kedalam beberapa cluster area wilayah DKI Jakarta.

Secara garis besar, peneliti menemukan fakta empiris berkaitan dengan penggunaan metode CSI.

Untuk menginterpretasikan hasil dapat melihat Tabel IX Kriteria CSI dibawah ini.

Tabel 4 Kriteria CSI

No	Nilai CSI (%)	Keterangan CSI
1	81% - 100%	Sangat Puas
2	66%-80,99%	Puas
3	51%-65,99%	Cukup Puas
4	35%-50,99%	Kurang Puas
5	0-34,99%	Tidak Puas

Sumber : (Widodo et al., 2018)

Dari beberapa tahapan penentuan CSI maka dihasilkan data secara umum sebagai berikut

Tabel 5 Csi  
Area Jakarta Pusat

ITEM	MIS	WF	WS	WT	ITEM	MSS	CSI
Y1	3,3	0,11	0,38	3,44	X1	3,41	68,8
Y2	3,3	0,11	0,37		X2	3,38	
Y3	3,2	0,11	0,36		X3	3,33	
Y4	3,8	0,13	0,49		X4	3,85	
Y5	3,2	0,11	0,37		X5	3,41	
Y6	3,2	0,11	0,36		X6	3,31	
Y7	3,3	0,11	0,39		X7	3,46	
Y8	3,2	0,11	0,37		X8	3,40	
Y9	3,3	0,11	0,36		X9	3,33	
30,25				30,90			

Sumber: Data Diolah

Tabel 6 CSI  
Area Jakarta Selatan

ITEM	MIS	WF	WS	WT	ITEM	MSS	CSI
Y1	3,30	0,11	0,38	3,37	X1	3,35	67,34
Y2	3,28	0,11	0,37		X2	3,35	
Y3	3,20	0,11	0,35		X3	3,25	
Y4	3,44	0,12	0,43		X4	3,66	
Y5	3,22	0,11	0,36		X5	3,34	
Y6	3,29	0,11	0,37		X6	3,32	
Y7	3,26	0,11	0,37		X7	3,35	
Y8	3,26	0,11	0,37		X8	3,35	
Y9	3,24	0,11	0,37		X9	3,32	
29,49				30,29			

Sumber: Data Diolah

Tabel 7. CSI  
Area Jakarta Utara

ITEM	MIS	WF	WS	WT	ITEM	MSS	CSI
Y1	3,87	0,11	0,41	3,71	X1	3,74	74,25
Y2	3,95	0,11	0,42		X2	3,77	
Y3	3,91	0,11	0,39		X3	3,49	
Y4	3,80	0,11	0,40		X4	3,69	
Y5	3,98	0,11	0,42		X5	3,77	
Y6	3,97	0,11	0,42		X6	3,76	
Y7	3,99	0,11	0,44		X7	3,93	

Y8	3,97	0,11	0,45	35,27	X8	3,98
Y9	3,85	0,11	0,36		X9	3,29
					33,39	

Sumber: Data Diolah

Tabel 8 CSI  
Area Jakarta Barat

ITEM	MIS	WF	WS	WT	ITEM	MSS	CSI
Y1	3,82	0,11	0,32	2,79	X1	2,83	55,81
Y2	3,79	0,11	0,32		X2	2,89	
Y3	3,75	0,11	0,29		X3	2,61	
Y4	3,74	0,11	0,30		X4	2,73	
Y5	3,80	0,11	0,31		X5	2,78	
Y6	3,79	0,11	0,32		X6	2,87	
Y7	3,77	0,11	0,31		X7	2,79	
Y8	3,80	0,11	0,32		X8	2,90	
Y9	3,79	0,11	0,30		X9	2,71	
34,05				25,11			

Sumber: Data Diolah

Tabel 9  
Area Jakarta Timur

ITEM	MIS	WF	WS	WT	ITEM	MSS	CSI
Y1	3,81	0,11	0,38	3,24	X1	3,33	64,7
Y2	3,77	0,11	0,37		X2	3,34	
Y3	3,72	0,11	0,30		X3	2,72	
Y4	3,82	0,11	0,45		X4	3,94	
Y5	3,68	0,11	0,35		X5	3,25	
Y6	3,71	0,11	0,37		X6	3,38	
Y7	3,78	0,11	0,34		X7	3,05	
Y8	3,67	0,11	0,33		X8	3,06	
Y9	3,74	0,11	0,33		X9	3,01	
33,71				29,10			

Sumber: Data Diolah

Tabel X hingga tabel XIV tersebut dapat disimpulkan secara umum, pelayanan publik di kelurahan secara keseluruhan di wilayah DKI Jakarta selama era Anies Baswedan, warga merasa puas. Hal ini ditunjukkan dengan capaian nilai CSI sebesar 66,35. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan kepada warga sudah maksimal sehingga warga merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan dengan kata lain

persepsi warga terhadap pelayanan yang diberikan sesuai. Untuk menginterpretasikan hasil dapat melihat secara detail CSI per wilayah sehingga dapat menghasilkan temuan data empiris yang objektif. Berikut ini adalah hasil olahan data perhitungan CSI pelayanan publik di kelurahan yang berada di lima wilayah DKI Jakarta.

Dari tabel tersebut dapat diinterpretasikan hasil yakni hampir keseluruhan pelayanan publik di kelurahan di wilayah Provinsi DKI Jakarta memberikan kepuasan kepada warga sehingga persepsi warga terhadap pemerintahan Gubernur Anies Baswedan adalah baik. Dari data yang ada kita dapat melihat pelayanan di kelurahan yang berada di wilayah Jakarta Pusat, Jakarta Selatan dan Jakarta Utara memberikan pelayanan publik yang memuaskan warga. Hal ini terlihat dari nilai CSI ketiga wilayah tersebut yakni Jakarta Pusat dengan nilai CSI sebesar 68,81, Jakarta Selatan 67,34 serta Jakarta Utara sebesar 74,25. Dengan nilai tersebut mengindikasikan bahwa pelayanan yang diberikan kepada warga baik sehingga masyarakat di ketiga wilayah tersebut merasakan puas. Berbeda dengan dua wilayah Jakarta Barat dan Jakarta Timur yang memiliki nilai CSI sebesar 55,81 serta 64,70. Dengan angka tersebut perlu adanya upaya peningkatan pelayanan publik di kelurahan untuk kedua wilayah tersebut.

## PENUTUP

Dari uraian yang telah disampaikan, maka dapat disimpulkan bahwa persepsi warga DKI Jakarta terhadap pelayanan publik di kelurahan pada era Gubernur Anies Baswedan positif. Hal ini ditandai dengan nilai secara global baik CSI maupun IPA yang memberikan nilai positif yang dapat diinterpretasikan bahwa masyarakat DKI Jakarta pada umumnya merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan kepada warga lewat pelayanan publik di dalam kelurahan. Hanya dua wilayah DKI Jakarta yang perlu untuk meningkatkan pelayanan agar warga DKI Jakarta dapat puas yakni kelurahan-kelurahan yang berada di wilayah Jakarta Barat dan Jakarta Timur.

Penelitian ini memerlukan juga perbaikan maka diharapkan untuk penelitian mendatang disarankan agar dapat meneliti

lebih kompleks pengaruh kualitas layanan dan mencari hubungan antara persepsi serta kepuasan terhadap layanan yang ada.

## Ucapan terima kasih

Ucapan Terima Kasih kami sampaikan kepada RISTEKDIKTI atas bantuan dana penelitian dan publikasi yang telah diberikan dalam bentuk PDP (Penelitian Dosen Pemula).

## REFERENSI

- Anggraini, L. D., Deoranto, P., & Iksari, D. M. (2015). Analisis Persepsi Konsumen Menggunakan Metode Importance Performance Analysis Dan Customer Satisfaction Index the Analysis of Consumer Perception Used Importance Performance Analysis Method and. *Jurnal Industri*, 4(2), 74–81.  
<https://industria.ub.ac.id/index.php/industri/article/view/179>
- Kemenpan. (2017). Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2017 Tentang Pedoman Penyusunan Survei Kepuasan Masyarakat Unit Penyelenggara Pelayanan Publik. *Pedoman Penyusunan Survei Kepuasan Masyarakat Unit Penyelenggara Pelayanan Publik*, 708, 1–30. <https://pemerintah.net/survei-kepuasan-masyarakat-permenpan-14-tahun-2017/>
- Kotler, P. (2012). *Marketing management*. Pearson Education Limited.
- Kusumaningrum, A. E., & Asfirotnun, J. (2013). Analisis Kepuasan Pengguna Jasa Terhadap Kinerja Pt . Kereta Api Indonesia ( Persero ) ( Krl Commuter Line Jakarta Kota – Bogor ). *Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Teknik Sipil)*, 5, 8–9.  
<https://ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/pesat/article/view/1224>
- Nalendra, A. R. A., Sariwaty, & Suhaila, A. (2018). Pengaruh Implementasi Kebijakan Dan Budaya Organisasi Terhadap Kualitas Pelayanan Publik. *Widya Cipta - Jurnal Sekretari Dan*

- Manajemen*, 2(1), 141–148.  
<https://doi.org/10.31294/widyacipta.v2i1.2444>
- Rindengan, M. (2016). Kepemimpinan Lurah Dalam Pelayanan Administrasi Di Kelurahan Tinoor I Kecamatan Tomohon Utara. *Jurnal Politico*, 3(1).  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/politico/article/view/12126>
- Sastika, W. (2018). Analisis Kualitas Layanan dengan Menggunakan E-service Quality untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Belanja Online Shoppe (Studi Kasus: Pelanggan. *Journals.Upi-Yai.Ac.Id*, 2, 6.  
<http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/download/127/56>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Alfabeta (ed.)).
- Widodo, S., Upgris, J. S.-J. I., & 2018, U. (2018). Metode Customer Satisfaction Index (CSI) Untuk Mengetahui Pola Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce Model Business to Customer. *Journal.Upgris.Ac.Id*.  
<http://journal.upgris.ac.id/index.php/JIU/article/view/2224>
- Imelda Sari, S.I.P., M.E.**, adalah alumni dari Universitas Indonesia, Depok tahun 2008, dari Program Studi Magister Perencanaan dan Kebijakan Publik. Saat ini aktif sebagai Dosen dan menjadi bagian di Unit Pengembang Akademik pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Sarana Informatika. Aktif sebagai Asesor bidang Manajemen Bisnis dan kewirausahaan dan telah mengikuti tiga sertifikasi kompetensi BNSP yaitu Kewirausahaan Industri, Pelaksanaan Pemasaran dan Pendamping Kewirausahaan. Tercatat sebagai anggota Asosiasi Dosen Indonesia (ADI) dan anggota Ikatan Ilmuwan Indonesia Internasional (I-4).

#### **BIODATA PENULIS**

##### **Aloysius Rangga Aditya Nalendra**

Dosen pengajar aktif di universitas BSI. Peneliti pemula yang menggeluti dunia menulis aktif dalam komunitas dosen menulis ( Kode Pena) .

**Bryan Givan, SE, MM**, lahir di Jakarta saat ini aktif menjadi dosen tetap pada Universitas Bina Sarana Informatika Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Selain mengajar pernah aktif menjabat sebagai koordinator unit prestasi kemahasiswaan, jabatan saat ini menjadi kepala kampus UBSI Jatiwaringin Jakarta. Karya ilmiah yang telah dihasilkan antara lain: *Green Product* dan *Gaya Hidup Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian, Determinan Loyalitas Pelanggan pada Operator Telepon Seluler, dll.*

## Determinan Ekspor Di Indonesia

Fanny Septina

Universitas Ciputra Surabaya, septinafanny@gmail.com

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi faktor makroekonomi yang mempengaruhi ekspor nonmigas di Indonesia. Data penelitian yaitu data ekspor nonmigas, Produk Domestik Bruto, inflasi, kurs US dolar, investasi asing langsung pada periode 2010-2019 yang dipublikasikan oleh statistik Bank Indonesia. Metode penelitian menggunakan analisis *Vector Error Correction Model* (VECM) dengan uji stasioner *Augmented Dickey Fuller* (ADF), uji kointegrasi *Johansen*, uji kausalitas *Granger*, *Error Correction Model*. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan kointegrasi antar semua variabel dependen dan independen, hubungan searah kurs US dolar dan inflasi terhadap Produk Domestik Bruto, Produk Domestik Bruto terhadap ekspor. Pada jangka pendek Produk Domestik Bruto, inflasi, kurs, dan investasi asing langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap ekspor nonmigas. Pada jangka panjang, Produk Domestik Bruto berpengaruh signifikan terhadap ekspor nonmigas.

Kata Kunci : ekspor nonmigas, makroekonomi, kointegrasi, kausalitas, *error correction model*

### ABSTRACT

*This study aims to explore macroeconomic factors that affect non-oil and gas exports in Indonesia. The research data are non-oil and gas export data, Gross Domestic Product, inflation, US dollar exchange rate, foreign direct investment in the 2010-2019 period published by Bank Indonesia statistics. The research method uses the Vector Error Correction Model (VECM) analysis with the Augmented Dickey Fuller (ADF) stationary test, Johansen's cointegration test, Granger causality test, Error Correction Model. The results showed there was a cointegration relationship between all dependent and independent variables, a direct relationship with the US dollar exchange rate and inflation on Gross Domestic Product, Gross Domestic Product on exports. In the short term Gross Domestic Product, inflation, exchange rates, and foreign direct investment have no significant effect on non-oil and gas exports. In the long run, Gross Domestic Product has a significant effect on non-oil and gas exports.*

*Keywords: non-oil export, macroeconomy, cointegration, causality, error correction model*

*Naskah diterima: 27-08-2020, direvisi: 01-07-2020, diterbitkan: 01-09-2020*

### PENDAHULUAN

Indonesia memiliki sumber daya alam dan sumber daya manusia yang potensi komoditas nonmigasnya berkembang luar biasa. Perubahan kondisi global baik secara sosial, teknologi, politik maupun ekonomi berdampak pada aktivitas industrial, ekspor dan impor di Indonesia. Terutama dalam sepuluh tahun terakhir periode 2010 hingga 2019, dimana nilai ekspor nonmigas sempat mengalami penurunan namun cenderung stabil, dibandingkan ekspor migas yang mengalami penurunan. Berdasarkan neraca

perdagangan Indonesia periode 2015 hingga 2019 yang dirilis oleh Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, tren pertumbuhan ekspor tahun 2015 hingga 2019 untuk ekspor migas sebesar -5,33% dan ekspor non migas sebesar 5,55%. Sumber daya energi semakin lama akan mengalami penurunan jumlah. Sektor non migas menjadi peluang pemerintah untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

Studi empiris yang dilakukan oleh beberapa peneliti tentang kajian makroekonomi, pertumbuhan ekonomi, ekspor, impor,

menunjukkan bahwa adanya hubungan kointegrasi dan kausal antara Produk Domestik Bruto (PDB) terhadap ekspor maupun impor. Variabel makroekonomi lainnya seperti kurs, inflasi, suku bunga, investasi asing turut berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi (PDB) dan ekspor-impor. Rupiah yang melemah terhadap US dolar dinilai tidak menarik oleh investor asing yang ingin investasi pada proyek atau industri non migas di Indonesia. Kenaikan harga bahan baku lokal akan berdampak pada biaya produksi dan harga jual produk yang diekspor ke luar negeri. Demikian penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara faktor makroekonomi yaitu PDB, Inflasi, kurs dan investasi asing langsung dengan ekspor nonmigas di Indonesia, baik dalam jangka pendek dan jangka panjang.

### KAJIAN LITERATUR

Performa ekspor dipengaruhi oleh determinan internal yang dapat dikontrol seperti strategi pemasaran ekspor, manajemen perilaku dan persepsi konsumen, dan dipengaruhi oleh determinan yang tidak terkontrol secara internal (karakteristik manajemen, karakteristik perusahaan dan kompetensi) atau eksternal (karakteristik industri, karakteristik pasar domestik dan luar negeri). Pada industri kecil dan menengah performa ekspor dipengaruhi oleh lingkungan tempat beroperasi dan juga karakteristik inheren perusahaan, sumber daya yang dimanfaatkan dan kompetensinya disesuaikan dengan strategi ekspor (Maurel, 2009).

Penelitian Huang et al (2008), intensitas ekspor diperoleh dari nilai ekspor dibagi nilai penjualan, dibutuhkan waktu untuk menunjukkan dampak dari pengurangan biaya, investasi pada penelitian dan pengembangan, inovasi produk, kompetisi industrial. Ada selisih waktu pada hubungan kausal antar variabel tersebut. Pada sebuah ekonomi yang dinamikanya cukup tinggi seperti Cina, kesuksesan perusahaan pada tahun tersebut merupakan dampak dari kompensasi strategi atau aktivitas penelitian dan pengembangan yang telah dipersiapkan sejak setahun atau dua tahun sebelumnya.

Dari situasi tersebut dapat diamati adanya *time-lag* antara intensitas ekspor dengan *explanatory-variabel* (Huang et al., 2008).

Penelitian yang dilakukan oleh Grandinetti dan Mason (2012) dengan sampel penelitian industri kecil dan menengah. Variabel penelitian yaitu komitmen perusahaan untuk mengembangkan strategi marketing internasional, struktur organisasi untuk ekspor, mode internasionalisasi (investasi asing langsung, aliansi internasional, *global-sourcing*), ukuran perusahaan, lamanya perusahaan didirikan, pengalaman internasional. Mode internasionalisasi signifikan positif dan berpengaruh langsung terhadap performa ekspor. Variabel strategi dan organisasional karakteristik perusahaan berpengaruh tidak langsung dan dimediasi oleh tiga determinan. Upaya perusahaan untuk mengembangkan strategi internasional dan struktur organisasi untuk ekspor secara umum berpengaruh positif terhadap performa ekspor (Grandinetti & Mason, 2012).

Jika perusahaan lokal memproduksi dan menjual produknya ke luar negeri, maka ekspor dan investasi asing langsung tidak sesuai. Anak perusahaan berada di negara lain dan berfungsi untuk mendukung proses produksi, bukan ekspor murni. Jika memilih mengadopsi di negara tempat beroperasi, menggunakan perusahaan lokal untuk produksi maka yang terjadi adalah kegiatan ekspor murni dan investasi langsung atas ekspor tersebut. Perusahaan yang berinvestasi langsung di pasar luar negeri akan memperoleh informasi dan pengetahuan yang cukup untuk mengadopsi strategi marketing yang sesuai karakteristik tertentu di pasar ekspor. Tidak hanya itu, penjualan anak perusahaan ke pasar luar negeri memiliki peran penting untuk mendorong performa ekspor perusahaan induk (Grandinetti & Mason, 2012).

Tingkat suku bunga pasar uang, harga saham, dan kredit konsumsi rumah tangga dengan pertumbuhan ekonomi saling mempengaruhi satu sama lain. Implikasinya, nilai sebelumnya dari suku bunga pasar uang, harga saham, dan kredit konsumsi rumah tangga dapat digunakan untuk memprediksi pertumbuhan ekonomi dan

sebaliknya (Buhaerah, 2017). Tingkat pertumbuhan ekonomi mempengaruhi tingkat suku bunga pinjaman searah yang artinya nilai pertumbuhan ekonomi yang lalu dapat dilibatkan untuk memprediksi tingkat suku bunga pinjaman.

Penelitian Abidin et al (2013) menggunakan uji Hausman membandingkan *Fixed Effect Model*, *Random Effect Model* dan *Pooled Model*, hasilnya disarankan menggunakan *Fixed Effect Model* untuk mengukur dampak ekspor Malaysia dengan negara anggota OIC (*Organization of Islamic Cooperation*). Model *Gravity* menunjukkan bahwa ekspor Malaysia dipengaruhi oleh faktor *size of economy*. Nilai PDB perkapita bernilai negatif, dampak *economies of scale* lebih dominan dibandingkan dampak penyerapan sebuah negara atas peningkatan PDB perkapita. Jika PDB perkapita meningkat, akan lebih banyak produksi barang dan kecenderungan impor akan menurun. koefisien kurs negatif, apresiasi terhadap kurs akan menurunkan ekspor. Arus ekspor antara Malaysia dengan negara anggota OIC dianalisis melalui faktor mayoritas seperti *size of the economies*, *level of openness of the economy*, inflasi dan kurs. Pembuat kebijakan memainkan peran penting untuk mengeksploitasi *vast market* seperti fokus pada area negara di benua Afrika serta akselerasi upaya untuk mewujudkan ICM (Abidin et al., 2013).

Bakari dan Mabrouki melakukan studi dengan data dari Turki menemukan adanya hubungan kausal antara impor dengan pertumbuhan ekonomi, ekspor dengan pertumbuhan ekonomi, namun hasil uji regresi berganda menunjukkan variabel ekspor dan impor tidak berpengaruh signifikan terhadap PDB (Bakari & Mabrouki, 2017a). Studi yang sama diulang kembali dengan data berbeda yaitu dari Panama, hasilnya tidak ada hubungan kausal antara ekspor impor dengan PDB, uji regresi berganda menunjukkan ekspor dan import tidak berpengaruh signifikan terhadap PDB (Bakari & Mabrouki, 2017b). Pada studi empiris yang melibatkan kelompok industri *high-tech* dan *low-tech*, kurs dan *high-tech* ekspor berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi (PDB), sedangkan inflasi dan tingkat suku bunga tidak

berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi (PDB) (Chowdhury et al., 2019). Inflasi dan tingkat suku bunga tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi (PDB), *money supply* dan kurs berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi (PDB). Pertumbuhan ekonomi didukung oleh kebijakan moneter yang efektif untuk mengontrol inflasi dan suku bunga (Ahmad et al., 2016). Pham & Nguyen (2013) menggunakan variabel kurs bilateral, investasi asing langsung terhadap Vietnam dan ekspor di Vietnam dengan metode analisis kointegrasi dan *fixed effects model* untuk mengetahui hubungan antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan uji statistik signifikan, depresiasi mata uang Dong Vietnam terhadap mata uang asing meningkatkan investasi asing langsung ke Vietnam dan ekspor Vietnam (Pham & Nguyen, 2013).

Studi lainnya menemukan bahwa negara berkembang akan lebih baik ekonominya ketika ekspor produk *high-tech* dan impor produk *low-tech*. Investasi dan *high-tech* ekspor berpengaruh signifikan terhadap PDB sedangkan *population*, *low-tech ekspor*, *low-tech* impor tidak berpengaruh signifikan terhadap PDB (Kilavuz & Topcu, 2012). Faktor yang mempengaruhi perusahaan di Indonesia untuk melakukan ekspor sangat beragam tergantung pada lingkungan industrinya (Dijk, 2002). Penelitian ini ingin menguji kembali secara empiris, faktor yang mempengaruhi ekspor non migas di Indonesia menggunakan model *error correction*, periode pengamatan sepuluh tahun terakhir dengan faktor makroekonomi yang berbeda dari penelitian terdahulu dengan obyek penelitian di Indonesia. Berdasarkan beberapa studi empiris di negara lain, pertumbuhan ekonomi (PDB), inflasi, kurs dan investasi asing langsung memiliki hubungan kointegrasi dan kausal dengan ekspor pada jangka panjang.

#### **METODE PENELITIAN**

Data yang digunakan yaitu data ekspor, PDB, inflasi dan kurs, investasi asing langsung, semua data tersebut disajikan dalam triwulan mulai periode 2010-2019, diunduh dari website resmi Bank Indonesia

sebagai bank sentral Republik Indonesia. Studi empiris menggunakan analisis *time-series* dengan persamaan regresi:

$$exp_t = \alpha + \beta_1 GDP_t + \beta_2 Inf_t + \beta_3 ExR_t + \beta_4 FDI_t + \varepsilon_t$$

Keterangan:

$exp_t$  = ekspor periode t

$GDP_t$  = Produk domestik bruto periode t

$Inf_t$  = inflasi periode t

$ExR_t$  = kurs, nilai tukar rupiah terhadap US dolar periode t

$FDI_t$  = Investasi asing langsung periode t

Variabel dependen Y diproksikan oleh ekspor nonmigas. Variabel independen diproksikan oleh PDB (produk domestik bruto), tingkat inflasi, kurs (nilai tukar Rupiah terhadap mata uang asing US dolar) dan investasi asing langsung di proyek Indonesia.

#### Hipotesis

H1: Terdapat hubungan antara Produk Domestik Bruto dengan ekspor nonmigas pada jangka panjang.

H2: Terdapat hubungan antara inflasi dengan ekspor nonmigas pada jangka panjang.

H3: Terdapat hubungan antara kurs rupiah terhadap US dolar dengan ekspor nonmigas pada jangka panjang.

H4: Terdapat hubungan antara investasi asing langsung dengan ekspor nonmigas pada jangka panjang.

#### Tahapan Analisis

Analisis *vector autoregression* pada dasarnya sejajar dengan model persamaan simultan, hanya bedanya pada persamaan simultan ada variabel endogen dan eksogen, dalam analisis ini semua variabel adalah variabel endogen (Novita et al., 2009). Setiap variabel penelitian diobservasi dan dipengaruhi oleh variabel lainnya di masa lampau.

#### Unit Root Test:

Data *time-series* variabel dependen dan independen dalam penelitian ini memiliki tren sehingga perlu dilakukan uji ADF (*Augmented Dickey Fuller*) dilakukan untuk mengetahui data stasioner. Hasilnya data

stasioner pada uji *unit root first difference*.

Persamaan ADF:

$$\Delta Y_t = \alpha_0 + \gamma Y_{t-1} + \beta_i \sum_{i=1}^p \Delta Y_{t-i} + \varepsilon_t$$

Keterangan:

$\Delta Y_t$  = model first difference

$\alpha_0$  = intercept

$Y_t$  = variabel yang diuji stasioner

$p$  = panjang lag yang digunakan dalam model

$\varepsilon$  = eror

#### Penentuan Lag Optimal:

Penelitian ini menggunakan beberapa kriteria informasi yang terdiri dari sequential modified LR test statistic (LR), *Final Prediction Error* (FPE), *Akaike Information Criterion* (AIC), *Schwarz information Criterion* (SIC) dan *Hannan-Quinn Information Criterion* (HQ) menunjukkan lag yang diajukan.

#### Uji Engle-Granger:

Metode yang digunakan untuk menganalisis hubungan kausalitas antar variabel yang diamati yaitu uji kausalitas *Granger*. Apabila kedua variabel yang diujikan pada penelitian ini tidak stasioner pada tingkat level, maka keduanya diindikasikan mengandung kointegrasi. Hal ini berarti ada hubungan atau kesetimbangan jangka panjang antara kedua variabel tersebut.

#### Uji Johansen:

Kointegrasi terjadi jika variabel independen dan variabel dependen sama-sama merupakan trend sehingga masing-masing tidak stasioner. Uji Johansen untuk mengetahui hubungan timbal balik variabel pada jangka panjang. Ada dua analisis yaitu *trace test* dan *maximum eigen value test*. Persamaan regresi kointegrasi:

$$Y_t = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e_t$$

Keterangan:

$\beta$  = long-run multiplier yang mengukur pengaruh jangka panjang variabel x dan y.

#### Error Correction Model:

Kointegrasi antara dua variabel mengindikasikan ada hubungan atau

kesetimbangan jangka panjang antara kedua variabel tersebut. Pada jangka pendek, jika terjadi fluktuasi perekonomian maka akan timbul ketidaksetimbangan (*disequilibrium*) antar variabel yang kointegrasi tersebut. Model yang memasukan penyesuaian untuk melakukan koreksi bagi ketidaksetimbangan ini adalah model koreksi kesalahan ECM (*error correction model*) untuk mendeteksi seberapa besar dan cepat penyesuaian jangka pendek antar variabel yang terkointegrasi menuju kondisi keseimbangan kembali. Justifikasi ECM digunakan untuk mengetahui data *time-series* memiliki tren atau kesetimbangan jangka panjang, penyesuaian dan koreksi terhadap kesetimbangan jangka panjang. Persamaan ECM:

$$\Delta Y_t = \varphi + \lambda e_{t-1} + \omega_0 \Delta X_t + \varepsilon_t$$

Keterangan:

$\lambda e_{t-1} = \lambda < 0$ ;  $e_{t-1}$  adalah eror persamaan regresi variabel y dan x

$\varepsilon_t$  = eror

Variabel  $\Delta Y_t$  dan  $\Delta X_t$  masing-masing telah stasioner artinya ada hubungan kointegrasi sehingga *error equilibrium* akan stasioner, variabel dependen dan semua variabel independen pada model ECM akan stasioner.

## PEMBAHASAN

### Uji ADF (*Augmented Dickey Fuller*)

Berdasarkan tabel hasil uji ADF (*Augmented Dickey Fuller*) data *time-series* pada penelitian ini stasioner atau tidak terdapat unit root pada diferensiasi pertama, nilai signifikansi probabiliti semua variabel lebih kecil dari 0,05. Sedangkan lag optimum yang digunakan adalah Lag-2 karena signifikansi kriteria seleksi di LR, FPE dan AIC.

Tabel 1. Hasil Uji ADF *First Difference*

Variabel	Probabiliti	Keterangan
Export	0,0001*	Stasioner pada diferensi 1
GDP	0,0000*	Stasioner pada diferensi 1
Inflation	0,0004*	Stasioner pada diferensi 1
Exchange Rate	0,0151*	Stasioner pada diferensi 1
FDI	0,0003*	Stasioner pada diferensi 1

Ket.: (\*)Signifikansi < 0,05

Tabel 2. Hasil Uji Lag Optimum

Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	96,63174	NA	4,86e-09	-4,953067	-4,735375	-4,876320
1	204,2222	180,2867	5,68e-11	-9,417417	-8,111267*	-8,956938*
2	231,1154	37,79589*	5,54e-11*	-9,519753*	-7,125145	-8,675542
3	251,5439	23,18907	8,77e-11	-9,272643	-5,789577	-8,044699

Ket.: (\*) signifikansi lag optimum sesuai kriteria

Tabel 3. Hasil Uji Kausalitas Granger

Hipotesis	Probabiliti	Keterangan
Log_Export → Log_Exchange Rate	0,5906	Tidak signifikan
Log_Exchange Rate → Log_Export	0,4313	Tidak signifikan
Log_FDI → Log_Exchange Rate	0,8726	Tidak signifikan
Log_Exchange Rate → Log_FDI	0,5703	Tidak signifikan
Log_GDP → Log_Exchange Rate	0,3247	Tidak signifikan
Log_Exchange Rate → Log_GDP	0,000006*	Signifikan
Log_Inflation → Log_Exchange Rate	0,5449	Tidak signifikan
Log_Exchange Rate → Log_Inflation	0,1662	Tidak signifikan

Log_FDI → Log_Export	0,9451	Tidak signifikan
Log_Export → Log_FDI	0,4116	Tidak signifikan
Log_GDP → Log_Export	0,0541**	Signifikan
Log_Export → Log_GDP	0,8223	Tidak signifikan
Log_Inflation → Log_Export	0,1386	Tidak signifikan
Log_Export → Log_Inflation	0,7389	Tidak signifikan
Log_GDP → Log_FDI	0,8589	Tidak signifikan
Log_FDI → Log_GDP	0,8971	Tidak signifikan
Log_Inflation → Log_FDI	0,6580	Tidak signifikan
Log_FDI → Log_Inflation	0,8899	Tidak signifikan
Log_Inflation → Log_GDP	0,0242*	Signifikan
Log_GDP → Log_Inflation	0,2907	Tidak signifikan

Ket.: (\*)Signifikansi < 0,05; (\*\*)Signifikansi <0,1

Tabel 4. Hasil Uji Kointegrasi Johansen – Trace Test

Hipotesis	<i>Eigen value</i>	<i>Trace statistic</i>	<i>Critical value</i>	<i>MacKinnon's p-values Probabiliti</i>
None	0,617196	71,73258*	69,81889*	0,0349*
At most 1	0,358124	36,20395	47,85613	0,3862
At most 2	0,271040	19,79962	29,79707	0,4365
At most 3	0,127003	8,102574	15,49471	0,4545
At most 4	0,079801	3,077105	3,841465	0,0794

Ket.: (\*) Signifikansi probabiliti < 0,05; *Trace statistic* > *Critical value*

Tabel 5. Hasil Uji Kointegrasi Johansen – Maximum Eigenvalue Test

Hipotesis	<i>Eigen value</i>	<i>Trace statistic</i>	<i>Critical value</i>	<i>MacKinnon's p-values Probabiliti</i>
None	0,617196	35,52863*	33,87687*	0,0315*
At most 1	0,358124	16,40433	27,58434	0,6313
At most 2	0,271040	11,69705	21,13162	0,5778
At most 3	0,127003	5,025469	14,26460	0,7386
At most 4	0,079801	3,077105	3,841465	0,0794

Ket.: (\*) Signifikansi probabiliti < 0,05; *Trace statistic* > *Critical value*

Tabel 6. Regresi Error Correction Model - Jangka Panjang

Variabel	Probabiliti	Keterangan
Konstanta	0,0492	-
Log_GDP	0,0011*	Signifikan, H1 diterima
Log_Inflation	0,6044	Tidak signifikan, H2 ditolak
Log_Exchange Rate	0,4457	Tidak signifikan, H3 ditolak
Log_FDI	0,9141	Tidak signifikan, H4 ditolak

Ket.: (\*) Signifikansi < 0,05

Tabel 7. Regresi Error Correction Model - Jangka Pendek

Variabel	Probabiliti	Keterangan
Konstanta	0,9433	-
D(Log_GDP)	0,6419	Tidak signifikan, H1 ditolak
D(Log_Inflation)	0,6311	Tidak signifikan, H2 ditolak

<b>D(Log_Exchange Rate)</b>	0,3844	Tidak signifikan, H3 ditolak
<b>D(Log_FDI)</b>	0,7618	Tidak signifikan, H4 ditolak
<b>EC (error correction)</b>	0,0000*	Signifikan

Ket.: (\*) Sigifikansi < 0,05

### Uji Engle-Granger

Hasil uji Engle-Granger dua langkah menghasilkan nilai signifikansi probabilitas  $0,0042 < 0,05$  menunjukkan bahwa ada kointegrasi antar variabel. Kemudian dilanjutkan uji kausalitas Granger untuk mengetahui signifikansi pengaruh setiap variabel dengan variabel yang lain. Berdasarkan tabel, pada signifikansi 5% yaitu Kurs dan inflasi berpengaruh signifikan terhadap Produk domestik bruto. Sedangkan pada signifikansi 10% yaitu variabel produk domestik bruto berpengaruh terhadap ekspor.

Pada signifikansi < 0,05, hasil uji kausalitas Granger menunjukkan semua variabel independen tidak memiliki hubungan dua arah dengan variabel dependen ekspor. Namun ada variabel yang memiliki hubungan searah yaitu kurs terhadap produk domestik bruto, apresiasi atau depresiasi mata uang rupiah terhadap US dolar akan meningkatkan atau menurunkan nilai produk domestik bruto di Indonesia. Inflasi berhubungan searah terhadap produk domestik bruto, meningkatnya inflasi menyebabkan produk domestik bruto semakin tinggi, inflasi yang meningkat dapat dimaknai sebagai pertumbuhan ekonomi dan tingkat konsumsi yang cukup tinggi.

### Uji Johansen

Berdasarkan tabel uji Johansen menunjukkan adanya kointegrasi antar variabel yaitu pertama, *trace test*, nilai *trace statistic* lebih besar dibandingkan *critical value*  $71,73258 > 69,81889$ , dengan *p-value*  $0,0349 < 0,05$ . Kedua, *maximum eigenvalue test* menunjukkan nilai *trace statistic* lebih besar dibandingkan *critical value* yaitu  $35,52863 > 33,87687$ , dengan *p-value*  $0,0315 < 0,05$ .

### Error Correction Model

Persamaan regresi periode jangka panjang:

$$exp_t = \alpha + \beta_1 GDP_t + \beta_2 Inf_t + \beta_3 ExR_t + \beta_4 FDI_t + \varepsilon$$

$$exp_t = 4.046069 + 0.604908 GDP_t - 0.011614 Inf_t - 0.071 + \varepsilon$$

Pada jangka panjang, secara simultan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen ekspor, nilai Probabilitas *F-statistic* 0,010650, signifikansi < 0,05. Berdasarkan tabel, variabel PDB berpengaruh signifikan terhadap ekspor. Variabel inflasi, Kurs, dan investasi asing langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap ekspor. Peningkatan nilai ekspor akan meningkatkan nilai PDB, namun sebaliknya akan menurunkan tingkat inflasi, nilai tukar rupiah terhadap US dolar mengalami apresiasi dan menurunkan investasi asing.

Persamaan regresi periode jangka pendek:

$$\Delta exp_t = \beta_0 + \beta_1 \Delta GDP_t + \beta_2 \Delta Inf_t + \beta_3 \Delta ExR_t + \beta_4 \Delta FDI_t + \beta_5 \Delta ExR_t + \varepsilon_t$$

$$\Delta exp_t = 0.000522 + 0.145245 \Delta GDP_t - 0.006487 \Delta Inf_t + 0.513755 \Delta ExR_t + \varepsilon_t$$

Pada jangka pendek, secara simultan semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen ekspor, nilai *Probability F-statistic* 0,000447, signifikansi < 0,05. Variabel PDB, inflasi, kurs dan investasi asing langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap ekspor. Koefisien kesalahan kesetimbangan (EC) signifikan, artinya pertumbuhan ekonomi jangka pendek menyesuaikan perubahan semua variabel penelitian ini, penyesuaian satu periode menuju kesetimbangan jangka panjang, dengan nilai signifikansi sebesar -0,8167 atau -81,67%. Peningkatan ekspor akan meningkatkan nilai PDB dan nilai tukar rupiah terhadap US dolar pada posisi depresiasi sedangkan inflasi akan menurun dan investasi asing menurun.

Hasil penelitian berdasarkan uji Engle-Granger dua arah dan uji Johansen, semua variabel yaitu ekspor, PDB, inflasi dan investasi asing memiliki hubungan kointegrasi. Sependapat dengan penelitian Medina-Smith (2001) antar variabel

memiliki hubungan kointegrasi dan memiliki tren linier yang sama pada periode jangka panjang. Uji kausalitas Granger, variabel yang memiliki hubungan satu arah yaitu kurs dan inflasi terhadap Produk domestik bruto serta PDB terhadap ekspor. Adanya hubungan kausal antara ekspor growth dan real PDB pada jangka pendek maupun jangka panjang (Taban & Aktar, 2008).

Inflasi menyebabkan PDB, peningkatan harga produk dan harga input produksi, diikuti dengan peningkatan pendapatan per kapita dan konsumsi rumah tangga berdampak pada pertumbuhan ekonomi di Indonesia. PDB menyebabkan ekspor, pertumbuhan ekonomi mampu menstimulus aktivitas ekspor di Indonesia. Berbeda dengan hasil penelitian Batubara & Saskara (2013) menemukan PDB tidak menyebabkan ekspor, Indonesia belum memaksimalkan potensi input yang dimiliki untuk produksi sehingga produktivitas nasional belum bertumbuh sesuai ekspektasi. Ekspor dan PDB berpengaruh secara tidak langsung melalui impor terhadap utang luar negeri. Peningkatan nilai ekspor dan PDB menyebabkan peningkatan nilai impor dan berdampak pada bertambahnya utang luar negeri di Indonesia (Batubara & Saskara, 2013). Sedangkan di Cina, terdapat hubungan jangka pendek dan signifikan negatif pada jangka panjang antara pertumbuhan ekonomi dan inflasi serta hubungan kausal tidak langsung pertumbuhan ekonomi terhadap inflasi. Negara dengan karakteristik pertumbuhan ekonomi dan makroekonomi yang stabil tidak akan mengalami dampak inflasi pada pertumbuhan ekonominya (Jayathilleke & Rathnayake, 2013). Teori persamaan *standard gravity* mengemukakan arus ekspor bilateral secara positif ditentukan oleh *size of economy* dan secara negatif ditentukan oleh *bilateral distance*. Kapasitas pasokan domestik dan permintaan potensial dari *partner countries* serta pasar berpengaruh signifikan positif terhadap arus ekspor di Pakistan, sementara *bilateral distance* menunjukkan signifikan negatif (Abbas & Waheed, 2015).

Model VECM mengkonfirmasi pada jangka pendek, semua variabel independen yaitu PDB, inflasi dan investasi asing tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen ekspor. Pada jangka panjang, produk domestik bruto berpengaruh signifikan terhadap ekspor. Potensi sumber daya alam, sumber daya manusia Indonesia yang kreatif serta budaya tradisional yang unik selalu menarik perhatian konsumen pasar global akan produk-produk buatan Indonesia. Bahkan produk sektor industri kreatif menjadi salah satu produk unik yang selalu diekspor ke negara tujuan utama Amerika Serikat (Badan Ekonomi Kreatif, 2019). Berbeda dengan Medina-Smith (2001) populasi, investasi dan kapital berpengaruh signifikan positif terhadap ekspor, sedangkan PDB tidak berpengaruh signifikan terhadap ekspor. Namun terdapat hubungan jangka panjang antara PDB, investasi, populasi dan ekspor (Medina-Smith, 2001). Pada model dengan variasi variabel seperti ekspor, kapital, tenaga kerja, inflasi dan kredit berpengaruh signifikan terhadap PDB (Fatimah & Qayyum, 2018). Studi yang dilakukan oleh Yee et al. (2016) menggunakan empat determinan yaitu impor, inflasi, investasi asing langsung, dan kurs. Implikasi pertama menunjukkan bahwa beberapa produk impor akan diekspor kembali setelah diberikan nilai tambah di Malaysia. Ketika inflasi berdampak pada ekonomi pasar hal ini mengindikasikan bahwa harga produk dan input produksi akan meningkat. Peningkatan harga produk dan input produksi akan mendorong peningkatan biaya produksi. Pengawasan investasi asing langsung diperlukan untuk memastikan bahwa investasi akan mengalir ke sektor keuangan dan manufaktur, kemudian membantu menstimulus ekspor dan meningkatkan daya saing ekspor. Jika kurs domestik depresiasi berarti mengalami devaluasi. Hal ini disebabkan oleh harga produk luar negeri lebih tinggi dibandingkan harga produk nasional. Ini akan menstimulus ekspor dan mendorong dampak positif kuantitas di neraca perdagangan. Harga produk lokal yang lebih rendah akan membuat konsumen luar negeri memilih untuk membeli lebih banyak

produk lokal dibandingkan produk ekspor (Yee et al., 2016).

Ekspor dan kurs memiliki hubungan kointegrasi dan tidak memiliki hubungan kausalitas, kurs berpengaruh tidak signifikan terhadap ekspor. Fluktuasi rupiah terhadap US dolar tidak menyebabkan ekspor dan sebaliknya, serta apresiasi rupiah terhadap US dolar tidak berdampak signifikan terhadap penurunan ekspor di Indonesia. Sedangkan di Cina, implikasi apresiasi mata uang Cina terhadap US dolar signifikan menurunkan ekspor Cina ke Amerika. Penurunan ekspor bersifat substansial misalnya *reform* (apresiasi kurs) menyebabkan ekspor Cina ke Amerika menurun signifikan. *Reform* membuat impor ke Cina lebih murah kemudian mempengaruhi produksi dan perilaku eksportir Cina (misal, penggunaan impor input setengah jadi dan peningkatan kompetisi domestik dengan mengimpor produk akhir) (Liu et al., 2014).

investasi asing langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap ekspor. Ekspor dan investasi asing langsung memiliki hubungan kointegrasi dan tidak memiliki hubungan kausalitas, investor asing tertarik berinvestasi pada proyek Indonesia, bukan karena potensi ekspor Indonesia. Investasi asing pada proyek di Indonesia tidak menjadi stimulus pendorong aktivitas ekspor. Studi dengan variabel yang sama menunjukkan bahwa investasi asing langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap ekspor, sedangkan PDB, pertumbuhan PDB, kurs, sarana telekomunikasi (televisi dan telepon), *labour force*, *savings*, *economic value added* berpengaruh signifikan terhadap ekspor (Majeed & Ahmad, 2006).

Penelitian serupa yang dilakukan Pham & Nguyen (2013), menunjukkan hasil yang berbeda, investasi asing langsung Vietnam berhubungan erat dengan peningkatan ekspor dari Vietnam ke negara sumber investasi asing langsung. Ekspor Vietnam ke negara tertentu tidak hanya didukung oleh negara yg investasi asing langsung ke Vietnam namun juga negara-negara lain. Pertumbuhan ekspor Vietnam menarik perhatian untuk investasi asing langsung ke Vietnam (Pham & Nguyen, 2013). Dualisme

ekspor dan investasi asing langsung seperti saling berlawanan dan alternatif mode internalisasi, dapat diakses oleh perusahaan kecil hingga perusahaan multinasional. Komitmen pasar luar negeri melalui investasi langsung dan aktivitas ekspor tidak sesuai jika terdapat dua kondisi berikut; perusahaan lokal memproduksi dan menjual produknya ke luar negeri, pilihan ini diadopsi hampir semua pasar luar negeri dimana perusahaan tersebut beroperasi (Grandinetti & Mason, 2012).

### **PENUTUP**

Analisis data menggunakan VECM dilakukan secara bertahap. Uji ADF menunjukkan data stasioner pada diferensiasi pertama dan lag optimum yang digunakan lag-2. Uji Engle-Granger dua tahap dan uji Johansen menyatakan semua variabel (ekspor, PDB, inflasi, kurs dan investasi asing langsung) memiliki hubungan kointegrasi. Pada uji kausalitas Granger, variabel yang memiliki hubungan searah yaitu kurs dan inflasi terhadap produk domestik bruto serta PDB terhadap ekspor. Apresiasi rupiah terhadap US dolar menyebabkan pertumbuhan ekonomi, investor asing tertarik untuk berinvestasi pada proyek di Indonesia. Kenaikan harga produk atau harga input produksi diikuti peningkatan pendapatan per kapita dan konsumsi rumah tangga dampaknya terjadi pertumbuhan ekonomi. Model ECM mengkonfirmasi pertumbuhan ekonomi jangka pendek menyesuaikan perubahan semua variabel penelitian ini. Pada jangka pendek, semua variabel independen (PDB, inflasi, kurs dan investasi asing langsung) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen ekspor. Pada jangka panjang, hanya variabel PDB yang berpengaruh signifikan positif terhadap ekspor. Pertumbuhan ekonomi mampu menjadi stimulus aktivitas ekspor di Indonesia terutama dalam jangka panjang. Potensi sumber daya alam, budaya tradisional dan kreatifitas menarik perhatian pasar global akan produk-produk buatan Indonesia. Kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan ekspor non migas diharapkan dapat mempermudah pelaku usaha terutama usaha mikro kecil dan

menengah (UMKM). Program pendampingan pengusaha kecil dan bantuan modal dinilai cukup membantu para pelaku usaha UMKM sektor kreatif. Sektor kreatif menjadi salah satu sektor yang berpeluang tumbuh cukup pesat, seperti industri game yang didukung kemajuan teknologi, produk tradisional kriya berupa kerajinan tangan yang banyak disukai oleh konsumen luar negeri seperti Amerika Serikat.

Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel impor dan menggunakan rentang periode pengamatan lebih dari sepuluh tahun untuk mengamati dampak jangka panjang ekspor impor terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

#### REFERENSI

- Abbas, S., & Waheed, A. (2015). Pakistan ' S Potential Export Flow : *The Journal of Developing Areas*, 49(4), 367–378. <https://doi.org/10.1353/jda.2015.0135>
- Abidin, I. S. Z., Bakar, N. A., & Sahlan, R. (2013). The Determinants of Exports between Malaysia and the OIC Member Countries: A Gravity Model Approach. *Procedia Economics and Finance*, 5(13), 12–19. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(13\)00004-x](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(13)00004-x)
- Ahmad, D., Afzal, M., & Ghani, U. (2016). Impact of Exports on Economic Growth Empirical Evidence of Pakistan Impact of Monetary Policy on Economic Growth Empirical Evidence of Pakistan Faculty Department of Economics. *International Journal of Applied Economic Studies*, 4(6).
- Badan Ekonomi Kreatif. (2019). Opus: Ekonomi Kreatif Outlook 2019. *Badan Ekonomi Kreatif*, 23–24.
- Bakari, S., & Mabrouki, M. (2017a). Impact of Exports and Imports on Economic Growth: New Evidence From Panama. *Journal of Smart Economic Growth*, 2(1), 67–79.
- Bakari, S., & Mabrouki, M. (2017b). The Relationship among Exports , Imports and Economic Growth in Turkey The Relationship among Exports , Imports and Economic Growth in Turkey. *Munich Personal RePEc Archive*, 76044.
- Bank Indonesia. Data Statistik. Diunduh 3 Januari 2020 di <https://www.bi.go.id/id/statistik/sekitarkini/riil/Contents/Default.aspx>
- Batubara, D. M. H., & Saskara, I. A. N. (2013). Analisis Hubungan Ekspor , Impor , PDB , Causality And Co-Integration Analysis Between Exports , Imports ,. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 8(1), 46–55.
- Buhaerah, P. (2017). Pembangunan Keuangan dan Pertumbuhan Ekonomi : Studi Kasus Indonesia. *Kajian Ekonomi & Keuangan*, 1(2). <http://fiskal.kemenkeu.go.id/ejournal>
- Chowdhury, A. H. M. Y., Hamid, M. K., & Akhi, R. A. (2019). Impact of Macroeconomic Variables on Economic Growth: Bangladesh Perspective. *Information Management and Computer Science*, 2(2), 19–22. <https://doi.org/10.26480/imcs.02.2019.19.22>
- Dijk, M. Van. (2002). The Determinants of Export Performance in Developing Countries : The Case of Indonesian Manufacturing The Determinants of Export Performance in Developing Countries : The Case of Indonesian Manufacturing Michiel van Dijk Eindhoven Centre for Innovation St. *Technology Management, February*.
- Fatemah, A., & Qayyum, A. (2018). Modeling the Impact of Exports on the Economic Growth of Pakistan. *Munich Personal RePEc Archive*, 83929, 21. <https://doi.org/10.1453/ter.v5i1.1584>
- Grandinetti, R., & Mason, M. C. (2012). Internationalization modes other than exporting: The missing determinant of export performance. *European Business Review*, 24(3), 236–254.

- <https://doi.org/10.1108/09555341211222495>
- Huang, C., Zhang, M., Zhao, Y., & Varum, C. A. (2008). Determinants of exports in China: A microeconomic analysis. *European Journal of Development Research*, 20(2), 299–317.  
<https://doi.org/10.1080/09578810802060793>
- Jayathilleke, P. M. B., & Rathnayake, R. M. K. T. (2013). Testing the Link between Inflation and Economic Growth: Evidence from Asia. *Modern Economy*, 04(02), 87–92.  
<https://doi.org/10.4236/me.2013.42011>
- Kementrian Perdagangan Republik Indonesia. Ekspor dan Impor Indonesia. Diunduh 1 Juli 2020 di <https://statistik.kemendag.go.id/indonesia-export-import>
- Kilavuz, E., & Topcu, B. A. (2012). Export and Economic Growth in the Case of the Manufacturing Industry: Panel Data Analysis of Developing Countries. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 2(2), 201–215.  
<https://doi.org/10.25103/ijbesar.113.05>
- Liu, Q., Lu, Y., & Zhou, Y. (2014). Do Exports Respond to Exchange Rate Changes? Inference from China's Exchange Rate Reform. *Working Paper*.
- Majeed, M. T., & Ahmad, E. (2006). Determinants of exports in developing countries. *Pakistan Development Review*, 45(4), 1265–1276.  
<https://doi.org/10.30541/v45i4iipp.1265-1276>
- Maurel, C. (2009). Determinants of export performance in French wine SMEs. *International Journal of Wine Business Research*, 21(2), 118–142.  
<https://doi.org/10.1108/17511060910967971>
- Medina-Smith, E. J. (2001). Is the export-led growth hypothesis valid for developing countries? A case study of Costa Rica. In *Policy Issues in International Trade and Commodities* (Issue 7).
- Novita, M., Setiawan, A., & Nugroho, D. B. (2009). *Studi Kausalitas Granger Antara Nilai Tukar Rupiah Terhadap USD dan AUD menggunakan Analisis VAR. 1*, 109–116.
- Pham, T. H. H., & Nguyen, T. D. (2013). Foreign Direct Investment, Exports and Real Exchange Rate Linkages in Vietnam: Evidence from a Co-Integration Approach. *Southeast Asian Economies*, 30(3), 250.  
<https://doi.org/10.1355/ae30-3b>
- Taban, S., & Aktar, I. (2008). an Empirical Examination of the Export-Led Growth Hypothesis in Turkey. *Journal of Yaşar University*, 3(11), 1535–1551.  
<https://doi.org/10.19168/jyu.08658>
- Yee, L. S., WaiMun, H., Zhengyi, T., Ying, L. J., & Xin, K. K. (2016). Determinants of Export: Empirical Study in Malaysia. *Journal of International Business and Economics*, 4(1), 61–75.  
<https://doi.org/10.15640/jibe.v4n1a6>

#### BIODATA PENULIS

Fanny Septina, S.E., M.M. Latar belakang pendidikan; S1-Akuntansi dan S2-Magister Manajemen bidang keuangan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Bidang penelitian; manajemen keuangan, akuntansi keuangan, makroekonomi, mikroekonomi, investasi dan pasar saham, green finance, green banking. Penghargaan dalam bidang penelitian; bersama tim memperoleh hibah Demand Driven Research Grant Oceanografi LIPI tahun 2018.

## Peran Manajemen Laba Memediasi Hubungan Antara CSR, GCG Dan Kinerja Perusahaan Keluarga

Iskandar Itan

Universitas Internasional Batam, iskandar@uib.ac.id

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran mediasi manajemen laba antara *corporate social responsibility (CSR)*, *good corporate governance (GCG)* dan kinerja perusahaan pada perusahaan keluarga. Penelitian ini menggunakan pendekatan data panel dengan 116 perusahaan keluarga yang *listed* di Bursa Efek Indonesia dijadikan sampel penelitian untuk periode 2014 hingga 2018 dan dianalisis dengan SPSS dan Smart PLS 3.0. Dalam penelitian ini, CSR diukur dengan indeks ISO 26000 dan GCG diukur berdasarkan dewan direksi, komisaris independen, dewan komisaris dan kualitas audit, sedangkan kinerja perusahaan diukur dengan *return on asset (ROA)*, *Tobin's Q* serta *earning per share (EPS)*. Sementara itu, manajemen laba diukur dengan menggunakan *discretionary accruals (DA)* model Jones yang di-modifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR dan GCG dapat memberikan citra positif terhadap kinerja perusahaan. Hasil ini juga menunjukkan bahwa manajemen laba mempunyai peran mediasi atas hubungan antara GCG dan kinerja perusahaan tetapi gagal memediasi hubungan antara CSR dan kinerja perusahaan.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Manajemen Laba, Kinerja Perusahaan, Perusahaan Keluarga*

### ABSTRACT

*This study looks into the mediating role of earning management on the relationship between corporate social responsibility (CSR), good corporate governance (GCG) and family-owned companies' performance. This study uses the panel data approach, and 116 family-owned companies on Indonesia Stock Exchange are included as the sample for the period 2014 to 2018 and data were analysed using SPSS and Smart PLS 3.0 software. In this study, CSR is measured using index of ISO 26000, good corporate governance is measured by board size, independent commissioners, board of commissioners and audit quality, while firm performance is measured by return on asset (ROA), Tobin's Q and earning per share (EPS). Meanwhile, earning management is measured using discretionary accruals (DA) with the modified Jones model. The results show that CSR and GCG can build positive impact on firm performance. The findings also show that earning management mediates the relationship between GCG and firm performance, while it failed to mediate the relationship between CSR and firm performance.*

*Keywords: Corporate Social Responsibility, Corporate Governance, Earning Management, Firm Performance, Family-owned Companies*

*Naskah diterima: 28-08-2020, direvisi: 01-07-2020, diterbitkan: 01-09-2020*

## PENDAHULUAN

Seiring meningkatnya perang dagang antara Amerika Serikat dan Tiongkok, banyak perusahaan multinasional memindahkan perusahaan mereka dari Tiongkok ke negara lain untuk bertahan dalam ketegangan perdagangan ini (Kompas, 2019). Menurut Nikkei Asian Review, beberapa perusahaan yaitu Google, Nintendo dan Dell menghindari tarif impor yang tinggi yang dikenakan pada produk-produk dari Tiongkok senilai 250 miliar dolar AS. Salah satu perusahaan raksasa Jepang, Nintendo telah memindahkan manufaktur perangkat *switch*-nya dari Tiongkok ke Vietnam karena potensi kenaikan tarif pada barang yang diproduksi di Tiongkok. Sementara perusahaan Google, Alphabet Inc. telah mengalihkan banyak produksinya seperti *motherboard* ke Taiwan, untuk menghindari tarif 25% (Kompas, 2019).

Dalam ketegangan perdagangan yang berdampak pada pertumbuhan ekonomi, perusahaan keluarga telah memainkan peran penting, terutama untuk mendorong pertumbuhan ekonomi keuangan negara dengan meningkatkan Produk Nasional Bruto (Yopie & Itan, 2016). Keadaan bisnis internasional yang dinamis dan terus berubah telah memaksa investor untuk ber-intraksi dengan bisnis milik keluarga. Perusahaan keluarga memiliki kontribusi positif untuk memulihkan keadaan ekonomi nasional terlihat dari beberapa perusahaan Indonesia yang telah selamat dan melewati masa krisis ekonomi pada tahun 1998 dan 2008. Oleh karena itu, salah satu kunci untuk mendukung perusahaan-perusahaan ini adalah melaksanakan *good corporate governance* (GCG) dengan baik (Yopie & Itan, 2016). GCG merupakan struktur, system dan proses yang digunakan perusahaan untuk meningkatkan *value added* perusahaan secara terus menerus.

GCG telah menerima begitu banyak perhatian dari akademisi. GCG adalah fondasi yang kokoh dalam mengelola bisnis dan faktor kunci yang dapat meningkatkan pertumbuhan *value* perusahaan yang dikendalikan keluarga. GCG memiliki berbagai tata cara dan tindakan untuk menyelesaikan masalah dan penyelesaian masalah perusahaan biasanya

diputuskan berdasarkan keputusan oleh pemegang saham pengendali atau yang terbesar (Yopie & Itan, 2016). Di Indonesia, salah satu pemegang saham terbesar dalam perusahaan adalah keluarga.

Dalam menjalankan aktivitasnya, selain memenuhi kepentingan pemegang saham, perusahaan juga harus memenuhi kepentingan pemangku kepentingan lainnya (*stakeholders*). Salah satu kebijakan perusahaan adalah menjalankan program CSR secara konsisten. CSR telah memberikan nilai tambah pada perusahaan atas kinerja perusahaan. Kegiatan CSR memastikan kegiatan operasional perusahaan diterima oleh masyarakat lokal (Deegan et al., 2002).

Banyak peneliti yang telah menyelidiki hubungan antara CSR, GCG dan kinerja perusahaan, tetapi hanya beberapa yang menggunakan variable mediasi manajemen laba, terutama terhadap kinerja perusahaan pada perusahaan milik keluarga.

Merujuk uraian di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran mediasi manajemen laba pada hubungan antara CSR, GCG dan kinerja perusahaan pada perusahaan keluarga.

## KAJIAN LITERATUR

Jensen & Meckling (1976) menjelaskan bahwa teori keagenan adalah hubungan yang terjadi antara agen yang berfungsi sebagai pengelola perusahaan dan prinsipal. Agen akan diberi wewenang dan harus mengambil keputusan terbaik untuk perusahaan dan menunjukkan kinerja yang baik bagi prinsipal. Tujuan teori keagenan adalah untuk memenuhi keinginan perusahaan dalam memaksimalkan dan meningkatkan nilai pemegang saham (Jensen & Meckling, 1976). Sementara itu, sebagaimana dinyatakan oleh Parmar et al. (2010), teori pemangku kepentingan (*stakeholder theory*) berfokus pada nilai dan moral dalam mengelola organisasi bisnis. Kehadiran *stakeholders* sangat penting untuk menjalankan kegiatan perusahaan karena membantu perusahaan untuk fokus pada kepentingan semua *stakeholders*, bukan hanya kepada pemegang saham (Harrison & Wicks, 2013). Kepentingan *stakeholder* akan dipengaruhi oleh kegiatan dan pencapaian perusahaan,

seperti program CSR yang konsisten dan baik serta kinerja perusahaan. CSR merupakan konsep atau kegiatan yang dilaksanakan perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab terhadap kondisi lingkungan serta masyarakat yang bernaung di sekitar perusahaan beroperasi. Hal ini didasarkan pada kesadaran perusahaan akan pentingnya keberlanjutan perusahaan daripada sekedar laba perusahaan. Implementasi GCG dengan baik dapat memastikan bahwa investasi yang ditanamkan oleh para investor di perusahaan digunakan sebagaimana mestinya dan efisien. Selain itu, GCG dapat mengarah pada kinerja yang efektif dan lebih baik dalam perusahaan (Mahrani & Soewarno, 2018). Perusahaan yang memiliki komitmen kuat terhadap penerapan GCG dapat meningkatkan citra perusahaan serta memberikan kinerja yang baik bagi perusahaan dan memberikan manfaat bagi para *stakeholders*. Oleh karena itu, sistem GCG yang efisien diperlukan untuk keberhasilan dan stabilitas perusahaan.

#### **Manajemen Laba (*Earning Management*)**

Manajemen laba dikenal sebagai taktik yang dipergunakan oleh manajer untuk memanipulasi pendapatan tanpa melanggar hukum. Strategi ini berasal dari peraturan dan kebijakan akuntansi dalam menyusun laporan keuangan. Tindakan ini dapat menyebabkan kualitas pelaporan yang tidak baik dalam laporan keuangan dan menyebabkan pemegang saham membuat keputusan yang salah. Praktek manajemen laba terjadi tanpa melanggar kebijakan akuntansi (Chandrasegaram et al., 2013). Manajemen laba akan menyesatkan persepsi *stakeholders* mengenai kinerja keuangan yang sebenarnya pada perusahaan, dan menyebabkan pelaporan angka-angka akuntansi berbeda yang akan mengarah pada pengambilan keputusan yang keliru (Healy & Wahlen, 1999).

#### **Pengembangan Hipotesis**

Salah satu elemen terpenting dalam mengembangkan pasar serta menarik investor untuk perusahaan dan bagi perekonomian secara keseluruhan adalah GCG. Menjelaskan dan mempublikasikan standar GCG yang baik sangat penting jika perusahaan ingin menarik modal investasi, mengurangi risiko dan mengembangkan kinerja perusahaan (Ahmed & Hamdan, 2015). Hasil studi yang dilakukan oleh Ahmed & Hamdan (2015), Mashitoh & Irma (2013) dan Fuzi et al. (2016) menemukan bahwa penerapan GCG dengan baik pada perusahaan akan mempengaruhi secara signifikan dan positif atas kinerja perusahaan. Tetapi, ada hasil berbeda pada penelitian Sheikh et al. (2013) dan Vintilä et al. (2018) yang menemukan bahwa GCG mempengaruhi secara signifikan negatif kinerja perusahaan. Studi lebih lanjut yang dilakukan oleh Peters & Bagshaw (2014) dan Coskun & Sayilit (2012) menghasilkan bahwa GCG tidak memiliki pengaruh signifikan atas kinerja perusahaan. Dengan uraian di atas, hipotesis yang diajukan adalah:

**H1: GCG yang baik memiliki hubungan signifikan dan positif dengan kinerja perusahaan**

Teori CSR fokus pada partisipasi yang dilakukan perusahaan pada lingkungan dan komunitas sekitar. Ini menunjukkan bahwa perusahaan pada umumnya selain memperhatikan dirinya sendiri dalam menghasilkan laba namun juga memiliki tanggung jawab kepada masyarakat dan memastikan bahwa ia menjaga hubungan yang baik dengan *customers*. Dengan demikian, sangat penting bagi perusahaan untuk menjaga komitmennya dalam berperilaku baik dan berkontribusi pada pengembangan ekonomi serta menumbuhkan kualitas hidup karyawan dan masyarakat sekitarnya (Mwangi & Oyenje, 2013). Hubungan antara CSR dan kinerja perusahaan timbul terutama dilihat pada tiga sudut pandang berikut: korelasi positif, korelasi yang negatif dan yang sama sekali tidak ada korelasi. Chen & Wang (2011), Palmer (2012) dan Rajput et al. (2012) menyoroti

argumen pertama dimana CSR akan meningkatkan kinerja perusahaan. Ketika perusahaan berkontribusi kepada masyarakat, pelanggan akan membeli produk perusahaan lebih banyak sehingga penjualan perusahaan akan meningkat. Namun demikian, penelitian sebelumnya yang telah dilakukan mengungkapkan bahwa ada hubungan negatif (Becchetti & Ciciretti, 2011) atau tidak ada hubungan (Mwangi & Oyenje, 2013 dan Aras & Crowther, 2009) dari CSR ke kinerja perusahaan. Hipotesis berikut ini berpendapat:

**H2: CSR memiliki pengaruh signifikan positif terhadap kinerja perusahaan**

Johari et al. (2009) meneliti hubungan manajemen laba yang dipengaruhi oleh independensi dewan, kompetensi dan kepemilikan di perusahaan Malaysia. Penelitian yang dihasilkan menyatakan bahwa GCG yang baik mempunyai pengaruh signifikan negatif terhadap manajemen laba. Menurut Klein (2002), mekanisme efektif utama dalam memantau proses akuntansi adalah dewan independen. Temuan ini selaras dengan penelitian yang dihasilkan oleh Lee et al. (2012) dan Uwuigbe et al. (2015). Tetapi ada beberapa hasil penelitian yang tidak mendukung temuan di atas (Hermiyetti & Manik, 2013 dan Nuryana & Surjandari, 2019). Mereka menyimpulkan bahwa GCG yang baik tidak memiliki hubungan dengan manajemen laba. Mekanisme GCG hanya dianggap berfungsi sebagai *platform* untuk memenuhi regulasi dan undang-undang, sehingga pelaksanaan GCG menjadi tidak optimal dan tidak efektif pada manajemen kontrol perusahaan (Hermiyetti & Manik, 2013). Dari uraian diatas, hipotesis nya adalah:

**H3: GCG yang baik berpengaruh signifikan negatif terhadap manajemen laba**

Untuk menjaga dan mempertahankan kinerja dari pantauan *stakeholders*, yang mungkin mempengaruhi penilaian terhadap pimpinan perusahaan serta menjaga nama baik perusahaan, para manajer memiliki kepentingan mereka sendiri untuk memberikan kompensasi kepada para

*stakeholders* melalui CSR. Sebagai contoh, manajer yang melakukan manipulasi laba akan memainkan peran ramah-sosial dan menganggap bahwa kegiatan CSR sebagai alat yang baik untuk mendapatkan dukungan dari *stakeholders*. Beberapa penelitian yang dihasilkan oleh Scholtens & Kang (2013), Prior et al. (2008) dan Kim & Yi (2006) memaparkan bahwa CSR mempunyai pengaruh signifikan negatif terhadap manajemen laba. Perusahaan yang melakukan sedikit praktik manajemen laba memiliki motif lebih rendah untuk mencari perhatian publik dengan mempromosikan kegiatan CSR (Prior et al., 2008). Sedangkan perusahaan yang berpartisipasi dalam kegiatan CSR dapat membatasi manajemen laba sehingga memiliki transparansi dan laporan keuangan yang dipercaya oleh investor dibandingkan perusahaan yang tidak menjalankan CSR. Hipotesis berikut adalah:

**H4: CSR memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap manajemen laba**

Penelitian yang dihasilkan oleh Cornett et al. (2009) dan Awais Akram et al. (2015) menyatakan manajemen laba mempunyai pengaruh yang negatif terhadap kinerja perusahaan. Ini meng-indikasikan bahwa perusahaan yang dapat menghasilkan laba lebih besar akan kurang terlibat dalam manajemen laba. Studi lebih lanjut yang dilakukan oleh Nuryana & Surjandari (2019) bertentangan dengan temuan sebelumnya yang menyatakan manajemen laba tidak mempunyai pengaruh signifikan atas kinerja perusahaan. Sementara itu, Assih et al. (2005) mengemukakan bahwa manajemen laba mempunyai hubungan signifikan dan positif terhadap kinerja perusahaan. Dengan demikian, hipotesis berikut adalah:

**H5: Manajemen laba berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja perusahaan**

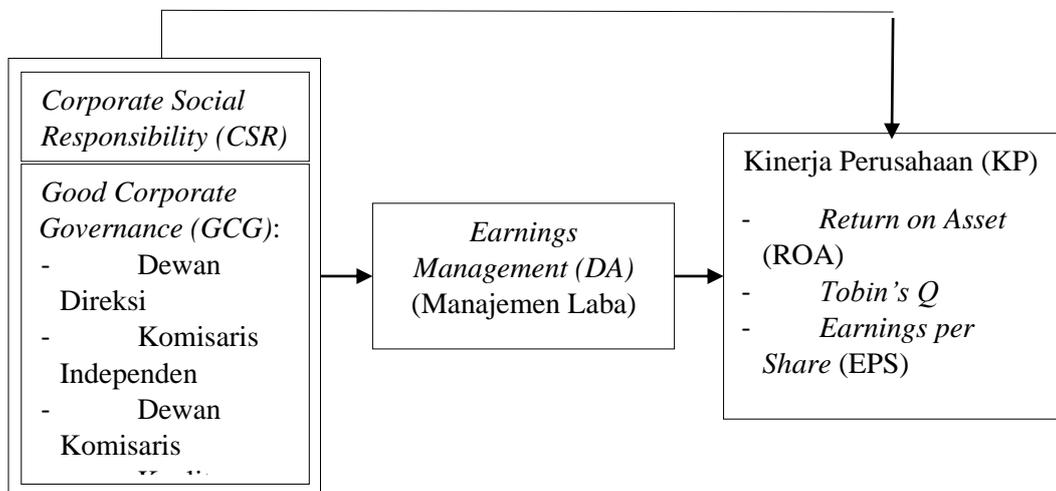
Kinerja perusahaan dalam suatu perusahaan dapat ditingkatkan dengan GCG, mengurangi risiko yang dibuat direksi yang hanya menguntungkan kepentingan mereka, dan secara umum GCG dapat menumbuhkan kepercayaan pemegang saham untuk melakukan investasi tambahan yang

selanjutnya akan mempengaruhi kinerja perusahaan (Mahrani & Soewarno, 2018). Adanya GCG dan auditor independen dapat memberikan pemantauan yang baik agar tidak terjadi kecurangan dalam pelaporan keuangan dan membatasi tindakan rekayasa yang kemungkinan dilakukan seperti manajemen laba. Perusahaan cenderung akan meningkatkan kegiatan operasional untuk kepentingan pribadi manajernya sehingga mereka bisa diberikan insentif lebih besar lagi dari laba yang diperoleh perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan akan termotivasi untuk menyelidiki kegiatan operasional dan mendeteksi manajemen laba. Studi yang telah dilaksanakan oleh Ching et al. (2015) menemukan indikasi bahwa manajemen laba memiliki peran mediasi antara GCG dengan kinerja perusahaan dan manajemen laba dapat menciptakan hubungan yang lebih kuat antara GCG dan kinerja perusahaan. Maka hipotesis yang diajukan berikut ini adalah:

**H6: GCG mempengaruhi kinerja perusahaan melalui manajemen laba sebagai variabel mediasi**

Kehadiran kegiatan CSR membantu perusahaan untuk beroperasi dengan tenang dan mendapatkan dukungan dari masyarakat. Transparansi laporan keuangan dapat dicapai dengan pengungkapan CSR yang mana dapat membuat manajer untuk menghindari praktik manajemen laba. Oleh karena itu, moral karyawan akan meningkat melalui CSR dan menciptakan hubungan baik dengan investor. Kepercayaan investor dapat diperoleh karena praktik manajemen laba yang rendah dan hal ini akan menuju pada peningkatan kinerja perusahaan. Penelitian yang telah dilakukan sebelumnya memaparkan bahwa hubungan antara CSR dan kinerja perusahaan dapat di mediasi oleh manajemen laba (Liu et al., 2017 dan Sial et al., 2018). Oleh karena itu, diajukan hipotesis berikut ini:

**H7: CSR mempengaruhi kinerja perusahaan melalui manajemen laba sebagai variabel mediasi.**



Sumber: Diolah untuk Keperluan Penelitian

Gambar 1. Kerangka Pemikiran

**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan diklasifikasikan sebagai penelitian dasar karena dikembangkan dari teori sebelumnya

yang sudah ada dan menjelaskan apakah hipotesis cocok dengan teori atau tidak. Analisis komparatif kausal digunakan dalam penelitian ini karena penelitian perlu

membuktikan apakah ada sebab dan akibat dari GCG, CSR, manajemen laba, serta kinerja perusahaan. Hanya perusahaan keluarga yang *listed* di Bursa Efek Indonesia yang dijadikan sampel penelitian ini untuk periode 2014-2018. Sampel dipilih dengan *purposive sampling* dan terpilih sebanyak 116 perusahaan keluarga yang memenuhi kriteria. Dalam melakukan analisis pada model penelitian dan pengujian hipotesis, digunakan model *partial least square* (PLS) berikut

dengan *outer model* dan *inner model* (Ghazali & Latan, 2015). Pada *outer model* akan dilakukan 3 pengujian, yakni *convergence validity*, *discriminant validity* dan *composite reliability*. *Inner model* akan menguji hubungan antar variable dengan menggunakan  $R^2$ , dan meliputi pengujian *coefficient determinant* ( $R^2$ ), *path coefficients* dan *indirect effect*.

Tabel 1 Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Pengukuran
Dependen: - <i>Return on Assets</i> (ROA)  - <i>Tobin's Q</i>  - <i>Earnings per Share</i> (EPS)	$\frac{\text{Net Profit}}{\text{Total Asset}}$ $\frac{\text{Market Value Equity} + \text{Total Liabilities}}{\text{Total Asset}}$ $\frac{\text{Net Profit} - \text{Dividend paid for Preferred Stock}}{\text{Outstanding CS}}$
Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)  <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) - Dewan Direksi - Komisaris Independen - Dewan Komisaris - Kualitas Audit	ISO 26000: <i>Guidance Standard on Social Responsibility</i> , dengan 37 items  $\frac{\text{Jumlah anggota Dewan Direksi} + \text{Jumlah Komisaris Independen}}{\text{Total Komisaris}}$ Jumlah anggota Dewan Komisaris
Mediasi: <i>Manajemen Laba</i> ( <i>Earnings Management</i> )	Variabel <i>Dummy</i> : 1: Jika diaudit oleh KAP <i>Big Four</i> 0: Jika tidak diaudit oleh KAP <i>Big Four</i>  $DAC_{it} = \left[ \frac{TAC}{A_{it-1}} \right] - NDAC_{i,t}$ ( <i>Discretionary Accruals Modified Jones Model</i> )

**PEMBAHASAN**

Perusahaan keluarga yang *listed* di Bursa Efek Indonesia berjumlah 120 perusahaan, tetapi hanya 116 dari 120 perusahaan yang dapat memenuhi kriteria pada penelitian ini.

Sehingga terdapat 580 data observasi untuk 5 tahun penelitian. Setelah dikurangi data *oulier* sebanyak 37, maka yang selanjutnya dipakai pada penelitian ini adalah 543 data observasi.

Tabel 2 Statistik Deskriptif

Variables	N	Min	Max	Mean	St. Dev.
<i>Return on Assets ROA</i> )	543	-.6003	.4556	.0278	.0941
Tobin's Q	543	.2835	12.9624	1.5660	1.6098
<i>Earnings per Share (EPS)</i>	543	-2403.57	4050.2659	150.9822	499.5203
Manajemen Laba	543	-.5363	.6724	.0684	.1145
<i>Corporate Social Responsibility CSR</i> )	543	.0270	.8649	.3553	.1724
Dewan Direksi	543	2	10	4.5000	1.8820
Komisaris Independen	543	.1429	.6670	.4127	.1060
Dewan Komisaris	543	2	8	3.9800	1.3500

Sumber: Data BEI diolah, 2018

Pada Tabel 2, rata rata ROA adalah 2,78% dengan standar devisasi sebesar 9,41%. Ini menjelaskan bahwa perusahaan keluarga cukup efisien memanfaatkan asset perusahaan untuk menghasilkan laba. Tobin's Q memiliki *mean* sebesar 1,5660. Ini menunjukkan bahwa secara umum, manajemen berhasil mengelola aktiva perusahaan dengan baik dan memiliki daya tarik untuk para investor. Rata rata EPS adalah 150,9822. Indikator ini cukup baik untuk perusahaan keluarga yang menunjukkan laba per saham perusahaan keluarga adalah Rp. 151.

Pada perusahaan keluarga, rata-rata nilai dewan direksi adalah 4,5 yang berarti total anggota dewan direksi di setiap perusahaan adalah 4 atau 5 orang, sedangkan anggota dewan komisaris berjumlah 4 orang. Untuk komisaris independen, rata-rata persentasenya adalah 41%. Ini mengindikasikan bahwa secara keseluruhan, perusahaan keluarga pada BEI telah memenuhi persyaratan bahwa perusahaan wajib mempunyai paling sedikit empat orang anggota dewan direksi dan komisaris (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas, 2007) dan memiliki tidak kurang dari 30% anggota komisaris independen dari seluruh anggota dewan komisaris (Keputusan Direksi PT Bursa Efek Jakarta Nomor : Kep-305/BEJ/07-2004, 2004). CSR yang menggunakan 37 item pada ISO 26000, mempunyai nilai rata-rata 0.3552 yang artinya perusahaan keluarga pada periode 2014-2018 rata-rata mengungkapkan

35,52% CSR. Dengan nilai tertinggi 0,8649 dan terendah 0,0270, CSR memiliki nilai standar deviasi 0.1724 dari keseluruhan rata-rata. Angka minimum manajemen laba adalah -0,5363 dan nilai maksimum adalah 0,6724, serta angka *mean* sebesar 0,0684. Angka manajemen laba yang mendekati angka 0 menggambarkan bahwa perusahaan keluarga cenderung melakukan praktik manipulasi laba dalam membukukan dan menyusun laporan keuangan, salah satunya yakni dengan *income smoothing* atau perataan laba.

Tabel 3 Statistik Deskriptif Variabel *Dummy*

	N	Percent	Cum. Percent
<i>Non-Big Four Auditor</i>	358	65.9%	65.9
<i>Big Four Auditor</i>	185	34.1%	100

Sumber: Data BEI diolah, 2018

Tabel 3 diatas menyajikan informasi bahwa dari 543 data terdapat 358 perusahaan yang diaudit Kantor Akuntan Publik (KAP) *non-big four* berbanding 185 perusahaan yang diaudit KAP *big-four*. Hal ini mengindikasikan bahwa lebih sedikit perusahaan keluarga di Indonesia yang memakai jasa KAP *big four*.

Hasil *convergence validity test* menunjukkan proksi yang memenuhi validitas konvergensi adalah Kualitas Audit, Dewan Direksi, Dewan Komisaris, *Corporate Social Responsibility (CSR)*, Manajemen Laba, *Return on Asset (ROA)* dan *Earning per Share (EPS)* yang masing-masing proksi lebih besar dari nilai 0,7. Komisaris Independen dan Tobin's Q tidak memenuhi kriteria validitas karena

masing-masing nilai adalah 0,041 dan 0,362, yang mana lebih rendah dari 0,4. Untuk *discriminant validity test*, semua *proxy* memenuhi kriteria validitas diskriminan. Sedangkan pada *composite reliability test* diperoleh hasil bahwa setiap konstruk telah memenuhi batas yang disyaratkan, yaitu lebih dari 0,6-0,7 (Hair et al., 2011).

Dari hasil *R square test* yang terlihat pada Tabel 4, manajemen laba dan kinerja perusahaan masing-masing mempunyai nilai  $R^2$  sebesar 0,018 dan 0,147. Ini menjelaskan bahwa variabel manajemen laba bisa dijelaskan sebesar 1,8% oleh GCG dan CSR, sedangkan kinerja perusahaan dapat dijelaskan 14,7% oleh GCG, CSR dan manajemen laba. Rendahnya hasil  $R^2$  dalam manajemen laba dan kinerja keuangan dikarenakan oleh variabel lainnya yang pada penelitian ini tidak digunakan dan di luar ruang lingkup penelitian. Tabel 4 juga menggambarkan bahwa nilai *p* GCG dan CSR tidak berdampak signifikan terhadap

manajemen laba. Sementara itu, GCG, CSR serta manajemen laba mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Tabel 4 Hasil Uji *R square*

Dependent Variable	Sample Mean	P Values	Desc.
DA	0.018	0.348	insignificant
KP	0.147	0.000	Significant

Sumber: Data Diolah, 2018

Dampak dari variabel laten ke variabel laten lainnya dapat dilihat dari hasil *path coefficient* (koefisien jalur). Jika nilai *p* probabilitas menunjukkan angka lebih kecil dari 0,05 dan *t-statistic* lebih besar dari 1,96, maka variabel independen memiliki dampak signifikan terhadap variabel dependen. Hasil *path coefficient test* ditunjukkan pada Tabel 5 dibawah ini.

Tabel 5 Hasil Uji *Path Coefficient*

Variables	Sample Mean	t-Statistic	p-Value	Description
GCG → FP	0.275	6.389	0.000	Significant (+)
CSR → FP	0.118	3.568	0.000	Significant (+)
GCG → DA	-0.112	2.255	0.025	Significant (-)
CSR → DA	-0.007	0.250	0.803	Insignificant (-)
DA → FP	0.229	3.680	0.000	Significant (+)

Sumber: Data Diolah, 2018

Hasil pada Tabel 6 menunjukkan bahwa variabel mediasi yaitu manajemen laba diukur dengan *discretionary accrual* (DA) dapat memediasi hubungan antara GCG dan kinerja perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh *t-statistic* sebesar 2,101 yang mana lebih besar

dari 1,96 dan nilai *p* 0,039 yang kurang dari 0,05. Namun manajemen laba tidak memiliki peran mediasi untuk hubungan antara CSR dan kinerja perusahaan. Ini dibuktikan dengan *t-statistic* sebesar 0,241 (kurang dari 1,96) dan nilai *p* yaitu 0,798 (lebih dari 0,05).

Tabel 6 Hasil Uji *Indirect Effects*

Variables	Sample Mean	t-Statistic	p-value	Hypothesis
GCG → DA → FP	-0.019	2.101	0.039	Significant (-)
CSR → DA → FP	-0.002	0.241	0.798	Insignificant (-)

Sumber: Data Diolah, 2018

**PENUTUP**

Dari hasil yang diperoleh, penelitian ini menjelaskan bahwa GCG memiliki dampak signifikan positif terhadap kinerja

perusahaan. Peran dewan komisaris sangat baik mengawasi tindakan manajemen perusahaan dan memantau fungsi dewan direksi. Selain itu, perusahaan keluarga yang diaudit oleh KAP *big four* mempunyai

pengaruh signifikan positif terhadap kinerja perusahaan. Ini menjelaskan bahwa dengan reputasi yang baik, KAP dapat memberikan saran yang tepat untuk kondisi perusahaan dalam meningkatkan kinerja perusahaan. CSR juga mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja perusahaan. Dengan implementasi CSR yang konsisten, memengaruhi keinginan pelanggan untuk membeli lebih banyak produk dari perusahaan, mendapatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan citra perusahaan yang bermuara pada hasil kinerja perusahaan yang baik. GCG berpengaruh signifikan negatif terhadap manajemen laba. GCG dapat membantu meningkatkan kinerja perusahaan karena dewan komisaris dan kualitas audit dapat secara efektif mengurangi perilaku manajer untuk memanipulasi laba. KAP *big four* sebagai auditor profesional dapat meningkatkan kesadaran manajer bahwa memanipulasi laporan keuangan akan terungkap dan terdeteksi oleh auditor. CSR tidak mempunyai pengaruh terhadap manajemen laba. CSR bukan alat yang digunakan oleh pimpinan perusahaan untuk menutupi perilaku tidak etis dalam memanipulasi laba. Adanya kegiatan CSR adalah untuk memenuhi regulasi dan tidak mempunyai hubungan yang signifikan dengan praktik manajemen laba. Manajer pada perusahaan keluarga mengambil keuntungan dengan memanipulasi laporan keuangan menjadi kinerja yang lebih baik hanya untuk memenuhi kepentingan pribadi dan menarik investor sehingga perusahaan dapat bertahan hidup meskipun kualitas laporan kinerja tidak akurat. Manajemen laba dapat mediasi hubungan antara GCG dan kinerja perusahaan. GCG telah berkontribusi besar dalam mengurangi kemungkinan memaksimalkan laba dengan cara yang tidak baik. Namun manajemen laba gagal mediasi hubungan antara CSR dan kinerja perusahaan untuk perusahaan milik keluarga. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar membandingkan data penelitian di Indonesia dan negara lain dan memperluas

jangkauan sampel serta membandingkan antara perusahaan keluarga dan perusahaan yang bukan dimiliki keluarga. Diharapkan variabel independen ditambah untuk mencerminkan mekanisme GCG yang mengarah pada model *fit goodness* yang lebih tinggi.

#### REFERENSI

- Ahmed, E., & Hamdan, A. (2015). The Impact of Corporate Governance on Firm Performance: Evidence from Bahrain Stock Exchange. *European Journal of Business and Innovation Research*, 3(5), 25–48. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Aras, G., & Crowther, D. (2009). Corporate Sustainability Reporting: A Study in Disingenuity? *Journal of Business Ethics*, 87, 279–288. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9806-0>
- Assih, P., Hastuti, A. W., & Parawiyati. (2005). Pengaruh Manajemen Laba pada Nilai dan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 2(2), 125–144.
- Awais Akram, M., Imran Hunjra, A., Butt, S., & Ijaz, I. (2015). Earnings management and organizational performance: Pakistan VS India. *Basic Research Journal of Business Management and Accounts*, 4(9), 211–220.
- Becchetti, L., & Ciciretti, R. (2011). Corporate Social Responsibility and Stock Market Performance. *SSRN Electronic Journal*, 2(7). <https://doi.org/10.2139/ssrn.897499>
- Chandrasegaram, R., Rahimansa, M. R., Rahman, S. K. A., Abdullah, S., & Mat, N. N. (2013). Impact of Audit Committee Characteristics on Earnings Management in Malaysian Public Listed Companies. *International Journal of Finance and Accounting*, 2(2), 114–119. <https://doi.org/10.5923/j.ijfa.20130202.11>

- Chen, H., & Wang, X. (2011). Corporate social responsibility and corporate financial performance in China: An empirical research from Chinese firms. *Corporate Governance*, 11(4), 361–370.  
<https://doi.org/10.1108/14720701111159217>
- Ching, C. P., Teh, B. H., San, O. T., & Hoe, H. Y. (2015). The relationship among audit quality, earnings management, and financial performance of Malaysian public listed companies. *International Journal of Economics and Management*, 9(1), 211–229.
- Cornett, M. M., McNutt, J. J., & Tehranian, H. (2009). Corporate governance and earnings management at large U.S. bank holding companies. *Journal of Corporate Finance*, 15(4), 412–430.  
<https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2009.04.003>
- Coskun, M., & Sayilit, O. (2012). Relationship Between Corporate Governance and Financial Performance of Turkish Companies. *International Journal of Business and Social Science*, 3(14).
- Deegan, C., Rankin, M., & Tobin, J. (2002). An examination of the corporate social and environmental disclosures of BHP from 1983-1997: A test of legitimacy theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 312–343.  
<https://doi.org/10.1108/09513570210435861>
- Fuzi, S. F. S., Halim, S. A. A., & Julizaerma, M. K. (2016). Board Independence and Firm Performance. *Procedia Economics and Finance*, 37(16), 460–465.  
[https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)30152-6](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)30152-6)
- Ghazali, I., & Latan, H. (2015). *Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0 untuk penelitian empiris*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152.  
<https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Harrison, J. S., & Wicks, A. C. (2013). Stakeholder Theory, Value, and Firm Performance. *Business Ethics Quarterly*, 23(1), 97–124.  
<https://doi.org/10.5840/beq20132314>
- Healy, P. M., & Wahlen, J. M. (1999). A Review Of The Earnings Management Literature And Its Implications For Standard Setting. *Accounting Horizons*, 13 (4)(November), 365–383.  
<https://doi.org/10.2139/ssrn.156445>
- Hermiyetti, H., & Manik, E. N. (2013). The Influence of Good Corporate Governance Mechanism on Earnings Management: Empirical Study in Indonesian Stock Exchange Listed Company for Periods of 2006-2010. *Indonesian Capital Market Review*, 5(1), 52–63.  
<https://doi.org/10.21002/icmr.v5i1.1583>
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360.  
<https://doi.org/10.1177/0018726718812602>
- Johari, N. H., Saleh, N. M., Jaffar, R., & Hassan, M. S. (2009). The influence of board independence, competency and ownership on earnings management in Malaysia. *International Journal of Economics and Management*, 2(2), 281–306.
- Peraturan Nomor I-A Tentang Pencatatan Saham Dan Efek Bersifat Ekuitas Selain Saham Yang Diterbitkan Oleh Perusahaan Terdaftar, 1 (2004).
- Kim, J. B., & Yi, C. H. (2006). Structure de propriété, affiliation à des groupes d'affaires, statut quant à la cotation boursière et gestion du résultat: La situation coréenne. *Contemporary Accounting Research*, 23(2), 427–464.  
<https://doi.org/10.1506/7T5B-72FV-MHJV-E697>
- Klein, A. (2002). Audit committee, board of

- director characteristics, and earnings management. *Journal of Accounting and Economics*, 33(3), 375–400. [https://doi.org/10.1016/S0165-4101\(02\)00059-9](https://doi.org/10.1016/S0165-4101(02)00059-9)
- Kompas. (2019, July 21). Imbas Perang Dagang, Lebih dari 50 Perusahaan Asing Kabur dari China. *Kompas.Com*. <https://money.kompas.com/read/2019/07/21/063316426/imbasp-perang-dagang-lebih-dari-50-perusahaan-asing-kabur-dari-china>.
- Lee, T.-H., Ku, C., Chen, H., & Chen, J.-F. (2012). A Study of Corporate Governance Factors and Earnings Management Behaviors of Taiwan Public Companies. *International Journal of Business, Humanities and Technology*, 2(5), 79–88.
- Liu, M., Shi, Y., Wilson, C., & Wu, Z. (2017). Does family involvement explain why corporate social responsibility affects earnings management? *Journal of Business Research*, 75(February 2019), 8–16. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.02.001>
- Mahrani, M., & Soewarno, N. (2018). The effect of good corporate governance mechanism and corporate social responsibility on financial performance with earnings management as mediating variable. *Asian Journal of Accounting Research*, 3(1), 41–60. <https://doi.org/10.1108/ajar-06-2018-0008>
- Mashitoh, A. H., & Irma, B. (2013). The Influence Of Corporate Governance Implementation Toward Bank Performance (Empirical Study on Banks Listed in Indonesia Stock Exchange ). *International Journal on Economics and Social Sciences*, 1(1), 25–35.
- Mwangi, C. I., & Oyenje, J. J. (2013). The Relationship between Corporate Social Responsibility Practices and Financial Performance of Firms in the Manufacturing , Construction and Allied Sector of the Nairobi Securities Exchange Cyrus Iraya Mwangi Lecturer Department of Finance and Accounting. *International Journal of Business, Humanities and Technology*, 3(2), 81–90.
- Nuryana, Y., & Surjandari, D. A. (2019). The Effect of Good Corporate Governance. *Jurnal Ekonomi*, 19(1), 26–39.
- Palmer, H. J. (2012). Corporate Social Responsibility and Financial Performance: Does it Pay to Be Good? *CMC Senior Theses*, 1–72. [http://scholarship.claremont.edu/cmc\\_theses/529%0Ahttp://scholarship.claremont.edu/cmc\\_theses/529%0A](http://scholarship.claremont.edu/cmc_theses/529%0Ahttp://scholarship.claremont.edu/cmc_theses/529%0A)
- Parmar, B. L., Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Purnell, L., & de Colle, S. (2010). Stakeholder theory: The state of the art. *Academy of Management Annals*, 4(1), 403–445. <https://doi.org/10.1080/19416520.2010.495581>
- Peters, G. T., & Bagshaw, K. (2014). Corporate governance mechanisms and financial performance of listed firms in Nigeria: A content analysis. *Global Journal of Contemporary Research in Accounting, Auditing and Business Ethics (GJCRA)*, 1(2), 103–128.
- Prior, D., Surroca, J., & Tribó, J. A. (2008). Are socially responsible managers really ethical? Exploring the relationship between earnings management and corporate social responsibility. *Corporate Governance: An International Review*, 16(3), 160–177. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8683.2008.00678.x>
- Rajput, N., Batra, G., & Pathak, R. (2012). Linking CSR and financial performance: An empirical validation. *Problems and Perspectives in Management*, 10(2), 42–49.
- Scholten, B., & Kang, F. C. (2013). Corporate Social Responsibility and Earnings Management: Evidence from

- Asian Economies. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 20(2), 95–112. <https://doi.org/10.1002/csr.1286>
- Sheikh, N. A., Wang, Z., & Khan, S. (2013). The impact of internal attributes of corporate governance on firm performance: Evidence from Pakistan. *International Journal of Commerce and Management*, 23(1), 38–55. <https://doi.org/10.1108/10569211311301420>
- Sial, M. S., Chunmei, Z., Khan, T., & Nguyen, V. K. (2018). Corporate social responsibility, firm performance and the moderating effect of earnings management in Chinese firms. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 10(2–3), 184–199. <https://doi.org/10.1108/APJBA-03-2018-0051>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas, (2007).
- Uwuigbe, U., Ranti, U. O., & Bernard, O. (2015). Assessment of the Effects of Firms Characteristics on Earnings Management of Listed Firms in Nigeria. *Asian Economic and Financial Review*, 5(2), 218–228. <https://doi.org/10.18488/journal.aefr/2015.5.2/102.2.218.228>
- Vintilă, G., Gherghina, Ș. C., & Păunescu, R. A. (2018). Study of Effective Corporate Tax Rate and Its Influential Factors: Empirical Evidence from Emerging European Markets. *Emerging Markets Finance and Trade*, 54(3), 571–590. <https://doi.org/10.1080/1540496X.2017.1418317>
- Yopie, S., & Itan, I. (2016). CEO-Family vs. CEO-Nonfamily: Who is a Better Value Creator in Family Business? *Journal of Applied Management Accounting Research*, 14(2), 37–46. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=120775138&site=bsi-live>

#### BIODATA PENULIS

**Dr. Iskandar Itan, SE., MM** menyelesaikan pendidikan S3 *Doctor of Business Administration* di Universiti Sains Malaysia pada tahun 2015. Dosen di Universitas Internasional Batam (*Assistant Professor*). Penulis tertarik melakukan penelitian di bidang keuangan perusahaan, perbankan dan *Entrepreneurship*

## The Impact of Local Governments' Social Transfers on Poverty Reduction In Indonesia

Bayu Kharisma<sup>1</sup>, Sutyaastie S. Remi<sup>2</sup>, Muhammad Syaiful<sup>3</sup>, Ricky Abdillah<sup>4</sup>

<sup>1,2</sup>Departemen Ilmu Ekonomi, Universitas Padjadjaran, bayu.kharisma@unpad.ac.id, tatiremi@gmail.com

<sup>3,4</sup>Badan Pusat Statistik, email: m.syaiful@bps.go.id, didiel@bps.go.id

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dampak intervensi terhadap pengurangan kemiskinan, yang dimanifestasikan melalui transfer sosial dari anggaran pemerintah daerah (APBD). Kami menggunakan data panel provinsi untuk memeriksa sejauh mana dampak dari transfer tersebut ke kinerja pengentasan kemiskinan. Dengan menggunakan penaksir OLS-PCSE Beck dan Katz, kami mengkonfirmasi bahwa jumlah transfer sosial yang lebih tinggi memang bermanfaat untuk pengurangan lebih lanjut dalam insiden kemiskinan. Variabel penjelas lainnya, yaitu PDB per kapita dan modal manusia, juga menunjukkan dampak yang signifikan dalam mengurangi jumlah orang miskin, sementara pengangguran yang lebih tinggi dapat menyebabkan penambahan jumlah orang yang hidup di bawah garis kemiskinan. Temuan-temuan ini menunjukkan bahwa tren penurunan transfer sosial yang disalurkan oleh pemerintah daerah mungkin mendasari stagnasi pengurangan kemiskinan dalam beberapa dekade terakhir. Oleh karena itu kami menyarankan bahwa memastikan keberlanjutan transfer kepada orang miskin dari dana pemerintah daerah sangat penting untuk mempercepat kembali pengentasan kemiskinan.

Kata kunci: Transfer sosial, pemerintah local, pengurangan kemiskinan, Penaksir OLS-PCSE

### ABSTRACT

*This research aims to examine the impact of intervention to poverty reduction, manifested through social transfers from local governments' budget (APBD). We use provincial panel data to examine the extent of impact from such transfer to poverty alleviation performance. Using Beck and Katz's OLS-PCSE estimator, we confirmed that higher amount of social transfer is indeed beneficial for further reduction in poverty incidence. Other explanatory variables, namely GDP per capita and human capital, also demonstrate significant effects in decreasing the number of poor people, while higher unemployment can lead to addition of the number of people living below the poverty line. These findings suggest that the declining trend in social transfers channelled by local governments might underlie the stagnation of poverty reduction in the last decades. We therefore suggest that ensuring the sustainability of transfers to the poor from local governments' funds is very important to re-accelerate poverty reduction.*

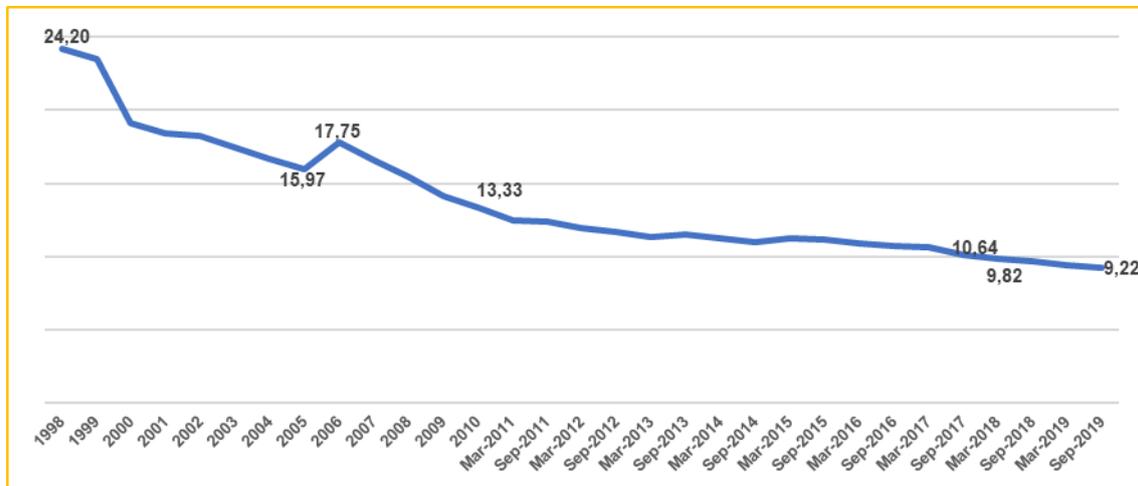
Keywords: social transfer; local government; poverty reduction; OLS-PCSE estimator

Naskah diterima: 27-08-2020, direvisi: 01-07-2020, diterbitkan: 01-09-2020

## INTRODUCTION

Albeit managed to substantially reduce poverty incidence in the past, Indonesia has seen a slowdown in the rate of poverty reduction over the last decade. The poverty rate had plunged by 8.8 percentage points within a decade of revival after the 1998 Asian Financial

Crisis. This reduction is equivalent to 14.54 million people lifted from poverty. The most recent achievement (2018) even showed that the poverty headcount has reached a level lower than 10 percent—the lowest in history. However, a closer examination on the trend of poverty reduction reveals that the reduction speed has suffered from deceleration.



Source: Statistics Indonesia (BPS)

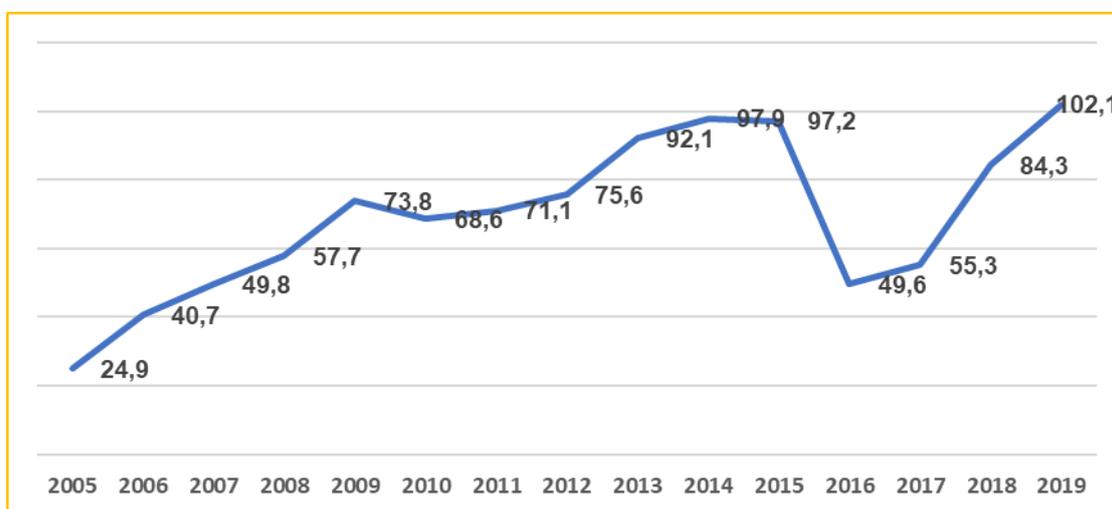
Figure 1. Trends of Poverty Rate in Indonesia, 1998 - 2019

In line with this phenomenon, inequality indicator (measured by *gini coefficient*) also shows no discernible improvement. Although there has been a minor improvement in *gini coefficient*, the recent data (0.382 in 2019) is no better than that of ten years ago (0.372 in 2009).

To date, several measures have been taken to address the problem of stagnation in poverty reduction. On the institutional aspect, the establishment of the National Team for the Acceleration of Poverty Reduction (TNP2K) marked the

central government's concern over this issue. Through TNP2K, it is aspired that a more coordinated implementation of poverty reduction programmes across ministries can be achieved, hence improving living standards of the poor and vulnerable. To improve the programmes' performance, TNP2K is mandated to establish a national targeting system that contains a list of the names and addresses of social assistance beneficiaries (referred to as the Unified Database). Availability of such system is

deemed important to improve efficiency and effectiveness of various poverty alleviation programmes.

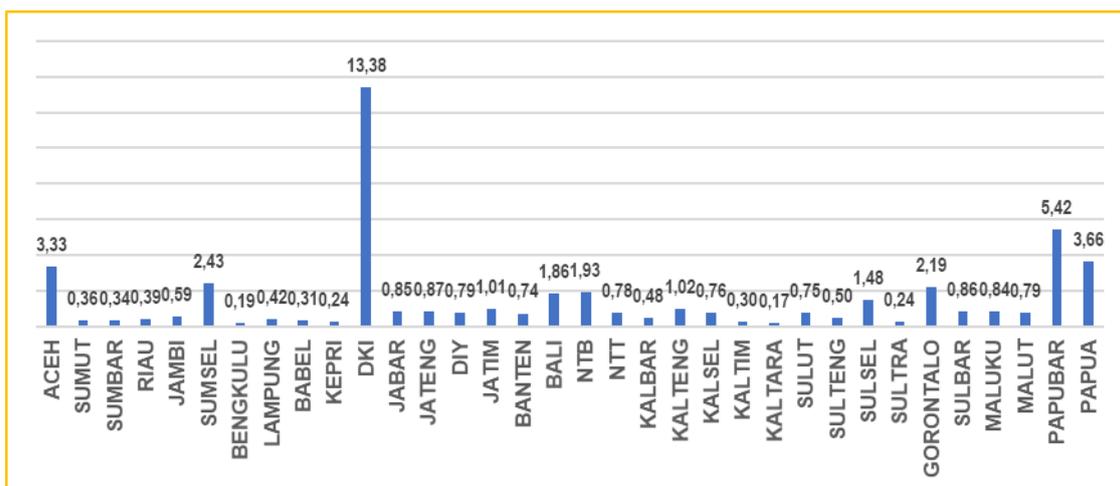


Source: Indonesia Ministry of Finance

Figure 2. Allocation of Social Transfers in Central Government's Budget (Trillion Rp.), 2005 - 2019

On the funding aspect, the central government has continually improved the budget allocated for social transfer purposes. This allocation is used to fund various poverty alleviation programmes, covering National Health Insurance (JKN), Program Indonesia Pintar (PIP), Non-cash Food Assistance (BPNT), Social Insurance for Employment (BPJS Ketenagakerjaan), and other social

protection programs. In 2019, the central government allocated 102.1 trillion rupiahs to cover the expenditures of these programs. Other transfers that are channelled to local governments, such as village fund, are also hoped to indirectly improve the livelihood of rural population which comprise the majority of poor population in Indonesia.



Source: Ministry of Finance

Figure 3. Allocation of Social Transfers in Local Governments' Budget, 2018 (% to Indirect Expenditures)

Aside from those executed by the central governments, local governments also contribute to additional transfers to the poor through their own budget. However, the extent of such transfers is limited and varies based on each local government's ability to generate its own local revenue. Most of local governments in Indonesia still heavily rely on grants or transfers from the central government. The local governments are also heavily criticised due to unbalanced spending proportion. In several cases (Sumatra Barat, Kepulauan Riau, and DKI Jakarta), the portion of budget that went to personnel expenditures exceeded 70 percent. This pattern is true for most local governments. The magnitude varies by provinces, but the effect still holds in which it minimizes the resources that can be allocated to other spending.

Assuming that the social transfers channelled to beneficiaries in provinces are proportional to the proportion of

vulnerable individuals in those provinces, one then might argue that regional differences in poverty reduction are due to the local-specific intervention by local governments. Based on this rationale, this paper will attempt to examine the impact of such intervention to poverty reduction, manifested through social transfers from local governments' budget (APBD).

## LITERATURE REVIEW

Many studies have highlighted the importance of government expenditure in reducing the poverty incidence. Obi (2007) examined the role of fiscal policy in alleviating poverty in Nigeria. He used the general equilibrium model for the study and concluded that the government revenue also positively redistributes income but government expenditures are the most important and effective tool of income redistribute and reduction in poverty. He further concluded that the

fiscal policy should be formulated in such a way that it redistributes the income from the rich people of the society to poor ones.

Study by Mehmood and Sadiq (2010) revealed that the matter to be concerned of is the composition of government expenditure. The increase in government expenditure usually comes with fiscal imbalance which subsequently distorts the economy. In this case, realigning the expenditure structure in favour of subsidies and social expenditures is necessary to counter the negative effect of expenditure increase. Fan, Hazeli, & Thorat (1994) used simultaneous equation to model panel data to estimate the effect of government expenditure on rural poverty and productivity growth in India. They found that highest priority should be given to investments in rural roads, agricultural research and education because these are the type of expenditures that generated higher impact on poverty reduction. Those findings suggest that a balance (pro-poor) expenditure is more important than the magnitude of the expenditure itself.

Regarding the effect of increase in per capita GDP to poverty incidence, Kanbur (2005) argues that in the notion of *ceteris paribus*, growth is good for poverty reduction. However, this notion is practically unusable in reality as complexity arises through the trade-off between poverty, inequality, and growth. He added that: ‘...if growth is accompanied by increased inequality, then the net effect on poverty is no longer clear...’ (*ibid.*, p. 224). Kakwani (2000)

also holds similar view, particularly in the case where inequality also persists in the lower-income group. In this setting, where the depth of poverty is high, growth will have a lesser impact in lowering poverty incidence.

Aside from government expenditure, the increase in human capital (proxied by education) is necessary to alleviate poverty. Additional stock of knowledge and skills gained through schooling and training are amongst investments in human capital activities that can raise earnings over a lifetime (Becker, 1995; Tilak, 2002) which consequently lowers poverty in the long-run. Human capital is in fact also the main asset of most poor people. Becker (*op cit.*) argued that pro-poor growth will rely on how much human capital the poor have. With regard to the problem of unemployment, Osinubi (2005) presents strong evidence from a macro perspective that high unemployment comes in line with widespread poverty. Highlighting the reduction of poverty following the decline of unemployment in Nigeria between 1987 and 1991, and the same pattern for Indonesia and Malaysia in early 1990s, he supported the claim of positive causality between unemployment and poverty.

## DATA AND METHODOLOGY

This paper employs provincial panel data from Statistics Indonesia (BPS) and Ministry of Finance ranging from 2010 to 2018. Panel data regression is then used to examine whether there is any

significant effect from social transfers to poverty reduction performance of each province. The model in this study is developed from the basic model by Caminada, et. al., (2012). Their model was used to examine the impact of social expenditure on poverty in OECD countries between 1985 to 2005. In doing so, we realize the differences in context of unit being studied, thus we employ some modification based on determinants of poverty for the case of Indonesia as suggested by Miranti (2007). Our model is then specified as follows:

$$lpov_{it} = \beta_0 + \beta_1 lstravg_{it} + \beta_2 lgdpcap_{it} + \beta_3 MYS_{it} + \beta_4 unemp_{it} + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

where:

*lpov* : Natural logarithm of the number of people living below the poverty line.

*lstravg* : Natural logarithm of average social transfers received by each poor individual. It is obtained by dividing province's social transfer with its respective poor population.

*lgdpcap* : Natural logarithm of GDRP per capita (constant 2010 Rp.)

*MYS* : Mean year of schooling (year)

*unemp* : Unemployment rate (%)

$\varepsilon$  : Error term

*i* : Index provinces ( $i = 1, 2,$

..., 34)

*t* : Index for year ( $t = 2010, 2011, \dots, 2018$ )

Bearing in mind that provinces in our study are not selected through a random sampling, Fixed-Effect Model (FEM) is deemed as more appropriate (Gujarati & Porter, 2009). We check for correctness of model-specification in (1) using several diagnostic tests as follows: (1) Following Drukker's (2003) recommendation, we use Wooldridge's test to check for the presence of serial correlation. This test is suggested due to its practicality.; (2) Pesaran's test is employed to check for cross-sectional dependence. We employ this test due to potential spatial relationship that might emerge from neighbouring provinces. This test is more appropriate in the case where the number of cross-sectional observations exceeds the time-series range (De Hoyos & Sarafidis, 2006); (3) Wald's test for heteroscedasticity. The presence of relatively rich provinces alongside the poor ones might invoke large differences in variance among groups in our data, thus it is assumed that the data suffers from heteroskedasticity.

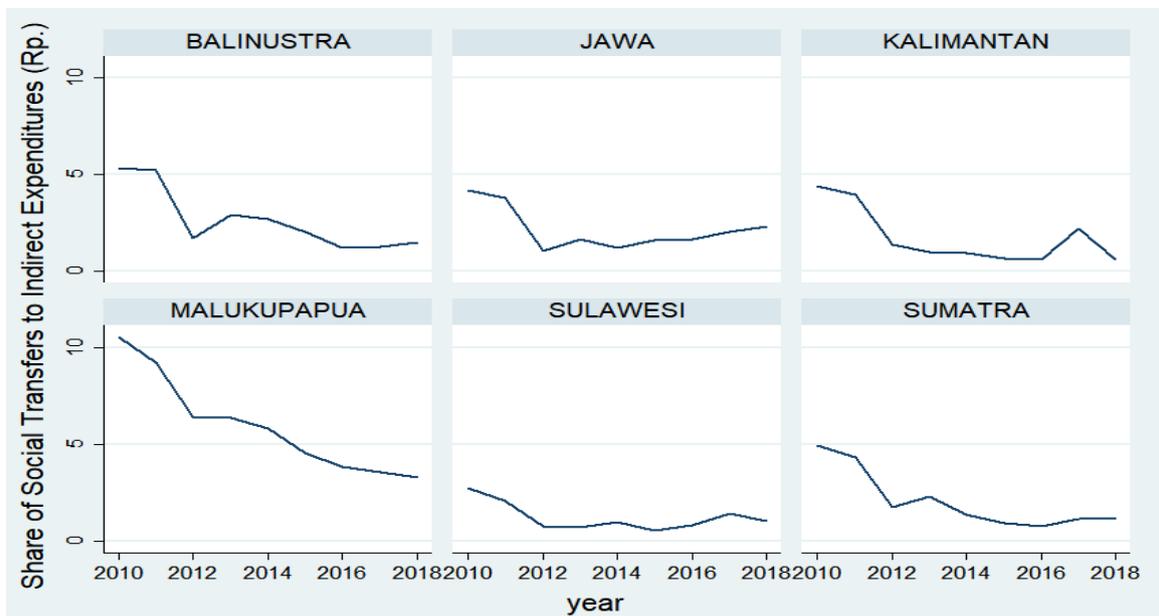
Considering the potential structural errors within the data, we choose to employ Beck and Katz's (1995) OLS with Panel-corrected Standard Errors (PCSE). This method was developed to address the issue of inaccurate standard errors estimated through Feasible Generalized Least Squares (FGLS) on the presence of autocorrelation, cross-sectional dependence and heteroskedasticity within the data. It has the advantage of

producing accurate estimation in the presence of panel error structures.

## RESULTS AND DISCUSSION

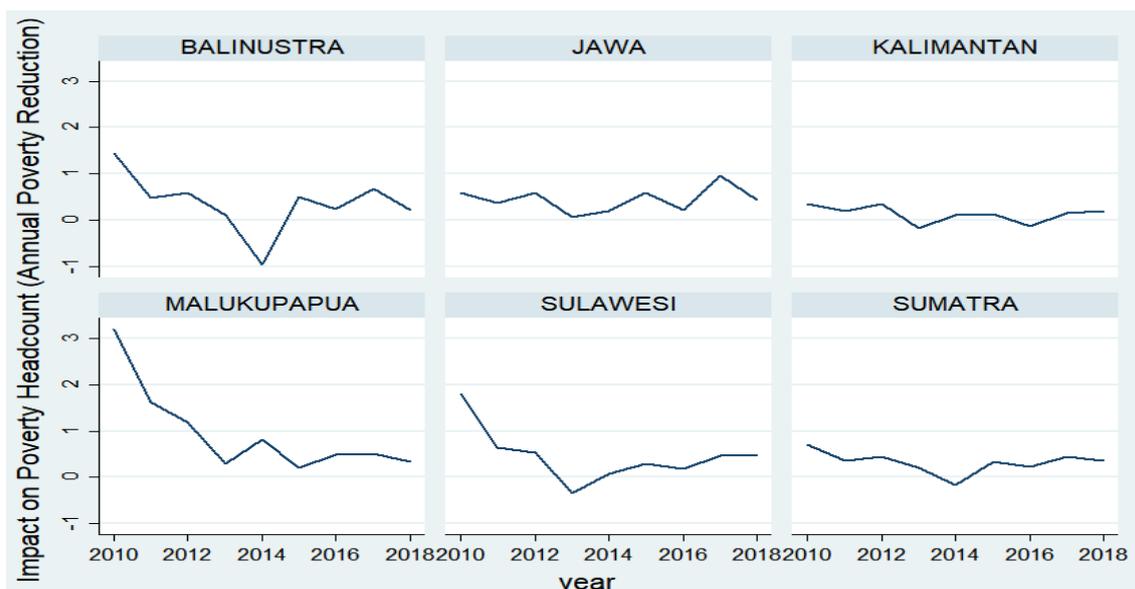
On a broader aggregation level, we observe a declining tendency in the portion of local governments' fund allocated to social transfers. The pattern

applies to all regions. In brief, we can see that the portion of local governments' funds that went to social transfers in 2010 is on average higher compared to 2018. Significant reduction is observable between 2010 and 2012, after which the proportion of social transfers remains relatively stagnant (except for Java which exhibits an upward trend).



Source: Authors' calculation

Figure 4. Trends in Portion of Social Transfers in Local Governments' Budget by Regions (%), 2010 – 2018



Source: Authors' calculation

Figure 5. Trends in Annual Poverty Reduction by Regions, 2010 – 2018

Incidentally, the same declining pattern can be observed in the case of annual poverty reduction ( $H_t - H_{t+1}$ ). At least four regions (Bali-Nusa Tenggara, Maluku-Papua, Sulawesi, and Sumatera) exhibit the same pattern with those found in Figure 4. Their speed of poverty reduction declined greatly between 2010 and 2012, and had levelled off since then. This gives the

early indication of the nexus between these two variables.

The diagnostic tests show that our panel data suffers from serial correlation, groupwise-heteroskedasticity and cross-sectional dependence at the same time. Based on these results, we then perform the estimation process using OLS-PCSE as follows:

Table 1. Estimation Results Based on OLS-PCSE

Variables	Dependent variable: <i>lpov</i>	
	(1)	(2)
<i>lstravg</i>		-0.0285** (0.0132)
<i>lgdpcap</i>	-0.2252*** (0.0819)	-0.2096*** (0.0797)
<i>MYS</i>	-0.1848*** (0.0341)	-0.1913*** (0.0373)
<i>Unemp</i>	0.0196** (0.0092)	0.0209** (0.0095)
Constant	18.2165*** (1.2727)	18.3522*** (1.2151)
N (obs)	301	301
N (groups)	34	34

Wald-statistic	89.43	70.10
R-squared	0.9806	0.9811

Significance: \*=0.10, \*\*=0.05, \*\*\*=0.01

Standard error in parentheses

Source:

Own

calculation

We present our estimation results in two models, with (column 2) and without (column 1) the inclusion of social transfers in the model. As the poverty incidence, social transfers, and GDP per capita are expressed in log-transformation, their relationship can be interpreted as elasticity. The negative coefficient for social transfers in the second model confirms that additional transfers by the local government can further reduce poverty. The coefficient shows that each 10 percent increase in average social transfers received by the poor can lower the number of poor people by approximately 0.28 percent. One might argue that this effect is quite small, but considering the fact that several provinces have an average poverty reduction below 0.28 percent during 2011 to 2018 (see appendix) gives hint the increase in social spending with such magnitude can result in a higher poverty reduction. This result is in line with findings by Caminada et al., (*op. cit.*) who found a strong negative relationship between the level of social expenditures and poverty in 22 OECD countries. Thus, our result restates the importance of social transfers as an effective policy in combating poverty.

The effect brought by economic growth also significantly lowers the poverty rate. Each percent of increase in GDP per capita is associated with a lower poverty incidence by approximately 0.21

percent. As suggested by Kakwani (2000), countries with low initial inequality will have a greater poverty reduction payoff from growth, whereas countries with high initial inequality will have a greater poverty reduction payoff from pro-poor policies. Furthermore, Booth, et. al. (2019) showed that indeed there is a slight drop in inequality between 2015 and 2018 owing to the social protection policies executed by the government. Bearing in mind the conditional causality proposed by Osinubi (*op. cit.*), then this might be the reason behind the strong lowering effect to poverty from increase in GDP per capita observed in Indonesia.

Educational attainment is found to significantly affect both poverty headcount and poverty gap. Education affects poverty reduction through the increase in worker's income (Gundlach, 1997). Each additional year in mean year of schooling in a certain region will contribute to lower poverty incidence by 0.19 percent. Although the effect seems quite big, one must bear in mind that an extra year in MYS is not an instant achievement. It takes years just to achieve an additional year of MYS. The effect of unemployment on poverty level is also found to be statistically significant. This result is in line with findings by Xue & Zhong (2006) who observed a strong correlation.

## CONCLUSION

This paper has briefly demonstrated that poverty reduction in Indonesia suffers from deceleration. Although through various social assistance programs the central government still managed to reduce the poverty rate, the reduction level is diminished. In this regard, complementary transfers from local governments might serve as an additional driver to the expected reduction in poverty rate.

By descriptive analysis, we have shown that there is a considerable decline in shares of social transfers allocated in local governments' budget. The fact that this trend stands alongside the declining trend in the speed of poverty reduction might be the reason behind stagnation of poverty in recent years. The implication of this finding is that local governments need to foster more revenue-generating scheme in order to extend the amount of social transfers to the poor. Sustainable channelling of this additional transfer is hoped to revive the speed of poverty reduction which has been greatly reduced in the last decade.

## REFERENCES

- Beck, N., & Katz, J. N. (1995). What to do (and not to do) with Time-Series Cross-Section Data. *The American Political Science Review*, 89(3), 634–647. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/2082979>
- Becker, G. S. (1995). Human Capital and Poverty Alleviation. *Journal of Human Resources Development and Operations Policy*, (March), 24.
- Booth, A., Purnagunawan, R. M., & Satriawan, E. (2019). Towards a Healthy Indonesia? *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 55(2), 133–155. <https://doi.org/10.1080/00074918.2019.1639509>
- Caminada, K., Goudswaard, K., & Koster, F. (2012). Social income transfers and poverty: A cross-country analysis for OECD countries. *International Journal of Social Welfare*, 21(2), 115–126. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2397.2011.00815.x>
- De Hoyos, R. E., & Sarafidis, V. (2006). Testing for cross-sectional dependence in panel-data models. *Stata Journal*, 6(4), 482–496. <https://doi.org/10.1177/1536867X0600600403>
- Drukker, D. M. (2003). Testing for Serial Correlation in Linear Panel-data Models. *The Stata Journal: Promoting Communications on Statistics and Stata*, 3(2), 168–177. <https://doi.org/10.1177/1536867x0300300206>
- Fan, S., Hazeli, P., & Thorat, S. K. (1994). Impact of Public Expenditure On Poverty in Rural India. *Economic and Political Weekly*, 35(November), 240–246.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2009). *Basic Econometrics* (5th ed.). New York: McGraw-Hill Irwin.
- Gundlach, E. (1997). Human Capital and Economic Development : A Macroeconomic Assessment. *Intereconomics*, 61(February), 23–35.
- Kakwani, N. (2000). Growth and

- Poverty Reduction: An Empirical Analysis. *Asian Development Review*, 18(2), 74–84. Retrieved from <http://hdl.handle.net/11540/5398>
- Kanbur, R. (2005). Growth, Inequality and Poverty: Some Hard Questions. *Journal of International Affairs*, 58(2), 223–232. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/24358274>
- Mehmood, Rashid; Sadiq, S. (2010). The Relationship Between Government Expenditure and Poverty: A Cointegration Analysis. *Romanian Journal of Fiscal Policy*, 1(1), 29–37.
- Miranti, R. (2007). *The Determinants of Regional Poverty in Indonesia, 1984 - 2002*. The Australian National University.
- Obi, B. (2007). Fiscal Policy and Poverty Alleviation: Some Policy Options for Nigeria. *Research Papers*, (February).
- Osinubi, T. S. (2005). Macroeconometric Analysis of Growth, Unemployment, and Poverty in Nigeria. *Pakistan Economic and Social Review*, XLIII(2), 249–269. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/25825276>
- Tilak, J. B. G. (2002). Education and Poverty. *Journal of Human Development*, 3(2), 191–207. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1080/14649880220147301>
- Xue, J., & Zhong, W. (2006). Unemployment, poverty and income disparity in urban China. *Unemployment Inequality and Poverty in Urban China*, (1999), 43–64. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1467-8381.2003.00192.x>

## ACKNOWLEDGEMENT

We sincerely appreciate our colleagues and friends from the Department of Economics, in which their insights and feedbacks were hugely influential during the development of this research. We also thank our many reviewers who have shown many efforts in giving their insights, allowing this paper to come to fruition.

## BIODATA PENULIS

**Bayu Kharisma** adalah Dosen Departemen Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padjadjaran Bandung. Menyelesaikan Strata 3 di Universitas Gadjah Mada Jogjakarta, mempunyai ketertarikan penelitian bidang Ekonomi Pembangunan

**Sutyastie S. Remi** adalah Profesor dalam bidang Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padjadjaran Bandung. Menyelesaikan Strata 3 di Universitas Padjadjaran Bandung, mempunyai ketertarikan penelitian bidang Ekonomi Pembangunan

**Muhammad Syaiful** adalah mahasiswa *linkage program* Magister Ekonomi Terapan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padjadjaran Bandung dan universitas di Jepang. Saat ini bekerja di Badan Pusat Statistik Jakarta

**Ricky Abdillah** adalah mahasiswa *linkage program* Magister Ekonomi Terapan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padjadjaran Bandung dan universitas di Jepang. Saat ini bekerja di Badan Pusat Statistik Jakarta

## Studi Kelayakan Bisnis Telur Asin H-Organik

Opan Arifudin<sup>1</sup>, Yayan Sofyan<sup>2</sup>, Rahman Tanjung<sup>3</sup>

<sup>1</sup>STEI Al-Amar Subang, opan.arifudin@yahoo.com

<sup>2</sup>STIE Muhammadiyah Bandung, Yayansofyan1971@yahoo.co.id

<sup>3</sup>STIT Rakeyan Santang Karawang, rahmantanjung1981@gmail.com

### ABSTRAK

Dalam rangka meningkatkan produktifitas dan efektivitas perusahaan, perlu diadakannya sebuah penelitian Studi kelayakan bisnis yang berguna untuk meneliti dan menelaah berbagai aspek yang mendukung dalam pengembangan perusahaan. Untuk itu penelitian ini bertujuan untuk melihat studi kelayakan bisnis pada sektor bisnis yang bergerak dalam bidang produksi dan penjualan telur asin. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif. Penelitian ini akan menguji bagaimana kelayakan Telur asin H-Organik, yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Hasil penelitian menunjukkan : 1) Dilihat dari aspek pemasaran. ramalan permintaan pasar terhadap telur asin setelah dianalisis. ternyata permintaan pasar sangat fluktuatif. begitu juga dengan potensi pasar yang ternyata menunjukkan adanya permintaan yang belum terpenuhi oleh perusahaan. Dengan demikian perusahaan berkesempatan untuk dapat meningkatkan kapasitas produksinya serta menambah toko distribusi penjualan, 2) Lokasi yang cukup strategis memungkinkan perusahaan untuk dapat meningkatkan efisiensi. melalui pengelolaan bahan baku. serta mengelola ketersediaan tenaga kerja yang merupakan keuntungan bagi perusahaan Telur asin H-Organik, 3) Dengan adanya cabang toko baru sebagai bentuk perluasan proses pemasaran. serta berpengaruh dalam meningkatkan tingkat penjualan layak untuk direalisasikan, 4) Dengan perkembangan yang dihadapi perusahaan. maka sudah seharusnya struktur organisasi dan system manajemen yang diterapkan harus diperbaiki sehingga sesuai dengan tuntutan perkembangan perusahaan, dan 5) Dalam melakukan proses produksi. perusahaan tidak mengakibatkan atau menghasilkan limbah yang dapat membahayakan masyarakat sekitar sehingga aman bagi lingkungan. Hal ini menambah nilai positif dan pencitraan bagi perusahaan dimata masyarakat.

Kata kunci : Kelayakan, Bisnis

### ABSTRACT

*In order to increase the productivity and effectiveness of the company, it is necessary to hold a business feasibility study that is useful for researching and examining various aspects that support the development of the company. For this reason, this study aims to look at business feasibility studies in the business sector engaged in the production and sale of salted eggs. This research uses descriptive research. This study will examine how the feasibility of H-Organic Salted Eggs, namely research conducted to determine the value of independent variables, either one or more variables without making comparisons or connecting with other variables. The results showed: 1) Viewed from the marketing aspect. the forecast of market demand for insured eggs has been analyzed. it turns out that market demand is very volatile. as well as the market potential which turns out to indicate a demand that has not been fulfilled by the company. Thus the company has the opportunity to be able to increase its production capacity and increase sales distribution stores, 2) Strategic location that allows the company to be able to increase efficiency. through managing raw materials. and managing the availability of labor which is a*

*benefit for the H-Organic Salted Eggs company, 3) With the existence of a new store branch as a form of expansion of the marketing process. as well as influential in increasing the level of sales feasible to be realized, 4) With developments facing the company. then the organizational structure and management system that should be applied must be improved so that it is in accordance with the demands of the company's development, and 5) In conducting the production process. the company does not produce or produce waste that can endanger the surrounding community so that it is safe for the environment. This adds to the positive value and image of the company in the eyes of the community.*

*Keywords: Appropriateness, Business*

*Naskah diterima: 29-08-2020, direvisi: 14-07-2020, diterbitkan: 01-09-2020*

## **PENDAHULUAN**

Dampak Ekonomi bulan maret tahun 2020 sangat berpengaruh terhadap perkembangan bisnis Indonesia. Dalam hal ini Pemerintah telah mencoba mencanangkan sistem perdagangan bebas serta menerapkan berbagai kebijakan untuk dapat memperbaiki perekonomian.

Menurut (Arifudin, 2020) bahwa perkembangan dalam dunia usaha di Indonesia saat ini yang semakin cepat dan pesat berakibat juga pada perubahan budaya. Sehingga organisasi dituntut untuk mempunyai budaya yang membedakan dengan organisasi lain yang sejenis.

Namun pada kenyataannya Indonesia masih berada dalam krisis yang multidimensi. Krisis yang terus melanda mengakibatkan banyak bermunculan jenis usaha baru. jenis usaha tersebut akhirnya bersaing untuk mendapatkan market share yang luas. Dalam kondisi seperti ini perusahaan tentunya harus berani menghadapi berbagai resiko yang sangat berat dan mereka harus mampu bertahan dalam iklim persaingan yang ketat. Agar perusahaan tersebut dapat bertahan. maka diperlukan sumber daya yang mampu bersaing dan mampu memberikan kepuasan yang lebih bagi konsumen. Hal ini sejalan dengan pendapat (Arifudin, 2019) bahwa faktor manusia adalah salah satu dari kunci keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan.

Salah satu perusahaan yang memiliki persaingan yang sangat ketat dalam menjalankan bisnisnya yaitu perusahaan telur asin. Perusahaan ini berusaha bersaing untuk dapat tetap eksist dalam menghadapi

persaingan dan kondisi ekonomi yang tidak menentu. Telur asin telah menjadi Icon jenis makanan yang digemari baik di dalam maupun diluar daerah Bandung. Atas dasar inilah studi kelayakan bisnis mencoba untuk mengamati sektor bisnis yang bergerak dalam bidang produksi dan penjualan telur asin. salah satu perusahaan telur asin yang tetap eksis dalam menghadapi tantangan ekonomi dan persaingan yaitu perusahaan Telur asin H-Organik.

Pemilihan objek penelitian pada perusahaan Telur asin H-Organik mengingat perusahaan ini merupakan perusahaan yang sudah lama. Sehingga dapat dilihat bagaimana perusahaan ini berinovasi dan terus eksis ditengah bermunculan pemain-pemain baru sebagai pesaing. Pihak manajemen harus mampu membuat formulasi strategi baru dan efektif untuk memenangkan pasar. Hal ini sejalan dengan pendapat (Echo Perdana Kusumah, Disman, 2020) bahwa ada berbagai faktor-faktor yang mempengaruhi keterlibatan merek, sehingga berujung kepada kepuasan konsumen dan kunjungan kembali.

## **KAJIAN LITERATUR**

### **a. Studi Kelayakan Bisnis**

Proyek investasi pada umumnya membutuhkan dana yang tidak sedikit dan berpengaruh bagi perusahaan dalam jangka waktu yang panjang, karena itu perlu dilakukan studi kelayakan bisnis agar dana yang telah diinvestasikan tidak terbuang percuma.

Menurut (Arifudin. O. & Rusmana. F., 2020) bahwa organisasi akan berusaha

untuk meningkatkan kemampuannya menyelenggarakan semua fungsi organisasi dengan tingkat efisiensi dan efektivitas yang tinggi perwujudan situasi demikian, setiap organisasi menghadapi berbagai tantangan internal yang tidak kalah pentingnya dengan berbagai tantangan yang sifatnya eksternal.

Studi kelayakan bisnis dapat diartikan sebagai penelitian tentang akan didirikan atau perluasan suatu proyek guna mengetahui apakah layak atau tidaknya proyek tersebut dilaksanakan atau menguntungkan. Studi kelayakan bisnis bila dilakukan secara profesional akan dapat berperan penting dalam proses pengambilan keputusan investasi.

Menurut (Jakfar, 2012), Kelayakan artinya penelitian yang dilakukan secara mendalam untuk menentukan apakah usaha yang akan dijalankan akan memberikan manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang akan dikeluarkan. Sedangkan bisnis adalah usaha yang dijalankan yang tujuan utamanya untuk memperoleh keuntungan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengertian Studi Kelayakan Bisnis (SKB) adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang suatu usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan.

Menurut (Sunnyoto, 2014), studi kelayakan bisnis merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidaknya bisnis dibangun, tetapi juga saat dioperasionalkan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan. Studi kelayakan biasanya digolongkan menjadi dua bagian yang berdasarkan pada orientasi yang diharapkan oleh satu perusahaan yaitu berdasarkan orientasi laba dan orientasi tidak pada laba (sosial).

Menurut (Jakfar, 2012), ada lima tujuan dari studi kelayakan bisnis, yaitu :

1. Menghindari resiko kerugian. Untuk mengatasi risiko kerugian dimasa yang akan datang, karena di masa yang akan datang ada semacam kondisi ketidakpastian. Kondisi ini ada yang dapat diramalkan akan terjadi atau memang dengan sendirinya terjadi tanpa dapat diramalkan. Dalam hal ini, fungsi studi kelayakan adalah untuk meminimalkan risiko yang tidak kita inginkan, baik risiko yang dapat dikendalikan maupun yang tidak dapat dikendalikan.
2. Memudahkan perencanaan. Perencanaan meliputi berapa jumlah dana yang diperlukan, kapan usaha akan dijalankan, dimana lokasi proyek akan dibangun, siapa-siapa yang akan melaksanakannya, berapa besar keuntungan yang akan diperoleh serta bagaimana mengawasi jika terjadi penyimpangan.
3. Memudahkan pelaksanaan pekerjaan. Dengan adanya berbagai rencana yang sudah disusun akan sangat memudahkan pelaksanaan bisnis. Para pelaksana yang mengerjakan bisnis tersebut telah memiliki pedoman yang harus dikerjakan. Kemudian pengerjaan usaha dapat dilakukan secara sistematis, sehingga tepat sasaran dan sesuai dengan rencana yang sudah disusun. Rencana yang sudah disusun dijadikan acuan dalam mengerjakan setiap tahap yang sudah direncanakan.
4. Memudahkan pengawasan. Dengan telah dilaksanakannya suatu usaha atau proyek sesuai dengan rencana yang sudah disusun, maka akan memudahkan perusahaan untuk melakukan pengawasan terhadap jalannya usaha. Pengawasan ini perlu dilakukan agar pelaksanaan usaha tidak melenceng dari rencana yang telah disusun.

5. Memudahkan pengendalian. Jika dalam pelaksanaan pekerjaan telah dilakukan pengawasan, maka apabila terjadi suatu penyimpangan akan mudah terdeteksi, sehingga akan dapat dilakukan pengendalian atas penyimpangan tersebut. Tujuan pengendalian adalah untuk mengembalikan pelaksanaan pekerjaan yang melenceng ke rel yang sesungguhnya, sehingga pada akhirnya tujuan perusahaan akan tercapai.

#### **b. Penjualan**

Penjualan menurut (Westwood, 2006) adalah konsep lugas yang diantaranya berupa usaha membujuk pelanggan untuk sebuah produk. Upaya itu meliputi “pesanan hari ini”. Meski demikian kegiatan ini hanyalah salah satu aspek dari pemasaran. Kegiatan penjualan terdiri atas transaksi barang atau jasa. Penjualan dapat dilaksanakan melalui penjualan tunai ataupun penjualan kredit.

Tujuan dari manajemen penjualan adalah untuk mencapai hasil perkembangan bisnis seperti yang telah direncanakan dengan memotivasi anggota tim penjualan untuk menampilkan kemampuan terbaik mereka.

Manajemen penjualan merupakan suatu proses yang tetap dan berulang dalam siklus kehidupan ekonomi. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi Penjualan menurut (DH, 2009) faktor-faktor yang mempengaruhi kegiatan penjualan yaitu:

1. Kondisi dan kemampuan penjual  
Transaksi jual-beli atau pemindahan hak milik secara komersial atas barang dan jasa itu pada prinsipnya melibatkan dua pihak, yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Penjual harus dapat meyakinkan kepada pembeli agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan oleh konsumen. Penjual harus

memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan yakni:

- a) Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan
- b) Harga Produk
- c) Syarat penjualan, seperti: pembayaran, pengantaran barang, pelayanan purna jual, garansi dan sebagainya.

2. Kondisi pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualannya. Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah:

- a) Jenis pasarnya, apakah pasar konsumen, pasar industri, pasar penjual, pasar pemerintahan ataukah pasar internasional
- b) Kelompok pembeli atau segmen pasarnya
- c) Daya belinya
- d) Frekuensi pembeliannya
- e) Keinginan kebutuhan

3. Modal

Apabila barang yang dijual belum diketahui oleh pembeli maka penjual harus memperkenalkan dulu atau membawa barangnya ke tempat pembeli. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan adanya sarana serta usaha, seperti: alat transport, tempat peragaan baik di dalam perusahaan maupun diluar perusahaan, usaha promosi, dan sebagainya. Semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjual memiliki sejumlah modal untuk itu.

4. Kondisi Organisasi Perusahaan

Pada perusahaan besar bagian penjualan ditangani oleh orang yang telah ahli dibidang penjualan. Lain halnya dengan usaha kecil yang dimana bagian penjualannya ditangani oleh orang yang juga melakukan fungsi-fungsi lain hal ini disebabkan karena jumlah tenaga kerjanya lebih sedikit, sistem organisasinya lebih sederhana,

masalah yang dihadapi serta sarana yang dimilikinya juga ditangani sendiri oleh pemimpin dan tidak diberikan kepada orang lain.

5. Faktor lain yang mempengaruhi penjualan seperti periklanan, peragaan, kampanye, dan pemberian hadiah.

Untuk melaksanakan promosi diperlukan dana yang tidak sedikit dan hanya dapat dilakukan oleh perusahaan yang bermodal kuat, kegiatan ini dilakukan secara rutin, namun sebagian perusahaan lebih berpegang pada prinsip “paling penting membuat barang yang berkualitas baik. Bilamana prinsip tersebut dilaksanakan maka diharapkan pembeli akan membeli barang yang sama.

Jadi, dalam melakukan kegiatan pasar terhadap lima faktor yang mempengaruhi terpenuhinya keinginan konsumen akan suatu barang yang di produksi maupun dijual oleh produsen.

**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif. Penelitian ini akan menguji bagaimana kelayakan Telur asin H-Organik. Yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain.” Tujuan dari penelitian deskriptif ialah untuk mendeskripsikan atau menggambarkan hasil penelitian berdasarkan fakta-fakta yang ada berupa data-data yang diperoleh dari survei lapangan.

**PEMBAHASAN**

**1. Perhitungan Rasio Aktifitas**

$$\text{Turn over asset} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Aktiva}}$$

Tabel 1 Perhitungan *Turn Over Asset*

Keterangan	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
Penjualan	440,883,500	469,536,000	509,175,000	550,420,000	604,257,500
Total Aktiva	1,168,650,000	280,016,713	551,186,366	846,577,942	1,167,010,429
<i>Turn Over Asset</i>	0.3772588	1.6768142	0.923780107	0.650170495	0.517782434

Sumber : Olahan data 2019

Dari perhitungan di atas dapat diketahui bahwa untuk tahun 2015 efektivitas penggunaan aktiva dalam menciptakan penjualan adalah sebesar 0.

37 kali penggunaan aktiva dan ini menandakan aktiva yang yang digunakan mempunyai tingkat efektivitas sebesar 0.37.

**2. Perhitungan Rasio Liquiditas**

$$\text{Likuiditas} = \frac{\text{Aktiva Lancar} \times 100\%}{\text{Hutang Lancar}}$$

Karena perusahaan tidak mempunyai hutang lancar. maka dapat disimpulkan bahwa perusahaan sangat likuid.

### 3. Perhitungan Rasio Solvabilitas

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

Tabel 2 Perhitungan DER

Keterangan	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
Total Hutang	0	0	0	0	0
Total Aktiva	1,168,650,000	280,016,713	551,186,366	846,577,942	1,167,010,429
<b>DER</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>

Sumber : Olahan data 2020

### 4. Perhitungan Rasio Profitabilitas

$$\text{Return on Asset} = \frac{\text{EAT}}{\text{Total aktiva}} \times 100\%$$

Tabel 3 Perhitungan ROA

Keterangan	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
EAT	254,827,313	271,169,653	295,391,576	320,432,487	354,505,273
Total Aktiva	1,168,650,000	280,016,713	551,186,366	846,577,942	1,167,010,429
<b>ROA</b>	<b>22%</b>	<b>97%</b>	<b>54%</b>	<b>38%</b>	<b>30%</b>

Sumber : Olahan data 2020

Dari hasil perhitungan ROA untuk tahun 2015 menunjukkan bahwa dari total aktiva yang dimiliki. perusahaan memberikan pengembalian sebesar 22%.

Dan dari tahun ke tahun nilai ini terus mengalami peningkatan walaupun fluktuatif.

**Analisis Kelayakan Investasi**

**1. Perhitungan Proyeksi Payback Period (PP)**

Tabel 4 Perhitungan *Pay Back Period*

Tahun Ke	CF <sub>t</sub>	CF Komulatif
0	-422,060,600	-422,060,600
1	<b>(149,758,287)</b>	(571,818,887)
2	<b>138,886,366</b>	(432,932,521)
3	<b>451,752,942</b>	18,820,421
4	<b>789,660,429</b>	808,480,850
5	<b>1,161,165,702</b>	1,969,646,552

Sumber : Olahan data 2020

$$PP = (n-) - (CF \text{ Komulatif } -) \frac{(n+) - (n-)}{(CF+) - (CF-)}$$

$$PP = 2 - (-422,060,600) \left( \frac{3 - 2}{18,820,421 - (-432,932,521)} \right)$$

$$PP = 2 + \frac{422,060,600}{451,752,942}$$

$$PP = 2 + 0.93$$

$$PP = 2 \text{ tahun } 9 \text{ bulan } 3 \text{ hari}$$

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa perusahaan mampu mengembalikan tambahan investasi dan modal kerja operasional tahun 2010 selama 2 tahun 9 bulan 3 hari atau

kurang dari masa investasi selama 5 tahun. Maka pengembangan usaha ini layak berdasarkan metode penilaian payback period.

**2. Perhitungan Profitability Index (PI)**

$PI = \frac{NPV}{\text{Investasi awal}}$
--

Tabel 5 Perhitungan Profitability Index (PI)

Tahun Ke	CF <sub>t</sub>	PVIF <sub>r.n</sub> (10%)	PV
0	-422,060,600	1	-422,060,600
1	(149,758,287)	0.909	-136,130,283
2	138,886,366	0.826	114,720,138

3	451,752,942	0.751	339,266,459
4	789,660,429	0.683	539,338,073
5	1,161,165,702	0.621	721,083,901
	<b>Total</b>	<b>NPV</b>	<b>1,156,217,688</b>

Sumber : Olahan data 2020

$$PI = \frac{1,156,217,688}{422,060,600} = 2,74$$

Nilai PI diatas menunjukkan bahwa jika proyek dilaksanakan. maka akan menghasilkan laba sebesar 2,74 kali lipat dari investasi yang ditamankan. Dan syarat kelayakan adalah jika  $PI > 1$ .

dari hasil perhitungan diketahui bahwa PI lebih besar dari satu . sehingga usaha ini layak untuk dikembangkan.

### 3. Perhitungan *Net Present Value (NPV)*

$$NPV = \text{Total PV} - I_0$$

Tabel 6 Perhitungan *Net Present Value*

Tahun Ke	CF <sub>t</sub>	PVIF <sub>r,n</sub> (10%)	PV
0	-422,060,600	1	-422,060,600
1	(149,758,287)	0.909	-136,130,283
2	138,886,366	0.826	114,720,138
3	451,752,942	0.751	339,266,459
4	789,660,429	0.683	539,338,073
5	1,161,165,702	0.621	721,083,901
	<b>Total</b>	<b>NPV</b>	<b>1,156,217,688</b>

Sumber : Olahan data 2020

Dari hasil perhitungan dapat diketahui. bahwa NPV perusahaan Telur asin H-Organik bernilai positif. ini berarti

bahwa usaha ini layak untuk dikembangkan.

### 4. Phitungan *Internal Rate of Return (IRR)*

$$\text{Net Present Value} = \text{Present Value Investasi}$$

Dari perhitungan *cash flow* dapat kita ketahui bahwa *cash flow* yang terjadi

untuk tiap tahunnya adalah sebagai berikut:

Tabel 7 Perhitungan *Present Value*

Tahun Ke	CF <sub>t</sub>
0	-422,060,600
1	(149,758,287)
2	138,886,366
3	451,752,942
4	789,660,429
5	1,161,165,702

berdasarkan perhitungan dengan langkah-langkah seperti di atas. maka diperoleh nilai IRR 53 %. Atau biasa

dengan cara Trial and error seperti sebagai berikut:

Tabel 8 Perhitungan *IRR*

Tahun	Net Cash Flow	PVIF 10 %	PVCF 1	PVIF 20 %	PVCF 2
0	-422,060,600	0.909	-422,060,600	1	-422,060,600
1	(149,758,287)	0.826	114,720,138	0.833	-124,748,653
2	138,886,366	0.751	339,266,459	0.694	96,387,138
3	451,752,942	0.683	539,338,073	0.579	261,564,953
4	789,660,429	0.621	721,083,901	0.482	380,616,327
5	1,161,165,702	0.909	-136,130,283	0.402	466,788,612
		NPV	<b>1,156,217,688</b>	NPV	<b>1,080,608,377</b>

Sumber : Olahan data 2020

IRR =  $i_1 + (i_2 - i_1) \frac{(PVCF_1 - PVCF_2)}{(PVCF_1 - PVCF_2)}$   
 $= 10\% + (20\% - 10\%) \frac{(1,156,217,688 - 1,080,608,377)}{(1,156,217,688 - 1,080,608,377)}$   
 $= 10\% + 10\% \cdot 15.29200138$   
 $= 35,29\%$

Syarat kelayakan suatu bisnis adalah jika IRR lebih besar dari DF. Dari hasil perhitungan. IRR Telur asin H-Organik” > DF yaitu 35,29 % > 20 %. sehingga menurut IRR usaha ini layak untuk dikembangkan.

Analisa SWOT total perusahaan Telur asin H-Organik sebagai berikut:

1. Kekuatan

- Perusahaan menggunakan bahan baku yang berkualitas sehingga menghasilkan produk yang berkualitas.
- Perusahaan tidak menggunakan bahan pengawet atau kimia yang membahayakan kesehatan konsumen.
- Adanya kenaikan penjualan dari tahun ke tahun akan meningkatkan laba perusahaan.
- Harga jual produk bersaing sesuai dengan kualitas produk.
- Lokasi pabrik strategis dan cukup luas. karena berada di

- pinggir jalan raya sehingga mudah dijangkau dengan berbagai alat transportasi.
- f. Perusahaan telah memiliki surat-surat perizinan sebagai kelengkapan legalitasnya.
  - g. Adanya sistem pengawasan langsung oleh pemilik perusahaan yang bersamaan dengan kegiatan, dimana suatu aspek dari prosedur harus memenuhi syarat atau aturan tertentu guna menjamin ketepatan dan kelancaran pelaksanaan proses produksi.
  - h. Proses produksi yang dilakukan oleh perusahaan tidak menghasilkan limbah yang dapat membahayakan lingkungan sekitar.
  - i. Perusahaan telah membantu pemerintah dalam mengurangi jumlah pengangguran dan meningkatkan taraf hidup masyarakat sekitar.
2. Kelemahan
    - a. Desain kemasan yang kurang menarik
    - b. Belum tersedianya teknologi yang memadai/canggih.
    - c. Masih menggunakan manajemen tradisional dan akuntansi yang sangat sederhana
    - d. Perencanaan strategis dan operasional yang belum matang dan mantap, sehingga belum maksimal bahkan tidak terencana dengan baik.
    - e. Kurangnya pengetahuan manajemen mengenai UU Ketenagakerjaan, mengenai etika bisnis dan perdagangan pasar global.
  3. Peluang
    - a. Adanya volume penjualan yang mengalami peningkatan dari tahun ke tahun sehingga akan meningkatkan laba perusahaan.
    - b. Adanya peluang untuk memperluas pasar ke wilayah luar Bandung
    - c. Adanya kepercayaan konsumen terhadap perusahaan karena perusahaan telah memenuhi unsure legalitas yang diperlukan dalam pendirian suatu usaha dan produk.
    - d. Tidak adanya pencemaran yang ditimbulkan atau keluhan dari masyarakat sekitar akibat adanya kegiatan produksi yang dilakukan oleh perusahaan.
    - e. Adanya investor atau bank yang akan memberikan pinjaman modal kepada perusahaan untuk mengembangkan usaha.
  4. Ancaman
    - a. Mudahnya teknik pembuatan telur asin menyebabkan banyak pesaing muncul.
    - b. Ketidakstabilan ekonomi mengkhawatirkan permintaan akan menurun sedangkan bahan baku terus mengalami kenaikan.
    - c. Adanya kemungkinan pesaing yang menggunakan teknik atau proses produksi yang lebih baik sehingga dapat menghasilkan produk yang lebih berkualitas dengan harga yang lebih murah serta dapat memproduksi dalam kapasitas yang lebih besar.
    - d. Adanya perencanaan yang lebih baik, manajemen yang profesional serta sistem akuntansi yang baik dan benar dari perusahaan pesaing yang sejenis sehingga lebih cepat untuk mengembangkan usahanya.

#### **PENUTUP**

Berdasarkan kesimpulan dalam penelitian ini dilihat dari aspek

pemasaran. Ramalan permintaan pasar terhadap telur asin setelah dianalisis, ternyata permintaan pasar sangat *fluktuatif*. Begitu juga dengan potensi pasar yang ternyata menunjukkan adanya permintaan yang belum terpenuhi oleh perusahaan. Dengan demikian perusahaan berkesempatan untuk dapat meningkatkan kapasitas produksinya serta menambah toko distribusi penjualan. Lokasi yang cukup strategis memungkinkan perusahaan untuk dapat meningkatkan efisiensi. melalui pengelolaan bahan baku. serta mengelola ketersediaan tenaga kerja yang merupakan keuntungan bagi perusahaan Telur asin H-Organik. Adanya cabang toko baru sebagai bentuk perluasan proses pemasaran. serta berpengaruh dalam meningkatkan tingkat penjualan layak untuk direalisasikan. Perkembangan yang dihadapi perusahaan, maka sudah seharusnya struktur organisasi dan system manajemen yang diterapkan harus diperbaiki sehingga sesuai dengan tuntutan perkembangan perusahaan dalam melakukan proses produksi. Perusahaan tidak mengakibatkan atau menghasilkan limbah yang dapat membahayakan masyarakat sekitar sehingga aman bagi lingkungan. Hal ini menambah nilai positif dan pencitraan bagi perusahaan dimata masyarakat. Dengan adanya perijinan dari instansi terkait, maka akan menambah point tersendiri bagi perusahaan. Sehingga menambah kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan serta dapat mempermudah akses dalam mendapatkan dana dari lembaga keuangan sangat terbuka lebar untuk memperoleh tambahan modal usaha.

## REFERENSI

- Arifudin, O. (2020). Analisis Budaya Organisasi Dan Komitmen Organisasi Karyawan Bank Swasta Nasional Di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 4(2), 73–87.  
<http://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/327/150>
- Arifudin, O. (2019). Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Di PT. GLOBAL (PT.GM). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(2), 184–190.  
<http://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/243/90>
- Arifudin, O. & Rusmana, F. (2020). Pengaruh Penempatan Karyawan Terhadap Efektivitas Kerja Pada PT Agro Bumi. *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 15(2), 14–21.  
<https://e-journal.umc.ac.id/index.php/VL/article/view/1091/764>
- Brent, D. R. dan L. P. S. (2013). *Komunikasi dan Perilaku Manusia*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- DH, B. S. (2009). *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta : BPF.
- Echo Perdana Kusumah , Disman, H. H. (2020). Keterlibatan Merek terhadap Kepuasan dan Niat Berkunjung Kembali Konsumen Resort Terpadu. *Jurnal Ecodemica*, 4(1), 135–145.  
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/ecodemica/article/view/7880>

Jakfar, K. &. (2012). *Studi Kelayakan Bisnis. Cetakan ke Delapan*. Jakarta: Kencana.

Philip, K. (2005). *Manajemen Pemasaran (terjemahan)*. Jakarta: Prentice Hall.

Sunyoto, D. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Cetakan ke-1. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).

Westwood, J. (2006). *How to write marketing plan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

#### **BIODATA PENULIS**

##### **Opan Arifudin**

Dosen Tetap STEI Al-Amar Subang. Lulus S1 Pendidikan Agama Islam (2014), Program Magister Manajemen Pendidikan Universitas Islam Bandung (2017), dan Kandidat Program Doktor Universitas Nusantara (2019). Penulis berlisensi Badan Nasional Standarisasi Profesi (BNSP) dengan nomor Penulis BNSP 1446.020612019. Dengan Google Scholar ID DSxAzyQAAAAJ dan ID Sinta 6709823.

##### **Yayan Sofyan**

Dosen Tetap STIE Muhammadiyah Bandung (D/h Universitas Muhammadiyah Bandung). Lulus S1 Ilmu Manajemen, STIE STEMBI Bandung (2014), Program Magister Manajemen STIE Pasundan Bandung (2016), dan Kandidat Program Doktor Universitas Nusantara (2019) dengan Google Scholar ID TQiNZVMMAAAAJ&hl serta ID Sinta 6201636.

##### **Rahman Tanjung**

Dosen Tetap STIT Rakeyan Santang Karawang. Lulus S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen UNSOED Purwokerto, Magister Manajemen Konsentrasi MSDM STIE Kampus Ungu Jakarta dan saat ini sedang menempuh studi doktoral di Universitas Islam Nusantara (UNINUS) Bandung dengan Google Scholar ID Jo6GAGUAAAAJ&hl=en serta ID Scopus 57217086407.

## Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesejahteraan Masyarakat di Provinsi Riau

Wiwin Indrayanti

Universitas Diponegoro, wiwinindrayanti@students.undip.ac.id

### ABSTRAK

Tingkat kesejahteraan yang memiliki tren berfluktuatif dengan kecenderungan menurun, akan berdampak pada berkurangnya kemampuan masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya, sehingga akan mempengaruhi kesejahteraannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesejahteraan masyarakat di Provinsi Riau. Variabel digunakan dalam penelitian ini meliputi tingkat kemiskinan, tingkat pengangguran terbuka (TPT), pengeluaran per kapita, dan pertumbuhan ekonomi. Metode yang digunakan regresi data panel dengan menggunakan sumber data sekunder yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2008-2017. Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan adalah sampling jenuh dengan data 11 kabupaten/kota di Provinsi Riau. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kemiskinan berpengaruh negatif dan pengeluaran per kapita berpengaruh positif terhadap kesejahteraan masyarakat, sedangkan tingkat pengangguran dan pertumbuhan tidak signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat. Analisis ini diharapkan dapat menyajikan informasi mengenai kondisi kesejahteraan di Provinsi Riau sebagai bahan evaluasi pembangunan. Pembaharuan kebijakan pemerintah pada sektor ekonomi perlu dilakukan untuk mencegah atau mengurangi kemiskinan dan pengangguran, serta membuat program pengembangan menuju masyarakat yang sejahtera.

Kata Kunci : *kesejahteraan masyarakat, kemiskinan, TPT, pengeluaran per kapita, PDRB*

### ABSTRACT

*The level of welfare that has a fluctuating trend with a downward trend, will have an impact on the reduced ability of the community to meet their needs, so that will affect their welfare. This study aims to analyze the factors that affect the welfare of the people in Riau Province. The variables used in this study include the level of poverty, the level of open unemployment (TPT), per capita expenditure, and economic growth. The method used panel data regression that uses secondary data sources obtained from the Central Statistics Agency (BPS) in 2008-2017. Data analysis was performed using a quantitative descriptive approach. The sampling technique used is sampling saturated with data in 11 districts and cities in Riau Province. The results showed that the poverty rate has a negative effect and per capita expenditure has a positive effect on community welfare, while the unemployment and growth rates do not significantly affect on community welfare. This analysis is expected to provide information on welfare conditions in Riau Province as material for development evaluation. Reform of government policies in the economic sector needs to be done to prevent or reduce poverty and unemployment, and create development programs towards a prosperous society.*

*Keywords: community welfare, poverty, TPT, per capita expenditure, GRDP*

*Naskah diterima: 29-08-2020, direvisi: 14-07-2020, diterbitkan: 01-09-2020*

## PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi pada hakikatnya bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dengan melakukan perubahan pada aspek politik, ekonomi, dan sosial budaya. Proses pembangunan dapat dilakukan dengan cara mengembangkan perekonomian dan mengatasi berbagai permasalahan pembangunan. Untuk itu, keberhasilan pembangunan dapat dicapai dengan membuat perencanaan yang dapat mengatasi permasalahan dan meningkatkan perekonomian, sehingga akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Kartasmita, 1996).

Pengangguran dan kemiskinan merupakan penghambat peningkatan kesejahteraan masyarakat. Adapun strategi yang dibuat organisasi perubahan dunia (ILO) pada tahun 1997, dalam mengatasi ini dengan membuat program yang dapat menciptakan lapangan kerja, sehingga masyarakat dapat memenuhi kebutuhan pokoknya.

Pertumbuhan ekonomi merupakan indikator keberhasilan pembangunan. Untuk itu, setiap daerah berupaya membuat kebijakan meningkatkan pertumbuhan ekonominya. Pertumbuhan ekonomi dapat diukur dengan besarnya kenaikan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Pertumbuhan ekonomi dapat tercapai dengan adanya peningkatan kapasitas produksi pada kurun waktu tertentu (Todaro & C. Smith, 2013). Hal ini dapat terjadi karena dengan adanya peningkatan PDRB, akan menambah pendapatan dan pengeluaran masyarakat, sehingga berdampak pada peningkatan distribusi pendapatan.

Badan program pembangunan PBB (UNDP) menggunakan indeks pembangunan manusia (IPM), sebagai indikator kesuksesan pembangunan dan kesejahteraan suatu negara. IPM digunakan untuk mengukur capaian pembangunan manusia yang berbasis pada sejumlah komponen dasar kualitas hidup, yang meliputi dimensi umur panjang dan sehat dengan indikator harapan hidup saat lahir, dimensi pengetahuan dengan indikator harapan lama sekolah dan rata-rata lama sekolah, serta standar hidup layak dengan indikator pengeluaran per kapita (BPS, 2018).

Provinsi Riau melakukan pembangunan di berbagai bidang untuk meningkatkan taraf hidup masyarakatnya. Kebijakan pembangunan yang dilakukan, telah berhasil meningkatkan indeks pembangunan manusia (IPM) pada tahun 2008-2017.



Gambar 1

Perkembangan IPM Provinsi Riau

Sumber : BPS diolah, 2019

Riau pada 2017 dengan memiliki IPM sebesar 71,79 berada pada peringkat 6 dari 34 provinsi di Indonesia. Kondisi ini, berdasarkan skala internasional karena IPM berada antara 66-80 masuk dalam kategori kelompok menengah atas.

Di sisi lain dari peningkatan Indeks Pembangunan Manusia, Provinsi Riau juga memiliki permasalahan perekonomian seperti kemiskinan dan pengangguran. Jumlah penduduk miskin sebanyak 514,62 ribu jiwa dan pengangguran yang semakin meningkat dengan laju 6,22 persen (BPS, 2018). Kondisi kemiskinan provinsi Riau dapat di lihat pada gambar berikut ini :



Gambar 2

Penduduk Miskin Provinsi Riau

Sumber : BPS diolah, 2019

Berdasarkan gambar 2, persentase penduduk miskin di Riau pada tahun 2017 sebesar 7,78 persen. Adanya angka kemiskinan yang tinggi ini, merupakan akibat tidak meratanya

pembangunan antar wilayah, sehingga pemerintahnya melakukan upaya untuk mengentaskan kemiskinan.

Menurut Survei Sosial Ekonomi Nasional yang dilakukan oleh pemerintah, jumlah penduduk miskin masih tergolong tinggi meskipun angka kemiskinan mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Penurunan tingkat kemiskinan dari tahun 2008-2017 terbesar terdapat pada tahun 2011 dengan penurunan sebesar 85,55 ribu jiwa.



Gambar 3

TPT Provinsi Riau Tahun 2008-2017

Sumber : BPS diolah,2019

Pada gambar 3, pengangguran pada 2008-2017 berfluktuatif dengan tren yang menurun.. Masalah pengangguran selalu berkaitan dengan masalah kependudukan. Pada tahun 2011 angka pengangguran meningkat tinggi sebesar 10,27 persen karena pada tahun yang sama pertumbuhan penduduk semakin meningkat yang menyebabkan penyediaan kesempatan kerja tidak mencukupi sehingga menimbulkan pengangguran dan setengah menganggur.

Pemerintah provinsi Riau berupaya menekan angka pengangguran dengan membuka lapangan pekerjaan, namun lapangan kerja yang tersedia tidak berbanding lurus dengan banyaknya penduduk yang membutuhkan pekerjaan. Kondisi ini, menjadi semakin berat dengan adanya imigran yang datang ke Riau, sehingga pemerintahnya hanya dapat menurunkan pengangguran pada 2011-2013 sebesar 4.79 persen.

Pendapatan perkapita masyarakat di provinsi Riau tergolong tinggi. Dari gambar 4 terlihat bahwa pengeluaran perkapita masyarakat provinsi Riau dari tahun 2008-2017 mengalami peningkatan yang signifikan.



Gambar 4

Pengeluaran Perkapita Provinsi Riau Tahun 2008-2017

Sumber : BPS diolah,2019

Peningkatan pendapatan perkapita tersebut berimbas pada pergeseran pola konsumsi yang menyebabkan pengeluaran perkapita juga meningkat. Menurut Survei Sosial Ekonomi Nasional menunjukkan bahwa selama 10 tahun terakhir telah terjadi perubahan orientasi konsumsi rumah tangga Riau. Peningkatan pengeluaran terjadi karena adanya peningkatan pendapatan masyarakat. Adanya peningkatan pengeluaran perkapita, menunjukkan terjadinya kenaikan kesejahteraan masyarakatnya.



Gambar 5

PDRB Provinsi Riau Tahun 2008 2017

Sumber : BPS diolah, 2019

Pada 2017 pertumbuhan ekonomi Riau melampaui Indonesia. Pertumbuhan ekonomi Provinsi Riau tercatat dengan nilai sebesar Rp. 705,68 atau 5,10 persen. Namun, pada tahun 2015, pertumbuhannya mengalami tren yang menurun.

Penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya dalam beberapa hal. Umumnya, studi empiris sebelumnya berfokus pada hubungan antara tingkat kemiskinan, tingkat pengangguran, pendapatan perkapita dan pertumbuhan ekonomi yang dipandang dapat mempengaruhi kesejahteraan (Chalid

& Yusuf, 2014). Modifikasi dari panelitian ini adalah mempertimbangkan bagaimana pengeluaran perkapita dapat mempengaruhi kesejahteraan. Mengingat bahwa kesejahteraan juga dapat tercermin dari pendapatan yang dibelanjakan atau dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhan (Mu'arifah, 2016). Penelitian yang dilakukan oleh Amare et al., (2012); Maluccio et al., (2000) menunjukkan bahwa pengeluaran perkapita mampu mempengaruhi kesejahteraan, berbeda dengan pendapat Badrudin & Kuncorojati, (2017) yang menemukan bahwa kesejahteraan masyarakat tidak ditentukan oleh besarnya pengeluaran perkapita. *Research gap* dalam penelitian ini muncul karena adanya perbedaan hasil temuan diantara penelitian diatas.

Terdapat beberapa indikator yang dapat mempengaruhi kesejahteraan masyarakat di Riau. Dengan diketahuinya indikator yang mempengaruhi kesejahteraan masyarakat, dapat di buat program pengembangan menuju masyarakat sejahtera. Untuk itu, perlu dilakukan penelitian faktor-faktor yang mempengaruhi kesejahteraan masyarakat di Provinsi Riau.

#### **KAJIAN LITERATUR**

Kesejahteraan sosial merupakan suatu kondisi atau keadaan sejahtera, baik fisik, mental maupun sosial, dan tidak hanya perbaikan terhadap penyakit sosial tertentu saja (Chalid & Yusuf, 2014). BPS mengukur kesejahteraan rakyat melalui delapan bidang, yaitu kependudukan, kesehatan dan gizi, pendidikan, ketenagakerjaan, taraf dan pola konsumsi, perumahan dan lingkungan, kemiskinan, dan sosial lainnya (BPK, 2008). Kemiskinan adalah suatu kondisi ketidakmampuan secara ekonomi untuk memenuhi standar hidup rata-rata masyarakat di suatu daerah. Masyarakat dapat dikatakan miskin apabila memiliki pendapatan jauh lebih rendah dari rata-ratanya sehingga tidak memiliki kesempatan untuk mensejahterakan dirinya (Suryawati, 2003). Kesejahteraan yang dipengaruhi oleh kemiskinan sesuai dengan penelitian Al-Nasser & Hallaq (2019); Ariza (2016);

Chalid & Yusuf (2014); Churchill (2020); Darsana (2016).

Pengangguran adalah suatu keadaan di mana seseorang yang tergolong dalam angkatan kerja ingin mendapatkan pekerjaan tetapi belum dapat memperolehnya (Sukirno, 2013). Pengangguran merupakan masalah makroekonomi yang dapat mempengaruhi manusia secara langsung dan merupakan yang paling berat. Bagi kebanyakan orang, kehilangan pekerjaan berarti penurunan standar kehidupan dan tekanan psikologis. Jadi tidaklah mengejutkan jika pengangguran menjadi topik yang sering dibicarakan dalam perdebatan politik dan para politisi sering mengklaim bahwa kebijakan yang mereka tawarkan akan membantu menciptakan lapangan kerja (Mankiw, 2010). Penelitian yang dilakukan oleh Chalid & Yusuf (2014); Ojima (2019) menunjukan bahwa tingkat pengangguran merupakan salah satu faktor yang berpotensi mempengaruhi kesejahteraan masyarakat.

Menurut BPS, perubahan pendapatan seseorang akan berpengaruh pada pergeseran pola pengeluaran. Semakin tinggi pendapatan, semakin tinggi pengeluaran bukan makanan. Dengan demikian, pola pengeluaran dapat dipakai sebagai salah satu alat untuk mengukur tingkat kesejahteraan penduduk, dimana perubahan komposisinya digunakan sebagai petunjuk perubahan tingkat kesejahteraan. Pernyataan tersebut cukup mendukung penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan oleh Arifin et al., (2020); Gomanee et al., (2003); Paul et al., (2014) bahwa pengeluaran per kapita mempunyai hubungan positif yang berarti bahwa semakin tinggi pengeluaran masyarakat, maka semakin tinggi tingkat kesejahteraan.

Pertumbuhan ekonomi menjadi salah satu indikator keberhasilan pembangunan dalam suatu perekonomian. Adanya pertumbuhan ekonomi dapat mengupayakan peningkatan kapasitas

produksi untuk meningkatkan *output*, yang diukur menggunakan Produk Domestik Bruto (PDB) maupun Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) dalam suatu wilayah (Adisasmita, 2013). Penelitian yang dilakukan oleh Ariza (2016); Chalid &

Yusuf (2014); Nurarif (2013); Reyes & Useche (2019) menemukan bahwa pertumbuhan ekonomi yang ditunjukkan pada nilai PDRB cukup mampu mempengaruhi kesejahteraan masyarakat.

Berdasarkan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu dapat dibuat hipotesis. Adapun hipotesisnya adalah :

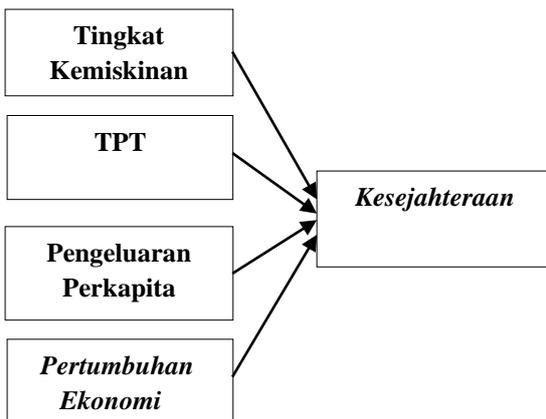
H<sub>1</sub> :Tingkat kemiskinan berpengaruh negatif terhadap kesejahteraan masyarakat di Provinsi Riau.

H<sub>2</sub> : Tingkat pengangguran berpengaruh negatif terhadap kesejahteraan masyarakat di Provinsi Riau.

H<sub>3</sub> : Pengeluaran perkapita berpengaruh positif terhadap kesejahteraan masyarakat di Provinsi Riau.

H<sub>4</sub> : Pertumbuhan ekonomi berpengaruh positif terhadap kesejahteraan masyarakat di Provinsi Riau.

Kerangka pemikiran dapat digambar sebagai berikut:



Gambar 6  
Kerangka Pemikiran

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini, menggunakan metode regresi data panel dengan data sekunder pada tahun 2008-2017 di kabupaten dan kota provinsi Riau, yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik. Data Indeks Pembangunan Manusia (IPM) Kabupaten dan Kota di Provinsi Riau berjumlah 12, akan tetapi hanya 11 kabupaten dan kota yang dijadikan objek penelitian karena ada salah satu kabupaten ada yang berdiri pada tahun 2010, sehingga datanya tidak valid yaitu kabupaten Kepulauan Meranti. Sampel penelitian diambil dengan menggunakan sampling

jenuh. Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2017).

## Estimasi Model Regresi Data Panel

Regresi data panel memiliki tiga model. Adapun ketiga modelnya adalah :

### a. Common Effect (CE)

Model ini menggabungkan data *cross section* dan data *time series*, kemudian dengan menggunakan metode OLS terhadap data panel tersebut. Pendekatan yang digunakan dapat melihat perbedaan antar waktu karena interseptnya maupun slope sama. Model ini tidak memperhatikan adanya perbedaan karakteristik dalam *cross section* maupun *time series*.

### b. Fixed Effect (FE)

Dalam model ini memiliki intercept yang mungkin berubah-ubah untuk setiap individu dan waktu, dimana setiap unit *cross section* bersifat tetap secara *time series*.

### c. Random Effect (RE)

Model ini mempunyai kesamaan dengan model sebelumnya yaitu *fixed effects*, dimana dimasukan juga dimensi individu dan waktu namun pembeda model ini dari *fixed effects* adalah dalam mengestimasi dimasukan juga *error term* karena dalam mengansumsikan *error term* berhubungan dengan dimensi individu maupun waktu.

## Pemilihan Model Regresi Data Panel

Dari ketiga pendekatan yang telah diestimasi akan dipilih pendekatan mana yang paling tepat dengan tujuan penelitian. Ada tahapan uji (*test*) yang dapat dijadikan alat dalam memilih model regresi data panel (CE, FE atau RE) berdasarkan karakteristik data yang dimiliki, yaitu: *F Test (Chow Test)* dan *Hausman Test*

### a. Chow Test

Uji *chow* ini bertujuan untuk menentukan bagaimana model digunakan apakah menggunakan *common effect* atau *fixed effects*, dengan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>0</sub> : Model Common Effect (CE)

H<sub>1</sub> : Model Fixed Effect (FE)

Dalam menolak maupun menerima hipotesis di atas maka dilakukan perbandingan antara perhitungan F-tabel dan F-statistik, apabila F-statistik lebih besar dari F-tabel atau  $(\text{prob} > f) < \alpha$  maka  $H_0$  ditolak yang berarti model yang paling cocok untuk digunakan merupakan model *fixed effects*, dan jika F-statistik lebih kecil atau  $(\text{prob} > f) > \alpha$  maka model yang paling cocok untuk digunakan ialah model *common effect*.

F-statistik > F-tabel =  $H_0$  ditolak

F-statistik < F-tabel =  $H_0$  diterima

#### b. Hausman Test

Uji Hausman merupakan uji lanjutan dalam memilih model regresi data panel. Uji ini dilakukan ketika hasil yang ditunjukkan oleh Uji Chow, model *fixed Effects* lebih bagus, dalam Uji Hausman akan di pilih lagi manakah yang lebih cocok digunakan antara *fixed effect* dan *random effect*, uji Hausman menggunakan hipotesis sebagai berikut:

$H_0$  : Model *Random Effect (RE)*

$H_1$  : Model *Fixed Effect (FE)*

Dalam menolak maupun menerima hipotesis di atas uji Hausman ini mengikuti distribusi statistik *chi square* dengan *degree of freedom* sebanyak  $k$ , dimana  $k$  adalah jumlah variabel independen. Jika nilai probabilitas *chi square* maka kurang dari nilai kritis maka model yang digunakan adalah *fixed effect*, sebaliknya jika penolakan  $H_0$  tidak signifikan maka yang digunakan adalah *random effect* (Gujarati et al., 2013).

#### c. Lagrange Multiplier Test

LM test dilakukan dengan tujuan untuk menentukan model terbaik dalam regresi data panel, apakah model *random effect* lebih atau *common effect*.

LM test harus dilakukan jika model berada dalam dua kondisi, yaitu:

1. Uji Chow menunjukkan bahwa model terbaik adalah *common effect*.
2. Tes Hausman menunjukkan bahwa model terbaik adalah *random effect*.

Jika diperoleh nilai  $p$  value kurang dari 0,05, maka model terbaik yang dipilih adalah *random effect*, sedangkan jika  $p$  value

lebih dari 0,05 maka model *common effect* yang harus digunakan.

$H_0$ : Model *Common Effect (CE)* ( $p > 0,05$ )

$H_1$ : Model *Random Effect (RE)* ( $p < 0,05$ )

#### Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk memperoleh koefisien determinasi (*adjusted R<sup>2</sup>*), uji parsial dan uji simultan. Nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* berkisar antara  $0 < \text{Adjusted } R^2 < 1$ . Semakin besar nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* (mendekati 100 persen) semakin baik model regresi tersebut. Nilai *adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 0 berarti varians dari variabel dependen tidak dapat diterangkan sama sekali oleh variabel independennya dan sebaliknya.

Uji parsial dapat dilakukan dengan menggunakan nilai probabilitas *kesalahan estimasi (p-value)*. Nilai probabilitas *kesalahan estimasi (p-value)* dapat ditentukan melalui nilai standarisasi  $Z$  dengan formulasi sebagai berikut :

Nilai  $t$  atau  $Z = b_1 - \beta_1$

1. Jika probabilitas ( $p$ -value) > nilai kritis, maka tidak signifikan
2. Jika probabilitas ( $p$ -value) < nilai kritis, maka signifikan

Uji simultan dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama – sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen. Bila probabilitas ( $p$  – value) > nilai kritis, maka tidak signifikan. Bila probabilitas ( $p$  – value) < nilai kritis, maka signifikan. Jika variasi nilai variabel dependen dapat dijelaskan oleh semua variabel independen dalam model regresi, maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama – sama semua variabel independen di dalam model regresi berpengaruh terhadap variabel dependen.

**PEMBAHASAN**

Dalam analisis data panel terdapat tiga pendekatan yang digunakan, yaitu *common effect*, *fixed effect* dan *random effect*. Setelah dilakukan pengujian dengan metode tertimbang (*cross section weight*), maka hasil yang diperoleh, sebagai berikut:

Tabel 1.  
Hasil Estimasi

Variabel	Coefficient		
	CEM	FEM	REM
TK	-0.016424	-0.016424	-0.01669
TPT	0.243536	0.243536	0.028732
PPP	0.002476	0.002476	0.002801
PE	-0.137818	-0.137818	-0.068318
C	4.262.250	4.262.250	4.055.685
Prob (F-statistic)	0.000000	0.000000	0.000000

Sumber : Hasil olahan data penelitian

**a. Uji Chow**

Pertama data panel diesmitasi menggunakan efek spesifikasi *fixed*. Uji yang dilakukan yaitu uji Chow. Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah sebaiknya model menggunakan *fixed effect* atau *common effect (CE)*.

$H_0$  : *common effect (CE)*

$H_1$  : *Fixed Effect (FE)*

Untuk menentukan pilihan antara *CE* dan *FE*, maka dapat dilihat output FE. Apabila P value ( $Prob > f$ ) < alpha 0,05 maka  $H_1$  diterima. Sehingga pilihan terbaik menggunakan *fixed effect*.

Berdasarkan hasil tersebut karena P value ( $Prob > F$ ) sebesar 0.0000 sehingga  $H_1$  diterima. Maka model *fixed effect* adalah model yang sebaiknya digunakan.

**b. Hausmann Test**

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah model *random effect* lebih baik digunakan dari *fixed effect*.

$H_0$  : *Random Effect (RE)*

$H_1$  : *Fixed Effect (FE)*

Apabila hasil probabilitas P value ( $Prob > chi^2$ ) < alpha 0,05 maka  $H_1$  diterima.

Berdasarkan hasil tersebut diperoleh p value ( $Prob > chi^2$ ) alpha 0,05 sebesar 0.0000

sehingga  $H_1$  diterima atau pilihan terbaik adalah *fixed effect* daripada *random effect*.

**Uji Statistik**

**Uji Determinasi (Adjusted R<sup>2</sup>)**

Uji Koefisien Determinasi (*R square*) bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh variasi variabel independen dapat menerangkan dengan baik variasi variabel dependen. Berdasarkan hasil regresi diperoleh koefisien *adjusted R square* sebagai berikut:

Tabel 2  
Hasil Uji Adjusted R<sup>2</sup>

Observasi	Adjusted R <sup>2</sup>	Chi Square	P Value
110	0.894630	172.334	0.00000

Sumber : Hasil olahan data penelitian

Koefisien determinasi atau *goodness of fit* diperoleh angka *adjusted square* sebesar 0.894630. Hal ini berarti bahwa kontribusi seluruh variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sebesar 89,4 persen. Selisihnya sebesar 10,6 persen dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

**Uji Parsial (Uji t-Statistik)**

Hasil analisis uji parsial menunjukkan bahwa semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berikut tabel ringkasan uji parsial variabel independen terhadap variabel dependen:

Tabel 3  
Ringkasan Hasil Uji Parsial

V	T	Kritis	Prob	Ket
TK	-0.016424	0.05	0.04630	Signif
TPT	0.243536	0.05	0.0000	No
PPP	0.002476	0.05	0.0000	Signif
PE	-0.137818	0.05	0.0019	No

Hasil olahan data penelitian

**Uji Simultan (Uji F-Statistik)**

Berdasarkan hasil analisis diperoleh probabilitas F sebesar 0.0000. Berarti pada taraf signifikansi 5 persen, probabilitas F lebih kecil dari nilai kritis maka uji F adalah signifikan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel secara

bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat. Variabel tingkat kemiskinan, tingkat Pengangguran, pengeluaran per kapita, pertumbuhan ekonomi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kesejahteraan.

#### Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil uji hipotesis, dapat diperoleh analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesejahteraan sebagai berikut :

a. Hipotesis 1

Berdasarkan hasil perhitungan, tingkat kemiskinan memiliki probabilitas sebesar 0.04630. Dalam taraf signifikansi 5 persen maka variabel tingkat kemiskinan secara individu signifikan dalam mempengaruhi kesejahteraan. Nilai koefisien regresi sebesar -0.016424 menunjukkan arah negatif artinya tingkat kemiskinan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kesejahteraan.

Jumlah kemiskinan yang semakin berkurang akan menciptakan kemakmuran hidup masyarakat. Penurunan jumlah kemiskinan disebabkan karena sebagian besar masyarakat riau mulai membangun usaha sehingga mereka memperoleh pendapatan sendiri. Pendapatan dalam hal ini merupakan faktor yang dominan dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat riau. Hasil penelitian ini cukup mendukung penelitian yang dilakukan oleh Al-Nasser & Hallaq (2019); Ariza (2016); Chalid & Yusuf (2014); Churchill (2020); Darsana (2016) yang berpendapat bahwa penurunan angka kemiskinan signifikan dengan peningkatan kemakmuran.

b. Hipotesis 2

Berdasarkan tabel 3 hasil tingkat pengangguran memiliki probabilitas sebesar 0.0000. Dalam taraf signifikansi 5 persen maka variabel tingkat pengangguran secara individu tidak signifikan dalam mempengaruhi kesejahteraan. Nilai koefisien regresi sebesar 0.243536 menunjukkan arah

positif yang berarti bahwa tingkat pengangguran tidak mampu mempengaruhi kesejahteraan masyarakat.

Jumlah pengangguran yang semakin meningkat bukan berarti terjadi penurunan kesejahteraan. Sebagian besar usaha yang dijalankan masyarakat Riau bergerak dibidang pertanian atau perkebunan. Peningkatan jumlah pengangguran dikarenakan sebagian pengusaha yang bergerak dibidang tersebut dianggap tidak bekerja atau menganggur. Hal ini dapat dilihat pada data BPS tahun 2016 tercatat peningkatan angka pengangguran bersamaan dengan peningkatan kesejahteraan. Hubungan positif tingkat pengangguran dan kesejahteraan senada dengan pendapat Sholihah & Kustanto (2017); Suganda (2012).

c. Hipotesis 3

Berdasarkan tabel 3 hasil pengeluaran perkapita memiliki probabilitas sebesar 0.0000. Dalam taraf signifikansi 5 persen maka variabel pengeluaran per kapita secara individu signifikan dalam mempengaruhi kesejahteraan. Nilai koefisien regresi sebesar 0.002476 menunjukkan tanda positif artinya tingkat pengangguran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesejahteraan.

Semakin banyak pengeluaran yang dikeluarkan untuk konsumsi kebutuhan makanan dan non makanan oleh rumah tangga menunjukkan adanya peningkatan pendapat yang diperoleh rumah tangga atau masyarakat provinsi Riau. Masyarakat yang dapat memenuhi kebutuhannya mencerminkan pencapaian kesejahteraan. Hasil penelitian ini didukung oleh Amare et al., (2012); Maluccio et al., (2000); Arifin et al., (2020); Gomanee et al., (2003); Paul et al., (2014) yang menyatakan bahwa pengeluaran perkapita mampu mempengaruhi kesejahteraan.

d. Hipotesis 4

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi memiliki probabilitas sebesar 0.0019. Dalam taraf signifikansi 5 persen maka variabel pertumbuhan ekonomi dinilai tidak signifikan dalam mempengaruhi kesejahteraan, yang dikonfirmasi dengan nilai koefisien sebesar -0.137818 menunjukkan tanda negatif artinya pertumbuhan ekonomi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kesejahteraan.

Berdasarkan data yang diperoleh, terlihat bahwa angka pertumbuhan ekonomi cenderung menurun tetapi mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Hal ini dapat terjadi karena pertumbuhan ekonomi di Provinsi Riau mengalami fluktuatif. Pertumbuhan positif dialami oleh sektor pertanian, *manufacturing* dan perdagangan. Tetapi pertumbuhan negatif tetap terjadi pada sektor pertambangan dan penggalian, yang secara signifikan mempengaruhi kesejahteraan perekonomian keseluruhan di wilayah provinsi Riau. Ketidakmampuan pertumbuhan ekonomi dalam mempengaruhi kesejahteraan cukup mendukung penelitian yang dilakukan Pratiwi & Indrajaya (2019); Rosita & Sita (2016).

**PENUTUP**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kesejahteraan masyarakat di Provinsi Riau. Tingkat kemiskinan, tingkat pengangguran, pengeluaran per kapita, pertumbuhan dapat menjelaskan terhadap kesejahteraan masyarakat sebesar 0.894630. Adapun hasilnya tingkat kemiskinan berpengaruh negatif dan pengeluaran perkapita berpengaruh positif terhadap kesejahteraan masyarakat, sedangkan tingkat pengangguran dan pertumbuhan tidak signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat.

Untuk itu, pemerintah perlu melakukan skala prioritas dalam mengembangkan sektor ekonomi, terutama yang dapat menyerap tenaga kerja. Melakukan pemetaan dan pembenahan data

masyarakat miskin agar dapat melakukan pembinaan dan pemberian bantuan yang tepat sasaran. Melihat keserasan masyarakat untuk berwirausaha tinggi, dibutuhkan intervensi pemerintah dalam mendukung terciptanya wirausaha yang berdaya saing. Hal ini perlu dilakukan karena wirausaha dipercaya memiliki peran dalam meningkatkan pembangunan ekonomi serta berdampak positif pada peningkatan kesejahteraan.

**REFERENSI**

- Adisasmita, R. (2013). *Teori-Teori Pembangunan Ekonomi, Pertumbuhan Ekonomi dan Pertumbuhan wilayah*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Al-Nasser, A. D., & Hallaq, S. S. Al. (2019). Impact of human poverty on the human development index in Jordan within the period 2003-2016. *International Journal of Business and Society*, 20(2), 552–562. <https://www.researchgate.net/publication/335715844>
- Amare, M., Asfaw, S., & Shiferaw, B. (2012). Welfare impacts of maize-pigeonpea intensification in Tanzania. *Agricultural Economics*, 43(1), 27–43. <https://doi.org/10.1111/j.1574-0862.2011.00563.x>
- Arifin, Z., Maipita, I., & Hutasuhut, S. (2020). The Effect of Capital Expenditure and Economic Growth on the Human Development Index of the District City in North Sumatera. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 7(1), 585–594. <https://doi.org/10.14738/assrj.71.7741>
- Ariza, A. (2016). Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Dan Belanja Modal Terhadap Indeks Pembangunan Manusia (Ipm) Dalam Perspektif Islam. *Al-Maslahah Jurnal Ilmu Syariah*, 12(1), 1–21. <https://doi.org/10.24260/almaslahah.v12i1.348>
- Badrudin, R., & Kuncorojati, I. (2017). The Effect of District Own-Source Revenue and Balance Funds on Public Welfare By Capital Expenditure and Economic Growth As an Intervening Variable in Special District of Yogyakarta. *Jurnal*

- Manajemen Dan Kewirausahaan*, 19(1), 54–59. <https://doi.org/10.9744/jmk.19.1.54-59>
- BPK. (2008). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia*. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/4820>
- BPS. (2018). *Badan Pusat Statistik*. <https://www.bps.go.id/>
- Chalid, N., & Yusuf, Y. (2014). Pengaruh Tingkat Kemiskinan dan Tingkat Pengangguran, Upah Minimum Kabupaten/Kota Dan Laju Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Indeks Pembangunan Manusia di Provinsi Riau. *Jurnal Ekonomi*, 22(2), 1–12. <http://ejournal.unri.ac.id/index.php/JE/article/viewFile/2592/2547%0A>
- Churchill, S. A. (2020). Moving from the Millennium to the Sustainable Development Goals. In *Moving from the Millennium to the Sustainable Development Goals*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-981-15-1556-9>
- Darsana, A. G. K. P. & I. B. (2016). Pengaruh Kemiskinan Dan Investasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Dan Kesejahteraan Masyarakat. *E-Jurnal EP Unud*, 8 [6]: 1300-1330, 1300–1330.
- Gomanee, K., Morrissey, O., Mosley, P., & Verschoor, A. (2003). AID , Pro-Poor Expenditure And Welfare. *World*, 1–24.
- Gujarati, D. N., Porter, D. C., & Mardanugraha, E. (2013). *Dasar-dasar Ekonometrika, buku 1* (5th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Kartasmita, G. (1996). Pembangunan untuk rakyat : memadukan pertumbuhan dan pemerataan. *Economic Development--Indonesia; Economic Policy; Economic Conditions-1945*.
- Maluccio, J., Haddad, L., & May, J. (2000). Social capital and household welfare in South Africa, 1993-98. *Journal of Development Studies*, 36(6), 54–81. <https://doi.org/10.1080/00220380008422654>
- Mankiw, N. G. (2010). *Macroeconomics* (7th ed.). New York: Worth Publishers.
- Mu'arifah, L. (2016). *Tingkat Kesejahteraan Di Provinsi Daerah*.
- Nurarif. (2013). Analisis Pengaruh Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Terhadap Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Way Kanan Tahun 2010-2015 Perspektif Ekonomi Islam. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Ojima, D. (2019). Unemployment and Economic Development In Nigeria ( 1980-2017 ). *Advances in Social Sciences Research Journal* –, 6(1), 110–121. <https://doi.org/doi.org/10.14738/assrj.61.5827>
- Paul, K. N., Hamdiyah, A., & Samuel, A. D. (2014). Food expenditure and household welfare in Ghana. *African Journal of Food Science*, 8(3), 164–175. <https://doi.org/10.5897/ajfs2013.1120>
- Pratiwi, N. P. A., & Indrajaya, I. G. B. (2019). Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi dan Pengeluaran Pemerintah Terhadap penyerapan Tenaga Kerja Serta Kesejahteraan Masyarakat di Provinsi Bali. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 220–233.
- Reyes, G. E., & Useche, A. J. (2019). Competitiveness, economic growth and human development in Latin American and Caribbean countries 2006-2015: A performance and correlation analysis. *Competitiveness Review*, 29(2), 139–159. <https://doi.org/10.1108/CR-11-2017-0085>
- Rosita, P., & Sita, A. (2016). Pengaruh Belanja Modal Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Dan Kesejahteraan Masyarakat Di Pulau Kalimantan. *STIE YKPN Yogyakarta*, 2(2), 33–50. <https://doi.org/10.26486/jramb.v2i2.284>
- Sholihah, F., & Kustanto, M. (2017). Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi dan

Kesenjangan Pendapatan terhadap Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Sidoarjo. *Seminar Nasional & Call For Paper, FEB Unikama "Peningkatan Ketahanan Ekonomi Nasional Dalam Rangka Menghadapi Persaingan Global"* Malang, 94–105.

Suganda, A. (2012). Pengaruh Pendapatan Asli Daerah dan Tingkat Pengangguran Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Melalui Pertumbuhan Ekonomi. *Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tanjungpura*, 91(5), 1–58.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis. Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R & D* (3rd ed.). Bandung: Alfabeta.

Sukirno, S. (2013). *Teori Pengantar Makroekonomi* (3rd ed.). Jakarta: Rajawali Pers.

Suryawati. (2003). *Teori Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: UPP, AMP YKPNA.

Todaro, M. P., & C. Smith, S. (2013). *Pembangunan Ekonomi* (11th ed.). Jakarta: Erlangga.

#### **BIODATA PENULIS**

**Wiwin Indrayanti**, merupakan mahasiswa tingkat akhir di jurusan ilmu ekonomi dan studi pembangunan Universitas Diponegoro. Saat ini penelitiannya fokus di bidang ekonomi dan publikekonomi pembangunan.

## Faktor-Faktor Mempengaruhi *Non Performing Loan* (Npl) Di Industri Perbankan Indonesia

Sabaruddin Siagian

Universitas Bina Sarana Informatika, [Sabaruddin.sdg@bsi.ac.id](mailto:Sabaruddin.sdg@bsi.ac.id)

### ABSTRAK

Penelitian ini menguji variabel suku bunga BI Rate, kredit dan ROA perbankan berpengaruh terhadap variabel kredit bermasalah atau NPL di industri perbankan Indonesia. Populasi penelitian adalah bank-bank di industri perbankan Indonesia. Sampel penelitian ini menggunakan bank umum konvensional (BUK) yang terdaftar di OJK tahun 2015-2019. Asumsi klasik digunakan dalam penelitian, yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi. Dalam penelitian ini menemukan ada perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini. Pada penelitian terdahulu umumnya menggunakan sampel terbatas sedangkan pada penelitian ini menggunakan sampel besar yakni bank-bank BUK. Maka kesimpulan-kesimpulan penelitian terhadap variabel-variabel yang diuji bervariasi sedangkan kesimpulan dalam penelitian ini sudah menunjukkan kondisi perbankan nasional. Dalam penelitian ini menemukan bahwa NPL perbankan Indonesia jauh dibawah 5%. Sehingga memengaruhi pengambilan simpulan penelitian. Kesimpulannya, BI Rate, penyaluran kredit dan ROA perbankan tidak berpengaruh terhadap kredit bermasalah atau NPL.

**Kata Kunci :** Suku Bunga BI Rate, Kredit, ROA dan NPL.

### ABSTRACT

*Research test examines whether the BI Rate, lending and bank ROA affect non-performing loans in the Indonesian banking industry. In this study, the population is banks in the Indonesian banking industry. This research sample uses conventional commercial bank data registered with the Financial Services Authority in 2015-2019. In this study using the classic assumption test that is, normality test, multicollinearity, heteroskedascity test, and autocorrelation test to determine the relationship between variables. In this research found that there were difference between previous researches and this research. In previous researches, generally using a limited sample, while in this research using a large sample, namely BUK banks. So the conclusions of previous researches on the variables tested vary, while the conclusions in this research have shown the condition of national banking. The result of this study found the fact that non-performing loans in the Indonesian banking industry were consistently below 5% in accordance with the regulations and provisions of the banking authority. Thus affecting once in results of this study. As a result, the BI Rate, lending and banking ROA have no affect on non-performing loans.*

**Keywords:** BI Rate, Credit, ROA and NPL

*Naskah diterima: 22-07-2020, direvisi: 15-09-2020, diterbitkan: 20-09-2020*

### PENDAHULUAN

Menurut (Oktaviani, 2012), kegiatan utama bank adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali ke masyarakat guna meningkatkan

kesejahteraan masyarakat. Dana pihak ketiga yang berhasil dihimpun oleh bank merupakan sumber dana terbesar bagi bank untuk membiayai aktivitas atau kegiatan bank sehari-hari serta usaha bank untuk

melakukan aktivitas penyaluran kredit. Memiliki fungsi perantara atau intermediasi pendanaan itu, maka membuat industri perbankan menjadi sangat penting menjadi penggerak perekonomian.

Dalam menyalurkan dana itu kembali ke masyarakat dapat menimbulkan risiko (*risk*), kredit tersebut tersendat pengembaliannya. Tersendatnya pengembalian dana tersebut mengakibatkan peningkatan NPL industri perbankan tersebut.

NPL disebabkan oleh faktor internal maupun faktor eksternal. Akan tetapi, kedua faktor tersebut kita batasi variabelnya supaya makin dalam analisisnya dan juga fokus langsung terhadap NPL perbankan tersebut.

Dalam penulisan ilmiah ini, faktor eksternal yang memengaruhi kredit bermasalah atau NPL perbankan adalah suku bunga acuan, BI Rate, dari Bank Indonesia (BI). Kebijakan moneter BI dengan BI Rate-nya ini sangat memengaruhi signifikan terhadap suku bunga kredit bank yang diberikan perbankan kepada debitur atau dunia usaha. Bila suku bunga acuan, BI Rate, ini meningkat atau dinaikkan tentu akan direspons atau ditransmisikan kepada peningkatan suku bunga kredit perbankan. Sebaliknya, bila suku bunga acuan, BI Rate, ini menurun, maka ditransmisikan juga kepada penurunan suku bunga kredit perbankan. Naik atau turunnya suku bunga kredit perbankan ini tentu mempengaruhi risiko kredit atau NPL perbankan.

Dalam faktor internal dalam penelitian ini diberikan dua variabel dalam memengaruhi kredit bermasalah atau NPL. Kedua variabel internal tersebut adalah variabel penyaluran kredit dan profitabilitas atau laba perbankan digambarkan dengan tingkat pengembalian harta atau *return on asset* (ROA) perbankan itu.

Dalam hal penyaluran kredit, dalam penelitian ini, sudah jelas ada pengaruhnya terhadap risiko kredit atau NPL perbankan. Jika perbankan tersebut hati-hati (*prudent*) dalam menyalurkan kreditnya, risiko kredit atau NPL pasti terkelola dengan baik. Sehingga, kinerja perbankan itu tidak “terganggu” dan risiko bangkrut perbankan itu menurun.

Variabel internal lain yang mempengaruhi kredit bermasalah atau NPL perbankan adalah profitabilitas atau ROA perbankan itu. Variabel profitabilitas atau ROA perbankan ini penting diikutsertakan dalam variabel mempengaruhi risiko kredit atau NPL karena profitabilitas atau ROA perbankan ini bisa mampu mengurangi tingkat kredit bermasalah atau NPL perbankan.

Dengan tiga variabel independen, suku bunga acuan BI Rate, penyaluran kredit dan profitabilitas atau ROA perbankan, tentu mampu menjelaskan faktor-faktor penyebab kredit bermasalah atau NPL industri perbankan Indonesia lebih dalam. Untuk menguatkan hipotesis-hipotesis penelitian dan memperkuat analisis atau pembahasan hasil penelitian ini, maka disajikan juga penelitian-penelitian atau penelitian terdahulu yang menyangkut variabel-variabel penelitian ini. Penelitian-penelitian terdahulu ini terkait pengaruh BI Rate terhadap kredit bermasalah atau NPL, pengaruh penyaluran kredit terhadap kredit bermasalah atau NPL dan pengaruh profitabilitas atau ROA terhadap kredit bermasalah atau NPL perbankan.

Dalam penelitian terdahulu ditemukan *research gap* atau perbedaan kesimpulan penelitian terhadap variabel-variabel yang diteliti. (Dwihandayani, 2017) membuat kesimpulan penelitiannya bahwa tidak pengaruh BI Rate terhadap kredit

bermasalah atau NPL. Sedangkan (Hernawati & Puspasari, 2018) dalam kesimpulan penelitian mereka bahwa ada pengaruh positif BI Rate terhadap NPL. Begitu juga (Oktaviani, 2012) hasil kesimpulan penelitiannya bahwa tidak ada pengaruh penyaluran kredit terhadap NPL. Sedangkan hasil kesimpulan penelitian t (Fanani, Zaenal & Alvaribi, 2013) bahwa ada pengaruh negatif penyaluran kredit terhadap NPL. Dan (Purwoko, Didik dan Sudiyatno, 2013) dalam kesimpulan penelitian mereka bahwa ROA berpengaruh negatif terhadap NPL. Sedangkan (Sugiarto & Lestari, 2017) dalam kesimpulan penelitian mereka bahwa tidak pengaruh ROA perbankan terhadap NPL.

*Research gap* diatas dan kesimpulan penelitian lainnya yang berbeda terhadap variabel-variabel yang diatas terjadi karena perbedaan sampel-sampel data yang digunakan, seperti, Bursa Efek Indonesia (BEI) saja, bank-bank BUMN, sampel-sampel yang selektif dan dipilih dan bank-bank Syariah. Dalam penelitian ini memposisikan pada sampel besar dengan menggunakan sampel data besar bank-bank umum konvensional (BU K). Dengan menggunakan sampel BUK tersebut sudah dapat menjelaskan kesimpulan kondisi perbankan nasional secara utuh terhadap variabel-variabel yang diteliti.

Dan dipaparkan juga hasil-hasil kesimpulan dari penelitian terdahulu tersebut serta riset yang berbeda kesimpulan dengan variabel-variabel yang sama.

Terkait pengaruh BI Rate terhadap kredit bermasalah atau *non-performing loans* (NPL) dan hasil-hasil kesimpulan penelitian tersebut berbeda, antara lain, (Syahid, 2016), (Wijaya, 2019), (Prasetya & Khairani, 2014), (Barus & Erick, 2016), (Hernawati & Puspasari, 2018), (Kumala & Suryantini,

2015), (Dwihandayani, 2017) dan (Setyaningsih et al., 2015).

Penelitian-penelitian terdahulu yang terkait penyaluran kredit terhadap kredit bermasalah atau NPL dan hasil-hasil kesimpulan penelitian tersebut berbeda, antara lain, (Fanani, Zaenal & Alvaribi, 2013), (Setyaningsih et al., 2015), (Dwihandayani, 2017) dan (Haryanto & Widyarti, 2017).

Dan, penelitian-penelitian terdahulu terkait pengaruh profitabilitas atau *return on asset* (ROA) terhadap kredit bermasalah atau NPL dan hasil-hasil kesimpulan penelitian berbeda, antara lain, (Sukarno, Kartika Wahyu & Syaichu, 2006), (Purwoko, Didik dan Sudiyatno, 2013a), (Sugiarto & Lestari, 2017), (Patni, Suarmi Sri & Darma, 2017) dan (Syahid, 2016).

## KAJIAN LITERATUR

### NPL

Ketika perbankan menyalurkan kreditnya kepada masyarakat atau dunia usaha, tentu ada potensi kemungkinan kredit yang disalurkan itu tidak dapat dikembalikan oleh masyarakat atau dunia usaha. Potensi kemungkinan tidak mampu membayar kembali dana yang dipinjam atau kredit oleh masyarakat atau dunia usaha itu disebut dengan kredit bermasalah atau *non-performing loans* (NPL).

Industri perbankan seharusnya dikelola dengan baik sehingga tidak mempengaruhi kinerja perbankan tersebut dan mengurangi risiko bangkrut. Sebaliknya juga jika tidak mampu mengelola kredit bermasalah atau NPL dengan baik dapat mengakibatkan kinerja perbankan menurun drastis dan potensi kemungkinan bangkrut meningkat tajam.

Dalam industri perbankan, kolektibilitas atau tingkat kualitas kredit perbankan terdiri dari, kredit lancar, kredit dalam perhatian, kredit kurang lancar, kredit yang diragukan dan kredit macet. Yang termasuk kredit bermasalah atau NPL adalah kredit yang

kolektibilitas atau kualitasnya kredit tidak lancar, kredit diragukan dan kredit macet.

Batas kredit bermasalah atau *non-performing loans* (NPL) yang aman adalah maksimal 5% dari total atau jumlah kredit yang disalurkan oleh perbankan itu. Hal ini tercantum pada Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/14/PBI/2006.

### **BI Rate**

Bank Indonesia (BI) dalam menjalankan perannya untuk menjaga stabilitas moneter atau inflasi dan mendorong tingkat pertumbuhan ekonomi. Dengan adanya undang-undang tersebut, tugas BI hanya fokus pada stabilisasi inflasi dan mendorong pertumbuhan perekonomian dan tidak lagi berperan sebagai regulator dan pengawas industri perbankan Indonesia.

Dalam melaksanakan peranannya menjaga stabilisasi inflasi dan mendorong pertumbuhan ekonomi, BI memiliki instrumen, yakni suku bunga acuan, BI Rate. Suku bunga BI Rate adalah suku bunga surat berharga yang berjangka pendek, dengan tenor 7 hari, yang diperjual-belikan oleh BI di pasar uang atau *money market*.

Bank Indonesia akan menaikkan suku bunga acuannya atau BI Rate jika inflasi meningkat. Dan akan mempengaruhi atau bertransmisi terhadap suku bunga kredit perbankan dan selanjutnya perbankan menaikkan suku bunga kreditnya. Dengan meningkatnya suku bunga kredit tersebut, maka dapat meningkatkan NPL perbankan tersebut.

### **Kredit Perbankan**

Fungsi bisnis perbankan selain sebagai tempat penyimpanan dana masyarakat yang surplus, juga menyalurkan dana tersebut. Besarnya dana yang disalurkan tersebut pada kisaran 75% sampai 90% dari total atau jumlah simpanan oleh masyarakat di bank tersebut. Atas penyaluran kredit tersebut, perbankan menerima pendapatan bunga kredit. Dan pendapatan bunga kredit ini menjadi mayoritas pendapatan perbankan tersebut.

Dalam UU No. 10 Tahun 1998, pengertian kredit dijelaskan, kredit adalah penyediaan uang atau tagihan, yang berdasarkan

persetujuan bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak lain tersebut untuk melunasi utangnya setelah waktu tertentu dengan disertai pemberian bunga.

### **ROA**

Profitabilitas diproksikan dengan *return on asset* (ROA). Menurut (Gitman, Lawrence J & Zutter, 2013), bahwa tingkat pengembalian harta/aset atau *return on total assets* (ROA) adalah kemampuan manajemen dalam menghasilkan laba atau *profit* dengan memanfaatkan aktiva/aset. Rumus ROA ini didapat dari pembagian laba sebelum pajak terhadap total aktiva atau aset bank tersebut lalu dikalikan dengan 100%.

### **Kerangka Teori**

#### **A. Pengaruh BI Rate terhadap Kredit NPL Perbankan**

Dalam membuat hipotesis penelitian ini terkait pengaruh BI Rate terhadap kredit bermasalah atau NPL, penelitian ini menggunakan teori dan penelitian terdahulu. Menurut (Siamat, 2004), kenaikan suku bunga BI Rate akan memberatkan peminjam atau debitor untuk melunasi kredit yang dipinjamkan terutama yang menggunakan suku bunga mengambang (*floating rate*), sehingga dapat menyebabkan kredit bermasalah atau *non performing loans* (NPL) meningkat dalam perekonomian terjadi inflasi, maka BI akan menaikkan suku bunga acuannya, BI Rate. (Wijaya, 2019) dalam penelitiannya dengan menggunakan data yang bersumber OJK membuat kesimpulan bahwa ada pengaruh positif antara BI Rate terhadap NPF/NPL. (Hernawati & Puspasari, 2018) juga menghasilkan kesimpulan penelitian dengan sampel-sampel bank-bank syariah bahwa ada pengaruh positif BI Rate terhadap NPL. (Barus & Erick, 2016) menghasilkan kesimpulan penelitian dengan sampel bank-bank selektif bahwa ada pengaruh positif BI Rate terhadap NPL. Dengan demikian hipotesis (H1) adalah sebagai berikut ini:

H1 Ada pengaruh positif dan signifikan BI Rate terhadap kredit bermasalah atau NPL.

### **B. Pengaruh Penyaluran Kredit terhadap NPL Perbankan**

(Oktaviani, 2012) mengambil kesimpulan bahwa tidak ada pengaruh penyaluran kredit terhadap NPL. (Haryanto & Widyarti, 2017) dalam penelitian mereka dengan menggunakan sampel bank-bank yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) menghasilkan kesimpulan bahwa tidak ada pengaruh penyaluran kredit terhadap NPL. Dan (Dwihandayani, 2017) dalam penelitiannya dengan menggunakan sampel bank-bank yang terdaftar di BEI menghasilkan kesimpulan tidak ada pengaruh penyaluran kredit terhadap NPL. Dengan demikian hipotesis (H2) dapat dibuat sebagai berikut:

H2 Tidak ada pengaruh penyaluran kredit terhadap kredit bermasalah atau NPL.

### **C. Pengaruh ROA terhadap NPL Perbankan**

(Patni, Suarmi Sri & Darma, 2017), menyatakan dalam penelitian mereka bahwa ada pengaruh negatif ROA terhadap NPL. (Purwoko, Didik dan Sudiyatno, 2013) dalam penelitian mereka dengan menggunakan sampel bank-bank yang terdaftar di BEI menghasilkan kesimpulan bahwa ada pengaruh negatif ROA terhadap NPL. Dengan demikian dapat dibuat hipotesis (H3) sebagai berikut ini:

H3 Ada pengaruh ROA negatif dan signifikan terhadap kredit bermasalah atau NPL.

### **D. Pengaruh Simultan BI Rate, Penyaluran Kredit dan ROA terhadap NPL perbankan**

(Dwihandayani, 2017) dalam penelitiannya bahwa secara simultan ada pengaruh BI Rate dan penyaluran kredit terhadap NPL. (Hernawati & Puspasari, 2018) dalam penelitian mereka menghasilkan kesimpulan bahwa secara parsial ada pengaruh positif BI Rate terhadap NPL. (Barus & Erick, 2016) menghasilkan kesimpulan secara parsial bahwa pengaruh positif BI Rate terhadap NPL). (Wijaya, 2019) menghasilkan kesimpulan secara parsial bahwa ada pengaruh positif BI Rate terhadap NPL. (Sukarno, Kartika Wahyu & Syaichu, 2006)

juga menghasilkan penelitian bahwa secara parsial ada pengaruh positif ROA terhadap NPL. Dan (Setyaningsih et al., 2015) menghasilkan penelitian bahwa secara parsial ada pengaruh positif penyaluran kredit terhadap NPL. Dari hasil kesimpulan-kesimpulan penelitian - penelitian ini dapat mendukung pembuatan hipotesis (H4). Dengan demikian hipotesis (H4) sebagai berikut:

H4 Ada pengaruh simultan signifikan BI Rate, penyaluran kredit, dan ROA perbankan terhadap kredit bermasalah atau NPL.

## **METODE PENELITIAN**

### **Objek Penelitian**

Objek penelitian ini adalah semua bank umum konvensional (BUK) yang terdaftar di lembaga Otoritas Jasa Keuangan atau OJK dalam periode tahun 2015-2019.

### **Data Penelitian**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder penelitian ini diambil dari web Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dengan alamat web tersebut [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id) dan data dari Bank Indonesia (BI) yang alamat webnya adalah [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id). Dan data yang digunakan dalam penelitian data keuangan bank-bank umum konvensional (BUK) yang terpublikasi dari tahun 2015-2019.

### **Populasi dan Sampel Penelitian**

Untuk penelitian ini, populasinya adalah perbankan Indonesia. Dan jumlah sampel penelitian ini semua bank umum konvensional yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan atau OJK dan Bank Indonesia atau BI pada periode tahun 2015-2019 yang berjumlah 110 bank. Data sampel yang diambil dari OJK adalah data variabel penyaluran kredit, ROA dan *non-performing loans* (NPL). Sedangkan data sampel dari Bank Indonesia adalah data variabel suku bunga acuan BI Rate.

**Uji Klasik**

Apabila penelitian menggunakan uji hipotesis regresi linear, maka data penelitian harus memenuhi uji asumsi klasik, antara lain, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan autokorelasi.

Uji normalitas adalah uji untuk melihat apakah data penelitian kita memiliki terdistribusi normal atau tidak. Dan uji multikolinieritas, pada model regresi yang baik, variabel-variabel independen seharusnya tidak berkorelasi satu dengan yang lain (Santoso, 2018). Sedangkan uji heteroskedastisitas, menguji perbedaan varian residual satu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain (Sujarweni, V. Wiratna & Utami, 2019). Serta, uji autokorelasi, untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada waktu tertentu dengan variabel sebelumnya.

**Analisis Regresi Linier Berganda**

Model regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut ini:

$$Y = a + \beta_1 \text{ BI Rate} + \beta_2 \text{ Kredit} + \beta_3 \text{ ROA} + e$$

Y= Kredit bermasalah atau *non-performing loans* (NPL)

a= Konstata

$\beta$ = Koefisien regresi

BI Rate= Suku bunga surat berharga Bank Indonesia (BI)

Kredit= Penyaluran kredit

ROA= *Return on Asset* atau profitabilitas

e= Variabel residual (*error*)

**Koefisien Determinasi**

Dalam koefisien determinasi ini menjelaskan korelasi atau hubungan yang menjelaskan antara variabel tidak terikat terhadap variabel terikat. Dan, menjelaskan juga berapa persen variabel tidak terikat atau bebas mempengaruhi terhadap variabel terikat.

**Uji F**

Dalam uji F, kita menguji bagaimana variabel tidak terikat mempengaruhi secara simultan terhadap variabel terikat dalam sebuah penelitian.

**Uji t**

Uji statistik parsial digunakan untuk menguji hipotesis pengaruh setiap variabel tidak terikat atau variabel bebas terhadap variabel terikat.

**PEMBAHASAN**

**Uji Asumsi Klasik**

**Uji Normalitas**

Uji normalitas menggunakan statistik non parametrik Kolmogorov – Smirnov (k-s). Cara pengambilan keputusannya adalah:

Jika Sig> 0,05 maka data berdistribusi normal.

Jika Sig< 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

Dari pengujian pengelolaan data penelitian dengan menggunakan SPSS 25, ditemukan hasil bahwa data penelitian terdistribusi normal karena signifikasinya 0,200>0,05.

Tabel 1.

One-Sample Kolmogorov- Smirnov-test

	Unstandardized Residual
Asymp Sig(2-tailed)	0,200
a. Test distribution is normal	

Sumber: Hasil output SPSS yang diolah, 2020

**Uji Multikolinieritas**

Dalam menentukan terjadi multikolinieritas pada penelitian atau tidaknya dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF)-nya. Jika nilai *tolerance* diatas 0,10 atau nilainya VIF-nya dibawah 10, data penelitian itu tidak terjadi multikolinieritas. Hasil pengelolaan data penelitian yang diolah SPSS 25, diperoleh nilai *tolerance* diatas 0,10 dan nilai VIF-nya dibawah 10 maka data penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 2. Coefficients

	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
BI Rate	0,611	1,64
Kredit	0,471	2,12
ROA	0,682	1,47

Sumber: Hasil output SPSS yang diolah

**Uji Heteroskedastisitas**

Dalam uji heteroskedastisitas memakai uji Gejser. Dalam pengolahan data menggunakan SPSS 25. Dalam uji Glejser ini, kriteria tidak terjadinya heteroskedastisitas jika signifikansi variabel bebas > 0,05. Dari pengelolaan data penelitian dengan menggunakan SPSS 25, signifikansi ketiga variabel independen data penelitian di atas 0,05. Maka, data penelitian itu tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 3. Coefficients (uji Glejser)

Model	Signifikasi
BI Rate	0,426
Kredit	0,176
ROA	0,84

Sumber: Hasil output SPSS 25 yang diolah

**Uji Autokorelasi**

Dalam pengujian autokorelasi pada penelitian ini menggunakan uji Durbin-Watson test. Dengan menggunakan SPSS 25 mengelola data penelitian, ditemukan nilai Durbin-Watson sebesar 1,829. Jika tidak terjadi autokorelasi harus terjadi:  $du < d < 4 - d$

$du = 1,676$ ,  $4 - d = (4 - 1,676 = 2,324)$ , dan  $d = 1,829$

$1,676 < 1,829 < 2,324$

Nilai Durbin-Watson (d) > dari du dan nilai Durbin-Watson (d) < (4-du), maka tidak terjadi autokorelasi pada data penelitian tersebut.

**Koefisien Determinasi (R square)**

Data hasil olahan data penelitian yang diolah dengan SPSS 25, dihasilkan korelasi (*correlation*) atau hubungan (r) antara variabel independen atau tidak terikat, BI Rate, Kredit dan ROA, terhadap variabel dependen atau terikat (*non-performing loans/NPL*), r sebesar 0,752. Ini berarti

hubungan variabel independen, BI Rate, kredit, dan ROA, terhadap kredit bermasalah atau NPL adalah hubungan atau korelasi yang sangat kuat.

Koefisien determinasinya (R square) = 0,565 atau 56,15%. Artinya, 56,5% variabel kredit bermasalah atau *non-performing loans* (NPL) dipengaruhi oleh ketiga variabel BI Rate, kredit dan ROA. Sedangkan 43,5% dipengaruhi faktor-faktor lain yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini.

Tabel 4. Koefisien Determinasi

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Durbin - Watson
1	0,752	0,565	0,484	1,829

Sumber: hasil output dari SPSS 25 yang diolah

Tabel 5. Uji F (Uji Simultan)

Model		df	F	Sig
1	Regression	3	6,941	0,003
	Residual	16		
	Total	19		

Sumber: hasil output SPSS 25 yang diolah

Dalam uji simultan antara variabel BI Rate, kredit dan ROA terhadap *non performing loans* (NPL) dalam penelitian ini. Karena signifikansi uji F sebesar 0,003 dibawah 0,05 atau F hitung 6,941 > F tabel 3,239, maka ada pengaruh simultan antara BI Rate, kredit, dan ROA terhadap NPL perbankan. H4 diterima. BI Rate, kredit dan ROA berpengaruh signifikan terhadap kredit bermasalah atau NPL.

**Persamaan Regresi Linier Berganda**

Persamaan regresi linier dalam penelitian ini adalah sebagai berikut ini:

$$Y = 5,40 - 0,076 \text{ BI Rate} - 0,021 \text{ Kredit} - 0,861 \text{ ROA} + e$$

Tabel 6. Regresi Linier Berganda

Model	$\beta$	t	Sig
Konstanta	5,40	5,332	0,000
BI Rate	-0,076	-1,634	0,122
Kredit	-0,021	-1,078	0,297
ROA	-0,861	-2,082	0,054

Sumber : output hasil SPSS yang diolah

### Hasil Uji Parsial (Uji t)

1. Pengaruh suku bunga Bank Indonesia, BI Rate, terhadap kredit bermasalah (NPL) perbankan.  
Nilai signifikansi untuk BI Rate sebesar 0,122. Nilai signifikansi BI Rate ini sebesar  $0,122 > 0,05$ . Memiliki makna bahwa antara BI Rate terhadap kredit bermasalah atau NPL adalah tidak memiliki pengaruh signifikan. Jadi hipotesis (H1) ditolak. Dengan demikian, hipotesis (Ho) diterima, tidak ada pengaruh BI Rate terhadap NPL.
2. Pengaruh Penyaluran kredit terhadap NPL  
Juga untuk variabel kredit, signifikasinya 0,297, masih diatas 0,05. Karena signifikansi kredit  $0,297 > 0,05$  maka hipotesis H2 diterima. Dengan demikian, tidak ada pengaruh antara penyaluran kredit terhadap kredit bermasalah atau *non-performing loans* (NPL).
3. Pengaruh ROA terhadap NPL  
Signifikansi ROA terhadap NPL hampir mendekati 0,05. Tetap saja signifikansi ROA perbankan sebesar 0,054 di atas 0,05. Walaupun nilai signifikansi mendekati 0,05 tetap hipotesis H3 tetap ditolak. Jadi tetap hipotesis Ho diterima atau H3 ditolak. Tidak ada pengaruh ROA terhadap NPL.

Pengaruh BI Rate terhadap kredit bermasalah atau NPL.

Secara terrioritis, naiknya BI Rate akan meningkatkan kredit bermasalah atau NPL. Tapi dengan mencermati data NPL industri perbankan Indonesia pada data penelitian ini berada di sekitar 2%-3%. Dataranya nilai NPL perbankan Indonesia ini karena pelaku atau *player* perbankan Indonesia taat kepada asas-asas pengelolaan *non-performing loans* (NPL) yang sehat. Pelaku perbankan tetap mempertahankan tingkat NPL masih jauh di bawah regulasi atau aturan Bank Indonesia, di bawah 5%. Tingkat NPL perbankan masih jauh di bawah 5% itu karena perbankan intens menurunkan NPL-nya dengan memelihara cadangan aktiva produktifnya. Dengan kebijakan yang agresif menurunkan

NPL-nya, otomatis BI Rate tidak dapat mempengaruhi kredit NPL perbankan.

Pengaruh kredit terhadap NPL.

Dalam konteks teori, kredit akan mempengaruhi NPL. Seperti dijelaskan di poin pertama di atas bahwa industri perbankan Indonesia taat terhadap regulasi perbankan yang membatasi maksimal 5% NPL dari jumlah total penyaluran kredit maka NPL perbankan Indonesia kurang merespons dampak dari kenaikan penyaluran kredit terhadap NPL.

Rendahnya NPL perbankan kita karena konsisten melakukan pencadangan biaya cadangan aktiva produktif. Dengan kehati-hatian perbankan dalam menyalurkan kredit dan taat terhadap aturan batas maksimal tingkat NPL, maka kenaikan penyaluran kredit tidak otomatis menaikkan kredit bermasalah atau NPL perbankan.

Pengaruh ROA perbankan terhadap NPL.

Tidak meresponnya ROA perbankan terhadap kredit NPL dikarenakan perbankan memelihara rendahnya NPL-nya. ROA menjadi tidak meningkat tinggi dikarenakan perbankan mengeluarkan biaya yang besar dalam menurunkan NPL-nya jauh di bawah batas ketentuan dari otoritas regulator perbankan, BI atau OJK. Sehingga, data besaran ROA perbankan Indonesia tidak meningkat tajam, begitu juga NPL perbankan tetap tingkat yang stabil. Maka, mengakibatkan pengaruh ROA perbankan terhadap kredit bermasalah atau NPL menjadi pengaruhnya tidak ada.

### PENUTUP

Dari hasil penelitian ini terdapat kesimpulan-kesimpulan, antara lain:

Secara simultan variabel terikat, BI Rate, penyaluran kredit, dan ROA, mempengaruhi signifikan terhadap NPL di industri perbankan Indonesia. Secara parsial, BI Rate tidak berpengaruh signifikan terhadap NPL perbankan Indonesia. Secara parsial, tidak ada pengaruh penyaluran kredit terhadap NPL perbankan. Secara parsial juga tidak pengaruh ROA perbankan terhadap NPL perbankan.

Ada pun saran yang diberikan pada penelitian-penelitian yang selanjutnya

adalah bila melakukan penelitian terkait dengan faktor-faktor mempengaruhi kredit bermasalah atau NPL, maka diminta memasukkan variabel pertumbuhan ekonomi, likuiditas, dan DPK perbankan supaya meningkatkan koefisien determinasi atau R square. Sehingga ada peningkatan persentase faktor-faktor mempengaruhi NPL perbankan pada penelitian-penelitian yang dilakukan selanjutnya meningkat.

#### REFERENSI

- Barus, A. C., & Erick. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Non Performing Loan pada Bank Umum Di Indonesia. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 6(2), 113–122. <https://www.mikroskil.ac.id/ejurnal/index.php/jwem/article/view/325>
- Dwihandayani, D. (2017). Analisis Kinerja Non Performing Loan (Npl) Perbankan Di Indonesia Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Npl. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 22(3), 228985.
- Fanani, Zaenal & Alvaribi, M. N. Q. (2013). FAKTOR-FAKTOR PENENTU RISIKO KREDIT. *Iqtishadia*, 6, No. 2, 293.
- Gitman, Lawrence J & Zutter, C. J. (2013). *PRINCIPLES OF MANAGERIAL FINANCE*. Person Education Limited.
- Haryanto, S. B., & Widyarti, E. T. (2017). Analisis Pengaruh NIM, NPL, BOPO, BI Rate dan CAR Terhadap Penyaluran Kredit Bank Umum Go Public Periode 2012-2016. *Journal of Management*, 6(4), 1–11.
- Hernawati, H., & Puspasari, O. R. (2018). Pengaruh Faktor Makroekonomi terhadap Pembiayaan Bermasalah. *Journal of Islamic Finance and Accounting*, 1(1). <https://doi.org/10.22515/jifa.v1i1.1134>
- Kumala, P. A. S., & Suryantini, N. putu santi. (2015). PENGARUH CAPITAL ADEQUACY RATIO , BANK SIZE DAN BI RATE TERHADAP RISIKO KREDIT ( NPL ) PADA Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana Bali , Indonesia. *Universitas Udayana Bali*, 4(8), 2228–2242. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/12823>
- Oktaviani. (2012). *Pengaruh DPK, ROA, CAR, NPL, dan Jumlah SBI Terhadap Penyaluran Kredit Perbankan (Studi Pada Bank Umum Go Public di Indonesia Periode 2008-2011)*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Patni, Suarmi Sri & Darma, G. S. (2017). Non Performing Loan, Loan to Deposit Ratio, Net Interest Margin, BOPO, Capital Adequacy Ratio, Return on Asset and Return on Equity. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 14, No.2.
- Prasetya, E., & Khairani, S. (2014). Pengaruh Faktor-Faktor Penentu Jumlah Penyaluran Kredit Terhadap Tingkat Risiko Kredit Pada Bank Umum Go Public di Indonesia. *Jurnal Akuntansi STIE MDP*, 1, 1–8.
- Purwoko, Didik dan Sudiyatno, B. (2013a). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA BANK (STUDI EMPIRIK PADA INDUSTRI PERBANKAN DI BURSA EFEK INDONESIA). *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 20. No.1, 25–39.
- Purwoko, Didik dan Sudiyatno, B. (2013b). No Title. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 20, No.1.
- Santoso, S. (2018). *Menguasai SPSS Versi 25*. KOMPAS GRAMEDIA.
- Setiyaningsih, S., Juanda, B., & Fariyanti, A. (2015). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Ratio Non Performing Loan (Npl). *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 1(1), 23–33. <https://doi.org/10.17358/jabm.1.1.23>
- Siamat, D. (2004). *Manajemen Lembaga Keuangan* (Edisi Keem). Lembaga Penerbit FE UI.
- Sugiarto & Lestari, H. S. (2017). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PROFITABILITAS BANK PADA

BANK KONVENSIONAL YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 10 No.2.

Sujarweni, V. Wiratna & Utami, L. R. (2019). *THE MASTER BOOK OF SPSS* (p. 328). Penerbit STARUP.

Sukarno, Kartika Wahyu & Syaichu, M. (2006). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA BANK UMUM DI INDONESIA. *Jurnal Study Manajemen & Organisasi*, 3, 46.

Syahid, D. C. N. (2016). Pengaruh Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Kredit Bermasalah serta Dampaknya Terhadap Cadangan Kerugian Penurunan Nilai Menurut PSAK 55. *Jurnal Perbanas*, 2(1), 1–23. [https://doi.org/10.1016/s0957-4174\(99\)00061-5](https://doi.org/10.1016/s0957-4174(99)00061-5)

Wijaya, R. S. (2019). Pengaruh Faktor Makro Ekonomi Terhadap Kredit Bermasalah Pada Bank Umum Di Indonesia. *Oeconomicus Journal of Economics*, 4, No.1, 36–47.

#### **BIODATA PENULIS**

**Sabaruddin Siagian** adalah dosen Universitas Bina Sarana Informatika (UBSI), Jakarta. Mengampu mata kuliah akuntansi akuntansi dasar, akuntansi menengah, akuntansi biaya, metode penelitian, manajemen strategik, manajemen keuangan, Memiliki profesi penulis dalam ekonomi dan perbankan. dan tulisan-tulisan secara teratur sudah diterbitkan bertahun-tahun di berbagai media nasional, antara lain, Harian BISNIS INDONESIA, Harian SUARA KARYA, Harian SINDO, Harian SINAR HARAPAN, Harian KORAN JAKARTA.