



# ECOBUSS

## Fakultas Ekonomi Universitas Panca Marga

- Pengaruh Harga, Produk Dan Tempat Terhadap Minat Beli Pelanggan  
M. Mashudi Azrullah, Khamdan Suriyok** 1-6  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Yadika Bangil
- Pengaruh Persepsi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasca  
Pembelian Pengguna Aplikasi Online Shop** 7-15  
Muhammad Anasrulloh, Maria Agatha Sri W. H, Farida Nurhana  
Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung
- Kepuasan Layanan Kinerja LP2M Universitas XYZ Di Jawa Timur  
Berbasis Indeks Dan Importance Performance Analysis (IPA)** 16-28  
Hermanto, Titik Musriati  
Universitas Panca Marga
- Pengaruh Kreasi Dan Inovasi Terhadap Peningkatan Pendapatan  
Usaha Mikro Kecil Menengah** 29-34  
Ishak, Khamdan Suriyok  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Yadika Bangil
- Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pasien Pada Puskesmas Suko  
Kecamatan Maron Kabupaten Probolinggo** 35-40  
Agustina Pujiastuti, Yekti Rahajeng, Sanol Nur Arifin  
Universitas Panca Marga
- Analisis Strategi Untuk Pengembangan Usaha Usaha Mikro Kecil dan  
Menengah di Gresik Jawa Timur** 41-46  
Arif Syaifudin  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Yadika Bangil
- Implementasi Penyusunan Laporan Keuangan Sesuai PSAK-EMKM  
Pada IKM GAZAL MAKMUR Kabupaten Probolinggo** 47-52  
Dyah Ayu Perwitasari, Novita Lidiyana, Trivosa Aprilia Novadiani Haidiputri  
Universitas Panca Marga
- Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan  
Jumlah Penerimaan Mahasiswa Baru** 53-59  
Khamdan Suriyok  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Yadika Bangil



# **Jurnal Ilmiah E C O B U S S**

**(Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis)**  
**ISSN Online : 2722-8622, Print : 2337 - 9340**

---

Volume 10, Nomor 1, Maret 2022

---

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Kuasa, sehingga Jurnal Ilmiah Ecobuss Volume 10 Nomor 1 Edisi Maret 2022 bisa diterbitkan. Jurnal Ecobuss (Economis and Business) merupakan Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis yang meliputi Ilmu Manajemen, Akuntansi, Bisnis/Kewirausahaan, Studi Pembangunan maupun Pendidikan Ekonomi yang diterbitkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Panca Marga Probolinggo. Jurnal ini adalah hasil penelitian dan hasil pemikiran dari Civitas Fakultas Ekonomi dan pihak luar yang berminat pada perkembangan ilmu ekonomi serta terbit secara berkala setiap bulan Maret dan bulan September.

Redaksi berharap agar Jurnal ini terus dapat dikembangkan sehingga bisa terakreditasi pada masa-masa mendatang. Untuk itu Redaksi mengundang para peneliti agar dapat memanfaatkan Jurnal ini untuk mempublikasikan hasil penelitian atau pemikirannya.

Terima kasih kepada semua pihak yang telah berpartisipasi pada penerbitan jurnal Ecobuss ini dan semoga jurnal ini bisa bermanfaat bagi semua pihak.

Probolinggo, Maret 2022

Tim Redaksi

Alamat Redaksi: Fakultas Ekonomi Universitas Panca Marga  
Jl. Yos Sudarso Pabean, Dringu, Probolinggo 67271 Telp. 0335 – 422715



# **Jurnal Ilmiah E C O B U S S**

**(Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis)**  
**ISSN Online : 2722-8622, Print : 2337 - 9340**

---

Volume 10, Nomor 1, Maret 2022

---

**DEWAN REDAKSI JURNAL ILMIAH ECOBUSS**  
**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS PANCA MARGA**

**PENANGGUNG JAWAB**

Khusnik Hudzafidah, S.E.,M.Si.

**PIMPINAN EDITOR**

Mutinda Teguh Widayanto

**ANGGOTA EDITOR**

Ida Subaida, Universitas Abdurrahman Saleh  
Deni Juliasari, STIE Widyagama Lumajang  
Ahmad Yusuf, Universitas Yudharta Pasuruan  
Hery Koeshardjono, Universitas Panca Marga  
Yekti Rahajeng, Universitas Panca Marga  
Renny Augustina, Universitas Panca Marga  
Raihan Wishal Nafis, Universitas Panca Marga

**REVIEWER**

Prof. Dr. Abdul Haris, Universitas Panca Marga  
Cakti Indra Gunawan PhD, Universitas Tribhuwana Tunggaladewi  
Dr. M. Chairul Basrun Umanailo, Universitas Iqra Buru  
Dr. Ratna Wijayanti Daniar Paramita, STIE Widyagama  
Dr. Randika Fandiyanto, S.E.,M.M, Universitas Abdurrahman Saleh  
Dr. Ngatimun, Universitas Panca Marga  
Dr. Moh. Saiful Bahri, Universitas Panca Marga  
Dr. Judi Suharsono, Universitas Panca Marga

Alamat Redaksi: Fakultas Ekonomi Universitas Panca Marga  
Jl. Yos Sudarso Pabean, Dringu, Probolinggo 67271 Telp. 0335 - 422715



# Jurnal Ilmiah E C O B U S S

(Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis)  
ISSN Online : 2722-8622, Print : 2337 - 9340  
Volume 10, Nomor 1, Maret 2022

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>Pengaruh Harga, Produk Dan Tempat Terhadap Minat Beli Pelanggan</b> M. Mashudi Azrullah, Khamdan Suriyok Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Yadika Bangil	1-6
<b>Pengaruh Persepsi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasca Pembelian Pengguna Aplikasi Online Shop</b> Muhammad Anasrulloh, Maria Agatha Sri W. H, Farida Nurhana Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung	7-15
<b>Kepuasan Layanan Kinerja LP2M Universitas XYZ Di Jawa Timur Berbasis Indeks Dan Importance Performance Analysis (IPA)</b> Hermanto, Titik Musriati Universitas Panca Marga	16-28
<b>Pengaruh Kreasi Dan Inovasi Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah</b> Ishak, Khamdan Suriyok Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Yadika Bangil	29-34
<b>Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pasien Pada Puskesmas Suko Kecamatan Maron Kabupaten Probolinggo</b> Agustina Pujiastuti, Yekti Rahajeng, Sanol Nur Arifin Universitas Panca Marga	35-40
<b>Analisis Strategi Untuk Pengembangan Usaha Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Gresik Jawa Timur</b> Arif Syaifudin Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Yadika Bangil	41-46
<b>Implementasi Penyusunan Laporan Keuangan Sesuai PSAK-EMKM Pada IKM GAZAL MAKMUR Kabupaten Probolinggo</b> Dyah Ayu Perwitasari, Novita Lidiyana, Trivosa Aprilia Novadiani Haidiputri Universitas Panca Marga	47-52
<b>Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Penerimaan Mahasiswa Baru</b> Khamdan Suriyok Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Yadika Bangil	53-59

Alamat Redaksi: Fakultas Ekonomi Universitas Panca Marga  
Jl. Yos Sudarso Pabean, Dringu, Probolinggo 67271 Telp. 0335 – 422715

## Pengaruh Harga, Produk Dan Tempat Terhadap Minat Beli Pelanggan

(Studi pada UKM Chicken Shilin Kampung Yadika Bangil)

M. Mashudi Azrullah\*, Khamdan Suriyok  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Yadika Bangil  
\*e-mail : azrullahmashudi3@gmail

Dikirim	Direvisi	Diterima
17 Februari 2022	22 Maret 2022	23 Maret 2022

### Abstrak:

Penelitian dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh harga, produk dan tempat terhadap minat beli pelanggan. Penelitian dilakukan pada Pada UKM Chicken Shilin di Kampung Yadika Bangil – Pasuruan. Data dikumpulkan melalui observasi, analisis dokumen, dan penyebaran kuesioner. Metode analisis data dilakukan dengan metode kuantitatif deskriptif menggunakan alat analisis regresi berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertama, variabel harga, produk dan tempat berpengaruh secara simultan terhadap minat beli pelanggan. Kedua, variabel harga berpengaruh secara parsial terhadap minat beli pelanggan. Ketiga, variabel produk berpengaruh secara parsial terhadap minat beli pelanggan. Keempat, variabel tempat berpengaruh terhadap minat beli pelanggan, variabel tempat berpengaruh paling dominan terhadap minat beli pelanggan.

**Kata kunci:** Harga, Produk, Promosi, UKM.

### Abstract:

*The research was conducted with the aim of analyzing and explaining the effect of price, product and place on customer buying interest. The research was conducted at SME Chicken Shilin in Yadika Bangil Village - Pasuruan. Data were collected through observation, document analysis, and distributing questionnaires. The method of data analysis was carried out with a descriptive quantitative method using multiple regression analysis tools with the help of the SPSS program. The results of the study show that first, the variables of price, product and place have a simultaneous effect on customer buying interest. Second, the price variable has a partial effect on customer buying interest. Third, the product variable has a partial effect on customer buying interest. Fourth, the place variable has an effect on customer buying interest, the place variable has the most dominant influence on customer buying interest.*

**Keywords :** Price, Product, Promotion, SME

### PENDAHULUAN

Laju pertumbuhan penduduk Indonesia dari tahun ketahun terus terjadi peningkatan. Peningkatan ini diiringi kesadaran masyarakat untuk memenuhi gizi (daging = protein). Pemenuhan akan gizi tersebut dapat diperoleh dari daging ayam. Saat ini, penjualan akan makanan siap saji berupa ayam mengalami peningkatan per minggunya. Kondisi ini menunjukkan kebutuhan akan protein yang terdapat pada daging ayam sangat tinggi. Tingginya orang untuk mengkonsumsi makanan siap saji

(ayam) akan mendorong pemilik Chicken Shilin Bangil untuk lebih menjaga kualitas produk hingga sampai pada tangan konsumen.

Perkembangan bisnis makanan siap saji ini bermula dari semakin cepatnya pola hidup masyarakat perkotaan, serta tingginya pendapatan yang diperoleh sehingga menuntut orang untuk mengifisiensikan waktu yang mereka miliki karena kesibukan mereka sehari-hari yang sangat padat sehingga sesampainya di rumah biasanya untuk sekedar memasak saja sudah malas.

Ditengah persaingan bisnis makanan siap saji yang setiap harinya semakin menjamur diperkotaan ada makan siap saji yang menawarkan menu dan tempat yang lain dari yang sebelumnya. Bisnis makanan siap saji ini mempunyai rasa yang beda dari yang lain. Bisnis makanan siap saji ini masih bersekala lokal dan mempunyai cita rasa yang khas dan masih jarang ditemui dikota-kota lain. Persaingan makanan siap saji perlu dihadapi dengan strategi bersaing dengan cepat. makanan siap saji memiliki cara sendiri untuk bersaing maupun mengait customer untuk datang dan memutuskan untuk membeli makanan siap saji Chicken Shilin. Dengan cara kita mengunggulkan produk yang kita miliki, penentuan harga yang terjangkau dan tentunya dengan menyesuaikan selera lidah indonesia. Dengan strategi bersaing tersebut diharap citra makanan siap saji Chicken Shilin semakin lebih baik dan menjadi pilihan utama konsumen di kota bangil.

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun mahluk hidup lain, dan tidak untuk diperdagangkan. Menurut J. (J, 2013) perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka

Berdasarkan fenomena yang terjadi pada UKM Chicken Shilin di Kampung Yadika Bangil – Pasuruan beberapa pelanggan menyatakan bahwa harga ayam Chicken Shilin tidak sesuai dengan kualitas rasa yang diberikan, produk ayam Chicken Shilin belum sesuai dengan harga yang di bandrol, dan tempat pelayanan ayam Chicken Shilin terlalu sempit, tempat duduk untuk untuk menunggu kurang banyak, dan tempat parkir motor pelanggan berdesakan sehingga pada saat mengambil motor sering senggolan dengan motor lain. Untuk mengatasi hal itu perlu kiranya dilakukan penelitian lebih lanjut untuk mendapatkan solusi yang mampu menarik minat kunjung berkunjung

pelanggan ke kedai UKM ayam Chicken Shilin Kampung Yadika Bangil - Pasuruan.

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh (Purnomo, 2016) Dengan Judul Pengaruh Harga. Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Beras Lokal (Studi Kasus Desa Rambah Utama) yang menunjukkan bahwa hasil Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t menunjukkan bahwa ketiga variabel (harga, kualitas produk dan lokasi) memiliki nilai signifikansi  $< 0,05$ , yaitu harga sebesar 0,000, kualitas produk sebesar 0,002, dan lokasi sebesar 0,010. Kemudian melalui uji F diketahui bahwa variabel harga, kualitas produk dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat beli dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000.

Penelitian oleh (Maimun, 2018) dengan judul Pengaruh Harga, Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sepatu All Star Original (Studi Kasus Sport Station Cambridge Medan) yang menunjukkan hasil bahwa Variabel Harga dan Desain berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen sedangkan Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen. Sedangkan secara simultan (bersama-sama) terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Harga, Desain dan Kualitas Produk terhadap Minat beli Konsumen.

Penelitian oleh (Gunawan, 2021) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Masa Pandemi Covid-19 Pada Konsumen Umkm Ikan Lele Di Desa Purwodadi Kecamatan Pagar Merbau yang menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh kualitas produk terhadap minat beli signifikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh harga terhadap minat beli signifikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh kualitas produk dan harga signifikan.

### **Harga**

Menurut (Alma, 2013) Harga merupakan salah satu atribut penting yang dievaluasi oleh konsumen sehingga menejer perusahaan perlu benar-benar memahami peran tersebut dalam mempengaruhi sikap

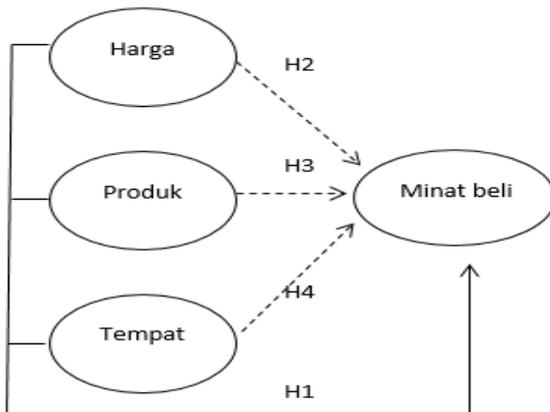
konsumen. Dalam arti yang paling sempit, harga adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang ditukar konsumen atas manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Sunyoto, 2012)

**Kualitas Produk**

Menurut (Kotler, 2014) agar dapat di jadikan merk suatu produk harus didiferensiasikan. Produk fisik memiliki potensi diferensiasi yang beragam. Pada salah satu titik ekstrem, kita menemukan produk yang memungkinkan sedikit variasi akan tetapi disini penjualan menghadapi sejumlah kemungkinan diferensiasi antara lain : Bentuk, Fitur, Penyesuaian, Ketahanan, Keandalan, Kemudahan, perbaikan, Gaya. Sedangkan menurut (Tjipto, 2015) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan oprasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya

**Minat Beli**

Minat beli konsumen dipengaruhi tiga faktor utama yaitu faktor psikologis, faktor situasional dan faktor sosial. (Schiffman, 2010) : Faktor Psikologis, Pengaruh faktor situasional, Pengaruh faktor sosial, Keputusan Pembelian, Perilaku Sesudah Pembelian.



Gambar 1. Kerangka Penelitian  
Sumber : Pengolahan Data 2020

**Hipotesis**

Adapun hipotesis dari penelitian ini adalah

- H1 : Harga, kualitas produk dan tempat berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen pada Chicken Shilin Kampung Yadika Bangil
- H2 : Harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Chicken Shilin Kampung Yadika Bangil.
- H3 : Kualitas Produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Chicken Shilin Kampung Yadika Bangil.
- H4 : Tempat berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Chicken Shilin Kampung Yadika Bangil.

Tujuan Penelitian dilakukan untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh harga, produk dan tempat terhadap minat beli pelanggan pada UKM ayam Chicken Shilin Kampung Yadika Bangil - pasuruan baik secara simultan maupun parsial .

**METODE**

Metode analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode analisis kuantitatif. Metode analisis kuantitatif merupakan metode yang dilakukan terhadap data yang berbentuk angka atau bilangan dengan cara mengumpulkan data, mengklasifikasikan data, menjelaskan, dan menganalisis, sehingga memberikan informasi dan gambaran yang sesuai.

Tabel 1 : Indikator Penelitian

Variabel	Indikator
Harga (X1)	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga
Kualitas Produk (X2)	1. Tampilan Produk ( <i>Features</i> ) 2. Keandalan Produk ( <i>Reliability</i> ) 3. Daya tahan produk ( <i>Durability</i> )
Tempat (X3)	1. Akses yaitu kemudahan untuk menjangkau. 2. Lalu lintas atau tempat keramaian 3. Tempat parkir luas dan aman
Minat Beli (Y)	1. Kesesuaian Harga dengan kualitas produk. 2. Kesesuaian Kualitas produk dengan harga

Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (normalitas, heteroskedastisitas, autokorelasi dan multikolinearitas), analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis (uji F, uji T dan uji dominan). Persamaan Tegresi yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + e$$

Y = Minat beli  
b = Constanta  
X1 = Harga  
X2 = Produk  
X3 = Tempat  
e = Error

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan data hasil penyebaran kuesioner yang telah dilakukan dan kemudian diolah melalui program software application SPSS 16.00 for windows, maka dapat diketahui hasil analisis regresi linier berganda secara parsial dan simultan. Hasil analisis regresi linear berganda dapat di lihat pada Tabel 2.

Tabel 2.  
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	.736	.579	
	X1	.223	.153	.237
	X2	.135	.156	.130
	X3	.373	.144	.409

Sumber : Data diolah 2020

Dari hasil analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = 0,736 + 0,223X_1 + 0,135X_2 + 0,373X_3$$

Hasil penjelasan dari persamaan regresi linier berganda adalah :

Jika harga (X1), produk (X2), tempat (X3) sama dengan 0 maka besarnya Y adalah - 0,736.

Jika X1 (harga) dianggap 1 maka akan diperoleh persamaan  $Y = -0,736 + 0,223$ .

Jika X2 (produk) dianggap 1 maka akan diperoleh persamaan  $Y = -0,736 + 0,135$

Jika X3 (tempat) dianggap 1 maka akan diperoleh persamaan  $Y = -0,736 + 0,373$

Dari penjelasan persamaan linier berganda maka dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian akan lebih tinggi jika pelanggan dapat mengambil keputusan analisis yang cepat didalam membeli.

### Hasil Uji Hipotesis

Tabel 3  
Hasil Analisis Uji F  
ANOVA<sup>b</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	9.083	3	3.028	6.544	.001 <sup>a</sup>
Residual	14.805	32	.463		
Total	23.889	35			

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan perhitungan diperoleh nilai F hitung 6,544. Sedangkan F tabel (df1 = 3 dan df2 =32) sebesar 2,90 dengan level of significant (a) sebesar 0,05 dan sig F sebesar 0,001. Karena F hitung > F tabel 6,544 > 2,90 dan sig F < level of significant (a) yaitu 0,001 < 0,05 maka Ha diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel terikat keputusan pembelian (Y) dapat dipengaruhi secara signifikan oleh variabel harga (X1), produk (X2), selera (X3) secara bersama

Tabel 3.  
Hasil Analisis Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	.736	.579			1.270	.213
X1	.223	.153	.237		1.456	.155
X2	.135	.156	.130		.862	.395
X3	.373	.144	.409		2.588	.014

Sumber: Data Primer Diolah, 2020.

Berdasarkan perhitungan diperoleh nilai t tabel sebesar 1,692 (df residual = 33) dengan level of significant ( $\alpha$ ) sebesar 0,05. Dan diperoleh hasil sebagai berikut :

Variabel harga (X1) memiliki nilai t hitung  $< t$  tabel yaitu  $1,456 < 1,692$  dan  $\text{sig} < \alpha$  yaitu  $0,155 > 0,05$ , maka disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak sehingga dapat dijelaskan variabel harga (X1) tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat beli Chicken Shilin (Y).

Variabel produk (X2) memiliki nilai t hitung  $< t$  tabel yaitu  $0,862 < 1,692$  dan  $\text{sig} < \alpha$  yaitu  $0,395 < 0,05$ , maka disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak sehingga dapat dijelaskan variabel produk (X2) berpengaruh secara parsial namun tidak signifikan terhadap minat beli Chicken Shilin (Y).

Variabel promosi selera (X3) memiliki nilai t hitung  $> t$  tabel yaitu  $2,588 > 1,692$  dan  $\text{sig} < \alpha$  yaitu  $0,014 < 0,05$ , maka disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima sehingga dapat dijelaskan variabel selera (X3) dapat berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat beli Chicken Shilin (Y)

### **Pembahasan**

Berdasarkan hasil penelitian dari analisis pengujian hipotesis I bahwa variabel harga (X1), produk (X2), dan selera (X3) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, terbukti dari nilai F hitung  $> F$  tabel yaitu  $6,544 > 2,90$  dan  $\text{sig} F < \text{level of significant} (\alpha)$  yaitu  $0,001 < 0,05$

Dari hasil analisis pengujian hipotesis II bahwa Variabel harga (X1) memiliki nilai t hitung  $< t$  tabel yaitu  $1,456 < 1,692$  dan  $\text{sig} < \alpha$  yaitu  $0,155 > 0,05$ , maka disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak sehingga dapat dijelaskan variabel harga (X1) tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat beli Chicken Shilin (Y). Variabel produk (X2) memiliki nilai t hitung  $< t$  tabel yaitu  $0,862 < 1,692$  dan  $\text{sig} < \alpha$  yaitu  $0,395 < 0,05$ , maka disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak sehingga dapat dijelaskan variabel produk (X2) berpengaruh secara parsial namun tidak signifikan terhadap minat beli Chicken Shilin (Y). Variabel tempat (X3)

memiliki nilai t hitung  $> t$  tabel yaitu  $2,588 > 1,692$  dan  $\text{sig} < \alpha$  yaitu  $0,014 < 0,05$ , maka disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima sehingga dapat dijelaskan variabel selera (X3) dapat berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat beli Chicken Shilin (Y)

Dari tabel coefficients dapat diketahui bahwa nilai standartdized coefficients beta pada variabel tempat sebesar 0,237, harga sebesar 0,130, produk sebesar 0,237. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai standartdized coefficients beta pada variabel tempat lebih besar dibandingkan harga dan produk. Dari nilai standartdized coefficients dapat disimpulkan bahwa tempat merupakan variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian

Penelitian ini dapat memberi implikasi kepada pelaku usaha sebagai dasar pengambilan keputusan atas usaha yang dijalankan supaya dapat meningkatkan minat beli konsumen yang pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan dan laba usaha.

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **Simpulan**

Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

Dari hasil perhitungan Anova menunjukkan bahwa variabel harga, produk, dan tempat, secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan oleh nilai F hitung  $> F$  tabel yaitu  $8,500 > 2,59$  dan  $\text{sig} F < \text{level of significant} (\alpha)$  yaitu  $0,000 < 0,05$

Dari hasil perhitungan coefficients menunjukkan bahwa Variabel harga (X1) memiliki nilai t hitung  $< t$  tabel yaitu  $1,592 < 1,684$  dan  $\text{sig} < \alpha$  yaitu  $0,119 > 0,05$ , variabel harga (X1) tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Variabel produk (X2) memiliki nilai t hitung  $> t$  tabel yaitu  $2,322 > 1,684$  dan  $\text{sig} < \alpha$  yaitu  $0,26 < 0,05$ , maka disimpulkan bahwa variabel produk (X2) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Variabel tempat (X3) memiliki nilai t hitung  $> t$  tabel yaitu  $2,188 > 1,684$  dan  $\text{sig} < \alpha$  yaitu  $0,035 < 0,05$ , maka disimpulkan variabel tempat (X3) dapat berpengaruh

secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

#### Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dilakukan maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini yaitu

Hendaknya dalam meningkatkan minat beli produknya lebih menitik beratkan pada tempat yang bersih dan luas serta sejuk sehingga pelanggan tertarik untuk berkunjung di ayam Chicken Shilin kampung Yadika Bangil, Pasuruan

Selain pada tempat harga dan kualitas ayam Chicken Shilin kampung Yadika Bangil – Pasuruan harus selalu di jaga agar pelanggannya tetap setia dan bersedia mengajak keluarga, saudara dan temannya untuk berkunjung ke ayam Chicken Shilin kampung Yadika Bangil – Pasuruan.

#### REFERENSI

- [1] Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. ALFABETA.
- [2] Ghozali. (2010). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*. Grasindo.
- [3] Gunawan, R. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Masa Pandemi Covid-19 Pada Konsumen Umkm Ikan Lele Di Desa Purwodadi Kecamatan Pagar Merbau*.
- [4] Irawan, B. S. dan. (2015). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty.
- [5] J, N. (2013). *Prilaku Konsumen*. Prenada Media Group.
- [6] Kotler, P. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- [7] M, S. H. (2015). *Metodelogi Penelitian Bisnis dan Akuntansi*. Dian Rakyat.
- [8] Maimun, H. B. M. H. (2018). *Pengaruh Harga, Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sepatu All Star Original*.
- [9] Purnomo, E. (2016). *Pengaruh Harga. Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Beras Lokal*.
- [10] Schiffman, K. (2010). *Consumer Behavior Tenth Edition*. Pearson Education.
- [11] Sugiono. (2012). *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian Dengan SPSS (1st ed.)*. ANDI.
- [12] Sunyoto, D. (2012). *Dasar Dasar Manajemen Pemasaran*. CAPS (Center Of Academic Publishing Service).
- [13] Tjipto, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. : CV. Andi.
- [14] Umar, H. (2017). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. PT. Raja Grafindo Persada.

## Pengaruh Persepsi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasca Pembelian Pengguna Aplikasi Online Shop (Studi Pada Mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI)

Muhammad Anasrulloh\*, Maria Agatha Sri W. H, Farida Nurhana  
 Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung  
 \*e-mail : anasrullohm7@gmail.com

Dikirim	Direvisi	Diterima
21 Nopember 2021	25 Maret 2022	26 Maret 2022

**Abstrak:**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) Pengaruh Persepsi terhadap Kepuasan Pasca Pembelian Pengguna Aplikasi Online Shop, (2) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasca Pembelian Pengguna Aplikasi Online Shop, (3) Pengaruh Persepsi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasca Pembelian Pengguna Aplikasi Online Shop (Pada Mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif regresi yang berjenis non eksperimen. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI dengan jumlah 1.110 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode probability sampling dengan simple random sampling dengan jumlah sampel sebanyak 92 mahasiswa. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier sederhana, regresi linier berganda, uji t dan uji F. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif Persepsi terhadap Kepuasan Pasca Pembelian. Terdapat pengaruh positif Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasca Pembelian. Sedangkan hasil hitung uji F menunjukkan bahwa ada pengaruh secara simultan Persepsi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasca pembelian.

**Kata kunci:** Persepsi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pasca Pembelian.

**Abstract:**

*This study aims to determine: (1) The Effect of Perception on Post-Purchase Satisfaction of Online Shop Application Users, (2) The Effect of Service Quality on Post-Purchase Satisfaction of Online Shop Application Users, (3) The Effect of Perception and Service Quality on Post-Purchase Satisfaction of Online Application Users. Shop (At Bhinneka PGRI University Students). The type of research used in this research is a non-experimental quantitative regression research. The population in this study were students of the Bhinneka PGRI University with a total of 1.110 students. The sampling technique used is probability sampling method with simple random sampling with a total sample of 92 students. The data analysis technique used is simple linear regression, multiple linear regression, t test and F test. The results of this study indicate that there is a positive effect of Perception on Post Purchase Satisfaction. There is a positive effect of Service Quality on Post-Purchase Satisfaction While the results of the F test show that there is a simultaneous influence of Perception and Service Quality on Post-purchase Satisfaction.*

**Keywords :** Perception, Service Quality, Post-Purchase Satisfaction.

**PENDAHULUAN**

Seiring dengan perkembangan jaman, peran teknologi sangat erat dalam kehidupan sehari-hari. Perkembangan teknologi, khususnya pada teknologi internet membawa banyak perubahan dalam cara berkomunikasi antar sesama. Internet berfungsi untuk

menyimpan berbagai jenis informasi dengan jumlah yang besar sebagai media komunikasi dan transaksi sehingga dapat dimanfaatkan untuk melakukan transaksi pembelian kapan saja.

Penggunaan internet saat ini tidak hanya terbatas pada pemanfaatan

telekomunikasi dan informasi yang dapat diakses melalui media online, melainkan juga dapat digunakan sebagai sarana untuk melakukan kegiatan transaksi perdagangan yaitu melalui electronic commerce atau yang lebih dikenal dengan e-commerce. Menurut Nugrahani (2011) perdagangan e-commerce merupakan bentuk penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, web, atau jaringan komputer lainnya.

Terdapat beberapa jenis e-commerce yang ada di Indonesia. Salah satu jenis e-commerce yang berkembang di Indonesia adalah e-commerce jenis marketplace. Marketplace merupakan suatu wadah dimana penjual dapat membuat akun dan dapat memasarkan produk dagangannya. Banyaknya situs e-commerce di Indonesia menunjukkan bahwa jual beli online sudah mulai berkembang dan menjadi suatu trend baru. Beberapa contoh penjualan produk secara online melalui internet yang ada di Indonesia seperti tokopedia, shoope, bukalapak, lazada, blibli.com, dan sebagainya. Dimana dalam bisnis ini, dukungan fasilitas dan pelayanan terhadap konsumen menggunakan website, sebagai alat bantu.

Berdasarkan hasil survey online shop yang bersumber dari iPrice pada tahun 2019 tentang Sepuluh E-Commerce dengan Pengunjung Terbesar Tahun 2019, menunjukkan bahwa online shop dengan jumlah pengunjung web bulanan terbesar adalah Tokopedia dengan total pengunjung sebanyak 66 juta pengunjung. Peringkat selanjutnya diisi oleh Shopee sebanyak 56 juta pengunjung dan Bukalapak sebanyak 43 juta pengunjung web bulanan. Namun, apabila dilihat berdasarkan ranking pada Appstore dan Playstore, Shopee berada di peringkat pertama mengalahkan Tokopedia. Peringkat kedua pada Appstore diisi oleh Tokopedia, dan sedangkan pada Playstore diisi oleh Lazada. Hal ini menunjukkan bahwa dalam penggunaannya online shop sangat diminati oleh masyarakat saat ini.

Disisi lain dengan banyaknya penggunaan e-commerce dalam penjualan maka persaingan antar perusahaan akan

semakin ketat. Perusahaan penyedia layanan akan bersaing agar perusahaan mereka menjadi yang terbaik dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Untuk menghadapi persaingan ini, perusahaan harus dapat memberikan pelayanan yang terbaik, agar kepuasan dari pembeli dapat tercapai. Perusahaan dapat memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli dengan penyediaan fitur yang mudah dalam penggunaan aplikasi online shop, serta adanya berbagai penawaran yang menarik seperti harga promo, diskon, special deal dan adanya layanan cashion delivery (COD), serta garansi barang kembali jika barang tidak sesuai. Dengan pemberian pelayanan yang baik akan membuat pembeli tertarik berbelanja kembali termasuk pembeli dari kalangan mahasiswa. Penggunaan aplikasi berbelanja online saat ini tengah populer dikalangan mahasiswa, khususnya mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI tahun akademik 2019/2020.

Berdasarkan hasil survey awal pada beberapa mahasiswa yang pernah berbelanja melalui aplikasi online shop didapatkan fenomena yang menyangkut kepuasan pasca pembelian yang mereka rasakan. Mahasiswa merasa puas berbelanja karena harga yang ditawarkan dirasa murah, harga yang diberikan sesuai dengan kualitas barang yang didapat, banyak tersedia promo dan penawaran khusus yang menarik, pilihan barang yang tersedia sangat banyak, produk sesuai dengan gambar yang ada dan kemudahan dalam transaksi pembayaran. Sedangkan mahasiswa merasa kurang puas karena adanya keterlambatan dalam pengiriman, dimana sering kali pengiriman barang yang tidak sesuai dengan hari yang ditentukan atau pengiriman melewati tanggal yang ditentukan. Barang yang datang tidak sesuai dengan apa yang mereka harapkan dan dari segi kualitas produk kemasan yang dinilai kurang rapi, terkadang dengan kemasan yang buruk dan menyebabkan isi dalam kemasan menjadi rusak serta pihak toko online yang kurang tanggap dalam melayani pembelian. Berdasarkan survey tersebut dapat diasumsikan bahwa kepuasan pasca pembelian pada aplikasi belanja online dapat

diukur dari pengalaman yang dirasakan mahasiswa yang pernah melakukan pembelian dan kualitas pelayanan yang didapatkan.

Kepuasan pembeli merupakan faktor yang sangat penting dan kunci bagi keberlangsungan dan perkembangan perusahaan (Anasrulloh, 2018). Saat ini kesadaran perusahaan akan pentingnya kepuasan pelanggan semakin meningkat dan menjalankan strategi-strategi guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut Shinta (2011) kepuasan pelanggan merupakan fungsi dari pandangan terhadap kinerja produk dan harapan pembeli. Kepuasan yang dirasakan oleh pembeli akan berdampak positif bagi perusahaan, dimana reputasi perusahaan akan meningkat dimata pembeli. Oleh karena itu perusahaan perlu memahami nilai-nilai yang diharapkan pembeli dan atas dasar itu kemudian berusaha memenuhi harapan tersebut semaksimal mungkin.

Kepuasan pembeli terhadap suatu produk ditentukan oleh kebutuhan seseorang sebelum pembelian dibandingkan dengan hasil persepsi mereka. Persepsi dari pembeli akan mempengaruhi kepuasan yang diterima. Disini kepuasan pasca pembelian akan tercapai setelah pembeli membandingkan persepsi atau kinerja layanan dengan harapan mereka. Apabila harapan mereka terpenuhi dan mereka mempersepsikan dengan baik apa yang mereka rasakan, maka kepuasan akan didapatkan. Kepuasan adalah persepsi pembeli terhadap suatu pengalaman yang diterima. Dalam kegiatan berbelanja melalui aplikasi belanja online, pembeli akan memperoleh pengalaman pasca pembelian. Pengalaman yang baik akan membuat pembeli tertarik untuk berbelanja kembali. Pengalaman adalah persepsi yang ditimbulkan saat seseorang mengkonsolidasikan informasi sensorik mereka, persepsi dibentuk oleh pertemuan pembeli dengan produk, jasa dan bisnis (Carbone dan Haeckel dalam Same, 2012). Oleh karena itu persepsi dari pengalaman akan berdampak pada kepuasan pasca pembelian yang telah dilakukan. Pembeli akan puas jika kinerja yang dirasakan sesuai dengan ekspektasinya, sebaliknya

pembeli akan kecewa kalau kinerja yang dirasakan dibawah ekspektasinya.

Dengan demikian persepsi memiliki pengaruh terhadap kepuasan pembeli. Dimana dengan pengalaman yang baik dari seseorang akan mendorong terciptanya kepuasan pembeli. Sehingga semakin positif persepsi yang diberikan pembeli dan kesesuaian dengan harapannya maka kepuasan pelanggan pasca pembelian akan didapatkan. Berdasarkan penelitian yang terdahulu menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara persepsi terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dari penelitian yang dilakukan oleh Manurung (2018) dengan judul Pengaruh Persepsi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Telkomsel pada PT. Wahana Putra Yudha Siborongborong. Dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan persepsi terhadap kepuasan pelanggan.

Baik buruknya kualitas pelayanan juga merupakan apa yang dirasakan dan apa yang diterima pembeli terhadap prosesnya secara menyeluruh. Pelayanan merupakan suatu tindakan yang menciptakan manfaat dengan mewujudkan perubahan yang diinginkan konsumen sehingga pelayanan memberikan nilai tersendiri bagi konsumen (Wijaya, 2017). Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian pembeli terhadap tingkat pelayanan yang dengan tingkat layanan yang diharapkan.

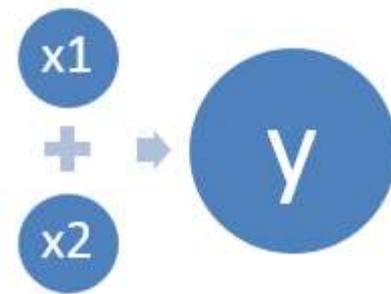
Menurut Tjiptono (2011) kualitas pelayanan mendorong kearah peningkatan kepuasan konsumen, kualitas layanan memiliki hubungan yang positif dengan kepuasan konsumen, kualitas pelayanan yang tinggi menghasilkan kepuasan konsumen yang tinggi pula. Sebaliknya ketidakpuasan atas kualitas pelayanan dapat dijadikan alasan konsumen untuk berpindah sehingga pada dasarnya bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan dalam konteks e-commerce merupakan cara yang efektif untuk mendapatkan dan keunggulan dalam bersaing. Untuk menciptakan layanan yang baik dan bermutu, suatu penyedia layanan e-commerce harus menawarkan layanan yang

mampu diterima atau dirasakan pembeli sesuai dengan atau melebihi apa yang diharapkan.

Memberikan layanan yang baik kepada pembeli dengan tersedianya fasilitas yang memadai dengan adanya berbagai penawaran yang menarik serta keramahan dalam pelayanan merupakan nilai lebih dari perusahaan. Karena tujuan memberikan pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada pembeli atau pelanggan, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah bagi perusahaan penyedia layanan berbelanja online. Kualitas pelayanan memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang erat dengan perusahaan sehingga memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan cermat harapan dan kebutuhan pembeli, sehingga akhirnya dengan pelayanan tersebut, perusahaan dapat menciptakan kepuasan pasca pembelian bagi pembelinya.

Dengan demikian kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pembeli, dimana kualitas pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan bagi pembeli. Sehingga semakin baik dan semakin meningkatnya kualitas pelayanan maka meningkatkan kepuasan pembeli atau kepuasan pelanggan. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nasution (2019) dengan judul Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Online Lazada (Studi Kasus Mahasiswa FEBI Angkatan 2014 UIN Sumatera Utara) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian lain yang dilakukan oleh Sahroma dan Anasrulloh, (2021) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Pengguna Jasa pada Nadzira Wedding Organizer Tulungagung dengan presentase 50,1%.

Kerangka berpikir dalam penelitian ini sebagai berikut.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

(Keterangan : x1 = Persepsi, x2 = Kualitas Pelayanan, y = Kepuasan Pasca Pembelian)

Selanjutnya hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Ada Pengaruh yang signifikan Persepsi terhadap Kepuasan Pasca Pembelian Pengguna Aplikasi Online Shop (Pada Mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI Tahun Akademik 2019/2020).
2. Ada Pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasca Pembelian Pengguna Aplikasi Online Shop (Pada Mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI Tahun Akademik 2019/2020).
3. Ada Pengaruh yang signifikan Persepsi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasca Pembelian Pengguna Aplikasi Online Shop (Pada Mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI Tahun Akademik 2019/2020)

#### METODE

Penelitian yang dilakukan ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019) penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif regresi. Model regresi digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas

terhadap variabel terikat dan memprediksi variabel terikat dengan menggunakan variabel bebas. Menurut Gujarati (2006) analisis regresi merupakan kajian terhadap hubungan satu variabel yang disebut sebagai variabel yang diterangkan dengan satu variabel yang menerangkan. Analisis regresi digunakan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam analisis regresi data harus bersifat berskala interval atau rasio.

Rancangan penelitian ini menggunakan rancangan penelitian non eksperimen. Menurut Arikunto (2014) "Jika data sudah ada (dalam arti tidak sengaja ditimbulkan), dan peneliti tinggal merekam maka penelitiannya bukan eksperimen. Sebaliknya jika peneliti ingin mengetahui gambaran tentang data yang secara sengaja ditimbulkan, maka penelitiannya berbentuk eksperimen". Dengan demikian peneliti tidak melakukan kendali/kontrol dan manipulasi data melainkan mengumpulkan data yang ada.

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah seluruh mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI tahun akademik 2019/2020, dengan jumlah total 1110 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode probability sampling dengan simple random sampling dengan jumlah sampel sebanyak 92 mahasiswa. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan metode angket tertutup yang telah diuji cobakan dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier sederhana, regresi linier berganda, uji t dan uji F. Dalam penelitian ini variabel bebas X1 (Persepsi), X2 (Kualitas Pelayanan) dan variabel terikat Y (Kepuasan Pasca Pembelian).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

erdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan di Universitas Bhinneka PGRI mendapatkan hasil sesuai dengan tujuan peneliti yaitu untuk mengetahui pengaruh yang signifikan persepsi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasca

pembelian pengguna aplikasi *online shop* (studi pada mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI tahun akademik 2019/2020).

Pengujian Hipotesis bertujuan untuk membuktikan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima atau ditolak. Uji Hipotesis dalam penelitian ini terdiri dari uji t dan uji F yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas Persepsi ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap variabel terikat Kepuasan Pasca Pembelian (Y) baik secara parsial maupun secara simultan.

### Pengujian Hipotesis pertama

$H_{a1}$  : Ada Pengaruh yang signifikan Persepsi terhadap Kepuasan Pasca Pembelian Pengguna Aplikasi *Online Shop* (Pada Mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI Tahun Akademik 2019/2020).

Pengujian Hipotesis 1 ( $H_{a1}$ ) menggunakan analisis regresi linear sederhana. Berdasarkan hasil diatas dapat dilihat bahwa nilai konstanta untuk variabel Persepsi adalah 19,741 sedangkan hasil nilai koefisien Persepsi adalah 0,678. Dengan demikian dapat dibuat persamaan regresi linier dengan mengacu pada rumus

$Y = \alpha + bX$  sebagai berikut :

$$Y = 19,741 + 0,678X$$

Dimana : Y adalah Kepuasan Pasca Pembelian, dan X adalah Persepsi. Dengan penjelasan sebagai berikut :

a) merupakan nilai konstanta yang besarnya 19,741 dan menyatakan bahwa jika nilai variabel Persepsi ( $X_1$ ) sebesar 0 (nol), maka nilai variabel Kepuasan Pasca Pembelian adalah sebesar 19,741.

b) merupakan koefisien regresi Persepsi ( $X_1$ ) sebesar 0,678, mengandung arti bahwa setiap penambahan 1 (satu) tingkat variabel Persepsi ( $X_1$ ), maka hal ini akan berpengaruh pada peningkatan besarnya variabel Kepuasan Pasca Pembelian (Y) sebesar 0,678.

Interpretasi dari persamaan diatas adalah bahwa koefisien regresi variabel Persepsi ( $X_1$ ) memiliki tanda positif (0,678), yaitu mengandung implikasi bahwa Persepsi searah dengan kepuasan Pasca Pembelian,

dengan kata lain bahwa variabel persepsi mempunyai pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Pasca Pembelian.

Tabel 2. Hasil Uji t ( Parsial) Persepsi terhadap Kepuasan Pasca Pembelian

Variabel Penelitian	$t_{hitung}$	$T_{tabel}$	Sig.
Persepsi ( $X_1$ )	10,897	1,987	0,000

Sumber : (Data Diolah Peneliti, 2020)

Berdasarkan hasil uji t diatas dapat dijelaskan bahwa variabel bebas berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat. Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  (10,897) >  $t_{tabel}$  (1,987) dengan signifikansi  $0,000 < 0,050$  dengan begitu dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada Pengaruh yang signifikan Persepsi terhadap Kepuasan Pasca Pembelian Pengguna Aplikasi *Online Shop* (Pada Mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI Tahun Akademik 2019/2020).

### Pengujian Hipotesis Kedua (Kualitas

$H_{a2}$  : Ada Pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasca Pembelian Pengguna Aplikasi *Online Shop* (Pada Mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI Tahun Akademik 2019/2020).

Pengujian Hipotesis 2 ( $H_{a2}$ ) menggunakan analisis regresi linear sederhana. Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai konstanta untuk variabel Kualitas Pelayanan adalah 22,374 sedangkan hasil nilai koefisien kualitas pelayanan adalah 0,655. Dengan demikian dapat dibuat persamaan regresi linier dengan mengacu pada rumus  $Y = \alpha + bX$  sebagai berikut :

$$Y = 22,374 + 0,655X$$

Dimana : Y adalah Kepuasan Pasca Pembelian, dan X adalah Kualitas Pelayanan. **1.**

Dengan penjelasan sebagai berikut :

a) merupakan nilai konstanta yang besarnya 22,374 dan menyatakan bahwa jika nilai variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) sebesar 0

(nol), maka nilai variabel Kepuasan Pasca Pembelian adalah sebesar 22,374.

b) merupakan koefisien regresi Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) sebesar 0,655, mengandung arti bahwa setiap penambahan 1 (satu) tingkat variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ), maka hal ini akan berpengaruh pada peningkatan besarnya variabel Kepuasan Pasca Pembelian (Y) sebesar 0,655.

Interpretasi dari persamaan diatas adalah bahwa koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) memiliki tanda positif (0,655), yaitu mengandung implikasi bahwa Kualitas Pelayanan searah dengan kepuasan Pasca Pembelian, dengan kata lain bahwa variabel Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Pasca Pembelian.

Tabel 3. Hasil Uji t ( Parsial) Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasca Pembelian

Variabel Penelitian	$t_{hitung}$	$T_{tabel}$	Sig.
Kualitas Pelayanan ( $X_2$ )	9,303	1,987	0,000

Sumber : (Data Diolah Peneliti, 2020)

Berdasarkan hasil uji t diatas dapat dijelaskan bahwa variabel bebas berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat. Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  (9,303) >  $t_{tabel}$  (1,987) dengan signifikansi  $0,000 < 0,050$  dengan begitu dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada Pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasca Pembelian Pengguna Aplikasi *Online Shop* (Pada Mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI Tahun Akademik 2019/2020).

### Pengujian Hipotesis Ketiga

$H_{a3}$  : Ada Pengaruh yang signifikan Persepsi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasca Pembelian Pengguna Aplikasi *Online*

Shop (Pada Mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI Tahun Akademik 2019/2020).

Pengujian Hipotesis 3 ( $H_{a3}$ ) menggunakan analisis regresi linear berganda. Dari hasil uji regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel *coefficients* pada kolom *Unstandardized Coefficients* adalah nilai koefisien yang tidak terstandarisasi atau tidak ada patokan, Nilai ini menggunakan satuan yang digunakan pada data variabel dependen. Kolom ini terdiri atas B (nilai konstanta) dan std Error (nilai maksimum kesalahan yang terjadi dalam memperkirakan rata-rata populasi berdasarkan sampel). Kolom B menunjukkan koefisien b, yaitu yang menjelaskan bahwa Y (variabel terikat) akan berubah jika X (variabel bebas) diubah 1 unit.

Dari hasil regresi tersebut diperoleh persamaan  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$  dan berdasarkan nilai a,  $b_1$ ,  $b_2$  dapat dimasukkan kedalam persamaan garis regresi linier berganda yaitu  $Y = 15,367 + 0,473X_1 + 0,281X_2$  yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

**a)** merupakan nilai konstanta yang besarnya 15,367 dan menyatakan bahwa jika variabel independen (Persepsi dan Kualitas Pelayanan) sebesar 0 (nol), maka nilai variabel dependent (Kepuasan Pasca Pembelian) sebesar 15,367.

**$b_1$ )** merupakan koefisien regresi  $X_1$  (Persepsi) koefisien regresi sebesar 0,473 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 (satu) tingkat variabel  $X_1$  (Persepsi) dengan asumsi variabel lain  $X_2$  (Kualitas Pelayanan) dianggap konstan maka hal ini akan berpengaruh pada peningkatan besarnya variabel Y (kepuasan Pasca Pembelian) sebesar 0,473.

**$b_2$ )** merupakan koefisien regresi  $X_2$  (Kualitas Pelayanan) koefisien regresi sebesar 0,281 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 (satu) tingkat variabel  $X_2$  (Kualitas Pelayanan) dengan asumsi variabel lain  $X_1$  (Persepsi) dianggap konstan maka hal ini akan berpengaruh pada peningkatan besarnya variabel Y (Kepuasan Pasca Pembelian) sebesar 0,281.

Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa nilai  $F_{hitung}$  yaitu sebesar 68,780 dan untuk nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,10 dimana menunjukkan  $F_{hitung} (68,780) > F_{tabel} (3,10)$  dan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ .

Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat dinyatakan bahwa Ada Pengaruh yang signifikan Persepsi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasca Pembelian Pengguna Aplikasi *Online Shop* (Pada Mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI Tahun Akademik 2019/2020).

### Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan Persepsi ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Pasca Pembelian (Y) pengguna aplikasi *online shop* pada mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI tahun akademik 2019/2020. Dengan demikian dapat diartikan bahwa semakin baik atau semakin tingginya persepsi mahasiswa maka kepuasan pasca pembelian yang dirasakan akan meningkat.

Penelitian ini didukung oleh teori yang menyatakan bahwa, kepuasan adalah persepsi pembeli terhadap suatu pengalaman yang diterima. Dalam kegiatan berbelanja melalui aplikasi belanja *online*, pembeli akan memperoleh pengalaman pasca pembelian. Pengalaman yang baik akan membuat pembeli tertarik untuk berbelanja kembali. Pengalaman adalah persepsi yang ditimbulkan saat seseorang mengkonsolidasikan informasi sensorik mereka, persepsi dibentuk oleh pertemuan pembeli dengan produk, jasa dan bisnis (Carbone dan Haeckel dalam Same, 2012). Selain itu juga mendukung teori yang dikemukakan oleh Shinta (2011) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan fungsi dari pandangan terhadap kinerja produk dan harapan pembeli. Penelitian sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Manurung (2018) yang menunjukkan bahwa persepsi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 89,5%. Dan juga didukung penelitian lain yang dilakukan Nurfadhilah dan Kanya (2017) yang menunjukkan bahwa persepsi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yaitu sebesar 23,7%.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Pasca Pembelian (Y) pengguna

aplikasi *online shop* pada mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI tahun akademik 2019/2020. Dengan demikian dapat diartikan bahwa jika semakin baik atau tinggi kualitas pelayanan maka kepuasan pasca pembelian yang dirasakan juga akan meningkat.

Penelitian ini didukung oleh teori yang menyatakan bahwa, kualitas pelayanan mendorong kearah peningkatan kepuasan konsumen, kualitas pelayanan memiliki hubungan yang positif dengan kepuasan konsumen, kualitas pelayanan yang tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi pula. Sebaliknya ketidakpuasan atas kualitas pelayanan dapat dijadikan alasan konsumen untuk berpindah sehingga pada dasarnya kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Tjiptono, 2011). Selain itu juga mendukung teori yang dikemukakan oleh Susanti (2017) yang menyatakan bahwa, kualitas pelayanan adalah upaya dan tindakan yang dilakukan oleh pemilik suatu produk dalam melayani dan menciptakan kepuasan bagi pelanggan sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan. Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Nasution (2019) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yaitu sebesar 52,9%. Dan penelitian lain yang dilakukan oleh Hasibuan (2018) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yaitu sebesar 29,3%.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan rumusan masalah dan hasil analisis data, maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan Persepsi (X1) terhadap Kepuasan Pasca Pembelian (Y) Pengguna Aplikasi Online Shop (Pada Mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI Tahun Akademik 2019/2020). Hal ini terbukti bahwa nilai thitung (10,897) > ttabel (1,987) dengan signifikansi  $0,000 < 0,050$ . Ada pengaruh yang positif dan signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasca Pembelian Pengguna Aplikasi Online Shop

(Pada Mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI Tahun Akademik 2019/2020). Hal ini terbukti bahwa nilai thitung (9,303) > ttabel (1,987) dengan signifikansi  $0,000 < 0,050$ . Secara simultan, Ada Pengaruh yang positif dan signifikan Persepsi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasca Pembelian Pengguna Aplikasi Online Shop (Pada Mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI Tahun Akademik 2019/2020). Hal ini terbukti bahwa nilai Fhitung (68,780) > Ftabel (3,10) dan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ . dengan nilai R2 sebesar sebesar 0,598 yang artinya 59,8% perubahan variabel kepuasan pasca pembelian (Y) dipengaruhi variabel Persepsi (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2), sedangkan sisanya sebesar 40,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel dalam penelitian ini.

### Saran

Sebagai pengguna aplikasi online shop berdasarkan hasil penelitian yang membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan persepsi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasca pembelian, sehingga dalam melakukan kegiatan pembelian melalui aplikasi online shop mahasiswa memiliki wawasan serta pertimbangan sebelum mengambil keputusan agar diperoleh manfaat serta merasakan kepuasan setelah melakukan pembelian.

Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan persepsi maupun kualitas pelayanan agar hasil penelitiannya dapat lebih baik dan lebih lengkap lagi. Peneliti selanjutnya diharapkan lebih mempersiapkan diri dalam proses pengambilan dan pengumpulan data dan segala sesuatunya sehingga penelitian selanjutnya dapat dilaksanakan dengan lebih baik. Peneliti selanjutnya diharapkan ditunjang pula dengan wawancara dengan wawancara dengan sumber yang kompeten dalam kajian persepsi dan kualitas pelayanan.

Penelitian ini memberikan informasi bahwa variabel persepsi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pasca pembelian sebesar 59,8%, hasil tersebut

menunjukkan bahwa kepuasan pasca pembelian juga dipengaruhi variabel yang lain sebesar 40,2%. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan menambah variabel lain diluar variabel lain diluar variabel penelitian yang ada untuk mengungkapkan faktor-faktor lain (variabel lain) yang berpengaruh terhadap besarnya kepuasan pasca pembelian.

Pihak aplikasi online shop perlu mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen, serta agar lebih memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada bisnis online shop dengan tujuan meningkatkan penjualan. Agar dapat memberikan tingkat kepuasan yang tinggi kepada konsumennya, hendaknya pihak perusahaan harus memperhatikan mutu pelayanan yang diberikan serta melakukan peningkatan pelayanan yang baik agar terciptanya kepuasan pelanggan.

#### REFERENSI

- Anasrulloh, M. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Ritel DH Mart Tulungagung. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 3(2).
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Gujarati, Damodar N. 2006. *Basic Econometri*. Thirt Edition. Inc. Alfabeta.
- Hasibuan, M. A. T. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Online Lazada.
- Manurung, H. (2018). Pengaruh Persepsi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Telkomsel pada PT Wahana Putra Yudha Siborongborong. *E-Journal for All Sciences*, 1(1), 189–196.
- Nasution, J. R. (2019). Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan toko online lazada.
- Nugrahani, D. S. (2011). E-commerce untuk pemasaran produk usaha kecil dan menengah. *SEGMEN Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1, 1–16.
- Nurfadhilah, A., & Kanya, N. (2017). Pengaruh Persepsi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di PT Pegadaian (Persero). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (ALMANA)*, 1(2), 113–121.
- Sahroma, K. S. dan Muhammad Anasrulloh. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Pada Nadzira Wedding Organizer Tulungagung. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Dan Kewirausahaan (JPEAKU)*, 1(2), 57–62. <https://doi.org/10.29407/jpeaku.v1i2.16670>
- Same, S. (2012). *Marketing Theory : Experience Marketing and Experiential Marketing*. *Business and Management*, 10(11), 480–487. <https://doi.org/10.3846/bm.2012.063>
- Shinta, A. (2011). *MANAJEMEN PEMASARAN*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, Quality & Satisfaction (Edisi Ketii)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wijaya, C. V. (2017). Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy. *Agora*, 5(1).

## Kepuasan Layanan Kinerja LP2M Universitas XYZ Di Jawa Timur Berbasis Indeks Dan Importance Performance Analysis (IPA)

Hermanto, Titik Musriati  
Universitas Panca Marga  
\*e-mail : hermanto@upm.ac.id

Dikirim	Direvisi	Diterima
16 Maret 2022	19 Maret 2022	21 Maret 2022

### Abstrak:

Evaluasi kinerja layanan merupakan hal yang perlu dilakukan secara berkala dalam rangka meningkatkan kualitasnya, Penelitian ini dimaksudkan untuk mengukur tingkat kepuasan atau harapan dosen dan pengguna dengan menggunakan sepuluh unsur layanan sebagai item pengukuran, dengan sampel 80 responden di lingkungan Universitas XYZ. Untuk memenuhi kelayakan instrumen dilakukan uji validitas dan reliabilitas, Teknik Analisnya dengan deskriptif kuantitatif melalui Indeks dan Importance Performance analysis didapatkan hasil tingkat kepuasan dosen masuk dalam kategori kepuasan yang baik dengan harapan yang tinggi, beberapa unsur layanan yang perlu perhatian dalam peningkatan pelayanannya adalah; unsur sumber pendanaan, penyediaan fasilitas penelitian dan pengabdian masyarakat secara proporsional sesuai kebutuhan dan pencapaian janji layanan sesuai dengan rencana strategi penelitian dan pengabdian masyarakat yang telah dicanangkan

**Kata kunci:** Kepuasan Pengguna, Harapan dan Kinerja Layanan, *Importance Performance Analysis*

### Abstract:

*Evaluation of service performance is something that needs to be done regularly in order to improve its quality. This research is intended to measure the level of satisfaction or expectations of lecturers and users by using ten service elements as measurement items, with a sample of 80 respondents in XYZ University. To meet the feasibility of the instrument, validity and reliability tests were carried out. The analysis technique was quantitative descriptive through the Index and Importance Performance analysis. The results showed that the level of lecturer satisfaction was in the category of good satisfaction with high expectations, several service elements that needed attention and improvement were; elements of funding sources, providing research facilities and community service proportionally according to needs and achieving service promises in accordance with the research and community service strategic plans that have been proclaimed.*

**Keyword:** User Satisfaction, Service Expectation and Performance, *Importance Performance*

### PENDAHULUAN

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat selanjutnya disingkat LP2M adalah salah satu lembaga yang ada di lingkungan Universitas XYZ yang mempunyai tugas dan tanggung jawab untuk memfasilitasi kegiatan para dosen dan civitas akademik dalam rangka menjalankan tridarma perguruan tinggi terutama yang terkait dengan bidang kegiatan penelitian dan bidang kegiatan pengabdian kepada masyarakat, tentunya dalam menjalankan tugas dan fungsinya LP2M mengacu pada tujuan institusi yaitu; menjadikan dosen dan mahasiswa yang

berwawasan dan mampu berkiprah mengembangkan iptek, seni dan bahasa melalui penelitian, dalam rangka pencapaian tujuan tersebut LP2M mempunyai tanggung jawab untuk menjalankan visi dan misinya yang meliputi; tanggung jawab mengelola kegiatan penelitian, membangun dan mengembangkan kerja sama dengan berbagai pihak yang terkait dengan penelitian dan pengabdian masyarakat, mendorong kegiatan penelitian dan mendorong penyebaran hasil dan luaran penelitian untuk kemudahan dan kesejahteraan masyarakat.

LP2M dalam mengemban tugas pelaksanaan penelitian dan pengabdian dosen, stake holder dan civitas akademik pengguna jasa pelayanan penelitian dan pengabdian dosen sampai saat ini sudah baik dan berjalan lancar, oleh karena itu guna meningkatkan kinerja pelayanan penelitian dan pengabdian dosen yang dilakukan civitas akademik Universitas XyZ dan untuk memenuhi kualitas yang diharapkan oleh para peneliti dan pengabdian perlu dilakukan evaluasi kinerja pelayanan setiap saat. Di samping itu dalam rangka memenuhi kebutuhan data dukung akreditasi institusi perguruan tinggi dan evaluasi perbaikan layanan penelitian dan pengabdian kepada dosen, maka diperlukan pengukuran tingkat keberhasilan layanan[1] penelitian dan pengabdian dosen berupa indeks kepuasan layanan kinerja atau Importance Performance Analysis (IPA) sebagai Evaluasi kinerja dan harapan pengguna jasa pelayanan kinerja penelitian dan kinerja pengabdian kepada dosen.

Merupakan satu bentuk upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan penelitian dan pengabdian dosen, adalah dengan melakukan survei kepuasan layanan dan harapan kinerja dibidang jasa layanan penelitian dan pengabdian sebagai tolak ukur untuk menilai tingkat kualitas pelayanan yang ada di Universitas XyZ. Survei Kepuasan dan harapan (IPA) terhadap pengguna layanan penelitian dan pengabdian dosen di lingkungan akademik Universitas XyZ) dilaksanakan secara berkala dengan maksud untuk mengetahui seberapa besar tingkat keberhasilan dan kinerja layanan penelitian dan pengabdian dosen sebagai bahan untuk menerapkan kebijakan dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan kinerja penelitian dan kinerja pengabdian dosen selanjutnya, Sebagai sasaran survei kepuasan layanan dan harapan kinerja adalah pengguna jasa layanan penelitian dan pengabdian masyarakat adalah seluruh dosen dan para pengguna di lingkungan Universitas XyZ.

Analisis kepuasan layanan dan harapan kinerja ini adalah data dan informasi tentang tingkat kepuasan dosen dan pengguna layanan di lingkungan akademik yang diperoleh dari data primer hasil dari penyebaran kuesioner secara kualitatif dan kuantitatif atas persepsi dosen dalam mendapatkan pelayanan dari petugas dan penyedia pelayanan penelitian dan pengabdian dosen dengan membandingkan antara harapan kinerja yang dijanjikan dan kepuasan layanan yang diterimanya[2]–[4]

Ruang Lingkup Survei Kepuasan layanan dosen mengacu pada Peraturan Menteri Pendayagunaan

Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 14 tahun 2017, meliputi[3], [5]:

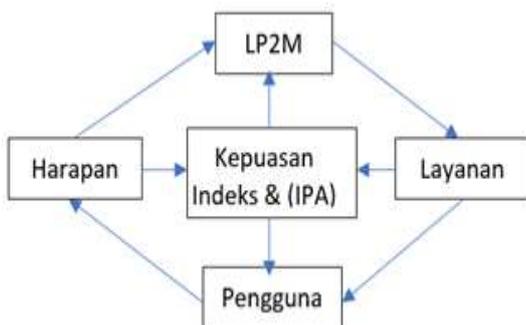
1. Persyaratan, merupakan kelengkapan administrasi yang diperlukan secara teknis untuk memenuhi standar dalam pengajuan skema penelitian dan pengabdian dosen.
2. Sistem, Mekanisme, dan Prosedur, merupakan sistem operasional dan prosedur pelayanan yang ditetapkan dalam penerima pelayanan penelitian dan pengabdian, dan penanganan pengaduan.
3. Waktu Pelayanan, merupakan keseluruhan waktu yang dibutuhkan dalam menyelesaikan proses administrasi penelitian dan pengabdian dari semua skema jenis penelitian dan pengabdian;
4. Dana penelitian dan pengabdian, adalah dana dari institusi yang diberikan kepada peneliti dan pengabdian dalam rangka menjalankan penelitian atau pengabdian berdasarkan luaran yang besarnya ditetapkan berdasarkan kesepakatan antara institusi dan dosen atau sesuai dengan peraturan yang di tetapkan;
5. Produk Spesifikasi, jenis atau skema penelitian dan pengabdian, adalah jenis atau skema penelitian dan pengabdian yang diberikan untuk dipilih berdasarkan pedoman yang telah ditetapkan.
6. Kompetensi Pelaksana, merupakan kemampuan yang menyertai pelaksana dalam memberikan layanan meliputi pengalaman dan pengetahuan, serta ketrampilan dan keahlian yang di milikinya.
7. Perilaku Pelaksana, merupakan bagaimana sikap petugas pemberi pelayanan dalam melayani para penggunanya.
8. Saran, masukan dan penanganan pengaduan, merupakan bagaimana tindak lanjut dari tata cara pelaksanaan penanganan pengaduan tersebut.
9. Tersedianya Fasilitas Penelitian dan Pengabdian Dosen, adalah kelengkapan dan kelayakan pakai fasilitas yang menunjang penelitian dan pengabdian Dosen termasuk kelompok riset.
10. Maklumat Janji atau Renstra, adalah arah tujuan penelitian dan pengabdian yang di tetapkan oleh institusi berdasarkan topik unggulan penelitian dan pengabdian yang ingin di capai.

#### **Kerangka penelitian**

LP2M dalam kegiatannya merupakan lembaga institusi yang memfasilitasi dan memberikan pelayanan kepada dosen dan pengguna lainnya, dalam menjalankan kewajiban kegiatan tridarma perguruan tinggi[6], tentunya dalam pengembangan tugas kinerja LP2M tidak hanya sesuai dengan tujuan dan visi misinya saja akan tetapi diharapkan mampu

memberikan kepuasan kepada masyarakat pengguna.

Kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan[7], sehingga kepuasan tercapai apabila ada kesesuaian antara harapan yang ingin di dapatkan oleh pengguna dengan kinerja layanan yang diberikan[8] oleh LP2M, kinerja layanan termasuk semua elemen yang diperlukan untuk memuaskan tujuan pengguna, dalam rangka untuk meningkatkan kinerjanya LP2M akan meminta tanggapan dan umpan balik secara langsung[7] dari pengguna sekaligus sebagai evaluasi kinerja yang positif bahwa LP2M siap melakukan perbaikan untuk masa yang akan datang dalam rangka memenuhi harapan pengguna, berdasar uraian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka penelitian  
Sumber: [6]–[8] Data diolah, 2022

## METODE

### 1. Metode pengukuran

Pengukuran survei kepuasan layanan dan harapan kinerja layanan yang diterimakan ke dosen dilakukan dengan teknik pemberian kuesioner secara Online, baik dengan pengisian pilihan sesuai dengan pilihannya sendiri maupun kuesioner dengan wawancara isian yang berkaitan dengan kinerja layanan penelitian dan pengabdian di lingkungan Universitas Xyz.

### 2. Alat pengukurannya

Menggunakan kuesioner tentang item pernyataan unsur-unsur pelayanan dengan beberapa alternatif pilihan jawaban yang menggambarkan tingkat kualitas dari masing-masing unsur pelayanan menggunakan Skala Likert[9], [10].

Angka 1 : Sangat tidak puas atau Sangat tidak penting

Angka 2 : Tidak puas atau Tidak penting

Angka 3 : Puas atau Penting

Angka 4 : Sangat Puas atau Sangat penting

### 3. Responden

Respondennya adalah seluruh dosen dan Civitas akademik pengguna, peneliti dan pengabdian di Universitas Xyz, di mana jumlahnya sebanyak 80 responden sasaran.

### 4. Waktu dan Tempat

#### a. Waktu

Survei kepuasan layanan dan harapan kinerja (IPA) penelitian dan pengabdian dosen Universitas Xyz antara akhir bulan Desember dan awal bulan Januari 2022

#### b. Tempat

Survei kepuasan layanan dan harapan kinerja layanan yang diterimakan ke dosen dilaksanakan kepada seluruh dosen di Universitas Xyz selama mendapatkan pelayanan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.

### 5. Metode pengolahan dan analisa data

a. Melakukan tabulasi isian kuesioner yang telah terkumpul dan dilakukan pemilahan, pemilihan, pengeditan data yang layak, pembersihan data dan pemberian kode data yang sesuai.

b. Data di kelompokkan dalam tabulasi dan entri ke perangkat Excel Microsoft 2016 sesuai pengkodean yang telah disiapkan.

c. Data hasil tabulasi dari item di masing-masing butir pernyataan atau pertanyaan dilakukan uji validitas dan reliabilitas, untuk memenuhi standar keabsahan dan standar keajekan alat ukur sesuai dengan butir pernyataan atau pertanyaan yang ada di instrumen survei yang digunakan.

d. Data dilakukan pengolahan dengan analisa deskriptif kuantitatif[11], nilai tingkat kepuasan dosen (IKD) dihitung dengan menggunakan “Nilai rata-rata data berimbang” masing-masing pernyataan unsur pelayanan. Dalam penghitungan tingkat kepuasan dosen terhadap 10 unsur pernyataan pelayanan yang dianalisis dan diteliti, setiap unsur pernyataan pelayanan memiliki bobot penimbang yang sesuai dan sama yaitu (0,1).

e. Untuk memperoleh nilai tingkat kepuasan layanan dan harapan kinerja layanan kepada dosen unit pelayanan menggunakan pendekatan nilai rata-rata tertimbang.

f. Untuk memudahkan interpretasi terhadap penilaian indeks kepuasan dosen (IKD) yaitu antara 25 - 100 maka hasil penilaian tersebut

akan mendapatkan konversi penilaian dengan nilai dasar 25, dengan rumus sebagai berikut: IKD Unit Pelayanan hasil perhitungan dengan mengalikan 25

- g. Mengingat unit atau instansi pelayanan mempunyai beberapa perbedaan karakteristik oleh karena itu setiap unit atau instansi pelayanan memungkinkan untuk melakukan:
- 1) Instansi atau unit pelayanan bisa menambah unsur-unsur pernyataan di dalam alat ukurnya bila unsur-unsur yang tersedia masih dianggap belum relevan.
  - 2) Peneliti dapat memberikan pembobotan yang berbeda terhadap masing-masing dari sepuluh unsur-unsur yang merupakan unsur paling penting dalam unit kegiatan kinerja pelayanan, dengan catatan jumlah pembobotan ke semua unsur tetap sebesar satu.
6. Penetapan nilai persepsi, interval konversi IKD, Interval IKD, mutu pelayanan dan mutu kinerja unit pelayanan, sebagaimana tabel berikut:[3], [5].

**Tabel 1. Nilai Persepsi Kinerja Mutu Pelayanan**

NILAI PERSEPSI	NILAI INTERVAL IKD	NILAI INTERVAL KONVERSI IKD	MUTU PELAYANAN	KINERJA UNIT PELAYANAN
1	1,00 - 1,75	25 - 43,75	D	Tidak baik
2	1,76 - 2,50	43,76 - 62,50	C	Kurang baik
3	2,51 - 3,25	62,51 - 81,25	B	Baik
4	3,26 - 4,00	81,26 - 100,0	A	Sangat baik

Sumber: [3], [5] Data diolah, 2022

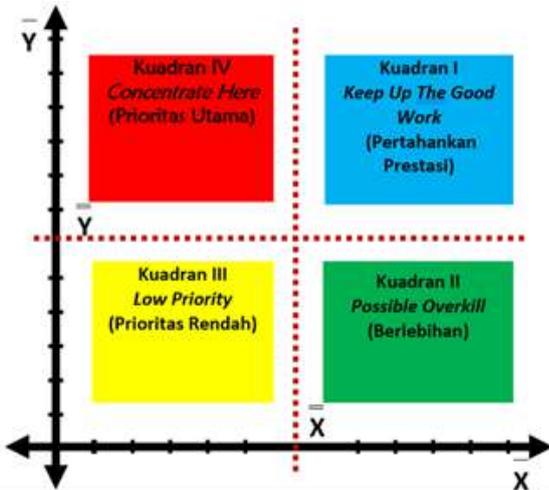
7. Importance Performance Analysis (IPA) atau analisis tingkat kepuasan dan kinerja layanan. IPA atau analisis tingkat kepuasan dan kinerja layanan merupakan bentuk metode dan cara analisis yang mengombinasikan antara aspek tingkat harapan dengan aspek kualitas layanan atau tingkat kepentingan terhadap persepsi kinerja layanan, yang merupakan perbandingan antara tingkat kepentingan dengan kinerja pelayanan ke dalam bentuk dua dimensi[12]–[14]. Dalam analisis ini ada dua parameter sebagai parameter, yaitu yang diwakili dan bersimbol oleh huruf X (Kinerja pelayanan Penelitian dan pengabdian Dosen) dan bersimbol oleh huruf Y (Harapan dosen Universitas XyZ), di mana simbol huruf X merupakan persepsi terhadap pelayanan penelitian dan pengabdian Dosen yang dapat memberikan kepuasan kepada dosen, sedangkan simbol huruf Y merupakan tingkat harapan atau kepentingan dosen. Tingkat

kepentingan yang dimaksud dalam hal ini adalah kepentingan menurut dosen terhadap pelayanan penelitian dan pengabdian Dosen di Universitas XyZ.

8. Analisis Kuadran empat bagian
- Peneliti dalam melakukan Langkah pertama dalam menganalisis kuadran adalah dengan cara menghitung rerata-rata penilaian harapan pengguna atau kepentingan dan kinerja pelayanan untuk masing-masing unsur dengan nilai rerata merupakan perpotongan dari pada sumbu garis horizontal tegak lurus, yakni sumbu yang menunjukkan hasil kinerja unsur-unsur (X), sedangkan nilai rerata merupakan perpotongan garis vertikal tegak lurus pada sumbu garis vertikal, yakni sumbu yang menunjukkan tingkat kepentingan atau harapan unsur-unsur (Y)[15]. Setelah peneliti melakukan analisis dan memperoleh bobot kinerja layanan dan kepentingan pengguna dari unsur-unsur, kemudian dari hasil penilaian tersebut dipasang dan dimasukkan ke dalam diagram Cartesius dengan menyesuaikan titik pertemuan atau koordinat masing-masing nilai dari masing-masing unsur tersebut seperti yang ditunjukkan dalam Gambar 1,[16]–[18] untuk mengetahui posisi letak dari unsur-unsur yang telah dilakukan penilaian di sini merupakan hasil analisis berdasarkan tingkat kepentingan dan kepuasan pengguna layanan Lembaga penelitian dan pengabdian masyarakat di Universitas XyZ dan kemudian selanjutnya melakukan interpretasi dari data hasil analisis tersebut sesuai dengan pedoman atau luaran berdasarkan item-item pernyataan atau pertanyaan dari masing-masing unsur sebagai indikator penilaiannya.
- Hasil dari menganalisis rata-rata nilai dari perhitungan nilai tingkat harapan dan perhitungan nilai kinerja layanan[19] akan dipergunakan untuk menentukan koordinat titik yang berada dalam kuadran. menginterpretasi kelanjutannya merupakan pertemuan dari nilai-nilai tingkat harapan pengguna dan kualitas kinerja layanan masing-masing unsur.
- Hasil analisisnya meliputi “keep up the good work” in Q1 to “concentrate here” in Q2, “low priority” in Q3, and concluding with “possible overkill” in Q4[20], [21] empat rekomendasi yang berbeda dengan melihat ruang importance atau tingkat besaran kepentingannya dan ruang performance atau kualitas kinerja layanan, yang akan

dimanfaatkan sebagai dasar untuk memberikan saran dan menetapkan perbaikannya[1].

Berikut keempat saran tersebut yang disesuaikan dengan penggunaan dalam penelitian ini yaitu tentang Pelayanan penelitian dan pengabdian Masyarakat oleh dosen di Universitas XyZ:



Gambar 2. Kuadran Cartesius Importance Performance Analysis

Sumber: [11]–[14], [16]–[19], [21]–[25] Data diolah, 2022

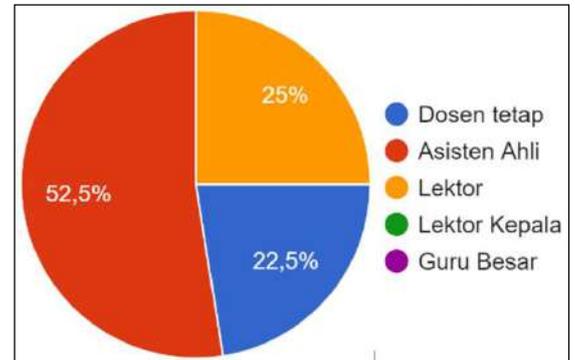
- Kuadran 1: merupakan prestasi kinerja yang harus dipertahankan, yang mengindikasikan bahwa unsur-unsur layanan penelitian dan pengabdian dosen sebagai harapan yang penting bagi dosen sebagai landasan keputusan harapan dengan kinerja layanan yang kualitas pelayanannya sudah sangat baik (Keep Up The Good Work)[22].
- Kuadran 2: merupakan kinerja pelayanan yang berlebihan, tetapi adanya unsur-unsur layanan penelitian dan pengabdian ini, dosen menganggap tidak begitu penting, tetapi dengan melihat dari kualitas kinerja layanannya baik (Possible Overkill)[13].
- Kuadran 3: merupakan kondisi dimana prioritas harapannya rendah begitu juga prioritas kinerjanya juga rendah, karena semua unsur menunjukkan perhitungan di bawah nilai rata-ratanya (Low Priority)[14].
- Kuadran 4: merupakan prioritas utama dimana unsur-unsur layanan pengguna menganggap sangat penting akan tetapi penyedia dalam memberikan kinerja layanan kualitasnya kurang baik (Concentrate Here)[24].

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil survei kepuasan dan harapan dosen Universitas XyZ dapat di sajikan hasil Uji dan Analisa data sebagai berikut:

### 1. Karakteristik Responden

- Karakteristik berdasarkan jabatan fungsional



Gambar 3. Pie Chart Karakteristik Jabatan Fungsional Responden

Sumber: data diolah, 2022

Dari data di atas diuraikan 42 responden (52,5%) punya jabatan fungsional Asisten Ahli, 20 responden (25%) jabatan fungsional Lektor dan 18 responden (22,5%) jabatan fungsional dosen tetap.

- Karakteristik berdasarkan pilihan kelompok riset.



Gambar 4. Pie Chart Kelompok Riset Pilihan Responden

Sumber: Data diolah, 2022

Dari data di atas diuraikan 30 responden (37,5%) punya pilihan kelompok riset Kewirausahaan dan ekonomi kreatif, 18 responden (22,5%) punya pilihan kelompok riset penguatan ketrampilan di bidang Teknik Industry, mesin dan elektro, 8 responden (10%) punya pilihan kelompok riset penguatan Pendidikan karakter, 8 responden (10%) punya pilihan kelompok riset pertanian dan ketahanan pangan, 7 responden (8,8%) punya pilihan kelompok riset kebijakan publik dan

pembangunan Dosen berkelanjutan, 5 responden (6,3%) punya pilihan kelompok riset kebudayaan dan kearifan lokal, dan 4 responden (5%) punya pilihan kelompok riset peningkatan kesadaran hukum Dosen.

c. Distribusi Karakteristik Responden

Tabel di bawah ini menggambarkan distribusi tabulasi silang karakteristik responden antara jabatan fungsional terhadap kelompok riset pilihan responden.

**Tabel 2. Tabulasi Silang Jabatan Fungsional Dosen\*Riset Pilihan**

	Distribusi Silang	Jabatan Fungsional			Total
		Dosen Tetap	Asisten Ahli	Lektor	
Kelompok Riset Pilihan	1 Kewirausahaan dan Ekonomi Kreatif	8	13	9	30
	2 Penguatan keterampilan dibidang teknik industri, mesin dan elektro	2	11	5	18
	3 Penguatan Pendidikan Karakter	2	3	3	8
	4 Pertanian dan Ketahanan Pangan	0	6	2	8
	5 Kebijakan Publik dan Pembangunan Masyarakat yang Berkelanjutan	4	3	0	7
	6 Kebudayaan dan Kearifan Lokal	2	3	1	6
	7 Peningkatan Kesadaran Hukum Masyarakat	0	3	0	3
	<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>42</b>	<b>20</b>	<b>80</b>

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan gambaran tabel tabulasi silang dapat di uraikan bahwa: dosen dengan jabatan dosen tetap posisi terbanyak 8 responden ada di kelompok riset kewirausahaan ekonomi kreatif dan 4 responden pada kelompok riset Kebijakan Publik dan Pembangunan Masyarakat yang Berkelanjutan, dosen dengan jabatan asisten ahli posisi terbanyak 13 responden ada di kelompok riset kewirausahaan ekonomi kreatif dan 11 responden pada kelompok riset

Penguatan keterampilan dibidang teknik industri, mesin dan elektro, dosen dengan jabatan lektor posisi terbanyak 9 responden ada di kelompok riset kewirausahaan ekonomi kreatif dan 5 responden pada kelompok riset Penguatan keterampilan dibidang teknik industri, mesin dan elektro. Responden yang mengisi kuesioner hanya ada tiga katagori jabatan fungsional yaitu: dosen tetap, asisten ahli dan lektor.

## 2. Uji Validitas Dan Reliabilitas Item Pernyataan

**Tabel 3. Uji Validitas**

No	Item Pertanyaan	r hitung
1	1a. Kepuasan kejelasan informasi persyaratan pelayanan skema Penelitian & Pengabdian	0,7539
2	1b. Harapan kejelasan informasi persyaratan pelayanan skema Penelitian & Pengabdian	0,7284
3	2a. Kepuasan kemudahan prosedur pelayanan Penelitian & Pengabdian	0,6179
4	2b. Harapan kemudahan prosedur pelayanan Penelitian & Pengabdian	0,7460
5	3a. Kepuasan ketepatan waktu pelayanan Penelitian & Pengabdian	0,7972
6	3b. Harapan ketepatan waktu dalam pelayanan Penelitian & Pengabdian	0,7640
7	4a. Kepuasan kesesuaian Dana Penelitian & Pengabdian dengan peraturan yang berlaku	0,4747

8	4b. Harapan kesesuaian dana penelitian & pengabdian dengan peraturan yang berlaku	0,5678
9	5a. Kepuasan kesesuaian informasi terhadap spesifikasi /Skema penelitian & pengabdian	0,7391
10	5b. Harapan kesesuaian informasi terhadap spesifikasi/Skema penelitian & pengabdian	0,8452
11	6a. Kepuasan kemampuan petugas pelayanan penelitian & pengabdian	0,8106
12	6b. Harapan kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan	0,8470
13	7a. Kepuasan sikap (kesopanan/keramahan) petugas pelayanan penelitian & pengabdian	0,6842
14	7b. Harapan Sikap (kesopanan dan keramahan) petugas dalam pelayanan penelitian & pengabdian	0,7173
15	8a. Kepuasan janji layanan (Renstra) pelayanan penelitian & pengabdian	0,6930
16	8b. Harapan janji layanan (Renstra) pelayanan penelitian & pengabdian	0,7951
17	9a. Kepuasan solusi penanganan pengaduan layanan penelitian & pengabdian	0,7000
18	9b. Harapan solusi penanganan pengaduan layanan penelitian & pengabdian	0,8111
19	10a. Kepuasan kondisi fasilitas penelitian & Pengabdian Dosen (kelompok riset)	0,5910
20	10b. Harapan penambahan jenis fasilitas penunjang penelitian & pengabdian Dosen	0,7475

Sumber: Data diolah, 2022

Dari hasil uji instrumen menggunakan uji validitas *pearson* pada tabel 3, dan uji reliabilitas *spearman brown* pada tabel 4, yang telah dilakukan menunjukkan hasil semua item pernyataan dengan  $r$  hitung  $> 0,30$ [26] valid dan hasil dari *cronbach's alpha*  $> 0,60$ [26] reliabel, artinya instrumen layak dan memenuhi syarat untuk pengukuran dan mampu mengukur apa yang akan di ukur yaitu kepuasan dan harapan dosen terhadap kinerja pelayanan penelitian dan pengabdian dosen Universitas XyZ melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian Dosen Universitas XyZ.

**Tabel 4. Uji Reliabilitas**

No	Cronbach's Alpha	Keterangan	Kategori
1	0,951	Reliabel	Sangat Tinggi

Sumber : Data diolah

### 3. Analisis indeks kepuasan dosen

Analisis tingkat kepuasan responden dilakukan dengan cara mencari skor total masing-masing item di bagi dengan jumlah responden, kemudian di jumlahkan dan dicari skor reratanya dikalikan

dua puluh lima sebagai nilai dasar tingkat kepuasan dan di interpretasikan sesuai dengan katagorinya di dapatkan hasil seperti pada tabel 5.

Tabel 5. Tingkat Kepuasan Dosen (Indeks)

No	Unsur Pertanyaan Kepuasan (a)	Nilai Unsur Kinerja	
		Jumlah Nilai	Nilai Rata-rata
1a	Kejelasan informasi persyaratan skema Penelitian & Pengabdian	262	3,316
2a	Kemudahan prosedur pelayanan Penelitian & Pengabdian	259	3,278
3a	Ketepatan waktu pelayanan Penelitian & Pengabdian	264	3,342
4a	Dana Penelitian & Pengabdian	225	2,848
5a	Informasi terhadap spesifikasi /Skema penelitian & pengabdian	257	3,253
6a	Kemampuan petugas pelayanan penelitian & pengabdian dalam memberikan pelayanan	258	3,266
7a	Sikap (kesopanan/keramahan) petugas pelayanan penelitian & pengabdian	275	3,481
8a	Janji layanan (Renstra) pelayanan penelitian & pengabdian	246	3,114
9a	Solusi penanganan pengaduan layanan penelitian & pengabdian	255	3,228
10a	Kondisi fasilitas penelitian & Pengabdian masyarakat (kelompok riset)	232	2,937
Rata-rata Total			32,063
Rata-rata Tertimbang			3,206
Indeks Kepuasan			80,158
Katagori			Baik

Sumber: Data diolah, 2022

Penjelasan dari analisis tingkat kepuasan sebagai berikut:

Unsur yang memiliki Tingkat Kepuasan Dosen paling rendah adalah: kepuasan terendah pertama unsur dana penelitian dan pengabdian masyarakat (4a), unsur kepuasan terendah kedua adalah fasilitas penelitian dan pengabdian masyarakat (10a) dan Unsur kepuasan terendah ketiga adalah janji capaian Renstra penelitian dan pengabdian masyarakat (8a). Sedangkan unsur yang memiliki tingkat kepuasan Dosen tertinggi adalah: kepuasan tertinggi pertama adalah unsur sikap keramahan dan kesopanan petugas pelayanan penelitian dan pengabdian masyarakat (7a), kepuasan tertinggi kedua adalah unsur ketepatan waktu pelayanan penelitian dan pengabdian masyarakat (3a), dan kepuasan tertinggi ketiga adalah unsur kejelasan informasi skema penelitian dan pengabdian masyarakat (1a).

Besaran Total Tingkat Kepuasan Dosen (TKD) adalah dengan nilai 80,158 dalam katagori **Baik**.

#### 4. Analisis indeks harapan dosen

Analisis tingkat harapan responden dilakukan dengan cara mencari skor total masing-masing item di bagi dengan jumlah

responden, kemudian di jumlahkan dan dicari skor reratanya dikalikan dua puluh lima sebagai nilai dasar tingkat harapan dan di interpretasikan sesuai dengan katagorinya di dapatkan hasil seperti pada tabel 6.

Penjelasan:

Unsur terendah harapan dosen terhadap kinerja pelayanan penelitian dan pengabdian masyarakat yang di terimanya adalah: unsur harapan terendah pertama adalah unsur janji layanan terhadap Renstra penelitian dan pengabdian masyarakat (8b), unsur harapan terendah kedua adalah unsur fasilitas pelayanan penelitian dan pengabdian masyarakat (10b), dan unsur harapan terendah ketiga adalah unsur solusi penanganan pengaduan layanan penelitian dan pengabdian masyarakat (9b).

Unsur tertinggi harapan dosen terhadap kinerja pelayanan penelitian dan pengabdian masyarakat yang di terimanya adalah: unsur harapan tertinggi pertama adalah unsur kemudahan prosedur pelayanan penelitian dan pengabdian masyarakat (2b), unsur harapan tertinggi kedua adalah unsur sikap keramahan dan kesopanan petugas pelayanan penelitian dan pengabdian masyarakat (7b), dan

unsur harapan tertinggi ketiga adalah unsur kejelasan informasi skema penelitian dan pengabdian masyarakat.

Besaran Total harapan dosen terhadap kinerja pelayanan penelitian dan

pengabdian masyarakat di Universitas XyZ yang di terima dengan nilai 90,601 dalam kategori **Harapan Tinggi**.

**Tabel 6. Tingkat Harapan Dosen (Indeks)**

No	Unsur Pertanyaan Harapan (b)	Nilai Unsur Harapan	
		Jumlah Nilai	Nilai Rata-rata
1b	Kejelasan informasi persyaratan skema Penelitian & Pengabdian	290	3,671
2b	Kemudahan prosedur pelayanan Penelitian & Pengabdian	295	3,734
3b	Ketepatan waktu pelayanan Penelitian & Pengabdian	287	3,633
4b	Dana Penelitian & Pengabdian	288	3,646
5b	Informasi terhadap spesifikasi /Skema penelitian & pengabdian	285	3,608
6b	Kemampuan petugas pelayanan penelitian & pengabdian dalam memberikan pelayanan	284	3,595
7b	Sikap (kesopanan/keramahan) petugas pelayanan penelitian & pengabdian	292	3,696
8b	Janji layanan (Renstra) pelayanan penelitian & pengabdian	278	3,519
9b	Solusi penanganan pengaduan layanan penelitian & pengabdian	282	3,570
10b	Kondisi fasilitas penelitian & Pengabdian masyarakat (kelompok riset)	282	3,570
Rata-rata Total			36,241
Rata-rata Tertimbang			3,624
Indeks Harapan			90,601
Katagori			Harapan Tinggi

Sumber: Data diolah, LPPM 2021

##### 5. Analisis kesesuaian antara kepuasan dan harapan dosen

Analisis kesesuaian dilakukan dengan cara mencari perbandingan masing-masing nilai rata-rata item unsur pengukuran nilai kinerja dengan unsur pengukuran nilai harapan setelah itu dikalikan Persentase (100), dari masing-masing nilai perbandingan presentasi dijumlahkan dan kemudian dibagi dengan jumlah unsur item pengukuran, kemudian di interpretasikan sesuai dengan katagorinya. Hasil dari analisis kesesuaian dengan uji Importance Performance Analysis dapat di simak pada tabel 7 berikut.

Penjelasan:

Unsur yang memiliki tingkat kesesuaian antara kepuasan dan harapan dosen yang paling rendah adalah: tingkat kesesuaian terendah pertama adalah unsur dana penelitian dan pengabdian masyarakat

(4ab), tingkat kesesuaian terendah kedua adalah unsur kondisi fasilitas penelitian dan pengabdian masyarakat (10ab), dan tingkat kesesuaian terendah ketiga adalah unsur kemudahan prosedur pelayanan penelitian dan pengabdian masyarakat (2ab).

Sedangkan unsur yang memiliki tingkat kesesuaian paling tinggi adalah: tingkat kesesuaian tertinggi pertama adalah unsur sikap kesopanan dan keramahan petugas pelayanan penelitian dan pengabdian masyarakat (7ab), tingkat kesesuaian tertinggi kedua yaitu unsur ketepatan waktu pelayanan penelitian dan pengabdian masyarakat (3ab), dan tingkat kesesuaian tertinggi ketiga yaitu unsur Kemampuan petugas pelayanan penelitian & pengabdian dalam memberikan pelayanan penelitian dan pengabdian masyarakat.

**Tabel 7. IPA (Importance Performance Analysis) Sepuluh Unsur Kinerja Layanan LP<sub>2</sub>M Universitas XyZ**

No	Unsur Pertanyaan	Unsur Kinerja		Unsur Harapan		Kesesuaian (%)
		Jumlah Nilai	Nilai rata-rata	Jumlah Nilai	Nilai rata-rata	
1	Kejelasan informasi persyaratan skema Penelitian & Pengabdian	262	3,2750	290	3,625	90,344828
2	Kemudahan prosedur pelayanan Penelitian & Pengabdian	259	3,2375	295	3,6875	87,796610
3	Ketepatan waktu pelayanan Penelitian & Pengabdian	264	3,3000	287	3,5875	91,986063
4	Dana Penelitian & Pengabdian	225	2,8125	288	3,6	78,125000
5	Informasi terhadap spesifikasi /Skema penelitian & pengabdian	257	3,2125	285	3,5625	90,175439
6	Kemampuan petugas pelayanan penelitian & pengabdian dalam memberikan pelayanan	258	3,2250	284	3,55	90,845070
7	Sikap (kesopanan/keramahan) petugas pelayanan penelitian & pengabdian	275	3,4375	292	3,65	94,178082
8	Janji layanan (Renstra) pelayanan penelitian & pengabdian	246	3,0750	278	3,475	88,489209
9	Solusi penanganan pengaduan layanan penelitian & pengabdian	255	3,1875	282	3,525	90,425532
10	Kondisi fasilitas penelitian & Pengabdian masyarakat (kelompok riset)	232	2,9000	282	3,525	82,269504
<b>Persentase Rata-rata Total Kesesuaian</b>						<b>88,46353</b>

Sumber: Data diolah, LPPM 2021

Dari uraian di atas yang perlu mendapat perhatian dan perbaikan kinerja adalah tentang realisasi dana penelitian dan pengabdian masyarakat secara internal institusi dan yang perlu mendapatkan perhatian kedua adalah kesediaan fasilitas pendukung penelitian dan pengabdian masyarakat yang diperlukan oleh dosen serta kemudahan prosedur pelayanan penelitian dan pengabdian masyarakat dilingkungan Universitas XyZ.

Dan unsur-unsur yang perlu di pertahankan prestasinya adalah: unsur sikap kesopanan dan keramahan petugas pelayanan penelitian dan pengabdian masyarakat, unsur ketepatan waktu pelayanan penelitian dan pengabdian masyarakat, dan unsur kemampuan petugas pelayanan penelitian dan pengabdian masyarakat dalam memberikan pelayanan.

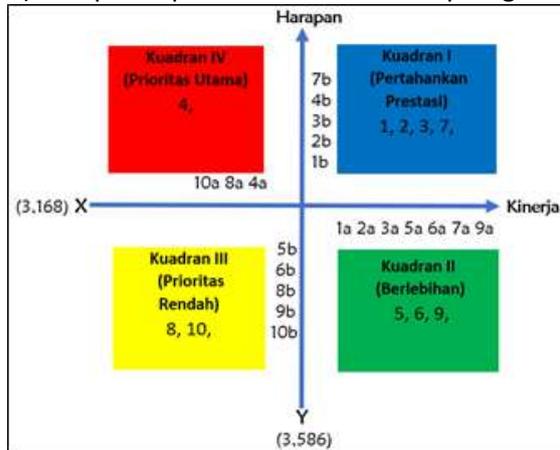
Dari perhitungan pada tabel 7, analisis kesesuaian dilakukan plotting posisi masing-masing unsur sesuai dengan nilai rata-ratanya dengan cara nilai rerata (3,168) kinerja memotong persis di tengah garis kinerja horizontal dan nilai rerata (3,586) memotong persis di tengah-tengah garis vertikal sebagai

harapan, setelah itu masing-masing unsur disesuaikan dengan nilainya berada di mana, bila nilai unsur kinerja lebih besar dari reratanya di plotting sebelah kanan dan bila nilai unsur kinerja lebih kecil dari reratanya di plotting sebelah kiri, begitu juga bila nilai unsur harapan lebih besar dari reratanya di plotting sebelah atas dan bila nilai unsur harapan lebih kecil dari reratanya di plotting sebelah bawah, setelah itu ditarik titik koordinatnya antara sumbu X (kinerja) dan Sumbu Y (harapan) sehingga di temukan masing-masing unsur berada pada kuadran mana sesuai dengan diagram Cartesius, hasil dari analisisnya dapat di lihat pada gambar 4 dengan penjelasan sebagai berikut:

Kuadran 1. Menggambarkan bahwa aspek tingkat harapan Dosen terhadap pelayanan yang tinggi telah terpenuhi dengan hasil kinerja pelayanan yang baik, dan prestasi kinerja pelayanan perlu dipertahankan, Unsur yang masuk dalam kuadran 1 adalah:

- 1) Persyaratan pelayanan penelitian dan pengabdian,
- 2) Prosedur pelayanan Penelitian dan Pengabdian,

- 3) Ketepatan waktu pelayanan penelitian dan pengabdian,
- 4) Sikap kesopanan dan keramahan petugas



Gambar 5. Diagram Kartesius Importance Performance Analysis  
 Sumber: Data diolah, 2022

Kuadran 2. Menggambarkan bahwa aspek tingkat harapan Dosen terhadap pelayanan rendah tetapi kinerja pelayanan yang diberikan berlebihan. Unsur yang masuk dalam kuadran 2 adalah:

- 1) Informasi terhadap spesifikasi /Skema penelitian & pengabdian.
- 2) Kemampuan petugas pelayanan penelitian & pengabdian dalam memberikan pelayanan.
- 3) Solusi penanganan pengaduan layanan penelitian & pengabdian.

Kuadran 3. Menggambarkan bahwa aspek tingkat harapan Dosen rendah dan kinerja pelayanan yang di berikan biasa-biasa saja, prioritas rendah. Unsur yang masuk dalam kuadran 3 adalah:

- 1) Janji layanan (Renstra) pelayanan penelitian & pengabdian.
- 2) Kondisi fasilitas penelitian & Pengabdian masyarakat (kelompok riset).

Kuadran 4. Menggambarkan bahwa aspek tingkat harapan Dosen terhadap pelayanan tinggi tetapi hasil dari kinerja pelayanan yang diterima dosen masih rendah, perlu konsentrasi untuk memenuhi tingkat kepentingan dosen, Unsur yang masuk dalam kuadran 4 adalah Dana Penelitian dan Pengabdian (menggambarkan bahwa harapan dosen terhadap sumber pendanaan penelitian dan pengabdian tinggi belum ditunjang

dengan kinerja layanan yang optimal dari dan asal sumber pendanaannya).

### SIMPULAN DAN SARAN

Beberapa unsur-unsur yang perlu di pertahankan prestasinya adalah unsur sikap kesopanan dan keramahan petugas serta ketepatan waktu pelayanan penelitian dan pengabdian masyarakat, sedangkan terkait dengan tingkat kepuasan dan harapan dosen dari hasil analisis indeks kesimpulan dan alternative saran yang ditawarkan adalah sebagai berikut:

Unsur yang memiliki Tingkat Kepuasan Dosen paling rendah adalah: kepuasan terhadap Dana penelitian dan pengabdian masyarakat (4a), kepuasan terhadap pemenuhan fasilitas penelitian dan pengabdian masyarakat (10a) dan kepuasan terhadap janji capaian Renstra penelitian dan pengabdian masyarakat (8a), ini yang perlu mendapatkan perhatian dan optimalisasi kinerja stoke holder.

Unsur yang memiliki harapan tertinggi dosen terhadap kinerja pelayanan penelitian dan pengabdian masyarakat yang di terimanya adalah: unsur harapan kemudahan prosedur pelayanan penelitian dan pengabdian masyarakat (2b), unsur harapan sikap keramahan dan kesopanan petugas pelayanan penelitian dan pengabdian masyarakat (7b), dan unsur harapan kejelasan informasi skema penelitian dan pengabdian masyarakat.

Tingkat kesesuaian kepuasan dan harapan berbasis importance performance analysis. Pada kuadran 4, menggambarkan bahwa aspek tingkat harapan dosen terhadap pelayanan tinggi tetapi hasil dari kinerja pelayanan yang diterima dosen masih rendah, hal ini perlu perhatian dan konsentrasi untuk memenuhi tingkat kepentingan dosen tersebut, Unsur yang masuk dalam kuadran 4 adalah: Dana Penelitian & Pengabdian, ini menggambarkan bahwa harapan dosen terhadap dana penelitian dan pengabdian tinggi belum mendapat saluran yang ditunjang dengan kinerja layanan yang optimal dari Universitas XyZ.

Dari uraian di atas yang perlu mendapat perhatian dan perbaikan kinerja yang pertama

adalah tentang realisasi dana penelitian dan pengabdian masyarakat secara proporsional dari institusi pendanaan, dan yang perlu mendapatkan perhatian kedua adalah kesediaan fasilitas pendukung penelitian dan pengabdian masyarakat yang diperlukan oleh dosen serta kemudahan prosedur pelayanan penelitian dan pengabdian masyarakat dilingkungan Universitas XyZ.

#### REFERENSI

- [1] Hermanto, Hermanto, Renny Candradewi Puspitarini, and Ngatimun Ngatimun. "Community Satisfaction Index in Healthcare Service of Community Central Health Service in Maron Probolinggo Indonesia." *E-PROCEEDING STIE MANDALA* (2021): 346-352.
- [2] Hermanto, Hermanto. "Pengaruh Kejelasan Pelayanan, Kedisiplinan Petugas Pelayanan, Kecepatan Pelayanan Dan Infrastruktur Terhadap Kepuasan Masyarakat." *UNEJ e-Proceeding 1* (2016): 301-311.
- [3] Permen PAN & RB No.14, "Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2017 Tentang Pedoman Penyusunan Survei Kepuasan Masyarakat Unit Penyelenggara Pelayanan Publik," pp. 1–30, 2017, doi: 10.1016/0014-4827(75)90518-2.
- [4] Hermanto, Hermanto, and Agung Yatiningrum. "Sembilan Unsur Penting Dalam Pelayanan Kesehatan Terhadap Kepuasan Masyarakat." *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage 2.02* (2018): 17-30.
- [5] Permen PAN & RB No.16, Pedoman Survei Kepuasan Masyarakat terhadap Penyelenggaraan Pelayanan Publik. Jakarta: Menteri PAN & RB, 2014.
- [6] U.-U. Nomor 12, "Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi," 2012.
- [7] Hermanto, Hermanto. "Faktor Pelayanan, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan." (2019).
- [8] S. Nunkoo, Robin; Viraiyan, Teeroovengadum; Christian, Ringle; Vivek, "Service quality and customer satisfaction: The moderating effects of hotel star rating," *Int. J. Hosp. Manag.*, vol. 91, no. October, pp. 1–51, 202AD.
- [9] Riduwan & Engkos Achmad Kuncoro, Cara Menggunakan Dan Memaknai Analisis Jalur (Path Analysis), 2nd ed. Bandung: Alfabeta, 2008.
- [10] S. Gai, J. Fu, X. Rong, and L. Dai, "Users' views on cultural ecosystem services of urban parks: An importance-performance analysis of a case in Beijing, China," *Anthropocene*, vol. 37, no. January, p. 100323, 2022, doi: 10.1016/j.ancene.2022.100323.
- [11] H. Wilkins, "Using importance-performance analysis to appreciate satisfaction in hotels," *J. Hosp. Mark. Manag.*, vol. 19, no. 8, pp. 866–888, 2010, doi: 10.1080/19368623.2010.514554.
- [12] J. C. Martilla, J. A., and James, "Importance-Performance Analysis," *J. Mark.*, vol. 41, no. 1, pp. 77–79, 1977, doi: <https://doi.org/10.1177/002224297704100112>.
- [13] D. Parra-Camacho, V. Añó Sanz, D. Ayora Pérez, and R. J. González-García, "Applying importance-performance analysis to residents' perceptions of large sporting events," *Sport Soc.*, vol. 23, no. 2, pp. 249–263, 2020, doi: 10.1080/17430437.2019.1627330.
- [14] J. Esmailpour, K. Aghabayk, M. Abrari Vajari, and C. De Gruyter, "Importance – Performance Analysis (IPA) of bus service attributes: A case study in a developing country," *Transp. Res. Part A Policy Pract.*, vol. 142, no. May, pp. 129–150, 2020, doi: 10.1016/j.tra.2020.10.020.
- [15] T. Q. L. T. T. N. N. T. H. T. L. Q. L. V. H. Nguyen, "Assessing port service quality: An application of the extension fuzzy AHP and importance-performance analysis." pp. 1–24, 2022.
- [16] Z. & R. M. Hariany, "Analisis indeks kepuasan masyarakat (ikm) terhadap pelayanan publik di puskesmas xxx," *Fak. Tek. Univ. Sumatera Utara*, vol. 5, no. 2, pp. 17–21, Jan. 2014, Accessed: Jan. 20, 2018. [Online]. Available:

- <https://jurnal.usu.ac.id/index.php/jti/article/view/12394/pdf>.
- [17] D. Lusianti, "Pengukuran Kepuasan Peserta Jkn Melalui Pendekatan Importance-Performance Analysis," *J. Sains Pemasar. Indones.*, vol. 16, no. 1, pp. 17–25, 2017.
- [18] T. Setiawati, Lenny & Sugiharto, "Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja Layanan Automatic Teller Machine (ATM) Bank Mandiri," *J. Ilm. Ekon. Bisnis*, vol. 13, No 3, no. 1, 2008.
- [19] J. W.-W. & G. Biesok, "Decision making on various approaches to Importance-Performance Analysis (IPA)," *Eur. J. Bus. Sci. Technol.*, vol. 3, no. 2, 2017, doi: 10.11118/ejobsat.v3i2.82.
- [20] M. Lettner, F. Hesser, B. Hedeler, P. Schwarzbauer, and T. Stern, "Barriers and incentives for the use of lignin-based resins: Results of a comparative importance performance analysis," *J. Clean. Prod.*, vol. 256, p. 120520, 2020, doi: 10.1016/j.jclepro.2020.120520.
- [21] I. Rašovská, M. Kubickova, and K. Ryglóvá, "Importance–performance analysis approach to destination management," *Tour. Econ.*, vol. 27, no. 4, pp. 777–794, 2021, doi: 10.1177/1354816620903913.
- [22] M. Cladera, "An application of importance-performance analysis to students' evaluation of teaching," *Educ. Assessment, Eval. Account.*, vol. 33, no. 4, pp. 701–715, 2021, doi: 10.1007/s11092-020-09338-4.
- [23] Š. et all Ormanović, "Importance-Performance Analysis: Different Approaches," vol. 2, no. January 2018, pp. 1–8, 2004.
- [24] I. Sever, "Importance-performance analysis: A valid management tool?," *Tour. Manag.*, vol. 48, pp. 43–53, 2015, doi: 10.1016/j.tourman.2014.10.022.
- [25] S. Nazari-Shirkouhi, S. Mousakhani, M. Tavakoli, M. R. Dalvand, J. Šaparauskas, and J. Antučevičienė, "Importance-performance analysis based balanced scorecard for performance evaluation in higher education institutions: An integrated fuzzy approach," *J. Bus. Econ. Manag.*, vol. 21, no. 3, pp. 647–678, 2020, doi: 10.3846/jbem.2020.11940.
- [26] R. Priyastama, *Buku Sakti Kuasai SPSS Pengolahan Data & Analisis Data*. Yogyakarta: Start Up, 2017.

## Pengaruh Kreasi Dan Inovasi Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Pada UMKM di Pasar Rembang – Pasuruan)

Ishak\*, Khamdan Suriyok  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Yadika Bangil  
\*e-mail : ishakadiguna@gmail

Dikirim	Direvisi	Diterima
11 Februari 2022	22 Maret 2022	23 Maret 2022

### Abstrak:

Penelitian dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh kreasi dan inovasi terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro kecil menengah. Penelitian dilakukan pada Pada UMKM di Pasar Rembang – Pasuruan. Data dikumpulkan melalui observasi, analisis dokumen, dan penyebaran kuesioner. Metode analisis data dilakukan dengan metode kuantitatif deskriptif dengan analisis menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertama, variabel-variabel berpengaruh secara simultan terhadap kreativitas dan inovasi terhadap kewirausahaan. Kedua, variabel kreativitas berpengaruh secara parsial terhadap kewirausahaan. Ketiga, variabel inovasi berpengaruh secara parsial terhadap kewirausahaan. Keempat, variabel inovasi paling berpengaruh terhadap kewirausahaan.

**Kata kunci:** Kreativitas, Inovasi, Kewirausahaan, UMKM

### Abstract:

*The research was conducted with the aim of analyzing and explaining the effect of creation and innovation on increasing the income of micro, small and medium enterprises. The research was conducted on MSMEs in Rembang Market - Pasuruan. Data were collected through observation, document analysis, and distributing questionnaires. The method of data analysis was carried out with a descriptive quantitative method with analysis using SPSS. The results show that first, the variables have a simultaneous effect on creativity and innovation on entrepreneurship. Second, the creativity variable has a partial effect on entrepreneurship. Third, the innovation variable has a partial effect on entrepreneurship. Fourth, the most influential innovation variable on entrepreneurship.*

**Keywords :** Creativity, Innovation, Entrepreneurship and MSMEs

### PENDAHULUAN

Peranan UMKM dalam perekonomian nasional dari berbagai aspek melibatkan pihak pemerintah dalam menyusun Program Pembangunan dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN). RPJMN tahun 2009-2014 menekankan program pengembangan sistem pendukung usaha bagi UMKM dan program pengembangan kewirausahaan dan kemampuan bersaing. Hal ini menyangkut pembentukan perilaku usaha untuk mencapai kinerja dan struktur usaha

mikro kecil menengah yang lebih berhasil atau sukses.

Program Pembangunan dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2009-2014 menekankan program pengembangan sistem pendukung usaha bagi UMKM dan program pengembangan kewirausahaan dan kemampuan berdaya saing (RPJMN, 2013). Pemerintah memberikan perhatian terhadap UMKM disebabkan karena UMKM memiliki peranan dalam perekonomian nasional. Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di

Indonesia sangat besar dan telah terbukti menyelamatkan perekonomian bangsa pada saat krisis ekonomi tahun 1997.

(Scarborough, 2015) menyatakan bahwa pemulihan krisis ekonomi berjalan selama tujuh tahun dan beberapa studi telah menunjukkan bahwa ekonomi Indonesia tidak hanya mengandalkan peranan usaha besar, tetapi UMKM terbukti mempunyai ketahanan relatif lebih baik dibandingkan dengan usaha skala lebih besar. Tidak mengherankan bahwa baik pada masa krisis dan masa pemulihan perekonomian Indonesia saat ini, UMKM memiliki peranan yang sangat strategis dan penting ditinjau dari berbagai aspek. Pertama, jumlah industrinya yang besar dan terdapat dalam setiap sektor ekonomi. Kedua, potensinya yang besar dalam menciptakan lebih banyak kesempatan kerja bila dibandingkan dengan investasi yang sama pada usaha dengan skala lebih besar. Ketiga, kontribusi UMKM dalam pembentukan PDB cukup signifikan. Keempat, memiliki sumbangan kepada devisa negara dengan nilai ekspor yang cukup stabil.

Berdasarkan fenomena yang terjadi pada pedagang pasar Rembang Pasuruan bahwa semakin hari pembeli yang datang semakin turun hal ini dikarenakan mulai maraknya penjual-penjual secara online yang membuat masyarakat sekitar malas untuk pergi kepasar sehingga pedagang pasar tradisional Rembang pasuruan mengalami penurunan pendapatan. Untuk mengatasi hal itu perlu kiranya dilakukan kreasi dan inovasi yang mampu menarik minat kunjung masyarakat ke pedagang pasar tradisional Rembang Pasuruan.

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh (E Hadiyati, 2010) dengan judul Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil yang menunjukkan bahwa hasil pertama, variabel yang mempengaruhi kreativitas dan inovasi secara simultan menuju kewirausahaan. Kedua, variabel kreativitas secara parsial berpengaruh terhadap kewiraswastan. Ketiga, variabel inovasi berpengaruh secara parsial terhadap kewirausahaan. Keempat,

inovasi variabel memiliki dampak paling besar pada kewirausahaan.

Penelitian oleh (Baso, 2019) dengan judul Pengaruh Kreativitas Terhadap Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Binaan Dinas Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Di Lapangan Pancasila Kota Palopo yang menunjukkan bahwa hasil penelitian pengaruh kreativitas terhadap peningkatan daya saing usaha mikro kecil dan menengah diperoleh nilai Thitung sebesar 3,726 dan Ttabel sebesar 2,0003 atau  $3,726 > 2,0003$  dan nilai signifikan kreativitas sebesar  $0,000 < 0,05$  ( $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima). Artinya kreativitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan daya saing usaha mikro kecil dan menengah.

Penelitian oleh (Wiranawata, 2018) dengan judul Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pada UMKM kuliner Di Kecamatan Baturaja Timur Kabupaten Ogan Komering Ulu yang menunjukkan bahwa hasil penelitian ini menjelaskan bahwa nilai t hitung variable inovasi ( $X_1$ ) sebesar 4.880, dan kreativitas ( $X_2$ ) sebesar 4,802 lebih besar jika di banding dengan nilai t-tabel sebesar 2,00575. Dengan nilai F hitung sebesar 27,408 yang lebih besar dari F tabel sebesar 3,17 dengan demikian Hal ini membuktikan secara parsial dan simultan variabel inovasi ( $X_1$ ) dan kreativitas ( $X_2$ ) pengaruh secara signifikan terhadap usaha keberhasilan ( $Y$ ) (studi kasus UMKM kuliner di kecamatan baturaja timur kabupaten ogan komering ulu) nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,508. hal ini berarti 50,8% keberhasilan usaha dapat di jelaskan oleh variabel lainnya di luar variabel lainnya di luar variabel yang di sebutkan dalam penelitian ini, seperti kompetensi yaitu meliputi pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan.

### **Kewirausahaan**

(Akbari, 2010) menyatakan bahwa wirausahawan adalah orang yang berani membuka kegiatan produktif yang mandiri. Menurut (Baldacchino, 2018) menyatakan bahwa kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang

menuju sukses. Sedangkan menurut (Wennekers, 2018) menyatakan bahwa kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai pengambilan risiko untuk menjalankan usaha sendiri dengan memanfaatkan peluang-peluang untuk menciptakan usaha baru atau dengan pendekatan yang inovatif sehingga usaha yang dikelola berkembang menjadi besar dan mandiri dalam menghadapi tantangan-tantangan persaingan.

### Kreasi

Kreativitas adalah inisiatif terhadap suatu produk atau proses yang bermanfaat, benar, tepat, dan bernilai terhadap suatu tugas yang lebih bersifat heuristic yaitu sesuatu yang merupakan pedoman, petunjuk, atau panduan yang tidak lengkap yang akan menuntun kita untuk mengerti, mempelajari, atau menemukan sesuatu yang baru

menurut (Suryana, 2013) inovasi yaitu: "sebagai kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan

### Inovasi

(Hills, 2018) mendefinisikan inovasi sebagai ide, praktek atau obyek yang dianggap baru oleh seorang individu atau unit pengguna lainnya. Larsen, P and Lewis, A, (2007) menyatakan bahwa salah satu karakter yang sangat penting dari wirausahawan adalah kemampuannya berinovasi. Sedangkan

(Keeh, Hean Tat, 2017) menjelaskan inovasi sangat penting karena terdapat alasan berikut :

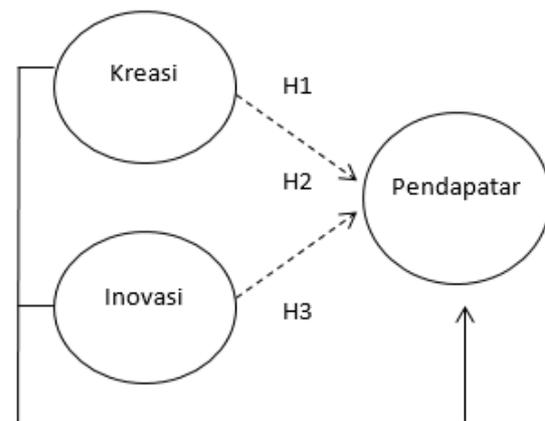
Teknologi berubah sangat cepat seiring adanya produk baru, proses dan layanan baru dari pesaing, dan ini mendorong usaha entrepreneurial untuk bersaing dan sukses. Yang harus dilakukan adalah menyesuaikan diri dengan inovasi teknologi baru.

Efek perubahan lingkungan terhadap siklus hidup produk semakin pendek, yang artinya bahwa produk atau layanan lama harus digantikan dengan yang baru dalam waktu cepat, dan ini bisa terjadi karena ada pemikiran kreatif yang me-nimbulkan inovasi.

Konsumen saat ini lebih pintar dan menuntut pemenuhan kebutuhan. Harapan dalam pemenuhan kebutuhan mengharap lebih dalam hal kualitas, pembaruan, dan harga. Oleh karena itu skill inovatif dibutuhkan untuk memuaskan kebutuhan konsumen sekaligus mempertahankan konsumen sebagai pelanggan.

Dengan pasar dan teknologi yang berubah sangat cepat, ide yang bagus dapat semakin mudah ditiru, dan ini membutuhkan metode penggunaan pro-duk, proses yang baru dan lebih baik, dan layanan yang lebih cepat secara kontinyu.

Inovasi bisa menghasilkan pertumbuhan lebih cepat, meningkatkan segmen pasar, dan mencipta-kan posisi korporat yang lebih baik.



Gambar 1. Kerangka Penelitian  
Sumber : Pengolahan Data 2020

### Hipotesis Penelitian

Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian terdahulu maka dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

- H1: Kreasi berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan.
- H2: Inovasi berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan
- H3: Kreasi dan inovasi berpengaruh secara simultan terhadap peningkatan pendapatan

Tujuan Penelitian dilakukan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kreasi dan inovasi terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional Rembang pasuruan baik secara simultan maupun parsial .

## METODE

Metode analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode analisis kuantitatif. Metode analisis kuantitatif merupakan metode yang dilakukan terhadap data yang berbentuk angka atau bilangan dengan cara mengumpulkan data, mengklasifikasikan data, menjelaskan, dan menganalisis, sehingga memberikan informasi dan gambaran yang sesuai.

Tabel 1 : Indikator Penelitian

Variabel	Indikator
Kreasi (X1)	1. Keterbukaan terhadap pengalaman 2. Keinginan 3. Kemandirian 4. Kepercayaan diri
Inovasi (X2)	1. Inovasi Produk 2. Inovasi Manajemen 3. Inovasi Pemasaran
Pendapatan (Y)	1. Pendapatan operasional 2. Pendapatan non operasional 3. Pendapatan Lain-lain

Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (normalitas, heteroskedastisitas, autokorelasi dan multikolinearitas), analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis (uji F, uji T dan uji dominan).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan data hasil penyebaran kuesioner yang telah dilakukan dan kemudian diolah melalui program *software application SPSS 16.00 for windows*, maka dapat diketahui hasil analisis regresi linier berganda secara parsial dan simultan. Hasil analisis regresi linear berganda dapat di lihat pada Tabel 2.

**Tabel 2.**  
**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardiz		Standardize		t	Sig
	d		d			
	Coefficients		Coefficients			
	B	Std.Err	Beta			
(Consta nt)	-68.703	15.65	-		-	.00
		8			4.38	0
					8	
Kreasi	.267	.093	.34		2.88	.00
					5	1
					7	7
Inovasi	.675	.137	.58		4.90	.00
					7	9
					0	0

Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) : 0,702  
Multiple Corelation (R) : 0,838  
Fhitung = 37.650  
 $\alpha = 5\%$

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

### Hasil Uji Hipotesis

#### Hasil Uji Hipotesis Pertama dan Kedua

Untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel *independent*, yaitu variabel-variabel kreasi dan inovasi berpengaruh secara parsial terhadap peningkatan pendapatan, maka menggunakan uji t (*t-test*) dua arah (*two side* atau *2-tail test*) dengan cara membandingkan nilai signifikansinya dengan , dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*) sebesar 95% (=5%). Secara lengkap hasil uji t dapat disajikan pada Tabel :

**Tabel 3.**

#### Hasil Analisis Uji t

Variabel	B	Nilai t hitung	Signifikansi	Keterangan
Kreasi	0,267	2.881	0,007	Signifikan
Inovasi	0,675	4.909	0,000	Signifikan

Sumber: Data Primer Diolah, 2020.

### Hasil Uji Hipotesis Ketiga

Untuk mengetahui variabel *independent* secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh terhadap variabel *dependent* atau tidak berpengaruh maka digunakan uji F (*F-test*) yaitu dengan cara membandingkan nilai signifikansinya dengan. Untuk mengetahui hasil uji F dalam penelitian ini maka akan dilakukan perbandingan antara nilai sig. F dengan tingkat signifikansinya (), yang dapat dilihat pada Tabel 4.

**Tabel 4.**  
**Hasil Analisis Uji F**

Nilai F hitung	Signifikansi	Keterangan
37,650	0,000	Signifikan

Sumber: Data Primer Diolah, 2020.

#### Pembahasan

Dari hasil perhitungan analisis regresi linier berganda pada Tabel 1 menunjukkan bahwa pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* adalah besar, hal tersebut dapat dilihat pada nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yaitu sebesar 0,702. Hasil perhitungan tersebut dapat dijelaskan bahwa pengaruh kreasi dan inovasi terhadap peningkatan pendapatan dapat dijelaskan sebesar 70,20% sedangkan sisanya sebesar 29,80% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini. Koefisien korelasi berganda R (*multiple correlation*) menggambarkan kuatnya hubungan antara variabel *independent* yang meliputi variabel kreasi dan inovasi secara bersama-sama terhadap variabel *dependent* yaitu kewirausahaan sebesar 0,838

Berdasarkan uji t pada tabel 3 analisis regresi secara parsial dapat dijelaskan bahwa: variabel kreasi ( $X_1$ ) dari hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansi yaitu sebesar  $0,007 < , (5\%)$  hasil tersebut menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan variabel kreasi ( $X_1$ ) terhadap peningkatan pendapatan dengan asumsi variabel kreasi berpengaruh secara konstan. Variabel Inovasi ( $X_2$ ) dari hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel Inovasi ( $X_2$ ) yaitu sebesar  $0,000 < , (5\%)$  hasil tersebut menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan variabel inovasi ( $X_2$ ) terhadap peningkatan pendapatan dengan asumsi variabel kreasi berpengaruh secara konstan. Untuk mengetahui besarnya pengaruh dari variabel kreasi dan inovasi dapat diketahui dari besarnya koefisien regresi pada tabel 2. Besarnya koefisien regresi dari inovasi sebesar 0,675 lebih besar dari koefisien regresi dari kreasi sebesar 0,267. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel inovasi lebih besar pengaruhnya terhadap peningkatan pendapatan.

Berdasarkan hasil analisis uji F pada Tabel 3 dengan signifikansi 0,000 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi F lebih kecil dari . Dari hasil analisa tersebut dapat dikatakan bahwa variabel kreasi dan inovasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kewirausahaan

Penelitian ini dapat memberi implikasi kepada UMKM Pasar Rembang sebagai dasar pengambilan keputusan atas usahanya sehingga dapat meningkatkan pendapatan yang pada akhirnya dapat meningkatkan laba usaha.

#### SIMPULAN DAN SARAN

##### Simpulan

Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kreasi meliputi terbuka terhadap pengalaman, suka memperhatikan melihat sesuatu dengan cara yang tidak biasa, kesungguhan, menerima dan merekonsiliasi sesuatu yang bertentangan, toleransi terhadap sesuatu yang tidak jelas, independen dalam mengambil keputusan, berpikir dan bertindak, memerlukan dan mengasumsikan otonomi, percaya diri, tidak menjadi subjek dari standar dan kendali kelompok, rela mengambil resiko yang diperhitungkan, gigih, sensitif terhadap permasalahan, kemampuan untuk men-generik ide-ide yang banyak, fleksibel keaslian, responsif terhadap perasaan, terbuka terhadap penomena yang belum jelas, motivasi, bebas dari rasa takut gagal, berpikir dalam imajinasi, selektif dan inovasi meliputi: menganalisis peluang, apa yang harus dilakukan untuk memuaskan peluang, sederhana dan terarah dimulai dari yang kecil, berpengaruh secara parsial terhadap variabel pendapatan.
2. Inovasi yang meliputi menganalisis peluang, apa yang harus dilakukan untuk memuaskan peluang, sederhana dan terarah dimulai dari yang kecil, berpengaruh secara parsial terhadap variabel pendapatan.
3. Berdasarkan analisis yang dilakukan, kreatifitas dan inovasi berpengaruh secara

parsial dan simultan terhadap peningkatan pendapatan dengan variabel inovasi memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap peningkatan pendapatan

#### Saran

1. Kebijakan pemerintah dalam pemberdayaan usaha kecil harus mempertimbangkan Kreasi dan inovasi dari seorang pedagang kaki lima, pengelelolah/pemilik usaha, hal ini akan mengefektifkan program kewirausahaan.
2. Kebijakan kredit perbankan terhadap usaha kecil harus memperhatikan tingkat Kreasi dan inovasi seorang pengelelolah/pemilik usaha sehubungan dengan realisasi kredit usaha kecil sebagai upaya program pengembangan usaha

#### REFERENSI

- [1] Akbari, A. &. (2010). An Evaluation of Independent Entrepreneurship Obstacles in Industrial SMEs. *European Journal of Social Sciences*, 33–45.
- [2] Baldacchino. (2018). “Entrepreneurial Creativity and Innovation”, The First International Conference on Strategic Innovation and Future Creation. *University of Malta, Malta*.
- [3] Baso. (2019). *Pengaruh Kreativitas Terhadap Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Binaan Dinas Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Di Lapangan Pancasila Kota Palopo*.
- [4] Hadiyati, E. (2010). *Pemasaran untuk UMKM (Teori dan Aplikasi)*. Malang: Bayumedia.
- [5] Hadiyati, Ernani. (2011). *Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil*.
- [6] Heflin. (2014). *Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis*. Darusalam.
- [7] Hills, G. (2018). “Marketing and Entrepreneurship, Research Ideas and Opportunities.” *Journal of Small and Medium Entrepreneur-Ships*, 27–39.
- [8] Keeh, Hean Tat, M. N. & P. (2017). “The Effects of Entrepreneurial Orientation and Marketing Information on the Performance of SMEs.” *Journal of Business Venturing*, 592–611.
- [9] Larsen, P. & A. L. (n.d.). How Award Winning SMEs Manage The Barriers to Innovation. *Journal Creativity and Innovation Manage-Ment*, 141–151.
- [10] Scarborough, N. M. & T. W. Z. (2015). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management* (4th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- [11] Stel, Carree, T. & Z. (2014). *SMEs and Entrepreneurship Programme Finance by the Netherlands Ministry of Economic Affairs*.
- [12] Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- [13] Suryana. (2013). *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses* (Edisi Revi). Jakarta: Salemba Empat.
- [14] Wennekers, J. &. (2018). “Conceptualizing Entrepreneurial Employee”.
- [15] Wiranawata, H. (2018). *Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Umkmkuliner Di Kecamatan Baturaja Timur Kabupaten Ogan Komering Ulu*.

## Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pasien Pada Puskesmas Suko Kecamatan Maron Kabupaten Probolinggo

Agustina Pujiastuti, Yekti Rahajeng, Sanol Nur Arifin  
Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Marga  
e-mail : ujiastuti@upm.ac.id

Dikirim	Direvisi	Diterima
18 Maret 2022	22 Maret 2022	23 Maret 2022

### Abstrak

Kepuasan pasien merupakan tujuan utama dari puskesmas. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh baik secara simultan dan parsial kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pasien serta menguji yang dominan diantara kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pasien. Objek penelitian di Puskesmas Suko Kecamatan Maron Kabupaten Probolinggo. Metode penelitian menggunakan deskriptif dengan pendekatan asosiatif kausal dengan sampel 88 responden, metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan teknik menggunakan insidental sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan. Secara parsial, variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan, dan variabel kepercayaan juga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan serta menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh dominan terhadap kepuasan.

**Kata kunci:** Kepuasan Pasien, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan.

### Abstract

*Patient satisfaction is the main goal of the puskesmas. The purpose of this study was to examine the effect of both simultaneously and partially the quality of service and trust on patient satisfaction and to examine the dominant one between service quality and trust on patient satisfaction. The object of this research is the Suko Public Health Center, Maron District, Probolinggo Regency. The research method uses a descriptive associative causal approach with a sample of 88 respondents, the data collection method uses a questionnaire with a technique using incidental sampling. The results showed that the variables of service quality and trust had a simultaneous effect on satisfaction. Partially, the service quality variable has a partial effect on satisfaction, and the trust variable also has a partial effect on satisfaction and shows that trust has a dominant effect on satisfaction.*

**Keyword:** Patient Satisfaction, Service Quality, Trust.

### PENDAHULUAN

Puskesmas (Pusat Kesehatan Masyarakat) merupakan salah satu yang menyediakan jasa pelayanan oleh Pemerintah. Sebagai penyedia jasa pelayanan masyarakat tentunya selalu dituntut untuk memberikan kualitas pelayanan kepada masyarakat sehingga kepercayaan masyarakat meningkat dan pada akhirnya pasien akan mencapai kepuasan yang diberikan oleh pemerintah (Widayanto,

2019). Menjalinkan hubungan dan menjangkau pendapat terhadap pasien perlu dilakukan agar pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan. Hal inilah yang disebut orientasi pada pasien/konsumen. Menurut Lovelock dalam Daryanto & Ismanto (2014:143) mengemukakan "Lima prinsip yang harus diperhatikan bagi penyelenggaraan pelayanan publik, yaitu meliputi: Tangible (terjamah), Reliable (handal), Responsiveness, Assurance

(jaminan) dan empaty.” Menurut Sumarwan dalam Sangadji dan Sopiah (2013:201) “Kepercayaan adalah kekuatan bahwa suatu produk memiliki atribut tertentu.” Menurut Sangadji & Sopiah (2013:180) “Kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang riil/aktual dengan kinerja produk yang diharapkan”. Penelitian terdahulu yang mendukung oleh Siti Wulandari (2017) dengan judul “Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Asuransi Jiwa”, Panca Winahyuningsih (2019) dengan judul Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Gripta Kudus. , Desi Susanti (2017), dengan judul Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kualitas Layanan, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Api.

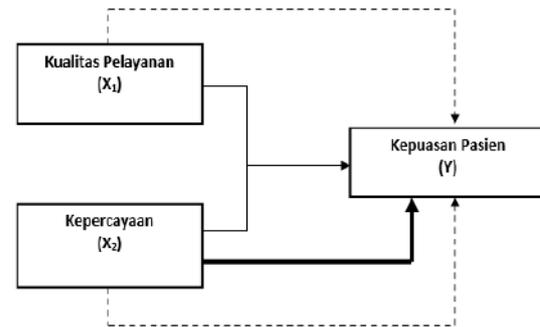
Setiap organisasi yang didirikan mempunyai misi yang ingin dicapai (Widayanto, 2020) Puskesmas Suko Kecamatan Maron Kabupaten Probolinggo merupakan salah satu puskesmas yang bergerak dalam bidang layanan kesehatan kepada masyarakat umum. Berdasarkan kenyataan di lapangan, masih ada beberapa pasien yang mengeluh karena proses pendaftaran yang lama, sikap pegawai bagian pengambilan obat bersikap kurang ramah, dankondisi kamar mandi kurang bersih. Pihak Puskesmas dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan pasien dengan meningkatkan kualitas pelayanannya.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- 1) Adakah pengaruh secara simultan dan parsial kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pasien pada Puskesmas Suko kecamatan Maron kabupaten Probolinggo?,
- 2) Manakah antara kualitas pelayanan dan kepercayaan yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pasien pada Puskesmas Suko kecamatan Maron kabupaten Probolinggo?

## METODE

Objek dalam penelitian ini adalah di Puskesmas Suko Kecamatan Maron Kabupaten Probolinggo. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal yaitu menunjukkan hubungan atau pengaruh variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pasien. Bagan kerangka pikir dalam penelitian adalah sebagai berikut :



Keterangan :

- > Pengaruh Simultan
- - - - -> Pengaruh Parsial
- > Pengaruh Dominan

Gambar 1 : Kerangka Berfikir

Sumber : Sugiyono (2013:219)

Dalam gambar 1, dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pasien yang digambarkan dengan garis lurus biasa. Kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pasien yang digambarkan dengan garis terputus-putus dan variabel kepercayaan merupakan variabel yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan pasien yang digambarkan dengan garis lurus tebal.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- 1) Ada pengaruh yang signifikan secara simultan variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pasien pada Puskesmas Suko Kecamatan Maron Kabupaten Probolinggo,
- 2) Ada pengaruh yang signifikan secara parsial variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pasien pada Puskesmas Suko Kecamatan Maron Kabupaten Probolinggo.

Definisi variabel operasional dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 1  
Indikator Variabel Penelitian

Variabel	Indikator Variabel
Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	- <i>tangible</i> (terjamah), - <i>reliable</i> (handal), - <i>responsiveness</i> , - <i>assurance</i> , - <i>empaty</i> .
Kepercayaan (X <sub>2</sub> )	- persepsi integritas, - persepsi kebaikan, - persepsi kompetensi.
Kepuasan Pasien (Y)	- kenyamanan, - hubungan pasien, - petugas rumah sakit, - kompetensi petugas, - biaya.

Sumber : Kajian teori. Diolah

Populasi dalam penelitian ini adalah pasien Rawat Jalan yang menggunakan BPJS di Puskesmas Suko Kecamatan Maron Kabupaten Probolinggo pada Bulan Agustus 2021 yang berjumlah 112 pasien. Sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan non probability sampling yaitu insidental sampling, dengan dasar kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti. Sumber data yaitu primer dan sekunder, Primer berupa penyebaran angket kuesioner pernyataan kepada 88 responden yang sengaja ditemui peneliti, dan sumber data sekunder berupa alur layanan yang diberikan kepada pasien, profile, visi dan misi serta data karyawan dari Puskesmas Suko kecamatan Maron kabupaten Probolinggo. Sedangkan metode pengumpulan data dengan wawancara berupa alur pemberian pelayanan kepada pasien, profile, visi dan misi, metode kuesioner berupa penyebaran angket kepada responden tentang variabel kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan pasien serta metode dokumentasi berupa data pegawai Puskesmas Suko Kecamatan Maron kabupaten Probolinggo. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (normalitas,

heteroskedastisitas, autokorelasi dan multikolinearitas), analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis (uji F, uji T dan uji dominan).

## HASIL

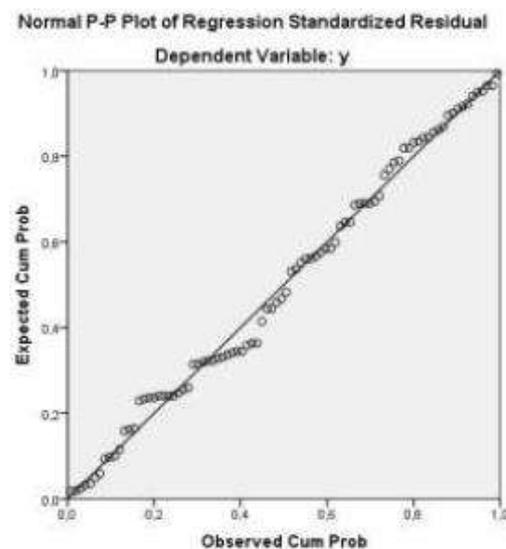
Dari hasil pengujian reliabilitas seperti yang tercantum pada tabel 2 menunjukkan bahwa 3 variabel mempunyai koefisien alpha yang cukup besar yaitu di atas 0,60, Sehingga dapat dikatakan bahwa semua pengukuran variabel Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Pasien yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

Tabel 2  
Hasil Pengujian Reliabilitas

Var.	Alpha	Cronbach's Alpha	Ket.
X1	0.784	0,6	Reliabel
X2	0.858	0,6	Reliabel
X3	0.755	0,6	Reliabel

Sumber: Data hasil Olahan SPSS 21

Demikian juga dari Probability Plots menunjukkan distribusi normal, karena garis (titik-titik) mengikuti garis diagonal sebagaimana gambar 2 berikut :



Gambar 2 : Probability Plots  
Sumber: Data hasil Olahan SPSS 21

Hasil Penghitungan regresi linier berganda adalah sebagaimana tabel 3 berikut :

Tabel 3  
Hasil Perhitungan Regresi  
Coefficients\*

Model	Unstandardized Coefficients		Stan. Coeff. Beta	T	Sig.
	B	Std. Error			
	(Cons.)	7,935	2,501		
1 X1	,213	,096	,257	2,228	,028
X2	,338	,084	,465	4,032	,000

Sumber: Data hasil Olahan SPSS 21

Sehingga dengan demikian diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 7,935 + 0,213 + 0,338$$

Arti dari persamaan tersebut adalah :

- 1) Nilai  $\alpha = 7,935$  tanpa adanya variabel X1 (Kualitas Pelayanan) dan X2 (Kepercayaan). Maka besar nilai Y (Kepuasan Pasien) adalah 7,935 satuan.
- 2) Nilai  $b_1 = 0,213$  pengaruh antara variabel X1 dengan Y adalah positif, setiap kenaikan X1 (Kualitas Pelayanan) sebesar satu satuan, maka Kepuasan Pasien akan meningkat sebesar 0,213, dengan asumsi variabel Kepercayaan stabil/
- 3) Nilai  $b_2 = 0,338$  pengaruh antara variabel X2 dengan Y adalah positif, setiap kenaikan X2 (Kepercayaan) sebesar satu satuan, maka Kepuasan Pasien akan meningkat sebesar 0,338, dengan asumsi kualitas pelayanan stabil.

Hasil persamaan regresi menunjukkan bahwa koefisien variabel Kualitas Pelayanan (X1) mempengaruhi variabel Kepuasan Pasien (Y) sebesar 0,213 atau sebesar 21,3% dan koefisien Kepercayaan (X2) mempengaruhi variabel Kepuasan (Y) sebesar 0,338 atau sebesar 33,8%. Besarnya koefisien X1 dan koefisien X2 menjelaskan bahwa Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pasien dengan besar pengaruh yang berbeda. Berdasarkan persamaan regresi di atas Kepercayaan lebih besar pengaruhnya terhadap Kepuasan Pasien.

Hasil perhitungan koefisien determinasi didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4  
Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,677	,458	,446

Sumber: Data hasil Olahan SPSS 21

Dari tabel 4 maka diketahui nilai R Square adalah sebesar 0,458 hal ini berarti 45,8% dari variasi variabel dependen kepuasan pasien pada Puskesmas Suko Kecamatan Maron Kabupaten Probolinggo yang dapat di jelaskan oleh variabel independen kualitas pelayanan dan kepercayaan sedangkan sisanya sebesar 0,542 atau 54,2% dipengaruhi oleh variabel lain selain dari kualitas pelayanan dan kepercayaan yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Hasil Uji Hipotesis

Tabel 5  
Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Stan. Coeff. Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
	(Con)	7,935	2,501		
X1	,213	,096	,257	2,228	,028
X2	,338	,084	,465	4,032	,000

Sumber: Data hasil Olahan SPSS 21

Dari tabel 5 dengan menggunakan SPSS v.21 dapat diartikan bahwa hasil pengujian variabel kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan (Y) diperoleh nilai thitung = 2,228 dengan signifikansi 0,028. Hasil pengujian variabel kepercayaan (X2) terhadap kepuasan (Y) diperoleh nilai thitung 4,032 dengan signifikansi 0,000. Hal ini berarti bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan secara terpisah (parsial) terhadap kepuasan pasien.

Sedangkan hasil uji simultan adalah sebagai berikut :

Tabel 6  
Hasil Uji simultan  
ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	283,226	2	141,613	37,614	,000 <sup>b</sup>
Residual	335,078	85	3,765		
Total	618,304	87			

a. Dependent Variable: kepuasan

b. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan, kepercayaan.

Sumber: Data hasil Olahan SPSS 21

Sehingga bisa dilihat dalam tabel Ftabel = 3,10. Hal ini berarti bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan. Berarti Ho ditolak dan Ha diterima karena nilai Fhitung lebih besar dari pada nilai Ftabel dengan signifikansi 0.05. Selanjutnya dapat diketahui bahwa variabel kepercayaan berpengaruh dominan terhadap kepuasan pasien dengan standarsized koefisien B (Beta) sebesar 0,465 dibandingkan dengan variabel kualitas pelayanan dengan standarsized koefisien B (Beta) yang hanya sebesar 0,257.

### Pembahasan

Berdasarkan uji F (simultan) pada pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan pasien Puskesmas Suko Kecamatan Maron Kabupaten Probolinggo menunjukkan variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepercayaan (X2) berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan pasien Puskesmas Suko Kecamatan Maron Kabupaten Probolinggo maka dari itu dalam pemberian Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan harus diperhatikan agar Kepuasan semakin meningkat. Hasil ini menunjukkan hipotesis pertama dapat diterima dan terbukti. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Susanti (2017), dan Wulandari (2017) yang menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan.

Berdasarkan uji t (parsial) pada pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan pasien

Puskesmas Suko Kecamatan Maron Kabupaten Probolinggo sebagai berikut:

- Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan menunjukkan hasil variabel Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan (Y). Untuk itu Kualitas Pelayanan harus benar-benar diperhatikan, agar pasien semakin puas. Hasil penelitian menunjukkan hipotesis kedua dapat diterima dan terbukti. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Susanti (2017), dan Winahyuninghsih (2019) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan.
- Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan menunjukkan variabel kepercayaan (X2) berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan (Y). Untuk itu Puskesmas Suko Kecamatan Maron Kabupaten Probolinggo harus meningkatkan kepercayaan. Hasil ini menunjukkan hipotesis kedua dapat diterima dan terbukti. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Winahyuninghsih (2019) yang menunjukkan bahwa Kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan.
- Variabel Kepercayaan (X2) yang mempunyai pengaruh dominan terhadap Kepuasan pasien pada Puskesmas Suko Kecamatan Maron Kabupaten Probolinggo. Hasil ini menunjukkan hipotesis ketiga dapat diterima dan terbukti yaitu bahwa variabel Kepercayaan menunjukkan variabel dominan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wulandari (2017) yang menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh dominan.

### SIMPULAN DAN SARAN

#### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap Puskesmas Suko Kecamatan Maron Kabupaten Probolinggo, sebagai objek penelitian, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh secara simultan antara Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan pasien Puskesmas Suko Kecamatan Maron Kabupaten Probolinggo.
2. Terdapat pengaruh secara parsial antara Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan pasien Puskesmas Suko Kecamatan Maron Kabupaten Probolinggo.
3. Variabel kepercayaan yang mempunyai pengaruh dominan terhadap Kepuasan pasien Puskesmas Suko Kecamatan Maron Kabupaten Probolinggo.

#### Saran

Peneliti memberikan beberapa saran kepada Puskesmas Suko Kecamatan Maron Kabupaten Probolinggo yaitu sebagai berikut:

1. Puskesmas Suko Kecamatan Maron Kabupaten Probolinggo perlu meningkatkan kualitas pelayanan rumah sakit dimulai dari proses pendaftaran dan proses pelayanan kesehatan.
2. Puskesmas Suko Kecamatan Maron Kabupaten Probolinggo harus meningkatkan kepercayaan melalui kualitas pelayanan yang baik, dan menyediakan fasilitas yang lengkap.
3. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan agar lebih memperluas jangkauan penelitian dengan menambahkan sampel atau menggunakan (memakai) variabel lain yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan.

#### REFERENSI

- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Daryanto dan Ismanto Setyadi. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Latan, Hengky dan Selva Temalagi. 2013. *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0*. Bandung: Alfabeta.

Siregar, Syofian. 2013. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Susanti, Desi. 2017. Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kualitas Layanan, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Kereta Api. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Volume 6, Nomor 5, Mei 2017 ISSN : 2461-0593. Tanggal Unduh 5 Mei 2018.

Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Widayanto, M. T. (2019). Edukasi Kesehatan Bagi Ibu Dan Calon Ibu Sebagai Upaya Pencegahan Masalah Stunting Di Desa Jatiadi Kecamatan Gending Kabupaten Probolinggo. *Jurnal Abdi Panca Marga*, 1(1), 10–14.

Widayanto, MT. Hermawan, DJ. Junaidi, Natsir, M. (2020) "Implementasi Manajemen Strategik Dan Hubungannya Dengan Keberlangsungan (Going Concern) Usaha". *SKETSA BISNIS* 7 (2), 72-83

Winahyuningsih, Panca. 2019. Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Gripta Kudus. ISSN : 1979-6889.

Wulandari, Siti. 2017. Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Asuransi Jiwa. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Volume 6, Nomor 9, September 2017 ISSN : 2461-0593

## Analisis Strategi Untuk Pengembangan Usaha Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Gresik Jawa Timur

(Studi pada UD Nur Rohmah di Desa Sidowungu, Menganti, Gresik, Jawa Timur)

Arif Syaifudin

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Yadika Bangil

e-mail : Arifsyaifudin.2011@gmail.com

Dikirim	Direvisi	Diterima
25 Januari 2022	22 Maret 2022	23 Maret 2022

### Abstrak:

Dilihat dari persaingan bisnis di bidang makanan ringan di Gresik, banyak sekali usaha makanan ringan yang buka sehingga menyebabkan ketatnya persaingan. Selain itu, adanya selera konsumen yang terus menerus berubah dan menginginkan makanan ringan sehat dengan kualitas yang bagus dan harga yang terjangkau sehingga UD. Nur Rohmah dituntut untuk memberikan sesuatu yang berbeda dari makanan ringan lainnya agar konsumen dapat setia. Penelitian dilakukan dengan tujuan untuk mendeskripsikan strategi yang pernah diterapkan, untuk menganalisis lingkungan internal dan eksternal serta untuk menyusun alternatif strategi pengembangan bisnis. Penelitian dilakukan pada UD. Nur Rohmah Menganti Gresik. Data dikumpulkan melalui observasi, analisis dokumen, dan wawancara menggunakan teknik snowball sampling. Metode analisis data dilakukan dengan metode analisis SWOT (Strengths, Weakness, Oportnities and Threats). Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan menerapkan strategi pengembangan pasar menggunakan SWOT UD. Nur Rohmah pelanggannya bertambah dan dapat membuka cabang baru untuk memperluas pangsa pasarnya sesuai dengan visinya.

**Kata kunci:** UMKM, Lingkungan Usaha, Analisis SWOT, Strategi Pengembangan Bisnis

### Abstract:

*Judging from the business competition in the snack food sector in Gresik, there are a lot of snack businesses that are open, causing intense competition. In addition, there are consumer tastes that are constantly changing and want healthy snacks with good quality and affordable prices so that UD. Nur Rohmah is required to provide something different from other snacks so that consumers can be loyal. The research was conducted with the aim of describing the strategies that have been implemented, to analyze the internal and external environment and to develop alternative business development strategies. The research was conducted at UD. Nur Rohmah Replaces Gresik. Data were collected through observation, document analysis, and interviews using the snowball sampling technique. The data analysis method was carried out using the SWOT analysis method (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats). The results showed that by implementing a market development strategy using SWOT UD. Nur Rohmah has more customers and can open new branches to expand its market share in accordance with his vision.*

**Keyword:** MSMEs, Business Environment, SWOT Analysis, Business Development Strategies

### PENDAHULUAN

Kegiatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) tergolong sebagai salah satu bidang usaha yang berkembang secara terus menerus dan menjadi salah satu alternatif yang bagus dalam hal penyerapan tenaga kerja. UMKM

juga memiliki peran penting terhadap pertumbuhan ekonomi nasional yang diukur dengan Produk Domestik Bruto (PDB). Ketika terjadi krisis ekonomi, hanya sektor UMKM yang dapat bertahan dari jatuhnya perekonomian, sementara sektor yang lebih

besar justru tumbang. Beberapa perusahaan besar jatuh karena nilai tukar rupiah terhadap dolar menurun sehingga biaya cicilan untuk utang meningkat dan biaya bahan baku import yang meningkat. Perusahaan besar yang tidak lagi mampu untuk meneruskan usahanya karena tingkat suku bunga yang tinggi. Berbeda jauh dengan UMKM yang sebagian besar berawal dari modal sendiri dan tetap bertahan, bahkan cenderung berkembang.

Berdasarkan fenomena yang terjadi UD. Nur Rohmah merupakan salah satu UMKM di Gresik yang bergerak di bidang makanan ringan khususnya sebagai produsen Crispy Ceker. Dilihat dari persaingan bisnis yang semakin ketat di bidang makanan ringan di daerah Gresik, banyaknya pengusaha makanan ringan yang baru buka. Selain itu, adanya selera konsumen yang terus menerus berubah dan menginginkan makanan ringan sehat dengan kualitas yang bagus dan harga yang terjangkau sehingga UD. Nur Rohmah dituntut untuk memberikan sesuatu yang berbeda dari makanan ringan lainnya agar konsumen dapat setia.

Kontribusi yang diharapkan dari penelitian ini adalah pelaku UMKM mengetahui kebutuhan konsumen akan produknya sehingga dapat bersaing secara sehat, konsumen yang ada tetap setia dan dapat menarik konsumen baru sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan usahanya.

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh (Ariani, 2017) dengan judul Kajian strategi pengembangan usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Tarakan yang menunjukkan bahwa hasil penelitian yang menjadi strategi utama adalah strategi Growth (pertumbuhan) dimana UMKM kota Tarakan memanfaatkan seluruh kekuatan UMKM yaitu mempertahankan kualitas dari bahan baku, legalitas/ijin produk yang masuk dalam kualifikasi, harga yang tetap bersaing dan melakukan peningkatan SDM di dalam UMKM di kota Tarakan.

Penelitian oleh (Hamid, 2011) dengan judul Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang menunjukkan

bahwa hasil penelitian Pengembangan UMKM tidak hanya oleh UMKM saja, tetapi juga harus didukung semua stakeholder. Dukungan diharapkan datang dari asosiasi bisnis, perguruan tinggi, dan instansi terkait di kabupaten/kota di DIY. Kebijakan pemerintah juga diperlukan untuk mendorong pengembangan UMKM. Pengembangan UMKM di DIY merupakan percepatan transformasi UMKM dari fase formasi menuju fase stabilisasi.

Penelitian oleh (Suparwo, 2018) dengan judul Strategi Pengembangan Usaha Pada UMKM Baju Bayi Indra Collection yang menunjukkan bahwa hasil penelitian ini menjelaskan bahwa strategi pengembangan usaha dimulai dari cara pengelolaan modal usaha dan manajemen keuangan yang bijak dengan cara penghematan dan pengalokasian dana yang digunakan sesuai dengan peruntukannya. Dan hal ini tentunya harus didukung dengan memberikan pendampingan dan pembinaan yang tepat agar industri kecil dan menengah bisa berkembang pesat dan tetap bertahan.

### **Pengertian UMKM**

Sesuai dengan (Undang-Undang Nomor 20, 2008) mengenai Usaha Kecil, Mikro dan Menengah, UMKM didefinisikan sebagai berikut:

Usaha Mikro : Usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Usaha ini memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,- dan memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,-.

Usaha Kecil : Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-

Undang ini. Usaha ini memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Usaha ini memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,-

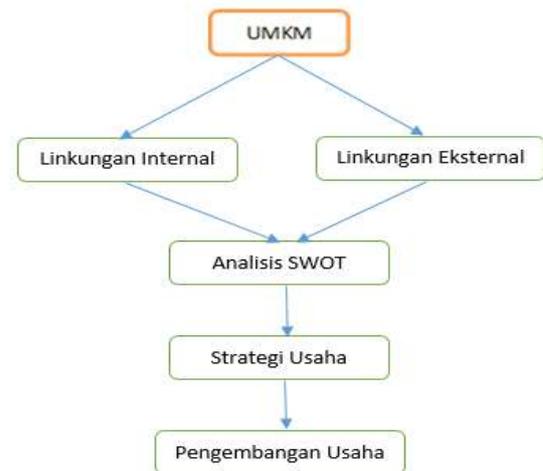
**Usaha Menengah :** Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Usaha ini memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Usaha ini memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,- sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,-

**Analisa Lingkungan Internal**

Analisis lingkungan eksternal dalam penelitian ini menggunakan Porter’s Five Forces Model yang terdiri dari rivalry among competing firm, potential entry of new competitors, potential development of substitute products, bargaining power of suppliers dan bargaining power of consumer (David, 2013). Sumber Daya Manusia merupakan fungsi manajemen yang terkait dengan staffing, pelatihan, penilaian kinerja, penghargaan dan hubungan kerja (Bateman, Thomas S. & Snell, 2017).

**Analisa Lingkungan Eksternal**

Pengembangan bisnis merupakan salah satu kegiatan yang paling sulit, tetapi juga salah satu kegiatan yang paling bermanfaat. Tujuan dari pengembangan bisnis ini adalah untuk memastikan bahwa bisnis ini memberikan nilai dan manfaat bagi organisasi, memberikan cukup sumber daya untuk beroperasi dan untuk menjamin kelangsungan hidup jangka panjang dari bisnis (Nelke, 2010)



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian  
 Sumber : UD. Nur Rohmah

Tujuan Penelitian dilakukan untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi yang pernah diterapkan pada UD. Nur Rohmah, menganalisis lingkungan internal dan eksternal pada UD. Nur Rohmah dan menyusun alternatif strategi pengembangan bisnis pada UD. Nur Rohmah.

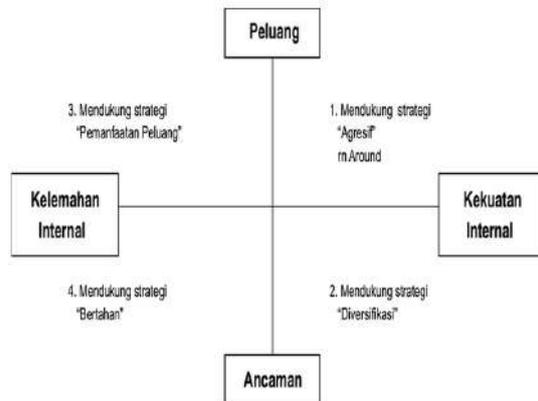
**METODE**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang dilakukan pada UD. Nur Rohmah dengan alamat di Desa Sidowungu – Menganti, Gresik. Metode pengumpulan data yakni dengan observasi, analisis dokumen, dan wawancara dengan narasumber yakni pemilik UD. Nur Rohmah.

**JENIS PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Menurut (Moleong, 2014) penelitian kualitatif merupakan sebuah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Teknik Analisis data dilakukan dengan teknik analisis SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities and Threats). Proses analisis SWOT dapat dijelaskan sebagaimana gambar berikut ini.



Gambar 2 SWOT Analysis Diagram  
 Sumber : Pearce and Robinson, (2005, p. 167)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### Analisis SWOT

##### Kekuatan (Strength)

1. Mempunyai kualitas bahan baku yang bagus dan cita rasa yang unik
2. Pengurus dan karyawan bagian dapur yang memiliki pengalaman memasak.
3. Produk yang dihasilkan dapat menjangkau semua kalangan.

##### Kelemahan (Weakness)

1. Manajemen yang kurang bagus
2. Sistem pencatatan keuangan yang masih manual
3. Pemasaran yang belum maksimal

##### Peluang (Opportunity)

1. Pilihan pemasok yang cukup banyak
2. Daya beli konsumen yang meningkat
3. Banyaknya konsumen baru yang datang

##### Ancaman (Threat)

1. Pesaing baru terus bermunculan
2. Persaingan harga yang ketat
3. Produk pengganti yang cukup kuat

##### Strategi SO

Strategi SO dalam penelitian ini adalah memanfaatkan cita rasa yang unik untuk dapat memenuhi selera konsumen dan membangun loyalitas konsumen dan pemasok. Dengan adanya cita rasa yang unik akan membuat konsumen semakin tertarik untuk datang. Apabila cita rasa ini tidak berubah maka konsumen akan menjadi

pelanggan bagi UD. Nur Rohmah. Selain itu, dengan membangun loyalitas terhadap konsumen dan pemasok maka dapat mempererat hubungan. Dalam membangun loyalitas kepada konsumen dapat dilakukan dengan cara memberikan yang terbaik kepada konsumen sedangkan kepada pemasok dilakukan dengan cara pemesanan yang dilakukan secara berkala.

##### Strategi WO

Strategi WO dalam penelitian ini adalah menambah upaya pemasaran agar semakin dikenal, menetapkan standar kerja karyawan sehingga pelayanan terhadap konsumen dapat ditingkatkan dan adanya program komputer untuk pencatatan keuangan yang masih manual. Untuk dapat menarik lebih banyak konsumen maka diperlukan pemasaran yang memiliki promo menarik seperti diskon. Dalam menerapkan standar kerja dibutuhkan manajemen yang bagus yang dapat mengatur agar dapat berjalan dengan lancar. Serta adanya program komputer yang memudahkan dalam memasukan pemasukan dan penjualan.

##### Strategi ST

Strategi ST dalam penelitian ini adalah mempertahankan kualitas dan cita rasa dan membuat paket menu hemat untuk waktu-waktu tertentu. Dalam mempertahankan kualitas dan rasa pastinya akan mempertahankan konsumen juga karena produk masakannya telah sesuai dengan selera konsumen. Selain itu, dengan membuat paket menu akan membuat konsumen lebih puas karena dapat lebih sedikit berhemat daripada biasanya apalagi kalau paket menu yang diadakan memiliki varian baru sehingga konsumen tidak bosan.

##### Strategi WT

Strategi WT dalam penelitian ini adalah dengan mengoptimalkan sistem manajemen terutama bagian pemasaran dan keuangan dan menciptakan produk baru

## Pembahasan

Dalam mengoptimalkan sistem manajemen akan memiliki pengaruh terhadap bagian lainnya yaitu pemasaran dan keuangan. Pemasaran dapat dijalankan dengan adanya promo diskon dan keuangan dapat dilakukan dengan membuat program keuangan. Selain itu, dapat menciptakan produk baru agar konsumen tidak cepat bosan. Dalam menghasilkan formulasi strategi, UD. Nur Rohmah hanya menjalankan 2 tahapan saja yaitu Strategy Formulation dan Implementation Strategy. Pada tahapan strategy formulation harus dapat mengembangkan visi dan misi dari UD. Nur Rohmah, mengidentifikasi peluang eksternal dan ancaman, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, serta menetapkan tujuan jangka panjang. Dari hal-hal tersebut akan dihasilkan strategi-strategi alternatif dan memilih strategi yang cocok untuk diterapkan. Sedangkan pada tahapan implementation strategy, tahapan ini merupakan tahapan dimana mulai menerapkan strategi yang telah dipilih. Pada tahapan ini juga diharapkan agar karyawan juga mendukung berjalannya strategi baru. Tahap ini sering dianggap sebagai tahap yang paling sulit karena membutuhkan pengorbanan terhadap perubahan-perubahan yang akan terjadi. Untuk tahapan yang terakhir yaitu Strategy Evaluation tidak dilaksanakan karena UD. Nur Rohmah tidak pernah melakukan evaluasi atas strategi yang pernah dijalankan. Apabila strategi yang digunakan bekerja pada awal-awal saja lalu tidak bekerja beberapa kemudian maka strategi tersebut dihentikan tanpa mengetahui mengapa strategi tersebut tidak bekerja.

Strategi yang pernah dijalankan oleh UD. Nur Rohmah adalah Backward Integration Strategy dan Strategi Penetrasi Pasar (Market Penetration Strategy). Backward Integration Strategy digunakan untuk memperoleh pengawasan terhadap para pemasok agar bahan baku untuk produk yang akan diolah tersebut aman. UD. Nur Rohmah melakukan pengendalian terhadap para pemasoknya sehingga mendapatkan kualitas bahan baku yang bagus. Apabila bahan baku yang dikirim jelek maka akan dikembalikan ke pemasok dan

juga apabila timbangannya tidak sesuai dengan nota maka akan langsung dipotong dan dibayar dengan jumlah timbangan yang benar. Sedangkan Market Penetration Strategy digunakan oleh UD. Nur Rohmah pada pertama kali buka dengan memasang iklan di Koran. Alternatif strategi yang cocok dengan UD. Nur Rohmah adalah Strategi Pengembangan Pasar (Market Development Strategy) yang bertujuan untuk memperkenalkan produk-produk yang ada sekarang ke daerah-daerah yang secara geografis merupakan daerah baru.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Strategi yang pernah diterapkan oleh UD. Nur Rohmah adalah Backward Integration Strategy yang digunakan untuk pengawasan terhadap para pemasok agar bahan baku tersebut aman dan strategi Market Penetration Strategy digunakan dengan memasang iklan di koran.
2. Analisa lingkungan terdiri dari analisa lingkungan internal dan eksternal. Untuk analisa lingkungan internal terdiri aspek pemasaran, aspek keuangan, aspek produksi / operasional, aspek sumber daya manusia. Sedangkan analisa lingkungan eksternal terdiri dari rivalry among competing firm, potential entry of new competitors, potential development of substitute product, bargaining power of suppliers, bargaining power of customer.

### **Saran**

Agar UD. Nur Rohmah dapat bersaing dan meningkatkan penjualan, maka Alternatif strategi yang cocok dengan UD. Nur Rohmah adalah Strategi Pengembangan Pasar (Market Development Strategy) yang bertujuan untuk memperbesar pangsa pasar.

### **REFERENSI**

- [1] Abor, Joshua & Quartey, P. (2010). Issues in SME Development in Ghana and South Africa. EuroJournals Publishing, Inc.

- [2] Ariani. (2017). Kajian strategi pengembangan usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kota Tarakan.
- [3] Bateman, Thomas S. & Snell, S. A. (2017). Management: Leading and Collaborating in a Competitive World. McGraw-Hill Companies, Inc.
- [4] David, F. R. (2013). Strategic Management: Concepts and Cases (14th ed.). Pearson Education, Inc.
- [5] Fazriyati, W. (2012). Menikmati sambal Rudy di Gresik. Kompas CyberMedia.
- [6] GAPMMI. (n.d.). Industri Makanan ringan dan Minuman Masih Menghadapi Sejumlah Tantangan. <http://www.gapmmi.or.id/?pilih=lihat&id=25542>
- [7] Hamid, E. S. (2011). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.
- [8] Indonesia, B. (2008). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. <http://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/Documents/UU20Tahun2008UMKM>
- [9] Majid. (n.d.). Warung Leko; Jadi Rujukan Para Penikmat Kuliner. <http://www.majalahfranchise.com/v2/newsflash/218-warung-leko-jadi-rujukan-para-penikmat-kuliner.html>
- [10] Moleong, L. J. (2014). Metodologi Penelitian Kualitatif (Rev. Ed.). Remaja Rosdakarya.
- [11] Nelke, M. (2010). Strategic Business Development for Information Centres and Libraries. UK: Chandos Publishing.
- [12] Rajasa, A. (n.d.). Indonesia Banjir Produk Makanan ringan dan Minuman Impor. <http://microsite.metrotvnews.com/metronews/read/2014/01/21/2/209565/Indonesia-Banjir-Produk-Makanan-ringandan-Minuman-Impor>
- [13] Robbins, Stephen P. & Coulter, M. (2011). Management (11th ed.). Pearson Education, Inc.
- [14] Suparwo, A. (2018). Strategi Pengembangan Usaha Pada UMKM Baju Bayi Indra Collection.
- [15] Undang-Undang Nomor 20. (2008).

## Implementasi Penyusunan Laporan Keuangan Sesuai PSAK-EMKM Pada IKM GAZAL MAKMUR Kabupaten Probolinggo

Dyah Ayu Perwitasari, Novita Lidiyana, Trivosa Aprilia Novadiani Haidiputri  
 Universitas Panca Marga  
 \*e-mail : dyahayu@upm.ac.id

Dikirim	Direvisi	Diterima
18 Februari 2022	21 Maret 2022	23 Maret 2022

### Abstrak:

Penelitian ini dilakukan pada IKM GAZAL MAKMUR Kabupaten Probolinggo. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memudahkan bagi pemilik untuk menyusun laporan keuangan sesuai dengan standar akuntansi keuangan (SAK-EMKM). Jenis penelitian yang digunakan adalah dengan kualitatif pendekatan studi kasus. Data diambil dengan menggunakan metode wawancara, dan dokumentasi. Permasalahan yang terjadi di IKM GAZAL MAKMUR adalah pencatatan keuangan yang selama ini dilakukan dengan metode yang sederhana. Pencatatan kas masuk dan kas keluar dinilai sudah mewakili dari keseluruhan dari pencatatan keuangan yang dilakukan. Artinya penerapan tersebut belum sesuai dengan SAK-EMKM yang berlaku. Keterbatasan kemampuan SDM dalam menyusun laporan keuangan, yang belum sesuai dengan SAK EMKM, merupakan permasalahan utama dari hasil riset yang dilakukan. Sehingga untuk going concern usaha dan transparansi keuangan harus dilakukan pencatatan keuangan, sesuai dengan pedoman pada standard yang berlaku.

**Kata kunci:** UMKM, Laporan Keuangan, SAK EMKM

### Abstract:

*This research was conducted at IKM GAZAL MAKMUR, Probolinggo Regency. The purpose of this study is to make it easier for owners to prepare financial statements in accordance with financial accounting standards (SAK-EMKM). The type of research used is a qualitative case study approach. The data was taken by using the interview method, and documentation. The problem that occurs in IKM GAZAL MAKMUR is that financial records have been carried out using a simple method. The recording of cash in and cash out is considered to represent the entirety of the financial records carried out. This means that the application is not in accordance with the applicable SAK-EMKM. The limited capacity of human resources in preparing financial reports, which are not in accordance with SAK EMKM, is the main problem from the results of the research conducted. So for going concern business and financial transparency, financial records must be recorded, in accordance with the guidelines in the applicable standards.*

**Keyword:** UMKM, Financial Reports, SAK EMKM

### PENDAHULUAN

Sektor Usaha mikro, usah kecil maupun menengah (UMKM) di Indonesia memiliki peranan penting bagi perekonomian bagi Negara. Sebagai pilar penting dalam perekonomian Indonesia. Data Kemenkop dan UKM, menunjukkan total UKM di Indonesia sebesar 64.2 juta dan 61.07% berkontribusi pada Product Domestic Bruto (PDB). Dan mampu menyerap sebesar 97% dari total tenaga kerja yang ada di

Indonesia dan investasi yang dapat dihimpun sebesar 60.4% dari total investasi yang ada. Dengan jumlah UMKM tersebut, tidak lepas dari tantangan yang ada. Peranan UMKM yang strategis tersebut mendorong pemerintah untuk merancang program-program yang dapat mendorong peningkatan kinerja baik dari sisi SDM, Permodalan dan Pemasaran (Widayanto, 2020). Program - program pemerintah yang dijalankan melalui pemberian insentif dan pembiayaan melalui

PEN, pemberian kredit berupa KUR, Gernas BBI, dan pemasaran UMKM melalui digitalisasi untuk mendorong penguatan dan perluasan pemasaran. Hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan Arliman (2017) bahwa berbagai aspek yang menjadi cikal bakal kegiatan dalam menumbuhkan kewirausahaan harus mendapat perhatian khusus dari pemerintah melalui program-program yang strategis (Widayanto, 2020).

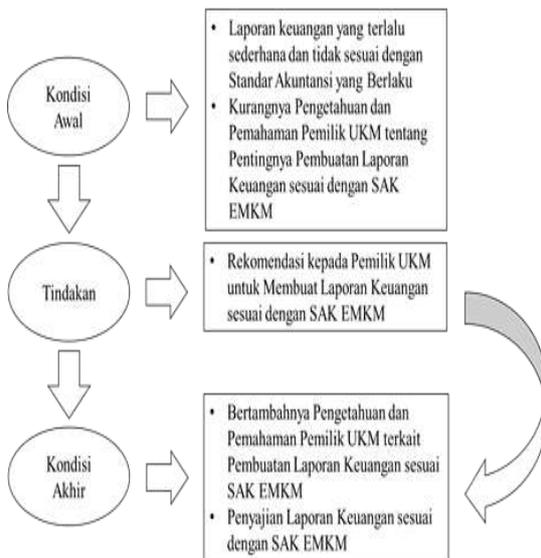
Salah satu propinsi di Indonesia, yang mengalami pertumbuhan pesat di sektor UKM adalah Propinsi Jawa Timur. Menurut data Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur, pada tahun 2021 jumlah UKM di Jawa Timur sebesar 9.7 Juta yang tersebar di wilayah Kota dan Kabupaten di Jawa Timur. Peningkatan pelaku UKM di Jawa Timur yang mengalami pertumbuhan yang signifikan adalah di Kabupaten Probolinggo. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat di Kabupaten Probolinggo, memiliki jiwa entrepreneur tinggi dan semangat berwirausaha. Salah satu Industri Kecil Menengah penghasil kripik singkong di Kabupaten Probolinggo adalah IKM Gazal Makmur yang terletak di Desa Kota anyar Kecamatan Kota anyar Kabupaten Probolinggo. Pemilik dari usaha ini adalah Ibu Sumiati. Usaha yang didirikan pada tahun 2014 tersebut, berkembang dan mampu menyokong ekonomi keluarga dan membuka lapangan pekerjaan bagi tetangga. Di tempat produksi pengolahan kripik singkong memiliki 4 orang karyawan. Produk makanan lokal UMKM ini telah menjadi oleh-oleh khas Probolinggo dan dikenal luas di pasaran dan bahkan hingga luar daerah maupun di ke Negara Thailand. Produksi kripik masih memanfaatkan sumber daya lokal dengan cara yang masih konvensional. Permasalahan pada IKM Gazal Makmur yaitu berkaitan dengan efisiensi dan produktifitas. Salah satunya berkaitan dengan pencatatan keuangan sederhana yang hanya mengenal seberapa uang yang masuk dan uang yang keluar. Metode pencatatan sederhana tersebut, tidak dapat memberikan informasi kinerja keuangan yang tepat dan belum menyelenggarakan pelaporan keuangan

(Nuvitasari et al., 2019). Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mutiah (2020) yang menyebutkan informasi kinerja keuangan yang efektif dapat diperoleh dari laporan keuangan yang telah dibuat sesuai dengan pedoman yang tepat. Dengan demikian, menjadikan wajib bagi para pelaku usaha yang bergerak di bidang UMKM, untuk melakukan pencatatan keuangan sesuai dengan standar atau pedoman yang berlaku. Standart pencatatan laporan keuangan yang seharusnya diterapkan oleh IKM Gazal tersebut berpedoman pada SAK EMKM yang berlaku per 1 Januari 2018. Tujuan dari penerapan SAK EMKM pada sektor UMKM adalah untuk memberikan keseragaman dalam penyusunan laporan keuangan bagi pelaku usaha. Laporan keuangan yang berpedoman pada SAK EMKM sangatlah sederhana dibandingkan dengan standar akuntansi keuangan lainnya yang diperkuat oleh penelitian oleh (Ismadewi et al., 2017). Hal senada juga diungkapkan oleh penelitian Amani (tatik amani, 2018) bahwa penyusunan laporan keuangan bagi pelaku usaha UKM sangat penting untuk dilakukan. Tujuan dari penyusunan laporan keuangan bagi pelaku usaha UKM sebagai salah satu untuk upaya untuk memisahkan harta pribadi dan keuangan usaha. Dengan adanya pemisahan pencatatan tersebut, pengelola usaha akan mengetahui seberapa besar harta, kewajiban dan modal yang dimiliki. Selain itu, juga memberikan manfaat untuk tertib administrasi sehingga dapat digunakan sebagai salah satu syarat pengajuan pendanaan atau permodalan kepada pihak Lembaga keuangan baik bank maupun non bank.

Tujuan dari penelitian ini adalah terkait dengan pencatatan laporan keuangan pada IKM UD. Gazal Makmur dengan berpedoman pada SAK-EMKM. Sehingga dengan dilakukan pencatatan laporan keuangan tersebut diharapkan mampu menghasilkan informasi kinerja keuangan sebagai upaya pengambilan keputusan.

## METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah menggunakan penelitian kualitatif. Adapun lokasi penelitian adalah pada IKM Gazal Makmur Kabupaten Probolinggo. Jenis data yang digunakan adalah dengan menggunakan data primer berupa wawancara yang dilakukan kepada Bu Sumiati selaku pemilik usaha. Menurut Sugiyono (2014) Wawancara merupakan proses untuk memperoleh data untuk penelitian dengan cara Tanya jawab dengan bertatap muka antara penanya dengan narasumber. Sedangkan data sekunder yang digunakan adalah berupa catatan keuangan sederhana dari UKM Gazal Makmur Probolinggo. Adapun kerangka pikir pada penelitian sebagai berikut:



Gambar 1 : Kerangka Pikir  
Sumber : Referensi

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Hasil penelitian ini berdasarkan wawancara dan dokumentasi terkait dengan pencatatan keuangan oleh IKM Gazal Probolinggo adalah seperti yang diungkapkan oleh informan yaitu Ibu Sumiati selaku pemilik usaha sebagai berikut:  
 “Uang yang diterima setiap harinya jarang dicatat. Hanya dengan mengingat saja. Begitu pula dengan uang yang dikeluarkan/dibelanjakan. Jadi intinya hanya dengan menggunakan ingatan saja.”

Hal ini menunjukkan bahwa tidak pencatatan keuangan yang dilakukan oleh IKM Gazal Makmur. Jika dilihat dari transaksinya, omzet per hari yang dilakukan oleh IKM Gazal lebih dari Rp 4 juta rupiah. Jika diakumulasi perbulan bisa mencapai Rp 120.00.000,00. Untuk modal yang menjadi investasi awalpun, tidak mengetahui berapa besarnya. Sehingga hanya menggunakan rincian estimasi saja.

“karena untuk usaha ini murah modalnya jadi saya tidak tau persis nilainya, hanya untuk kulakan singkong Rp 3.000,00. Sehari bisa menghabiskan 1 kwintal singkong, 20 Liter minyak goreng, dan juga tabung gas rata-rata 6 tabung, bawang putih 10kg saja. Setelah itu kita estimasi pengeluaran ya sudah.”

Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada pencatatan yang baku dan sesuai standard untuk pencatatan modal dan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh usaha tersebut. Begitupula yang tidak ada pencatatan yang terkait piutang, hutang, asset-aset lain dan bahkan pencatatan keuangan usaha. Pernyataan ini sesuai yang dikemukakan oleh Ibu Sumiati sebagai berikut:

“Keuntungan diperoleh dari selisih harga jual dikurangi dengan harga beli saja. Atau hasil pengurangan dari harga jualan saja.”

Pernyataan tersebut menyatakan bahwa tidak pernah ada pencatatan baku atas laporan keuangan sederhana yang dilakukan oleh IKM Gazal Makmur Probolinggo. Adapun data yang menjadi temuan peneliti berupa catatan-catatan sederhana yang digambarkan sebagai berikut:

No	Nama transaksi	Jumlah
1	Bahan baku	xxxx
2	Biaya-biaya	Xxxx
3	Keuntungan	Xxxx

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pencatatan keuangan yang dilakukan oleh UD IKM GAZAL sangatlah sederhana, tidak ada acuan dan pedoman yang digunakan. Sehingga hal ini menyulitkan bagi pengguna laporan keuangan untuk mengetahui kinerja usaha yang selama ini dikelola. Namun,

pengelola usaha tersebut, berkeinginan untuk lebih memahami pencatatan yang tepat yang semestinya dilakukan oleh UKM Gazal Makmur agar informasi keuangan dapat tersajikan dengan akurat dan relevan.

### Pembahasan

Hasil penelitian pada IKM GAZAL MAKMUR menunjukkan bahwa pencatatan keuangan yang dilakukan belum sesuai dengan standar akuntansi keuangan EMKM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam menyusun laporan keuangan adalah terbatasnya pengetahuan dan ketrampilan di bidang akuntansi. Standar keuangan EMKM sangat penting diterapkan bagi pelaku bisnis disektor usaha kecil menengah. Salah satunya adalah sebagai bukti pendukung untuk administrasi pengajuan kredit dilembaga keuangan baik bank maupun non bank. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ningtiyas (2017) dimana laporan keuangan sangat berguna bagi pelaku usaha pada proses pengajuan kredit pada Lembaga perbankan. Guna penyusunan laporan keuangan sesuai dengan standar adalah untuk menghasilkan informasi kinerja keuangan dan sebagai bahan evaluasi bagi bisnis ke depannya. Hal ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Ningtiyas (2017) bahwa untuk laporan keuangan sesuai dengan SAK EMKM berguna untuk administrasi pengajuan kredit pada Lembaga perbankan (Nuvitasari et al., 2019).

Berikut adalah rancangan penyusunan laporan keuangan Pada IKM. Gazal Makmur Probolinggo Sesuai dengan Standar Keuangan EMKM sebagai berikut:

Tabel 2. Laporan Posisi Keuangan IKM Gazal Makmur Probolinggo Tahun 2021

Aset			
Aset Lancar			
Kas dan setara kas	Rp		5.100.000,00
Piutang Usaha	Rp		2.000.000,00
Persediaan	Rp		11.000.000,00
Beban dibayar dimuka	Rp		6.000.000,00
Jumlah Aset Lancar	Rp		24.100.000,00
Aset tetap			95.000.000,00
Jumlah total aset	Rp		5.000.000,00
Liabilitas			
Utang usaha	Rp		15.000.000,00
Utang Bank	Rp		15.600.000,00
Jumlah utang lancar	Rp		30.600.000,00
Ekuitas			
Modal	Rp		46.000.000,00
Laba	Rp		37.500.000,00
Jumlah ekuitas	Rp		83.500.000,00
Jumlah utang dan ekuitas	Rp		114.100.000,00

Adapun penyusunan laporan Laba Rugi pada IKM Gazal Makmur, sebagai berikut:

Tabel 3. Laporan Laba Rugi IKM Gazal Makmur Thn 2021

Pendapatan usaha	Rp	50.000.000,00
Pendapatan lain-lain	Rp	7.000.000,00
Jumlah pendapatan	Rp	57.000.000,00
Beban usaha	Rp	8.000.000,00
Beban lain-lain	Rp	10.000.000,00
Jumlah beban	Rp	18.000.000,00
Laba rugi sebelum pajak	Rp	39.000.000,00
Pajak	Rp	1.500.000,00
Laba setelah pajak	Rp	37.500.000,00

Sedangkan Catatan Atas Laporan Keuangan pada IKM Gazal Makmur sebagai berikut:

1. UMUM

IKM Gazal Makmur yang beralamat di Kota Anyar Kabupaten Probolinggo telah didirikan pada tahun 2014 dan beroperasi pada tahun 2014. Dan telah terdaftar pada sebagai salah satu UMKM yang ada di kabupaten Probolinggo

2. IKHTISAR KEBIJAKAN AKUNTANSI

a. Pernyataan Kepatuhan

Laporan keuangan disusun berdasarkan SAK-EMKM

b. Dasar Penyusunan

Dasar penyusunan laporan keuangan adalah biaya historis dan mata uang penyajian yang digunakan untuk penyusunan laporan keuangan adalah Rupiah

c. Aset tetap

Penyusutan pada aset tetap menggunakan biaya historis dengan menggunakan metode garis lurus serta umur ekonomis 5 tahun

d. Pengakuan Pendapatan dan Beban

Pendapatan dan beban diakui pada saat terjadi aliran kas masuk dan keluar

3. Penjelasan Pada Akun-Akun Laba Rugi

a. Pendapatan

Pendapatan usaha diperoleh dari hasil penjualan produk yaitu sebesar Rp 50.000.000,00 dan diperoleh dari pendapatan lain-lain berupa penjualan produk sisa kripik singkong yang diolah menjadi produk kripik gliti dengan total penjualan sebesar Rp 7.000.000,00

b. Biaya-biaya

Biaya yang dikeluarkan sebesar Rp 8.000.000,00 yang terdiri dari Biaya pembelian tabung gas, dan beban listrik yang digunakan untuk kegiatan operasional perusahaan. Beban lain-lain dikeluarkan untuk beban bensin, biaya gaji dan service mesin sebesar Rp 10.000.000,00.

4. Penjelasan Pada Akun-Akun Neraca

a. Aset Lancar

Aset Lancar yang terdiri dari kas dan setara kas, persediaan, dan piutang. Kas dan setara kas sebesar Rp 5.100.000,00 dan bentuk tabungan dan deposito yang ada pada rekening BRI. Piutang usaha yang masih berada pihak lain sebesar Rp 2.000.000,00 dan persediaan bahan baku singkong sebesar Rp 11.000.000,00. Sedangkan beban dibayar dimuka adalah sewa tempat usaha sebesar Rp 6.000.000,00/

b. Aset tetap

Aset tetap yang terdiri dari mesin pengiris singkong senilai Rp 30.000.000,00. Kendaraan operasional senilai Rp 50.000.000,00. Dan alat blender senilai Rp 10.000.000,00. Dan telah dihitung penyusutannya.

c. Hutang

Hutang usaha kepada pemasok minyak goreng sebesar Rp 15.000.000,00, sedangkan hutang jangka pendek kepada mitra Bank BRI sebesar Rp 15.600.000,00.

d. Modal

Jumlah modal sebesar Rp 46.000.000,00 terdiri dari modal sendiri dan hutang

e. Laba

Labanya sebesar Rp 37.500.000,00 merupakan laba berjalan pada periode tersebut.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha UMKM dengan menggunakan pencatatan keuangan sederhana. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan kemampuan SDM dalam melakukan pencatatan akuntansi. Sehingga pencatatan akuntansi tersebut, dianggap menyulitkan dan tidak mudah untuk dipahami. Keterbatasan kemampuan tersebut merupakan faktor penyebab utama dimana pencatatan akuntansi selama ini yang dilakukan tidak sesuai dengan standar yang ada. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman

kepada pemilik usaha terkait pencatatan akuntansi dengan standar akuntansi EMKM. Dengan penerapan ini, pelaku usaha UMKM dapat menyusun laporan keuangan berdasarkan keuangan yaitu melalui penyusunan laporan keuangan berdasarkan SAK-EMKM.

#### Saran

Dari hal-hal yang sudah diungkapkan dalam kesimpulan, saran yang dapat disampaikan adalah penyusunan laporan keuangan harus diterapkan pada sektor UMKM. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan keseragaman pada penyusunan laporan keuangan sesuai dengan standar akuntansi keuangan (SAK-EMKM). Pendampingan secara berkelanjutan bagi UMKM oleh para akademisi, pakar, dan Dinas koperasi dan UMKM dapat ditingkatkan, Sehingga dapat meningkatkan kemampuan dan skill bagi para pelaku usaha disektor UMKM khususnya dalam penyusunan laporan keuangan.

#### REFERENSI

- [1] Laurensius , Arliman S., 2017, PER LINDUNGAN HUKUM UMKM DARI EKSPLOITASI EKONOMI DALAM RANGKA PENINGKATAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT (UMKM Legal Protecton from Economic Exploitation to Improve Social Welfare, Jurnal Rechtsvinding nomor 3, volume 6, hal 387
- [2] Nurvitasari, A, Y, Citra N, Martiana, N, 2019, Implementasi SAK EMKM Sebagai Dasar Penyusunan Laporan Keuangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), Volume 3, Number 3
- [3] Mutiah, Aminatul R., 2019, Penerapan Penyusunan Laporan Keuangan UMKM Berbasis SAK EMKM, International Journal of Social Science and Business, Vol. 3, No. 3, pp. 223-229
- [4] Ismadewi, Ni Komang., Herawati, T.N, Atmaja, T.A, 2017, PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN SESUAI DENGAN STANDAR AKUNTANSI KEUANGAN ENTITAS MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (SAK EMKM) PADA USAHA TERNAK AYAM BOILER (Study Kasus Pada Usaha I
- Wayan Sudiarsa Desa Pajahan Kecamatan Pupuan Kabupaten Tabanan), Volume 8, No. 2
- [5] Amani, T, 2018, Penerapan SAK-EMKM Sebagai Dasar Penyusunan Laporan Keuangan UMKM (Studi Kasus di UD Dua Putri Solehah Probolinggo, volume 2, No. 2
- [6] Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung: Alfabeta
- [7] Ningtyas, J.D.A, 2017, Penyusunan Laporan Keuangan UMKM Berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil dan Menengah (SAK-EMKM) (Study Kasus Di UMKM Bintang Malam Pekalongan, Volume 2, No. 1
- [8] Widayanto, MT, (2020) "Analisis Penerapan Manajemen Strategik dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Usaha", Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol 5, No 3, 173-182,
- [9] Widayanto, MT. Hermawan, DJ. Junaidi, Natsir, M. (2020) "Implementasi Manajemen Strategik Dan Hubungannya Dengan Keberlangsungan (Going Concern) Usaha". SKETSA BISNIS 7 (2), 72-83.

## Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Penerimaan Mahasiswa Baru

(Studi pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Yadika Bangil)

Khamdan Suriyok

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Yadika Bangil

*e-mail* : hamdansuriyok@gmail.com

Dikirim	Direvisi	Diterima
20 Januari 2022	22 Maret 2022	23 Maret 2022

### Abstrak:

Penelitian dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah penerimaan mahasiswa baru. Penelitian dilakukan pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Yadika Bangil. Data dikumpulkan melalui observasi, analisis dokumen, dan wawancara. Metode analisis data dilakukan dengan metode analisis SWOT (Strengths, Weakness, Oportnisties and Threats). Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin banyak program, semakin banyak alternatif mahasiswa untuk memilih. Selain itu program-program yang ditawarkan akan mnembah minat mahasiswa untuk mendaftar. Serta dukungan dana yang besar untuk promosi dan didukung kualitas dosen yang bagus, program studi yang bermacam-macam dan harga yang terjangkau dapat meningkatkan jumla mahasiswa.

**Kata kunci:** Peningkatan Jumlah Mahasiswa, Strategi Pemasaran, SWOT

### Abstract:

*The research was conducted with the aim of knowing and analyzing marketing strategies in an effort to increase the number of new student admissions. The research was conducted at the Yadika Bangil School of Economics (STIE). Data were collected through observation, document analysis, and interviews. The data analysis technique was carried out using the SWOT analysis method (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats). The results showed that the more programs there were, the more alternatives students had to choose from. In addition, the programs offered will increase student interest in registering. As well as large financial support for promotion and supported by good quality lecturers, various study programs and affordable prices can increase the number of students.*

**Keyword:** Increasing Number of Student, Marketing Strategy, SWOT

### PENDAHULUAN

Efek adanya globalisasi yang berakibat pada dunia pendidikan dan sekolah tinggi di Indonesia, gejala tersebut semakin kuat dan tidak terbandung lagi. Dengan demikian kitaperlu mengantisipasi tantangan yang dihadapi paling tidak ada tiga bidang persaingan yaitu dalam pengelolaan perguruan tinggi, proses belajarmengajar dan pendidikan nilai. Tantangan lain harus dipikirkan oleh perguruan tinggi yang sudah maju maupun berkembang adalah mengenai struktur institusi dan kebiasaan cara berpikir misalnya yang berkenaan dengan akreditasi,

milik intelektual dan sekolah sebagai suatu komunitas yakni teknologi, pembelajaran berbasis internet, dan sekolah tinggi sebagai komunitas akademis. Mengahdapi persaingan jasa pendidikan tinggi dari dalam dan luar negeri mengelola organisasinya layak seperti suatu bisnis dengan tidak meninggalkan aspek Idilnya, melalui penerapan konsep pemasaran dan itu tidaklah mencukupi, setiap individu dalam organisasi harus mampu melihat visi, misi yang kemudian ditunjang dengan penyusunan strategi maupun taktik yang tepat sehingga mampu menciptakan sustainable

competitive advantage bagi sekolah tinggi tersebut.

Berdasarkan fenomena yang terjadi dengan terus bertambahnya jumlah pendidikan tinggi yang ada di wilayah VII Jawa Timur Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Yadika Bangil menghadapi persaingan yang sangat ketat untuk mendapatkan jumlah mahasiswa yang dihapkan. Maka dari itu pimpinan menghendaki adanya analisis strategi pemasaran yang dilakukan.

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh (Fadli, 2019) dengan judul Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru Pada Universitas Karimun Tahun Ajaran 2017 – 2018 yang menunjukkan bahwa hasil penelitian analisis data yang telah dilakukan, penulis menyimpulkan bahwa strategi promosi yang dilakukan Universitas Karimun dalam hal menarik minat mahasiswa baru hampir mencapai target, terlihat dari antusias calon mahasiswa baru yang mendaftar juga tidak dapat ditafsirkan dari hasil kerjasama dengan universitas karimun yang mana pemerintah kabupaten karimun dalam kegiatan sosialisasi universitas karimun itu sendiri.

Penelitian oleh (Wijaya, 2016) dengan judul Strategi Untuk Meningkatkan Minat Mahasiswa Baru Studi Pada Universitas Wiraraja Sumenep yang menunjukkan bahwa hasil penelitian Konsep Strategi untuk meningkatkan minat mahasiswa baru pada Universitas Wiraraja Sumenep dengan pendekatan 7P yaitu Product (produk), Price (harga), people (Sumberdaya manusia), Place (lokasi/tempat), Promotion (promosi), Physical Evidence (Sarana Fisik), Proses (Layanan) belum berjalan optimal. Perlu adanya strategi pengembangan dalam upaya meningkatkan minat mahasiswa baru di Universitas Wiraraja Sumenep membekali soft skill kepada mahasiswa, peningkatan kualifikasi pendidikan bagi dosen, tidak menaikkan biaya pendidikan, pemberian bekal kewirausahaan bagi mahasiswa. Serta dalam rangka peningkatan jumlah mahasiswa baru diperlukan biro penerimaan mahasiswa baru

yang bertujuan meningkatkan jumlah mahasiswa baru

Penelitian oleh (Sopandi, 2010) dengan judul Strategi Promosi Penerimaan Mahasiswa Baru Untuk PTS (Tinjauan atas kegiatan Promosi PTS di Jawa Barat Tahun 2010) yang menunjukkan bahwa hasil penelitian PTS-PTS besar dan kuat di Jawa Barat tahun 2010 umumnya telah melakukan kegiatan promosi dengan memperhatikan aspek strategis, yaitu menganalisis situasi intern dan ekstern, penetapan tujuan, pemilihan dan penetapan strategi, mempertimbangkan komponen biaya pendidikan, lokasi dan optimalisasi promosi. Namun untuk PTS-PTS kecil dan lemah, hal tersebut belum dilakukan sepenuhnya. Promosi yang dilakukan baru pada kegiatan penyebaran brosur dan iklan di media cetak atau elektronik saja, alasannya adalah keterbatasan dana dan SDM

Pengertian strategi bagi dunia usaha dari (Sistianto, 2013) yakni strategi adalah penentuan tujuan dan sasaran jangka panjang suatu enterprise dan adopsi tindakan-tindakan dan alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran-sasaran tersebut. Diperjelas lagi oleh (Sidik, 2010) bahwa strategi adalah konsep multi dimensi yang mencakup semua kegiatan kritical suatu perusahaan yang diperlukan yang dipacu oleh lingkungan perusahaan. Sedangkan menurut (Handoko, 2012) menyatakan bahwa secara esensial ada tiga faktor yang dikenal dengan 3 the strategic 3c's yang perlu diperhatikan dalam membuat strategi pemasaran yaitu: Consumer, Competition and Company.

Strategi pemasaran yang baik ditandai oleh perubahan tingkat persaingan dalam industri tempat perusahaan berada disebabkan oleh beberapa faktor (Kotler, 2005) : Ancaman masuknya pemasok baru dalam industry, Ancaman timbulnya produk atau jasa pengganti pasar, Kekuatan tawar menawar pemasok, Kekuatan tawar menawar pembeli, Tingkat persaingan diantara perusahaan-perusahaan atau pesaing yang ada.

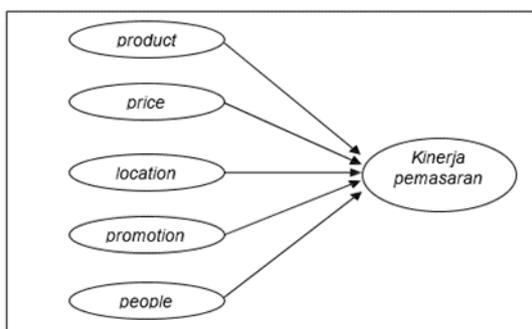
(Harper, 2010) mengatakan bahwa keberhasilan perusahaan ditentukan oleh 2

aspek kecocokan strategis. Pertama, strategi pemasarannya yang harus cocok dengan kebutuhan dan hambatan-hambatan dari lingkungan pasar. Kedua, perusahaan harus mampu dengan efektif menerapkan strateginya.

Menurut (Lupiyoadi, 2016) Implementasi bauran pemasaran ditambah people adalah sebagai berikut : Product Policy, Pricing Policy, Distribution Policy/Location, Promotion Policy, People. Kemudian (Parasuraman A Valerie A Zeithaml, 2018), mengemukakan 5 dimensi untuk mengukur kualitas jasa oleh konsumen yaitu reliability, assurance, empati, tangible dan responsiveness

Untuk memberikan pelayanan aktif, tenaga pemasaran harus kontak dengan personel untuk mengetahui keinginan pelanggan. Menurut (Jacks, 2010) Marketing: Meningkatkan kinerja pemasaran, kontak pelanggan harus perfect (sempurna): Polite (sopan), Efficient (efisien), Respectful (hormat), Friendly (ramah), Enthusiastic (antusias), Cheerful (menyenangkan), Tactful (bijaksana).

Hal-hal pokok yang mendasari kualitas layanan adalah dimensi, dimensinya yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas layanan tanpa memandang jenis layanannya. Pada penelitian awal (Parasuraman A Valerie A Zeithaml, 2018) mengidentifikasi 10 dimensi pokok dari kualitas pelayanan, yaitu : Reabilitas, Daya tangkap, Kompetisi, Akses komunikasi, Kesopanan, Kredibilitas, Keamanan, Kemampuan memahami pelanggan, Komunikasi, Bentuk fisik.



Gambar 1. Model Kebijakan Manajemen STIE Yadika Bangil

Sumber : STIE Yadika Bangil 2018

Tujuan Penelitian untuk mengetahui :

1. Bagaimana gambaran umum strategi pemasaran penerimaan mahasiswa baru di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Yadika Bangil.
2. Strategi apakah yang digunakan untuk pemasaran penerimaan mahasiswa baru di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Yadika Bangil.

**METODE**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang dilakukan pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Yadika Bangil dengan alamat Jl. Salem No. 03 Kersikan Bangil. Metode pengumpulan data yakni dengan observasi, analisis dokumen, dan wawancara dengan narasumber yakni Ketua Sekolah Tinggi Ekonomi (STIE) Yadika Bangil.



Gambar: 2 Proses Manajemen Strategik

Sumber : STIE Yadika Bangil 2018

Teknik Analisis data dilakukan dengan teknik analisis SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities and Threats).

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Hasil**

Analisis SWOT

Product

Kekuatan :

1. Memiliki berbagai macam program studi sehingga bisa memenuhi semua kebutuhan mahasiswanya.
2. Program studi yang dijalankan sesuai dengan kurikulum yang berlaku.

3. Ada program untuk mahasiswa transfer apabila ada mahasiswa yang ingin melanjutkan perkuliahan dari sekolah tinggi lain ke Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Yadika Bangil di tengah-tengah semester.

Kelemahan: Programnya hampir sama dengan sekolah tinggi lain.

Price

Kekuatan :

1. Diskon atau beasiswa untuk mahasiswa berprestasi.
2. Keringanan pembayaran untuk mahasiswa aktivis.
3. Jeda waktu pembayaran untuk mahasiswa kurang mampu.

Kelemahan : Biaya perkuliahan cukup mahal bagi mahasiswa baru.

Place

Kekuatan :

1. Letak strategis karena di dalam kota.
2. Dekat dengan SMA, SMK Yadika Bangil, SMKA. Yani Bangil, SMAN 1 Bangil, SMKN 1 Bangil dan MAN yang merupakan sekolah-sekolah favorit, sehingga kualitas siswa yang dihasilkan berkualitas.
3. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Yadika Bangil satu-satunya PTS di wilayah kabupaten Pasuruan yang terakreditasi BAN-PT dengan nilai "B".

Kelemahan : Dekat dengan Sekolah Tinggi Muhammadiyah, Sekolah Tinggi Agama Islam Panca Wahana, STMIK Yadika Bangil.

Promotion

Kekuatan :

1. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Yadika Bangil terkenal sebagai Sekolah Tinggi satu-satunya di wilayah pasuruan yang terakreditasi "B".
2. Dana promosi besar, sehingga memungkinkan untuk menyebar dan mengadakan tes Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB).

3. Nama besar Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Yadika Bangil terkemuka di Jawa Timur.

Kelemahan :

1. Promosi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Yadika Bangil dilakukan untuk STMIK juga, bukan hanya untuk Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Yadika Bangil.
2. Kurangnya perhatian dari yayasan kepada tim kepanitiaan promosi.

People

Kekuatan :

1. Dosen-dosennya melalui proses seleksi yang ketat sehingga menghasilkan kualitas yang bagus.
2. Rata-rata berasal dari lulusan S-2 dari Universitas terkemuka dan praktisi-praktisi dari perusahaan besar dan maju.

### Pembahasan

Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Penelrimaan Mahasiswa Baru

Adapun strategi pemasaran yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah penerimaan mahasiswa baru adalah sebagai berikut :

Product

1. Penambahan mata kuliah yang sesuai dengan kebutuhan mahasiswa pada saat ini, ekonomi pemerintahan, bank dan lembaga keuangan lainnya, praktek kewirausahaan diluar kelas.
2. Membuka program Kuliah Kerja Nyata (KKN) di desa Binaan yang merupakan salah satu pengabdian mahasiswa kepada masyarakat di desa yang dipilih.

Price

1. Memberikan potongan khusus bagi lulusan SMA dan SMK Yadika Bangil berupa potongan uang gedung SPP.
2. Memberikan potongan bagi mahasiswa kurang mampu.
3. Memberikan potongan bagi anak gur dan purnawirawan.
4. Memberikan potongan bagi mahasiswa prestasi.
5. Memberikan kebijakan pembayaran secara angsuran dengan biaya khusus bagi aktivis.

#### Location

Menempati lokasi yang strategis dan mudah dijangkau demi kenyamanan mahasiswa serta dekat dengan sekolah-sekolah favorit dan perusahaan-perusahaan. Lokasi strategis menjadi faktor penting dalam menarik mahasiswa untuk mendaftar sebagai mahasiswa baru di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Yadika Bangil. Memperbaiki fasilitas ruangan maupun fasilitas-fasilitas lainnya guna kenyamanan proses perkuliahan mahasiswa maupun kinerja Dosen dan karyawan lainnya, karena tampilan fisik sebuah kampus sangatlah penting agar mahasiswa tertarik untuk menjadi mahasiswa di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Yadika Bangil.

#### Promotion

1. Mengadakan presentasi ke sekolah-sekolah menengah atas semua jurusan di wilayah kabupaten pasuruan dan kabupaten sidoarjo.
2. Sebar brosur pada saat Ujian Nasional di sekolah-sekolah menengah ke atas semua jurusan di wilayah kabupaten Pasuruan dan kabupaten Sidoarjo.
3. Sebar brosur di depan perusahaan-perusahaan di wilayah kabupaten Pasuruan dan kabupaten Sidoarjo.
4. Memasang spanduk pendaftaran di jalan-jalan di wilayah kabupaten pasuruan dan kabupaten sidoarjo.
5. Memberikan informasi pendaftaran lewat radio wilayah pasuruan.
6. Mengeluarkan beasiswa bagi calon mahasiswa yang kurang mampu.
7. Mengeluarkan beasiswa bagi calon mahasiswa yang berprestasi.
8. Menggunakan mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Yadika Bangil untuk titip brosur ke teman-teman kerjanya.
9. Mengikuti pameran pendidikan (Expo Kampus).

#### People

Ada beberapa hal yang menjadi titik berat STIE Yadika Bangil dalam memberikan kepuasan bagi mahasiswa maupun calon mahasiswanya, yaitu:

1. Membekali para karyawan dengan pengetahuan dan ketangkasan serta

melatih para karyawannya untuk selalu memberikan pelayanan yang baik kepada mahasiswa. Mayoritas sumber daya manusia yang dimiliki STIE Yadika Bangil adalah orang-orang yang terampil, berpengalaman dan berdedikasi tinggi pada pekerjaannya. Setiap karyawan dilatih untuk memiliki kepribadian yang positif, yaitu sikap jujur, proaktif, disiplin, kebersamaan, keterbukaan dan mempunyai kesetiaan yang tinggi terhadap Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Yadika Bangil. Mereka akan selalu siap membantu para mahasiswa maupun calon mahasiswa untuk memberikan informasi tentang program yang dibutuhkan oleh mahasiswa.

2. Begitu juga dosen-dosennya, harus lebih bisa menguasai materi yang disampaikan serta mampu mengikuti perkembangan dunia pendidikan sehingga para dosen mampu memecahkan setiap permasalahan yang dihadapi oleh mahasiswa

#### Diskripsi Evaluasi Implementasi Strategi

Setelah dilakukannya berbagai strategi diatas dan didapatkan data sampai bulan September 2017 yaitu informasi bahwa mahasiswa yang mengikuti tes penerimaan mahasiswa baru terdapat kenaikan tetapi cukup kecil jauh dari yang diharapkan. Pada periode berikutnya diharapkan penerimaan calon mahasiswa baru semakin meningkat lagi dengan diterapkannya program-program baru tersebut diatas.



Gambar 4 : Kerangka Pikir hasil implementasi penelitian

Sumber : STIE Yadika

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Semakin banyak program, semakin banyak alternatif mahasiswa untuk memilih, selain itu juga semakin banyak kesesuaian mahasiswa, termasuk kesesuaian waktu.
2. Di kabupaten Pasuruan selain faktor nama, dosen yang berkualitas, harga merupakan faktor paling utama, sehingga dengan dibentuknya program beasiswa prestasi dan beasiswa kuarng mampu, akan menambah minat mahasiswa untuk mendaftar dan mengikuti tes penerimaan mahasiswa baru.
3. Penambahan program praktek kewirausahaan luar kelas yang merupakan diferensiasi produk diharapkan mahasiswa tidak bosan mengikuti proses belajar di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Yadika Bangil.
4. Dukungan dana yang esbar untuk promosi dan didukung dengan kualitas dosen yang bagus, program studi yang bermacam-macam dan harga yang terjangkau akan meningkatkan jumlah mahasiswa.

### Saran

Agar STIE Yadika Bangil dapat meraih hasil maksimum dalam menjalankan roda bisnisnya, maka :

1. STIE Yadika Bangil dalam menjalankan bisnisnya harus mengacu pada analisis SWOT.
2. Kekuatan dimaksimalkan seperti personal yang tangguh, manajerial yang tertata, pelanggan loyal, kualitas produk yang baik dan kesempatan juga digunakan dengan baik seeptri intensif penawaran produk ke masyarakat.
3. Meminimalkan kelemahan dan ancaman seperti mengurangi kegiatan pemasaran dengan biaya tinggi, meminimalkan pengeluaran yang tidak perlu, perlu adanya komunikasi yang baik antar tim kepanitiaian pemasaran.
4. Menurunkan biaya perkuliahan dalam batas kewajaran dan menggunakan biaya angsuran.

5. memberikan harga khusus pada sekolah-sekolah yang prospektif.
6. Harus lebih banyak menambah differensiasi produknya.
7. Para dosen disarankan untuk menambah ilmu psikologi sehingga mampu memahami karakter para mahasiswanya terutama disaat konsultasi.

### REFERENSI

- [1] Fadli, K. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru Pada Universitas Karimun.
- [2] Gitosudarno, I. (2010). Manajemen Pemasaran. BPFE.
- [3] Handoko, T. (2012). Formula Strategi Pemasaran Pelumas Repsol pada PT. Sukabumi Trading Coy Jateng. In Manajemen. Universitas Diponegoro.
- [4] Harper, O. (2010). Manajemen Pemasaran : Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global. Erlangga.
- [5] Jacks, D. (2010). Customer Value : The Next Source for Competitive Advantage. Academy of Marketing Science, 25.
- [6] Kotler, P. (2005). Manajemen Pemasaran Edisi Millenium (H. Teguh (ed.); Millenium).
- [7] Lamb, H. (2011). Pemasaran (D. Oktarevia (ed.); Buku Dua). Salemba Empat.
- [8] Lupiyoadi, R. dan H. (2016). Manajemen pemasaran Jasa (2nd ed.). Salemba Empat.
- [9] Parasuraman A Valerie A Zeithaml, L. (2018). Seruqual : A Multiple Item Scale Of Measuring Consumer Receptions Of Service Quality. Realiting P 12-14.
- [10] Pelhan, A. M. (2017). Mediating Influ ences On The Relationship Battween Market Orentation and Probility Is Small Industrian Firms. Marketing.
- [11] Setianto, A. (2014). Efektivitas Orientasi Pasar, Inovasi, Kualitas Layanan dan Kinerja Pemasaran pengaruhnya terhadap Keunggulan Bersaing. Universitas Diponegoro.
- [12] Sidik, I. (2010). Pemasaran Stratejik dan Strategi Pemasaran. Forum Manajemen Prasetya Mulya, 72, P. 14-19.

- [13] Sistianto, D. (2013). Analisis Orientasi Pasar, Inovasi dan Strategi Pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran. Universitas Diponegoro.
- [14] Sopandi, E. (2010). Strategi Promosi Penerimaan Mahasiswa Baru Untuk PTS.
- [15] Tade Palli, R. and R. A. (2009). Market Orientation and The Marketing Strategy Process. Marketing Theory and Practice, Spring, P. 69-82.
- [16] Wijaya, N. Q. (2016). Strategi Untuk Meningkatkan Minat Mahasiswa Baru.