

JURNAL

EKONOMI DAN BISNIS

Bekerja sama dengan



THE EFFECT OF BOARD INDEPENDENCE, CORPORATE COMPLEXITY, POLITICAL CONNECTION, COMPANY SIZE, AND COMPANY RISK ON AUDIT QUALITY WITH AUDIT FEE AS MEDIATING VARIABLE

Felice Degiardini Vallensia

ESTIMATING THE IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC ON POVERTY LEVELS IN KULON PROGO REGENCY, YOGYAKARTA SPECIAL REGION, INDONESIA

Suparmono

PENGARUH MOTIVASI PEMBELIAN HEDONIS DAN KEPERIBADIAN PEMBELIAN IMPULSIF PADA PEMBELIAN IMPULSIF: EFEK PEMEDIASI KECENDERONGAN PEMBELIAN IMPULSIF DAN EFEK PEMODERASI KELOMPOK REFERENSI

Feronica

Nikodemus Hans Setiadi Wijaya

PERTUMBUHAN EKONOMI BERBASIS EKSPOR DI KABUPATEN GUNUNGKIDUL DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Ary Sutrischastini

PENGARUH DANA DESA DAN BELANJA MODAL TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI KABUPATEN DI SUMATERA, KALIMANTAN, DAN SULAWESI, TAHUN 2015-2018

Titi Liberty Catur Raharja

Rudy Badrudin

PROMOTION STRATEGY TOWARD PANTAI LAKEY'S DEVELOPMENT AS AN ENGLISH-BASED TOURISM DESTINATION

Ita Purnama

Fenny Aryanii



JURNAL EKONOMI DAN BISNIS	VOL. 14	NO. 2	Hal. 73-127	JULI 2020	P ISSN 1978-3116 E ISSN 2621-7880
------------------------------	---------	-------	-------------	-----------	--------------------------------------

Bekerja sama dengan



JURNAL EKONOMI DAN BISNIS

EDITOR IN CHIEF

Djoko Susanto
STIE YKPN Yogyakarta

EDITORIAL BOARD MEMBERS

Dody Hapsoro
STIE YKPN Yogyakarta

I Putu Sugiarta Sanjaya
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Dorothea Wahyu Ariani
Universitas Maranatha Bandung

Jaka Sriyana
Universitas Islam Indonesia

Baldric Siregar
STIE YKPN Yogyakarta

MANAGING EDITOR

Rudy Badrudin
STIE YKPN Yogyakarta

EDITORIAL SECRETARY

Shita Lusi Wardhani
STIE YKPN Yogyakarta

PUBLISHER

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat STIE YKPN Yogyakarta
Jalan Seturan Yogyakarta 55281
Telpon (0274) 486160, 486321 ext. 1120 • Fax. (0274) 486155

EDITORIAL ADDRESS

Jalan Seturan Yogyakarta 55281
Telepon (0274) 486160, 486321 ext. 1332 • Fax. (0274) 486155
<http://stieykpn.ac.id/journal/index.php/jeb> • e-mail: rudy.badrudin@stieykpn.ac.id
Bank Mandiri atas nama STIE YKPN Yogyakarta No. Rekening 137 - 0095042814

Jurnal Ekonomi dan Bisnis (JEB) terbit sejak tahun 2007. JEB merupakan jurnal ilmiah yang diterbitkan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Keluarga Pahlawan Negara (STIE YKPN) Yogyakarta. Penerbitan JEB dimaksudkan sebagai media penguatan karya ilmiah baik berupa kajian ilmiah maupun hasil penelitian di bidang ekonomi dan bisnis. Setiap naskah yang dikirimkan ke JEB akan ditelaah oleh MITRA BESTARI yang bidangnya sesuai. Penulis akan menerima lima eksemplar cetak lepas (off print) setelah terbit.

JEB diterbitkan setahun tiga kali, yaitu pada bulan Maret, Juli, dan Nopember. Harga langganan JEB Rp25.000,- ditambah biaya kirim Rp25.000,- per eksemplar. Berlangganan minimal 1 tahun (volume) atau untuk 3 kali terbitan. Kami memberikan kemudahan bagi para pembaca dalam mengarsip karya ilmiah dalam bentuk electronic file artikel-artikel yang dimuat pada JEB dengan cara mengakses artikel-artikel tersebut di website STIE YKPN Yogyakarta (<http://stieykpn.ac.id/journal/index.php/jeb>)

DAFTAR ISI

THE EFFECT OF BOARD INDEPENDENCE, CORPORATE COMPLEXITY, POLITICAL CONNECTION, COMPANY SIZE, AND COMPANY RISK ON AUDIT QUALITY WITH AUDIT FEE AS MEDIATING VARIABLE

Felice Degiardini Vallensia

73-81

ESTIMATING THE IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC ON POVERTY LEVELS IN KULON PROGO REGENCY, YOGYAKARTA SPECIAL REGION, INDONESIA

Suparmono

83-89

PENGARUH MOTIVASI PEMBELIAN HEDONIS DAN KEPERIBADIAN PEMBELIAN IMPULSIF PADA PEMBELIAN IMPULSIF: EFEK PEMEDIASI KECENDERUNGAN PEMBELIAN IMPULSIF DAN EFEK PEMODERASI KELOMPOK REFERENSI

Feronica

Nikodemus Hans Setiadi Wijaya

91-100

PERTUMBUHAN EKONOMI BERBASIS EKSPOR DI KABUPATEN GUNUNGKIDUL DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Ary Sutrischastini

101-109

PENGARUH DANA DESA DAN BELANJA MODAL TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI KABUPATEN DI SUMATERA, KALIMANTAN, DAN SULAWESI, TAHUN 2015-2018

Titi Liberty Catur Raharja

Rudy Badrudin

111-119

PROMOTION STRATEGY TOWARD PANTAI LAKEY'S DEVELOPMENT AS AN ENGLISH-BASED TOURISM DESTINATION

Ita Purnama

Fenny Aryani

121-127

THE EFFECT OF BOARD INDEPENDENCE, CORPORATE COMPLEXITY, POLITICAL CONNECTION, COMPANY SIZE, AND COMPANY RISK ON AUDIT QUALITY WITH AUDIT FEE AS MEDIATING VARIABLE

Felice Degiardini Vallensia

E-mail : vallensiaf@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of board independence, corporate complexity, political connection, company size, and company risk on audit quality with audit fee as mediating variable. The total of 122 observations were used to test the hypotheses. Secondary data were obtained from the annual report published by the companies. WarpPLS 7.0 is used to analyze the data. The results show that board independence has no effect on audit fee, corporate complexity has no effect on audit fee, political connection has negative significant effect on audit fee, company size has a positive significant effect on audit fee, company risk has a negative significant effect on audit fee, audit fee has a positive significant effect on audit quality, and audit fee can partially mediate the relationship between company size and audit fee.

Keywords: client attribute, audit fee, audit quality

JEL classification: M42

INTRODUCTION

The separation of ownership between principal and agent creates agency problems. In order to reduce

these problems, agency cost is incurred. Audit fee is a type of agency cost. Audit fee is an important topic to study because the amount of audit fee is one of the determinants of financial statement reliability.

Audit services are used to improve the quality of financial statements as a form of responsibility of managers to shareholders. Good quality financial reports can be obtained with good audit quality. However, in reality the audit fees issued by companies are often not comparable to the audit quality received (Gao, Qi, Xu, & Zhu, 2019; Salehi, Tarighi, & Safdari, 2018). This is proven by the many cases relating to public accounting firms with international networks that basically charge high audit fees. The cases are related to the poor audit quality provided by the accounting firm. The audit quality in question is the auditor's ability to find material misstatements and report them (DeAngelo, 1981).

The inconsistent results (Gao et al., 2017; Ganesan *et al.*, 2018) regarding the relationship between audit fee and audit quality motivate the author to conduct further research on the relationship between these variables. The author also wants to examine the factors affecting audit fee especially in developing countries. Therefore, the purpose of this study is to examine the factors influencing audit fee and see the effect of audit fee on audit quality. This study also examines the mediating role of audit fee on the relationship of factors affecting audit fee and audit quality.

The model in this study as a whole refers to

the research of Gellings (2017) which examines the mediating role of audit fee on the relationship between IFRS implementation and audit quality. The results of the study found that audit fee is able to mediate the effect of IFRS implementation on audit quality. The difference between this research and Gellings (2017) is that the author changes the independent variables in the research model that are adapted to the conditions in Indonesia.

The board of commissioners has an important role in the company. The board of commissioners acts as a bridge between shareholders and company management. Appointment of auditors and determination of audit fees are also determined by the board of commissioners based on the recommendation of the audit committee. The presence of an independent commissioner enhances the oversight function carried out by the board of commissioners. Research on the relationship of board composition, audit fees, and audit quality has been widely studied in other countries, especially in developed countries (Carcello, Hermanson, Neal, & Riley, 2000; Nehme & Jizi, 2018; O'Sullivan, 2000). However, this research is still limited in Indonesian literature. Therefore, this study has the motivation to expand the research literature on the influence of board independence on audit fees and audit quality, especially in developing countries. The results of this study will contribute to them to determine the mechanism of corporate governance related to the composition of board members more precisely to reduce agency costs and add literature on the relationship of the board of commissioners, audit fees, and audit quality.

Indonesia is in the top 10 crony capitalism countries (The Economist, 2016). Crony capitalism is an economic term that states that the success of a business depends on the close relationship between businessman and the government. Inconsistent results were found in the relationship between political connections and audit fees. Several studies have found that political connections are positively related to audit fees (Nurjanah & Sudaryati, 2019; Primasari & Sudarno, 2013; Wea, 2019). These results are not supported by another research (Pradana & Purwanto, 2016). Therefore, the author is motivated to re-examine the relationship between political connections and audit fees. This research contributes to the government in formulating policies relating to corporate political

relations and for auditors to consider this factor when determining audit risk and conducting audits.

Auditors need to understand the characteristics of client companies in conducting the audit process. The characteristics to be tested in this study are corporate complexity, company size, and company risk. Indonesia is a country with high company complexity. Indonesia also has companies of various sizes and risks. The size and risk of the company also determines the scope, complexity, and time of the audit which will affect audit fees and audit quality. The inconsistent results regarding the relationship of these variables also provides motivation for the author to conduct further research. Based on the explanation above, this study aims to examine the effect of board independence, corporate complexity, political connections, company size, and company risk on audit quality with audit fee as mediating variable.

LITERATURE REVIEW

Agency Theory

Agency theory was first introduced by Jensen and Meckling (1976). This theory explains the agency relationship between principal and agent in which the agent is responsible to the principal. Therefore, the principal trusts the agent for the decision-making process. Agency problem arising from this is how to make agents act in the interests of principals.

The Effect of Board Independence on Audit Fees

Independent commissioners are considered as good corporate governance because they are not under the authority of the corporate hierarchy so that the supervision conducted is independent and objective. As we know, an independent board expects understandable and reliable financial reporting by proper supervision and internal control. Therefore, it can increase the reliability of accounting reports and reduce audit risk. Peasnell et al. (2000) prove the existence of a negative relationship between earnings management and board members from outside the company.

Based on the explanation above, it can be concluded that when a company implements GCG, the risk of the company in committing financial fraud is low so that audit risk is also low. When audit risk is low, audit testing is not so extensive that the auditor does

not require a long audit time and high effort, therefore, the formulated hypothesis is:

H1: Board independence has a negative effect on audit fees

The Effect of Corporate Complexity on Audit Fees

Corporate complexity raises agency problems namely information asymmetry. Information asymmetry occurs when the agent knows more information about the company than the principal. Corporate complexity in this study is seen from whether the company has a subsidiary or not. The information asymmetry in this case occurs because the principal does not have access to individual subsidiary information. The Principal can only see the reports about subsidiaries in the annual report presented by the parent company. Often, these consolidated reports are not made transparently. Therefore, services are needed to ensure that the company’s financial statements are presented in accordance with the actual situation.

When the auditor discovers that the company carries out related party transaction activities or the company has many subsidiaries, the auditor will face complicated work. The auditor will have difficulty in determining the reasonableness of the financial statements presented. To decide on the reasonableness of the financial statements, the auditor requires a longer audit process and time which will increase the audit fee. This is consistent with the study conducted by Wea (2019) which concluded that the level of complexity of the company has a positive effect on audit fees, therefore, the hypothesis formulated is:

H2: Corporate complexity has a positive effect on audit fees

The Effect of Political Connection on Audit Fees

The literature on crony capitalism and political protection says that political connections in companies are caused by severe agency problems, namely the opportunistic behavior of the company’s managerial position (Boubakri, Guedhami, Mishra, & Saffar, 2012). Companies with political connections can ignore market discipline, accountability, and transparency in corporate transactions by not seeking financing from the capital market because the government can influence banks to provide very competitive financing levels (Chaney, Faccio, & Parsley, 2011). Companies

with political connections are more risky because these companies are considered to operate inefficiently and often have too much debt (Bliss & Gul, 2012). Based on the description above, the author concludes that companies with political connections have high audit risk and thus require a longer audit process and time that can increase audit fees, therefore, the hypothesis formulated is:

H3: Political connections have a positive effect on audit fees

The Effect of Company Size on Audit Fees

Large companies have more activities than the small ones. Therefore, the auditor needs more detailed audit procedures to analyze the data given the size of assets and liabilities on the balance sheet of large companies (Xu, 2011). This could result in increased time and effort to audit such large companies and the number of audit teams that would have an impact on increasing audit fees. This idea is supported by the research conducted by Musah (2017). The study found that company size had a significant positive effect on audit fees. Based on this explanation, the hypothesis formulated is:

H4: Company size has a positive effect on audit fees

The Effect of Company Risk on Audit Fees

The more risks involved in audit work, the greater the responsibility that deserves a higher pay for compensating external auditors for taking such risks. The risk of a higher client company causes more effort by the auditor to reduce the risk of litigation in the future. Studies conducted by (Sun & Liu, 2011) show that clients with high levels of risk will force external auditors to carry out audit procedures effectively. Therefore, financial risk must be included in the audit program to determine the “red signal” that indicates the possibility of fraud. In addition, (Firth, 1997) found that a higher level of client risk will increase the auditor’s efforts which have an impact on more audit fees. Therefore, the accounting firm must do detailed work to complete or moderate the risks, so the hypothesis formulated is:

H5: The risk of client companies has a positive effect on audit fees

The Effect of Audit Fees on Audit Quality

Previous studies conducted by Palmrose (1986)

showed that accounting firms charge higher audit fees for better audit quality. The company will put financial pressure on auditors to provide good audit quality because the audit fee is also high (Ghafran & O’Sullivan, 2017). Studies conducted by (Ganesan et al., 2019; Mulyani & Munthe, 2018) produce a significant positive effect between the relationship of audit fees to audit quality. Based on this explanation, the hypotheses formulated are:

H6: Audit fee has a positive effect on audit quality.

The Effect of Board Independence, Corporate Complexity, Political Connection, Company Size, and Company Risk To Audit Quality With Audit Fees As Mediating Variable

Companies with good corporate governance expect good audit quality to find fraud to ensure the sustainability of the company and as a form of accountability to shareholders. Therefore, the better corporate governance in the form of effectiveness of the board of commissioners, the higher audit quality is expected. Corporate complexity also requires high audit quality so that the findings obtained cover the entire company. The auditor must use more effort and a long time to audit companies with a high level of complexity. This is expected not to reduce audit quality so that auditors can continue to find material misstatements in complex companies.

Politically connected companies tend to have high audit risk because the company gets certain

privilege from the relationship (Faccio et al., 2006). High audit risk requires high audit quality in order to detect fraud. Therefore, it can be said that companies want high audit quality. Large company size and high company risk require high audit quality. High audit quality is needed because of the wide audit scope, the large amount of audit time required, and the extra audit effort. High quality audit is expected to be able to find material misstatements in large and high-risk companies.

In order to get a good audit quality, the company is willing to pay a certain amount of costs. The company expects the amount of audit fees incurred in proportion to the audit quality obtained. The higher the costs incurred, the higher the audit quality is expected. Research on the effect of audit fees as a mediating variable has been investigated by Gellings (2017). The research proves that audit fees can mediate the effect of IFRS adoption on audit quality. Based on the description, the hypotheses formulated are:

H7a: Audit fees mediate the effect of board independence on audit quality

H7b: Audit fees mediate the effect of corporate complexity on audit quality

H7c: Audit fees mediate the effect of political connections with audit quality

H7d: Audit fees mediate the effect of company size with audit quality

H7e: Audit fees mediate the effect of company risk with audit quality

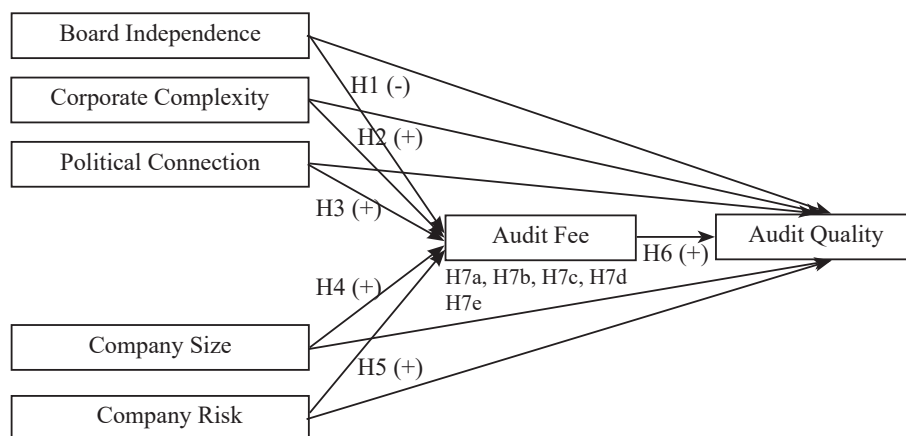


Figure 1
Research Model

Research Variables

Variabel	Pengukuran
Board Independence (BOARD)	$\frac{\text{Independence Commissioners}}{\text{Total of Board of Commissioners}}$
Corporate Complexity (KOMP)	0: Companies with no subsidiaries 1: Companies with subsidiaries
Political connection (KPOL)	0: Companies with no political connection 1: Companies with political connection
Company size (SIZE)	Total asset
Company risk (RISK)	Debt to total asset ratio (DAR)
Audit fee (AUFEE)	The nominal value of audit fee
Audit quality (KUAL)	$AWCA_{i,t} = \frac{WCA_{i,t-1}}{S_{i,t-1}} \times S_{i,t}$ $WCA = \frac{(\text{Current Asset} - \text{Cash} \& \text{Cash Equivalents}) - (\text{Current Liabilities} - \text{Short Term Debt})}{\text{Total Sales}}$

Research Sample

The sample selection method in this study uses a purposive sampling method with the following criteria 1) Companies other than service and financial companies listed on the Indonesia Stock Exchange from 2015 – 2018; 2) Companies that publish annual reports for the period 2015 - 2018 on the IDX website and company website; 3) Companies that issue annual reports on audited results; 4) Companies that use December 31 as the end-year close book they can be compared 5) Companies that disclose the amount of audit fee and other required information in the annual report and 6) Companies that do not use foreign currencies in their

financial statements.

Data Source

The author used data from annual reports of manufacturing companies in the period of 2015-2018 obtained through the Indonesia Stock Exchange website and company website.

RESULTS

Based on the results of the sample selection in this study conducted using the purposive sampling method, the number of samples used are 35 companies which can be seen in the table below.

Table 1
Sample Selection

Samples	2015	2016	2017	2018
Number of companies listed on the IDX	568	583	620	677
Number of manufacturing companies	146	145	161	163
Companies that do not disclose audit fee information	(105)	(96)	(112)	(114)
Financial statements that do not use rupiah currency units	(14)	(14)	(14)	(14)
Number of companies sampled	27	35	35	35
Total data for 2015 - 2018		132		
Data outliers		10		
Total final data		122		

Source: data processed, 2020

Descriptive Statistics

Descriptive statistical data shows minimum, maximum, mean and std. deviation:

Table 2
Descriptive Statistics

Variable	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
BOARD	122	0,25	0,8	0,42378	0,11407
KOMP	122	0	1	0,77	0,422
KPOL	122	0	1	0,35	0,480
SIZE	122	159.563.931.000	49.068.650.213.000	5.494.297.241.057	7.782.650.474.358
RISK	122	0,03873	1,01949	0,42105	0,20527
AUFEE	122	96.800.000	15.000.000.000	1.453.062.798	2.491.989.626
KUAL	122	583.724.367	2.005.999.974.559	225.609.288.324	358.411.534.736
VALID N (Listwise)	122				

Source: data processed, 2020

Model Testing

Table 3 shows the results of the R-square estimation:

Tabel 3
R-Square Score

Exogenous Variable	R ² Score
AUFEE	0,552
KUAL	0,661

Source: data processed, 2020

This value indicates that the audit fee is explained by its exogenous variables namely board independence, corporate complexity, political connection, company size, and company risk of 55.2%, while 44.8% is explained by variables outside this study. While audit quality is influenced by its exogenous variables of 66.1%, while 33.9% is explained by other

variables not included in this study.

The next model evaluation used is Q-square predictive relevance based on R² of each endogenous variable. R1 is the R-square of the audit fee. R2 is the R-square of audit quality. The value of Q-square predictive relevance is:

$$Q2 = 1 - (1-R1)(1-R2)$$

$$Q2 = 1 - (1 - 0,552)(1 - 0,661)$$

$$Q2 = 1 - (0,448)(0,339)$$

$$Q2 = 1 - 0,1587$$

$$Q2 = 0,8413$$

Based on these calculations, the Q2 value obtained was 84.13% which means that the model has a predictive value of 84.13%. This figure shows that the variable board independence, corporate complexity, political connection, company size, and company risk are able to explain the audit fee and audit quality

Table 4
Goodness of Fit

Result	P-value	Criterion	Conclusion
APC = 0,261	<0,001	<0,05	Accepted
ARS = 0,607	<0,001	<0,05	Accepted
AVIF = 1,436		<5, ideal <3	Accepted

Source: data processed, 2020

of 84.13%, while as much as 15.87% are explained by variables not in this study. Thus, this model can be said to be good. The following Table 4 shows the goodness of fit results:

Based on this table, this research model can be said to be fit so that this data can be used for hypothesis testing.

Table 5
Hypothesis Testing Results

Path	P-value	Path Coefficients
BOARD → AUFEE	0,099*	-0,014
KOMP → AUFEE	0,080*	0,124
KPOL → AUFEE	0,017**	-0,186
SIZE → AUFEE	<0,001**	0,677
RISK → AUFEE	0,011**	-0,200
AUFEE → KUAL	0,014**	-0,192
BOARD → AUFEE → KUAL	0,366	0,022
KOMP → AUFEE → KUAL	0,354	-0,024
KPOL → AUFEE → KUAL	0,287	0,036
SIZE → AUFEE → KUAL	0,019**	-0,130
RISK → AUFEE → KUAL	0,273	0,038

Source: data processed, 2020

**Significant < 0,05

*Significant < 0,10

DISCUSSION

Board independence does not affect audit fees. This is because there is no need for a large board of commissioners to determine audit fees. Corporate complexity does not affect audit fees. This result proves that the existence of subsidiaries does not mean that the company is complex. Political connections have a significant and negative impact on audit fees. This relationship can occur because there is a close relationship between managerial parties who have political connections and auditors. Company size has a significant and positive effect. This result proves that large companies require extensive audits so that it has an impact on increasing audit fees. Company risk has a negative impact on audit fees. This means that auditors must carry out extensive and detailed testing to reduce company risk so that it has an impact on increasing audit fees. Audit fees have a significant and positive effect on audit quality. This is because the auditor has sufficient financial resources to conduct the audit process properly. Audit fees only

mediate the effect of company size on audit quality. This is because to test large companies with good audit quality, the auditor must have financial resources to achieve this so that the audit fee increases. Company size also has a significant and negative direct effect on audit quality. This proves that the size of the company can have a negative impact on audit quality if it is not balanced with sufficient resources.

CONCLUSION AND RECOMMENDATION

Conclusion

This research is conducted to see the effect of board independence, corporate complexity, political connections, company size, and company risk on audit quality with audit fees as mediating variables. The analysis was performed using SEM PLS with the WarpPLS 7.0 analysis tool. This research resulted in 3 accepted hypotheses and 8 rejected hypotheses. There are many factors affecting audit fees. These factors are divided into three broad categories, namely client attributes,

auditor attributes, and engagement attributes. This research focuses on client attributes. Insight of these factors is useful for getting better negotiations regarding audit fees.

Limitations

This research has been carried out in accordance with scientific procedures, but this study still has the following limitations 1) There are only a few companies that disclose audit fees on financial reporting; 2) Proxy for audit quality in this study can only be used in manufacturing companies; and 3) Political connection variabel is assessed subjectively by looking at the managerial profiles listed in financial reporting and other online media.

Recommendation

The author provides the following suggestions 1) Future studies can find other sources to obtain audit fee information; 2) Future studies can add other variables both from the auditor attribute and engagement attribute with a longer period; 3) Further research can re-examine variables related to the composition of the board of commissioners and their effect on audit fees. For example, does the board of commissioners who have accounting backgrounds have an impact on the demands of the auditor, thereby increasing the audit of the fee; 4) Further research can re-examine corporate complexity variables using different proxies such as related party transactions, number of branch offices, whether the company conducts transactions with foreign currencies and whether there are subsidiaries abroad; 5) Future studies can re-examine company risk variables with other proxies such as whether the company has a loss; 6) Future studies can re-examine audit quality with different proxies that allow the use of companies from all sectors; and 7) Future studies can use control variables.

REFERENCES

Bliss, M. A., & Gul, F. A. 2012. Political connection and cost of debt: Some Malaysian evidence. *Journal of Banking & Finance*, 36(5), 1520-1527.

Boubakri, N., Guedhami, O., Mishra, D., & Saffar, W. 2012. Political connections and the cost of equity capital. *Journal of Corporate Finance*, 18(3), 541-559.

Carcello, J. V., Hermanson, D. R., Neal, T. L., & Riley, J., Richard R. 2000. Board Characteristics And Audit Fees. *SSRN Electronic Journal*.

Chaney, P. K., Faccio, M., & Parsley, D. 2011. The quality of accounting information in politically connected firms. *Journal of Accounting and Economics*, 51(1-2), 58-76.

DeAngelo, L. E. 1981. Auditor Size And Audit Quality. *Journal of Accounting and Economics*, 3, 183-199.

Faccio, M. 2006. Politically Connected Firms. *The American Economic Review*.

Firth, M. 1997. The Provision Of Non-Audit Services And the Pricing of Audit Fees. *Journal of Business Finance & Accounting*, 24(3).

Ganesan, Y., Narayanan, R., Haron, H., & Pitchay, A. A. 2019. Does Audit Fees and Non-Audit Fees Matters in Audit Quality? *KnE Social Science*, 1074-1083.

Gao, H., Qi, Y., Xu, C., & Zhu, L. 2019. Effects of Auditing Fee on Auditing Quality: Evidence from a Natural Experiment in China. *SSRN Electronic Journal*.

Gellings, J. 2017. IFRS and Enforcement on Audit Quality: Incorporating the Mediating Effect of Audit Fees. *Radboud University Nijmegen*.

Ghafran, C., & O'Sullivan, N. 2017. The impact of audit committee expertise on audit quality: Evidence from UK audit fees. *The British Accounting Review*, 49(6), 578-593.

Ghozali, Imam. 2014. Structural Equation Modeling, Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS). Semarang: Badan Penerbit Universitas

- Diponegoro. *Diponegoro Journal Of Accounting*, 5(2), 1-11.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Progran IBM SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guedhami, O., Pittman, J. A., & Saffar, W. 2014. Auditor Choice in Politically Connected Firms. *Journal of Accounting Research*, 52(1), 107-162.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. 1976. Theory Of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs And Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3, 305-306.
- Musah, A. 2017. Determinants of Audit fees in a Developing Economy: Evidence from Ghana. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(11).
- Nehme, R., & Jizi, M. 2018. The efficiency of corporate boards and firms' audit fees: the case of the FTSE financial institutions. *Pacific Accounting Review*, 30(3), 297-317.
- Nurjanah, F., & Sudaryati, E. 2019. Pengaruh Koneksi Politik dan Efektivitas Komite Audit Terhadap Biaya Audit. *The Indonesian Accounting Review*, 9(2).
- O'Sullivan, N. 2000. The Impact of Board Composition and Ownership on Audit Quality: Evidence from Large Uk Companies. *The British Accounting Review*, 32(4), 397-414.
- Palmrose, Z.-V. 1986. Audit Fees and Auditor Size: Further Evidence. *Journal of Accounting Research*, 24(1), 97-110.
- Peasnell, K.V., Pope, P.F., & Young. S. 2000. Detecting earnings management using cross-sectional abnormal accruals models. *Accounting and Business Research*, 30 (4), 313-326.
- Pradana, S. E. N., & Purwanto, A. 2016. Faktor-Faktor Penentu Tarif Biaya Audit Eksternal Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Diponegoro Journal Of Accounting*, 5(2), 1-11.
- Primasari, R., & Sudarno. 2013. Pengaruh Koneksi Politik Dan Corporate Governance Terhadap Audit Fee. *Diponegoro Journal Of Accounting*, 2(2).
- Salehi, M., Tarighi, H., & Safdari, S. 2018. The Relation Between Corporate Governance Mechanisms, Executive Compensation And Audit Fees: Evidence From Iran. *Management Research Review*.
- Sun, J., & Liu, G. 2011. Client-specific litigation risk and audit quality differentiation. *Managerial Auditing Journal*, 26(4), 300-316.
- The Economist. 2016. The Crony-Capitalism Index. London.
- Wea, A. N. S. 2019. Political Connection, CEO Gender, Internal Audit, Corporate Complexity and Audit Fee in Go Public Companies in Indonesia. *Research Journal of Finance and Accounting*, 10(12).
- Xu, Y. 2011. The Determinants Of Audit Fees: An Empirical Study Of China's Listed Companies. *Master Thesis*. Lund University.

ESTIMATING THE IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC ON POVERTY LEVELS IN KULON PROGO REGENCY, YOGYAKARTA SPECIAL REGION, INDONESIA

Suparmono

Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta, Indonesia.

E-mail: suparmono@stimykpn.ac.id

ABSTRACT

The research aims to analyze the impact of the Covid-19 pandemic on poverty in Kulon Progo Regency in 2020 and estimates until 2024. Kulon Progo is one of five regencies in the province of Yogyakarta's Special Region with the highest economic growth before the Covid-19. The high economic growth is triggered by the development of international airports and the development of an airport city. Several poor people, it is estimated that in 2020, the number of poor people will be 83.39 thousand people, an increase of 8.77 thousand people from 2019 of 74.62 thousand people. In 2021, marked by the regular operation of the YIA airport, it will have an impact on the increasing mobility of the community and affect the formal and informal sectors of the economy. So it is predicted that the number of poor people will decrease to 79.83 thousand people. The sparse population in Kulon Progo Regency is predicted to continue to decline until 2024, with the number of poor people reaching 78.43 thousand people.

Keywords: poverty, income inequality, Covid-19, regional economy

JEL classification: I32, P36

INTRODUCTION

COVID 19 or Novel Corona epidemic has taken con-

trol in most of the world's countries and has affected the daily lives of billions of people worldwide. The medical experts agree that the total number of new infections produced by a single infected person is more than five times that of the seasonal infections (Ranasinghe, Karunarathna and Pradeepamali, 2020) Novel Corona outbreak has influenced the normal function of an individual, household, village, city, province, country, region and that of entire globe as at present. Thus, following the strict measures taken by the Chinese government in closing down Wuhan until the outbreak is controlled all most all the countries have taken varying measures to restrict movements, continuous curfew, total lockdown, travel restrictions, suspending air travel operations to control the pandemic (Ranasinghe et al 2020. The World Health Organization (WHO) headquarters in China was informed on 31 December 2019 of cases of pneumonia, of unknown etiology, found in the city of Wuhan, Hubei province (Chaudry and Wimer, 2016). A new type of coronavirus was detected on January 7, 2020, and new cases in Thailand, Vietnam, Japan and South Korea. On 30 January 2020, the WHO revealed a simultaneous presence of public health (Maciel, Castro-Silva and de Farias, 2020). Such contractions may have an effect in all regions of the world, but with some degree of heterogeneity depending on their level of development (Sumner, Hoy, and Ortiz-Juarez, 2020).

Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) is set to infect millions of people worldwide. The economic effect is projected to be high, driving millions into poverty. In this paper we estimate COVID-19 's im-

pact on Indonesia's poverty (Suryahadi, Al Izzati, and Suryadarma, 2020). It is expected that the economic effects will be significant, lowering the financial growth forecast to between 4.2% and -4.7% by 5% in 2020. We estimate that the poverty rate will increase from 9.2 per cent in September 2019 to 9.7 per cent by the end of 2020 under the mildest COVID-19 impact on development, meaning that 1.3 million more people will be forced into poverty. Deprivation reduction (sometimes referred to as administration of deprivation) is an inherent and paradoxical aspect of capitalist society (Baker, Evans, and Hennigan, 2020).

The problem in economic development is to improve the welfare of the community in the form of increased income, but the distribution must also be distributed among community groups (Tolmachev et al., 2019). The most crucial thing in ensuring the sustainability of economic growth and socio-economic development is how people become rich but are not much different from the poor so that the existing inequality is still reasonable (Choi, 2019).

Indonesia's economic disparity has been on the rise, hitting a record peak of 0.41 calculated in the 2011–2014 Gini household consumption spending index. Not just economically, the issue of increasing inequality is also socially and politically important, as it can threaten the unity of society, particularly in a big, diverse and young democracy that is threatened by widespread deprivation and vulnerability. (Tadjoeddin et al., 2020). We accept that dwelling on the current has long-term risks and that contribute to deprivation traps, but we do not believe that a debate of this nature is in turn harmful to all citizens. Most individuals choose to actively leverage their money to fulfill essential requirements (e.g. food, shelter) or reside in environments that potential benefits are impossible to materialise (Frankenhuis and Nettle, 2020).

To lower income inequality, Countries around the world have various modalities and differing potential for implementing social welfare programs, including their own success stories and implementation limitations (Teka, Temesgen, and Fre, 2019). Social security has gained popularity in recent decades as a way of minimizing and minimizing the risk of drought and earthquakes and maintaining long-term sustainability. The emergence of the COVID-19 pandemic in low- and medium-income countries (LMICs) poses

questions regarding the ability of health services in these countries to cope with the epidemic if it begins to propagate. (Lau et al., 2020).

There have been several studies that the effect of the current Covid-19 outbreak has overwhelmingly impacted neighbourhood-related historically disadvantaged populations, Such as percentage of racial and national groups, migrants and households with low incomes (Maroko, Nash, and Pavilonis, 2020). The economic effects of COVID-19 in those Countries include high insurance rates, policy shortfalls in pluralist health services, high out-of-pocket spending, increased risk of non-communicable disorders, lost opportunities for growth and socio-economic consequences such as unemployment and deprivation (Rodela et al., 2020). The COVID-19 pandemic and subsequent food availability challenges have exposed deep gaps in the food supply and delivery network. In stressful situations such as this, customers often exhibit habits intended to minimize the likelihood that they will not be able to afford food or other products at a later date (Power et al., 2020). The disparity, however, was still the same range, that is to say, low impartation. 'COVID-19 does not discriminate, has reiterated a risky lie, amid the growing deprivation of the most socially and economically vulnerable (Patel et al., 2020)

Kulon Progo is one of five regencies in the province of Yogyakarta's with the highest economic growth before the Covid-19. The high economic growth triggered by the development of international airports and the development of an airport city. Dilihar from its economic structure, sector that shapes economic growth in Kulon Progo in 2020, almost all areas experienced a decline in growth, except for the Health Services and Social Activities, Transportation and Warehousing, and Information and Communication sectors. The central government's budget reallocation policy of at least 50% has a significant effect on the economic structure in Kulon Progo Regency. The budget will be focused on handling the settlement of the Covid-19 pandemic case so that several regional strategic projects have to be postponed or rescheduled.

REVIEW OF LITERATURE

Poverty reduction has become a central topic for researchers from the economics to finance, management

and entrepreneurship across the social sciences. Generally speaking, the faster and wider economic growth in recent decades has enabled large numbers of people to move out of poverty so that extreme poverty has fallen to less than 10% of the world 's population. (Si et al., 2020). Poor urban communities, such as those living in informal settlements, are often undercounted, and the indicators used to measure basic deprivations are not providing policy-makers with the information they need to formulate and implement policy to tackle urban deprivations (Lucci, Bhatkal, and Khan, 2018).

Poverty is often induced by gender wage disparity, as calculated by the Gini index. The Gini index is a standard indicator of wealth inequality, e.g. disparities in employment, education and ability (Furman, Kye, and Su, 2019). Increases equal income Biased tax regimes, by lower economic development, benefit wealthier and well-connected lower rates and government spending performance, and unequal access to schooling and public services (Policardo, Sanchez, and Risso, 2019). Comprehensive literature analyzed the Relation between urbanization on the one side and economic growth and equality of wealth on the other (Sulemana et al., 2019). The global development cycle reduced income inequality by raising the per capita income. At the beginning of a development cycle, it shows a spike in income inequality followed slowly by a decrease in income inequality (Fawaz and Frey, 2020).

The data used in this research from 2010 until the year 2019. The data is then projected using eleven projection methods and selected the best models by choosing the best goodness of fit value. The projection method is as follows:

Alternative Forecasting Methods With Time Trends.

- (1) Linear $Y_t = \beta_0 + \beta_1 T$
- (2) Logarithmic $Y_t = \beta_0 + \beta_1 \ln(T)$
- (3) Inverse $Y_t = \beta_0 + \beta_1 / T$
- (4) Quadratic $Y_t = \beta_0 + \beta_1 T + \beta_2 T^2$
- (5) Cubic $Y_t = \beta_0 + \beta_1 T + \beta_2 T^2 + \beta_3 T^3$
- (6) Compound $Y_t = \beta_0 \beta_1 T$
- (7) Power $Y_t = \beta_0 T \beta_1$
- (8) S $Y_t = e(\beta_0 + \beta_1 / T)$
- (9) Growth $Y_t = e(\beta_0 + \beta_1 T)$
- (10) Exponential $Y_t = \beta_0 e^{\beta_1 T}$
- (11) Logistic $Y_t = (1 / u + \beta_0 \beta_1 T) - 1$

Note: Y_t = Variable predicted; T = Year; \ln = natural logarithm;

e = number 2.718282; u = upper bound value (upper-bound) used in the logistic regression equation.

RESULT AND DISCUSSION

The number of poor people in Kulon Progo Regency in 2019 has decreased compared with the year 2014, although in the process there are several fluctuations. In 2014, the population was 84.67 thousand. However, in 2015 there was an increase in the number of poor people that were quite significant to 88.13 thousand souls. In the next year 2016, the government of Kulon Progo was able to reduce the number to 84.34 thousand people. This decline is quite significant because it is below the year number 2014. At the time of 2014-2016, there were substantial fluctuations due to considerable increase and decline. Only in the next two years is 2017 and 2019 there is a significant decline in numbers. In 2017, the number of poor people decreased to 84.17 thousand, and then it declined again in 2018 to 77.77 thousand. In the year 2019, the decline in poverty figures reached 74.62 thousand.

It is appropriate to control the population size, as indicated by the slowing growth graph. Population control is carried out to reduce the potential for the population explosion that is incompatible with the capacity of services and regional development. Therefore, the government has had to rethink related to the formulation of comprehensive population control efforts. Moreover, land for settlement will be increasingly limited in line with the number of national strategic projects that require a large area of land.

The poverty line in Kulon Progo Regency is predicted to increase slightly in 2020, even though the prolonged case of the Covid-19 pandemic affects people's economic activities. The main impact is the decreasing income of the community. The poverty line is the minimum standard of community income in meeting their basic needs. If a person's income is below the poverty line, they are categorized as weak. The ideal condition that must be achieved is to increase the poverty line gradually but followed by a decrease in the number of poor people. This shows that the community's income has steadily increased and the poor has decreased.

If you look at the projection graph of the poverty line and the percentage of poor people in Kulon Progo Regency, it is quite good. Each year the poverty line rising slowly and is reflected by the raising number of disadvantaged citizens. Though the proportion of poor people grew relatively fast in 2020 owing to the Covid-19 pandemic. In 2020, the poverty line rate is IDR 341,966, with a percentage of poor people of 19.56%.

In 2021 the poverty line will increase by IDR 10,174 to IDR 352,140 with the percentage of poor people decreasing to 18.58%. The year 2022 is predicted to be a turning point in improving poverty in Kulon Progo Regency. The poverty line will increase

by IDR 9,810 to IDR 361,950 with the percentage of poor people returning to decline to 18.33%. This first graph in 2022 is due to the effects of the Covid-19 pandemic, which is estimated to have ended and economic activity has returned to normal in addition to the large projects already operating so that it will revive the economy of Kulon Progo Regency.

In 2023, the increase in the poverty line will slow down from Rp9,446 to Rp371,396 with the percentage of poor people reducing to 18.10%. Until the end of 2024, the poverty line is predicted to increase again to Rp. 380,477 with the rate of poor people reducing to 17.88%.

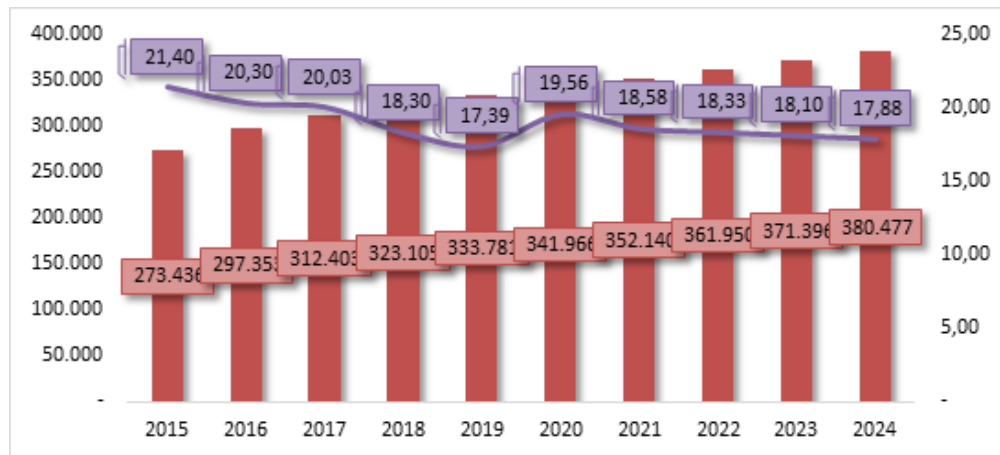


Figure 1
Poverty Line (IDR) and Percentage of Poor Population (%) in Kulon Progo Regency 2015-2019 and Projection for 2020-2024

While in Yogyakarta Province, in 2019 the number of poor people was 448.47 thousand inhabitants. The spread of poor people in Yogyakarta Province is dominant in the urban area of 304.66 thousand inhabitants. The rural area is 143.81 thousand inhabitants. Compared to the data from Kulon Progo and Yogyakarta Province, Kulon Progo Regency accounted for 16.64% of the poor people in Yogyakarta Province. This percentage experienced a reasonably high increase. Because in the year 2014, Kulon Progo only accounted for 15.54%. This indicates that despite the decline in Kulon Progo regency, it will increase if the

number is paired with the Data on the percentage of the number of poor people in the Yogyakarta Province level.

CONCLUSION

Covid-19 increased the number of poor people in Kulon Progo Regency. The poverty line is predicted to increase slightly in 2020, even though the prolonged case of the Covid-19 pandemic affects people’s economic activities. Every year the poverty line rising slowly and is shown by raising number of disadvantaged citizens.

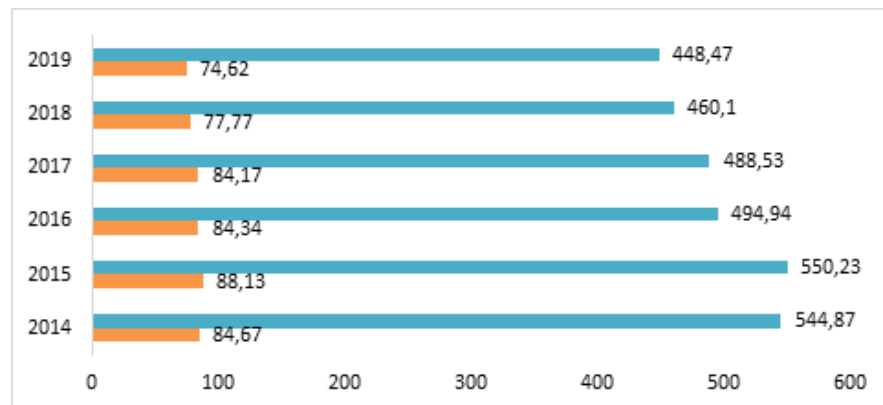


Figure 2
The Number of Poor People in Kulon Progo Regency and Yogyakarta Province in 2014-2019
(in Thousand)

Even though in 2020, the increase in the proportion of poor people was quite high due to the Covid-19 pandemic. In 2020, the poverty line rate is IDR 341,966, with a percentage of poor people of 19.56%. In 2021 the poverty line will increase by IDR 10,174 to IDR 352,140 with the percentage of poor people decreasing to 18.58%. The year 2022 is predicted to be a turning point in improving poverty in Kulon Progo Regency. The poverty line will increase by IDR 9,810 to IDR 361,950 with the percentage of poor people returning to decline to 18.33%. This first graph in 2022 is due to the effects of the Covid-19 pandemic which is estimated to have ended, and economic activity has returned to normal. In addition to the large projects already operating so that it will revive the economy of Kulon Progo Regency. When viewed from the number of poor people, it is estimated that in 2020, the number of poor people will be 83.39 thousand people, an increase of 8.77 thousand people from 2019 of 74.62 thousand people. In 2021, marked by the regular operation of the YIA airport, it will have an impact on the increasing mobility of the community and affect the formal and informal sectors of the economy. So it is predicted that the number of poor people will decrease to 79.83 thousand people. The sparse population in Kulon Progo Regency is predicted to continue to decline until 2024, with the number of poor people reaching 78.43 thousand people.

ACKNOWLEDGEMENT

The author would like to thank Sinergi Visi Utama Consulting for Data and theoretical review for this manuscript. The Kulon Progo Regency for data supporting, information related to a real condition, and financial support. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta which has provided funding to conduct research.

REFERENCES

- Baker, T., Evans, J. and Hennigan, B. 2020. Investable poverty: Social investment states and the geographies of poverty management, *Progress in Human Geography*, 44(3), pp. 534–554. doi: 10.1177/0309132519849288.
- Chaudry, A. and Wimer, C. 2016. Poverty is Not Just an Indicator: The Relationship between Income, Poverty, and Child Well-Being, *Academic Pediatrics*. Elsevier Inc, 16(3), pp. S23–S29. doi: 10.1016/j.acap.2015.12.010.
- Choi, S. 2019. Is the current trend of income inequality sustainable?, *Sustainability (Switzerland)*, 11(19). doi: 10.3390/su11195329.

- Fawaz, F. and Frey, E. 2020. The impact of abundance of resources and regime type on income inequality: The case of less-developed countries, *Kasetsart Journal of Social Sciences*. Elsevier Ltd, 41(1), pp. 1–7. doi: 10.1016/j.kjss.2018.05.015.
- Frankenhuis, W. E. and Nettle, D. 2020. The Strengths of People in Poverty, *Current Directions in Psychological Science*, 29(1), pp. 16–21. doi: 10.1177/0963721419881154.
- Furman, E., Kye, Y. and Su, J. 2019. Computing the Gini index: A note, *Economics Letters*. Elsevier B.V., 185, p. 108753. doi: 10.1016/j.econlet.2019.108753.
- Giorgi, G. M. and Gigliarano, C. 2017. The Gini Concentration Index: a Review of the Inference Literature, *Journal of Economic Surveys*, 31(4), pp. 1130–1148. doi: 10.1111/joes.12185.
- Lau, L. L. *et al.* 2020. Knowledge, attitudes and practices of COVID-19 among income-poor households in the Philippines: A cross-sectional study, *Journal of Global Health*, 10(1). doi: 10.7189/JOGH.10.011007.
- Lucci, P., Bhatkal, T. and Khan, A. 2018. Are we underestimating urban poverty?, *World Development*. Elsevier Ltd, 103, pp. 297–310. doi: 10.1016/j.worlddev. 2017.10.022.
- Maciel, J. A. C., Castro-Silva, I. I. and de Farias, M. R. 2020. Initial analysis of the spatial correlation between the incidence of covid-19 and human development in the municipalities of the state of Ceará in Brazil, *Revista Brasileira de Epidemiologia*, 23, pp. 1–17. doi: 10.1590/1980-549720200057.
- Maroko, A. R., Nash, D. and Pavilonis, B. T. 2020. COVID-19 and Inequity: a Comparative Spatial Analysis of New York City and Chicago Hot Spots, *Journal of Urban Health*. Journal of Urban Health, pp. 461–470. doi: 10.1007/s11524-020-00468-0.
- Patel, J. A. *et al.* 2020. Poverty, inequality and COVID-19: the forgotten vulnerable, *Public Health*. The Royal Society for Public Health, 183, pp. 110–111. doi: 10.1016/j.puhe.2020.05.006.
- Policardo, L., Sanchez Carrera, E. J. and Risso, W. A. 2019. Causality between income inequality and corruption in OECD countries, *World Development Perspectives*. Elsevier, 14(February), p. 100102. doi: 10.1016/j.wdp.2019. 02.013.
- Power, M. *et al.* 2020. How COVID-19 has exposed inequalities in the UK food system: The case of UK food and poverty, *Emerald Open Research*, 2, p. 11. doi: 10.35241/emeraldopenres.13539.2.
- Ranasinghe, R., Karunarathna, C. and Pradeepamali, J. 2020. After Corona (COVID-19) Impacts on Global Poverty and Recovery of Tourism Based Service Economies: An Appraisal’, *SSRN Electronic Journal*, 1 Mei 2020(2), pp. 1–15. doi: 10.2139/ssrn.3591259.
- Rodela, T. T. *et al.* 2020. Economic Impacts of Coronavirus Disease (COVID-19) in Developing Countries, pp. 1–7. doi: 10.31235/osf.io/wygpk.
- Si, S. *et al.* 2020. Business, Entrepreneurship and Innovation Toward Poverty Reduction, *Entrepreneurship and Regional Development*. Routledge, 32(1–2), pp. 1–20. doi: 10.1080/08985626.2019.1640485.
- Sulemana, I. *et al.* 2019. Urbanization and income inequality in Sub-Saharan Africa, *Sustainable Cities and Society*. Elsevier, 48(April), p. 101544. doi: 10.1016/j.scs.2019.101544.
- Sumner, A., Hoy, C. and Ortiz-Juarez, E. 2020. Estimates of the impact of COVID-19 on global poverty, *Unuvider*, (April), pp. 1–9. doi: 10.35188/UNU-WIDER/2020/800-9.
- Suryahadi, A., Al Izzati, R. and Suryadarma, D. 2020. Estimating the Impact of Covid-19 on Poverty in Indonesia, *Bulletin of Indonesian Economic*

Studies. Taylor & Francis, 0(0), pp. 1–34. doi: 10.1080/00074918.2020.1779390.

Tadjoeddin, M. Z. *et al.* 2020 ‘Inequality and violent conflict: new evidence from selected provinces in Post-Soeharto Indonesia’, *Journal of the Asia Pacific Economy*.

Routledge, 0(0), pp. 1–22. doi: 10.1080/13547860.2020.1773607.

Tangirala, S. 2020. Evaluating the impact of GINI index and information gain on classification using decision tree classifier algorithm, *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 11(2), pp. 612–619. doi: 10.14569/ijacsa.2020.0110277.

Teka, A. M., Temesgen Woldu, G. and Fre, Z. 2019. Status and determinants of poverty and income inequality in pastoral and agro-pastoral communities: Household-based evidence from Afar Regional State, Ethiopia’, *World Development Perspectives*. Elsevier, 15(February), p. 100123. doi: 10.1016/j.wdp.2019.100123.

Tolmachev, M. N. *et al.* 2019, Interregional Inequality of Population Incomes: Problems of Methodology and Estimation in the Russian Federation’, *SHS Web of Conferences*, 62, p. 09003. doi: 10.1051/shsconf/20196209003.

PENGARUH MOTIVASI PEMBELIAN HEDONIS DAN KEPRIBADIAN PEMBELIAN IMPULSIF PADA PEMBELIAN IMPULSIF: EFEK PEMEDIASI KECENDERONGAN PEMBELIAN IMPULSIF DAN EFEK PEMODERASI KELOMPOK REFERENSI

Feronica

Nikodemus Hans Setiadi Wijaya

E-mail: feren.florenca@gmail.com

ABSTRACT

The development of technology makes it easier for people to find references to social media and other sources on the internet. Not infrequently this is made by many people as reference material to multiply the development of various kinds of products such as those offered by cosmetic products. People who have impulsive buying problems will be more easily tempted compared to people who don't have impulsive buying problems. Everyone who is classified as an impulsive buyer, her emotional feelings will be more volatile when she sees some interesting promotions or interesting cosmetic products. The purpose of this study was to learn about hedonic purchase motivation and impulsive purchase confidence in impulsive purchases made by users of cosmetic products in Indonesia as well as proving psychological problems and emotional conditions of someone who is very influential on purchasing. The researcher used samples from questionnaire data filled in by cosmetic product users in Indonesia. The results of this study prove that hedonic purchase motivation and impulsive buying personality influence impulsive buying decisions. This shows that a person's psychological problems and emotional conditions really influence purchasing decisions.

Keywords: impulsive buying, hedonic shopping motivation, impulsive buying personality traits, cosmetic, buying tendency

JEL Classification: M31

PENDAHULUAN

Pada tahun 2015, didapati bahwa masyarakat Indonesia dinilai memiliki kepribadian konsumen yang unik bila dibandingkan dengan sebagian besar konsumen Negara lain di Asia Pasifik, seperti India, China, Hongkong, Vietnam, Korea Selatan, dan Thailand. Ciri unik kepribadian konsumen di Indonesia ialah melakukan pembelian secara spontan atau tidak terencana (CNN Indonesia). Pada tahun yang sama, perusahaan kartu kredit ternama Mastercard melakukan riset dan menemukan sebanyak 50% generasi millennial di Indonesia merupakan konsumen paling impulsif di Asia Pasifik. Seperti yang ditulis dalam Global Business Guide (2016) yang diambil dari data Kementerian Perindustrian mencatat bahwa nilai ekspor produk kosmetik di Indonesia pada tahun 2015 mencapai \$818.000.000 atau 11 triliun rupiah. Sedang, pada nilai impor produk kosmetik mencapai \$414.000.000, pada hal ini neraca perdagangan mencatat surplus dari transaksi produk kosmetik sebesar 85%. Tak pelik bila hal tersebut dapat menarik atensi perusahaan pada pasar lokal maupun internasional yang bersaing untuk merebut hati para konsumen di Indonesia. Salah satu bidang industri yang menyoroti perilaku pembelian konsumen di Indonesia ialah industri kosmetik. Perusahaan merek lokal dan internasional berlomba untuk menampilkan koleksi kosmetik terbaiknya. Masyarakat pun semakin dibuat bingung dengan pesatnya ragam kosmetik yang memasuki pasar di Indonesia.

Penelitian lain yang dilakukan pada tahun 2017 menemukan bahwa terdapat sebanyak 126.800.000

wanita di Indonesia menggunakan produk kosmetik. Adanya peningkatan volume penjualan pada bidang industri kosmetik dipicu oleh permintaan akan produk kosmetik yang kian meninggi di kalangan kelas menengah. Pada tahun 2016 Snapcart melakukan analisa terhadap 2.442 struk belanja wanita milenial pada rentang usia 25 hingga 35 tahun. Penelitian ini dilakukan di lima kota besar di Indonesia antara lain Makasar, Surabaya, Jakarta, Bandung, dan Medan yang didominasi sosial ekonomi status A dan B sedang pada kota lainnya didominasi oleh sosial ekonomi C dan D. Snapcart mengungkapkan bahwa tingkat kesegeraan untuk membeli kosmetik tinggi, maka konsumen akan cenderung pergi ke tempat terdekat dan yang mudah dijangkau untuk membeli produk kosmetik (Menganalisis Konsumsi Kosmetik Perempuan Millennials Indonesia, 2017).

Dittmar *et al.* (1995) menyatakan bahwa umumnya wanita akan lebih dapat dikategorikan sebagai pembeli impulsif jika dibandingkan dengan pria. Wanita lebih cenderung mengapresiasi produk secara emosional serta simbolis, sedangkan pria cenderung mengapresiasi produk dilihat berdasarkan fungsi dan kesenangan. Terutama pada produk kesehatan dan kecantikan, pria biasanya membeli parfum atau pomade hanya pada satu jenis dan tidak akan membeli lagi sebelum produk tersebut dipakai habis, serta lebih tidak mudah tergoda oleh promo yang diberikan di berbagai pusat perbelanjaan apalagi dengan rayuan dari *beauty advisor* produk tersebut, sedangkan wanita umumnya akan membeli produk yang visualisasinya menarik padahal sebenarnya produk tersebut tidak diperlukan. Berdasar data dari Kementrian Perindustrian Republik Indonesia (2018) terdapat penambahan perusahaan kosmetik pada industri kosmetik dalam negeri sejumlah 153 perusahaan pada tahun 2017, di mana sebanyak 95 perusahaan merupakan perusahaan kosmetik skala kecil dan sisanya sebanyak 58 perusahaan merupakan perusahaan kosmetik skala besar. Tidak tahan melihat barang yang menarik, ingin segera membeli suatu barang serta tidak dapat berfikir jernih merupakan beberapa faktor yang memicu seseorang untuk membeli barang secara impulsif.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Seseorang yang memiliki motif hedonis saat melaku-

kan pembelian suatu produk, cenderung ingin memuaskan reaksi emosional yang timbul didalam diri mereka karena mereka ingin merasakan adanya kesenangan dan kepuasan setelah membeli produk tersebut (Babin, Darden, & Griffin, 1994). Konsumen yang menjadikan kegiatan berbelanja sebagai sarana rekreasi atau hiburan, akan lebih mengharapkan nilai hedonik yang tingkatannya lebih tinggi pada suatu produk. Hal ini disebabkan karena produk hedonis cenderung menghasilkan respon emosional bagi konsumen (Carroll & Ahuvia, 2006).

Pembelian impulsif membuat konsumen tidak dapat mengambil keputusan secara rasional karena momen kepuasan irasional dari tindakan pembelian suatu produk lebih menarik bagi sisi emosional konsumen (Parboteeah *et al.*, 2009). Hal ini tentu akan membuat konsumen belum merasa puas dan tenang, bila gejala yang timbul belum terselesaikan (Parsad, Prashar, & Tata, 2017). Berdasar argumen tersebut, maka disusun hipotesis pertama, yaitu:

H1: Motivasi pembelian hedonis berpengaruh positif terhadap pembelian impulsif

Spontan, ceroboh, dan merespon stimulasi visual secara mentah tanpa mempertimbangkan konsekuensi negatif akibat dari keputusan yang diambil merupakan ciri-ciri dari kepribadian seseorang yang impulsif (Youn & Faber, 2000). Singkatnya, kepribadian pembelian impulsif diartikan sebagai manifestasi dari sifat kepribadian seseorang yang kurang dapat mengontrol dirinya (Parsad, Prashar, & Sahay, 2017). Pembelian impulsif merupakan pembelian tanpa ekspektasi sebelumnya. Umumnya pembelian impulsif mengarah pada penyesalan serta ketidakpuasan pasca membeli suatu produk (Kacen & Lee, 2002). Berdasar argumen tersebut, maka disusun hipotesis kedua, yaitu:

H2: Kepribadian pembelian impulsif berpengaruh positif terhadap pembelian impulsif

Adanya perilaku pembelian hedonis didukung oleh motif tertentu yang terjadi di dalam diri seseorang dalam pengambilan keputusan pembelian. Motif hedonik merupakan basis yang digunakan untuk mengevaluasi pengalaman belanja yang dirasakan dari pembelian produk (Mehrabian & Russell, 1974). Motif yang khas dari tiap-tiap individu ketika mereka melakukan konsumsi yang menunjukkan perilaku hedonis yang berhubungan dengan perasaan, kesenangan, fantasi dapat mempengaruhi emosi dari dalam diri

individu tersebut (Babin, Darden, & Griffin, 1994). Konsumen yang kecenderungan pembelian impulsifnya tinggi akan lebih mudah tergoda untuk membeli suatu produk dibanding dengan konsumen yang kecenderungan pembelian impulsifnya rendah (Chen, 2001). Berdasar argumen tersebut, maka disusun hipotesis ketiga, yaitu:

H3: Motivasi pembelian hedonis berpengaruh positif terhadap kecenderungan pembelian hedonis

Seseorang yang kurang memiliki kontrol atas dirinya cenderung selalu ingin sesegera mungkin memuaskan keinginan mereka walaupun kepuasan tersebut hanya dirasakan sesaat, hal ini mengarah pada perilaku pembelian impulsif. Orang yang memiliki kepribadian pembelian impulsif tergolong sebagai orang yang spontan, ceroboh, dan menelan informasi yang didengar secara mentah tanpa mempertimbangkan konsekuensi negatif akibat dari keputusan yang diambil (Youn & Faber, 2000). Oleh karena itu, kurangnya kontrol diri, kurangnya perencanaan saat mengambil keputusan pembelian serta tidak memikirkan konsekuensi yang terjadi merupakan karakteristik pembeli impulsif, yang dapat mempengaruhi kepribadian mereka dalam membuat keputusan pembelian impulsif. Berdasar argumen tersebut, maka disusun hipotesis keempat, yaitu:

H4: Kepribadian pembelian impulsif berpengaruh positif terhadap kecenderungan pembelian impulsif

Dalam penelitiannya Yang, Huang, dan Feng (2011) menyatakan bahwa kecenderungan pembelian impulsif terjadi ketika seseorang merasakan reaksi emosional yang tidak stabil dan tidak dapat dikendalikan ketika belum membeli suatu produk. Imam (2013) menemukan satu fakta dasar yang terkait dengan perilaku manusia yaitu bahwa setiap manusia ada dengan berbagai tingkat perilaku pembelian yang tidak terencana atau spontan, tergantung pada faktor-faktor yang berbeda. Konsumen yang impulsif tidak akan memilih merek pertama yang dilihat ketika berada dipusat perbelanjaan. Melainkan, konsumen impulsif akan membuat keputusan tergesa-gesa tentang produk yang dibeli serta diikuti keadaan emosional. Berdasar argumen tersebut, maka disusun hipotesis kelima, yaitu:

H5: Kecenderungan pembelian impulsif berpengaruh positif terhadap pembelian impulsif

Seperti yang dikemukakan Rook (1987) bahwa kian tinggi tingkat hedonis seseorang maka kian tinggi pula reaksi emosional yang muncul dalam diri orang tersebut dalam melakukan konsumsi. Dalam hal ini keinginan seseorang dalam mencari nilai hedonis saat berbelanja dapat menghasilkan adanya dorongan pembelian impulsif. Seseorang yang melakukan pembelian untuk mengikuti keinginan dalam memuaskan hasrat hedonisnya seperti mencari pengalaman baru, mencari variasi dan kesenangan ternyata secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian impulsif (Hausman, 2000). Kian tinggi tingkat pembelian impulsif seseorang maka kian tinggi pula motivasi pembelian hedonisnya. Seringkali mengabaikan keputusan pembelian yang rasional serta tidak memikirkan biaya yang akan dikeluarkan saat membeli suatu produk, hal ini terjadi karena adanya kecenderungan pembelian impulsif (Lim, Lee, & Kim, 2017). Berdasar argumen tersebut, maka disusun hipotesis keenam, yaitu:

H6: Kecenderungan pembelian impulsif memediasi hubungan antara motivasi pembelian hedonis terhadap pembelian impulsif

Keperibadian pembelian impulsif diartikan sebagai manifestasi dari sifat kepribadian seseorang yang kurang dapat mengontrol dirinya (Parsad, Prashar, & Sahay, 2017). Seseorang yang memiliki kecenderungan selalu ingin sesegera mungkin memuaskan keinginan mereka walaupun kepuasan tersebut hanya dirasakan sesaat, hal ini mengarah pada perilaku pembelian impulsif. Mereka tergolong orang yang spontan, ceroboh, dan merespon stimulasi visual secara mentah tanpa mempertimbangkan konsekuensi negatif akibat dari keputusan yang diambil (Youn & Faber, 2000).

Pembelian impulsif membuat konsumen tidak dapat mengambil keputusan secara rasional karena momen kepuasan irasional dari tindakan pembelian suatu produk lebih menarik bagi sisi emosional konsumen (Parboteeah *et al.*, 2009). Hal ini tentu menyebabkan orang tersebut terdorong untuk melakukan pembelian impulsif. Dan hal ini dapat menjadi kontributor potensial untuk seseorang membuat keputusan pembelian impulsif. Berdasar argumen tersebut, maka disusun hipotesis ketujuh, yaitu:

H7: Kecenderungan pembelian impulsif memediasi hubungan antara kepribadian pembelian impulsif terhadap pembelian impulsif

Schiffman dan Kanuk (2007) mengemukakan

kelompok referensi sebagai kumpulan dari beberapa orang yang terhimpun dalam suatu kelompok yang dianggap sebagai acuan dan perbandingan dalam membentuk sikap serta nilai-nilai umum atau khusus, juga dijadikan sebagai pedoman dalam berperilaku. Selain itu, kelompok referensi dari perspektif pemasaran didefinisikan sebagai kelompok yang dijadikan acuan bagi para konsumen yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Hal ini didorong oleh rangsangan eksternal yang dapat memicu seseorang untuk melakukan pembelian sesegera mungkin, rangsangan eksternal bisa berasal dari strategi promosi yang dilakukan oleh pemasar (Yang, Huang, & Feng, 2011). Konsumen yang kecenderungan pembelian impulsif nya tinggi akan lebih mudah untuk membuat keputusan pembelian dibandingkan pada konsumen yang kecenderungan pembelian impulsif nya rendah (Chen, 2001). Dengan adanya kelompok referensi dapat membuat konsumen yang tadinya tidak mengerti tentang informasi suatu produk menjadi mengerti saat konsumen memasuki pusat perbelanjaan. Pembeli impulsif dapat saja membeli produk yang sebelumnya tidak diketahui hanya karna melihat kelompok referensi mempromosikannya atau mengenakannya, hal ini dapat mendorong terjadinya pembelian impulsif. Berdasar argumen tersebut, maka disusun hipotesis pertama, yaitu: Berdasar argumen tersebut, maka disusun hipotesis kedelapan, yaitu:

H8: Kelompok referensi memperkuat hubungan antara kecenderungan pembelian impulsif terhadap pembelian impulsif

Populasi dan Sampel Penelitian

Sumber data yang didapat dari data primer. Data primer

merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dengan cara membagikan kuesioner yang diisi oleh pelanggan dan pembeli di Toko Kosmetik di seluruh Indonesia. Pengambilan sampel ini dilakukan dengan cara purposive sampling dan jumlah sampel yang diteliti sebanyak 203 orang. Penilaian yang digunakan pada kuesioner menggunakan skala likert 1 (sangat tidak setuju) hingga 7 (sangat setuju).

Metode Pengujian

Penelitian ini akan diuji menggunakan sebuah metode statistika Structural Equation Model (SEM) yang akan diolah menggunakan *Partial Least Square* (PLS). Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi model dan menganalisa data atau hubungan antar variabel independen dan variabel dependen. Berikut langkah-langkah teknik analisis menggunakan SEM-PLS (Ghozali, 2014), yaitu 1) Merancang Inner model yang menjelaskan hubungan antarvariabel laten; 2) Merancang *Outer model* yang menjelaskan hubungan antara variabel laten dengan indikator atau variabel manifest; 3) *Weight relation* menghubungkan antara variabel laten dan *estimasi loading* antara variabel laten dengan indikatornya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan SPSS 22.0 dengan kriteria bahwa nilai item pertanyaan dianggap valid jika *factor loading* item bernilai di atas 0,4 (Hair, 2010). Tabel 1 menunjukkan bahwa semua item pada variabel penelitian ini bernilai valid sehingga dapat digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis.

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Keterangan
Motivasi Pembelian Hedonis	GS1-GS6, IS1-IS3, SS1-SS2, RS1-RS3, AS1-AS4, VS1-VS3	Semua Item Valid
Kepribadian Pembelian Impulsif	PT1-PT8	Semua Item Valid
Kecenderungan Pembelian Impulsif	BT1-BT4	Semua Item Valid
Kelompok Referensi	RG1- RG5	Semua Item Valid
Pembelian Impulsif	IB1-IB3	Semua Item Valid

Uji Reliabilitas

Peneliti menggunakan SPSS 22 sebagai alat untuk menguji reliabilitas kuesioner. *Cronbach's alpha* menunjukkan konsistensi responden dalam memberikan tanggapan terhadap keseluruhan item yang mewakili pengukuran satu variabel tertentu. Nilai *cronbach's alpha* yang lazim digunakan adalah lebih besar dari 0,6 (Triton, 2006). Sehingga dapat disimpulkan:

Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif di dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui korelasi antarvariabel menggunakan rata-rata jawaban dari seluruh responden pada masing-masing indikator dengan rentang skor 1 hingga 5. Hasilnya disajikan pada Tabel 3:

Berdasar Tabel 3, variabel motivasi pembelian hedonis, dan pembelian impulsif memiliki nilai *mean* lebih dari 4 dengan kata lain variabel tersebut baik karena hasil di atas rata-rata. Sedangkan variabel ciri kepribadian pembelian impulsif, kecenderungan pembelian impulsif, dan kelompok referensi memiliki *mean* di bawah angka 4 oleh karena itu ketiga variabel tersebut dianggap kurang baik.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis diolah dengan menggunakan WarpPLS 6.0, dengan melihat hasil pengujian pada nilai *estimate* dan *p*. Model penelitian ini juga melakukan pengujian moderasi serta mediasi. Hasil pengujian hipotesis dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	Kategori
1	Motivasi Pembelian Hedonis	0,949	Reliabel
2	Kepribadian Pembelian Impulsif	0,916	Reliabel
3	Kecenderungan Pembelian Impulsif	0,902	Reliabel
4	Kelompok Referensi	0,909	Reliabel
5	Pembelian Impulsif	0,913	Reliabel

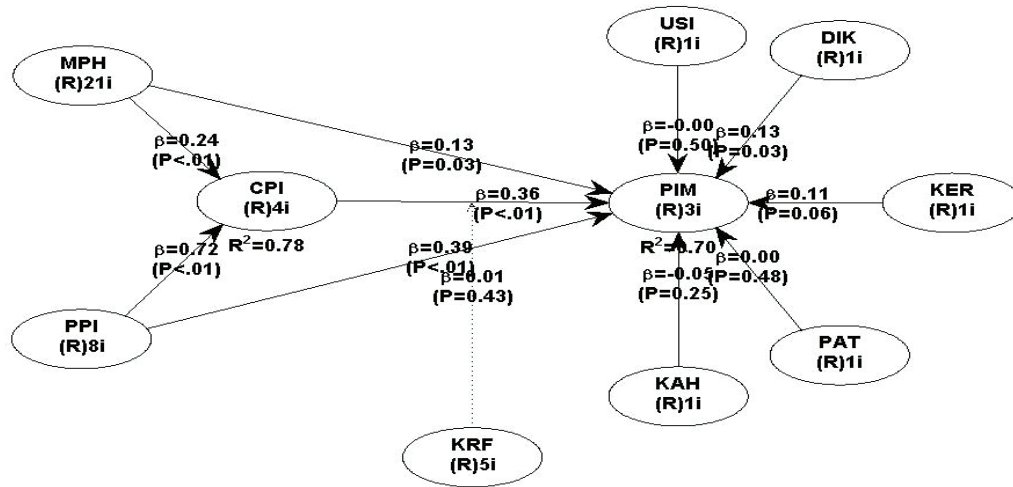
Tabel 3
Hasil Statistik Deskriptif

Variabel	Mean	SD	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Usia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2. S. Pekerjaan	-	-	0,165*	-	-	-	-	-	-	-	-
3. S. Pernikahan	-	-	0,436**	0,227**	-	-	-	-	-	-	-
4. Pendidikan	-	-	0,198**	0,275**	0,088	-	-	-	-	-	-
5. Pendapatan	-	-	0,362**	0,472**	0,328**	0,201**	-	-	-	-	-
6. HSM	4,45	1,17	0,84	-0,115	-0,015	-0,117	0,018	-	-	-	-
7. PT	3,50	1,45	0,142*	-0,024	0,083	-0,044	0,107	0,586**	-	-	-
8. BT	3,52	1,63	0,181**	-0,076	0,059	-0,057	0,097	0,653**	0,858**	-	-
9. RG	3,41	1,77	0,061	-0,113	-0,027	-0,099	-0,040	0,550**	0,409**	0,413**	-
10. IB	5,17	1,30	0,133	0,046	0,019	0,075	0,132	0,553**	0,769**	0,785**	0,365**

**Signifikan < 0,01 N=203

*Signifikan < 0,05

Keterangan : HSM : Motivasi Pembelian Hedonis
 PT : Ciri Kepribadian Pembelian Impulsif
 BT : Kecenderungan Pembelian Impulsif
 RG : Kelompok Referensi
 IB : Pembelian Impulsif



Gambar 1
Motivasi Pembelian Hedonis dan Kepribadian Pembelian Impulsif sebagai Variabel Independen

Hipotesis pertama diterima. Berdasar hasil yang ditunjukkan pada Gambar 1, menunjukkan hasil *p-value* 0,03 yaitu berarti nilai *p-value* pada pengujian hipotesis pertama lebih kecil daripada tingkat signifikan yang ditetapkan yaitu sebesar 0,05 dan nilai koefisien untuk variabel motivasi pembelian hedonis juga positif yaitu bernilai 0,13.

Hipotesis kedua diterima. Berdasar hasil yang ditunjukkan pada Gambar 1, menunjukkan hasil *p-value* <0,01 yaitu berarti nilai *p-value* pada pengujian hipotesis pertama lebih kecil daripada tingkat signifikan yang ditetapkan yaitu sebesar 0,05 dan nilai koefisien untuk variabel motivasi pembelian hedonis juga positif yaitu bernilai 0,39.

Hipotesis ketiga diterima. Berdasar hasil yang ditunjukkan pada Gambar 1, menunjukkan hasil *p-value* <0,01 yaitu berarti nilai *p-value* pada pengujian hipotesis pertama lebih kecil daripada tingkat signifikan yang ditetapkan yaitu sebesar 0,05 dan nilai koefisien untuk variabel motivasi pembelian hedonis juga positif yaitu bernilai 0,24.

Hipotesis keempat diterima. Berdasar hasil yang ditunjukkan pada Gambar 1, menunjukkan hasil *p-value* <0,01 yaitu berarti nilai *p-value* pada pengujian

hipotesis pertama lebih kecil daripada tingkat signifikan yang ditetapkan yaitu sebesar 0,05 dan nilai koefisien untuk variabel motivasi pembelian hedonis juga positif yaitu bernilai 0,72.

Hipotesis kelima diterima. Berdasar hasil yang ditunjukkan pada Gambar 1, menunjukkan hasil *p-value* <0,01 yaitu berarti nilai *p-value* pada pengujian hipotesis pertama lebih kecil daripada tingkat signifikan yang ditetapkan yaitu sebesar 0,05 dan nilai koefisien untuk variabel motivasi pembelian hedonis juga positif yaitu bernilai 0,36.

Hipotesis kedelapan diterima. Berdasar hasil yang ditunjukkan pada Gambar 1, menunjukkan hasil *p-value* 0,43 yaitu berarti nilai *p-value* pada pengujian hipotesis kedelapan lebih besar daripada tingkat signifikan yang ditetapkan yaitu sebesar 0,05 dan nilai koefisien untuk variabel motivasi pembelian hedonis juga terbilang kecil yaitu bernilai 0,01. Hal ini menunjukkan bahwa pengujian pada hipotesis kedelapan berpengaruh langsung dan tidak signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kelompok referensi tidak signifikan memperkuat hubungan antara kecenderungan pembelian impulsif terhadap pembelian impulsif.

Tabel 4
Hasil Pengujian Hipotesis dengan PLS

No.	Hipotesis	Estimate	P	Keterangan
H1	Motivasi pembelian hedonis berpengaruh positif terhadap pembelian impulsif.	0,13	0,03	Didukung
H2	Kepribadian Pembelian Impulsif berpengaruh positif terhadap pembelian impulsif.	0,39	<0,01	Didukung
H3	Motivasi pembelian hedonis berpengaruh positif terhadap kecenderungan pembelian hedonis.	0,24	<0,01	Didukung
H4	Kepribadian Pembelian Impulsif berpengaruh positif terhadap kecenderungan pembelian impulsif.	0,72	<0,01	Didukung
H5	Kecenderungan pembelian impulsif berpengaruh positif terhadap pembelian impulsif.	0,36	<0,01	Didukung
H8	Kelompok Referensi memperkuat hubungan antara Kecenderungan Pembelian Impulsif terhadap Pembelian Impulsif.	0,01	0,43	Didukung

Hipotesis keenam diterima. Berdasar hasil yang ditunjukkan pada Gambar 1, menunjukkan hasil *p-value* 0,038 yaitu berarti nilai *p-value* pada pengujian hipotesis pertama lebih kecil daripada tingkat signifikan yang ditetapkan yaitu sebesar 0,05 dan nilai koefisien untuk variabel motivasi pembelian hedonis juga positif yaitu bernilai 0,08. Dengan demikian, terbukti bahwa kecenderungan pembelian impulsif memediasi hubungan antara motivasi pembelian hedonis berpengaruh langsung dan signifikan terhadap pembelian impulsif. Hipotesis ketujuh diterima. Berdasar hasil yang ditun-

jukkan pada Gambar 1, menunjukkan hasil *p-value* <0,001 yaitu berarti nilai *p-value* pada pengujian hipotesis ketujuh lebih kecil daripada tingkat signifikan yang ditetapkan yaitu sebesar 0,05 dan nilai koefisien untuk variabel motivasi pembelian hedonis juga positif yaitu bernilai 0,26. Hal ini menunjukkan bahwa pengujian pada hipotesis ketujuh didukung. Dengan demikian, terbukti bahwa kecenderungan pembelian impulsif memediasi hubungan antara Kepribadian Pembelian Impulsif berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif.

Tabel 5
Hasil Pengujian Indirect Effects dengan PLS

No.	Hipotesis	Estimate	P	Keterangan
H6	Kecenderungan pembelian impulsif memediasi hubungan antara motivasi pembelian hedonis terhadap pembelian impulsif.	0,08	0,038	Didukung
H7	Kecenderungan pembelian impulsif memediasi hubungan antara Kepribadian Pembelian Impulsif terhadap pembelian impulsif.	0,26	<0,001	Didukung

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Perasaan emosional memiliki peran dalam keputusan pembelian terutama pada pembelian impulsif. Saat seorang yang tergolong sebagai pembeli impulsif melihat atau mendengar pesan-pesan promosi terhadap suatu produk dan masuk tercerna kedalam pikiran maka orang tersebut cenderung akan secara tiba-tiba dan seketika ingin membeli suatu produk tanpa adanya rencana pembelian. Masalah tersebutlah yang memicu ketertarikan penulis untuk meneliti lebih dalam tentang pembelian impulsif. Demi memperdalam ilmu tersebut, penelitian ini mengambil sampel penelitian dari para pecinta produk kosmetik yang dianggap sebagai orang yang impulsif dalam mengambil keputusan pembelian. Pada penelitian ini beberapa variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian impulsif telah ditentukan yaitu motivasi pembelian hedonis, kepribadian pembelian impulsif, kecenderungan pembelian impulsif serta kelompok referensi. Berdasar analisis hasil hubungan motivasi pembelian hedonis dan kepribadian pembelian impulsif terhadap pembelian impulsif pada produk kosmetik dengan kecenderungan pembelian impulsif sebagai variabel mediasi dan kelompok referensi sebagai variabel moderasi mengungkapkan bahwa seluruh hipotesis dalam penelitian ini didukung.

Dapat disimpulkan bahwa motivasi seseorang dalam melakukan pembelian dan kepribadian mempengaruhi keputusan pembelian. Semakin seseorang memiliki motivasi pembelian hedonis maka dorongan untuk membeli secara impulsif semakin besar. Begitu halnya pada seseorang yang memiliki kepribadian pembelian impulsif maka akan lebih cenderung membeli suatu produk tergesa-gesa tanpa mempertimbangkan manfaat yang didapat setelah membeli produk tersebut dibandingkan dengan konsumen yang tidak memiliki motivasi pembelian hedonis serta kepribadian pembelian impulsif. Tidak hanya sampai disitu, beberapa temuan lain yang cukup menarik juga ditemukan pada penelitian ini dimana pengujian variabel kontrol menunjukkan bahwa usia, status pekerjaan, status pernikahan, dan pendapatan tidak berpengaruh pada keputusan pembelian impulsif tetapi pendidikan terakhir menjadi variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian impulsif. Temuan ini mengasumsikan

bahwa tidak peduli seberapa tua usia seseorang, seberapa besar atau kecilnya pendapatan yang dihasilkan, sudah atau belum menikah, serta status pekerjaan yang dijalani oleh penggemar produk kosmetik, jika mereka masih memiliki jiwa kepribadian impulsif dan motivasi pembelian hedonis yang kuat maka mereka akan tetap memiliki kecenderungan untuk membuat keputusan pembelian impulsif. Berbeda dengan keempat variabel tersebut, variabel pendidikan terakhir menunjukkan bahwa seberapa tinggi jenjang pendidikan yang diraih maka semakin mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian impulsif. Berdasarkan pemaparan diatas, perusahaan kosmetik harus mulai mengerti tentang bagaimana sisi psikologis konsumen dalam konteks ini berarti perasaan emosional seseorang sangat mempengaruhi keputusan pembelian impulsif.

Keterbatasan

Dalam penelitian ini, terdapat keterbatasan yang dapat mempengaruhi hasil penelitian secara keseluruhan. Terbatasnya referensi penelitian sebelumnya mengenai kepribadian pembelian impulsif dan kecenderungan pembelian impulsif sehingga kajian teori dalam penelitian ini luas dan dalam. Juga kurangnya pemilihan variabel moderasi yang mungkin masih belum cukup kuat untuk menjelaskan adanya pengaruh yang terjadi antara kecenderungan pembelian impulsif dengan pembelian impulsif. Penelitian ini juga masih memerlukan tinjauan ulang mengenai literatur pendukung yang masih susah ditemui selama penulisan ini.

Saran

Berdasar hasil penelitian, pembahasan, dan simpulan yang diperoleh, maka beberapa saran yang dapat diberikan sebagai berikut 1) Peneliti selanjutnya sebaiknya mempertimbangkan variabel-variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian impulsif seperti, *shopping lifestyle*, *social influence*, budaya, media sosial dan berbagai macam variabel lainnya mengingat masih ada 30% koefisien determinasi yang belum terpenuhi; 2) Peneliti selanjutnya dapat menambah sampel konsumen lebih luas lagi sehingga penelitian ini dapat digeneralisasikan dalam lingkup yang lebih luas dan lebih mempresentasikan sikap konsumen terhadap pembelian impulsif. Serta dapat

mengeksplorasi faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian impulsif, misalkan: *shopping lifestyle*, merek produk tertentu, layout toko, pelayanan toko, promosi, atau anggaran belanja. Hal ini bertujuan untuk menambah wawasan peneliti berikutnya bahwa keputusan pembelian impulsif dipengaruhi oleh banyak factor; 3) Peneliti selanjutnya diharapkan memperdalam ilmu pemasaran berperilaku yang mungkin memiliki konsep menarik selain pembelian impulsif; 4) Pada hasil perhitungan variabel kontrol status pernikahan, ditemukan bahwa ternyata status pernikahan mempengaruhi keputusan pembelian impulsif. Hasil analisis pada penelitian ini mengungkapkan bahwa ternyata seseorang yang sudah menikah, tingkat pembelian impulsif nya lebih rendah dari pada seseorang yang belum menikah. Peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan status pernikahan sebagai variabel baru yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian impulsif atau mengembangkan penelitian ini dengan variabel baru seperti pembelian kompulsif.

Kontribusi

Penelitian ini mempelajari bahwa di era revolusi industri 4.0 dimana informasi dapat dicari dan menyebar dengan cepatnya pada internet membuat pola pikir seseorang dengan cepatnya dapat berubah. Perilaku seseorang yang impulsif cenderung lebih mudah terpengaruh. Perilaku konsumen yang impulsif sering kita jumpai pada kehidupan sehari-hari bahkan tanpa kita sadari, kita termasuk konsumen yang memiliki perilaku impulsif, dan tergesa-gesa saat membuat keputusan pembelian. Penelitian ini mempelajari bahwa sikap konsumen terhadap penyebab yang mampu mempengaruhi pembelian impulsif dalam proses pembelian impulsif produk kosmetik yang dilihat dari motivasi serta kepribadian dari konsumen tersebut. Topik ini sangat menarik untuk diteliti lebih lanjut guna membangun strategi baru bagi perusahaan untuk memenangkan persaingan pasar yang kian ketat.

DAFTAR PUSTAKA

Arnold, M. J., & Reynolds, K. E. 2003. Hedonic shopping motivations. *Journal of Retailing*,

79(2), 77-95.

Babin, B. J., Darden, W. R., & Griffin, M. 1994. Work and or Fun: Measuring Hedonic and Utilitarian Shopping Value. *Journal of Consumer Research*, 20(4), 644-656.

Bachdar, S. 2017. *Menganalisis Konsumsi Kosmetik Perempuan Millennials Indonesia*. Retrieved from Marketeers: <http://marketeers.com/menganalisa-konsumsi-kosmetik-perempuan-milennial-indonesia/>

Beatty, S. E., & Ferrell, M. E. 1998. Impulse buying: Modeling its Precursors. *Journal of Retailing*, vol. 74(2), 169-191.

Carroll, B. A., & Ahuvia, A. C. 2006. Some Antecedents and Outcomes of Brand Love. *Market Lett*, 17, 79-89. doi:10.1007/s11002-006-4219-2

Chen, M. H. 2001. The determinants and traits of Impulsive buying behavior. *Journal of Takming University*, 17, 59-74.

CNN Indonesia, S. 2015. *Generasi Millennial RI Paling Impulsif Belanja Barang Mewah*. Retrieved from CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20151102182452-92-88999/generasi-milennial-ri-paling-impulsif-belanja-barang-mewah>

Dittmar, H., Beattie, J., & Friese, S. 1995. Objects, Decision Considerations and SelfImage in Men's and Women's Impulse Purchases. Retrieved from <http://www.kent.ac.uk/ESRC/impulse.html>

Ghozali, I. 2014. *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. (Edisi 4 ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Global Business Guide Indonesia. 2016. *Overview of Indonesian Cosmetic Sector: Growing Domestic and Export Markets*. Retrieved from Global Business Guide Indonesia: <http://>

- www.gbgindonesia.com/en/manufacturing/article/2016/overview_of_indonesian_cosmetic_sector_growing_domestic_and_export_markets_11593.php
- Hair, E. 2010. *Uji Validitas*. New Jersey: Upper Saddle River-Prentice Hall.
- Hausman, A. 2000. A Multi-Method Investigation of Consumer Motivation in Impulse Buying Behavior. *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 17, No. 5, 403-426.
- Imam, F. 2013. Gender Differences in Impulsive Buying Behavior and Post-Purchasing Dissonance Under Incentive Conditions. *Journal of Business Strategies*, Vol.7, No.1, 23-29.
- Kacen, J. J., & Lee, J. A. 2002. The influence of culture on consumer impulsive buying behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 12(2), 163–176. doi:10.1207/ S15327663JCP1202_08
- Kian Kinclong, *Industri Kosmetik Nasional Tumbuh 20 Persen*. 2018. Retrieved from Kementerian Perindustrian Republik Indonesia: <http://www.kemenperin.go.id/artikel/18954/Kian-Kinlong,-Industri-Kosmetik-Nasional-Tumbuh-20-Persen>
- Lim, S., Lee, S., & Kim, D. 2017. Is Online Consumers' Impulsive Buying Beneficial for E-Commerce Companies? An Empirical Investigation of Online Consumers' Past Impulsive Buying Behaviors. *Information Systems Management*, 34, 85-100. doi:10.1080/10580530.2017.1254458
- Mehrabian, A., & Rusell, J. A. 1974. *An approach to Environmental Psychology*, In Fisher, Feffrey D., Paul A. Bell, and Andrew Baum (1984). In *Environmental Psycholog* (2nd ed.). New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Parsad, C., Prashar, S., & Sahay, V. 2017. Impact of Impulsive Personality Traits and Store Environment on Impulse Buying Behavior. *Journal of Business and Management*, 23 (1/2), 1-24.
- Parsad, C., Prashar, S., & Tata, S. V. 2017. Understanding nature of store ambiance and individual impulse buying tendency on impulsive purchasing behaviour: an emerging market perspective. *Decision (0304-0941)*, Vol. 44(4), 297-311. doi:10.1007/s40622-017-0168-2
- Rook. 1987. The Buying Impulse. *Journal of Consumer Research*, Vol. 14(2), P. 189–199.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. 2007. *Consumer Behavior* (9th ed.). New Delhi, India: Prentice Hall of India.
- Triton, P. 2006. *SPSS 13.0 Terapan: Riset Statistik Parametrik*. Yogyakarta: Andi.
- Yang, J. D., Huang, K. C., & Feng, X. 2011. A Study of the Factors that Affect the Impulsive Cosmetics Buying of Female Consumers in Kaohsiung. *International Journal of Business and Social Science*, 2(24), 275-282.
- Youn, S., & Faber, R. J. 2000. Impulse Buying: Its Relation to Personality Traits and Cues. *Advances in Consumer Research*, 27, 179-185.

PERTUMBUHAN EKONOMI BERBASIS EKSPOR DI KABUPATEN GUNUNGKIDUL DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Ary Sutrischastini

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta
E-mail: arisutrischastini@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this research is to identify economic sectors that are relatively potential and play a role as a base sector, determine the magnitude of the multiplier of base sector activities on regional income in Gunungkidul Regency and determine the amount of regional revenue leakage that occurs as a result of base activities. The analytical method uses the export base method with the time period of 2013 - 2019. The results is there are ten (10) sectors which are categorized as the base sector in Gunungkidul Regency because they have a Location Quotient (LQ) value that greater than one. The multiplier average value of base sector activities to regional income is 1.49. This means that changes in economic activity in the base sector by one (1) percent will cause changes in economic activity in the non-base sector by 0.49 percent. The amount of regional revenue leakage that occurred as a result of base activities in Gunungkidul Regency was an average of 1.90 percent. This means that 98.10 percent of income remains in Gunungkidul Regency and the rest 1.90 percent of income is outside.

Keywords: export base model, base sector, non base sector

JEL Classification: P25, R12

PENDAHULUAN

Model basis ekspor merupakan salah satu model pengembangan wilayah. Model ini menekankan pada aktivitas perekonomian daerah yang bersifat terbuka terhadap kegiatan perdagangan barang dan jasa dengan daerah lain. Oleh karena itu, pertumbuhan ekonomi suatu daerah ditentukan oleh pertumbuhannya (Tambunan, 2015). Suatu kegiatan dikatakan sebagai basis apabila pertumbuhan kegiatan tersebut menentukan pembangunan secara menyeluruh, sedangkan dikategorikan non basis apabila kegiatan itu merupakan konsekuensi dari pembangunan menyeluruh tersebut. Cakupan non basis antara lain sektor yang melayani pasar lokal dan menyediakan input bagi sektor basis (Soepono, 2001).

Pembangunan ekonomi harus dilakukan dengan didasarkan pada potensi kelembagaan, sumber daya manusia dan sumberdaya fisik yang dimiliki secara lokal (Arsyad, 2002). Nugrohadhi *et al.* (2015) menambahkan permintaan eksternal terhadap barang yang dihasilkan juga harus menjadi bahan pertimbangan dalam dalam pengambilan kebijakan, agar dapat ditentukan sektor basis.

Kabupaten Gunungkidul merupakan salah satu kabupaten di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Kabupaten ini pada tahun 2015 memiliki pertumbuhan ekonomi sebesar 5,82 persen sebagai tingkat pertumbu-

han tertinggi dibanding kabupaten/kota lain di DIY. Hal ini akan lebih jelas ditunjukkan pada Tabel 1. Apabila dilihat secara keseluruhan pertumbuhan ekonomi di kabupaten/kota DIY dari tahun 2015 - 2019 memiliki kecenderungan meningkat, kecuali Kabupaten Gunungkidul yang mengalami penurunan. Bahkan

tahun 2019, pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Gunungkidul menunjukkan angka terendah (5,33 persen) dibanding kabupaten/kota lain di Propinsi DIY. Oleh karena itu, penelitian ini memilih Kabupaten Gunungkidul.

Tabel 1
Pertumbuhan Ekonomi per Kabupaten/Kota di DIY, Tahun 2015-2019

Kabupaten/Kota	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
Bantul	4,97	5,05	5,1	5,47	5,53
Sleman	5,18	5,22	5,34	6,42	6,49
Gunungkidul	5,82	4,88	5,01	5,16	5,33
Kulon Progo	4,62	4,76	5,97	10,84	13,49
Kota	5,09	5,11	5,24	5,49	5,96
DIY	4,95	5,05	5,26	6,2	6,6

Sumber: BPS, 2020

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi sektor-sektor ekonomi yang relatif berpotensi dan berperan menjadi sektor basis untuk menunjang pembangunan di Kabupaten Gunungkidul. Selain itu, menentukan besarnya multiplier dari kegiatan sektor basis terhadap pendapatan daerah di Kabupaten Gunungkidul dan menentukan besarnya kebocoran pendapatan daerah yang terjadi sebagai akibat dari kegiatan basis.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Pendekatan basis ekspor adalah suatu pendekatan yang menekankan peranan ekspor dalam pembangunan daerah, karena ekspor memberi kontribusi langsung berupa peningkatan pendapatan faktor-faktor produksi dan pendapatan daerah dan menciptakan permintaan terhadap produksi industri lokal yaitu industri yang produknya dipakai untuk melayani pasar di daerah (Arsyad, 2002). Williamson (1975) menambahkan akan pentingnya perdagangan ke luar daerah karena permintaan lokal sangat dibatasi oleh jumlah dan tingginya pendapatan masyarakat daerah tersebut. Dengan meningkatkan teknik dan jumlah barang yang

dihasilkan, maka daya saing dan keuntungan langsung dapat diperoleh daerah.

Dalam teori basis ekspor lebih menekankan pada permintaan dari luar daerah. Kegiatan ekspor yang meningkat, akan diikuti oleh peningkatan pendapatan daerah dan nasional, tetapi teori ini gagal menjelaskan mengapa industri berada di tempat pertama. Sedangkan faktor yang lain seperti meningkatnya penawaran tenaga kerja, perbaikan transportasi, penemuan sumber daya baru dan lain-lain sebagai penyebab mendasar ekspansi tersebut terabaikan (Lewis, 1972).

Asumsi teori ini adalah ekspor merupakan satu-satunya unsur eksogen dalam pengeluaran. Artinya, secara tidak langsung hanya ekspor yang dapat meningkatkan pendapatan daerah dan sektor yang lain bersifat terikat atau tergantung peningkatannya dari peningkatan pendapatan daerah. Asumsi kedua adalah fungsi pengeluaran dan fungsi impor bertolak dari titik nol, sehingga tidak akan berpotongan (Matitaputty, 2015).

Pertumbuhan ekonomi merupakan suatu proses perubahan kondisi perekonomian negara menuju keadaan yang lebih baik dan terjadi secara berkesinambungan selama periode tertentu (Putra,

2018). Pertumbuhan ekonomi dapat diartikan juga sebagai proses kenaikan kapasitas produksi suatu perekonomian yang diwujudkan dalam bentuk kenaikan pendapatan nasional. Faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi meliputi: sumber daya manusia, sumber daya alam, ilmu pengetahuan dan teknologi, budaya dan modal.

Location Quotient (LQ) adalah suatu teknik yang umum digunakan untuk menentukan kapasitas ekspor perekonomian daerah dan derajat *self-sufficiency* suatu sektor (Chiang, 2008). LQ juga menunjukkan besarnya konsentrasi industri di daerah studi, dengan besarnya konsentrasi industri di daerah yang menjadi *benchmark* (Nurzaman, 2008). Dasar pemikiran teknik ini adalah sektor basis akan menghasilkan barang dan jasa untuk pasar di daerah maupun di luar daerah. Penjualan keluar daerah akan menghasilkan pendapatan bagi daerah tersebut dan menciptakan kesempatan kerja baru. Peningkatan pendapatan akan meningkatkan permintaan terhadap sektor basis dan non basis. Kenaikan permintaan ini akan meningkatkan investasi pada industri yang bersangkutan, sehingga investasi modal dalam sektor non basis merupakan investasi yang didorong sebagai akibat dari kenaikan industri basis.

Dengan diketahui suatu sektor termasuk basis atau non basis, maka dapat diketahui juga efek penggandanya. Angka pengganda adalah angka yang menunjukkan banyaknya tenaga kerja atau produk domestik regional bruto yang terbentuk karena kegiatan ekonomi di sektor basis. Lewis (1976) mengatakan bahwa dengan berkembangnya sektor basis, maka akan memberikan efek pengganda pada pendapatan dan kesempatan kerja di daerah tersebut.

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Gunungkidul dengan kurun waktu tahun 2013-2019. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang berasal dari Badan Pusat Statistik (BPS), berupa data Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) DIY dan Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia atas dasar harga konstan 2010 dari tahun 2013-2019. Dalam menganalisis sektor basis digunakan metode LQ (*Location Quotient*):

$$\frac{(E_{ij}/E_j)}{(E_{in}/E_n)} = LQ$$

Keterangan:

LQ = Koefisien *Location Quotient*

E_{ij} = Variabel regional disektor i di wilayah j

E_j = Variabel regional di wilayah j

E_{in} = Variabel regional di sektor i di wilayah nasional

E_n = Variabel regional di perekonomian nasional

Apabila LQ=1, berarti semua permintaan akan output dipenuhi oleh sektor tersebut di daerah. Apabila LQ>1, berarti sektor i mampu melakukan ekspor sehingga disebut sektor basis. Apabila LQ<1, berarti daerah tersebut kekurangan produk yang dihasilkan oleh sektor i dan harus mendatangkan atau mengimpor produk itu apabila pola konsumsi di daerah itu ingin dipertahankan, maka sektor ini disebut sektor non basis (Soepono, 2001). Untuk menghitung nilai multiplier digunakan *multiplier export base*, dengan rumus:

$$\frac{1}{(1-a)} = K \text{ (Soepono, 2001)}$$

Keterangan:

a = S/T= Nilai perbandingan antara kegiatan sektor non basis (S) dengan ekonomi total (T) dan K = Multiplier.

Untuk menentukan besarnya kebocoran pendapatan daerah yang terjadi sebagai akibat dari sektor basis, digunakan rumus: (Arsyad, 2002)

$$L = 100 - ((1 - LQ/100) \times 100)$$

Keterangan:

L = Besarnya kebocoran; LQ = Koefisien *Location Quotient* (LQ) dan 100 = konstanta

HASIL PENELITIAN

Untuk mengidentifikasi sektor-sektor ekonomi yang relative berpotensi dan berperan menjadi sektor basis untuk menunjang pembangunan di Kabupaten Gunungkidul, maka dilakukan dengan menghitung nilai LQ. Berdasar hasil perhitungan LQ di Kabupaten Gunungkidul untuk periode tahun 2013 - 2019 terdapat 10 sektor yang termasuk sektor basis karena kesepuluh sektor tersebut memiliki nilai LQ > 1, sedang yang non basis ada 7 sektor dengan nilai LQ < 1. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2
Nilai Location Quotient (LQ) di Kabupaten Gunungkidul, Tahun 2013-2019

Sektor	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	RERATA
A. Pertanian, Kehutanan dan Perikanan	1.86	1.78	1.76	1.74	1.71	1,68	1,64	1,74
B. Pertambangan dan Penggalian	0.16	0.16	0.17	0.17	0.17	0,18	0,18	0,17
C. Industri Pengolahan	0.44	0.44	0.43	0.44	0.45	0,45	0,46	0,44
D. Pengadaan Listrik dan Gas	0.09	0.09	0.09	0.10	0.11	0,1	0,1	0,1
E. Pengadaan air, pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	2.06	2.04	1.96	1.93	1.92	1,9	1,97	1,97
F. Konstruksi	0.98	0.97	0.95	0.95	0.96	0,98	0,99	0,97
G. Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	0.65	0.66	0.69	0.71	0.73	0,73	0,73	0,7
H. Transportasi dan Pergudangan	1.44	1.38	1.35	1.30	1.24	1,21	1,2	1,3
I. Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	1.81	1.86	1.90	1.91	1.91	1,92	1,95	1,9
J. Informasi dan Komunikasi	2.04	2.02	1.93	1.96	2.44	1,89	1,87	2,02
K. Jasa Keuangan dan Asuransi	0.52	0.56	0.56	0.54	0.51	0,53	0,54	0,54
L. Real Estate	1.12	1.15	1.19	1.21	1.23	1,3	1,28	1,21
M, N. Jasa Perusahaan	0.32	0.31	0.31	0.30	0.30	0,29	0,28	0,3
O. Administrasi Pemerintahan, Pertahanan, dan Jaminan Sosial Wajib	2.46	2.55	2.57	2.62	2.69	2,62	2,45	2,22
P. Jasa Pendidikan	2.05	2.11	2.12	2.11	2.17	2,16	2,16	2,13
Q. Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	1.97	1.97	1.98	1.97	1.96	1,93	1,88	1,95

Sumber: Data diolah

Tabel 3 menunjukkan hasil penghitungan multiplier, perubahan kegiatan sektor basis dan non basis. Kabupaten Gunungkidul untuk periode tahun 2013 – 2019 memiliki rata-rata multiplier sebesar 1,49. Multiplier tertinggi dicapai pada tahun 2016 dan 2018 yaitu sebesar 1,52. Sedangkan tahun 2013, 2014 dan 2015 memiliki nilai multiplier masing-masing sebesar 1,47. Hasil perhitungan kebocoran pendapatan daerah di kabupaten Gunungkidul dapat dilihat pada Tabel 4. Secara keseluruhan kebocoran pendapatan daerah di Kabupaten Gunungkidul untuk periode tahun 2013-2019 rata-rata sebesar 1,90 persen. Sektor administrasi

pemerintahan, pertahanan dan jaminan sosial wajib memiliki nilai kebocoran pendapatan yang paling tinggi dengan rata-rata sebesar 2,57 persen. Sedangkan rata-rata nilai kebocoran pendapatan yang terendah yaitu sektor *real estate* sebesar 1,21 persen.

Secara rata-rata besarnya persentase pendapatan yang tetap berada di Kabupaten Gunungkidul pada tahun 2013 dan 2014 sebesar 98,09 persen. Pada tahun 2015 dan 2016 pendapatan yang tetap berada di Kabupaten Gunungkidul naik menjadi sebesar 98,10 persen dan tahun 2019 menurun menjadi 97,81 persen. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 3
Besarnya Multiplier, Perubahan Kegiatan Sektor Basis, dan Perubahan Sektor Non Basis Kabupaten Gunungkidul, Tahun 2013-2019

Tahun	Multiplier	Perubahan Sektor Basis	Perubahan Sektor Non Basis
2013	1,47	1	0,47
2014	1,47	1	0,47
2015	1,47	1	0,47
2016	1,52	1	0,52
2017	1,49	1	0,49
2018	1,52	1	0,52
2019	1,49	1	0,49
Rerata	1,49	1	0,49

Sumber: Data diolah, 2020

Tabel 4
Persentase Kebocoran Pendapatan di Kabupaten Gunungkidul, Tahun 2013 – 2019

No	Sektor	Tahun							Rerata
		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	
1	Pertanian, kehutanan dan perikanan	1,86	1,78	1,76	1,74	1,71	1,68	1,64	1,74
2	Pengadaan air, pengelolaan sampah, limbah dan daur ulang	2,06	2,04	1,96	1,93	1,92	1,9	1,97	1,97
3	Transportasi dan pergudangan	1,44	1,36	1,35	1,3	1,24	1,21	1,2	1,3
4	Penyediaan akomodasi dan makan minum	1,81	1,86	1,9	1,91	1,91	1,92	1,95	1,89
5	Informasi dan komunikasi	2,04	2,02	1,93	1,96	2,44	1,89	1,87	2,02
6	Real Estate	1,12	1,15	1,19	1,21	1,23	1,3	1,28	1,21
7	Administrasi pemerintahan, pertahanan dan jaminan sosial wajib	2,46	2,55	2,57	2,62	2,69	2,62	2,45	2,57
8	Jasa Pendidikan	2,05	2,11	2,12	2,11	2,17	2,16	2,16	2,13
9	Jasa Kesehatan dan kegiatan sosial	1,97	1,97	1,98	1,97	1,96	1,93	1,88	1,95
10	Jasa Lainnya	2,26	2,22	2,23	2,22	2,18	2,13	2,06	2,19
	Rerata	1,91	1,91	1,9	1,9	1,95	1,87	1,85	1,9

Sumber: Data diolah, 2020

Tabel 5
Persentase Pendapatan yang Tetap Berada di Kabupaten Gunungkidul,
Tahun 2013-2019

No	Sektor	Tahun						
		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
1	Pertanian, kehutanan dan perikanan	98,14	98,22	98,24	98,26	98,29	98,32	98,36
2	Pengadaan air, pengelolaan sampah, limbah dan daur ulang	97,94	97,96	98,04	98,07	98,08	98,1	98,03
3	Transportasi dan pergudangan	98,56	98,62	98,65	98,7	98,76	98,79	98,8
4	Penyediaan akomodasi dan makan minum	98,19	96,14	98,1	96,09	96,09	98,08	98,05
5	Informasi dan komunikasi	97,96	97,98	98,07	98,04	97,56	98,11	98,13
6	<i>Real Estate</i>	98,88	98,85	98,81	98,79	98,77	98,7	98,72
7	Administrasi pemerintahan, pertahanan dan jaminan sosial wajib	97,54	97,45	97,43	97,38	97,31	97,38	97,55
8	Jasa Pendidikan	97,95	97,89	97,88	97,89	97,83	97,84	97,84
9	Jasa Kesehatan dan kegiatan sosial	98,03	96,03	98,02	98,03	98,04	98,07	98,12
10	Jasa Lainnya	97,64	97,78	97,77	97,78	98,82	97,87	97,94
	Rerata	98,09	98,09	98,1	98,1	98,05	98,13	97,81

Sumber: Data diolah, 2020

PEMBAHASAN

Kabupaten Gunungkidul memiliki sektor basis yang cukup banyak karena dari 17 sektor terdapat 10 sektor yang dikategorikan sektor basis. Adapun kesepuluh sektor tersebut meliputi sektor pertanian, kehutanan dan perikanan; sektor pengadaan air, pengelolaan sampah, limbah dan daur ulang; sektor transportasi dan pergudangan; sektor penyediaan akomodasi dan makan minum; sektor informasi dan komunikasi; sektor real estate; sektor administrasi, pemerintahan, pertahanan dan jaminan sosial wajib; sektor jasa Pendidikan; sektor jasa kesehatan dan kegiatan sosial; dan sektor jasa lainnya. Berdasar kesepuluh sektor tersebut yang memiliki nilai LQ tertinggi adalah sektor administrasi pemerintahan, pertahanan dan jaminan sosial wajib dengan nilai LQ sebesar 2,22. Berarti sektor administrasi pemerintahan, pertahanan, dan jaminan sosial wajib memiliki peran yang paling besar dalam memberikan kontribusi terhadap perekonomian di Kabupaten Gunungkidul. Kemudian diikuti oleh sektor jasa lainnya yang memiliki nilai LQ sebesar 2,19 dan

sektor Pendidikan sebesar 2,13. Sektor-sektor yang dikategorikan sebagai sektor basis, pertumbuhannya dapat menimbulkan atau menentukan pembangunan secara menyeluruh di wilayah tersebut. Sedangkan aktivitas dari sektor non basis merupakan konsekuensi pembangunan yang ditimbulkannya.

Multiplier adalah sebuah ratio yang jumlahnya tidak tentu, dan multiplier mengacu pada sebuah pekerjaan atau pendapatan yang didukung oleh kegiatan sektor basis. Salah satu manfaat menghitung multiplier adalah untuk menganalisis perubahan sektor basis, sektor non basis dan perubahan terhadap sektor ekonomi secara total. Pada Tabel 3 menunjukkan besarnya multiplier di Kabupaten Gunungkidul untuk periode 2013 – 2019 dengan rata-rata multiplier sebesar 1,49. Artinya bahwa perubahan atau peningkatan kegiatan ekonomi di sektor basis sebesar satu (1) persen akan menyebabkan perubahan atau peningkatan kegiatan ekonomi di sektor non basis sebesar 0,49 persen. Pada tahun 2016 dan 2018 memiliki nilai multiplier sebesar 1,52. Ini berarti apabila sektor basis mengalami perubahan atau peningkatan sebesar 1 persen, maka

akan mendorong tumbuhnya sektor ekonomi non basis sebesar 0,52 persen. Selama tujuh tahun periode pengamatan kedua tahun tersebut memiliki multiplier yang paling tinggi dibanding dengan tahun yang lain. Sektor administrasi, pemerintahan, pertahanan dan jaminan sosial wajib yang tetap memberi kontribusi terbesar karena memiliki nilai LQ yang terbesar pula.

Apabila dilihat dari nilai rata-rata tertinggi besarnya kebocoran pendapatan daerah yang terjadi sebagai akibat dari kegiatan basis di Kabupaten Gunungkidul untuk periode 2013 - 2019, maka sektor administrasi pemerintahan, pertahanan dan jaminan sosial wajib memiliki nilai kebocoran yang tertinggi yaitu sebesar 2,57 persen. Artinya bahwa sebesar 97,43 persen pendapatan yang tetap berada di Kabupaten Gunungkidul dan 2,57 persen pendapatan berada di luar Kabupaten Gunungkidul. Sektor ini tingkat kebocorannya cenderung fluktuatif meningkat dari tahun 2013 sampai dengan 2017, tapi pada tahun 2018 dan 2019 mengalami penurunan dari 2,69 tahun 2017 menjadi 2,62 pada tahun 2018 dan turun lagi menjadi 2,45 pada tahun 2019. Persentase tingkat kebocoran pendapatan menunjukkan kemampuan sektor basis dalam memenuhi kebutuhan ekonomi dalam wilayah sendiri maupun di luar wilayah yang dianalisis. Jika nilai kebocoran semakin tinggi, maka kemampuan sektor basis tersebut dalam memenuhi kebutuhan wilayah sendiri maupun di luar wilayah tersebut semakin tinggi pula. Demikian sebaliknya, jika nilai kebocoran semakin rendah, maka kemampuan sektor basis dalam memenuhi kebutuhan wilayah sendiri dan di luar wilayah tersebut akan semakin rendah.

Persentase tingkat kebocoran pendapatan memiliki keterkaitan dengan pendapatan yang tetap berada di wilayah sendiri. Di Kabupaten Gunungkidul pada tahun 2013 persentase tertinggi pendapatan yang tetap berada di Kabupaten Gunungkidul ditempati oleh sektor *real estate*. Tapi pada tahun 2019 sektor transportasi dan pergudangan yang menempati posisi tertinggi yaitu sebesar 98,80 persen. Sektor *real estate* mengalami penurunan dari 98,88 persen pada tahun 2013 menjadi 98,72 persen pada tahun 2019. Dengan turunnya pendapatan yang tetap berada di wilayah sendiri berarti kemampuan meningkatkan pendapatan di luar wilayah semakin tinggi. Artinya, kemampuan ekspornya semakin tinggi. Kemudian sektor transportasi dan pergudangan yaitu sebesar 98,56 persen pada

tahun 2013 dan meningkat pada tahun 2019 yaitu sebesar 98,80 persen. Berarti dengan naiknya pendapatan yang tetap di wilayah sendiri, maka kemampuan sektor tersebut dalam mengekspor ke luar wilayah semakin menurun.

Dengan diperolehnya nilai LQ ini sangat penting dalam menentukan suatu sektor kategori basis atau non basis. Dengan lebih memfokuskan pada sektor basis diharapkan pertumbuhan dan pembangunan suatu wilayah akan meningkat dengan pesat, karena naiknya nilai LQ akan mendorong nilai multiplier juga meningkat. Meningkatnya nilai multiplier berarti bila terjadi perubahan atau peningkatan di sektor tersebut, maka kegiatan ekonomi di sektor non basis akan meningkat pula.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Kabupaten Gunungkidul dalam periode 2013-2019 memiliki sepuluh sektor yang dikategorikan sebagai sektor basis, yaitu sektor pertanian, kehutanan dan perikanan; sektor pengadaan air, pengelolaan sampah, limbah dan daur ulang; sektor transportasi dan pergudangan; sektor penyediaan akomodasi dan makan minum; sektor informasi dan komunikasi; sektor real estate; sektor administrasi, pemerintahan, pertahanan dan jaminan sosial wajib; sektor jasa Pendidikan; sektor jasa kesehatan dan kegiatan sosial; dan sektor jasa lainnya. Secara rata-rata nilai multiplier sebesar 1,49. Berarti perubahan kegiatan ekonomi di sektor basis sebesar satu persen, menyebabkan perubahan kegiatan ekonomi di sektor non basis sebesar 0,49 persen. Rata-rata kebocoran pendapatan daerah yang terjadi sebagai akibat dari kegiatan basis sebesar 1,90 persen. Berarti bahwa 98,10 persen pendapatan yang tetap berada di Kabupaten Gunungkidul dan 1,90 persen pendapatan yang berada di luar Kabupaten Gunungkidul.

Saran

Sektor-sektor yang diklasifikasikan sebagai sektor basis hendaknya dipertahankan dan terus mendapat perhatian dari pemerintah karena sektor ini sangat berperan dalam pertumbuhan ekonomi daerah tersebut. Sektor real estate memiliki nilai persentase kebocoran

pendapatan paling rendah yaitu sebesar 1,21. Sektor ini memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan, karena Kabupaten Gunungkidul terkenal dengan daya tarik wisatanya. Jika sektor ini dikembangkan, akan mendorong pertumbuhan daerah lebih cepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, Lincoln. 2002. *Pengantar Perencanaan Pembangunan Ekonomi Daerah*. Yogyakarta: BPFE.
- BPS. 2020. Laju Pertumbuhan PDRB Seri 2010 Menurut Lapangan Usaha Tahun 2011-2019. <https://bantulkab.bps.go.id/dynamicstable/2020/02/28/120/laju-pertumbuhan-pdrb-seri-2010-menurut-lapangan-usaha-juta-rupiah-tahun-2011-2019.html>. Diakses 30 April 2020.
- BPS. 2020. Laju Pertumbuhan PDRB Kabupaten Kulon Progo Atas Dasar Harga Konstan Menurut Lapangan Usaha 2011-2019. <https://kulonprogokab.bps.go.id/dynamicstable/2018/07/10/187/laju-pertumbuhan-pdrb-kabupaten-kulon-progo-atas-dasar-harga-konstan-menurut-lapangan-usaha-2011-2019.html>. Diakses 30 April 2020.
- BPS. 2020. Laju Pertumbuhan PDRB Kabupaten Gunungkidul Atas Dasar Harga Konstan 2010 Menurut Lapangan Usaha Tahun 2011-2019 (Persen). <https://Gunungkidulkab.bps.go.id/dynamicstable/2020/02/28/47/laju-pertumbuhan-pdrb-kabupaten-Gunungkidul-atas-dasar-harga-konstan-2010-menurut-lapangan-usaha-tahun-2011-2019-persen-.html>. Diakses 30 April 2020.
- BPS. 2020. Laju Pertumbuhan PDRB Kabupaten Sleman Atas Dasar Harga Konstan 2010 Menurut Lapangan Usaha Tahun 2011-2019 (Persen). <https://slemankab.bps.go.id/dynamicstable/2017/07/05/5/laju-pertumbuhan-pdrb-kabupaten-sleman-atas-dasar-harga-konstan-2010-menurut-lapangan-usaha-tahun-2011-2016-persen-.html>. Diakses 30 April 2020.
- BPS. 2020. Laju Pertumbuhan PDRB Kota Yogyakarta Atas Dasar Harga Konstan Menurut Pengeluaran, 2011-2019. <https://jogjakota.bps.go.id/dynamicstable/2020/04/07/64/-seri-2010-laju-pertumbuhan-pdrb-kota-yogyakarta-atas-dasar-harga-konstan-menurut-pengeluaran-2011-2019.html>. Diakses 30 April 2020.
- BPS. 2020. Laju Pertumbuhan Y on Y PDRB D.I. Yogyakarta ADHK Menurut Lapangan Usaha (Persen) 2010-2020. <https://yogyakarta.bps.go.id/dynamicstable/2020/02/06/168/-seri-2010-laju-pertumbuhan-y-on-y-pdrb-d-i-yogyakarta-adhk-menurut-lapangan-usaha-persen-2010-2020.html>. Diakses 30 April 2020.
- Chiang, S. 2008. Location Quotient and Trade. *The Annals of Regional Science*. <https://scihub.wikicn.top/10.1007/s00168-008-0218-y>. Diakses 30 April 2020.
- Lewis, William Cris. 1972. A Critical Examination of The Export-Base Theory of Urban- Regional Growth. *The Annals of Regional Science*. <https://scihub.wikicn.top/https://doi.org/10.1007/BF01283888>. Diakses 15 April 2020.
- Lewis, William Cris. 1976. Export Base Theory And Multiplier Estimation: A Critique. *The Annals of Regional Science*. <https://scihub.wikicn.top/10.1007/bf01303243>. Diakses 15 April 2020.
- Matitaputty, Shandy Jannifer. 2015. Teori Pertumbuhan Basis Ekspor: Penerapannya Untuk Pertumbuhan Regional Di Kabupaten Jepara. <http://jurnal.fe.uad.ac.id/wp-content/uploads/2015-09-feuad-rev-134-146.pdf>. Diakses 14 April 2020.
- Nugrohadhi, I.A. Wirawan, Abrista Devi, dan Aam Slamet Rusydiana. 2015. Analisis Tinjauan Dan Posisi Daya Saing Perikanan Kabupaten Natuna Melalui Pendekatan LQ (Location Quotient),

SSA (Shift Share Analysis) dan RCA (Revealed Comparative Advantage). *Jurnal Administrasi dan Manajemen* <http://ejournal.urindo.ac.id/index.php/administrasimanajemen/article/view/170>. Diakses 15 April 2020.

Nurzaman, Siti Sutriah. 2008. Teori Basis Ekspor Masa Kini di Arab Saudi. *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*. file:///C:/Users/hp/Downloads/4200-14502-1-SM.pdf. Diakses 15 April 2020.

Putra, Windu. 2018. *Perekonomian Indonesia Penerapan Beberapa Teori Ekonomi Pembangunan di Indonesia*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.

Soepono, Prasetyo. 2001. Teori Pertumbuhan Berbasis Ekonomi (Ekspor): Posisi dan Sumbangannya Bagi Perbendaharaan Alat-alat Analisis Regional. *Journal of Indonesian Economy and Business*. <https://jurnal.ugm.ac.id/jieb/article/view/6802>. Diakses 15 April 2020.

Tambunan, Tulus. 2015. *Perekonomian Indonesia Era Orde Lama Hingga Jokowi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Williamson, Robert W. 1975. Predictive Power of The Export Base Theory. <https://scihub.wikicn.top/10.1111/j.1468-2257.1975.tb00774.x>. Diakses 15 April 2020.

PENGARUH DANA DESA DAN BELANJA MODAL TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI KABUPATEN DI PROVINSI SUMATERA, KALIMANTAN, DAN SULAWESI, TAHUN 2015-2018

Titi Liberty Catur Raharja
Rudy Badrudin
E-mail: titiliberty@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine whether there is a positive influence of village funds and capital expenditure on economic growth in districts on the Province of Sumatera, Kalimantan, and Sulawesi. Sources of data used are secondary data in the form of detailed reports of village funds, reports on the realization of the Regional Government Budget (APBD), and data on Gross Domestic Regional Product (GDRP) in districts on the Province of Sumatera, Kalimantan, dan Sulawesi period 2015 until 2018 which has been published by Central Bureau of Statistics in Indonesia. The data analysis technique used is quantitative data analysis. The test is conducted in districts on the Province of Sumatera, Kalimantan, and Sulawesi from 2015 until 2018. From the test result obtained the result that: 1) Village funds has no effect on Economic Growth, 2) Capital expenditure has a negative effect on Economic Growth.

Keywords: village funds, capital expenditures, economic growth

JEL classification: H72, R11

PENDAHULUAN

Pemerintah Indonesia sedang mengupayakan pemer-

ataan pertumbuhan dan pembangunan ekonomi. Terkait dengan upaya tersebut Indonesia memberlakukan kebijakan otonomi daerah yang mana segala bentuk penyelenggaraan pemerintahan daerah harus sesuai dengan asas otonomi dan untuk kepentingan rakyat. Untuk mendukung kebijakan tersebut, pemerintah mengesahkan UU Desa No 6 Tahun 2014.

Desa merupakan tingkatan paling kecil di mana suatu otonomi daerah diterapkan dan desa diartikan sebagai ujung tombak pembangunan regional dan nasional, sehingga untuk mencapai pemerataan pertumbuhan dan pembangunan ekonomi, pembangunan di Indonesia harus dimulai dari wilayah desa. Alasannya karena sebagian masyarakat tinggal di desa dan hampir beberapa masalah mendasar di negara ini ada di desa, seperti kemiskinan, kurangnya pendidikan, kesehatan yang buruk, serta fasilitas sarana prasarana yang tidak memadai. Jika beberapa masalah tersebut bisa teratasi di desa atau bisa dikatakan wilayah desa sudah maju, negara juga akan mengalami hal yang sama. Untuk mengelolanya, desa membutuhkan sumber pendapatan yaitu dana desa.

Dengan diberikannya dana desa diharapkan dapat menunjang pertumbuhan ekonomi karena dana tersebut akan digunakan untuk biaya modal pembangunan bagi pemerintah dengan cara peningkatan layanan publik, mempromosikan desa, mengatasi kesenjangan desa dan memperkuat rakyat sebagai subyek pembangunan. Alokasi dana desa Provinsi Sumatera, Kalimantan, dan Sulawesi dari tahun 2015-2018 cenderung mengalami peningkatan. Hal ini dikha-

watirkan berpotensi terjadinya penyimpangan dalam pengelolaan dana. Salah satu penyebabnya peraturan pemerintah yang dikeluarkan belum secara mendalam disosialisasikan dan tidak adanya pengawasan atas penggunaan dana tersebut.

Selain dana desa, pemerintah juga mempunyai kebijakan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, yaitu dengan cara memberikan alokasi dana dalam rupa belanja modal yang diberikan pada setiap wilayah. Belanja modal dialokasikan untuk kegiatan pembangunan infrastruktur dan sarana prasarana yang diperuntukkan untuk kepentingan umum. Belanja modal tersebut menghasilkan pembangunan fasilitas umum berupa jalan, jembatan, listrik, telekomunikasi, rumah sakit dan gedung sekolah serta berbagai fasilitas umum lainnya yang memberikan nilai dan manfaat bagi masyarakat (Badrudin, 2017). Tetapi pengelolaan belanja modal oleh pemerintah masih kurang produktif dan belum bisa mengimbangi jenis belanja lain. Hal ini dapat menyebabkan kurangnya kualitas layanan publik.

Dana desa dan belanja modal berasal dari sumber pendanaan yang berbeda tetapi keduanya berkemungkinan dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi jika dikelola dengan baik. Oleh karena itu, pemerintah mempunyai tanggungjawab yang besar dalam pengelolaannya agar menunjang pertumbuhan ekonomi. Beberapa penelitian telah dilakukan berkaitan dengan variabel yang peneliti gunakan. Penelitian Prasetyano (2012) membuktikan bahwa alokasi dana desa pada saat era desentralisasi fiskal berdampak terhadap pertumbuhan ekonomi daerah. Nurmainah (2013) menghasilkan kesimpulan bahwa belanja modal berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dana desa terhadap pertumbuhan ekonomi, dan pengaruh belanja modal terhadap pertumbuhan ekonomi kabupaten di Provinsi Sumatera, Kalimantan, dan Sulawesi tahun 2015-2018.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Teori Keagenan

Teori yang menghubungkan antara pihak pertama (*principal*) yang berperan sebagai pemilik dari sumber daya, yang kemudian memercayakan kepemilikan sumber daya yang dimiliki kepada pihak lain (*agent*) untuk mencapai tujuan *principal* disebut Teori Kea-

genan (*Agency Theory*). Menurut Jensen & Meckling (1976) the theory of property rights and the theory of finance to develop a theory of the ownership structure of the firm. We define the concept of agency costs, show its relationship to the 'separation and control' issue, investigate the nature of the agency costs generated by the existence of debt and outside equity, demonstrate who bears these costs and why, and investigate the Pareto optimality of their existence. We also provide a new definition of the firm, and show how our analysis of the factors influencing the creation and issuance of debt and equity claims is a special case of the supply side of the completeness of markets problem. The directors of such [joint-stock] companies, however, being the managers rather of other people's money than of their own, it cannot well be expected, that they should watch over it with the same anxious vigilance with which the partners in a private copartnery frequently watch over their own. Like the stewards of a rich man, they are apt to consider attention to small matters as not for their master's honour, and very easily give themselves a dispensation from having it. Negligence and profusion, therefore, must always prevail, more or less, in the management of the affairs of such a company. Adam Smith, *The Wealth of Nations*, 1776, Cannan Edition. (Modern Library, New York, 1937 munculnya teori keagenan karena adanya kesepakatan bersama antara *agent* dan *principal*.

Interaksi antara *agent* dan *principal* awalnya ketika *agent* memberikan pendapat dan berakhir pada *principal* menerima atau menolak pendapat tersebut. Teori keagenan bermaksud memecahkan konflik antara kedua belah pihak. Permasalahan yang terjadi antara *agent* dan *principal* disebut dengan *agency problems*. Penyebabnya adalah dikarenakan terjadi asimetri informasi. Apabila dikaitkan dengan ini, pengelola dana desa sebagai *agent* dan masyarakat sebagai *principal*. Pengelola dana desa (*agent*) tidak menjalankan sesuai ketentuan yang berujung pada terjadinya penyelewengan dana. Hal ini sering terjadi karena *agent* cenderung mementingkan tujuan pribadi dan kelompoknya serta menghindari risiko daripada memaksimalkan kesejahteraan masyarakat (*principal*).

Teori Desentralisasi Fiskal

Desentralisasi fiskal merupakan runtut dari proses pendistribusian anggaran yang berawal dari tingkatan

pemerintahan yang lebih tinggi kepada pemerintahan yang lebih rendah, dalam tujuan sebagai unsur pendukung fungsi ataupun prosedur yang sudah diberikan pemerintah berkaitan dengan layanan dan pemerintahan yang sesuai dengan kewenangan yang sudah diberikan (Saragih, 2014).

Dalam menyelenggarakan desentralisasi fiskal, asas *money should follow function* harus dicermati, yang diartikan pada saat melakukan penyerahan atas wewenang yang dilakukan oleh pemerintah akan berdampak terhadap anggaran yang diperlukan untuk menjalankan kewenangan yang diberikan. Semakin banyak wewenang dilimpahkan, semakin besar kapasitas dana yang diperlukan. Maka dari itu, prinsip efisiensi merupakan kewajiban dalam penyelenggaraan desentralisasi, sehingga pemerintah harus mampu mewujudkan pemerintahan yang *good governance* yaitu dengan memenuhi prinsip dasar atau asas-asas pengelolaan keuangan daerah, yaitu transparan, efisien, efektif, akuntabilitas, dan partisipatif (Saragih, 2014).

Teori Pembangunan dan Pertumbuhan Ekonomi

Pembangunan ekonomi merupakan terjadinya perubahan di dalam struktur ekonomi masyarakat secara keseluruhan yang terjadi sebagai sebuah proses transformasi, di mana dengan seiringnya waktu ditandai dengan adanya perubahan dasar dalam prosedur kegiatan ekonomi secara operasional dan juga dalam struktural masyarakat, sedangkan pertumbuhan ekonomi adalah runtut peristiwa yang dilakukan dalam usaha untuk meningkatkan produksi barang ataupun jasa dalam ekonomi masyarakat. Pembangunan dan pertumbuhan ekonomi sama-sama dalam bentuk suatu proses dalam kegiatan ekonomi. Bedanya, pembangunan ekonomi melibatkan perubahan struktur ekonomi sedangkan pertumbuhan ekonomi tidak.

Menurut Adam Smith terdapat aspek utama pertumbuhan ekonomi yaitu pertumbuhan penduduk dan *output total*. Item pokok yang disampaikan Smith yaitu suatu hal yang berkaitan dengan ketersediaan faktor produksi khususnya tanah, barang modal, dan yang terakhir adalah sumber daya manusia itu. Teori selanjutnya yaitu Teori David Ricardo yang ditandai dengan: 1) Tanah terbatas jumlahnya sehingga sebagai faktor penyekat dalam proses ekonomi, 2) peningkatan tenaga kerja sesuai dengan tingkat upah, 3) Pembagian keuntungan hanya terjadi pada saat keuntungan yang

didapatkan lebih besar dari keuntungan minimal yang didapat, 4) teknologi selalu berubah dan berkembang, 5) dominannya sektor pertanian.

Selanjutnya, teori Harrod-Domar bertujuan melengkapi beberapa masalah ekonomi yang belum dibahas di teori pengembangannya yaitu menjelaskan proses jangka panjang dan menghubungkan antara tingkat tabungan, tingkat investasi, dan tingkat pertumbuhan ekonomi. Harrod-Domar menganalisa kriteria yang digunakan agar perekonomian bisa berkembang dan tumbuh dalam jangka panjang.

Teori Solow-Swan yang merupakan teori Neo-Klasik mengembangkan teori Harrod-Domar dengan menambahkan faktor yang mendasar berkaitan dengan tujuan mewujudkan pertumbuhan ekonomi. Tingkat pertumbuhan berasal dari penyediaan faktor-faktor produksi yaitu, tenaga kerja, akumulasi modal, dan kemajuan teknologi.

Teori selanjutnya, teori Nicholas Kaldor di mana langkah-langkah dalam penjelasan terkait teori pertumbuhan dan pembangunan ekonomi Kaldor disebut dengan *stylized facts*. Ada dua sisi pendekatan melalui *stylized facts*. Pertama, menghubungkan adanya disparitas antara Neo-Keynes dan Neo-Klasik. Sisi kedua, yaitu berkembangnya pemikiran Kaldor terhadap pertumbuhan ekonomi semakin mengarah menuju pemikiran yang memuat masalah-masalah pembangunan ekonomi.

Dana Desa

Dana desa adalah dana yang bersumber dari anggaran pendapatan dan belanja negara yang diperuntukkan bagi desa yang ditransfer melalui anggaran pendapatan dan belanja daerah kabupaten/kota dan digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintah, pelaksanaan, pembangunan, pembinaan, kemasyarakatan, dan pemberdayaan masyarakat. Keuangan desa dikelola berdasar asas-asas: 1) transparan, prinsip keterbukaan akan informasi, 2) akuntabel, yaitu kewajiban pertanggungjawaban pengelolaan, 3) partisipatif, yaitu mengikutsertakan lembaga desa dan masyarakat, 4) tertib dan disiplin anggaran, yaitu pengelolaan harus mengacu aturan.

Belanja Modal

Belanja modal dialokasikan untuk kegiatan pembangunan infrastruktur dan sarana prasarana yang dipe-

runtukkan untuk kepentingan umum. Belanja modal tersebut menghasilkan pembangunan fasilitas umum berupa jalan, jembatan, listrik, telekomunikasi, rumah sakit dan gedung sekolah serta berbagai fasilitas umum lainnya yang memberikan nilai dan manfaat bagi masyarakat (Badrudin, 2017).

Pertumbuhan Ekonomi

Pertumbuhan ekonomi diartikan sebagai aktivitas ekonomi yang ada di masyarakat terutama dalam kegiatan produksi untuk meningkatkan hasil produksi barang dan jasa agar meningkatnya kemakmuran. Pertumbuhan ekonomi adalah kemampuan menyediakan banyak jenis barang ekonomi yang terus mengalami kenaikan yang dilakukan negara untuk rakyatnya. Kusuma Putra & Nur Pratiwi (2013) mendefinisikan pertumbuhan ekonomi merupakan suatu runtut proses di mana terjadi penambahan *output* perkapita dalam periode waktu tertentu. Badrudin (2017) juga menjelaskan bahwa pertumbuhan ekonomi merupakan proses dalam usaha meningkatkan *output* perkapita dalam jangka panjang.

Pengaruh Dana Desa terhadap Pertumbuhan Ekonomi

Dana desa adalah sumber dana dari pemerintah pusat, yang diserahkan kepada desa guna membangun desa. Semakin besar dana desa diberikan, semakin tinggi pertumbuhan ekonomi. Prasetyanto (2012) Williamson index and econometric model. This study has successfully formulated a model and using panel data method (time series data of 2005-2009 and cross section data of twenty five Province in Indonesia membuktikan bahwa alokasi dana desa dapat meningkatkan kinerja fiskal yang dimiliki daerah juga meningkatkan perekonomian daerah, di samping itu juga dapat menurunkan jumlah dari penduduk kurang mampu. Hal serupa juga dikemukakan oleh Afrilianto (2017) dan Rimawan & Aryani (2019) yang membuktikan adanya pengaruh positif alokasi dana desa pada pertumbuhan ekonomi. Sementara Handayani & Badrudin (2019) membuktikan bahwa alokasi dana desa belum berdampak secara signifikan pada pertumbuhan ekonomi. Mengenai penelitian tersebut dapat dijelaskan jika dana desa dikelola dan dilaksanakan dengan baik dan benar, maka pembangunan desa akan terwujud. Perkembangan ini akan meningkatkan ekonomi di masyarakat.

H₁: Dana desa berpengaruh positif terhadap pertum-

bahan ekonomi kabupaten di Provinsi Sumatera, Kalimantan, dan Sulawesi tahun 2015-2018.

Pengaruh Belanja Modal terhadap Pertumbuhan Ekonomi

Belanja modal digunakan pemerintah sebagai penyediaan infrastruktur dan sarana dan prasarana sebagai salah satu bentuk pembangunan ekonomi. Dengan adanya pembangunan infrastruktur, akan meningkatkan tingkat pertumbuhan ekonomi di desa. Pada saat pemerintah membuat kebijakan untuk menetapkan anggaran belanja modal yang lebih tinggi dibandingkan pengeluaran rutin, langkah tersebut sudah tepat untuk mendorong kenaikan pertumbuhan ekonomi di daerah.

Telah dilakukan beberapa penelitian oleh Waryanto (2017) juga membuktikan hal serupa adanya pengaruh signifikan tersebut dengan variabel sama. Lain hal dengan Arini S (2016) yang membuktikan bahwa hubungan belanja modal dan pertumbuhan ekonomi berpengaruh negatif signifikan. Tetapi menurut Hakim (2013)(2 menyatakan bahwa tidak seluruh belanja modal mempunyai dampak yang positif terhadap pertumbuhan ekonomi.

H₂: Belanja modal berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi kabupaten di Provinsi Sumatera, Kalimantan, dan Sulawesi tahun 2015-2018.

Populasi dalam penelitian ini menggunakan seluruh Kabupaten di Provinsi Sumatera, Kalimantan, dan Sulawesi tahun 2015-2018. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Kriteria yang digunakan yaitu seluruh kabupaten di Sumatera, Kalimantan, Sulawesi yang menyediakan data mengenai dana desa, belanja modal dan pertumbuhan ekonomi pada tahun 2015-2018.

Data yang digunakan peneliti yaitu jenis data deskript meliputi data jumlah belanja modal, data jumlah alokasi dana desa tiap kabupaten, dan data laju pertumbuhan PDRB atas dasar harga konstan Kabupaten di Sumatera, Kalimantan, Sulawesi tahun 2015 sampai dengan 2018. Sumber data menggunakan data sekunder yang peneliti peroleh dan akses melalui *website djpk.Kemenkeu.go.id* untuk dana desa dan belanja modal, serta data pertumbuhan ekonomi melalui situs *bps.go.id*. Variabel independen yang digunakan adalah dana desa dan belanja modal, sedangkan varia-

bel dependennya adalah pertumbuhan ekonomi.
 Pengukuran besarnya dana desa setiap kabupaten/kota dinyatakan dengan nominal mata uang Rupiah (Rp) dengan rumus:

$$\text{Dana Desa} = \text{Alokasi Dasar} + \text{Alokasi Afirmasi} + \text{Alokasi Formula}$$

Besarnya belanja modal dinyatakan dengan nominal mata uang Rupiah (Rp) dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Belanja Modal} = \text{Belanja Tanah} + \text{Belanja Peralatan dan Mesin} + \text{Belanja Gedung dan Bangunan} + \text{Belanja Jalan, Irigasi, dan Jaringan} + \text{Belanja Aset Tetap Lainnya}$$

Laju pertumbuhan ekonomi dinyatakan dalam bentuk persen (%) dengan perhitungan:

$$\text{Pertumbuhan Ekonomi} = \frac{PDRB_t - PDRB_{t-1}}{PDRB_{t-1}} \times 100\%$$

keterangan:
 $PDRB_t$: PDRB tahun terkait
 $PDRB_{t-1}$: PDRB tahun sebelum tahun terkait

HASIL PENELITIAN

Data yang digunakan berjumlah 948. Variabel dana desa (DD) kabupaten di Provinsi Sumatera, Kalimantan, Sulawesi memiliki nilai minimum sebesar Rp8.728.910.000 yang dimiliki oleh Kabupaten Pasaman Barat tahun 2015 dan nilai maksimum sebesar Rp635.314.441.000 yang dimiliki oleh Kabupaten Aceh Utara tahun 2017 dengan nilai rata-rata sebesar Rp96.886.912.844 dan standar deviasi sebesar Rp74.694.662.299. Variabel belanja modal (BM) kabupaten di Provinsi Sumatera, Kalimantan, Sulawesi menghasilkan nilai minimum sebesar Rp35.427.070.357 yang dimiliki oleh Kabupaten Buton Selatan tahun 2015 dan nilai maksimum sebesar Rp2.820.501.942.494 yang dimiliki oleh Kabupaten Kutai Kartanegara tahun 2015 dengan nilai rata-rata sebesar Rp281.818.795.437 dan standar deviasi sebesar Rp162.072.078.111.

Tabel 1
Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Rata – Rata	Standar Deviasi
DD	948	8,728,910,000	635,314,441,000	96,886,912,844	74,694,662,299
BM	948	35,427,070,357	2,820,501,942,494	281,818,795,437	162,072,078,111
PE	948	-11.69	67.82	5.2804	3.17509

Nilai minimum pada variabel pertumbuhan ekonomi (PE) kabupaten di Provinsi Sumatera, Kalimantan, dan Sulawesi yaitu sebesar -11,69% yang dimiliki oleh Kabupaten Aceh Utara tahun 2015. Lalu untuk nilai maksimum diangka 67,82% yang dimiliki oleh Kabupaten Morowali tahun 2015 dengan nilai rata-rata sebesar 5,2804% serta standar deviasi sebesar 3,17509%.

Tabel 2
Uji Normalitas

Signifikansi	Keterangan
0,753	Berdistribusi normal

Diketahui nilai signifikansi sebesar 0,753 > 0,05, artinya data berdistribusi normal. Sehingga data penelitian memenuhi syarat uji normalitas.

Seluruh variabel memiliki nilai *tolerance* yang sama yaitu sebesar 0,988 dan nilai yang sama pula untuk VIF sebesar 1,012. Karena hasil uji menunjukkan nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10, dapat ditarik kesimpulan bahwa antar variabel independen bebas multikolinearitas.

Nilai signifikansi variabel dana desa (DD) dan belanja modal (BM) masing-masing memperoleh nilai sebesar 1,000. Kedua hasil nilai signifikansi pada seluruh variabel independen tersebut melebihi 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terdapat atau bebas dari heteroskedastisitas.

Tabel 3
Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
DD	0,988	1,012	Bebas Multikolinieritas
BM	0,988	1,012	Bebas Multikolinieritas

Tabel 4
Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
DD	1,000	Bebas heteroskedastisitas
BM	1,000	Bebas heteroskedastisitas

Tabel 5
Uji Autokorelasi

N	DW	dL	dU	4-dL	4-dU
948	1,907	1,89127	1,89548	2,10873	2,10452
Hasil	Bebas Autokorelasi				

Hasil uji autokorelasi menunjukkan nilai *Durbin Watson* (dw) sebesar 1,907 dengan jumlah variabel independen (k) = 2 dan sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak = 948 dengan demikian diperoleh nilai $dL = 1,89127$, nilai $dU = 1,89548$, nilai $4-dL = 2,10873$, dan nilai $4-dU = 2,10452$ yang berarti nilai $dU < dW < 4-dU$ atau $1,89127 < 1,907 < 2,10452$, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan tidak terdapat masalah autokorelasi.

Tabel 6
Regresi Berganda

Variabel	Coefficient	Standard Error
<i>Intercept</i>	3,227336	0,459486
DD	0,017270	0,021993
BM	-0,238571	0,038527

Persamaan regresi berganda berdasar Tabel 6 dirumuskan sebagai berikut:

$$PE = 3,227336 + 0,017270DD - 0,238571BM + \epsilon$$

Nilai *intercept* pada tabel memiliki arti yaitu jika variabel independen baik dana desa (DD) maupun belanja modal (BM) bernilai 0 dengan kata lain tidak

terdapat peningkatan maupun penurunan, maka pertumbuhan ekonomi (PE) bernilai 3,227336. Nilai *coefficient* pada dana desa (DD) bernilai 0,017270 bertanda positif menjelaskan bahwa apabila dana desa (DD) terjadi peningkatan sebesar 1%, maka diikuti peningkatan pertumbuhan ekonomi (PE) sebesar 0,017270, sedangkan nilai *coefficient* pada belanja modal (BM) bernilai -0,238571 bertanda negatif menjelaskan bahwa apabila belanja modal (BM) terjadi peningkatan sebesar 1%, maka diikuti penurunan pertumbuhan ekonomi (PE) sebesar 0,238571.

Tabel 7
Uji Koefisien Determinasi

<i>R Square</i>	0,05097
-----------------	---------

Koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai R^2 sebesar 0,05097. Dengan demikian, pengaruh dari variabel independen (DD dan BM) terhadap dependennya (PE) sebesar 5,097% di mana sisanya 94,903% dipengaruhi variabel lain selain variabel yang digunakan.

Tabel 8
Hasil Uji Parsial (Uji T)

No	Hipotesis	Koef. Regresi	t hitung	Prob. Sig.	Prediksi	Temuan
1	Dana desa berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi kabupaten di Provinsi Sumatera, Kalimantan, Sulawesi tahun 2015-2018	0,017270	0,785	0,433	Positif	Tidak Terdukung
2	Belanja modal berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi kabupaten di Provinsi Sumatera, Kalimantan, Sulawesi tahun 2015-2018	-0,238571	-6,193	0,000	Positif	Tidak Terdukung

Hipotesis satu yang dikemukakan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa dana desa berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi. Pengujian hipotesis satu memperoleh hasil bahwa dana desa (DD) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,017270 bertanda positif dan nilai t hitung sebesar 0,785 tidak melebihi nilai t tabel yaitu 1,645 serta nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,433 melebihi 0,05, maka hipotesis satu ditolak, artinya dana desa tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi.

Selanjutnya, hipotesis dua yang dikemukakan penelitian ini bahwa belanja modal berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi. Pengujian hipotesis dua memperoleh hasil bahwa belanja modal (BM) memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0,238571 bertanda negatif, nilai t hitung sebesar -6,193 tidak melebihi nilai t tabel yaitu 1,645 serta nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000 tidak melebihi 0,05. Berdasar hasil yang diperoleh, maka hipotesis dua ditolak, artinya belanja modal berpengaruh negatif terhadap pertumbuhan ekonomi.

PEMBAHASAN

Pengaruh Dana Desa terhadap Pertumbuhan Ekonomi

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh peneliti menunjukkan bahwa dana desa tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi kabupaten di Provinsi Sumatera, Kalimantan, dan Sulawesi tahun 2015-2018. Hasil tersebut didukung melalui pengujian hipotesis di mana nilai koefisien regresi sebesar 0,017270 bertanda

positif dan nilai t hitung sebesar 0,785 tidak melebihi nilai t tabel yaitu 1,645 serta nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,433 melebihi 0,05, maka hipotesis satu ditolak. Dapat dikatakan bahwa pengadaan dana desa yang dilakukan oleh pemerintah daerah belum secara maksimal untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Hal ini bisa terjadi karena adanya potensi terjadinya penyimpangan berupa penyelewengan atau korupsi dana.

Hasil ini didukung oleh penelitian Handayani & Badrudin (2019), namun tidak sependapat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rimawan & Aryani (2019), Atmojo *et al.*, (2017), Afrilianto (2017) yang berkesimpulan bahwa alokasi dana desa berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi.

Pengaruh Belanja Modal terhadap Pertumbuhan Ekonomi

Penelitian yang telah dilakukan penulis memperoleh hasil bahwa belanja modal berpengaruh negatif terhadap belanja modal kabupaten di Provinsi Sumatera, Kalimantan, dan Sulawesi tahun 2015-2018. Hal tersebut dapat dilihat pada pengujian hipotesis di mana nilai koefisien regresi sebesar -0,238571 bertanda negatif, nilai t hitung sebesar -6,193 tidak melebihi nilai t tabel yaitu 1,645 serta nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000 tidak melebihi 0,05, maka hipotesis dua ditolak. Berdasar hal tersebut, dapat dikatakan bahwa belanja modal yang dilakukan pemerintah daerah kurang produktif, atau bisa juga dikarenakan hasil alokasi belum terealisasi dalam jangka waktu pendek atau pembangunan infrastruktur masih tahap proses

sehingga belum memperoleh hasil terhadap belanja modal tersebut.

Hasil tersebut didukung dengan penelitian yang sudah dilakukan (Arini S, 2016), namun hasil penelitian ini tidak sependapat dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh Nurmainah (2013) labor absorption and the Human Development Index on economic growth and poverty in 35 districts / cities in Central Java Province. This study uses secondary data. There are variable capital expenditures of local governments, labor absorption and the Human Development Index as an exogenous variable, while economic growth and poverty level as an endogenous variable. This study uses panel data which combines time series data and cross section. These data were analyzed using Structural Equation Modeling with AMOS 20 program. The results showed that the four proposed hypothesis are accepted and the hypothesis is rejected. Hypothesis 1 suggests that the local government capital expenditure significantly positive effect on economic growth. Hypothesis 2 suggests that the labor absorption significantly positive effect on economic growth. Hypothesis 3 suggests that the Human Development Index significantly positive effect on economic growth. Hypothesis 4 suggests that economic growth no significant effect on poverty. Hypothesis 5 suggests that the Human Development Index is significantly negative effect on poverty. Keywords: Capital expenditures of local governments, labor absorption, Human Development Index, economic growth, poverty, structural equation model (SEM, Astria (2014) dan Waryanto (2017) the difficulty of achieving national economic growth target, and the low ratio of capital expenditure to Gross Domestic Product (GDP yang menyatakan adanya pengaruh positif dari belanja modal terhadap pertumbuhan ekonomi. Serta pada penelitian Hakim (2013) (2) menyatakan bahwa belanja modal mempunyai pengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi kecuali pada variabel belanja modal gedung dan bangunan, belanja modal tanah, irigasi, dan jaringan tidak memiliki dampak pada pertumbuhan ekonomi karena belanja tersebut memerlukan pembangunan sehingga harus menunggu sampai aset tersebut selesai dan dapat digunakan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Dana desa tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi kabupaten di Provinsi Sumatera, Kalimantan, dan Sulawesi tahun 2015-2018. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa pengadaan dana desa yang dilakukan oleh pemerintah daerah belum secara maksimal untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Hal ini bisa terjadi karena adanya potensi terjadinya penyimpangan berupa penyelewengan atau korupsi dana. Belanja modal berpengaruh negatif terhadap pertumbuhan ekonomi kabupaten di Provinsi Sumatera, Kalimantan, dan Sulawesi tahun 2015-2018. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa pengeluaran belanja modal yang dilakukan pemerintah daerah belum mampu memicu peningkatan pertumbuhan ekonomi. Hal ini disebabkan karena kurang produktifnya dalam pengelolaan dana belanja modal atau bisa juga karena hasil alokasi belum terealisasi dalam jangka waktu pendek atau pembangunan infrastruktur masih tahap proses sehingga belum memperoleh hasil terhadap belanja modal tersebut.

Saran

Pemerintah daerah kabupaten di Provinsi Sumatera, Kalimantan, dan Sulawesi diharapkan dapat mengelola dana desa dan belanja modal dengan baik dan memberikan pengawasan atas penggunaannya agar tidak ada pihak yang dirugikan. Semakin baik pengelolaan dan pengawasan tersebut maka dapat mendorong pertumbuhan ekonomi wilayah tersebut. Peneliti selanjutnya sebaiknya menambah variabel yang digunakan seperti *social welfare* dengan menggunakan Indeks Gini tiap kabupaten untuk menggambarkan bahwa dana desa telah dialokasikan secara efektif dan mengetahui ada tidaknya ketimpangan. Investasi swasta juga bisa ditambahkan guna memperdalam kajian analisis. Hal ini berdasar pada belanja modal kabupaten di Provinsi Sumatera, Kalimantan, dan Sulawesi yang berpengaruh negatif terhadap pertumbuhan ekonomi. Hal ini disebabkan karena tidak produktifnya belanja modal serta hasilnya belum bisa dirasakan dalam jangka waktu pendek. Dalam pengambilan data disarankan untuk memastikan kelengkapan data. Agar dapat memperoleh hasil yang lebih akurat, bervariasi, dan lebih baik dari

penelitian sebelumnya, maka dapat disarankan untuk memanjangkan waktu pengamatan dalam penelitian. Kemudian peneliti diharapkan untuk memperluas ruang lingkup agar mencerminkan seluruh kabupaten yang ada di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrilianto, A. G. 2017. *Analisis Dampak Alokasi Dana Desa Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Bogor*.
- Arini S, P. R. 2016. *Pengaruh Belanja Modal Terhadap Pertumbuhan Ekonomi dan Kesejahteraan Masyarakat di Pulau Kalimantan*. 2(2). <https://doi.org/10.26486/jramb.v2i2.284>
- Astria, S. 2014. Analisis Pengaruh Dana Alokasi Umum Dan Belanja Modal terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Sumatera Selatan. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 12(1). <https://doi.org/10.29259/jep.v12i1.4867>
- Atmojo, M. E., Fridayani, H. D., Kasiwi, A. N., & Pratama, M. A. 2017. Efektivitas Dana Desa Untuk Pengembangan Potensi EKonomi Berbasis Partisipasi Masyarakat di Desa Bangunjiwo. *ARIST Sosial Politik Humaniora*, 5(1).
- Badrudin, R. 2017. *Ekonomika Otonomi Daerah* (2 ed). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Hakim, L. 2013. Pengaruh Belanja Modal Terhadap Pertumbuhan Ekonomi (Studi Kasus Kabupaten dan Kota di Pulau Jawa dan Bali). *Jesp*.
- Handayani, A. P., & Badrudin, R. 2019. Evaluation of Village Fund Allocation on Indonesia. *Journal of Accounting and Investment*, 20(3). <https://doi.org/10.18196/jai.2003129>
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. 1976. Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
- Kusuma Putra, C., & Nur Pratiwi, R. 2013. Pengelolaan Alokasi Dana Desa Dalam Pemberdayaan Masyarakat Desa (Studi pada Desa Wonorejo Kecamatan Singosari Kabupaten Malang). *Jurnal Administrasi Publik*.
- Mudhofar, K., & Tahar, A. 2016. Pengaruh Desentralisasi Fiskal dan Kinerja Terhadap Akuntabilitas Pelaporan Keuangan Pemerintah Daerah di Indonesia: Efek Moderasi dari Kinerja. *Jurnal Akuntansi Dan Investasi*. <https://doi.org/10.18196/jai.2016.0053.176-185>
- Nurmainah, S. 2013. Analisis Pengaruh Belanja Modal Pemerintah Daerah, Tenaga Kerja Terserap Dan Indeks Pembangunan Manusia Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Dan Kemiskinan (Studi kasus 35 kabupaten / kota di Provinsi Jawa Tengah). *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 20(2).
- Prasetyanto, E. 2012. *Dampak Alokasi Alokasi Dana Desa Pada Era Desentralisasi Fiskal Terhadap Perekonomian Daerah Di Indonesia*. 1–207.
- Rimawan, M., & Aryani, F. 2019. Pengaruh Alokasi Dana Desa terhadap Pertumbuhan Ekonomi, Indeks Pembangunan Manusia serta Kemiskinan di Kabupaten Bima. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 9(3).
- Saragih, J. P. 2014. *Politik Desentralisasi Fiskal Permasalahan Dalam Implementasi*. 5(2).
- Waryanto, P. 2017. Pengaruh Belanja Modal Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Indonesian Treasury Review: Jurnal Perbendaharaan, Keuangan Negara Dan Kebijakan Publik*. <https://doi.org/10.33105/itrev.v2i1.13>

PROMOTION STRATEGY TOWARD PANTAI LAKEY'S DEVELOPMENT AS AN ENGLISH-BASED TOURISM DESTINATION

*Ita Purnama
Fenny Aryani*

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, Indonesia
E-mail: ita123purnama@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the significant effect of promotion strategies on the development of Lakey beach as an English-based tourism destination. Lakey Beach is famous for its beautiful beaches and its waves are hampered by its development due to several factors including promotional activities that are rarely carried out by the relevant government, facilities and accommodations that are still incomplete and English language skills and proficiency at Lakey Beach are still lacking. English language skills for guides or people who are on the beach are very influential on the satisfaction of tourists, especially foreign tourists when visiting. The research method used was associative research where the research location was located on Lakey Beach, Hu'u Domp. Population in this study were all local and foreign tourists who had visited Lakey Beach with total sample of 96 people. Variable Measurement The research in this study uses a score that refers to the use of the Likert scale with the data analysis technique used, namely simple linear regression analysis using the equation. The results of the study show that the Promotion Strategy has a significant influence on Tourism Development Based on English.

Keywords: promotion strategy, tourism development

JEL Classification: M31

INTRODUCTION

Indonesia is one of the largest archipelago countries in the world with five large islands owned and small islands spread from Sabang to Merauke. The difference in geographical conditions and the typology of society makes Indonesia have many cultures, customs and traditions that are summarized into a diverse ethnic group. Indonesia's diversity is not only attractive to local tourists, but also a strong attraction for foreign tourists. The development of tourism in Indonesia is inseparable from the globalization and development of tourism in the world.

In an effort to attract tourists to come to a tourist attraction in a place region certainly need a good promotion strategy. Promotion consists of all activities that try to stimulate the action of purchasing a product that fast or in a short time (Shimp, 2003: 6). Meanwhile promotion is an important tool in global marketing must be designed to foster development and provide information accurate and timely, especially in crisis situations, (Keegan, 2012: 2). Promotions designed bad news can cause unwanted publicity and loss customer. Tourism development is can support economic growth can be done by paying attention several things, one of which is promotion. He also revealed that promotional activities carried out must be diverse, promotional activities also need done by establishing a reliable information system and building good cooperation with other tourism information centers (Soebagyo,

2012: 156).

Promotion in marketing tourism products play a role as supporting transactions with inform, persuade, remind, and differentiate the product tourism promoted with other tourism products (Suryadana and Octavia, 2015: 157). Promotion in tourism is current one-way information created to direct prospective tourists or tourism business institutions to actions that are able to create exchanges (buying and selling) in marketing tourism products. If both can run well then the development of tourism will be realized and provide good influence for tourism in attracting tourists, increasing visits, and accelerate tourism growth.

Management of a tourist destination based on English in the last period has become a compulsory job for tourism developers in the archipelago to improve services and comfort for visitors, especially foreign tourists because with the mastery of English, tourism developers, business people, tour guides as well as people who are in the tourist location can direct and accompany foreign tourists so that communication is established between the two parties who have different language backgrounds. Lakey beach is one of the famous surfing tourist destinations to foreign countries so that a lot of foreign tourists who come to visit Lakey Beach. It Counted about 300 tourists who visit Lakey Beach from April to May 2018 to enjoy the waves of Lakey Beach. There are four types of waves owned by Lakey Beach, namely Lakey Peak, Cobble Stones, Lakey Pipe and Priscop. But there are some obstacles that hinder the development of Lakey Beach so that it is known by the wider community, especially foreign tourists, namely the lack of promotion by Lakey beach tourism developers (travellersindo.blogspot.com).

One of the factors that hinder the development of tourism in Lakey Beach is the promotion pattern and tourism information management system that is not good so that sometimes the tourism object and supporting service industries become unknown, especially able to attract tourists to travel. Limited information about tourist destinations, interesting tourist attractions, creative economic products such as handicrafts, culinary, local culture and traditions, tourism facilities and infrastructure available, and transportation to reach a tourist area also makes an area of tourism not developing well. Even this happened at Lakey Beach where one of the limitations is the ability of human resources

around the Lakey Beach area to promote Lakey Beach as an English-based tourist destination which is not very supportive for the development of Lakey beach tourism potential in the international arena.

Based on the description above, the problem to be raised in this study is whether the promotion strategy has a positive and significant effect on the development of Lakey Beach as an English-based tourist destination so that tourist developers have alternative solutions to develop tourism potential in the international sphere. The purpose of this study is to investigate and analyze the significant influence of promotion strategies on the development of Lakey beach as an English-based tourist destination and provide thought input to the tourism community, the people of Lakey Beach and the local Government to implement the right promotional strategy.

LITERATURE REVIEW

Promotion Strategy

Promotion is one of the determining factors for the success of a marketing program. However the quality of a product, if consumers have never heard of it and are not sure that the product will be useful for them, then they will never buy it. Promotion is a form of marketing communication. Marketing communication is a marketing activity that seeks to disseminate information, influence / persuade, and remind the target market of the company and its products to be willing to accept, buy, and be loyal to the products offered by the company concerned (Tjiptono, 2008: 219). "Promotion is one variable in the marketing mix, which is very important for companies to market service products. Promotional activities not only function as a communication tool between companies with consumers, but also as a tool to influence consumers in the activity of buying or using services according to their needs" (Lupiyoadi in Suryadana and Octavia, 2015: 157).

From several definitions according to experts above it can be concluded that promotion is a form of marketing communication carried out by a company to consumers to influence or invite consumers to buy or use a product or service. In order for the promotion to be effective, companies must develop strategies in marketing their products. The term strategy comes from Greek *strategia* (Stratos: military, and ag: lead)

which means art or science to become a general. Strategy can also be interpreted as a plan for the distribution and use of military and material forces in certain regions to achieve certain goals. The concept of military strategy is often adapted and applied in the business world. In the business context, the strategy describes the direction of the business that follows the chosen environment and is a guideline for allocating resources and efforts of an organization (Tjiptono, 2008: 3).

Promotion strategy is creativity that communicates product excellence and persuades the target market. In the tourism sector this promotion strategy is important because the tourism sector is a competitive industry (Kotler and Armstrong, 2001: 74). In the rapidly developing tourism industry, competition is becoming increasingly high, so that the promotion strategies of tourist destinations are increasingly important (Candra and Menezes, 2001).

There are four promotional techniques commonly used by travel agents to do tourism promotion, namely advertising, sales promotion, personal selling, and public relations (Suryadana and Octavia, 2015: 158). In this study, the indicators of the Promotion Strategy focused on Advertising, Public relations and Personal Selling.

Development of English-Based Travel Destinations

According to Law number 10 of 2009 concerning tourism, what is meant by tourism is various kinds of tourism activities and supported by various facilities and services provided by the community, business people, the Government, and the Regional Government. Tourism can be defined as a whole network and symptoms related to the stay of foreigners in a place, with the condition that they do not live there to do an important work that provides benefits permanent or temporary (Hunziaker and Krapf in Suryadana, 2015: 30). Tourism is a trip from one place to another and is temporary, carried out individually or in groups as an effort to find balance, harmony in the socio-cultural and scientific dimensions (Spillane in Hadiwijoyo, 2012: 42).

The development of tourist destinations which are the main drivers of the tourism sector requires the cooperation of all stakeholders consisting of the public and the government, direct cooperation from the business community and from the private sector.

In accordance with their duties and authorities, the government is a facilitator who has his role and function in making and determining all policies related to the development of a Tourism Destination. Attraction in tourism destinations is one of the main capital that must be had in efforts to improve and develop tourist destinations, especially those based on English, considering the development of English in Indonesia, especially on Lakey Beach is not easy. The existence of a Tourist Destination is the most important link in a tourism activity, this is due to the main factor that makes visitors or tourists to visit the tourist destination is the potential and attractiveness of such tourism objects so that researchers are interested in developing the potential of English-based tourism in Lakey Beach.

Hidayat (2011) in her research strategy planning and tourism development object (case study of pangandaran beach ciamis district, west java) concluded that Pangandaran beach attractions is a very popular tourist attraction at domestic tourists (Nusantara) as a very strong tourist destination, so Pangandaran beach tourist attraction still have a chance to become a leading tourist destinations in West Java. Based on the results of the evaluation of the tourism products condition and actual markets, Pangandaran beach objects experienced quite complex damage infrastructure, Pangandaran beach is reaching a phase of stagnation in the tourist life cycle. This must be fixed so it doesn't fall short in phase decline. Optimizing the preparation of facilities and infrastructure to support development marine tourism, such as the provision of diving equipment, tourist signage, snorkeling equipment, coast guard / police, including information center, provision of toilets, and rubbish bins adequate for visitors who need.

H1: Promotion Strategy has no significant effect on Pantai lakey's development as English-based Tourism Destination

RESEARCH METHODOLOGY

The type of research used in this research is associative research. Sugiyono (2010), suggests that associative research is a study that aims to determine the relationship between two or more variables where the variables in this study are promotion strategies as variable X and the development of tourist destinations as variable Y. Variable Measurement in this research use a score that

refers to the use of the Likert scale namely 5 (strongly agree), 4 (agree), 3 (neutral), 2 (disagree), 1 (strongly disagree). Statistical analysis uses in this research is simple regression with SPSS 22 version.

The populations in this study were all of visitors / tourists who had visited Lakey Beach, Hu'u Dompou, whose numbers could not be measured (Unknown Population). To determine the number and characteristics of the population, sampling is determined (Sugiyono, 2012). The sampling technique is by using incidental sampling, which is a sampling technique based on chance, that is, anyone who incidentally meets the researcher can be used as a sample. The sample determination formula is as follows:

$$n = z^2 / 4\mu^2$$

Explanation:

n = Sample size

z = The level of sample confidence needed in the study. At a = 5% (the degree of confidence is 95%) then Z = 1.96

μ = margin of error, error rate that can be tolerated (determined 10%)

Using the formula above, the following calculations are obtained:

$$n = z^2 / 4\mu^2$$

$$n = 1.96^2 / 4 (0.1)^2$$

$$n = 96.4 \approx 96$$

From the results of these calculations, it is known that the sample size needed is n = 96.4 ≈ 96 respondents. The data analysis technique used is simple linear regression analysis by using equations, namely: Y = a + bx.

Validity Test

Validity is a measure that shows the level of reliability and genuineness of an instrument (Arikunto, 2010). Valid means that the instrument can be used to measure what is being measured. To find out whether a research instrument is not valid, if the correlation value of each instrument item is below 0.30, it can be concluded that the instrument is invalid so it must be repaired or discarded (Sugiyono, 2012).

Table 1
Validity test of Promotion Strategy Variable

No	r- count	r - table	Statement
1	0.683	0.300	Valid
2	0.617	0.300	Valid
3	0.588	0.300	Valid
4	0.368	0.300	Valid
5	0.723	0.300	Valid
6	0.603	0.300	Valid
7	0.534	0.300	Valid
8	0.556	0.300	Valid
9	0.596	0.300	Valid

Source: Primary Data Processed, 2019

Table 2
Validity test Tourism Development

No	r-count	r-table	Statement
1	0.678	0.300	Valid
2	0.691	0.300	Valid
3	0.656	0.300	Valid
4	0.662	0.300	Valid
5	0.656	0.300	Valid
6	0.547	0.300	Valid
7	0.410	0.300	Valid
8	0.507	0.300	Valid
9	0.511	0.300	Valid
10	0.446	0.300	Valid
11	0.492	0.300	Valid
12	0.369	0.300	Valid

Source: Primary Data Processed, 2019

Based on Table 1 and Table 2, validity test of promotion strategy and tourism development variable, it showed that all statement items used to measure variables in this study have a correlation coefficient which is greater than > 0.300. Thus all of the items of the statements in this research are declared Valid.

Reliability Test

Reliable instruments are instruments that when used several times to measure the same object will produce

the same data. To find an instrument declared reliable if the reliability coefficient is at least 0.60 (Sugiyono, 2012). The Reliability Test results showed that the instrument measurement results of Strategy Promotion and Tourism Development Variables have Cronbach's alpha value ≥ 0.60 . Thus the statement items are declared reliable so that they can be used for this research.

Table 3
Reliability test of Promotion Strategy Variable

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of items</i>
.775	9

Source: Primary Data Processed, 2019

Tabel 4
Reliability test of Tourism Strategy

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of items</i>
.783	12

Source: Primary Data Processed, 2019

Simple Regression Analysis

The method used in this study is a simple linear regression statistical analysis method. This method is used to determine the effect of the relationship of the independent variable, the promotion strategy and the

dependent variable, namely tourism development.

Based on Table 5 of coefficients result of the regression analysis, it can be seen the simple linear regression equation as follows:

$$Y = 13,871 + 0.948 x$$

Based on these equations, it can be explained as follows:

A constant value of 13,871 can be interpreted if the Promotion Strategy variable is considered zero, the Tourism Development will be 0.948. Beta coefficient value of the Promotion Strategy variable is 0.948, or each change of the Promotion Strategy variable of one unit will result in a change in Tourism Development of 0.948 units, with other assumptions fixed. The regression coefficient is positive so it can be said that the direction of the effect of variable X on the variable Y is positive.

Correlation Coefficient Test

Correlation coefficient test is performed to determine the degree or strength of the relationship between two variables. Based on the results in the Model Summary table, it obtained that correlation coefficient (R) value is 0.749, this showed that the level of closeness of the re-

Table 5
Simple Regression Analysis

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.871	3.320		4.178	.000
	Strategi Promosi	.948	.086	.749	10.961	.000

a. Dependent Variable: Pengembangan Wisata

Source: Primary Data Processed, 2019

Table 6
Correlation and Determination Coefficient Test Results

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.749 ^a	.561	.556	3.205

a. Predictors: (Constant), Strategi Promosi

Source: Primary Data Processed, 2019

relationship between the Promotion Strategy to Tourism Development is at the level of “Strong” in accordance with the guidelines table of the correlation coefficient interval where the value of the correlation coefficient interval between 0.60 - 0.799, then the relationship level is at the “strong” level.

Determination Coefficient Test

Coefficient of determination is a tool to measure the magnitude of the influence of independent variables on the dependent variable. Based on the results in the Model Summary table, it obtained that Determination Coefficient Test (Adjusted R²) value is 0.561, this showed that Variable Y (Tourism Development) is influenced by Variable X namely Promotion Strategy is as big as 56% while the remaining 44% is influenced by other factors that is not included in this study.

Significance Test (t-test)

T-test is a test to show the significance of the influence of individual independent variables in the model on the dependent variable. this is intended to find out how far the influence of one independent variable explains the variation of the dependent variable. if the significance value is less than 0.05 (sig <0.05), it can be concluded that the independent variable has a significant effect on the dependent variable.

The statistical results of the t test of the Promotion Strategy variable obtained the t-count is as big as 10,961 with t-table is as big as 1,985 (10,961 > 1,985) with a significance value is as big as 0,000 less than 0.05 (0,000 ≤ 0.05), then the hypothesis stating that “Promotion Strategy has a significant effect on Lakey Beach Development as an English-based tourism destination is PROVEN.

CONCLUSION AND SUGGESTION

Conclusion

Based on the results of this research and discussion above, it can be concluded that the promotion strategy has a significant effect on Lakey Beach Development as an English-based Tourism Destination. This is evidenced by the score of t-count > t-table score that is 10.961 > 1.985 with a significance score of 0.000 <0.05.

Suggestion

Hopefully, through this research the government is more alert in developing regional tourism potentials by implementing good promotion strategies so as to make tourism in the regions better known both on the national and international level.

ACKNOWLEDGEMENT

The author would like to thank to society and the place of my research at the Lakey beach, Hu’u Dompus which provided informations about lakey beach conditions that help the author completed her research.

BIBLIOGRAPHY

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi Revisi VI, Jakarta: PT Rineka Cipta.
- A. Shimp, Terence. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Chandra, Satish dan Menezes, Dennis. 2001. Applications of Multivariate Analysis in International Tourism Research: The Marketing Strategy Perspective of NTOs. *Journal of Economic and Social Research*, 3(1), 77-98.
- Hadiwijoyo, Suryo Sakti. 2012. *Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat; Sebuah Pendekatan Konsep*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Keegan, Warren J. 2012, *Global Marketing Management*, New York: Lubin School of Business.
- Kotler, Phillip dan Gary, Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran: Jilid 1, Edisi Kedelapan*. Jakarta: Erlangga.
- Hidayat, Marcella. 2011. *Strategy Planning And Tourism Development Object (Case Study)*

- Of Pangandaran Beach Ciamis District, West Java. *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal*, 1(1), 31 – 42.
- Soebagyo. 2012. Strategi Pengembangan Pariwisata di Indonesia. *Jurnal Liquidity*, 1(2), 153-158.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta,
- Suryadana, M Liga dan Octavia Vanny. 2015. *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabet.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran (Edisi III)*. Yogyakarta: Andi.

www.travellersindo.blogspot.com

INDEKS SUBYEK JURNAL EKONOMI DAN BISNIS

A

audit fee 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81
audit quality 73, 74, 75, 76, 78, 79, 80, 81

B

base sector 101
buying tendency 91, 100

C

capital expenditures 111, 118
client attribute 73, 79, 80
cosmetic 91, 99, 100
Covid-19 83, 84, 85, 86, 87, 88

E

economic growth 83, 84, 85, 111, 118, 121
export base model 101

H

hedonic shopping motivation 91, 99

I

impulsive buying 91, 99, 100
impulsive buying personality traits 91
income inequality 83, 84, 85, 87, 88, 89

N

non base sector 101

P

poverty 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 118
promotion strategy 121, 122, 123, 124, 125, 126

R

regional economy 83

T

tourism development 121, 123, 124, 125, 126

V

village funds 111

INDEKS PENGARANG JURNAL EKONOMI DAN BISNIS

A

Ary Sutrischastini 101

F

Felice Degiardini Vallensia 73

Fenny Aryani 121

Feronica 91

I

Ita Purnama 121

N

Nikodemus Hans Setiadi Wijaya 91

R

Rudy Badrudin 111

S

Suparmono 83

T

Titi Liberty Catur Raharja 111

PEDOMAN PENULISAN JURNAL EKONOMI DAN BISNIS (JEB)

Ketentuan Umum

1. Naskah ditulis dalam bahasa Indonesia atau bahasa Inggris sesuai dengan format yang ditentukan.
2. Penulis mengirim tiga eksemplar naskah dan satu *compact disk* (CD) yang berisikan naskah tersebut kepada redaksi. Satu eksemplar dilengkapi dengan nama dan alamat sedang dua lainnya tanpa nama dan alamat yang akan dikirim kepada mitra bestari. Naskah dapat dikirim juga melalui *e-mail*.
3. Naskah yang dikirim belum pernah diterbitkan di media lain yang dibuktikan dengan pernyataan tertulis yang ditandatangani oleh semua penulis bahwa naskah tersebut belum pernah dipublikasikan. Pernyataan tersebut dilampirkan pada naskah.
4. Naskah dan CD dikirim kepada *Editorial Secretary*
Jurnal Ekonomi & Bisnis (JEB)
Jalan Seturan Yogyakarta 55281
Telpon (0274) 486160, 486321 ext. 1332 - Fax. (0274) 486155
e-mail: rudy.badrudin@stieykpn.ac.id

Standar Penulisan

1. Naskah diketik menggunakan program *Microsoft Word* pada ukuran kertas A4 berat 80 gram, jarak 2 spasi, jenis huruf Times New Roman berukuran 12 *point*, margin kiri 4 cm, serta margin atas, kanan, dan bawah masing-masing 3 cm.
2. Setiap halaman diberi nomor secara berurutan. Gambar dan tabel dikelompokkan bersama pada lembar terpisah di bagian akhir naskah.
3. Angka dan huruf pada gambar, tabel, atau histogram menggunakan jenis huruf Times New Roman berukuran 10 *point*.
4. Naskah ditulis maksimum sebanyak 15 halaman termasuk gambar dan tabel.

Urutan Penulisan Naskah

1. Naskah hasil penelitian terdiri atas Judul, Nama Penulis, Alamat Penulis, Abstrak, Pendahuluan, Materi dan Metode, Hasil, Pembahasan, Ucapan Terima Kasih, dan Daftar Pustaka.
2. Naskah kajian pustaka terdiri atas Judul, Nama Penulis, Alamat Penulis, Abstrak, Pendahuluan, Masalah dan Pembahasan, Ucapan Terima Kasih, dan Daftar Pustaka.
3. Judul ditulis singkat, spesifik, dan informatif yang menggambarkan isi naskah maksimal 15 kata. Untuk kajian pustaka, di belakang judul harap ditulis Suatu Kajian Pustaka. Judul ditulis dengan huruf kapital dengan jenis huruf Times New Roman berukuran 14 *point*, jarak satu spasi, dan terletak di tengah-tengah tanpa titik.
4. Nama Penulis ditulis lengkap tanpa gelar akademis disertai alamat institusi penulis yang dilengkapi dengan nomor kode pos, nomor telepon, fax, dan *e-mail*.

5. Abstrak ditulis dalam satu paragraf tidak lebih dari 200 kata menggunakan bahasa Inggris. Abstrak mengandung uraian secara singkat tentang tujuan, materi, metode, hasil utama, dan simpulan yang ditulis dalam satu spasi.
6. Kata Kunci (*Keywords*) ditulis miring, maksimal 5 (lima) kata, satu spasi setelah abstrak.
7. Pendahuluan berisi latar belakang, tujuan, dan pustaka yang mendukung. Dalam mengutip pendapat orang lain dipakai sistem nama penulis dan tahun. Contoh: Badrudin (2006); Subagyo dkk. (2004).
8. Materi dan Metode ditulis lengkap.
9. Hasil menyajikan uraian hasil penelitian sendiri. Deskripsi hasil penelitian disajikan secara jelas.
10. Pembahasan memuat diskusi hasil penelitian sendiri yang dikaitkan dengan tujuan penelitian (pengujian hipotesis). Diskusi diakhiri dengan simpulan dan pemberian saran jika dipandang perlu.
11. Pembahasan (*review/kajian pustaka*) memuat bahasan ringkas mencakup masalah yang dikaji.
12. Ucapan Terima Kasih disampaikan kepada berbagai pihak yang membantu sehingga penelitian dapat dilangsungkan, misalnya pemberi gagasan dan penyandang dana.
13. Ilustrasi:
 - a. Judul tabel, grafik, histogram, sketsa, dan gambar (foto) diberi nomor urut. Judul singkat tetapi jelas beserta satuan-satuan yang dipakai. Judul ilustrasi ditulis dengan jenis huruf Times New Roman berukuran 10 point, masuk satu tab (5 ketukan) dari pinggir kiri, awal kata menggunakan huruf kapital, dengan jarak 1 spasi
 - b. Keterangan tabel ditulis di sebelah kiri bawah menggunakan huruf Times New Roman berukuran 10 point jarak satu spasi.
 - c. Penulisan angka desimal dalam tabel untuk bahasa Indonesia dipisahkan dengan koma (,) dan untuk bahasa Inggris digunakan titik (.).
 - d. Gambar/Grafik dibuat dalam program Excel.
 - e. Nama Latin, Yunani, atau Daerah dicetak miring sedang istilah asing diberi tanda petik.
 - f. Satuan pengukuran menggunakan Sistem Internasional (SI).
14. Daftar Pustaka
 - a. Hanya memuat referensi yang diacu dalam naskah dan ditulis secara alfabetik berdasarkan huruf awal dari nama penulis pertama. Jika dalam bentuk buku, dicantumkan nama semua penulis, tahun, judul buku, edisi, penerbit, dan tempat. Jika dalam bentuk jurnal, dicantumkan nama penulis, tahun, judul tulisan, nama jurnal, volume, nomor publikasi, dan halaman. Jika mengambil artikel dalam buku, cantumkan nama penulis, tahun, judul tulisan, editor, judul buku, penerbit, dan tempat.
 - b. Diharapkan dirujuk referensi 10 tahun terakhir dengan proporsi pustaka primer (jurnal) minimal 80%.
 - c. Hendaknya diacu cara penulisan kepastakaan seperti yang dipakai pada JAM/JEB berikut ini:

Jurnal

Yetton, Philip W., Kim D. Johnston, and Jane F. Craig. Summer 1994. "Computer-Aided Architects: A Case Study of IT and Strategic Change." *Sloan Management Review*: 57-67.

Buku

Paliwoda, Stan. 2004. *The Essence of International Marketing*. UK: Prentice-Hall, Ince.

Prosiding

Pujaningsih, R.I., Sutrisno, C.L., dan Sumarsih, S. 2006. Kajian kualitas produk kakao yang diamoniasi dengan aras urea yang berbeda. Di dalam: *Pengembangan Teknologi Inovatif untuk Mendukung Pembangunan Peternakan Berkelanjutan. Prosiding Seminar Nasional* dalam Rangka HUT ke-40 (Lustrum VIII) Fakultas Peternakan Universitas Jenderal Soedirman; Purwokerto, 11 Pebruari 2006. Fakutas Peternakan UNSOED, Purwokerto. Halaman 54-60.

Artikel dalam Buku

Leitzmann, C., Ploeger, A.M., and Huth, K. 1979. The Influence of Lignin on Lipid Metabolism of The Rat. In: G.E. Inglett & S.I.Falkehag. Eds. *Dietary Fibers Chemistry and Nutrition*. Academic Press. INC., New York.

Skripsi/Tesis/Disertasi

Assih, P. 2004. Pengaruh Kesempatan Investasi terhadap Hubungan antara Faktor Faktor Motivasional dan Tingkat Manajemen Laba. *Disertasi*. Sekolah Pascasarjana S-3 UGM. Yogyakarta.

Internet

Hargreaves, J. 2005. Manure Gases Can Be Dangerous. Department of Primary Industries and Fisheries, Queensland Government. <http://www.dpi.gld.gov.au/pigs/9760.html>. Diakses 15 September 2005.

Dokumen

[BPS] Badan Pusat Statistik Kabupaten Sleman. 2006. Sleman Dalam Angka Tahun 2005.

Mekanisme Seleksi Naskah

1. Naskah harus mengikuti format/gaya penulisan yang telah ditetapkan.
2. Naskah yang tidak sesuai dengan format akan dikembalikan ke penulis untuk diperbaiki.
3. Naskah yang sesuai dengan format diteruskan ke *Editorial Board Members* untuk ditelaah diterima atau ditolak.
4. Naskah yang diterima atau naskah yang formatnya sudah diperbaiki selanjutnya dicarikan penelaah (MITRA BESTARI) tentang kelayakan terbit.
5. Naskah yang sudah diperiksa (ditelaah oleh MITRA BESTARI) dikembalikan ke *Editorial Board Members* dengan empat kemungkinan (dapat diterima tanpa revisi, dapat diterima dengan revisi kecil (*minor revision*), dapat diterima dengan revisi *mayor* (perlu *direview* lagi setelah revisi), dan tidak diterima/ditolak).
6. Apabila ditolak, *Editorial Board Members* membuat keputusan diterima atau tidak seandainya terjadi ketidaksesuaian di antara MITRA BESTARI.
7. Keputusan penolakan *Editorial Board Members* dikirimkan kepada penulis.
8. Naskah yang mengalami perbaikan dikirim kembali ke penulis untuk perbaikan.
9. Naskah yang sudah diperbaiki oleh penulis diserahkan oleh *Editorial Board Members* ke *Managing Editors*.
10. Contoh cetak naskah sebelum terbit dikirimkan ke penulis untuk mendapatkan persetujuan.
11. Naskah siap dicetak dan cetak lepas (*off print*) dikirim ke penulis.