

JURNAL

EKONOMI DAN BISNIS

DAMPAK PERTUMBUHAN EKONOMI, TINGKAT PENGANGGURAN TERBUKA, DAN BELANJA MODAL TERHADAP KEMISKINAN DI PROVINSI JAWA TENGAH

Cicilia Debora Triaksandi, Algifari

IMPLEMENTASI PENURUNAN TARIF PAJAK BAGI UMKM DAN LAYANAN PAJAK *ONLINE* TERHADAP PERSEPSI KEPATUHAN WAJIB PAJAK UMKM KOTA SURAKARTA DI MASA PANDEMI COVID-19

Siti Zulaikhah, Endah Kristiani

ILUSI FISKAL DAN PENGARUHNYA TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DAN KEMISKINAN PADA KABUPATEN/KOTA DI PROVINSI JAWA TENGAH TAHUN 2015-2018

Agustin Fidiastuti, Rudy Badrudin

IMPLEMENTASI LITERASI KEUANGAN DAN LAYANAN KEUANGAN BERBASIS TEKNOLOGI UNTUK MENINGKATKAN PERTUMBUHAN USAHA UMKM DI KOTA SURAKARTA DAN SEKITARNYA SAAT PANDEMI COVID-19

Ika Septi Kurnia Anggraeni, Fikrina Faraidi Fardani

PENCIPTAAN KEUNGGULAN KOMPETITIF MELALUI ORIENTASI PASAR DAN INOVASI SERTA DAMPAKNYA PADA KINERJA BISNIS UMKM

Agus, Nunung Nurnilasari, Susi Sugiyarsih

PERAN ANTESEDEN KUALITAS PELAYAN JASA PADA LOYALITAS DI KALANGAN PEMILIK BISNIS *E-COMMERCE*

Charli Dhiar Mahardika, Endy Gunanto Marsasi, Yenni Kurnia Gusti



JURNAL EKONOMI DAN BISNIS	VOL. 15	NO. 3	Hal. : 121-183	NOVEMBER 2021	P ISSN 1978-3116 E ISSN 2621-7880
---------------------------	---------	-------	----------------	---------------	--------------------------------------

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 Mercu Buana Yogyakarta

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 penerbitan 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

**DAMPAK PERTUMBUHAN EKONOMI, TINGKAT PENGANGGURAN TERBUKA, DAN BELANJA
MODAL TERHADAP KEMISKINAN DI PROVINSI JAWA TENGAH**

Cicilia Debora Triaksandi

Algifari

121-129

**IMPLEMENTASI PENURUNAN TARIF PAJAK BAGI UMKM DAN LAYANAN PAJAK *ONLINE*
TERHADAP PERSEPSI KEPATUHAN WAJIB PAJAK UMKM KOTA SURAKARTA
DI MASA PANDEMI COVID-19**

Siti Zulaikhah

Endah Kristiani

131-137

**ILUSI FISKAL DAN PENGARUHNYA TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DAN
KEMISKINAN PADA KABUPATEN/KOTA DI PROVINSI JAWA TENGAH TAHUN 2015-2018**

Agustin Fidiastuti

Rudy Badrudin

139-150

**IMPLEMENTASI LITERASI KEUANGAN DAN LAYANAN KEUANGAN BERBASIS TEKNOLOGI
UNTUK MENINGKATKAN PERTUMBUHAN USAHA UMKM DI KOTA SURAKARTA DAN
SEKITARNYA SAAT PANDEMI COVID-19**

Ika Septi Kurnia Anggraeni

Fikrina Faraidi Fardani

151-161

**PENCIPTAAN KEUNGGULAN KOMPETITIF MELALUI ORIENTASI PASAR DAN INOVASI
SERTA DAMPAKNYA PADA KINERJA BISNIS UMKM**

Agus

Nunung Nurnilasari

Susi Sugiyarsih

163-172

**PERAN ANTESEDEN KUALITAS PELAYAN JASA PADA LOYALITAS DIKALANGAN
PEMILIK BISNIS *E-COMMERCE***

Charli Dhiar Mahardika

Endy Gunanto Marsasi

Yenni Kurnia Gusti

173-183

DAMPAK PERTUMBUHAN EKONOMI, TINGKAT PENGANGGURAN TERBUKA, DAN BELANJA MODAL TERHADAP KEMISKINAN DI PROVINSI JAWA TENGAH

*Cicilia Debora Triaksandi
Algifari*

E-mail: deboralia01@gmail.com

ABSTRACT

Poverty is an important problem for every country or region. Various strategies have been done to reduce poverty. The aims of this research is to examine the impact of Economic Growth, Open Unemployment, and Capital Expenditure on Poverty in province of Central Java. This research uses data from 35 Regencies/Cities in province of Central Java in 2017-2019 obtained from the Central Java Statistics Agency (BPS) report in 2021. Panel data regression analysis uses to test the research hypothesis. Based on Chow test and Hausman test are known that the best estimation model is the weighted fixed effects model. The results of this research show that Economic Growth and Capital Expenditures have a negative impact on Poverty. While Open Unemployment has not a positive impact on Poverty. Based on this results, it can be recommended to the Government of Central Java Province to use increase Economic Growth and Capital Expenditure as a startegy to reduce Poverty in Central Java Province.

Keywords: poverty, economic growth, open unemployment, capital expenditure, panel data regression model

JEL classification: H72, R11

PENDAHULUAN

Kemiskinan selalu menjadi masalah utama dalam upaya menciptakan masyarakat yang sejahtera di banyak

negara sedang berkembang seperti Indonesia. Pemerintah berusaha meningkatkan kegiatan produksi nasional bertujuan menciptakan lapangan kerja dan pada akhirnya diharapkan dapat mengurangi kemiskinan. Tingkat kemiskinan yang sangat rendah dapat digunakan sebagai petunjuk bahwa tingkat kesejahteraan masyarakat makin tinggi (Bintang dan Woyanti, 2018)

Masalah kemiskinan sangat kompleks serta bersifat multidimensional. Kemiskinan berhubungan dengan aspek budaya, sosial, ekonomi, serta aspek lainnya. Kemiskinan adalah ketidak-samaan dalam memformulasikan kekuasaan sosial meliputi sumber keuangan, asset, barang atau jasa, jaringan sosial, pengetahuan dan keterampilan, organisasi sosial politik, serta informasi (Friedman, 1979). Hasil penelitian Purnama (2017) menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi sangat berkaitan dengan kemiskinan. Pertumbuhan ekonomi adalah syarat pertama dalam mengurangi kemiskinan, sedangkan syarat kedua adalah menjamin bahwa pertumbuhan ekonomi tersebut harus berpihak kepada masyarakat miskin (Kraay, 2006). Kemiskinan dan pembangunan mempunyai kaitan erat, karena tahap awal dalam pembangunan akan terjadi peningkatan kemiskinan dan proses pembangunan berakhir, kemiskinan akan menurun (Yuliani, 2015). Menurut Akoum (2008), negara yang mencatat tingkat pertumbuhan tinggi belum tentu berhasil untuk mengurangi kemiskinan. Untuk mengurangi kemiskinan pertumbuhan ekonomi yang berkualitas serta berkeadilan sangat diperlukan tidak hanya pertumbuhan ekonomi saja yang tinggi. Pertumbuhan ekonomi yang berkeadilan adalah bisa menciptakan lapangan

pekerjaan dan mengurangi kemiskinan.

Provinsi Jawa Tengah adalah sebuah provinsi yang memiliki jumlah penduduk terbanyak ke 3 setelah provinsi Jawa Barat dan provinsi Jawa Timur berdasarkan data sensus penduduk tahun 2020. Sementara dalam hal penduduk miskin Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah merilis persentase penduduk miskin di provinsi Jawa Tengah pada bulan Maret 2021 sebesar 11,79 persen atau 4,11 juta jiwa. Persentase tersebut turun 0,05 persen poin dibanding September 2020 sebesar 11,84 persen.

Indikator keberhasilan dalam pembangunan di bidang ekonomi salah satunya adalah pertumbuhan ekonomi. Tingginya pertumbuhan ekonomi dapat menurunkan tingkat kemiskinan. Berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik (BPS) Jawa Tengah tahun 2021, pertumbuhan ekonomi provinsi Jawa Tengah tahun 2018 dan 2019 berturut-turut sebesar 5,3% dan 5,4%. Meskipun di provinsi Jawa Tengah terjadi pertumbuhan ekonomi positif, namun belum cukup untuk mengatasi masalah kemiskinan di daerah tersebut. Hal ini disebabkan karena pertumbuhan ekonomi di Jawa Tengah mengalami peningkatan yang masih relatif sangat lambat (Widowati *et al.*, 2018).

Kemiskinan dan pengangguran merupakan dua permasalahan yang saling berkaitan. Pengangguran dapat menimbulkan kemiskinan serta masalah sosial lainnya. Tingkat pengangguran di Jawa Tengah tinggi disebabkan pertumbuhan ekonomi yang tidak merata. Berdasar data dari BPS Jawa Tengah tahun 2021 tingkat pengangguran terbuka (TPT) bulan Agustus 2020 di provinsi Jawa Tengah sebanyak 1,21 juta orang atau 6,48%. Selama Agustus 2019-Agustus 2020 tingkat pengangguran terbuka di provinsi Jawa Tengah mengalami peningkatan sebanyak 396 ribu orang atau 2,04%. Lambatnya pertumbuhan lapangan kerja serta cepatnya tingkat pertumbuhan angkatan kerja disebabkan oleh pengangguran terbuka (Jundi dan Poerwono, 2014).

Pengangguran yang tinggi menunjukkan adanya kesenjangan antara ketersediaan lapangan kerja yang tersedia dengan angkatan kerja. Badan Pusat Statistik provinsi Jawa Tengah menjelaskan masyarakat yang termasuk angkatan kerja namun pekerjaan tidak punya serta sedang mencari pekerjaan, menyiapkan usaha, dan sudah mempunyai pekerjaan tetapi belum mulai bekerja, termasuk ke dalam kategori pengangguran terbuka.

Tingkat kemiskinan sangat dipengaruhi oleh pengangguran. Wirawan dan Arka (2013) dalam penelitiannya menyimpulkan adanya pengaruh positif signifikan antara tingkat pengangguran terbuka terhadap kemiskinan. Berarti, tingginya pengangguran menjadikan masyarakat semakin tidak produktif, oleh sebab itu masyarakat tidak dapat mencukupi kebutuhan hidupnya. Kebutuhan hidup yang tidak dapat tercukupi menggambarkan masyarakat yang miskin.

Pemerintah Indonesia telah melakukan banyak strategi untuk mengurangi kemiskinan, salah satunya adalah pemerintah pusat membuat anggaran belanja pada APBN berupa bantuan dana pemerintah pusat kepada daerah yang disebut dana transfer daerah. Dana transfer dari pusat ke daerah ini yang oleh oleh pemerintah daerah dijadikan sebagai sumber belanja yang lebih banyak dibandingkan dengan Pendapatan Asli Daerah. Salah satu pengeluaran daerah adalah belanja modal/ Menurut Standar Akuntansi Pemerintah (SAP), belanja modal adalah pengeluaran yang dilaksanakan untuk menaikkan aset tetap atau inventaris guna memberi manfaat lebih dari satu periode akuntansi.

Peranan pemerintah Provinsi Jawa Tengah untuk menurunkan tingkat kemiskinan terlihat dari realisasi belanja dalam APBD setiap tahun, khususnya realisasi Belanja Modal. Tingkat efektivitas Belanja Modal cukup tinggi dalam pembangunan yang hasilnya dapat digunakan oleh masyarakat umum secara langsung. Contohnya adalah pembangunan infrastruktur penting, seperti jalan raya (Panggayuh dan Utara, 2016). Bagian dari belanja daerah yang dapat memberikan manfaat pada kesejahteraan masyarakat serta pengurangan kemiskinan dengan banyak macam program penanggulangan kemiskinan yang dianggarkan adalah Belanja Modal (Kotambunan *et al.*, 2016). Belanja yang dilakukan oleh pemerintah daerah seharusnya dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat setiap tahunnya. Usaha yang dilakukan pemerintah Provinsi Jawa Tengah agar masyarakat hidup sejahtera dapat dilihat dari belanja yang dilakukan oleh pemerintah daerah Provinsi Jawa Tengah setiap tahunnya. Alokasi Belanja Modal digunakan untuk pengeluaran pemerintah, seperti pembangunan infrastruktur atau investasi pemerintah daerah. Dengan demikian, semakin besar jumlah alokasi anggaran untuk Belanja Modal diharapkan dapat mengurangi kemiskinan.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu unsur yang diperlukan pembangunan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan akan dapat menciptakan pembangunan ekonomi. Proses pertumbuhan ekonomi ditandai dengan adanya peningkatan kapasitas produksi diiringi dengan naiknya pendapatan nasional. Pertumbuhan ekonomi merupakan suatu kegiatan perekonomian yang fokus pada pertambahan jumlah jasa dan barang yang diproduksi (Sukirno, 2011). Dengan demikian, pertumbuhan ekonomi dapat didefinisikan sebagai pencapaian target kapasitas produksi guna meningkatkan pendapatan nasional. Pertumbuhan ekonomi di Indonesia diukur dari kenaikan Produk Domestik Bruto atas dasar Harga Konstan (PDB riil). Syarat utama untuk menjalankan pembangunan ekonomi dengan stabil adalah pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Tujuan pembangunan ekonomi adalah meningkatkannya kesejahteraan masyarakat. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan distribusi pendapatan yang merata dan terciptanya pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Menurut Raswita dan Made (2013) terjadinya pertumbuhan perekonomian regional mampu memberikan dampak yang baik bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat. Pembangunan ekonomi daerah merupakan salah satu cara meningkatkan laju pertumbuhan ekonomi (Nurlina dan Chaira, 2017).

Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) adalah salah satu indikator yang dipakai guna mengetahui efektivitas kebijakan ekonomi pemerintah dalam mengelola perekonomian daerah. Pertumbuhan ekonomi adalah persen perubahan PDRB menggunakan harga konstan. Perhitungan PDRB dapat ditentukan melalui dua sisi, yakni sisi permintaan dan penawaran. Sisi permintaan dengan menghitung pengeluaran konsumsi, investasi, pengeluaran pemerintah, ekspor, dan impor. Sedangkan dari sisi penawaran adalah dengan menghitung total nilai tambah semua sektor pada produksi nasional.

Badan Pusat Statistik (BPS) mendefinisikan pengangguran sebagai angkatan kerja yang tidak bekerja dan aktif mencari pekerjaan. Jadi seseorang yang termasuk dalam angkatan kerja yang sedang mencari pekerjaan dan belum mendapatkannya termasuk ke dalam kelompok pengangguran. Tingkat pengangguran yang tinggimengindikasikan kegagalan dalam men-

gelola perekonomian. Pengangguran menyebabkan turunnya tingkat kemakmuran dan kesejahteraan dalam masyarakat. Angka pengangguran dapat digunakan untuk melihat kesejahteraan masyarakat (Alamsyah, 2021).

Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Tengah menghitung pengangguran di suatu daerah menggunakan indikator Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT). Pengukuran penawaran tenaga kerja yang tidak terserap oleh pasar kerja diukur dengan TPT. Angka ini diperoleh melalui Sensus Penduduk dan Sakernas. TPT yang tinggi mengindikasikan terdapat banyak tenaga kerja yang menganggur.

Belanja Modal menurut PP No.71 Tahun 2010 mengenai Standar Akuntansi Pemerintah adalah pengeluaran anggaran guna mendapatkan aset tetap dan aset lain yang memiliki umur ekonomis lebih dari 12 bulan. Sedangkan Belanja Modal menurut Halim dan Kusufi (2012) adalah pengeluaran guna mendapatkan aset lainnya yang memiliki umur manfaat lebih dari periode akuntansi. Belanja Modal terbagi ke dalam lima jenis belanja, yaitu belanja tanah, belanja mesin serta peralatan, belanja bangunan serta gedung, belanja irigasi, jalan, serta jaringan, dan belanja fisik lainnya. Nordiawan (2006) menyatakan belanja modal sebagai kegiatan belanja pemerintah guna memperoleh aset tetap pemerintah daerah meliputi bangunan, peralatan, infrastruktur, serta sebagainya. Cara memperoleh aset tetap adalah membangun, menukarkan, serta membeli. Sedangkan menurut Darise (2008), Belanja Modal adalah pengeluaran untuk kegiatan pemerintah yang berbentuk pembelian, pembangunan, dan pengadaan aset tetap berwujud dengan umur manfaat lebih dari 12 bulan. Contoh dari aset tetap berwujud yang diperoleh antara lain mesin serta peralatan, tanah, bangunan serta gedung, jalan, irigasi, dan jaringan.

Bank Dunia mendefinisikan kemiskinan sebagai ketidak-mampuan masyarakat dalam mencapai standar kehidupan yang minimum (*World Bank, 1990*). Kemiskinan tidak hanya membahas masalah ekonomi, tetapi meluas kemasalah sosial, kesehatan, pendidikan dan politik. Badan Pusat Statistik (BPS) dan Departemen Sosial mendefinisikan kemiskinan sebagai ketidak-mampuan individu dalam mencukupi kebutuhan dasar minimal untuk hidup layak (baik makanan ataupun non-makanan). BPS menggunakan konsep garis kemiskinan dalam mengukur angka kemiskinan. BPS menetapkan garis kemiskinan sebagai

jumlah pengeluaran yang dibutuhkan oleh setiap individu guna mencukupi kebutuhan makanan setara dengan 2.100 kalori/orang per hari serta kebutuhan non-makanan yang terdiri dari pakaian, perumahan, pendidikan, transportasi, kesehatan dan aneka barang serta jasa lainnya (Suharto, 2014).

Kemiskinan memiliki arti yang bermacam-macam disebabkan oleh karena kemiskinan bersifat multidimensional. Multidimensional adalah kemiskinan yang dilihat dari berbagai aspek. Menurut Primandari (2018), dilihat dari kebijakan umum, kemiskinan memiliki aspek primer yaitu organisasi sosial politik, miskin akan aset dan keterampilan serta pengetahuan sedangkan aspek sekunder yaitu sumber-sumber keuangan serta informasi, miskin akan jaringan sosial. Kemiskinan merupakan suatu kondisi dimana seseorang atau rumah tangga mengalami kesusahan dalam mencukupi kebutuhan dasar (Cahyat, 2007).

Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi terhadap Kemiskinan

Pertumbuhan ekonomi menggambarkan perkembangan produksi nasional/daerah. Apabila pada suatu periode terjadi pertumbuhan ekonomi positif menunjukkan pada periode tersebut terjadinya peningkatan jumlah barang dan jasa yang dihasilkan. Untuk meningkatkan jumlah barang dan jasa yang diproduksi dibutuhkan tenaga kerja. Semakin banyak jumlah penduduk yang bekerja akan semakin banyak penduduk yang memperoleh penghasilan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari. Dengan kata lain, pertumbuhan ekonomi dapat mengurangi kemiskinan. Perkembangan ekonomi di suatu wilayah yang disebabkan oleh masyarakatnya memiliki lebih banyak pendapatan yang dibelanjakan dan distribusi pendapatan yang baik, maka akan dapat mengurangi kemiskinan di wilayah tersebut (Hermanto S. dan Dwi W, 2007). Berdasar uraian tersebut, maka disusun hipotesis pertama sebagai berikut:

H1: Pertumbuhan ekonomi berpengaruh negatif terhadap kemiskinan di Provinsi Jawa Tengah

Pengaruh Tingkat Pengangguran Terbuka terhadap Kemiskinan

Pengangguran yang tinggi menunjukkan banyak penduduk yang tidak bekerja. Penduduk yang tidak memiliki pekerjaan berarti tidak memiliki pendapatan yang akan digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari. Salah satu dampak negatif dari pengangu-

ran tinggi adalah berkurangnya pendapatan masyarakat dan tingkat kemakmuran masyarakat juga berkurang. Hasil penelitian Nugroho (2015) menyimpulkan adanya pengaruh positif pengangguran terhadap kemiskinan. Tingkat kesejahteraan masyarakat yang rendah karena tidak bekerja dan tidak mendapat penghasilan berakibat peluang mereka terjebak dalam kemiskinan semakin tinggi. Berdasar uraian tersebut, maka disusun hipotesis kedua sebagai berikut:

H2: Tingkat Pengangguran Terbuka berpengaruh positif terhadap kemiskinan di Provinsi Jawa Tengah

Pengaruh Belanja Modal terhadap Kemiskinan

Belanja modal adalah pengeluaran yang digunakan guna pembelian modal yang bersifat menambah aset tetap atau inventaris yang memberi manfaat lebih dari satu periode akuntansi. Besarnya belanja modal daerah menggambarkan banyaknya infrastruktur serta sarana yang dibangun. Pembangunan infrastruktur yang lengkap dapat menciptakan lapangan kerja serta berdampak pada peningkatan pelayanan public. Meningkatnya pelayanan publik dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mampu mengurangi kemiskinan. Tingkat kemiskinan akan semakin menurun jika alokasi belanja modal semakin besar (Kaligis *et al.*, 2017). Hasil penelitian Sendouw dkk. (2017) menyimpulkan belanja modal berpengaruh negative terhadap tingkat kemiskinan di Kota Manado. Berdasar uraian tersebut, maka disusun hipotesis ketiga sebagai berikut:

H3: Belanja Modal berpengaruh negatif terhadap kemiskinan di Provinsi Jawa Tengah

Penelitian ini menggunakan data pertumbuhan ekonomi, Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT), belanja modal, dan tingkat kemiskinan Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah tahun 2017-2019 yang diperoleh dari laman Badan Pusat Statistik yang dilansir pada laman <https://jateng.bps.go.id/>. Sedangkan data belanja modal diperoleh dari laman Direktorat Jenderal Perimbangan Keuangan (DJPK) Kementerian Keuangan melalui laman www.djpk.kemenkeu.go.id pada Laporan Realisasi Anggaran APBD tahun 2017-2019.

Model ekonometri yang digunakan untuk memperoleh gambaran hubungan pengaruh pertumbuhan ekonomi, tingkat pengangguran terbuka, dan belanja modal terhadap kemiskinan adalah model regresi data panel. Model regresi estimasi penelitian ini adalah

sebagai berikut:

$$TK_{it} = b_0 + b_1PE_{it} + b_2TPT_{it} + b_3BM_{it} + Y\mu_{it}$$

TK adalah tingkat kemiskinan di Kabupaten/Kota i pada tahun t

b_0 adalah intersep/konstanta

b_1 , b_2 , dan b_3 adalah koefisien regresi pertumbuhan ekonomi, tingkat pengangguran terbuka, dan belanja modal

PE_{it} adalah pertumbuhan ekonomi di Kabupaten/Kota i pada tahun t

TPT_{it} adalah tingkat pengangguran terbuka di Kabupaten/Kota i pada tahun t

BM_{it} adalah belanja modal di Kabupaten/Kota i pada tahun t

Untuk menghasilkan model regresi estimasi data panel digunakan program aplikasi E-Views. Model regresi data panel dengan E-Views menghasilkan 3 model regresi estimasi, yaitu model *common effects*, model *fixed effects*, dan model *random effects* (Algifari, 2021:33). Model *common effects* berasumsi semua model regresi individu memiliki intersep dan koefisien regresi tidak berbeda. Model *fixed effects* berasumsi semua model regresi estimasi individu memiliki intersep berbeda dan koefisien regresi tidak berbeda. Model *random effects* berasumsi persamaan regresi estimasi setiap individu memiliki intersep yang berbeda dan mengandung komponen random, sedangkan koefisien regresi estimasi tidak berbeda. Pemilihan model estmasi terbaik untuk menguji hipotesis penelitian di

antara model *common effects*, model *fixed effects*, dan model *random effects* dilakukan melalui uji Chow, uji Hausman, dan uji Bruesch-Pagan Lagrange Multiplier.

HASIL PENELITIAN

Model regresi data panel seperti yang diuraikan sebelumnya menghasilkan model *common effects*, model *fixed effects*, dan model *random effects*. Langkah pertama untuk menentukan model terbaik di antara 3 model tersebut adalah melakukan uji Chow. Uji Chow dilakukan untuk menentukan model yang terbaik di antara model *common effects* dan model *fixed effects*. Hipotesis nol pada uji Chow menyatakan bahwa model *common effects* lebih baik daripada model *fixed effects*. Tabel 1 berikut ini berisi nilai statistik uji Chow.

Hasil perhitungan pada Tabel 1 menunjukkan nilai Chi-square sebesar 301,141389 dengan probabilitas adalah 0,0000. Dengan menggunakan $\alpha = 5\%$ dan *degree of freedom* adalah 34 besarnya nilai kritis Chi-square adalah 48,60. Nilai Chi-square sebesar 301,141389 lebih besar daripada nilai kritis Chi-square sebesar 48,60 dan nilai probabilitas 0,0000 kurang dari $\alpha = 5\%$ menunjukkan keputusan uji Chow adalah menolak hipotesis nol. Berdasar hasil uji Chow dapat diketahui bahwa model *fixed effects* lebih baik dibandingkan dengan model *common effects*.

Langkah ke dua adalah melakukan uji Hausman untuk menentukan model yang paling tepat untuk menguji hipotesis penelitian antara model *fixed effects* dan model *random effects*. Hipotesis nol uji Hausman menyatakan model *random effects* lebih tepat diband-

Tabel 1
Nilai Statistik Chows

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	32,715730	34,67	0,0000
Cross-section Chi-square	301,141389	34	0,0000

Sumber: Hasil perhitungan E-Views

Tabel 2
Nilai Statistik Uji Hasuman

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	12,187274	3	0,0068

Sumber: Hasil perhitungan E-Views

ingkan dengan model *fixed effects* untuk menguji hipotesis penelitian. Tabel 2 berikut ini merupakan nilai statistik uji Hausman.

Hasil perhitungannya memperlihatkan nilai Chi-square 12,187274 dengan probabilitas sebesar 0,0068. Dengan pengujian menggunakan $\alpha = 5\%$ dan degree of freedom sebesar 3 menghasilkan nilai kritis Chi-square sebesar 7,81. Nilai Chi-square sebesar 12,187274 lebih besar daripada nilai kritis Chi-square sebesar 7,81 dan nilai probabilitas 0,0068 kurang dari $\alpha = 5\%$ menunjukkan keputusan uji Hausman adalah menolak hipotesis nol. Hasil uji Hausman menunjukkan model *fixed effects* lebih baik dibandingkan dengan model *random effects*.

Model *fixed effects* meskipun konsisten, namun cenderung tidak efisien, sehingga pada model *fixed effects* masih ada kemungkinan terdapat masalah heteroskedastisitas. Model *fixed effects* perlu diidentifikasi tentang kemungkinan adanya masalah heteroskedastisitas. Langkah yang dilakukan adalah dengan perbandingan model manakah yang lebih bagus diantara model *fixed effects* pembobotan (weight) dan model *fixed effects* tanpa pembobotan (unweight). Tabel 3 berikut ini merupakan nilai statistik model *fixed effects* tanpa pembobotan dan model *fixed effects* dengan pembobotan.

Nilai statistik model *fixed effects* dengan pembobotan lebih baik daripada model *fixed effects* tanpa pembobotan. Hal ini data dilihat dari nilai R2 model *fixed effects* dengan pembobotan sebesar 0,985350 lebih tinggi daripada nilai R2 model *fixed effects* tanpa pembobotan sebesar 0,947288. Demikian juga dengan nilai F statistik model *fixed effects* dengan pembobotan

sebesar 121,7910 dengan probabilitas 0,000000 lebih tinggi daripada nilai F statistik model *fixed effects* tanpa pembobotan sebesar 32,54199 dengan probabilitas 0,000000. Nilai t statistik koefisien regresi Pertumbuhan Ekonomi dan TPT model *fixed effects* dengan pembobotan sebesar -7,102043 dan -5,519974 lebih tinggi daripada nilai statistik model *fixed effects* tanpa pembobotan sebesar -3.550656 dan -2.000220. Nilai statistik ini menunjukkan model *fixed effects* tanpa pembobotan tidak efisien, karena mengandung masalah heteroskedastisitas. Berdasarkan perbandingan nilai statistik tersebut maka pengujian terhadap ketiga hipotesis penelitian ini menggunakan model *fixed effects* dengan pembobotan.

PEMBAHASAN

Tujuan penelitian ini adalah menguji pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Tingkat Pengangguran Terbuka, dan Belanja Modal terhadap Kemiskinan di Provinsi Jawa Tengah. Hasil uji Chow dan uji Hausman memperlihatkan model yang terbaik yaitu model *fixed effects*. Model *fixed effects* masih memungkinkan terdapat masalah heteroskedastisitas, sehingga cenderung tidak efisien. Untuk mendeteksi adanya masalah heteroskedastisitas pada model *fixed effects* dilakukan dengan cara membandingkan antara model *fixed effects* tanpa pembobotan (*no weighted*) dan model *fixed effects* dengan pembobotan (*weighted*). Nilai statistik model *fixed effects* dengan pembobotan lebih baik dibandingkan model *fixed effects* tanpa pembobotan. Maka untuk menguji hipotesis penelitian menggunakan model *fixed effects* dengan pembobotan (*weighted*).

Tabel 3
Model Fixed Effects Tanpa Pembobotan dan Dengan Pembobotan

Nilai Statistik	Tanpa Pembobotan	Dengan Pembobotan
Nilai t statistic PE (Nilai Prob.)	-3.550656 (0,0007)	-7,102043 (0,0000)
Nilai t statistic TPT (Nilai Prob.)	-2.000220 (0,0495)	-5,519974 (0,0000)
Nilai t statistic LOG(BM) (Nilai Prob.)	-2.006194 (0,0489)	-3,564629 (0,0007)
Nilai F statistic (Nilai Prob.)	32,54199 (0,0000)	121,7910 (0,0000)
Koefisien Determinasi (R2)	0,947288	0,985350

Sumber: Hasil perhitungan E-Views

Hipotesis 1 menyatakan Pertumbuhan Ekonomi berpengaruh negatif terhadap Kemiskinan. Pada model fixed effects dengan pembobotan menunjukkan nilai t statistik Pertumbuhan Ekonomi sebesar -7,102043 dengan nilai probabilitas 0,0000. Nilai t kritis pada $\alpha = 5\%$ dan degree of freedom 101 yaitu 1,6600. Nilai t statistik yang bertanda negatif sebesar 7,102043 lebih besar daripada nilai t kritis sebesar 1,6600. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa H1 terbukti. Hasil penelitian ini menunjukkan tingginya pertumbuhan ekonomi berarti tingkat kemiskinan di masyarakat semakin rendah. Hal ini berarti bahwa tingkat kemiskinan kesejahteraan di masyarakat semakin membaik karena pertumbuhan ekonomi yang tinggi mengakibatkan peningkatan produksi barang dan jasa yang tinggi. Hermanto S dan Dwi W (2006) berpendapat sangat penting untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi dalam rangka menurunkan jumlah penduduk miskin, sebab cepatnya pertumbuhan ekonomi mampu mengurangi kemiskinan di daerah tertentu.

Hipotesis 2 menyatakan Tingkat Pengangguran Terbuka berpengaruh positif terhadap Kemiskinan. Pada model fixed effects dengan pembobotan menunjukkan nilai t statistik koefisien regresi TPT bertanda negatif sebesar 5,519974 dengan nilai probabilitas sebesar 0,0000. Nilai t kritis pada $\alpha = 5\%$ dan degree of freedom 101 yaitu 1,6600. Nilai t statistik yang bertanda negatif sebesar -5,519974 lebih kecil dari nilai t kritis sebesar positif 1,6600. Keputusan pada pengujian ini adalah menerima hipotesis nol yang menyatakan TPT tidak berpengaruh positif terhadap Kemiskinan. Hasil ini menunjukkan H2 tidak terbukti. Tingkat Pengangguran Terbuka tidak berpengaruh positif terhadap Kemiskinan. Hasil penelitian ini mendukung pendapat Yudha (2013) yang menyatakan bahwa seseorang yang sementara menganggur belum tentu miskin. Masyarakat yang termasuk kategori pengangguran terbuka ada beberapa macam seperti sedang mencari pekerjaan, sedang mempersiapkan usaha, sudah mendapatkan pekerjaan tapi belum bekerja, dan yang terakhir mereka yang tidak mencari pekerjaan mungkin karena merasa tidak bisa mendapatkan pekerjaan.

Hipotesis 3 menyatakan Belanja Modal berpengaruh negatif terhadap Kemiskinan. Pada model fixed effects dengan pembobotan diperoleh nilai t statistik koefisien regresi Belanja Modal sebesar -3,564629 dengan nilai probabilitasnya sebesar 0,0007. Nilai t kritis pada $\alpha = 5\%$ dan degree of freedom 101

yaitu 1,6600. Nilai t statistik yang bertanda negatif 3,564629 lebih besar daripada nilai t kritis 1,6600. Hal ini menunjukkan bahwa H3 terbukti. Belanja Modal berpengaruh negatif terhadap Kemiskinan. Belanja Modal yang tinggi dapat digunakan untuk memperbaiki infrastruktur di daerah tersebut, dengan tersedianya infrastruktur yang baik masyarakat lebih mudah beraktivitas di bidang ekonomi sehingga dapat mengurangi kemiskinan. Pemerintah pusat telah membuat program pengentasan kemiskinan yang diterapkan di berbagai daerah dan pembiayaan pelaksanaan program tersebut masih bergantung pada pemerintah pusat (Widiyanto et al., 2016).

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan sebagai berikut: (1) Pertumbuhan Ekonomi berpengaruh negatif terhadap Kemiskinan. Pertumbuhan ekonomi yang meningkat mampu menurunkan kemiskinan. (2) Koefisien regresi Tingkat Pengangguran Terbuka bertanda negatif dan signifikan. Artinya, Tingkat Pengangguran Terbuka berpengaruh negatif terhadap Kemiskinan. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa Tingkat Pengangguran Terbuka berpengaruh positif terhadap Kemiskinan. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh tidak semua masyarakat yang menganggur adalah miskin. (3) Belanja Modal mempunyai pengaruh negatif terhadap Kemiskinan. Belanja modal yang meningkat mampu menurunkan tingkat kemiskinan.

Saran

Hasil penelitian ini menunjukkan Pertumbuhan Ekonomi dan Belanja Modal berpengaruh negative terhadap Kemiskinan di Provinsi Jawa Tengah. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disarankan kepada pemerintah Provinsi Jawa Tengah menggunakan strategi peningkatan Pertumbuhan Ekonomi dan Belanja Modal untuk menurunkan Kemiskinan.

Penelitian ini mengandung beberapa keterbatasan, yaitu (1) Pada penelitian ini, Kabupaten/Kota yang diamati dan dianalisis hanya tiga tahun yakni mulai dari tahun 2017 sampai 2019. (2) Penelitian ini hanya meneliti 3 variabel yang berpengaruh pada

kemiskinan di kabupaten/kota Provinsi Jawa Tengah tahun 2017-2019, oleh sebab itu faktor lainnya tidak diungkapkan dalam penelitian ini. Berdasarkan keterbatasan tersebut, peneliti menyarankan untuk penelitian berikutnya adalah (1) menambah variabel-variabel lain yang mempengaruhi kemiskinan, seperti tingkat pendidikan, upah minimum, inflasi, dan lain-lain. (2) Untuk hasil yang lebih valid diharuskan waktunya juga panjang. (3) Data penelitian menggunakan data dari provinsi lain untuk memperoleh referensi mengenai faktor yang berpengaruh terhadap kemiskinan di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Akoum, I. F. 2008. Globalization, growth, and poverty: the missing link. *International Journal of Social Economics*.
- Alamsyah, M. F. 2021. Pengaruh Tingkat Pengangguran dan Pertumbuhan UMKM terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten/Kota Terpilih di Jawa Timur.
- Algifari. 2021. Pengolahan Data Panel untuk Penelitian Bisnis dan Ekonomi dengan EViews 11. Cetakan Pertama. UPP STIM Yogyakarta.
- Bintang, A. B. M., & Woyanti, N. 2018. Pengaruh PDRB, Pendidikan, Kesehatan, Dan Pengangguran Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Jawa Tengah (2011-2015). *Media Ekonomi dan Manajemen*, 33(1).
- Cahyat, A., Gonner, C., & Haug, M. 2007. Mengkaji kemiskinan dan kesejahteraan rumah tangga: sebuah panduan dengan contoh dari Kutai Barat, Indonesia. CIFOR.
- Darise, N. 2008. *Akuntansi Keuangan Daerah*. Jakarta: Indeks.
- Friedman, J. 1979. *Urban Poverty in America Latin, Some Theoretical Considerations*, dalam Dorodjatun Kuntjoro Jakti (ed). 1986. *Kemiskinan di Indonesia*. Yayasan Obor Indonesia. Jakarta.
- Halim, A. dan M. S. Kusufi. 2012. *Akuntansi Keuangan Daerah*. Edisi Empat. Salemba Empat. Jakarta
- Hermanto S., Dwi W. 2006, *Dampak Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Penurunan Penduduk Miskin di Indonesia: Proses Pemerataan dan Pemiskinan*, Kajian Ekonomi, Institusi Pertanian Bogor
- Jundi, M. A., & Poerwono, D. 2014. *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kemiskinan Provinsi-provinsi di Indonesia*, doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Kaligis, E. 2017. Pengaruh Belanja Modal Terhadap Kemiskinan di Minahasa Utara Melalui Pertumbuhan Ekonomi Sebagai Intervening Variabel. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 17(02).
- Kotambunan, L. 2016. Analisis Pengaruh Belanja Modal dan Indeks Pembangunan Manusia (IPM) terhadap Kemiskinan di Provinsi Sulawesi Utara (Dalam Tahun 2005-2014). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(1).
- Kraay, A. 2006. When is growth pro-poor? Evidence from a panel of countries. *Journal of development economics*, 80(1), 198-227.
- Nordiawan, Dedi. 2006. *Akuntansi Sektor Publik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nugroho, Priyo Adi. 2015. *Pengaruh PDRB, Tingkat Pendidikan, dan Pengangguran Terhadap Kemiskinan Di Kota Yogyakarta Tahun 1999-2013*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Nurlina, N., & Chaira, T. M. I. 2017. Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Distribusi Pendapatan Di Provinsi Aceh. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 1(2), 174-182.
- Panggayuh, H. 2016. Pengaruh Belanja Modal dan Investasi terhadap Pembangunan Ekonomi Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah. *Eko-Regional: Jurnal Pembangunan Ekonomi Wilayah*, 11(1).
- Primandari, N. R. 2018. Inflasi Dan Tingkat Kemiskinan Di Indonesia. *Kolegial*, 6(1), 57-67.

- Purnama, N. I. 2017. Analisis pengaruh pertumbuhan ekonomi terhadap tingkat kemiskinan di Sumatera Utara. *Jurnal Ekonomikawan*, 17(1), 163054.
- Raswita, N. P. M. E., & Utama, M. S. 2013. Analisis Pertumbuhan Ekonomi dan Ketimpangan Pendapatan Antar Kecamatan di Kabupaten Gianyar. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 2(3).
- Sendouw, Agustien, Vekie Adolf Rumat, dan Debby Ch. Rotinsulu. 2017. Pengaruh Belanja Modal, Belanja Sosial, Dan Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Kota Manado. *Jurnal Pembangunan Ekonomi Dan Keuangan Daerah*. Vol. 15 No. 5: 1 – 15.
- Soleh, A. 2014. Pertumbuhan ekonomi dan kemiskinan di Indonesia. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 2(2).
- Suharto, Edi. 2014. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sukirno, S. 2011. *Makroekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*, Jakarta. Rajawali. Pers.
- Suryawati. 2004. *Teori Ekonomi Mikro*. UPP AMP YKPN: Yogyakarta.
- Tambunan, T. T. 2001. *Perekonomian Indonesia (Teori dan Temuan Empiris)*.
- Waryanto, P. 2017. Pengaruh Belanja Modal Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Indonesian Treasury Review: Jurnal Perbendaharaan, Keuangan Negara dan Kebijakan Publik*, 2(1), 35-55.
- Widowati, A. E., Juliprijanto, W., & Destiningsih, R. 2020. Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Pengangguran Dan Jumlah Penduduk Terhadap Kemiskinan Provinsi Jawa Tengah Tahun 2001-2018. *DINAMIC: Directory Journal of Economic*, 2(1), 95-108.
- Wirawan, I Made Tony dan Sudarsana Arka. 2015. Analisis Pengaruh Pendidikan, PDRB per Kapita, dan Tingkat Pengangguran terhadap Jumlah Penduduk Miskin Provinsi Bali. *E- Jurnal EP Unud*, 4(5): 546-560.
- Yudha, Okta Ryan Pranata. 2013. Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Upah Minimum, Tingkat Pengangguran Terbuka, dan Inflasi Terhadap Kemiskinan di Indonesia Tahun 2009.
- Yuliani, T. 2015. Pertumbuhan Ekonomi dan Ketimpangan Pendapatan Antar Kabupaten di Kalimantan Timur. *JEJAK: Jurnal Ekonomi dan Kebijakan*, 8(1).
- BPS.go.id. (14 Juli 2020). Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) dan Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah 2017-2019. Diakses 20 Maret 2021 dari <https://jateng.bps.go.id/>
- BPS.go.id. (26 Februari 2021). Laju Pertumbuhan Atas Harga Konstan 2010 Menurut Kabupaten/Kota di Jawa Tengah (Persen) 2010-2020. Diakses 20 Maret 2021 dari <https://jateng.bps.go.id/>

IMPLEMENTASI PENURUNAN TARIF PAJAK BAGI UMKM DAN LAYANAN PAJAK ONLINE TERHADAP PERSEPSI KEPATUHAN WAJIB PAJAK UMKM KOTA SURAKARTA DI MASA PANDEMI COVID-19

**Siti Zulaikhah
Endah Kristiani**

Fakultas Ekonomi, Universitas Nahdlatul Ulama Surakarta
E-mail: zulaikhahsiti2018@gmail.com

ABSTRACT

One of the state revenues that provides the largest contribution comes from the tax sector, therefore the Government makes efforts to increase its tax revenues through policies that will motivate taxpayers or the public in carrying out their tax obligations. One of the government policies that benefit MSME taxpayers during the current Covid-19 pandemic is the reduction in tax rates for MSME and the use of technology in conducting online tax services starting from registration, reporting and paying taxes, this is done in the hope of increasing the perception of mandatory compliance. MSMEs tax in fulfilling their tax obligations. This study aims to analyze the implementation of reducing tax rates for MSME and online tax services on the perception of MSME taxpayer compliance in Surakarta City during the Covid 19 Pandemic. This study has the benefit of providing knowledge in the field of taxation, especially related to the awareness of MSME taxpayers in fulfilling their obligations. registering and paying taxes, especially online, which is expected to be able to provide input in an effort to make the public aware of tax compliance and as a reference in conducting further research. This study uses an explanatory research type with a quantitative approach. The sample in this study used the probability sampling method, namely the de-

termination of the sample randomly by taking several respondents as samples. Methods of collecting data by means of library research and field studies by distributing questionnaires to MSME taxpayer respondents in the city of Surakarta. Test the feasibility of the data on the data taken using the validity test and reliability test. Hypothesis testing uses multiple linear regression models, so it is necessary to test the classical assumptions first on the research data obtained. The results show that the implementation of reducing tax rates for MSME and online tax services has a significant positive effect on the perception of MSME taxpayer compliance in Surakarta City during the Covid 19 pandemic, both individually and simultaneously.

Keywords: tax rates, online tax service, taxpayer compliance, MSMEs, COVID 19

JEL classification: H21, H23

PENDAHULUAN

Pajak di Indonesia berfungsi sebagai penerimaan (*revenue*) dan pemerataan (*redistribution*). Pajak sebagai penerimaan merupakan fungsi utama dari pemungutan

pajak. Pajak merupakan sumber pendapatan negara terbesar untuk saat ini yaitu sebesar kurang lebih 70% dari total pendapatan Negara Indonesia, sehingga pajak merupakan penyokong pembiayaan kegiatan pemerintah yang meliputi belanja rutin pemerintah, pembangunan, dan pembiayaan lain-lain. Sedangkan Pajak sebagai pemerataan (*redistribution*) merupakan pajak yang di pungut oleh negara yang akan kembali di salurkan kepada masyarakat dalam bentuk fasilitas publik penunjang kelanjutan kesejahteraan masyarakat. Fungsi inilah yang seharusnya dapat menyeimbangkan kesenjangan sosial yang masih terdapat di Negara Indonesia.

Perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia yang semakin meningkat setiap tahunnya memberikan angin segar bagi sektor perekonomian. Kebangkitan ini sejalan dengan peran UMKM sebagai penopang perekonomian negara. Sebagai negara kepulauan, Indonesia perlu bekerja secara ekstra untuk bisa mencapai kesejahteraan. Kehadiran UMKM dianggap mampu meratakan perekonomian di berbagai pelosok. Masyarakat di daerah terpencil bisa memenuhi kebutuhannya tanpa perlu mengunjungi kota besar. Apalagi jumlah total UMKM di Indonesia mencapai 99,9% dari total unit usaha di Indonesia, sehingga UMKM memiliki peran besar dalam menyumbang perekonomian yang merata di Tanah Air terutama dari sektor pajak.

Pandemi COVID-19 yang mengguncang dunia sejak Maret 2020 memberikan dampak yang signifikan pada pertumbuhan ekonomi, salah satu yang terkena imbas adalah UMKM. Seiring dengan adanya transisi menuju kenormalan baru, UMKM diharapkan mampu beradaptasi dengan kondisi yang ada. Transformasi digital bisa menjadi salah satu jalan keluar. UMKM tidak perlu lagi mengandalkan kontak fisik dengan pelanggan dan beralih ke digital untuk melakukan transaksi. Menurut data dari Badan Pusat Statistik, Indonesia saat ini memiliki sekitar 64 juta UMKM namun hanya 13% saja yang sudah beralih atau terhubung ke digital. Sisanya, sekitar 87% UMKM masih mengandalkan layanan *offline* mulai dari aktivitas jual-beli, pembukuan, perpajakan, dan lain sebagainya.

Untuk mendukung keberlangsungan UMKM di Indonesia, pemerintah melalui Peraturan Pemerintah (PP) No. 23 Tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan Dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu

menurunkan pengenaan tarif PPh Final bagi pelaku UMKM dari 1% menjadi 0,5%. Penurunan tarif PPh Final bagi pelaku usaha dengan omzet sampai dengan 4,8 miliar dalam setahun ini diharapkan meningkatkan kepatuhan pajak dikarenakan masih rendahnya kesadaran pegiat UMKM untuk setor dan lapor pajak. Berdasar data 64 juta pelaku UMKM di Indonesia, hanya 2,5% yang melaporkan pajaknya.

Selain menurunkan tarif pengenaan pajak bagi UMKM, melalui pemanfaatan teknologi informasi pemerintah melakukan pembaruan pada layanan pajak yang bisa di lakukan secara *online*. Hal tersebut di harapkan mampu meningkatkan kesadaran wajib pajak UMKM dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Pemerintah melalui dirjen pajak meluncurkan aplikasi/website guna mempermudah dalam melakukan perpajakan yang akan dilakukan oleh wajib pajak. Wajib pajak bisa memanfaatkan layanan *online* tersebut yang sudah di sediakan oleh dirjen pajak guna melakukan pengurusan perpajakannya. Pemerintah melalui dirjen pajak mengeluarkan beberapa aplikasi yang nantinya bisa di maanfaatkan dan bisa mempermudah para wajib pajak dalam mengurus perpajakan yaitu aplikasi e-Faktur, e-Filling, dan e-Billing.

Dina (2020) melakukan penelitian mengenai pengaruh penurunan tarif pajak UMKM terhadap jumlah wajib pajak dan penerimaan PPh Pasal 4 ayat 2 yang dilakukan di KPP Pratama Kedaton Bandar Lampung menunjukkan bahwa penurunan tarif pajak berpengaruh terhadap tingkat jumlah wajib pajak dan penerimaan pajak di KPP Pratama Kedaton Bandar Lampung dan menurut pandangan Ekonomi Islam penurunan tarif pajak ini dirasa lebih memberikan keadilan bagi para pelaku UMKM.

Husnurrosyidah (2017) dengan penelitian mengenai pengaruh e-Filling, e-Billing dan e-Faktur terhadap Kepatuhan Pajak pada BMT Se-Kabupaten Kudus menunjukkan hasil penelitian bahwa dengan adanya e-filling, e-billing, dan e-faktur berpengaruh terhadap kepatuhan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh implementasi penurunan tarif pajak bagi UMKM terhadap persepsi kepatuhan wajib pajak UMKM Kota Surakarta di Masa Pandemi Covid 19; menganalisis pengaruh implementasi layanan pajak *online* terhadap persepsi kepatuhan wajib pajak UMKM Kota Surakarta di Masa Pandemi Covid 19, dan menganalisis pengaruh implementasi penurunan tarif pajak bagi UMKM dan layanan pajak *online* ter-

hadap persepsi kepatuhan wajib pajak UMKM Kota Surakarta di Masa Pandemi Covid 19.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Penurunan Tarif Pajak Bagi UMKM

Penurunan tarif pajak UMKM di atur dalam PP No. 23 tahun 2018 pasal 2 ayat 1 yang berbunyi (1) Atas penghasilan dari usaha yang di terima atau diperoleh wajib pajak dalam negeri yang memiliki peredaran bruto tertentu, dikenakan pajak penghasilan yang bersifat final dalam jangka waktu tertentu dan (2) Tarif pajak penghasilan yang bersifat final sebagaimana di maksud pada ayat (1) sebesar 0,5% dan tertuang juga dalam pasal 3 ayat 1 yang berbunyi (1) Wajib pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu yang di kenai pajak penghasilan final sebagaimana dimaksud dalam pasal 2 ayat 1 merupakan wajib pajak orang pribadi serta wajib pajak badan berbentuk koprasa, persekutuan komditer, firma, atau perseroan terbatas, Yang menerima atau memperoleh penghasilan dengan peredaran bruto tidak melebihi Rp. 4.800.000.000 dalam satu tahun pajak. Penelitian Dina (2020) menunjukan bahwa penurunan tarif pajak berpengaruh terhadap tingkat jumlah wajib pajak dan penerimaan pajak di KPP Pratama Kedaton Bandar Lampung.

Layanan Pajak online

Berikut layanan pajak online yang sudah ada dan berlaku di Indonesia. E-faktur merupakan aplikasi yang disediakan oleh direktorat jenderal pajak yang di gunakan untuk membuat faktur pajak secara online. E-faktur bertujuan untuk memberikan kemudahan, kenyamanan dan keamanan bagi pengusaha kena pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakan khususnya dalam pembuatan faktur pajak. E-faktur sendiri mulai di berlakukan pada 1 Juli 2014 kepada pengusaha kena pajak (PKP) tertentu. Dan pada tanggal 1 Juli 2015 pengusaha kena pajak yang terdaftar di KPP yang ada di Jawa dan Bali wajib menggunakan E-faktur. Akan tetapi pemberlakuan E-faktur secara Nasional di mulai pada tanggal 1 Juli 2016 atau dua tahun setelah aplikasi tersebut di perkenalkan kepada pengusaha. E-filling merupakan suatu proses penyampaian SPT atau pemberitahuan perpanjangan SPT tahunan yang di lakukan secara *online* dan *real time* melalui *website* atau aplikasi. E-filling mulai diluncurkan pada tahun 2004 akan tetapi pada waktu itu wajib pajak masih ter-

batas dalam melakukan pengaksesan *e-filling* tersebut, dan pada tahun 2012 wajib pajak baru dapat leluasa mengakses *e-filling* tersebut. E-billing adalah serangkaian proses yang meliputi kegiatan pendaftaran peserta *billing*, pembuatan kode, pembayaran, dan rekonsiliasi *billing* dalam system penerimaan negara. Wajib pajak yang akan melakukan pembayaran melalui *billing* harus melakukan pengisian data setoran pajak secara elektronik melalui *website* direktoral jenderal pajak <http://www.pajak.go.id/>. Wajib pajak bisa melakukan melalui bank/pos dengan cara menggunakan kode *billing* dan dalam jangka waktu 48 jam sejak diterbitkan. Apabila melewati batas waktu maka tidak dapat digunakan dalam pembayaran akan tetapi wajib pajak dapat membuat kembali kode *billing*.

Penelitian Firdaus (2019) menunjukkan bahwa kualitas sistem *e-filling* berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi dalam menyampaikan SPT Tahunan, dan persepsi kemudahan wajib pajak atas penerapan *e-filling* berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi dalam menyampaikan SPT Tahunan.

Kepatuhan Wajib Pajak

Kondisi perpajakan yang harus melibatkan banyak pihak dan menuntut keikutsertaan wajib pajak dalam menyelenggarakan perpajakan membutuhkan kepatuhan wajib pajak yang tinggi, yaitu dalam hal pemenuhan perpajakan sesuai dengan kebenaran. Kepatuhan memenuhi kewajiban perpajakan secara sukarela (*voluntary of compliance*) merupakan tulang punggung *self assesment system*, dimana wajib pajak bertanggung jawab menetapkan sendiri kewajiban perpajakan kemudian secara akurat dan tepat waktu dalam membayar dan melaporkan pajaknya. Kepatuhan merupakan motivasi seseorang atau kelompok untuk berbuat sesuai peraturan yang sudah di tetapkan. Dalam perpajakan kepatuhan yang di maksud sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku dalam hal ini adalah seorang yang patuh akan perundang-undangan mengenai perpajakan.

Gunadi (2005) menjelaskan bahwa kepatuhan pajak (*tax compliance*) adalah wajib pajak mempunyai kesediaan untuk memenuhi kewajiban pajaknya sesuai dengan aturan yang berlaku tanpa perlu diadakannya pemeriksaan, investigasi seksama, peringatan ataupun ancaman, dalam penerapansanksi baik hukum maupun administrasi. Yusro dan , Wachidatul (2014) menyebut-

kan bahwa wajib pajak bertanggung jawab menetapkan sendiri kewajiban pajaknya dan kemudian secara akurat dan tepat waktu membayar dan melaporkan pajak tersebut.

Pengaruh Penurunan Tarif Pajak Bagi UMKM Terhadap Persepsi Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tambun (2019) menyatakan bahwa penurunan tarif pajak UMKM berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Berdasar penjelasan tersebut, maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

H₁: Penurunan Tarif Pajak Bagi UMKM berpengaruh positif signifikan terhadap Persepsi Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Pengaruh Layanan Pajak On Line Terhadap Persepsi Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Hasil penelitian (Yusuf & Saputra (2018) menunjukkan bahwa layanan pajak *online* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak pribadi. Berdasar penjelasan tersebut, maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

H₂: Layanan Pajak *Online* berpengaruh positif signifikan terhadap Persepsi Kepatuhan Wajib Pajak UMKM

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan penelitian korelasional (*correlational research*). Sumber data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer. Data primer diperoleh melalui pengisian kuesioner yang disebar secara langsung ke wajib pajak UMKM di Kota Surakarta di Masa Pandemi Covid 19. Populasi dalam penelitian adalah wajib pajak UMKM di kota Surakarta. Pemilihan sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan cara probability sampling yaitu teknik pengambilan sampel penelitian secara acak.

Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu kepatuhan pajak. Kepatuhan wajib pajak adalah keadaan dimana wajib pajak memenuhi semua kewajiban perpajakan dan melaksanakan hal perpajakan. Variabel independen dalam penelitian ini adalah penurunan tarif pajak bagi UMKM, dan layanan pajak online yang meliputi *e-faktur*, *e-filling*, dan *e-billing* yaitu Penurunan Tarif Pajak bagi UMKM (X_1) dan

Layanan Pajak Online (X_2).

Teknik analisis data meliputi Uji Validitas dan Uji Reliabilitas. Untuk mengetahui apakah suatu instrumen valid atau tidak, maka dilakukan dengan melihat nilai signifikan, jika signifikan $< 0,50$ (5%) maka instrumen tersebut dinyatakan valid. namun jika jumlahnya lebih besar dari 0,05 maka tidak dinyatakan valid. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha Coefficient* lebih dari 0,70 hal ini sesuai dengan yang disampaikan (Ghozali, 2016). Berdasarkan pada hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini dinyatakan Valid dan Reliabel atau andal, sehingga data yang diperoleh dapat dianalisis lebih lanjut. Analisis deskriptif dilakukan untuk menunjukkan karakteristik dan profil responden dalam penelitian ini. Responden dalam penelitian adalah UMKM di Kota Surakarta yang masih aktif beroperasi di masa pandemi Covid 19. Profil dari responden berdasarkan jenis kelamin, jenis usaha dan jumlah omset.

Penelitian ini menggunakan analisis data dengan regresi linier berganda. Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio. Uji asumsi klasik atau uji prasyarat dibutuhkan jika penelitian menggunakan metode parametrik. Uji asumsi klasik meliputi : Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas dan Uji Heterokedastisitas.

Koefisien Determinan R^2 digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2016), nilai koefisien determinasi adalah antara nol atau satu, apabila R^2 kecil maka kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen terbatas dan apabila nilai R^2 mendekati satu maka variabel independen hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Uji Hipotesis dalam penelitian dilakukan melalui Uji t untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen/bebas berpengaruh terhadap variabel dependen/terikat, dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Dasar pengambilan keputusan adalah: H_0 ditolak atau H_a diterima jika nilai signifikan t atau p value $< 5\%$. Uji F untuk mengetahui kualitas model.

HASIL PENELITIAN

Hasil Uji Validitas pernyataan bisa dikatakan valid apabila nilai r hitung lebih dari r tabel atau dengan signifikansi sebesar 0,05. Dengan ketentuan n (jumlah responden) adalah 110 responden, jadi besarnya $df=110-2=108$ dengan sig. 0,05 (5%) maka didapat r tabel = 0,195. Dari hasil Uji Validitas yang di peroleh menunjukkan bahwa semua variabel penurunan tarif pajak bagi UMKM, dan layanan pajak online dan kepatuhan wajib pajak lebih besar dari r tabel. Hasil Uji Reliabilitas bisa dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha Coefficient* lebih dari 0,70. Dari hasil Uji Reliabilitas yang dilakukan menunjukkan bahwa semua jawaban item kuesioner reliabel karena nilai *Cronbach Alpha Coefficient* lebih besar dari 0,70. Berdasarkan output hasil penelitian menggunakan SPSS dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini dinyatakan Valid dan Reliabel atau andal, sehingga data yang diperoleh dapat dianalisis lebih lanjut.

Berdasar analisis deskriptif yang dilakukan untuk menunjukkan karakteristik dan profil responden. Hasil persentase dari jenis kelamin menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan sebesar 54,2% dan laki-laki sebesar 45,8%, jenis usaha mayoritas adalah perdagangan kuliner sebesar 55,2% dan jasa sebesar 44,8% dan omset usaha kurang dari 4 milyar sebesar 89,1%, lebih dari 4 milyar sebesar 10,9%. Hasil uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikoleniaritas. Hasil uji normalitas menunjukkan hasil output bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,99 atau lebih besar dari 0,05, jadi dapat disimpulkan bahwa residual dinyatakan memenuhi asumsi normal. Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan nilai variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, hal ini ditunjukkan dari nilai signifikan dari output $X_1=0,19$ dan $X_2 = 79$ atau dapat dikatakan diatas 0,05 atau 5% sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas atau variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Hasil uji multikoleniaritas menunjukkan hasil perhitungan nilai tolerance setiap variabel sebesar 0,968 atau lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF (Variance Inflating Factor) setiap variabel 1,033 atau kurang 10, jadi dapat disimpulkan tidak ada multikoleniaritas.

Uji koefisien Determinasi (R^2) yaitu pengujian

untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dari hasil output menunjukkan nilai adjusted R^2 adalah 0,896, hasil tersebut menunjukkan variasi variabel independen dalam mempengaruhi model persamaan regresi adalah sebesar 89,6% dan sisanya sebesar 10,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan kedalam model regresi.

PEMBAHASAN

Uji hipotesis dengan Uji t dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengaruh secara individual ditunjukkan dari nilai signifikansi Uji t , jika nilai signifikansi Uji $t < 0,05$ artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara individual masing-masing variabel. Penurunan tarif pajak bagi UMKM (X_1), hasil output perhitungan dari variabel penurunan tarif pajak bagi UMKM menunjukkan t_{hitung} sebesar 14,754 dengan sig 0,000, dikarenakan nilai $t_{hitung} 14,754 > t_{tabel} 1,982$ dan nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_1 diterima. Penelitian membuktikan bahwa variabel penurunan tarif pajak bagi UMKM berpengaruh secara positif signifikan terhadap Persepsi Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan hal ini menunjukkan bahwa semakin kecil tarif pajak bagi UMKM maka semakin besar kesadaran wajib pajak UMKM untuk membayar pajak atau semakin tinggi tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Persepsi dari responden wajib pajak UMKM merasa terbantuan dengan penurunan tarif pajak bagi UMKM otomatis pengeluaran untuk pajak menurun sehingga tidak mengurangi laba terlalu banyak terutama disaat pandemi Covid 19 sekarang ini. Melalui pengamatan lapangan yang dilakukan oleh peneliti lebih dari 85% responden menjawab setuju atas indikator sikap wajib pajak UMKM setelah adanya peraturan penurunan tarif pajak bagi UMKM terutama di masa pandemi Covid 19. Sebagian besar responden wajib pajak UMKM dimasa pandemi Covid 19 semakin patuh setelah adanya peraturan terbaru mengenai penurunan tarif pajak bagi UMKM.

Layanan pajak *online* (X_2), hasil output perhitungan dari variabel layanan pajak online menunjukkan t_{hitung} sebesar 5,186 dengan sig. 0,000, dikarenakan nilai $t_{hitung} 5,186 > t_{tabel} 1,982$ dan nilai sig $0,000 <$

0,05, maka H_2 diterima. Penelitian membuktikan bahwa variabel layanan pajak *online* berpengaruh secara positif signifikan terhadap Persepsi Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. Berdasarkan analisis yang dilakukan hal ini menunjukkan bahwa semakin mudahnya layanan pajak *online* yang diberikan oleh kantor pajak melalui aplikasi E-faktur, E-filling, dan E-billing semakin menumbuhkan kepatuhan wajib pajak UMKM terutama disaat pandemi Covid 19 seperti sekarang ini dimana semua masyarakat diharapkan melaksanakan *Social Distancing* untuk meminimalisir penularan wabah covid 19. Melalui pengamatan lapangan yang dilakukan oleh peneliti jawaban responden yang mengatakan setuju sebesar 55% dan sangat setuju sebesar 32% atas indikator sikap wajib pajak UMKM terhadap layanan pajak *online* yang berlaku di masa pandemi Covid 19 sekarang ini. Layanan pajak *online* yang ada menguntungkan wajib pajak UMKM dari segi kemudahan, lebih efisien dari segi waktu dan efektif terutama dimasa pandemi covid 19 yang masyarakat diharapkan tidak banyak melakukan aktifitas kerumuman. Dengan adanya layanan pajak *online* mampu meningkatkan kepatuhan wajib pajak UMKM dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya terutama di masa pandemi covid 19.

Berdasar Uji F diperoleh F_{tabel} sebesar 3,08. Hasil output perhitungan menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 46,68 dengan probabilitas signifikan sebesar 0,00, dikarenakan nilai F_{hitung} 46,68 > F_{tabel} 3,08 dan nilai sig 0,00 < 0,05, maka H_3 diterima. Penelitian membuktikan bahwa model Penurunan Tarif Pajak dan Layanan Pajak *Online* berkualitas. Berdasar analisis yang menunjukkan Penurunan Tarif Pajak dan Layanan Pajak *Online* berpengaruh positif signifikan terhadap Persepsi Kepatuhan Wajib Pajak UMKM maka menunjukkan bahwa dengan adanya penurunan tarif wajib pajak UMKM dan layanan pajak *online* adalah solusi yang sangat membantu bagi wajib pajak UMKM dalam memenuhi kewajiban perpajakannya sehingga secara langsung meningkatkan persepsi kepatuhan wajib pajak UMKM di masa pandemi Covid-19 seperti sekarang ini.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode

kuantitatif dan melakukan uji data menggunakan analisis regresi berganda linier. Berdasarkan hasil pengamatan, pengujian penelitian dan pembahasan mengenai analisis implementasi penurunan tarif pajak bagi UMKM, dan layanan pajak *online* terhadap persepsi kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Surakarta di masa Pandemi Covid 19 maka kesimpulan yang dapat disampaikan sebagai berikut. Variabel implementasi penurunan tarif pajak bagi UMKM berpengaruh secara positif signifikan terhadap persepsi kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Surakarta di masa pandemi Covid 19. Variabel implementasi layanan pajak *online* berpengaruh secara positif signifikan terhadap persepsi kepatuhan wajib pajak UMKM di Kota Surakarta di masa pandemi Covid 19.

Saran

Penelitian berikutnya diharapkan mampu memberikan hasil yang berkualitas dengan mempertimbangkan saran, yaitu penelitian berikutnya sebaiknya menambahkan beberapa variabel yang bisa digunakan dalam menjelaskan mengenai persepsi kepatuhan wajib pajak UMKM seperti sanksi perpajakan dan sosialisasi perpajakan. Penelitian berikutnya sebaiknya mengambil sampel penelitian yang lebih besar dan lebih luas sehingga mampu menggambarkan kondisi wajib pajak UMKM secara umum. Penelitian berikutnya sebaiknya dilakukan perbandingan mengenai kondisi sebelum pandemi Covid 19 dan masa pandemi Covid 19.

DAFTAR PUSTAKA

- Firdaus, A. S. 2019. *Penerapan E-Filing Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Dalam Penyampaian SPT Tahunan (Studi Kasus Pada KPP Pratama Pamekasan)*. Universitas Airlangga.
- Ghozali, I. 2016. *No Title Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Universitas Diponegoro Semarang.
- Husnurrosyidah, H. 2017. Pengaruh E-Filing, E-Billing Dan E-Faktur Terhadap Kepatuhan Pajak Pada Bmt Se-Kabupaten Kudus. *Jurnal Anal-*

isa Akuntansi Dan Perpajakan, 1(1), 97–106.
<https://doi.org/10.25139/jaap.v1i1.99>.

Pratiwi Dina. 2020. Pengaruh Penurunan Tarif Pajak UMKM Terhadap Jumlah Wajib Pajak Dan Penerimaan PPH Pasal 4 Ayat 2 (Studi Pada Wajib Pajak Yang Terdaftar di KPP Pratama Kedaton). In *Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Ramdan, A. N. 2017. Pengaruh Perubahan Tarif, Metode Penghitungan dan Modernisasi Sistem Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM Dengan Keadilan Pajak Sebagai Variabel Moderasi Pada UMKM Di Kota Makassar. In *Universitas Islam Negeri Alauddin, Makassar* (Vol. 53, Issue 9). Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.

Tambun, S. ; R. S. B. 2019. *Jurnal Media Akuntansi Perpajakan*, 4(1), 45–52. <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/MAP/article/view/4203/1652#>.

Yusro, Heny Wachidatul, K. 2014. Pengaruh Tarif Pajak, Mekanisme Pembayaran Pajak Dan Kesadaran Membayar Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm Di Kabupen Jepara. *Accounting Analysis Journal*, 3(4), 429–436. <https://doi.org/10.15294/aaj.v3i4.4201>.

Yusuf, E. R., & Saputra, P. H. 2018. Pengaruh Layanan Pajak Online Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pribadi (Studi Empiris Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kota Samarinda). In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.

ILUSI FISKAL DAN PENGARUHNYA TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DAN KEMISKINAN PADA KABUPATEN/KOTA DI PROVINSI JAWA TENGAH TAHUN 2015-2018

Agustin Fidiastuti
Rudy Badrudin

E-mail: rudy.badrudin@stieykpn.ac.id

ABSTRACT

This study aims to identify the phenomenon of fiscal illusion on the effect of Regional Taxes, Revenue Sharing Funds (DBH), General Allocation Funds (DAU) on Capital Expenditures and their effects on Economic Growth and Poverty in Regencies/Cities in Central Java Province in 2015 -2018. The type of data used is secondary data. The research object includes 35 regencies/cities in Central Java Province with data sources obtained from the Budget Realization and Economic Growth and Poverty data in 29 Regencies and 6 Cities in Central Java Province 2015-2018. The analytical method used is Partial Least Square analysis. The results showed that (1) Regional Taxes had a positive and significant effect on Capital Expenditures (2) Profit Sharing Funds (DBH) had positive and significant effects on Capital Expenditures (3) General Allocation Funds (DAU) had positive and significant effects on Capital Expenditures (4) Capital Expenditures have a positive but not significant effect on Economic Growth (5) Economic Growth has a positive and significant effect on Poverty (6) There is no fiscal illusion phenomenon on the effect of Regional Taxes, DBH, DAU on Capital Expenditures (7) Capital expenditures that do not occur illusions fiscal has a positive but not significant effect on economic growth and poverty in the Regency/City of Central Java Province in 2015-2018.

Keywords: regional taxes, revenue sharing funds, general allocation funds, capital expenditures, economic growth, poverty

JEL classification: H72, I32, R11

PENDAHULUAN

Gejolak Sosial-Politik yang dialami Negara Indonesia pada tahun 1997, dan pada puncaknya permasalahan tersebut mampu meruntuhkan orde baru yang telah berkuasa selama 32 tahun. Berakhirnya orde baru memunculkan sebuah permasalahan yaitu sistem ketatanegaraan yang bersifat sentralisasi dianggap buruk. Dikarenakan menyebabkan terjadinya ketimpangan pembangunan yang ada di daerah dibandingkan dengan di kota.

Diterbitkannya UU No.22 Tahun 1999 tentang Pemerintah Daerah yang kemudian diamandemen menjadi UU No. 32 Tahun 2004 dan yang terakhir menjadi UU No. 23 Tahun 2004. Diterbitkannya UU tersebut menjadi tanda berubahnya sistem ketatanegaraan dari yang bersifat sentralisasi menjadi desentralisasi. Tujuannya adalah meningkatkan partisipasi pemerintah daerah dalam pembangunan nasional dan penyelenggaraan pemerintahan. Selain itu, untuk mengatasi

berbagai permasalahan daerah salah satunya yaitu masalah kemiskinan. Kemiskinan menjadi masalah yang dihadapi oleh setiap negara. Hal ini menjadi alasan terkadang suatu negara merasa kesulitan dalam menerapkan strategi pembangunannya (Rini *et al.*, 2016).

Upaya penurunan tingkat kemiskinan salah satunya melalui peningkatan pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi yang meningkat di suatu daerah akan berdampak pada peningkatan PDRB perkapita dalam waktu berkelanjutan akan menuju pada kesejahteraan masyarakat sehingga mengarah kepada penurunan tingkat kemiskinan. Upaya peningkatan pertumbuhan ekonomi dapat dilakukan melalui alokasi belanja daerah. Pengalokasian belanja daerah yang sesuai dengan prioritas dan kebutuhan daerah dapat berdampak pada peningkatan pertumbuhan ekonomi. Belanja daerah dapat didanai melalui Pajak Daerah, Dana Bagi Hasil, dan Dana Alokasi Umum yang dapat dijadikan sebagai sumber pendanaan daerah. Namun, permasalahan muncul ketika penerimaan daerah tidak berdampak terhadap pengeluaran daerah. Saat kondisi seperti ini menurut Worthington & Dollery (1999) disebut dengan fenomena ilusi fiskal (*fiscal illusion*). Secara logika besarnya penerimaan daerah harus sama dengan pengeluaran daerah.

Berkaitan dengan objek penelitian berdasarkan data pertumbuhan penduduk tahun 2015-2018 Provinsi Jawa Tengah menempati posisi ketiga sebagai provinsi dengan pertumbuhan penduduk tertinggi Se-Pulau Jawa setelah sebelumnya Provinsi Jawa Barat dan Provinsi Jawa Timur. Namun, berdasarkan persentase penduduk miskin tahun 2015-2018 Provinsi Jawa Tengah memiliki persentase penduduk miskin yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan Provinsi Jawa Barat dan Provinsi Jawa Timur yang memiliki pertumbuhan penduduk yang lebih tinggi tetapi persentase penduduk miskin jauh lebih rendah.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Teori Keagenan

Teori keagenan merupakan teori yang membahas antara *agent* dengan *principal* yang bekerja sama dalam satu kontrak. Masalah keagenan muncul ketika terdapat perbedaan tujuan antara *agent* dengan *principal* (Godfrey, 2009:362). Fokus utama dalam teori keagenan ini terdapat pada asimetris informasi.

Hal ini disebabkan karena hanya *agent* saja yang terlibat sebagai penyedia layanan serta yang mengetahui informasi secara keseluruhan. Menurut Bergman & Lane (1990), kerangka kerja hubungan *principal* dan *agent* merupakan pendekatan yang dapat digunakan untuk menganalisis implementasi kebijakan publik. Dalam konteks penelitian ini, hubungan keagenan ditunjukkan pada Pemerintah Daerah yang berperan sebagai *agent* dan rakyat yang berperan sebagai *principal*.

Teori Pembangunan dan Pertumbuhan Ekonomi

Adam Smith (1776), berpendapat mengenai proses pertumbuhan ekonomi yang dibagi menjadi dua aspek utama. Pertama, pertumbuhan total *output* yang terdiri dari SDA yang tersedia, sumber daya insani, serta persediaan barang modal yang ada. Aspek kedua adalah pertumbuhan penduduk (Arsyad, 2010:55-56).

Sollow-Swan (1957), berpendapat bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pertumbuhan dan pembangunan ekonomi. Faktor tersebut yaitu bertambahnya faktor demografi, tenaga kerja, jumlah modal dan tingkat peradaban teknologi. Teori pertumbuhan dan pembangunan ini sering disebut teori Neo-Klasik yang ditentukan oleh fungsi produksi yang didukung oleh Charles Cobb dan Paul Douglas. Teori pertumbuhan dan pembangunan ekonomi yang dikemukakan oleh Harrod-Domar. Merupakan pengembangan atas dua teori yaitu teori yang dikemukakan oleh Roy F. Harrod pada tahun 1939 yang berpendapat dalam *Economic Journal* sedangkan Domar juga berpendapat dalam jurnal *American Economic Review* pada tahun 1947. Teori Harrod- Dommar berfokus pada analisis perekonomian yang mampu tumbuh dan berkembang pada jangka panjang (Sukirno, 2006:255).

Teori pertumbuhan dan pembangunan ekonomi oleh Nicholas Kaldor. Teori ini membagi masyarakat menjadi dua kelompok yaitu masyarakat kelompok kapitalis dan masyarakat kelompok buruh (Djojohadikusumo, 1994:49-52). Selain membagi masyarakat menjadi dua kelompok, Nicholas Kaldor juga mengatakan jika dalam kelompok masyarakat dapat dibedakan dengan memandang daerah penduduk dan sektor pekerjaan yang dilakukan. Kelompok masyarakat tersebut yaitu penduduk perkotaan (jasa/industri) dan penduduk pedesaan (pertanian).

Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD)

APBD merupakan suatu rencana kerja pemerintah

daerah yang dinyatakan dalam satuan uang berkaitan dengan pendapatan dan belanja pada pemerintah daerah. Rencana kerja ini dijalankan baik pemerintah provinsi, kabupaten/kota yang memiliki masa kurun waktu satu tahun untuk mencapai sasaran pembangunan. Proses penyusunan APBD suatu daerah harus mendapat persetujuan dari DPRD yang diatur dalam peraturan perundang-undangan (Badrudin, 2017:98).

Pajak Daerah

Pajak daerah merupakan sumber pendapatan bagi pemerintah daerah otonom. Pajak daerah termasuk ke dalam faktor keuangan yang memberi dampak terhadap anggaran belanja suatu daerah guna penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan daerah. Implementasi pajak daerah ini dilakukan dengan memungut, mengelola, dan menetapkan tarif. Merujuk pada UU No. 28 Tahun 2009, Pajak Daerah adalah iuran wajib yang dibayarkan oleh perorangan atau badan kepada daerah yang sifatnya memaksa dan tidak dikompensasikan secara langsung sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat di daerah tersebut demi menciptakan rakyat yang makmur, adil dan merata. Pajak Daerah ini dapat dipungut oleh Provinsi maupun kabupaten/kota yang sama-sama bertujuan untuk membiayai kebutuhan daerah.

Dana Bagi Hasil

Dana Bagi Hasil (DBH) adalah dana yang berasal dari alokasi dana APBN pemerintah pusat diberikan kepada pemerintah daerah berdasarkan angka persentase tertentu. DBH digunakan untuk membiayai kebutuhan daerah sehingga termasuk faktor yang mempengaruhi belanja daerah (Badrudin, 2017:55-56). DBH ini bersumber dari pajak maupun non pajak. DBH yang berasal dari pajak meliputi: Pajak Bumi dan Bangunan (PBB), PPh pasal 21, PPh pasal 25, PPh pasal 29 WPODN. Sedangkan DBH yang berasal dari non pajak (SDA) meliputi: kehutanan, pertambangan, perikanan, peternakan. Angka persentase penerimaan DBH dipengaruhi oleh faktor potensi SDA yang dimiliki daerah bersangkutan. Daerah yang memiliki potensi SDA yang melimpah akan mendapatkan angka persentase penerimaan DBH yang lebih besar dibandingkan daerah yang memiliki SDA yang sedikit.

Dana Alokasi Umum

Dana Alokasi Umum (DAU) adalah dana yang berasal dari pengalokasian APBN sebagai wujud pelaksanaan desentralisasi yang bertujuan untuk mengurangi ketidakseimbangan horizontal antar pemerintah daerah (Siregar, 2017:83-84). Pengalokasian DAU ini bersifat *block grant* atau wewenang pengalokasian diserahkan sepenuhnya kepada pemerintah daerah guna membiayai kebutuhan daerahnya. Pengalokasian DAU oleh pemerintah pusat kepada pemerintah daerah memperhatikan faktor kebutuhan fiskal dan potensi fiskal daerah bersangkutan. Daerah dengan kebutuhan fiskal kecil tetapi potensi fiskal lebih besar akan menerima DAU yang relatif kecil. Sedangkan pada saat yang sama, daerah dengan kebutuhan fiskal besar namun potensi fiskal rendah akan menerima pengalokasian DAU yang relatif lebih besar. DAU yang diterima oleh pemerintah daerah digunakan untuk membiayai seluruh belanja yang berkaitan dengan pelayanan publik.

Belanja Daerah

Bersumber UU No. 33 Tahun 2004 dan Permendagri No. 13 Tahun 2006, Belanja Daerah merupakan seluruh biaya yang dikeluarkan melalui kas daerah pada periode tahun yang bersangkutan yang berdampak pada kekayaan pemerintah daerah yang berkurang. Belanja daerah ini dirinci sesuai dengan kepentingan pemerintah daerah, organisasi atau kegiatan lain yang ada di daerah. Belanja daerah ini juga sebagai penentu peningkatan pertumbuhan ekonomi daerah bersangkutan (Chritina *et al.*, 2019). Merujuk Permendagri No. 59 tahun 2007 Pengalokasian belanja daerah meliputi: belanja langsung dan belanja tidak langsung

Teori Kemiskinan

Kemiskinan memperlihatkan standar yang dihasilkan atas kondisi seseorang atau sekelompok orang dalam mempertahankan kehidupan yang tidak mampu memenuhi hak dasarnya (Kuncoro, 2006:112-117). Hak dasar itu saling mengikat satu sama lain, salah satu hak dasar yang tidak terpenuhi akan mempengaruhi pemenuhan hak yang lain. Dalam hal ini pertama adalah sandang, pangan, papan, kesehatan yang tidak mampu terpenuhi. Kedua, hak memperoleh pendidikan, ketidakmerataan distribusi pendapatan, fasilitas sosial yang jauh dari kata layak. Ketiga, tatanan sosial yang tidak adil yang ikut melanggengkan kemiskinan.

Teori Ilusi Fiskal

Ilusi fiskal pertama kali dikemukakan oleh seorang ekonom Italia yaitu Amilcare Puvlani (1903) fenomena itu terjadi saat pembuatan keputusan dengan merencanakan laporan yang bertujuan untuk mendapatkan kontribusi yang besar dari masyarakat melalui pajak daerah dan retribusi daerah serta kontribusi pemerintah pusat melalui dana perimbangan untuk mendapatkan dana melebihi dari yang dibutuhkan. Menurut Worthington & Dollery (1999), indikasi fenomena ilusi fiskal terjadi ketika penerimaan daerah tidak berdampak terhadap pengeluaran daerah. Hal itu disebabkan karena kelebihan dana yang diperoleh tersebut tidak dialokasikan dengan baik oleh pemerintah daerah guna meningkatkan pengalokasian belanja daerah. Adanya ilusi fiskal ini akan berpengaruh bagi perekonomian suatu daerah. Ilusi fiskal akan menghambat proses peningkatan pertumbuhan ekonomi pada daerah yang bersangkutan. Terhambatnya proses pertumbuhan ekonomi akan berakibat pada sulitnya mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Keadaan tidak terwujudnya kesejahteraan masyarakat akan menimbulkan kesenjangan sosial pada kehidupan masyarakat yang mengakibatkan bertambahnya angka kemiskinan di daerah tersebut.

Pengaruh Pajak Daerah terhadap Belanja Daerah

Beberapa penelitian sebelumnya tentang pengaruh pajak daerah terhadap belanja daerah dilakukan oleh Arthur Simanjuntak (2019), Rubiyanto (2019) dan Abbas *et al.* (2020) menemukan bahwa pajak daerah berpengaruh positif dan signifikan terhadap belanja daerah. Berdasar paparan yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat dinyatakan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Pajak Daerah berpengaruh positif terhadap Belanja Daerah Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah tahun 2015-2018

Pengaruh Dana Bagi Hasil terhadap Belanja Daerah

Beberapa penelitian sebelumnya tentang pengaruh DBH terhadap belanja daerah yang dilakukan oleh Murniasih & Mulyadi (2011), Ernayani (2017), dan Mulyati & Yusriadi (2017), yang menemukan bahwa DBH secara signifikan berpengaruh positif terhadap belanja daerah. Berdasar paparan yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat dinyatakan hipotesis sebagai berikut:

H₂: Dana Bagi Hasil berpengaruh positif terhadap Belanja Daerah Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah tahun 2015-2018

Pengaruh Dana Alokasi Umum terhadap Belanja Daerah

Beberapa penelitian sebelumnya tentang pengaruh DAU terhadap belanja daerah dilakukan oleh Pratami & Dwirandra (2017), Liando & Hermanto (2017) dan Arni & Suardana (2018), yang menemukan bahwa DAU secara signifikan berpengaruh positif terhadap belanja daerah. Berdasar paparan yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat dinyatakan hipotesis sebagai berikut:

H₃: Dana Alokasi Umum berpengaruh positif terhadap Belanja Daerah Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah tahun 2015-2018

Pengaruh Belanja Daerah terhadap Pertumbuhan Ekonomi

Beberapa penelitian sebelumnya tentang pengaruh belanja daerah terhadap pertumbuhan ekonomi dilakukan oleh Rubidno & Sasana (2015) Deviani (2016), Putri (2016), Deswanto *et al.* (2017) dan Chamdani (2019), tentang pengaruh Belanja daerah terhadap pertumbuhan ekonomi yang menemukan bahwa belanja daerah secara signifikan berpengaruh positif terhadap Pertumbuhan Ekonomi. Berdasar paparan yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat dinyatakan hipotesis sebagai berikut:

H₄: Belanja Daerah berpengaruh positif terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah tahun 2015-2018

Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi terhadap Kemiskinan

Beberapa penelitian sebelumnya tentang pengaruh pertumbuhan ekonomi terhadap kemiskinan dilakukan oleh Wahyudi & Rejekingsih (2015), Rini *et al.* (2016) dan Romi & Umiyati (2018) tentang pengaruh pertumbuhan ekonomi terhadap Kemiskinan yang menemukan bahwa Pertumbuhan ekonomi secara signifikan berpengaruh negatif terhadap kemiskinan. Berdasar paparan yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat dinyatakan hipotesis sebagai berikut:

H₅: Pertumbuhan Ekonomi berpengaruh negatif terhadap Kemiskinan di Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah tahun 2015-2018

Penelitian ini menggunakan unit analisis pemerintah kabupaten/kota di Provinsi Jawa Tengah dengan jenis penelitian merupakan penelitian kuantitatif meliputi seluruh kabupaten/kota di Provinsi Jawa Tengah tahun 2015-2018. Metode Sampling yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* yaitu dengan meneliti keseluruhan yang ada di populasi untuk diteliti sesuai dengan tujuan penelitian. Sampel yang digunakan dengan karakteristik seluruh Kabupaten/kota di Provinsi Jawa Tengah tahun 2015- 2018. Jumlah data yang diteliti adalah 140 data (29 Kabupaten dan 6 Kota dalam kurun waktu 4 tahun).

HASIL PENELITIAN

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif ini diolah dengan *Microsoft Excel 2013* dan mendapatkan hasil yang terdapat di tabel 1 sebagai berikut:

Berdasar Tabel 1, Variabel Pajak Daerah memiliki nilai maksimum sebesar Rp1.331.817.746.450 diperoleh Kota Semarang tahun 2018 dan nilai minimum sebesar Rp25.974.837.133 diperoleh Kota Magelang tahun 2016 serta rata-rata sebesar Rp118.688.529.350 dan Standar Deviasi sebesar Rp185.107.209.999,62. Hal itu mengindikasikan bahwa pajak daerah rendah pada Kabupaten/Kota di Jawa Tengah dalam kurun waktu 2015-2018.

Variabel DBH memiliki nilai maksimum sebesar Rp246.044.588.085 dimiliki Kota Kudus tahun 2017 dan nilai minimum sebesar Rp18.772.034.465 dimiliki Kota Magelang tahun 2015 serta nilai rata-rata sebesar Rp48.634.281.507 dan standar deviasi sebesar Rp40.227.607.099,20. Hal itu mengindikasikan bahwa Dana Bagi Hasil rendah pada Kabupaten/Kota di Jawa

Tengah dalam kurun waktu 2015-2018.

Variabel DAU memiliki nilai maksimum sebesar Rp2.276.872.960.000 dimiliki Kota Pemalang tahun 2017 dan nilai minimum sebesar Rp400.176.755.000 dimiliki Kota Salatiga 2017 dan rata-rata sebesar Rp959.475.166.606 dan standar deviasi sebesar Rp289.973.843.932,83. Hal itu mengindikasikan bahwa Dana Alokasi Umum rendah pada Kabupaten/Kota di Jawa Tengah dalam kurun waktu 2015-2018. Variabel Belanja Daerah memiliki nilai maksimum sebesar Rp4.506.407.629.744 dimiliki Kota Semarang tahun 2018 dan nilai minimum sebesar Rp673.865.039.498 dimiliki Kota Salatiga tahun 2015 serta nilai rata-rata sebesar Rp2.021.533.171.110 dan standar deviasi Rp644.090.858.163,22. Hal itu mengindikasikan bahwa Belanja Daerah tinggi pada Kabupaten/Kota di Jawa Tengah dalam kurun waktu 2015-2018.

Variabel Pertumbuhan Ekonomi memiliki nilai maksimum sebesar Rp 23,54% di Kabupaten Blora dan nilai minimum sebesar 2,54% pada Kabupaten Kudus tahun 2016 serta nilai rata-rata sebesar 5,54% dan standar deviasi sebesar 1,66%. Hal itu mengindikasikan mengindikasikan bahwa Pertumbuhan Ekonomi rendah pada Kabupaten/Kota di Jawa Tengah dalam kurun waktu 2015-2018.

Variabel Kemiskinan memiliki nilai maksimum sebesar 21,45% dimiliki Kabupaten Wonosobo tahun 2016 dan nilai minimum sebesar sebesar 4,14% dimiliki Kota Semarang tahun 2018 serta nilai rata-rata sebesar 12,29% dan standar deviasi sebesar 4,09%. Hal itu mengindikasikan bahwa tingkat Kemiskinan Kabupaten/Kota di Jawa Tengah tahun 2015-2018 tergolong mendekati rata-rata.

Tabel 1
Analisis Deskriptif

	N	Maksimum	Minimum	Rata-Rata	Standar Deviasi
PD (Rp)	140	1.331.817.746.450	25.974.837.133	118.688.529.350	185.107.209.999,62
DBH (Rp)	140	246.044.588.085	18.772.034.465	48.634.281.507	40.227.607.099,20
DAU (Rp)	140	2.276.872.960.000	400.176.755.000	959.475.166.606	289.973.843.932,83
BD (Rp)	140	4.506.407.629.744	673.865.039.498	2.021.533.171.110	644.090.858.163,22
PE (%)	140	23,54	2,54	5,54	1,66
KEM (%)	140	21,45	4,14	12,29	4,09

Sumber: Data diolah, 2021

Analisis Induktif
Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Tabel 2
Nilai R- Square

	R-square	Keterangan
Belanja Daerah	0,791	79,1% Variabel belanja daerah dapat dijelaskan oleh variabel pajak daerah, dana bagi hasil, dana alokasi umum, sedangkan 20,9% dijelaskan oleh faktor lain.
Pertumbuhan Ekonomi	0,002	0,2% variabel pertumbuhan ekonomi dapat dijelaskan oleh variabel belanja daerah, sedangkan 99,8% dijelaskan oleh faktor lain.
Kemiskinan	0,001	0,1% variabel kemiskinan dapat dijelaskan oleh variabel pertumbuhan ekonomi, Sedangkan 99,9% dijelaskan faktor lain.

Tabel 3
Path Coefficients

Hipotesis	Original Sample	Sample Mean	Standard Deviation	T-Statistic	P Value	Prediksi	Temuan	Keputusan
P.Daerah → BD	0,415	0,391	0,092	4,525	0,000	+	+	Diterima*)
DBH → BD	0,118	0,118	0,028	4,255	0,000	+	+	Diterima*)
DAU → BD	0,673	0,685	0,082	8,224	0,000	+	+	Diterima*)
BD → PE	0,039	0,056	0,082	0,480	0,316	+	+	Ditolak
PE → KEM	0,031	0,034	0,059	0,538	0,296	-	+	Ditolak

Keterangan:

*) T- Statistic > 1,96 dan p value < 0,05

Berdasar Tabel 3, Pajak Daerah berpengaruh signifikan terhadap Belanja Daerah yang dibuktikan dengan *T-Statistic* 4,525 > 1,96 dan *P value* 0,000 < 0,05. Nilai *original sample* 0,415 menyatakan bahwa arah hubungan Pajak Daerah terhadap Belanja Daerah adalah positif. Dana Bagi Hasil (DBH) berpengaruh signifikan terhadap Belanja Daerah yang dibuktikan dengan *T-Statistic* 4,255 > 1,96 dan *P value* 0,000 < 0,05. Nilai *original sample* 0,118 menyatakan bahwa arah hubungan DBH terhadap Belanja Daerah adalah positif. Dana Alokasi Umum (DAU) berpengaruh signifikan terhadap Belanja Daerah yang dibuktikan dengan *T-Statistic* 8,224 > 1,96 dan *P value* 0,000 < 0,05. Nilai *original sample* 0,673 menyatakan bahwa arah hubungan DAU terhadap Belanja Daerah adalah positif.

Belanja Daerah berpengaruh tidak signifikan terhadap Pertumbuhan Ekonomi yang dibuktikan dengan *T-Statistic* 0,480 < 1,96 dan *P value* 0,316 > 0,05. Nilai *original sample* 0,039 menyatakan bahwa arah hubungan Belanja Daerah terhadap Pertumbuhan

Ekonomi adalah positif. Pertumbuhan ekonomi berpengaruh tidak signifikan terhadap Kemiskinan yang dibuktikan dengan *T-Statistic* 0,538 < 1,96 dan *P value* 0,296 > 0,05. Nilai *original sample* 0,031 menyatakan bahwa arah hubungan Pertumbuhan ekonomi terhadap Kemiskinan adalah positif.

PEMBAHASAN

Pengaruh Pajak Daerah terhadap Belanja Daerah

Berdasar pada hasil uji hipotesis, temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis 1(H1) yang diajukan peneliti dapat diterima. Artinya, penerimaan pajak daerah dalam kurun waktu 4 tahun (2015-2018) pada Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah secara signifikan dapat memberi pengaruh positif terhadap belanja daerah. Sehingga, meningkatnya pendapatan pajak daerah akan berdampak pada peningkatan belanja daerah yang akan dicapai oleh daerah tersebut.

Penjelasan atas pengaruh positif dan signifikan tersebut, dikarenakan pajak daerah termasuk sumber

penerimaan daerah yang berdasar pada kemampuan yang dimiliki oleh setiap daerah (UU Nomor 23 tahun 2014). Oleh karena itu, pengalokasian belanja daerah juga memperhatikan perolehan pendapatan pajak daerah pada setiap daerah. Ketergantungan pemerintah daerah untuk mendanai kebutuhan daerah secara mandiri dapat berkurang melalui peningkatan pajak daerah. Selain itu, program Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo berkaitan dengan monitoring *online* penerimaan pajak pemerintah daerah dengan tujuan untuk mengoptimalkan penerimaan pajak dan mengurangi kebocoran penarikan pajak yang dapat dikatakan berhasil. Contohnya, melalui program aplikasi “Sakpole” diluncurkan Juli 2017 yang dimiliki Jawa Tengah dalam mempermudah pembayaran pajak kendaraan bermotor juga dinilai berhasil dalam meningkatkan pendapatan daerah di sektor pajak provinsi guna membiayai kebutuhan daerah (Detik News, 2018).

Argumen tersebut didukung dengan bukti yaitu Kabupaten Grobogan tahun 2018 yang mampu memperoleh pajak daerah pada sektor pajak kendaraan bermotor sebesar Rp122,5 Miliar yang melampaui target yang ditetapkan sebesar Rp119,3 Miliar setelah diluncurkan penggunaan aplikasi “Sakpole”. Pernyataan tersebut selaras dengan perolehan PAD Jawa Tengah tahun 2018 sebesar Rp12,9 Triliun yang melampaui target dari yang ditetapkan sebesar Rp12,2 Triliun. Dari angka tersebut 40% berasal dari sektor pajak kendaraan bermotor (Nazzala, 2018)

Implementasi nyata sebagai bukti pajak daerah berpengaruh terhadap belanja daerah adalah pada tahun 2018 Kota Semarang memiliki penerimaan pajak daerah tertinggi Se-Kabupaten/kota di Jawa Tengah dan pada tahun yang sama (2018) sebagai daerah dengan pengalokasian belanja daerah tertinggi Se-Kabupaten/kota di Jawa Tengah. Hal itu dibuktikan dengan perolehan PAD Semarang sebesar Rp4,23 Triliun. Dari perolehan tersebut 73% didominasi oleh perolehan pajak daerah. Peningkatan pendapatan pajak daerah tersebut diharapkan dapat berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat dengan memaksimalkan potensi pendapatan daerah guna dapat dilakukan pemanfaatan yang berkelanjutan.

Pengaruh Dana Bagi Hasil terhadap Belanja Daerah

Berdasarkan pada hasil uji hipotesis, temuan dalam penelitian menunjukkan bahwa hipotesis 2 (H2) yang

diajukan oleh peneliti dapat diterima. Artinya, penerimaan Dana Bagi Hasil dalam kurun waktu 4 tahun (2015-2018) pada Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah secara signifikan berpengaruh positif terhadap Belanja Daerah. Sehingga, meningkatnya penerimaan Dana Bagi Hasil akan berdampak pada peningkatan belanja daerah yang akan dicapai oleh daerah tersebut. Penjelasan pengaruh positif dan signifikan tersebut dapat disebabkan karena pengalokasian DBH. Pengalokasian DBH kepada daerah disesuaikan dengan potensi daerah yang dimiliki berdasarkan angka persentase tertentu atas daerah penghasil. DBH menjadi salah satu modal dasar berupa dana transfer yang digunakan untuk mendapatkan dana pembangunan selain DAU dan DAK. Atas dasar tersebut semakin banyak pemerintah daerah menerima DBH maka dapat berdampak pada peningkatan pengeluaran belanja daerah yang bertujuan untuk meningkatkan pelayanan publik serta peningkatan pembangunan infrastruktur sarana dan prasarana disetiap daerah.

Pemerintah daerah melalui DBH dituntut untuk mewujudkan masyarakat yang sejahtera melalui pengelolaan kekayaan daerah yang dilakukan secara bertanggung jawab guna menjadi modal dalam melakukan pembangunan. Salah satunya melalui pengalokasian belanja modal. Selain itu, pengalokasian DBH yang besar oleh pemerintah pusat kepada pemerintah daerah pada suatu periode yang tidak berdampak terhadap pengalokasian DBH pada periode berikutnya. Hal itu yang menjadi alasan DBH secara signifikan berpengaruh positif terhadap belanja daerah.

Temuan dalam penelitian ini mendukung hasil penelitian dari Ernayani (2017), Murniasih & Mulyadi (2011) dan Mulyati & Yusriadi (2017). Pada penelitian tersebut memperoleh hasil penelitian yang menyatakan bahwa Dana Bagi Hasil (DBH) secara signifikan berpengaruh positif terhadap belanja daerah.

Pengaruh Dana Alokasi Umum terhadap Belanja Daerah

Berdasarkan pada hasil uji hipotesis, temuan dalam penelitian menunjukkan bahwa hipotesis 3 (H3) yang diajukan oleh peneliti dapat diterima. Artinya, penerimaan Dana Alokasi Umum dalam kurun waktu 4 tahun (2015-2018) pada Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah secara signifikan berpengaruh positif terhadap Belanja Daerah. Oleh karena itu, meningkatnya penerimaan Dana Alokasi Umum akan berdampak

pada peningkatan belanja daerah yang akan dicapai oleh daerah tersebut.

Penjelasan pengaruh positif dan signifikan tersebut dapat disebabkan karena sisi kepercayaan. Sisi Kepercayaan tersebut dapat dilihat dari pengalokasian DAU yang diserahkan sepenuhnya oleh pemerintah pusat kepada pemerintah daerah (*block grant*). Kepercayaan yang besar tersebut mengindikasikan jika DAU menjadi sebuah dana yang kendali penggunaannya benar-benar di tangan pemerintah daerah. Pada umumnya penggunaan DAU didasarkan pada prioritas dan kebutuhan daerah yang bertujuan untuk memberikan dampak pada peningkatan pelayanan kepada masyarakat. Selain itu, dengan adanya dana DAU ini diharapkan mengurangi kesenjangan keuangan antardaerah dan menciptakan stabilitas ekonomi di setiap daerah.

Pengalokasian DAU memperhatikan faktor celah fiskal yang diukur dengan kebutuhan fiskal yang dikurangi dengan kapasitas fiskal. Menjadikan DAU sebagai dana yang dominan bertujuan untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat dengan tetap memaksimalkan potensi daerah yang dimiliki. Hal ini yang menjadi alasan pengalokasian DAU secara signifikan berpengaruh positif terhadap belanja daerah. Implementasi nyata pengalokasian DAU berdampak pada belanja daerah dibuktikan Kota Salatiga tahun 2015 memiliki pengalokasian DAU terendah Se-Kabupaten/kota di Jawa Tengah dan pada tahun yang sama (2015) sebagai daerah dengan tingkat pengalokasian belanja daerah terendah Se-Kabupaten/Kota di Jawa Tengah.

Temuan dalam penelitian ini mendukung hasil penelitian dari Pratami & Dwirandra (2017), Liando & Hermanto (2017) dan Arni & Suardana (2018). Pada penelitian tersebut memperoleh hasil penelitian yang menyatakan bahwa Dana Alokasi Umum (DAU) secara signifikan berpengaruh positif terhadap belanja daerah.

Pengaruh Belanja Daerah terhadap Pertumbuhan Ekonomi

Berdasarkan pada uji hasil hipotesis, temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis 4 (H4) yang diajukan peneliti ditolak. Peneliti memprediksi bahwa Belanja Daerah dalam kurun waktu 4 tahun (2015-2018) pada Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah secara signifikan akan berpengaruh positif pada Pertumbuhan ekonomi. Namun, temuan yang

diperoleh dari penelitian ini justru menunjukkan hasil sebaliknya, yaitu Belanja Daerah berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Pertumbuhan ekonomi.

Temuan dalam penelitian ini selaras dengan hasil yang didapat oleh Kisra (2014), Taher & Tuasela (2019) serta Paseki *et al.* (2014). Namun, tidak mendukung penelitian Rubidno & Sasana (2015), Deviani (2016), dan Putri & Cahyono (2016) yang memperoleh hasil penelitian bahwa secara signifikan belanja daerah berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi. Penjelasan atas pengaruh positif tidak signifikan tersebut, dapat terjadi karena kurangnya pengalokasian yang diberikan kepada belanja daerah yang bersifat produktif serta pengalokasian yang berhubungan langsung dengan kepentingan publik. Contohnya, pengalokasian untuk pembangunan infrastruktur yang akan berdampak pada investasi ekonomi. Pembangunan infrastruktur itu dapat berupa fasilitas transportasi (jalan, pelabuhan, dll), irigasi, fasilitas kesehatan dan pendidikan serta fasilitas lain yang dapat mendorong peningkatan pertumbuhan ekonomi melalui kegiatan permintaan barang dan jasa (Badrudin, 2017:21). Dampak lain dari pembangunan infrastruktur adalah dapat memberi *multiplier effect* bagi perekonomian daerah yaitu dalam mendukung peningkatan *output* produksi yang dihasilkan dari investasi produktif berupa peningkatan modal fisik oleh sektor swasta (Todaro & Smith, 2015:149) yang akan menciptakan efisiensi dan efektivitas diberbagai sektor yang berdampak pada peningkatan produktivitas masyarakat (Deviani, 2016).

Selain itu, pengaruh pengalokasian belanja daerah yang hanya terfokus pada belanja langsung terutama belanja pegawai yang berkaitan dengan pemberian upah dan honorarium pegawai. Tujuan dari belanja pegawai untuk meningkatkan konsumsi rumah tangga namun, apabila hanya terfokus pada itu saja tanpa diikuti dengan peningkatan di sektor perekonomian justru akan menghambat pertumbuhan ekonomi. Kurang efisiennya pengalokasian belanja barang dan jasa tidak sesuai (tinggi) dengan program atau kegiatan yang direncanakan juga menjadi alasan belanja daerah tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi.

Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi terhadap Kemiskinan

Berdasarkan pada uji hasil hipotesis, temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis 5 (H5) yang diajukan peneliti ditolak. Peneliti memprediksi

bahwa Pertumbuhan ekonomi dalam kurun waktu 4 tahun (2015-2018) pada Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah secara signifikan akan berpengaruh negatif terhadap Kemiskinan. Namun, temuan yang diperoleh dari penelitian ini justru menunjukkan hasil sebaliknya, yaitu pertumbuhan ekonomi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Kemiskinan.

Temuan dalam penelitian ini sejalan dengan yang diperoleh Nurmainah (2013). Namun, tidak mendukung penelitian Romi & Umiyati (2018) dan Wahyudi & Rejekingsih (2015) yang hasil penelitian menunjukkan bahwa secara signifikan pertumbuhan ekonomi berpengaruh negatif terhadap kemiskinan.

Penjelasan logis berkaitan dengan pengaruh positif tidak signifikan tersebut dapat saja terjadi karena pertumbuhan ekonomi pada kabupaten/kota di Provinsi Jawa Tengah masih bersifat eksklusif. Artinya, dalam melaksanakan pertumbuhan ekonomi belum merata dan tidak diikuti dengan penyerapan tenaga kerja, akhirnya tidak berdampak pada menurunnya angka kemiskinan. Pertumbuhan ekonomi eksklusif diakibatkan oleh pelaksanaan pembangunan dan pemberian layanan dasar masyarakat oleh pemerintah daerah yang belum merata dan belum tepat sasaran. Hal tersebut dapat dilihat dengan adanya permasalahan gizi buruk yang terjadi pada Februari 2018 di Kabupaten Brebes. Permasalahan tersebut disebabkan karena kemiskinan yang berdampak pada ketersediaan pangan di tingkat keluarga dan kurangnya perhatian terhadap sumber energi yang dikonsumsi. Pendidikan juga mempengaruhi kasus gizi buruk karena kurangnya pengetahuan masyarakat dalam memahami pola hidup sehat serta pentingnya gizi untuk balita dan ibu. Selain itu, pemahaman masyarakat berkaitan dengan hak memperoleh fasilitas kesehatan yang dinilai masih rendah karena masyarakat beranggapan jika biaya kesehatan itu mahal juga menjadi penyebab kasus gizi buruk itu terjadi (Detik News, 2018)

Selain itu, pembangunan dan pemberian pelayanan dasar kepada masyarakat serta distribusi pendapatan yang belum merata kemungkinan menjadi penyebab peningkatan pertumbuhan ekonomi belum mampu berdampak guna menurunkan angka kemiskinan. Peningkatan pertumbuhan ekonomi melalui distribusi pendapatan pada masyarakat harusnya berpengaruh terhadap kualitas kesejahteraan manusia (BPS, 2008:4). Namun, apabila meningkatnya pertumbuhan ekonomi tidak mampu mendorong

pendapatan masyarakat miskin, maka pendapatan yang diperoleh beberapa masyarakat masih berada dibawah garis kemiskinan. Hal tersebut akan berdampak pada menurunnya kemampuan masyarakat untuk memperoleh kebutuhan pokok/dasar. Kebutuhan dasar tersebut berkaitan dengan kebutuhan pendidikan, kesehatan, pembelian berbagai bahan sembako. Seperti yang telah dijelaskan (Kuncoro, 2006:112-117), bahwa salah satu indikator masyarakat dikatakan miskin yaitu apabila mereka masih merasa kesulitan dalam memenuhi kebutuhan dasar. Selain itu, Jawa Tengah merupakan provinsi yang terdiri dari 29 Kabupaten dan 6 Kota. Jumlah kabupaten yang lebih besar dibandingkan dengan jumlah kota mengakibatkan ketersediaan fasilitas pada mayoritas kabupaten lebih rendah dibandingkan dengan kota. Akibatnya, pertumbuhan ekonomi pada Kabupaten/Kota di Jawa Tengah belum cukup untuk mendukung penurunan angka kemiskinan yang ada. Dikarenakan daerah yang termasuk dalam Kabupaten lebih terfokus dalam alokasi belanja modal untuk menambah ketersediaan fasilitas dan kurang dalam meningkatkan kesempatan kerja untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang berdampak pada penurunan angka kemiskinan.

Analisis Fenomena Ilusi Fiskal

Penelitian ini juga bertujuan untuk melihat ada tidaknya fenomena ilusi fiskal pada pengujian pengaruh pajak daerah, DBH, DAU terhadap belanja daerah. Analisis ilusi fiskal yang berfokus pada kabupaten/kota di Jawa Tengah periode 2015-2018. Terjadinya ilusi fiskal ketika penerimaan daerah tidak berdampak terhadap pengeluaran daerah. Dengan syarat adanya ilusi fiskal saat *P-value* variabel pajak daerah, DBH, DAU lebih besar daripada nilai signifikansi sebesar 0,05 dan nilai *T-Statistic* yang lebih kecil dari 1,96.

Berdasarkan tabel 4.3 hasil pengujian diperoleh *P value* pajak daerah, DBH, DAU memiliki *P value* sebesar 0,000 yang lebih kecil dari signifikansi 0,05 dan ketiga variabel memiliki nilai *T-Statistic* yang lebih besar dari 1,96. Selain itu, nilai *original sample* bertanda positif. Hasil tersebut menjelaskan bahwa variabel Pajak Daerah, DBH, DAU secara signifikan berpengaruh terhadap belanja daerah serta memiliki arah hubungan yang positif. Oleh karena itu, pada keuangan daerah Kabupaten/kota di Jawa Tengah pada periode 2015-2018 tidak terjadi fenomena ilusi fiskal karena tidak dapat memenuhi syarat terjadinya

fenomena ilusi fiskal. Hal ini mengindikasikan jika penerimaan daerah berpengaruh terhadap pengeluaran daerah pada kabupaten/kota di Jawa Tengah pada periode 2015-2018.

Temuan penelitian ini didukung oleh penelitian Calvin & Yuliana (2016) dan Nurhayati (2017). Pada penelitian tersebut mereka menemukan jika tidak terjadi fenomena ilusi fiskal pada masing-masing daerah yang diteliti. Hal ini mengindikasikan jika penerimaan daerah berpengaruh terhadap pengeluaran daerah

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Beberapa simpulan yang didapat dengan merujuk pada hasil analisis serta pembahasan adalah 1) pajak daerah berpengaruh positif dan signifikan terhadap belanja daerah pada kabupaten/kota di Provinsi Jawa Tengah tahun 2015-2018; 2) Dana Bagi Hasil (DBH) berpengaruh positif dan signifikan terhadap belanja daerah pada kabupaten/kota di Provinsi Jawa Tengah tahun 2015-2018; 3) Dana Alokasi Umum (DAU) berpengaruh positif dan signifikan terhadap belanja daerah pada kabupaten/kota di Provinsi Jawa Tengah tahun 2015-2018; 4) Belanja daerah berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi pada kabupaten kota di Jawa Tengah tahun 2015-2018; 5) Pertumbuhan ekonomi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kemiskinan pada kabupaten/kota di Provinsi Jawa Tengah tahun 2015-2018. 6) Pada penelitian ini menemukan hasil bahwa penerimaan daerah (Pajak Daerah, DBH, DAU) berdampak terhadap pengeluaran daerah dan *P value* lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05 dan nilai *T-Statistic* lebih besar dari 1,96. Maka, hal itu mengindikasikan bahwa tidak terjadi fenomena ilusi fiskal pada keuangan daerah di kabupaten/kota Provinsi Jawa Tengah tahun 2015-2018 dikarenakan tidak memenuhi syarat terjadinya fenomena ilusi fiskal. Hal ini mengindikasikan bahwa pemerintah daerah masih bergantung kepada pemerintah pusat melalui dana transfer (DAU) dalam mengalokasikan belanja daerah guna mendanai kebutuhan daerah. Sehingga diperlukan pengoptimalan potensi pendapatan daerah guna meningkatkan penerimaan daerah demi mewujudkan kemandirian daerah dalam membiayai kebutuhan daerahnya sendiri.

Saran

Berdasarkan pada hasil analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan maka saran adalah 1) Pemerintah daerah diharapkan mengalokasikan belanjanya dalam rangka pembangunan dan peningkatan pelayanan dasar harus memperhatikan kebutuhan masyarakat lokal. Tidak adanya fenomena ilusi fiskal pada keuangan daerah seharusnya pemerintah daerah dapat lebih memaksimalkan penerimaan daerah melalui pembuatan berbagai kebijakan berkaitan dengan pengalokasian ke belanja daerah untuk menjadi peluang dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang dapat dirasakan manfaatnya secara merata oleh masyarakat. Pertumbuhan ekonomi yang merata menjadi salah satu cara dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang berdampak pada penurunan angka kemiskinan di daerah bersangkutan. Pemerintah daerah juga harus bersinergi dengan masyarakat dalam upaya pengentasan kemiskinan. Partisipasi masyarakat sangat dibutuhkan melalui peningkatan keterampilan dan keahlian. Tujuannya agar masyarakat mampu membuka peluang usaha sendiri yang akan berdampak pada peningkatan pendapatan masyarakat guna terpenuhinya kebutuhan masyarakat.

Penelitian selanjutnya dapat menambahkan indikator lain dalam menilai fenomena ilusi fiskal pada keuangan daerah agar lebih komprehensif yaitu Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Dikarenakan PDRB per kapita suatu daerah berbanding lurus dengan potensi sumber penerimaan suatu daerah yang berdampak pada alokasi belanja daerah yang besar pula. Dengan harapan alokasi belanja daerah yang besar mampu berdampak terhadap pertumbuhan ekonomi yang meningkat dan angka kemiskinan yang menurun. Selain itu, dapat menambahkan indikator lain dalam menilai pertumbuhan ekonomi Kabupaten/kota di Provinsi Jawa Tengah yaitu Penanaman Modal Dalam Negeri dan Penanaman Modal Asing. Seiring dengan meningkatnya kegiatan pembangunan di Jawa Tengah akan menarik minat swasta untuk berinvestasi. Dengan adanya investasi swasta maka akan mampu menyerap tenaga kerja serta mampu meningkatkan *output* produksi yang akibatnya pertumbuhan ekonomi akan meningkat pada daerah tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, D., Eksandy, A., Hidayat, I., & Larasati, N. 2020. Belanja Modal Di Provinsi Banten Beserta Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya. *Akuntansi*, 6(2), 154–168.
- Alif Nazzala, R. 2018. *Jateng Targetkan PAD 2018 capai Rp12,9 Triliun*. Bisnis.Com. <https://kabar24.bisnis.com/read/20180220/78/740795/jateng-targetkan-pad-2018-capai-rp129-triliun>
- Arni Asari, N. M., & Suardana, K. A. 2018. Pengaruh Pendapatan Asli Daerah, Dana Perimbangan, dan Lain-Lain Pendapatan Daerah yang Sah pada Belanja Daerah. *E-Jurnal Akuntansi*, 25, 877. <https://doi.org/10.24843/eja.2018.v25.i02.p03>
- Arthur Simanjuntak. 2019. Pengaruh Pajak Daerah, Retribusi Daerah, Dana Alokasi Umum, Dan Dana Alokasi Khusus Terhadap Belanja Daerah. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 45–52.
- Badrudin, R. 2017. *Ekonomika Otonomi Daerah* (Kedua). UPP STIM YKPN.
- Bergman, M., & Lane, J. E. 1990. Public Policy in a Principal-Agent Framework. *Journal of Theoretical Politics*, 2(3), 339–352. <https://doi.org/10.1177/0951692890002003005>
- BPS. 2008. *Analisis Penghitungan dan Tingkat Kemiskinan*. Badan Pusat Statistik.
- Calvin, C. Y., & Yuliana, L. 2016. Deteksi Ilusi Fiskal Pada Keuangan Daerah Kabupaten / Kota Di Nusa Tenggara Timur Tahun 2008-2013. *Jurnal Ilmiah WIDYA*, 3(3), 152–159.
- Deviani. 2016. Analisis Belanja Daerah terhadap Pertumbuhan Ekonomi dan Pendidikan (Studi Empiris Kota dan Kabupaten di Sumatera Barat). *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 1–13.
- Djojohadikusumo, S. 1994. *Perkembangan Pemikiran Ekonomi : dasar Teori Ekonomi Pertumbuhan dan Ekonomi Pembangunan* (Edisi Pert). Pustaka LP3ES.
- Ernayani, R. 2017. Pengaruh Pendapatan Asli Daerah, Dana Alokasi Umum, Dana Alokasi Khusus dan Dana Bagi Hasil terhadap Belanja Daerah (Studi Kasus pada 14 Kabupaten/Kota di Provinsi Kalimantan Timur Periode 2009-2013). *JSHP (Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan)*, 1(1), 43. <https://doi.org/10.32487/jshp.v1i1.234>
- Godfrey, J. M. 2009. *Accounting Theory* (7th ed.). John Wiley & Sons Australia ,Ltd.
- Kisra, J. 2014. Pengaruh realisasi belanja daerah terhadap pertumbuhan ekonomi di kabupaten nagan raya. *Ekonomi*.
- Kuncoro, M. 2006. *Ekonomika pembangunan* (keempat). UPP STIM YKPN.
- Liando, I. I., & Hermanto, S. B. 2017. Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Belanja Daerah Pada Kabupaten / Kota Jawa Timur. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 6(22), 1–22.
- Minggu, T. D., Rumat, V. A., & Rotinsulu, D. C. 2019. Analisis Pengaruh Belanja Langsung, Belanja Tidak Langsung Dan Investasi Swasta Terhadap Kemiskinan Di Kota Bitung. *Jurnal Pembangunan Ekonomi Dan Keuangan Daerah*, 18(2). <https://doi.org/10.35794/jpekd.12793.18.2.2016>
- Mulyati, S., & Yusriadi. 2017. Dana Bagi Hasil Dan Dana Alokasi Umum Terhadap Belanja Daerah Pada Provinsi Aceh. *Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 211–220. <https://doi.org/10.22236/agregat>
- Murniasih, E., & Mulyadi, M. S. 2011. Pengaruh Transfer Pemerintah Pusat terhadap Perilaku Fiskal Pemerintah Daerah di Provinsi Kalimantan Timur. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia*, 12(1), 56–71. <https://doi.org/10.21002/jepi.v12i1.291>
- Nurhayati, N. 2017. Analisis Deteksi Fiscal illusion dengan Pendekatan Revenue Enhancement Pada Pengelolaan Keuangan Pemerintah Daerah (Studi Kasus Pada Pemerintah Kabupaten/

- Kota di Wilayah III Cirebon). *Jurnal Riset Keuangan Dan Akuntansi*, 3(2). <https://doi.org/10.25134/jrka.v3i2.1425>
- Nurmainah, S. 2013. Analisis Pengaruh Belanja Modal Pemerintah Daerah, Tenaga Kerja Terserap dan Indeks Pembangunan Manusia Terhadap Pertumbuhan. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 20(2), 131–141. <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fe3/article/download/3158/847>
- Paseki, M. G., Naukoko, A., & Wauran, P. 2014. Pengaruh Dana Alokasi Umum dan Belanja Langsung terhadap Pertumbuhan Ekonomi dan Dampaknya terhadap Kemiskinan di Kota Manado Tahun 2004-2012. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 14(3), 30–42. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/view/5460>
- Pratami Indah, P., & Dwirandra, B. 2017. Pengaruh Pad, Dana Perimbangan, Lpds, Dan Pdrb Pada Belanja Daerah Serta Deteksi Ilusi Fiskal. *E-Jurnal Akuntansi*, 18.2(0), 1141–1170.
- Putri, S., & Cahyono, H. 2016. Pengaruh Belanja Daerah Dan Pmdn Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Jawa Timur. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 4(3), 1–7. <https://doi.org/10.26740/jupe.v4n3.p>
- Rini, A. S., Sugiharti, L., & Airlangga, U. 2016. Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan. *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan*, 01(2), 17–33. <https://media.neliti.com/media/publications/98850-ID-sinergi-industri-dan-umkm-berbasis-kelem.pdf>
- Romi, S., & Umiyati, E. 2018. Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi dan Upah Minimum terhadap Kemiskinan di Kota Jambi. *E-Jurnal Perspektif Ekonomi Dan Pembangunan Daerah*, 7(1), 1–7. <file:///C:/Users/Sahabat Sg/Downloads/4439-Article Text-9760-1-10-20180401.pdf>
- Rubidno, & Sasana, H. 2015. Pengaruh Belanja Langsung, Belanja Tidak Langsung, Investasi, Dan Tenaga Kerja Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Wilayah Eks- Karesidenan Semarang Pada Era Otonomi Daerah Dan Desentralisasi Fiskal. *Ekonomi Dan Bisnis*, 215–226.
- Rubiyanto. 2019. Pengaruh Pajak Daerah dan Retribusi Daerah terhadap Belanja Daerah di kabupaten Mojokerto Periode 2013-2017. *Majalah Ekonomi*, 24(1), 92–107. http://jurnal.unipas-by.ac.id/index.php/majalah_ekonomi/article/view/1906
- Siregar, B. 2017. *Akuntansi Sektor Publik*. UPP STIE YKPN.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sukirno, S. 2006. *Ekonomi Pembangunan: Proses, Masalah, dan Dasar Kebijakan*. Prenada Media Group.
- Suripto, I. 2018. Detik News Jateng. *Detik News*. <https://news.detik.com/berita-jawa-tengah/d-3853074/jumlah-penderita-gizi-buruk-tertinggi-di-jawa-tengah-ada-di-brebes>
- Taher, S., & Tuasela, A. 2019. Analisis Pengaruh Belanja Daerah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Kabupaten Mimika. *Jurnal Kritis*, 3(2), 40–58.
- Todaro, M. ., & Smith, S. . 2015 *Economic Development* (P. Education (ed.); 12th ed.).
- Wahyudi, D., & Rejekingsih, T. W. 2015. Analisis Kemiskinan Di Jawa Tengah. *Jurnal Ekonomi*, 2(1), 1–15.
- Worthington, A. C., & Dollery, B. E. 1999. Fiscal illusion and the Australian local government grants process: How sticky is the flypaper effect? *Public Choice*, 99(1–2), 1–13. <https://doi.org/10.1023/a:1018329802757>

IMPLEMENTASI LITERASI KEUANGAN DAN LAYANAN KEUANGAN BERBASIS TEKNOLOGI UNTUK MENINGKATKAN PERTUMBUHAN USAHA UMKM DI KOTA SURAKARTA DAN SEKITARNYA SAAT PANDEMI COVID-19

*Ika Septi Kurnia Anggraeni
Fikrina Faraidi Fardani*

Fakultas Ekonomi, Universitas Nahdlatul Ulama Surakarta
E-mail: ikaseptiunus18@gmail.com

ABSTRACT

This research investigates about the relationship between variable the level of financial literacy and the kevek of interest in using the application of FinTech for business growth of micro, small and medium enterprise in the city of Surakarta and its surrounding. The results of this study found that 76% of business owner were women from 120 respondents. About 57% of business owners are between 18 to 25 years old. And about 38% of business are in the culinary field. By using qualitative descriptive analysis and simple regression, this research found that the average level of financial literacy knowledge is high. This is indicated by the level of basic financial understanding on average about 50% from 120 respondents. While from the application dimension show one of the level of ability in compiling financial statement show a figure of 56%. Average business income during the COVID 19 pandemic are decreased 70% from 120 respondents. So the relationship between the leverage of financial literacy and the growth rate of business are interconnected. This study also found that the level of interest in using FinTech application automatically increase the level of financial knowledge literacy. So the conclusion of the result of this study that the higher level of knowledge financial literacy business's owners will increases

business groth. The dimension of convenience and benefits of using FinTech application will indirectly increases financial literacy knowledge.

Keywords: financial literacy, financial technology, MSMEs, covid-19

JEL classification: O32

PENDAHULUAN

Saat pandemi COVID 19 berlangsung seluruh kegiatan ekonomi di Indonesia mengalami penurunan yang sangat drastic khususnya bagi sektor UMKM. Sri Mulyani, Menteri Keuangan Indonesia dalam detik finance (2020) menyebutkan bahwa pandemi virus COVID 19 saat ini memukul berbagai sektor ekonomi global dan nasional. Hal ini karena adanya pembatasan aktivitas untuk menekan penyebaran virus. Permasalahan yang terjadi pada sektor UMKM saat ini tidak bisa dianggap remeh, karena sektor UMKM adalah salah satu pendukung kegiatan perekonomian di Indonesia. Sanggrama (2020) menyebutkan bahwa Tantangan yang dialami oleh UMKM akan menghambat perkembangan bahkan menghentikan kinerja UMKM tersebut, salah satu tantangan yang dihadapi oleh wirausahawan UMKM adalah terkait dengan

pengelolaan dana. Sumber modal dapat berasal dari modal sendiri, investor atau pinjaman kreditur. Jika modal sendiri tidak cukup maka jalan lain yang bisa ditempuh adalah mencari investor atau mencari kreditur yang bisa meminjamkan dana usaha. Untuk mendapat kepercayaan dari investor maupun kreditur teragantung dari kredibilitas UMKM tersebut. Kredibilitas UMKM dapat dilihat dari bagaimana cara UMKM tersebut menjalankan bisnisnya dan hal tersebut dapat dilihat dari laporan keuangan UMKM tersebut.

Dalam menghadapi permasalahan di saat pandemic COVID 2019, penting bagi para pelaku usaha UMKM untuk meningkatkan pengetahuan salah satunya adalah pengetahuan mengenai *financial literacy*. Otoritas Jasa Keuangan atau (OJK-RI, 2017) menyebutkan bahwa literasi keuangan tidak terbatas pada pengertian pengetahuan, ketrampilan dan keyakinan akan lembaga, produk dan layanan jasa keuangan semata, namun sikap dan perilaku pun dapat memberikan pengaruh dalam meningkatkan literasi keuangan yang dapat mendorong terwujudnya kesejahteraan masyarakat. Sikap dan perilaku keuangan yang bijak tercermin dalam kemampuan seseorang menentukan tujuan keuangan, Menyusun perencanaan keuangan, mengelola keuangan dan mampu mengambil keputusan keuangan yang berkualitas dalam menggunakan produk dan layanan jasa keuangan.

Penelitian Anggraeni (2015) mengenai pengaruh tingkat literasi keuangan pemilik usaha terhadap pengelolaan keuangan dengan studi kasus pada UMKM Depok, hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat literasi dari keuangangan pemilik usaha rendah sehingga berpengaruh terhadap kemampuan mengelola keuangan. Hal ini tercermin dari hasil sikap keuangan pemilik usaha, dalam hal ini mereka sebatas mencatat penerimaan dan pengeluaran kas dan hal-hal yang masih sederhana sifatnya dalam mengelola keuangan usaha mereka.

Penelitian Kaban & Safitry (2020) bertujuan untuk mengetahui apakah literasi keuangan berpengaruh pada kinerja dan keberlanjutan usaham UMKM kuliner, responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah pemilik usaha UMKM yang bergerak di bidang kuliner wilayah Jabodetabek. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM tetapi literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap *suistability business* atau keberlanjutan usaha UMKM.

Permasalahan lain yang dihadapi oleh UMKM adalah pada sektor pendanaan, keterbatasan dalam permodalan sering menjadi keterbatasan UMKM dalam melanjutkan usaha dalam jangka panjang. Permasalahan besar yang dihadapi oleh UMKM adalah terbentur pada birokrasi perbankan sehingga tidak mudah bagi mereka untuk mencari pinjaman dana untuk keberlanjutan usaha. Sedangkan perbankan memiliki wewenang untuk memiliki klasifikasi UMKM yang benar-benar berhak mendapat pinjaman dana. Di sisi lain perkembangan layanan keuangan berbasis teknologi (*FinTech*) di Indonesia semakin pesat dan mampu memberikan layanan kepada masyarakat dengan fasilitas berbasis pinjaman atau *lending* yang bisa dimanfaatkan oleh sektor UMKM.

Penelitian Ningsih (2020) menemukan hasil bahwa *Financial Technology* menjadi harapan baru bagi pengemabangan usaha, permasalahan permodalan dan pembiayaan UMKM di Indonesi. Proses pengajuan modal yang sulit di dunia perbankan dapat diatasi dengan proses peminjaman dana melalui layanan *FinTech*. Memang tidak dapat dipungkiri bahwa *FinTech* telah memberi banyak solusi keuangan, khususnya bagi bisnis kecil dan menengah yang ingin berkembang.

Winarto (2020) menyebutkan bahwa peran *FinTech* sangat berpengaruh dalam usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh peranan *FinTech* dalam inklusi keuangan di UMKM Kabupaten Pekalongan, Kabupaten Batang, dan Kabupaten Pemalang. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pemilik UMKM yang menggunakan aplikasi layanan keuangan digital dan bekerja sama dengan perbankan dan Lembaga koperasi simpan pinjam. Hasil penelitian ini juga menemukan peranan *FinTech* dalam literasi keuangan pada Kabupaten Pekalongan, Kabupaten Batang, dan Kabupaten Pemalang.

Meninjau berbagai penelitian tersebut, tampak bahwa tingkat pengetahuan *financial literacy* dan tingkat penggunaan aplikasi *FinTech* merupakan solusi bagi pertumbuhan usaha UMKM. Namun demikian penelitian-penelitian tersebut belum menyoroti bahwa tingkat pengetahuan *financial literacy* dan penggunaan aplikasi *FinTech* merupakan variabel yang saling berhubungan dalam menentukan pertumbuhan usaha saat pandemi COVID 19. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui 1) tingkat literasi keuangan para pelaku sektor usaha UMKM di kota Surakarta dan

sekitarnya; 2) tingkat literasi keuangan digital (Fintech) para pelaku sektor usaha UMKM di kota Surakarta dan sekitarnya; 3) pengaruh tingkat literasi keuangan terhadap pertumbuhan usaha para pelaku sektor UMKM di kota Surakarta dan sekitarnya; dan 4) pengaruh tingkat literasi keuangan digital (FinTech) terhadap minat penggunaan aplikasi FinTech para pelaku sektor UMKM di kota Surakarta dan sekitarnya.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Financial Literacy

Definisi literasi keuangan menurut (OJK-RI, 2017) adalah sebagai serangkaian pengetahuan, kepercayaan, dan keterampilan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Lusardi (2015) menjelaskan definisi literasi keuangan adalah pengetahuan keuangan dan kemampuan untuk mengaplikasikan pengetahuan tersebut dengan tujuan mencapai kesejahteraan. Literasi keuangan merupakan salah satu elemen penting dalam stabilitas keuangan dan perekonomian.

Huston (2010) dalam (Sabilla *et al.*, 2019) menyebutkan bahwa *financial literacy* merupakan kumpulan pengetahuan keuangan serta implementasinya melalui bentuk keputusan keuangan dalam kehidupan sehari-hari. Lingkup dan pengetahuan keuangan hanya terbatas pada pengetahuan individu mengenai cara penggunaan produk keuangan yang diperoleh melalui pendidikan dan pengalaman pribadi. Sedangkan dimensi aplikasi dari literasi keuangan adalah kemampuan individu yang dilandasi oleh kepercayaan dirinya dalam menggunakan produk keuangan dengan baik. Dimensi literasi keuangan terdiri dari dimensi pengetahuan sebagai kumpulan pengetahuan keuangan beserta implementasinya melalui bentuk keputusan keuangan kehidupan sehari-hari. Lingkup dari pengetahuan keuangan hanya terbatas pada pengetahuan individu mengenai cara penggunaan produk keuangan yang diperoleh melalui pendidikan atau pengalaman pribadi. Dimensi aplikasi merupakan kemampuan individu yang dilandasi oleh rasa percaya diri dalam menggunakan pengetahuan keuangan untuk menggunakan produk keuangan dengan bijak.

Financial Technology

Financial Technology atau layanan keuangan berbasis

teknologi adalah merupakan salah satu inovasi dari perkembangan teknologi saat ini. Pengertian *FinTech* menurut Bank Indonesia (2020) adalah merupakan gabungan antara jasa keuangan dan teknologi yang akhirnya mengubah bisnis dari konvensional menjadi moderat, yang awalnya dalam melakukan aktivitas pembayaran dengan melakukan tatap muka dengan membawa sejumlah uang kas, kini dapat melakukan transaksi pembayaran jarak jauh melalui layanan digital teknologi.

Menurut Sarwono (2015), usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mempunyai peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan UMKM. UMKM juga tidak terpengaruh saat krisis, saat krisis menyapa di Indonesia tahun 1997-1998. Jumlah UMKM tidak berkurang justru meningkat terus hingga mampu menyerap 85 juta hingga 107 juta tenaga kerja saat itu. Berbagai penelitian mengenai pertumbuhan usaha UMKM yang telah memberi kontribusi dan solusi untuk mengatasi permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh sektor usaha bidang UMKM antara lain Suci *et al.*, (2017) yang melakukan penelitian mengenai perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah di Indonesia dengan menggunakan analisis deskriptif menemukan bahwa meskipun pertumbuhan UMKM di Indonesia menunjukkan perkembangan yang cukup meningkat dari tahun ke tahun namun memiliki kelemahan yaitu pada sektor permodalan, baik jumlah maupun sumber. Kurangnya kemampuan manajerial dan kurangnya ketrampilan operasional dalam organisasi terbatasnya pemasaran. Semua hal tersebut merupakan permasalahan dasar yang dimiliki oleh setiap sektor usaha UMKM di Indonesia.

Widayanti *et al.* (2017) melakukan penelitian mengenai pengaruh *financial literacy* terhadap *sustainability business* sektor usaha UMKM, hasil penelitian menunjukkan bahwa *financial literacy* hanya memiliki 28,9% pengaruh terhadap keberlangsungan usaha UMKM, khususnya di wilayah Jatisari, sehingga masih ada faktor lain selain *financial literacy* yang memiliki pengaruh terhadap keberlangsungan sektor usaha UMKM. Faktor lain tersebut meliputi sikap kooperatif, *social capital*, *knowledge sharing* antar UMKM. Penelitian ini menekankan bahwa *financial literacy* memiliki peranan yang cukup penting terhadap

keberlangsungan usaha, yaitu dapat membantu pelaku usaha dalam mengelola permasalahan keuangan, khususnya yang berkaitan dengan pengambilan keputusan bidang keuangan.

Penelitian Djuwita dan Yusuf (2018) menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan pada sektor UMKM (pedagang) di Kawasan Masjid Raya At Taqwa kota Cirebon masih kategori rendah, Faktor-faktor yang mempengaruhi faktor keuangan literasi syariah adalah faktor lokasi, usia, jenis kelamin, Pendidikan, jenis usaha, lama usaha, modal awal, sumber modal, pendapatan dan jumlah karyawan. Di antara semua faktor yang paling berpengaruh terhadap *financial knowledge* adalah faktor lamanya usaha dan jumlah karyawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *financial behavior* (pengetahuan keuangan) dan *financial attitude* (sikap keuangan) tidak mempengaruhi perkembangan usaha.

Muzdalifa *et al.* (2018) menyebutkan bahwa peran *FinTech* memiliki peran penting bagi pertumbuhan sektor usaha UMKM, yaitu membantu mengatasi permasalahan modal yang asih menjadi kelemahan sektor UMKM, di samping itu *FinTech* membantu operasional usaha dengan menyediakan fasilitas pembayaran digital dan pengaturan keuangan. Meskipun begitu masih terdapat banyak kendala dalam mengimplementasikan *FinTech* pada inklusi keuangan UMKM antara lain: infrastruktur, sumber daya manusia, perundang-undangan, dan kurangnya literasi keuangan.

Rahardjo *et al.* (2019) melakukan penelitian mengenai pengaruh *FinTech* terhadap perkembangan UMKM di Kota Magelang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran *Fintech* memiliki pengaruh yang positif terhadap perkembangan sektor usaha UMKM di Kota Magelang. Namun tidak seluruh sektor UMKM di kota tersebut yang familiar dengan layanan jasa keuangan digital. Minimnya pengetahuan mengenai literasi keuangan membuat sektor UMKM di Kota Magelang tidak dapat melakukan akses layanan keuangan digital dengan baik, khususnya pada layanan permodalan maupun pembayaran.

Ningsih (2020) menyebutkan bahwa perkembangan *FinTech* saat ini sangat berperan bagi kelanjutan usaha UMKM. *FinTech* berperan sebagai sumber pembiayaan UMKM, memiliki peranan penting dalam inklusi keuangan dengan menghadirkan inovasi-inovasi dalam layanan jasa keuangan digital sehingga mampu membantu operasional UMKM, serta memiliki peran

aktif dalam meningkatkan literasi keuangan, dengan adanya fitur-fitur *Fintech* yang semakin canggih, maka akan mendorong para pemilik sektor usaha UMKM memiliki keinginan yang tinggi untuk meningkatkan pengetahuan di bidang literasi keuangan. Dengan adanya pengetahuan literasi keuangan yang semakin baik maka kemampuan untuk mengakses layanan keuangan digital semakin tinggi. Berdasar penelitian terdahulu yang membahas mengenai hubungan antara literasi keuangan dengan pertumbuhan usaha UMKM maka hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini yaitu terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap pertumbuhan UMKM.

Penelitian sebelumnya yang menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan layanan jasa digital secara tidak langsung akan berpengaruh langsung terhadap meningkatnya pengetahuan literasi keuangan, dan secara tidak langsung pengetahuan literasi yang semakin meningkat akan mempengaruhi pertumbuhan usaha sektor UMKM. Berdasar pada penelitian yang pernah dilakukan Ernawati (2021), maka hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah yaitu persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaat memiliki pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan aplikasi *FinTech*.

Variabel tingkat persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan dalam menggunakan layanan berbasis teknologi (*FinTech*) dalam penelitian ini menggunakan skor skala likert dengan indikator tingkat pemahaman dan kemudahan responden dalam menjalankan aplikasi layanan keuangan digital (*FinTech*) dan tingkat kemanfaatan dari aplikasi tersebut bagi pemilik usaha UMKM.

HASIL PENELITIAN

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari objek penelitian. Responden dalam penelitian ini adalah UMKM yang berada di wilayah Surakarta dan sekitarnya. Berdasar hasil kuesioner dan survei secara langsung diperoleh data sebanyak 120 responden dengan rincian sebagai berikut:

Tingkat pengetahuan *financial literacy* UMKM wilayah Surakarta dan sekitarnya ditunjukkan oleh dimensi pengetahuan dan dimensi aplikasi yang ditunjukkan oleh Tabel 2 berikut ini:

Tabel 1
Profil Responden (UMKM Wilayah Surakarta dan Sekitarnya)

No.	Data Pemilik UMKM Suratakarta dan sekitarnya	Persentase
1	Domisili	
	a. Wilayah Surakarta	83,1 %
	b. Surakarta dan Sekitarnya	16,9%
2	Jenis Kelamin	
	a. Perempuan	76%
	b. Laki-laki	24%
3	Usia	
	a. 18 – 25 Tahun	57%
	b. 26-36 Tahun	25,6%
	c. 36-45 Tahun	12,4%
	d. 46 tahun ke atas	5%
4	Jenis Usaha	
	a. Bidang kuliner	38%
	b. Bidang Fashion	14,9%
	c. Bidang Kecantikan	2%
	d. Toko Kelontong	4%
	e. Bidang lain-lain	38%
5	Tingkat Pendidikan	
	a. SMA, SMK dan sederajat	51,2%
	b. Diploma	8,3%
	c. Sarjana (S1)	26,4%
	d. Master (S2) dan Doktor (S3)	14.1%
6	Usia bisnis UMKM	
	a. Kurang lebih 1 tahun	31.9%
	b. 1-3 Tahun	38.7%
	c. Lebih dari 3 Tahun	29.4%
7	Penghasilan atau Omzet per bulan	
	a. Kurang dari Rp 3 Juta	61%
	b. Rp 3 Juta – Rp 5 Juta	20.3%
	c. Rp 5 Juta – Rp 10 Juta	7.7%
	d. Lebih dari Rp 10 Juta	11%

Sumber: Hasil kuesioner dan survei

Tabel 2
Tingkat *Financial Literacy* (UMKM Wilayah Surakarta dan Sekitarnya)

No	Tingkat Pengetahuan <i>Financial Literacy</i>	Rendah	Sedang	Tinggi
1	Dimensi Pengetahuan			
	a. Tingkat pemahaman keuangan secara dasar	3.4%	38,8%	57.8%
	b. Tingkat pemahaman mengenai hutang, hutang dangang dan hutang usaha	11.7%	30,8%	57.5%
	c. Tingkat pemahaman Lembaga Perbankan dan instrumentnya	7.9%	32.2%	59.9%
	d. Tingkat pemahaman bahwa Lembaga Perbankan merupakan solusi bagi permodalan UMKM	11.7%	40%	48.3%
2	Dimensi Aplikasi			
	a. Tingkat kedisiplinan dalam mengelola keuangan	5%	28.1%	66.9%
	b. Tingkat kemampuan dalam membuat laporan keuangan	11.6%	32.2%	56.2%
	c. Tingkat kemampuan melakukan analisis laporan keuangan secara mandiri	5.8%	33.3%	60.9%
	d. Tingkat kemampuan mengelola buku kas	4.9%	37.2%	57.9%
	e. Kemampuan menganalisis buku Kas dengan baik	7.4%	37.2%	44.6%

Sumber: Hasil kuesioner dan survei

Hasil deskriptif kualitatif menunjukkan bahwa pemilik UMKM memiliki tingkat pengetahuan *financial literacy* yang cukup tinggi. Hal ini terlihat dari tingkat pemahaman keuangan dasar rata-rata di atas 50%. Sedangkan dari dimensi aplikasi yang ditunjukkan salah satu tingkat kemampuan dalam menyusun laporan keuangan menunjukkan angka 56.2%. Dilengkapi dengan jawaban responden yang mampu melakukan analisis laporan keuangan secara mandiri menunjukkan angka 60.9% dari keseluruhan responden.

Pertumbuhan Usaha UMKM di wilayah Surakarta saat pandemi COVID 19 dalam penelitian ini menggunakan variabel pertumbuhan usaha para pemilik UMM saat pandemic COVID 19, untuk melihat apakah variabel *financial literacy* dan penggunaan aplikasi *FinTech* dapat membantu UMKM untuk tetap *survive* dan berkembang di saat kebijakan pemerintah mulai diterapkan. Berdasar hasil survei ditemukan bahwa dari 120 responden sekitar 70.8% menyatakan bahwa pendapatan mereka selama pandemic COVID mengalami penurunan. Hal ini ditunjukkan dengan pendapatan rata-rata per tahun kurang dari Rp 36 Juta

sekitar 61%. Sedangkan data untuk permasalahan modal usaha selama *pandemic* COVID 19 diperoleh sekitar 61.7% responden. Untuk melihat dampak *pandemic* COVID 19 secara keseluruhan terhadap pertumbuhan usaha dapat dilihat dalam Tabel 3 berikut ini:

Berdasar Tabel 3 tersebut dapat disimpulkan bahwa kinerja usaha para pemilik UMKM mengalami penurunan, hal ini ditunjukkan oleh indicator kemampuan dalam mengelola Kesehatan keuangan, kemampuan mengukur pangsa pasar dan daya saing, kemampuan dalam mengelola produktivitas usaha, tingkat inovasi dan kreativitas usaha dan kemampuan mengelola pertumbuhan usaha berada di level yang rendah dengan rata-rata sebanyak 45,66%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan usaha di kota Surakarta mengalami penurunan kinerja selama pandemic COVID 19. Data tersebut digunakan sebagai variabel Y yang secara keseluruhan menggambarkan indicator pertumbuhan usaha.

Pengaruh tingkat pengetahuan *Financial Literacy* pemilik usaha UMKM terhadap pertumbuhan usaha UMKM dapat dilihat pada Tabel 5 berikut ini:

Tabel 3
Indikator Pertumbuhan Usaha UMKM selama *Pandemic* COVID 19

No	Indikator Pertumbuhan Usaha UMKM	Rendah	Sedang	Tinggi
1	Kemampuan pemilik usaha mengelola Kesehatan keuangan bisnis	42.1%	31.1%	26.7%
2	Kemampuan untuk mengukur pangsa pasar dan performance usaha	49.1%	28.8%	22.1%
3	Kemampuan mengelola produktivitas usaha	44%	29.7%	26.3%
4	Kemampuan inovasi dan kreatifitas dalam menjalankan usaha	44%	30.5%	25.5%
5	Kemampuan mengelola pertumbuhan usaha UMKM	49.1%	28%	22.9%

Sumber: Hasil kuesioner dan survei

Tabel 4
Rincian Definisi Variabel Indikator Pertumbuhan Usaha

No	Indikator Pertumbuhan Usaha UMKM	Nama Variabel
1	Kemampuan pemilik usaha mengelola Kesehatan keuangan bisnis	Y1
2	Kemampuan untuk mengukur pangsa pasar dan <i>performance</i> usaha	Y2
3	Kemampuan mengelola produktivitas usaha	Y3
4	Kemampuan inovasi dan kreatifitas dalam menjalankan usaha	Y4
5	Kemampuan mengelola pertumbuhan usaha UMKM	Y5

Tabel 5
Hasil Regresi Variabel Tingkat *Financial Literacy* Pemilik UMKM terhadap Pertumbuhan Usaha

No	Tingkat Pengetahuan <i>Financial Literacy</i> Pemilik Usaha UMKM	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
1	Dimensi Pengetahuan					
	a. Tingkat pemahaman keuangan secara dasar	0.322 (0.748)	-2.614 (0.010)	2.216 (0.029)	-0.280 (0.780)	2.335 (0.021)
	b. Tingkat pemahaman tentang hutang, hutang dagang dan hutang usaha	0.498 (0.620)	-1.449 (0.150)	2.148 (0.034)	-1.590 (0.115)	3.448 (0.001)
	c. Tingkat pemahaman tentang Lembaga perbankan dan instrumentnya	1.757 (0.082)	-2.014 (0.044)	1.683 (0.095)	-1.903 (0.060)	2.038 (0.044)
	d. Tingkat pemahaman bahwa Lembaga Perbankan merupakan solusi bagi permodalan UMKM	0.386 (0.700)	-1.236 (0.219)	1.802 (0.074)	-1.729 (0.089)	2.216 (0.029)
2	Dimensi Aplikasi					
	a. Tingkat kedisiplinan dalam mengelola keuangan	1.078 (0.283)	-3.027 (0.003)	3.369 (0.001)	-1.016 (0.312)	2.159 (0.033)
	b. Tingkat kemampuan mmembuat laporan keuangan	0.203 (0.839)	-1.500 (0.136)	2.255 (0.026)	-2.241 (0.027)	3.558 (0.001)

c. Tingkat kemampuan melakukan analisis laporan keuangan	0.153 (0.879)	-2.595 (0.011)	3.171 (0.002)	-1.814 (0.072)	2.951 (0.004)
d. Tingkat kemampuan mengelola buku kas	0.588 (0.551)	-1.762 (0.081)	2.605 (0.010)	-2.280 (0.024)	3.244 (0.002)
e. Kemampuan menganalisis buku kas dengan baik	0.596 (0.522)	-1.527 (0.130)	2.547 (0.012)	-2.226 (0.028)	3.466 (0.001)

Sumber: Data diolah

Tingkat pengetahuan *financial literacy* pada dimensi pengetahuan dengan rincian tingkat pemahaman keuangan secara dasar menunjukkan level sigifikansi sebesar 0.021 dan mempunyai angka lebih kecil dari probabilitas 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan dasar *financial literacy* memiliki pengaruh yang positif terhadap pertumbuhan usaha. Variabel dimensi pengetahuan lain yang ditunjukkan oleh Tabel 4 seperti misalnya tingkat pengetahuan dasar utang, pengetahuan dasar tentang pengetahuan lembaga perbankan menunjukkan angka signifikansi rata-rata di bawah probabilitas 0.05. Secara keseluruhan variabel dimensi pengetahuan dalam Tabel 4 menunjukkan pengaruh positif terhadap pertumbuhan usaha UMKM. Tingkat pengetahuan *financial literacy* pada dimensi aplikasi secara keseluruhan menunjukkan angka probabilitas di bawah 0.05. Tingkat kedisiplinan dalam mengelola keuangan menunjukkan angka 0.033.

Tingkat kemampuan membuat laporan keuangan menunjukkan angka 0.001. Tingkat kemampuan mengelola buku kas ditunjukkan dengan angka 0.002. dan kemampuan menganalisis buku kas menunjukkan angka 0.001. Secara keseluruhan hasil tersebut menggambarkan bahwa variabel dimensi aplikasi pada tingkat pengetahuan *literacy* para pemilik usaha UMKM menunjukkan pengaruh yang positif terhadap pertumbuhan usaha UMKM.

Berdasar data tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat pemahaman mengenai aplikasi *FinTech* para pemilik UMKM masih dalam kategori rendah. Hal ini ditunjukkan oleh angka 37% dari 120 responden. Sedangkan intensitas penggunaan aplikasi *FinTech* masih menunjukkan angka 46.3% yang jarang menggunakan. Meskipun begitu, dari 120 responden menunjukkan 54.8% mengakui bahwa aplikasi *FinTech* memiliki manfaat yang sangat diperlukan untuk operasional

Tabel 6
Tingkat Minat Penggunaan Aplikasi Digital *Financial Technology* Pemilik UMKM Wilayah Surakarta dan Sekitarnya

No	Tingkat minat penggunaan aplikasi digital <i>FinTech</i> Pemilik UMKM wilayah Surakarta dan sekitarnya	Rendah	Sedang	Tinggi
1	Tingkat pemahaman aplikasi digital <i>FinTech</i>	19.8%	41.2%	37%
2	Intensitas pemakaian aplikasi digital <i>FinTech</i>	46.3%	31.4%	22.3%
3	Persepsi kemanfaatan layanan <i>FinTech</i>	4.7%	40.5%	54.8%
4	Persepsi kemudahan penggunaan aplikasi layanan <i>FinTech</i>	4.1%	43%	47.1%
5	Tingkat kepercayaan terhadap layanan <i>FinTech</i>	4.2%	43.8%	52%
6	Tingkat kepercayaan terhadap <i>FinTech</i> yang sudah mempunyai brand	8.3%	41.3%	50.4%

Sumber: Hasil kuesioner dan survei

dalam menjalankan usaha. Selain itu, 120 pemilik UMKM di Surakarta dan sekitarnya mengakui bahwa aplikasi *FinTech* yang ada di Indonesia saat ini sangat mudah dipahami ditunjukkan oleh tingkat pemahaman yang tinggi menunjukkan angka 47.1% dan tingkat pemahaman yang sedang di angka 43%.

Pada saat pandemi COVID 19 berlangsung banyak UMKM yang mendapat fasilitas negara berupa bantuan usaha, namun tidak dipungkiri bahwa tidak semua UMKM memiliki persyaratan untuk mendapatkan fasilitas bantuan modal tersebut. Berikut ini hasil kuesioner dengan pertanyaan mengenai dampak pandemi COVID 19 dan intensitas penggunaan aplikasi *FinTech* para pemilik UMKM di kota Surakarta dan sekitarnya.

Berdasar hasil jawaban kuesioner tersebut dapat disimpulkan bahwa meskipun para pemilik UMKM di kota Surakarta dan sekitarnya mengalami penurunan pendapatan dan kesulitan dalam sektor modal, tingkat pengetahuan *financial literacy* menunjukkan kondisi pemahaman yang sangat bagus. Terbukti dari jawaban tersebut mereka tidak asal dan tidak mudah dalam menggunakan aplikasi *FinTech* berbasis lending. Karena mereka paham bahwa melakukan pinjaman *online* memiliki risiko yang sangat tinggi. Berdasar hasil survei dan wawancara mereka lebih memilih melakukan pinjaman ke lembaga perbankan untuk memperbaiki sektor modal.

Dengan menggunakan data tersebut sebagian digunakan untuk menguji hipotesis mengenai persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan dalam penelitian ini digambarkan dalam Tabel 8 berikut ini:

Berdasar hasil penelitian tersebut dapat dirumuskan persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 0.232 + 0.064X1 + -0.310X2 + 0.90 X3 + 0.374X4 + 0.611X5$

PEMBAHASAN

Persamaan tersebut menggambarkan jika variabel minat penggunaan aplikasi *FinTech* akan mengalami peningkatan sebesar 0.232 jika variabel tingkat pemahaman, persepsi manfaat, persepsi kemudahan, tingkat kepercayaan dan tingkat efektifitas penggunaan aplikasi mengalami peningkatan sebesar nol. Nilai koefisien beta pada variabel tingkat pemahaman sebesar 0.064 menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pemahaman pemilik UMKM dalam menggunakan aplikasi *FinTech* maka tingkat minat pemilik UMKM dalam menggunakan aplikasi sebesar 0.0064. Sedangkan nilai t hitung sebesar $2.262 \geq t$ tabel 1.980 dengan tingkat signifikan $0.026 \leq 0.005$ menunjukkan bahwa hipotesis tingkat pemahaman yang semakin tinggi dalam penggunaan aplikasi secara positif memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi *FinTech*.

Pada variabel persepsi kemudahan dengan nilai koefisien B sebesar 0,190 menunjukkan bahwa

Tabel 7
Hasil Kuesioner 120 Responden Mengenai Dampak Pandemi COVID 19

No	Daftar pertanyaan mengenai dampak Pandemi COVID 2019 terhadap pertumbuhan usaha UMKM dan minat penggunaan aplikasi FinTech	Sangat Setuju	Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	Penurunan pendapatan dan tabungan selama pandemic COVID 19	23.3%	47.5%	23.9%	5.5%	0
2	Mengalami kesulitan dalam permodalan usaha saat pandemic COVID 19	17.5%	44.2%	27.5%	10.8%	0
3	Jika FinTech memiliki aplikasi pinjaman akan menggunakan aplikasi terbut dengan mudah	8.5%	34.7%	29.7%	22%	5.1%
4	Tidak melakukan pinjaman FinTech karena memiliki risiko tinggi	22.9%	36.4%	31.4%	9.3%	0
5	Permasalahan modal dapat diatasi tanpa menggunakan aplikasi FinTech lending	13.4%	41.2%	35.3	9.2%	0.9%

Sumber: Hasil kuesioner dan survei

Tabel 8
Hasil Uji Statistik
Coefficients^a

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.232	.083		2.806	.006
	Tingkat paham	.064	.028	.092	2.262	.026
	Persepsi manfaat	-.310	.095	-.343	-3.260	.001
	Persepsi kemudahan	.190	.065	.210	2.932	.004
	Tingkat kepercayaan	.374	.066	.381	5.673	.000
	Tingkat efektivitas	.611	.097	.676	6.303	.000

A. Dependent Variable: Minat penggunaan *finTech*

semakin tinggi tingkat persepsi kemudahan dalam penggunaan aplikasi *FinTech* secara otomatis akan meningkatkan minat penggunaan aplikasi *FinTech* menunjukkan angka 0.190. Nilai t hitung $2.932 \geq t$ tabel 1.980 dengan tingkat signifikan $0.004 \leq 0.005$ menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan dalam penggunaan aplikasi *FinTech* akan meningkatkan minat penggunaan aplikasi *FinTech*.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh nilai koefisien beta pada variabel tingkat kepercayaan terhadap aplikasi *FinTech* menunjukkan angka 0.374 dan pada variabel tingkat efektivitas penggunaan aplikasi sebesar 0.611. Berdasar hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa jika terjadi peningkatan level kepercayaan sebesar 0,374 akan meningkatkan minat penggunaan aplikasi sebesar 0.374 sedangkan jika terjadi kenaikan pada tingkat efektivitas dalam penggunaan aplikasi *FinTech* maka minat dalam penggunaan aplikasi *FinTech* juga secara tidak langsung meningkatkan minat penggunaan aplikasi sebesar 0.611.

Persepsi kemanfaatan pada penelitian ini menunjukkan nilai koefisien beta yang negatif yaitu sebesar -0.310 artinya jika terdapat penurunan dalam persepsi kemanfaatan sebesar 0,310 maka minat penggunaan aplikasi *FinTech* juga mengalami penurunan sebesar 0,310. Nilai t hitung $-3.206 \leq$ dari t tabel sebesar 1.980 dengan tingkat signifikansi $0.001 \leq 0.005$ artinya bahwa variabel persepsi kemanfaatan aplikasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap niat penggunaan aplikasi *FinTech*.

SIMPULAN

Secara keseluruhan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM di Kota Surakarta dengan 120 responden memiliki kekuatan untuk menghadapi situasi pandemic COVID 19. Hal ini ditunjukkan bahwa secara keseluruhan tingkat pengetahuan *financial literacy* para pemilik UMKM Kota Surakarta dalam level sedang, sedangkan indikator yang menunjukkan tingkat pertumbuhan usaha, tingkat kemampuan mengukur pangsa pasar, tingkat kemampuan mengelola kesehatan dan produktivitas bisnis menunjukkan penurunan. Meskipun begitu hasil penelitian ini didukung dengan minat penggunaan aplikasi penggunaan aplikasi *FinTech* yang cukup tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, B. D. 2015. Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Pemilik Usaha. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 3(2), 109–121.
- A.Noviyanti, T.Ernawati. 2021. *Pengaruh Persepsi Kemudahan , Kepercayaan dan Efektivitas terhadap Minat menggunakan Financial Technology (FinTech)*. 4(2), 6.
- AQIDA, M. S. 2019. Pengaruh Akses Keuangan terhadap Pertumbuhan UMKM dengan Moderasi

- Literasi Keuangan di Kota Semarang. *Ekonomika Dan Bisnis*, 8(2009), 1–15.
- Kaban, R. F., & Safitry, M. 2020. *Ekonomi Bisnis Does Financial Literacy Effect to Performance and Sustainability of Culinary MSMEs in Greater Jakarta ?* 25(1), 1–13. <https://doi.org/10.17977/um042v25i1p1-13>.
- Laucerene, Sylke Febrina. “Sri Mulyani Beberkan Usaha Yang Bisa Bertahan Di Tengah Corona.” Diakses 30 Juni 2020. [Sri Mulyani Beberkan Usaha yang Bisa Bertahan di Tengah Corona \(detik.com\)](http://sri-mulyani-beberkan-usaha-yang-bisa-bertahan-di-tengah-corona.detik.com).
- Lusardi, A. 2015. Financial Literacy Skills for the 21st Century: Evidence from PISA. *Journal of Consumer Affairs*, 49(3), 639–659. <https://doi.org/10.1111/joca.12099>.
- Muzdalifa, I., Rahma, I. A., & Novalia, B. G. 2018. Peran Fintech Dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif Pada UMKM Di Indonesia (Pendekatan Keuangan Syariah). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(1). <https://doi.org/10.30651/jms.v3i1.1618>.
- Ningsih, D. R. 2020. Peran Financial Technology (Fintech) Dalam Membantu Perkembangan Wirau-saha UMKM. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Program Pascasarjana Universitas Pgris Palembang*, 270–277.
- OJK-RI. 2017. Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia. *Otoritas Jasa Keuangan*, 1–99. [https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Strategi-Nasional-Literasi-Kuangan-Indonesia-\(Revisit-2017\)-.aspx](https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Strategi-Nasional-Literasi-Kuangan-Indonesia-(Revisit-2017)-.aspx).
- Rahardjo, B., Khairul, I., & Siharis, A. K. 2019. Pengaruh Financial Technology (Fintech) Terhadap Perkembangan UMKM di Kota Magelang. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call For Papers*, 347–356.
- Sabilla, S. O., Wijayangka, C., Bisnis, P. A., Komunikasi, F., & Telkom, U. 2019. *non-probability sampling*. 3(1), 145–152.
- Sanggrama, E. B. 2020. *Sebuah Solusi untuk Perkembangan UMKM di Indonesia*. 12(1), 146–158. <http://journal.maranatha.edu>.
- Sarwono, H. A. 2015. Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Ukm). *Bank Indonesia Dan LPPI*, 1–135.
- Suci, Y. R. 2017. Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi*, 6(1), 51–58.
- Widayanti, R., Damayanti, R., & Marwanti, F. 2017. Pengaruh Financial Literacy Terhadap Keberlangsungan Usaha (Business Sustainability) Pada Ukm Desa Jatisari. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, 18(2), 153. <https://doi.org/10.30596/jimb.v18i2.1399>.
- Winarto, W. W. A. 2020. Peran Fintech dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 3(1), 61–73. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i1.132>.

PENCIPTAAN KEUNGGULAN KOMPETITIF MELALUI ORIENTASI PASAR DAN INOVASI SERTA DAMPAKNYA PADA KINERJA BISNIS UMKM

*Agus
Nunung Nurnilasari
Susy Sugiyarsih*

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Cirebon
E-mail: aguspurwanto0725@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the competitive advantage achievement through market orientation and innovation and its impact on the business performance of MSMEs in Cirebon Regency. The study used a survey method in two sub-districts in Cirebon Regency with a total sample of 136 MSMEs. Hypothesis testing and data analysis were carried out using the structural equation modeling-partial least square (SEM-PLS). The research concludes as follows. The competitive advantage achievement for MSMEs in Cirebon Regency requires market orientation and innovation capabilities. Having a competitive advantage together with market orientation and innovation capabilities has an impact on the business performance of MSMEs in Cirebon Regency. Therefore, to build high MSME business performance, it can be done by creating a competitive advantage through increasing market orientation and innovation capabilities.

Keywords: business performance, competitive advantage, market orientation, innovation, MSMEs

JEL classification: M31

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mem-

punyai peran penting dalam perekonomian, tetapi kinerja bisnisnya masih rendah (Taneo, Setyaningsih, & Lindawati, 2017). Kinerja bisnis dipandang sebagai ukuran keberhasilan perusahaan dengan memperhatikan nilai yang diberikan baik kepada pelanggan internal maupun eksternal (Arisi-nwugballa, Elom, & Onyeizugbe, 2016). Untuk mencapai kinerja yang tinggi, hal utama yang perlu dilakukan perusahaan adalah membangun keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif dapat diperoleh sebagian besar dari sumber daya dan modal. Peningkatan kinerja bisnis untuk mendapatkan sumber daya dan modal yang lebih tinggi penting untuk mendukung keunggulan kompetitif yang lebih kuat (Nuryanti, Samsir, & Andreas, 2018).

Orientasi pasar dan aktivitas inovasi memiliki peran yang krusial dalam mewujudkan kinerja bisnis (Anim *et al.*, 2018). Dalam sektor UMKM, hal ini dibuktikan dari beberapa penelitian yang mendapatkan bahwa kinerja bisnis dipengaruhi oleh faktor sumberdaya manusia, khususnya orientasi pasar ((Anjaningrum & Sidi, 2018); (Abdullah, Basalamah, Kamase, & Dani, 2017); (Merakati, Rusdarti, & Wahyono, 2017); (Bamfo & Kraa, 2019); (Anim, *et al.*, 2018); (Nuryakin, 2018); (Haryono & Marniyati, 2017); (Hanandeh, 2017)). Kegiatan dan perilaku perusahaan yang berorientasi pasar melibatkan pencarian peluang secara proaktif di pasar, memberikan nilai pelanggan yang unggul dan posisi pasar di masa depan (Rini, Lisnini, Maretha, & Pebrianti, 2020). Di samping itu, inovasi juga didapatkan memiliki pengaruh positif dan

signifikan terhadap kinerja bisnis ((Anim, *et al.*, 2018); (Nuryanti *et al.*, 2018); (Haryono & Marniyati, 2017); (Olughor, 2015); dan (Ismanu & Kusmintarti, 2019). Sementara itu, beberapa penelitian mendapatkan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif ((Sari & Yasa, 2016); (Almaidah, 2019); (Dalimunthe, 2017); (Dewi, Indrayani, & Tripalupi, 2019); (Puspaningrum, 2017); (Helia, Farida, & Prabawani, 2015)). Penelitian lain mendapatkan bahwa keunggulan kompetitif dipengaruhi oleh inovasi ((de Oliveira, Basso, Kimura, & Sobreiro, 2018); (Suendro, 2010)). Inovasi mengarah pada keunggulan kompetitif, dan eksklusivitas produk inovatif memungkinkan perusahaan untuk memasarkan produk bernilai tambah lebih tinggi dan memperoleh keuntungan besar (de Oliveira *et al.*, 2018).

Penelitian-penelitian terdahulu pada umumnya hanya menganalisis pengaruh orientasi pasar, inovasi, dan keunggulan kompetitif secara langsung terhadap kinerja bisnis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Beberapa penelitian lain yang menjadikan keunggulan kompetitif sebagai variabel pemoderasi orientasi pasar dan inovasi dengan kinerja bisnis. Penelitian ini mengisi *research gap* dalam pengkajian kinerja bisnis UMKM. Oleh karena itu, penelitian melakukan analisis mengenai pengaruh orientasi pasar dan inovasi terhadap keunggulan kompetitif serta dampaknya pada kinerja organisasi. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh langsung dan tidak langsung orientasi pasar dan inovasi terhadap kinerja organisasi melalui keunggulan kompetitif.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Orientasi pasar dipandang sebagai perilaku organisasi yang mengembangkan kemampuan untuk mendapatkan intelijen pasar, menyebarkannya di dalam perusahaan, dan merespon dengan mengembangkan produk yang memenuhi kebutuhan pasar, yang semuanya dapat menghasilkan keunggulan kompetitif perusahaan. Perusahaan yang berorientasi pasar berarti memiliki strategi pasar dan strategi sumber utama yang terintegrasi (Triani & Yeni, 2019). Orientasi pasar merupakan faktor kunci dalam mencapai keunggulan kompetitif perusahaan, melalui pemahaman terhadap kebutuhan konsumen, struktur persaingan, dan lingkungan bisnis secara umum (Talaja *et al.*, 2017). Dalam konteks ini,

orientasi pasar merupakan aset krusial dalam mencapai keunggulan kompetitif perusahaan (Talaja *et al.*, 2017). Sejumlah penelitian mendapatkan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif perusahaan ((Anjaningrum & Sidi, 2018); (Sari & Yasa, 2016); (Almaidah, 2019); dan (Dalimunthe, 2017)). Dengan demikian dapat dirumuskan hipotesis:

H1: Orientasi pasar berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif

Orientasi pasar sebagai elemen strategis utama telah menerima banyak perhatian karena meningkatkan kemampuan beradaptasi perusahaan dalam lingkungan pasar yang dinamis (Choi, 2014). Perusahaan yang berorientasi pasar adalah mereka yang berkomitmen untuk memahami kebutuhan pelanggan, membagikan informasi terkait pelanggan di seluruh perusahaan dan membangun koordinasi di antara semua area fungsional untuk menciptakan nilai superior bagi pelanggan ((Choi, 2014); (Fang, Chang, Ou, & Chou, 2014). Orientasi pasar berkontribusi signifikan terhadap berbagai bidang kegiatan bisnis (Bamfo & Kraa, 2019). Selanjutnya disebutkan bahwa sifat dinamis lingkungan bisnis telah menyadarkan perusahaan tentang tingkat orientasi pasar terhadap pelanggan, pesaing, dan tingkat sinergi di seluruh unit bisnisnya. Sejumlah penelitian mendapatkan bahwa orientasi pasar didapatkan berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis perusahaan (Bamfo & Kraa, 2019; Anim, *et al.*, 2018; Anjaningrum dan Sidi, 2018; Adam & Syahputra, 2016). Oleh karena itu, dapat dirumuskan hipotesis:

H2: Orientasi pasar berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis

Inovasi merupakan elemen penting untuk kemajuan ekonomi suatu negara dan daya saing suatu industri. Inovasi memainkan peran penting tidak hanya untuk perusahaan besar, tetapi juga untuk usaha kecil termasuk UMKM. Inovasi merupakan salah satu senjata kompetitif terpenting dan umumnya dilihat sebagai kemampuan nilai inti perusahaan. Perusahaan harus terlibat dalam inovasi untuk mendapatkan keunggulan kompetitif di pasar. Kemampuan untuk melakukan inovasi sangat penting agar perusahaan mampu bersaing dan bertahan di era persaingan yang semakin tajam. Hal inikarena inovasi merupakan kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk memperkaya dan meningkatkan kehidupan. Beberapa penelitian menemukan hubun-

gan positif antara inovasi dan keunggulan kompetitif (Rosli & Sidek, 2013; Udriyah, Tham, & Azam, 2019; Mulyana & Sutapa, 2014; dan Suendro, 2010). Dengan demikian, dapat dirumuskan hipotesis:

H3: Inovasi berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif

Inovasi dapat menjadi pembeda di tengah persaingan bisnis yang ketat dan berdampak pada kinerja perusahaan (Efrata, Radianto, Marlina, & Budiono, 2019). Perusahaan yang awalnya berkinerja buruk dapat bersaing dengan pesaingnya karena inovasi. Kegiatan inovasi yang terdiri dari inovasi organisasi, inovasi produk, dan inovasi pemasaran dapat memberikan pengaruh terhadap kinerja pasar. Banyak penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa inovasi dan kinerja bisnis berkorelasi positif (de Oliveira, Basso, Kimura, & Sobreiro, 2018; Efrata, Radianto, Marlina, & Budiono, 2019). Oleh karena itu, dapat dirumuskan hipotesis:

H4: Inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis

Perusahaan yang merumuskan dan menerapkan strategi yang mengarah pada kinerja yang unggul relatif terhadap pesaing dalam industri yang sama atau rata-rata industri memiliki keunggulan kompetitif (Eniola & Ektebang, 2014). Penting bagi perusahaan untuk mendapatkan, mempertahankan, dan meningkatkan keunggulan kompetitif melalui sumber daya keuangan internal dan eksternal yang mungkin mereka miliki dan dapatkan. Keunggulan kompetitif berkelanjutan merupakan anteseden penting dari kinerja perusahaan karena menyoroti atribut mendasar untuk organisasi untuk mencapai konsekuensi ekonomi positif. Sejumlah penelitian mendapatkan bahwa keunggulan kompetitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja organisasi (Febriatmoko dan Raharjo, 2015; Ashary, *et al.*, 2018; Merakati, *et al.*, 2017; Mananeke, 2012; Qamariah & Muchtar, 2019; Nurlina & Darsono, 2017; dan Riyanto, 2018). Dengan demikian, dapat dirumuskan hipotesis:

H5: Keunggulan kompetitif berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survai. Obyek penelitian ini adalah UMKM-UMKM di Kabupaten Cirebon. Penelitian dilaksanakan pada UMKM-UMKM yang berlokasi di dua kecamatan di Kabupaten Cirebon, yaitu Kecamatan Plumbon dan Weru. Subyek penelitian ini adalah para

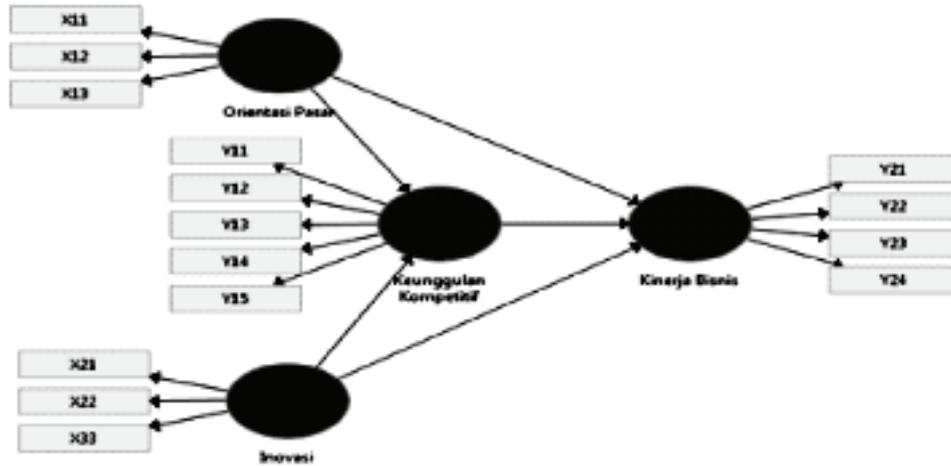
pemilik atau penanggung jawab pengelola UMKM. Populasi ini dibatasi hanya UMKM-UMKM yang telah beroperasi minimal lima tahun. Berdasar kriteria ini didapatkan jumlah populasi sebanyak 142 UMKM dan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 136 UMKM.

Pengumpulan data untuk mengukur variabel penelitian dilakukan menggunakan instrumen, yaitu kuesioner yang disusun berdasarkan definisi operasional dan indikator setiap variabel dengan menggunakan skala Likert 1 – 5, sebagai skala pengukuran atas jawaban responden untuk setiap butir pertanyaan. Analisis inferensial secara kuantitatif multivariat dilakukan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Analisis kuantitatif multivariat dilakukan dengan menggunakan model persamaan struktural berbasis pada *partial least square* (*Partial Least Square-Structural Equation Modeling* atau PLS-SEM). Analisis data dengan PLS-SEM dilakukan melalui tiga tahap, yaitu: spesifikasi model, evaluasi *outer model*, dan evaluasi *inner model* (Hair Jr, Sarstedt, Hopkins, & Kuppelwieser, 2014) *Partial least squares structural equation modeling* (PLS-SEM). Model struktural yang diuji dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.

HASIL PENELITIAN

Deskripsi Responden

Pemilik atau pengelola UMKM di Kecamatan Plumbon dan Weru Kabupaten Cirebon hampir seimbang antara laki-laki dan perempuan, yaitu 52,94% laki-laki dan 47,06% perempuan. Berdasarkan usia pemilik atau pengelolanya, UMKM di Kabupaten Cirebon dimiliki atau dikelola oleh masyarakat mulai dari mereka yang berusia 20 tahun atau lebih rendah sampai lebih dari 50 tahun. Namun, sebagian besar usia pemilik atau pengelola UMKM di Kabupaten Cirebon adalah 41 – 50 tahun sebanyak 35,29% dan lebih dari 50 tahun sebanyak 30,88%. Sementara itu, meskipun terdapat beragam area bisnis UMKM di Kabupaten Cirebon, namun sebagian besarnya adalah pengolahan makanan dan perdagangan. UMKM pengolahan makanan menempati urutan terbesar, yaitu 79,41% yang diikuti oleh usaha perdagangan sebanyak 20,59%. Lama usaha UMKM di Kabupaten Cirebon berkisar antara 5 sampai lebih dari 15 tahun. Sebanyak 41,18% UMKM telah beroperasi selama 5 – 10 tahun. UMKM yang telah beroperasi selama 11 – 15 tahun se-



Gambar 1
Model Struktural Peningkatan Kinerja Bisnis UMKM

banyak 36,03% dan yang telah beroperasi lebih dari 15 tahun sebanyak 22,79%.

Evaluasi Kualitas Outer Model

Model pengukuran (*Outer Model*) dan Model Struktural (*Inner Model*) yang diuji dalam penelitian dapat dilihat pada Gambar 1. Terhadap model tersebut pertama kali dilakukan evaluasi kualitas *outer model*. Evaluasi *outer model* dilakukan untuk memastikan hubungan antara variabel laten dengan indikator-indikatornya. Evaluasi *outer model* dilakukan dengan uji reliabilitas dan validitas pengukuran konstruk. Uji reliabilitas pengukuran konstruk dilakukan dengan menggunakan *Cronbach's alpha*, *composite reliability* (CR), dan *average variance extracted* (AVE). Konstruk dianggap reliabel, jika nilai CR lebih besar dari 0,700, AVE minimum adalah 0,500, dan *Cronbach's alpha* minimum adalah 0,600. Seluruh pengukuran konstruk memiliki nilai *Cronbach's alpha* lebih dari 0,600, nilai *composite reliability* lebih dari 0,700, dan nilai *average variance extracted* (AVE) lebih dari 0,500. Hal ini menunjukkan bahwa pengukuran seluruh konstruk dalam penelitian ini memiliki kualitas reliabilitas yang baik.

Uji validitas pengukuran konstruk meliputi *convergent validity* dan *discriminant validity*. *Convergent validity* digunakan untuk menguji hubungan antara variabel manifes dalam sebuah konstruk. *Convergent validity* diukur dengan menggunakan *average vari-*

ance extracted (AVE), dengan nilai 0,500 atau lebih dan *outer loading* dengan nilai 0,700 atau lebih. Hasil pengujian mendapatkan bahwa nilai *average variance extracted* (AVE) seluruh konstruk lebih besar dari 0,500. Sementara itu, nilai *outer loadings* seluruh konstruk dengan masing-masing indikatornya lebih besar dari 0,700. Nilai-nilai ini menunjukkan pengukuran konstruk dalam penelitian telah memenuhi validitas konvergen. *Discriminant validity* digunakan untuk menguji hubungan variabel manifes dalam sebuah konstruk dengan konstruk variabel manifes yang lain dalam sebuah model struktural. *Discriminant validity* diamati melalui *cross-loadings*, yaitu *item loadings* konstruk relevan lebih tinggi dari *item loading* yang didesain untuk mengukur semua konstruk dan *Fornell-Larcker Criterion*. *Discriminant validity* bisa diterima jika *outer loading* per *item construct* di atas 0,700 dan *Fornell-Larcker Criterion* adalah 0,700 atau lebih. Pengujian validitas diskriminan pengukuran konstruk mendapatkan hasil bahwa nilai *cross loadings* seluruh konstruk dengan masing-masing indikatornya lebih tinggi dari 0,700. Demikian juga, nilai *Fornell-Larcker criterion* seluruh konstruk dengan masing-masing indikatornya lebih tinggi dari 0,700. Nilai-nilai ini menunjukkan pengukuran konstruk dalam penelitian telah memenuhi validitas diskriminan.

Evaluasi Inner Model

Evaluasi *Inner Model* atau *Structural Model* ini mer-

upakan evaluasi untuk mengidentifikasi hubungan antara semua variabel laten yang membentuk sebuah model. Evaluasi kualitas model lebih banyak didasarkan pada kemampuan untuk memprediksi konstruk endogen. Evaluasi model struktural menggunakan parameter-parameter, meliputi: *coefficient of determination*, *Cross-validated redundancy*, dan *Path coefficient*. *Coefficient of determination* atau *R-Square* (R^2) digunakan untuk mengukur akurasi prediksi model dan mengukur pengaruh kombinasi dari semua variabel eksogen terhadap variabel endogen. Nilai koefisien determinasi model struktural keunggulan kompetitif UMKM yang didapatkan dalam penelitian sebesar 0,123 (12,3%). Hal ini berarti bahwa variasi variabel-variabel eksogen yang dirumuskan mempengaruhi keunggulan kompetitif, yaitu orientasi pasar dan inovasi memberikan pengaruh sebesar 12,3% terhadap variasi keunggulan kompetitif UMKM di Kabupaten Cirebon. Sisanya, dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dirumuskan dalam model struktural. Hal ini menunjukkan bahwa variasi dalam orientasi pasar dan inovasi memberikan pengaruh yang lemah terhadap variasi keunggulan kompetitif UMKM di Kabupaten Cirebon.

Selanjutnya, nilai koefisien determinasi model struktural kinerja bisnis UMKM yang didapatkan dalam penelitian sebesar 0,327 (32,7%). Hal ini berarti bahwa variasi variabel-variabel eksogen yang dirumuskan mempengaruhi kinerja bisnis UMKM, yaitu orientasi pasar, inovasi, dan keunggulan kompetitif memberikan pengaruh sebesar 32,7% terhadap variasi kinerja bisnis UMKM di Kabupaten Cirebon. Sisanya, dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dirumuskan dalam model struktural. Hal ini menunjukkan bahwa variasi dalam orientasi pasar, inovasi, dan keunggulan kompetitif memberikan pengaruh dengan tingkat sedang terhadap variasi kinerja bisnis UMKM

di Kabupaten Cirebon.

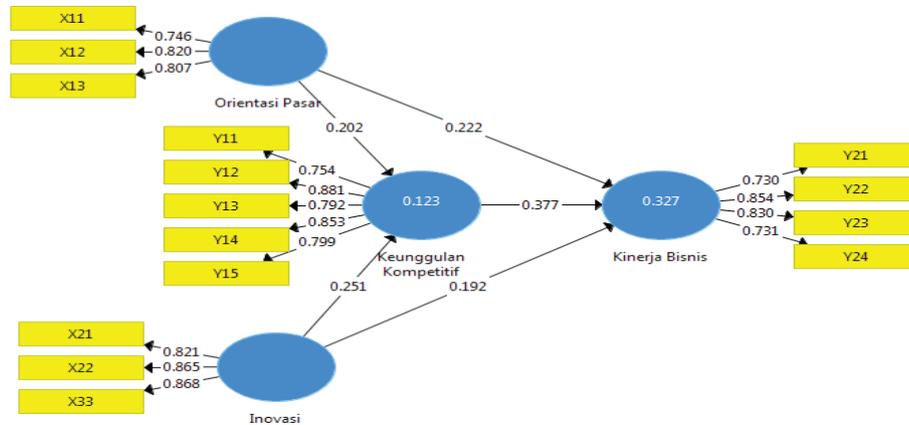
Cross-validated redundancy (Q^2) digunakan untuk mengukur relevansi prediktif model. Jika nilai *cross validate redundancy* (Q^2) lebih besar dari nol, maka *inner model* atau model struktural tersebut memiliki *predictive relevance*. Sebaliknya jika nilainya lebih kecil dari nol, maka model tersebut tidak memiliki *predictive relevance* sehingga *inner model* kurang baik untuk memprediksi. Nilai *cross-validated redundancy* (Q^2) untuk model keunggulan kompetitif dan kinerja bisnis UMKM di Kabupaten Cirebon masing-masing 0,073 dan 0,188. Kedua model struktural tersebut memiliki nilai *cross-validated redundancy* (Q^2) lebih dari nol. Hal ini berarti bahwa model struktural yang dirumuskan memiliki relevansi prediktif yang baik.

Path coefficient atau koefisien jalur merupakan koefisien regresi yang menunjukkan pengaruh langsung dan tidak langsung variabel independen (*exogenous variable*) terhadap variabel dependen (*endogenous variable*) dalam sebuah model jalur (*path model*). Nilai koefisien jalur pada masing-masing jalur dalam model struktural disajikan pada Tabel 1. Dengan demikian, pengaruh langsung inovasi terhadap keunggulan kompetitif sebesar 0,251 dan terhadap kinerja bisnis sebesar 0,192. Pengaruh langsung orientasi pasar terhadap keunggulan kompetitif sebesar 0,202 dan terhadap kinerja bisnis sebesar 0,222. Pengaruh langsung keunggulan kompetitif ke kinerja bisnis sebesar 0,377.

Pengaruh tidak langsung orientasi pasar melalui keunggulan kompetitif terhadap kinerja bisnis sebesar 0,076. Pengaruh total orientasi pasar terhadap keunggulan kompetitif sebesar 0,202 dan terhadap kinerja bisnis sebesar 0,298. Pengaruh tidak langsung inovasi melalui keunggulan kompetitif terhadap kinerja bisnis sebesar 0,095. Pengaruh total inovasi terhadap keunggulan kompetitif sebesar 0,251 dan terhadap kinerja bisnis sebesar 0,286. Pengaruh total keunggulan kompetitif

Tabel 1
Koefisien Jalur Model Struktural Peningkatan Kinerja Bisnis UMKM

Jalur	Koefisien Jalur
Orientasi Pasar -> Keunggulan Kompetitif	0,202
Orientasi Pasar -> Kinerja Bisnis	0,222
Inovasi -> Keunggulan Kompetitif	0,251
Inovasi -> Kinerja Bisnis	0,192
Keunggulan Kompetitif -> Kinerja Bisnis	0,377



Gambar 2
Koefisien Jalur dalam Model Struktural Peningkatan Kinerja Bisnis UMKM

terhadap kinerja bisnis sebesar 0,377. Secara diagram, nilai koefisien pada masing-masing jalur dalam model struktural peningkatan kinerja UMKM di Kabupaten Cirebon dapat dilihat pada Gambar 2.

Pengujian Hipotesis

Hasil pengujian masing-masing hipotesis secara ringkas dapat dilihat pada Tabel 2. Berdasarkan signifikansi nilai statistik t seluruh koefisien jalur, yaitu α (p values) < 0,05 maka kelima hipotesis yang diuji dalam penelitian dapat diterima. Oleh karena itu, model struktural untuk menggambarkan penciptaan keunggulan kompetitif melalui orientasi pasar dan inovasi serta dampaknya pada kinerja bisnis UMKM di Kabupaten Cirebon sebagaimana tampak pada Gambar 2.

PEMBAHASAN

Orientasi pasar dipandang sebagai perilaku organisasi yang mengembangkan kemampuan untuk mendapatkan intelijen pasar, menyebarkannya di dalam perusahaan, dan merespon dengan mengembangkan produk yang memenuhi kebutuhan pasar, yang semuanya dapat menghasilkan keunggulan kompetitif perusahaan. Orientasi pasar merupakan faktor kunci dalam mencapai keunggulan kompetitif perusahaan, melalui pemahaman terhadap kebutuhan konsumen, struktur persaingan, dan lingkungan bisnis secara umum (Talaja *et al.*, 2017). Dalam konteks ini, orientasi pasar merupakan aset krusial dalam mencapai keunggulan kompetitif perusahaan (Talaja *et al.*, 2017). Penelitian

Tabel 2
Signifikasi Koefisien Jalur Model Struktural Peningkatan Kinerja Bisnis UMKM

Jalur	Koefisien Jalur	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Hasil Uji Hipotesis
Orientasi Pasar -> Keunggulan Kompetitif	0,202	2,799	0,005	H ₁ diterima
Orientasi Pasar -> Kinerja Bisnis	0,222	2,985	0,003	H ₂ diterima
Inovasi -> Keunggulan Kompetitif	0,251	3,375	0,001	H ₃ diterima
Inovasi -> Kinerja Bisnis	0,192	2,405	0,017	H ₄ diterima
Keunggulan Kompetitif -> Kinerja Bisnis	0,377	4,849	0,000	H ₅ diterima

memperkuat penelitian-penelitian terdahulu bahwa orientasi pasar berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif UMKM di Kabupaten Cirebon.

Perusahaan yang berorientasi pasar adalah mereka yang berkomitmen untuk memahami kebutuhan pelanggan, membagikan informasi terkait pelanggan di seluruh organisasi dan membangun koordinasi di antara semua area fungsional untuk menciptakan nilai superior bagi pelanggan (Fang *et al.*, 2014), (Jebarajakirthy *et al.*, 2015). Penelitian ini mendapatkan bahwa orientasi pasar berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM di Kabupaten Cirebon. Orientasi pasar juga berpengaruh tidak langsung melalui keunggulan kompetitif terhadap kinerja bisnis UMKM di Kabupaten Cirebon.

Inovasi memainkan peran penting tidak hanya untuk perusahaan besar, tetapi juga untuk usaha kecil termasuk UMKM. Inovasi dianggap sebagai cara yang efektif untuk meningkatkan produktivitas perusahaan karena kendala sumber daya yang dihadapi perusahaan. Kemampuan untuk melakukan inovasi sangat penting agar perusahaan mampu bersaing dan bertahan di era persaingan yang semakin tajam. Penelitian ini memperkuat penelitian-penelitian sebelumnya bahwa inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif UMKM di Kabupaten Cirebon. Inovasi dapat menjadi pembeda di tengah persaingan bisnis yang ketat dan berdampak pada kinerja perusahaan (Efrata *et al.*, 2019). Perusahaan yang awalnya berkinerja buruk dapat bersaing dengan pesaingnya karena inovasi. Kegiatan inovasi yang terdiri dari inovasi organisasi, inovasi produk, dan inovasi pemasaran dapat memberikan pengaruh terhadap kinerja pasar. Inovasi pemasaran melalui harga dan promosi dapat berdampak pada kinerja pemasaran. Inovasi produk dapat meningkatkan kinerja pemasaran perusahaan. Penelitian ini mendapatkan bahwa inovasi secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM di Kabupaten Cirebon. Selain itu, inovasi juga memiliki pengaruh tidak langsung, yaitu melalui keunggulan kompetitif, terhadap kinerja bisnis UMKM di Kabupaten Cirebon.

Keunggulan kompetitif merupakan anteseden penting dari kinerja perusahaan karena menyoroti atribut mendasar untuk organisasi untuk mencapai konsekuensi ekonomi positif. Penting bagi perusahaan untuk mendapatkan, mempertahankan, dan mening-

katkan keunggulan kompetitif melalui sumber daya keuangan internal dan eksternal yang mungkin mereka miliki dan dapatkan. Hasil penelitian ini memperkuat penelitian-penelitian sebelumnya bahwa keunggulan kompetitif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM di Kabupaten Cirebon.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Analisis dan pembuktian hipotesis mengenai peningkatan kinerja bisnis UMKM di Kabupaten Cirebon dengan menggunakan *structural equation modelling* (SEM) mendapatkan kesimpulan sebagai berikut. Penciptaan keunggulan kompetitif UMKM di Kabupaten Cirebon mensyaratkan dimilikinya kemampuan orientasi pasar dan inovasi oleh para pelaku atau pengelolanya. Dimilikinya keunggulan kompetitif bersama-sama dengan kemampuan orientasi pasar dan inovasi berdampak pada kinerja bisnis UMKM di Kabupaten Cirebon. Oleh karena itu, untuk membangun kinerja bisnis UMKM yang tinggi dapat dilakukan dengan menciptakan keunggulan kompetitifnya melalui peningkatan kemampuan orientasi pasar dan inovasi.

Saran

Pemilik atau pengelola UMKM harus memiliki komitmen yang tinggi untuk membangun kinerja bisnis yang tinggi sehingga dapat memberikan nilai superior kepada para pelanggan. Peningkatan kinerja bisnis yang tinggi tersebut dapat dilakukan melalui berbagai upaya untuk mewujudkan keunggulan kompetitif yang diawali dengan membangun orientasi pasar dan mendorong tumbuhnya inovasi di kalangan para pegawai.

Ucapan Terimakasih

Penulis sangat bersyukur dapat menyelesaikan penelitian, penulisan laporan, dan penulisan artikel ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah berkontribusi sejak dari perencanaan dan pelaksanaan penelitian sampai pada penulisan artikel. Ucapan terimakasih secara khusus disampaikan kepada para pemilik atau pengelola UMKM yang menjadi responden penelitian, Rektor

Universitas 17 Agustus 1945 Cirebon, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, dan rekan-rekan dosen Program Studi Manajemen atas dukungan dalam pelaksanaan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A., Basalamah, S., Kamase, J., & Dani, I. 2017. Market Orientation and Entrepreneurial Competence towards Competitive Advantage and Marketing Performance on Micro Small and Medium Enterprises (MSMEs) On Seaweed Processing. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 4(12), 20–27. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2017-11.28>.
- Adam, M., & Syahputra, H. 2016. Creating market orientation and business culture to increase SMEs performance in Aceh, Indonesia. *DLSU Business and Economics Review*, 26(1), 81–91.
- Almaidah, S. 2019. Analisis Pengaruh Orientasi Pasar pada Keunggulan Bersaing dan Dampaknya terhadap Peningkatan Kinerja Pemasaran UKM. *Research Fair Unisri*, 3(1), 448–455.
- Anim, P. A., Agbemabiese, G. C., Acheampong, G., Adam, M., & Boakye, E. 2018. Market Orientation, Innovation and Business Performance: Insight from Womenpreneurs in the Fashion Industry in. *Journal of Creativity and Business Innovation*, 4(2018), 5–27.
- Anjaningrum, W. D., & Sidi, A. P. 2018. Determinan Keunggulan Kompetitif dan Kinerja Industri Kreatif. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 14(1), 40–56. <https://doi.org/10.21067/jem.v14i1.2379>.
- Arisi-nwugballa, E. A., Elom, M. E., & Onyeizugbe, C. U. 2016. Evaluating the relevance of Entrepreneurial Orientation to the Performance of Micro, Small and Medium Enterprises in Ebonyi State, Nigeria. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 6(3), 223–234. <https://doi.org/10.6007/IJARAFMS/v6-i3/2257>.
- Asyhari, Pudjihastuti, S.H., Kurdaningsih, D.M. 2018. Peran Mediasi Keunggulan Kompetitif pada Faktor Determinan Kinerja Bisnis UKM di Sentra Tenun Batik di Jawa Tengah, *Jurnal Siasat Bisnis*, Vol. 22, No. 2, hlm. 111–131.
- Bamfo, B. A., & Kraa, J. J. 2019. Cogent Business & Management Market orientation and performance of small and medium enterprises in Ghana : The mediating role of innovation Market orientation and performance of small and medium enterprises in Ghana : The mediating role of innovation. *Cogent Business & Management*, 6(1), 1–16. <https://doi.org/10.1080/23311975.2019.1605703>.
- Choi, S. 2014. Learning Orientation and Market Orientation as Catalysts for Innovation in Non-profit Organizations. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 43(2), 393–413. <https://doi.org/10.1177/0899764012465491>.
- Dalimunthe, M. B. 2017. Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Pasar dan Inovasi produk. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 18–31.
- de Oliveira, J. A. ., Basso, L. F. ., Kimura, H., & Sobreiro, V. 2018. Innovation and financial performance of companies doing business in Brazil. *International Journal of Innovation Studies*, 2(2018), 153–164. <https://doi.org/10.1016/j.ijis.2019.03.001>.
- Dewi, A. A. A. M. W., Indrayani, L., & Tripalupi, L. E. 2019. Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Kerajinan Perak di Desa Celuk Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(2), 466–475.
- Efrata, T. C., Radianto, W. E. ., Marlina, M. A. ., & Budiono, S. 2019. The Impact Of Innovation, Competitive Advantage, And Market Orientation On A Firm’s Marketing Performance In The Garment Industry In Indonesia. *International Conference of Organizational Innovation (ICOI 2019). Advances in Economics, Business and Management Research*, 100(2019), 399–403.

- Eniola, A., & Ektebang, H. 2014. SME firms performance in Nigeria: Competitive advantage and its impact. *International Journal of Research Studies in Management*, 3(2), 1–12. <https://doi.org/10.5861/ijrsm.2014.854>.
- Fang, S. R., Chang, E., Ou, C.-C., & Chou, C.-H. 2014. Internal market orientation, market capabilities and learning orientation. *European Journal of Marketing*, 48(1), 170–192. <https://doi.org/10.1108/EJM-06-2010-0353>.
- Febriatmoko, B. dan Raharjo, S.T. 2015. Meningkatkan Kinerja Bisnis Melalui Keunggulan Bersaing Kuliner Khas Semarang (Studi Pada Sentra Usaha MikroLumpia, Bandeng Presto dan Wingko di Kota Semarang), *Proceeding 2nd Conference in Business, Accounting, and Management, Vol. 2, No. 1, hlm. 139-144*.
- Hair Jr, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. 2014. Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>.
- Hanandeh, A. 2017. The Impact of Entrepreneurship Orientation, Market Orientation on Improving Overall Performance on Jordanian Small and Medium Enterprises Case Study: Orange Telecommunication Company-Jordan Telecommunication Sector. *International Business Management*, 11(11), 1826–1833.
- Haryono, T., & Marniyati, S. 2017. Pengaruh Market Orientation, Inovasi Produk, dan Kualitas Produk terhadap Kinerja Bisnis dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, 17(2), 51–68.
- Helia, R., Farida, N., & Prabawani, B. 2015. Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk sebagai Variabel Antara (Studi Kasus pada IKM Batik di Kampung Batik Laweyan, Solo). *Diponegoro Journal Of Social And Political Of Science*, 1–11.
- Ismanu, S., & Kusmintarti, A. 2019. Innovation and Firm Performance of Small and Medium Enterprises. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 8(2), 312–323.
- Jebarajakirthy, C., Thaichon, P., & Yoganathan, D. 2015. Enhancing corporate social responsibility through market orientation practices in bottom of pyramid markets: with special reference to microcredit institutions. *Journal of Strategic Marketing*. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2015.1063680>.
- Mananeke, L. 2012. The Determining Factors of Competitive Advantage and Business Performance in The Coastal Communities in North Minahasa Regency, *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura Vol. 15, No. 3, pp. 409-422*.
- Merakati, I., Rusdarti, & Wahyono. 2017. Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Orientasi Kewirausahaan melalui Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran. *Journal of Economic Education*, 6(2), 114–123.
- Mulyana, M., & Sutapa, S. 2014. Peningkatan Kapabilitas Inovasi, Keunggulan Bersaing dan Kinerja melalui Pendekatan Quadruple Helix: Studi Pada Industri Kreatif Sektor Fashion. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 13(3), 304–321. <https://doi.org/10.12695/jmt.2014.13.3.5>.
- Nurlina & Darsono, N. 2017. The Role of Competitive Advantage in Mediating the Effect of Entrepreneurial Orientation and Knowledge Management toward Business Performance, *Proceedings of The 7th Annual International Conference (AIC) Syiah Kuala University and The 6th International Conference on Multi-disciplinary Research (ICMR) in Conjunction with the International Conference on Electrical Engineering and Informatics (ICELTICs) 2017, October 18-20, 2017, Banda Aceh, Indonesia, pp. 294-405*.
- Nuryakin. 2018. Competitive Advantage And Product Innovation: Key Success Of Batik Smes Marketing Performance In Indonesia. *Academy of*

Strategic Management Journal, 17(2), 1–17.

- Nuryanti, Samsir, & Andreas, P. 2018. The Effect Of Knowledge Management , Innovation And Learning Organization On Business Performance And Competitive Advantage On Small And Medium Enterprises Riau Food Products In Pekanbaru City. *INTERNATIONAL JOURNAL OF SCIENTIFIC & TECHNOLOGY RESEARCH*, 7(4), 260–267.
- Olughor, R. J. 2015. Effect of Innovation on the Performance of SMEs Organizations in Nigeria. *Management*, 5(3), 90–95. <https://doi.org/10.5923/jmm.20150503.02>.
- Qamariah, I. & Muchtar, Y.C. 2019. Analyzing Business Performance of Small and Medium Enterprises (SMEs) Based on Human Capital, Social Capital and Competitive Advantage, *Ecoforum*, Vol. 8, No. 2, pp. 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.surfcoat.2019.125084>.
- Puspaningrum, A. 2017. The Effect of Market Orientation and Innovation on Competitive Advantages. *Research Journal of Business and Management–(RJBM)*, 4(4), 549–558. <https://doi.org/10.17261/Pressacademia.2017.761>.
- Rini, Lisnini, Maretha, F., & Pebrianti, Y. 2020. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, dan Orientasi Pembelajaran terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Usaha (Studi pada Usaha Kecil Pengolah Makanan di Kota Palembang). *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 15–26.
- Riyanto, S. 2018. Analisis Pengaruh Lingkungan Internal dan Eksternal terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Usaha Kecil Menengah (UKM) di Madiun, *Jurnal Manajemen Bisnis dan Inovasi*, Vol. 5, No. 3, hlm. 159-168.
- Rosli, M. M., & Sidek, S. 2013. The Impact of Innovation on the Performance of Small and Medium Manufacturing Enterprises : Evidence from Malaysia. *Journal of Innovation Management in Small & Medium Enterprise*, 2013(2013), 1–16. <https://doi.org/10.5171/2013.885666>.
- Sari, N. N. M. P., & Yasa, N. N. K. 2016. Peran Keunggulan Kompetitif Memediasi Orientasi Pasar dengan Internasionalisasi UKM Mebel di Kabupaten Badung. *E-Journal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 5(6), 1651–1678.
- Suendro, G. 2010. Analisis Pengaruh Inovasi Produk Melalui Kinerja Pemasaran untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Studi Kasus pada Industri Kecil dan Menengah Batik Pekalongan). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, IX(2), 230–243.
- Talaja, A., Miočević, D., Alfirević, N., & Pavičić, J. 2017. Market Orientation, Competitive Advantage and Business Performance: Exploring the Indirect Effects. *Drustvena Istrazivanja*, 26(4), 583–604. <https://doi.org/10.5559/di.26.4.07>.
- Taneo, S. Y. M., Setyaningsih, Y., & Lindawati, A. S. L. 2017. Improving performance of small and medium-sized enterprises of processed food through competitive strategy, industry environment, innovation capability, and macroeconomic factors Volume XII. *Journal of Applied Economic Sciences*, XII(Summer, 4 (50)), 1175–1187.
- Triani, L. A., & Yeni, Y. H. 2019. Role of Market Orientation in Mediating Effect of Entrepreneur Orientation on Competitive Advantage (Survey of SME's Owner). *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 4(7), 614–619.
- Udriyah, Tham, J., & Ferdous Azam, S. M. 2019. The Effects of Market Orientation and Innovation on Competitive Advantage and Business Performance of Textile SMEs. *Management Science Letters*, 9(9), 1419–1428. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.5.009>.

PERAN ANTESEDEN KUALITAS PELAYAN JASA PADA LOYALITAS DI KALANGAN PEMILIK BISNIS E-COMMERCE

Charli Dhiar Mahardika
*Endy Gunanto Marsasi**
Yenni Kurnia Gusti

Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

*Corresponding author; *E-mail*: 183111301@uii.ac.id

ABSTRACT

This research explores the effects of service quality, customer satisfaction, and customer loyalty theories. Service quality theory is the main theory used in this research. It identifies factors in service quality including tangibility, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. This research is aimed to investigate the effects of J&T Express service quality on creating the customer satisfaction and loyalty to continuously use the service of J&T Express. The object of this study is J&T Express, a delivery service company. Data for this research were collected through Google Form and 182 respondents were involved. The respondents were e-commerce business owners in Madiun residency who were highly loyal to J&T Express. Data were analyzed using Structural Equation Modeling to examine the causality of independent variable on dependent variable and to confirm the results of previous studies. Data were processed using SPSS 22 and AMOS 24. This study found that there was a positive correlation between three variables, namely service quality, customer satisfaction, and customer loyalty. In terms of academic significance, it is hoped that the results of this study can give insights on the effects of service quality on customer loyalty. Regarding practical significance, the results of the study are expected to be able to give suggestions to J&T Express on improving its service quality by taking its customer loyalty into consideration.

Keywords: service quality, customer satisfaction, customer loyalty

JEL classification: M31

PENDAHULUAN

Berkembangnya laju bisnis di Indonesia pada era sekarang yang semakin meningkat pesat khususnya pada industri jasa pengiriman barang, hal ini membuat adanya persaingan yang sangat kompetitif antar perusahaan yang bergerak di bidang yang sama khususnya pada jasa pengiriman. Sehingga para pelanggan memiliki banyak pilihan atau referensi ketika akan menggunakan jasa pengiriman yang memiliki kualitas pelayanan yang terbaik serta memiliki kredibilitas.

Salah satunya adalah PT. Global Jet Express perusahaan yang bergerak di bidang pemasaran jasa ekspedisi pengiriman barang dan logistik yang didirikan secara resmi pada tanggal 20 Agustus 2015. Hingga saat ini J&T Express telah memiliki sekitar 1.025 cabang di seluruh Indonesia. Dengan tren bisnis yang semakin meningkat dan tingginya pengguna jasa pengiriman membuat J&T Express harus meningkatkan kualitas pelayanannya. Dengan hal ini artinya kemungkinan terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan J&T Express yang cenderung banyak diminati oleh para pelanggan ataupun pebisnis untuk menggunakan layanan jasa pengiriman tersebut. Pada

dasarnya, setelah pelanggan memakai jasa pengiriman yang digunakan, mereka akan memberikan suatu penilaian terhadap perusahaan jasa tersebut seberapa baik kualitas layanan yang ia dapatkan sehingga dapat menimbulkan rasa kepuasan tersendiri serta dapat menimbulkan rasa loyal kepada perusahaan jasa tersebut. Sebelum melakukan penelitian utama, penulis melakukan uji coba berupa riset awal kepada 65 orang melalui sosial media *WhatsApp* dan *Line*. Tujuan riset awal ini untuk mendeskripsikan subyek dan obyek penelitian. Pertanyaan ini dibuat dengan menggunakan *google form* dan di dalamnya terdapat 3 pertanyaan esai dengan pilihan jawaban singkat. Hasil penelitian tentang jenis kelamin responden menjelaskan jika responden perempuan berjumlah 35 atau sebesar 53% dan responden laki-laki berjumlah 31 atau sebesar 47%. Hal ini menunjukkan bahwa dalam dunia usaha kepemilikan *e-commerce* masih didominasi oleh kaum perempuan meskipun para laki-laki juga sudah mulai banyak yang berkecimpung di dunia *e-commerce*.

Hasil penelitian responden terkait dengan usia menjelaskan bahwa mayoritas yang memiliki usaha di bidang *e-commerce* terdapat paling banyak di usia 24 tahun keatas terdapat 38 responden atau sebesar 56,7%. Pada usia kelompok yang lain usia 21-23 terdapat 23 responden atau sebesar 34,3%. Pada usia 18-20 terdapat 3 responden atau sebesar 4,5%. Pada usia <18 tahun terdapat 3 responden atau sebesar 4,5%. Hal ini menunjukkan bahwa kepemilikan *e-commerce* masih sangat didominasi oleh orang dewasa. Hasil penelitian responden mengenai kepemilikan kartu *member* pada J&T Express terdapat 6 responden atau sebesar 9,2% sedangkan yang tidak memiliki kartu *member* terdapat 59 orang atau sebesar 90,8%. Hal ini menunjukkan bahwa masih minimnya terkait dengan kepemilikan kartu *member* di wilayah karesidenan Madiun.

Bersumber pada Admin (2019) dan juga pengalaman penulis yang pernah menggunakan jasa pengiriman pada J&T Express terdapat kelebihan dan kekurangan apabila dibandingkan dengan perusahaan lain yang bergerak di bidang yang sama. Dalam penyedia layanan pengiriman, kekurangan dari J&T Express adalah sering mengalami keterlambatan barang dan J&T hanya memiliki layanan pengiriman yaitu layanan reguler yang dimana layanan tersebut telah terprogram secara otomatis bahwa barang konsumen dapat sampai ke tempat tujuan dalam hitungan dua hingga tiga hari dan kemungkinan bisa lebih dari itu dan tidak hanya itu,

dari data diatas bahwa masih terdapat barang konsumen yang mengalami kehilangan dan kerusakan. Artinya dalam hal ini, konsumen membutuhkan layanan dan jaminan yang lebih berkualitas serta layanan yang cepat yang tidak hanya dua hingga tiga hari namun dapat dihitung dalam kisaran waktu 24 jam untuk dapat sampai ke tempat tujuan.

Keluhan lain yang sering diungkapkan oleh konsumen J&T Express yang diungkapkan Hya (2018) adalah layanan pelanggan yang kurang melayani. Dalam kasus ini, pelanggan menginginkan penjemputan barang yang dilakukan oleh sprinter atau kurir J&T Express namun tidak dapat direspon dengan baik dan cepat oleh pihak J&T Express. Akibat respon dan ketanggapan yang tidak cepat dari karyawan untuk melayani apa yang diinginkan oleh konsumen maka proses pengiriman barang maupun dokumen tidak dapat diketahui sampai di mana kebareadaan paket sehingga menimbulkan ketidaktepatan waktu dan memunculkan prasangka negatif dari konsumen. Artinya, J&T Express tidak menerapkan teori dasar kualitas pelayanan yang berdasarkan pemaparan Parasuraman (1988). Hal yang dimaksud adalah pada *Assurance* atau jaminan. Dalam hal ini, berkaitan dengan apa yang diberikan oleh pelanggan bahwa pelanggan merasa percaya dan aman dalam melakukan transaksi serta pegawai harus memiliki segala pengetahuan tentang layanan yang ada pada suatu perusahaan jasa.

Perbandingan daftar layanan yang tertera pada J&T Express dengan perusahaan lain juga seringkali diungkapkan oleh para pelanggan bahwa tarif yang ditetapkan oleh J&T Express cenderung lebih mahal dibanding perusahaan yang lain meskipun tarif tersebut tidak jauh berbeda namun tidak sebanding dengan estimasi ketepatan waktu barang yang diterima. Seperti suatu contoh yaitu JNE dengan layanan Reguler memiliki tarif Rp. 9.000 dengan estimasi 1 hingga 2 hari, JNE dengan layanan YES memiliki tarif Rp. 18.000 dengan estimasi satu hari, Tiki dengan layanan Reguler memiliki tarif Rp. 9.000 dengan estimasi 1 hari, Tiki dengan layanan *Over Night Service* memiliki tarif Rp. 18.000 dengan estimasi 1 hari, sedangkan J&T Express dengan layanan Reguler memiliki tarif Rp. 10.000 dengan estimasi 2 hingga 4 hari. Dengan demikian J&T Express masih bisa menjadi *second chance* atau dalam arti bukan menjadi pilihan utama para konsumen untuk menggunakan jasa pengiriman. Tentu keluhan-keluhan tersebut juga harus menjadi bahan evaluasi bagi J&T

Express.

Peneliti juga mencoba menambahkan isu akademik yang akan dibawa dalam penelitian ini yaitu berupa penggunaan alat analisis SEM di mana pada penelitian sebelumnya menggunakan alat analisis permodelan persamaan struktural SEM. Hasil dari Penemuan ini diharapkan akan mengkonfirmasi penemuan yang terdahulu. Dalam hal ini, peneliti juga melakukan pengambilan sampel dengan menetapkan kriteria responden yang berasal dari pelaku *e-commerce* yang memiliki loyalitas tinggi menggunakan jasa dari J&T Express sehingga dapat digunakan sebagai alat pengukur loyalitas di tengah maraknya tawaran promosi perusahaan lain. Dengan ini dapat diambil sebagai rumusan masalah dari penelitian ini ialah terkait dengan kualitas layanan dari J&T Express yang menimbulkan estimasi kedatangan barang konsumen tidak tepat waktu dan banyak pelanggan yang komplain terhadap hal tersebut. Artinya, kualitas dari pelayanan J&T Express ini masih menjadi banyaknya keluhan dari pelanggan. Berdasar paparan penulis, maka diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengidentifikasi terkait dengan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada pengguna jasa J&T Express di Karesidenan Madiun.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Teori dasar dalam penelitian ini adalah *Service Quality* serta memperjelas apa saja yang menjadi unsur di dalamnya. Teori *Service Quality* terbagi menjadi lima yaitu meliputi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. *Tangible* artinya berupa peralatan modern atau canggih, fasilitas visual yang menarik, karyawan dapat berpenampilan rapi, fasilitas pendukung yang berkaitan dengan layanan. *Reliability* yang artinya perusahaan dapat memberikan layanan yang kredibel, karyawan-karyawannya mampu mengatasi permasalahan jika terjadinya komplain dari pelanggan serta dapat menjaga informasi yang akurat. Lalu terdapat *Responsiveness* yaitu karyawan atau pegawai perusahaan pada jasa layanan harus memiliki sikap tanggap kepada pelanggan dan selalu bersedia kapanpun jika dibutuhkan permintaan pelanggan. *Assurance* atau jaminan merupakan sebuah dorongan yang diberikan oleh pelanggan bahwa pelanggan merasa percaya dan aman dalam melakukan transaksi serta pegawai harus memiliki segala pengetahuan tentang

layanan yang ada pada suatu perusahaan jasa. *Emphaty*, dalam hal ini pegawai ataupun karyawan dapat memberikan rasa peduli dan perhatian terhadap pelanggan yang dalam hal ini adalah bagaimana karyawan dapat mengerti apa yang dibutuhkan pelanggan yang dinyatakan oleh Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1988).

Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah tolak ukur baik atau buruknya sebuah produk ataupun jasa dan memiliki nilai yang tidak menentu yang dikarenakan adanya perbedaan pendapat yang dirasakan masing-masing individu sehingga dapat menjadi tolak ukur yang dapat dirasakan. Menurut Kumar (2018), memberikan layanan adalah proses interaksi tanpa henti antara penyedia layanan dan pelanggan. Layanan ini terdiri dari berbagai aktivitas tidak berwujud untuk solusi apa yang dibutuhkan pelanggan. Sedangkan (Muala, 2016) berpendapat bahwa kunci untuk mendapatkan keunggulan kompetitif adalah dengan cara menawarkan kualitas premium di dalam industri jasa. Secara khusus dalam industri jasa pengiriman barang, jika kualitas layanan premium ditawarkan, maka hal ini akan mengirimkan sinyal yang baik kepada pelanggan dalam evaluasi kinerja dari layanan tersebut dan hal tersebut merupakan kunci penting dalam mendapatkan keunggulan kompetitif. Kant & Jaiswal (2017), Kumar (2017), dan Saghier & Nathan (2013) mengungkapkan secara bersama, literatur menunjukkan bukti yang mendukung fakta bahwa korelasi substansial antara kepuasan pelanggan dan kualitas layanan. Parasuraman et al (1998) mengembangkan skala *SERVQUAL* yang merupakan skala yang paling banyak dikenal untuk mengukur kualitas pelayanan. Skala *SERVQUAL* telah digunakan secara luas dan konstruktif di berbagai penelitian. Dalam pengembangannya, terdapat perbaikan dan pengembangan definisi.

Tangible (Wujud Nyata). Benda berwujud adalah sesuatu yang memiliki wujud atau fisik yang dimana seseorang dapat melihat dan menyentuhnya. Sedangkan (Ngo & Nguyen, 2016) yang berdasarkan *Service Quality (SQ)*, peralatan, komunikasi dan informasi, teknologi, fasilitas fisik dan penampilan, bahwa layanan organisasi yang menyediakan personel adalah semua hal yang berwujud atau nyata. Organisasi mengatur hal-hal yang berwujud secara acak dan mengintegrasikan untuk memberikan layanan kepada pelanggannya setelah menerima akses

penggunaan.

Reliability (Keandalan). Dalam hal ini, (Ngo & Nguyen, 2016) mengartikan keandalan sebagai kemampuan penyedia jasa untuk menawarkan produk dan jasa yang berkomitmen secara konsisten dan kredibel. Pelanggan akan merasa puas jika mereka diberikan layanan terpercaya yang dapat mereka andalkan. *Responsive* (Ketanggapan). Telah diungkapkan oleh Parasuraman *et al.* (1985) bahwa *responsiveness* adalah kesiapan atau kesediaan karyawan dalam memberikan layanan kepada pelanggan yang melibatkan ketepatan waktu layanan. Hal ini juga berkaitan dengan memahami kebutuhan, keinginan pelanggan, perhatian staf yang diberikan kepada karyawan, jam operasional yang nyaman dan fleksibel, menghadiri dan menyelesaikan masalah pelanggan dengan baik, kemudahan dan keamanan dalam melakukan transaksi.

Assurance (Jaminan). Izogo & Ogba (2015) mengungkapkan pengetahuan dan kesopanan karyawan adalah faktor kunci terciptanya jaminan ketika karyawan memberikan layanan kepada pelanggan akan menciptakan rasa kepercayaan pelanggan pada perusahaan. *Empathy* (Empati) telah diungkapkan oleh Izogo & Ogba (2015) bahwa tentang layanan pelanggan dengan memperhatikan setiap keinginan pelanggan dan karyawan dapat mengatasi apa yang dibutuhkan pelanggan dengan baik dan efektif dan pada akhirnya dapat menyelesaikannya.

H1: Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan

Kepuasan Pelanggan

Dalam menciptakan pasar yang kompetitif di mana bisnis dapat bersaing untuk mendapatkan pelanggan, kepuasan pelanggan dapat dipandang sebagai pembeda utama dan semakin menjadi elemen kunci strategis pada bisnis. Ada banyak literatur empiris yang menetapkan manfaat kepuasan pelanggan bagi perusahaan dan telah diketahui dengan baik bahwa pelanggan yang puas adalah kunci kesuksesan perusahaan untuk bisnis jangka panjang. Dalam hal ini, sering ditafsirkan sebagai masalah global yang mempengaruhi organisasi, terlepas dari ukurannya, profit-non profit, lokal atau multinasional. Menurut literatur (Arsanam, 2014) membuktikan bahwa kunci sukses dalam bisnis jangka panjang adalah terciptanya kepuasan pelanggan. Organisasi harus menawarkan produk dan layanan berbasis kualitas untuk mengungguli pesaingnya dan

memastikan mendapatkan pangsa pasarnya. Industri jasa pengiriman harus fokus dan memahami kebutuhan layanan pelanggan serta harus belajar bagaimana hal tersebut dapat mempengaruhi penyampaian layanan dan sikap pelanggan yang dimana menurut (Han & Hyun, 2015), merupakan faktor kunci kepuasan pelanggan yang pada gilirannya mengarah pada retensi dan loyalitas pelanggan. Perusahaan dapat menentukan tindakan sekaligus memahami persepsi pelanggan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. (Saghier & Nathan, 2013) berpendapat bahwa perusahaan dalam industri layanan jasa pengiriman harus mempelajari dan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan mereka dan membandingkan dengan pesaing mereka saat ini serta menyarankan strategi untuk perbaikan dan kemajuan di masa depan.

H2: Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan

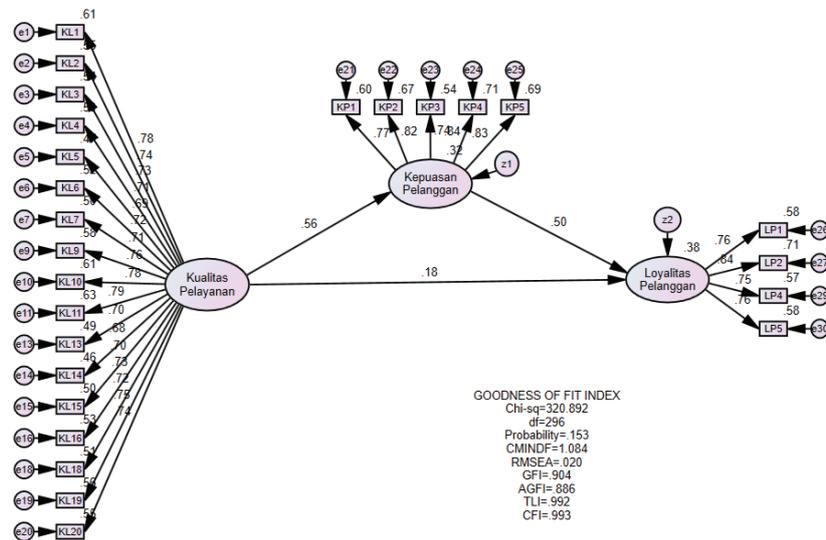
Loyalitas Pelanggan

Setiap perusahaan akan lebih bekerja keras untuk mempertahankan pangsa pasar yang potensial untuk membangun dan mempertahankan loyalitas. Loyalitas merupakan instrumen dalam pembentukan karakter pemasaran perusahaan karena mekanisme bauran pemasaran yang kompetitif dan didukung oleh pelanggan yang loyal akan dapat menghasilkan hubungan jangka panjang yang baik antara perusahaan dan pelanggan. Definisi loyalitas pelanggan telah diungkapkan oleh (Chiguvi, 2016) yang menyatakan bahwa loyalitas pelanggan adalah sebagai komitmen untuk terus membeli produk atau layanan yang dapat disukai secara konsisten terlepas dari faktor situasional dan upaya pemasaran yang dapat mengakibatkan peralihan perilaku. Sedangkan (Prentice & Correia Loureiro, 2017) mengungkapkan definisi terkait dengan loyalitas, menurutnya loyalitas merupakan salah satu faktor utama yang ikut memfasilitasi pencapaian keunggulan kompetitif perusahaan. Dalam hal ini, menjadi suatu aset yang sangat penting bagi perusahaan untuk mengamankan penjualan di masa yang akan datang dan perusahaan dapat meningkatkan profitabilitas mereka. Artinya, untuk mencapai loyalitas pelanggan adalah strategi kunci untuk mendapatkan keunggulan yang kompetitif dari para pesaingnya.

H3: Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan

Berdasar penjelasan teori dan hipotesis, maka

dapat dibentuk kerangka konseptual seperti pada Gambar 1.



Gambar 1 Model Struktural

Pengukuran

Penelitian ini menggunakan variabel Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan. Hasil dari data yang diperoleh adalah sebanyak 182 responden. Jumlah sampel ini sudah memenuhi kriteria seperti yang dikatakan oleh (Sekaran & Bougie, 2016) bahwa pedoman sampel tentang *Structural Equation Model*(SEM) dibutuhkan kurang lebih 200 sampel. Hal ini dilakukan agar data lebih beragam dan lebih valid. Penelitian ini terdapat 30 buah indikator.

Hasil 182 data responden ini diperoleh melalui pemilik *e-commerce* yang menjadi pelanggan dengan loyalitas tinggi menggunakan jasa dari J&T Express. Pada 182 responden tersebut diperoleh 113 perempuan (62,1%) dan 69 laki-laki (37,9%). Rentang umur didominasi oleh responden yang berusia 24-30 sebanyak 93 responden (51,1%). Jenis usaha *e-commerce* terbanyak didominasi dibidang *Fashion* sebanyak 77 responden (42,3%). Pendidikan terakhir didominasi oleh S1 sebanyak 78 responden (42,9).

Pengambilan Data

Penelitian ini dilakukan pada pemilik *e-commerce* yang menjadi pelanggan dengan loyalitas tinggi menggu-

nakan jasa dari J&T Express di wilayah karesidenan Madiun. Pengambilan data tersebut menggunakan sosial media dengan menyebarkan kuesioner melalui *Whats.App* dan *Line* yang dibentuk menggunakan *Google Form* sehingga terbentuk *electronic questionnaire*, lalu menyebarkan *link* tersebut di kedua *platform* tersebut. Pengujian ini menggunakan 5 skala *likert* (1 = sangat tidak setuju; 5= sangat setuju). Survei ini juga dilakukan dari tanggal 11 Januari 2021 hingga 25 Januari 2021.Selanjutnya data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner tersebut akan dianalisis dengan menggunakan program *Structural Equation Modelling* (SEM) AMOS 24 dan SPSS 22, sehingga dapat diperoleh hasil model pengujian pengaruh suatu variabel terhadap variabel yang lain yang bersifat serentak. Untuk mendapatkan model yang baik, maka pengujian harus memenuhi prosedur yang harus dilakukan terlebih dahulu, yaitu sesuai dengan kriteria *Goodness of Fit*.

HASIL PENELITIAN

Sebelum digunakan untuk analisis, data penelitian yang berhasil dikumpulkan diuji dahulu kualitasnya dengan pengujian validitas dan reliabilitas. Pendekatan

pengujian validitas yang digunakan adalah *confirmatory factor analysis* (CFA) dan diolah menggunakan program AMOS. Data dinyatakan valid jika r hitung menyatakan lebih besar daripada r tabel maka kuisisioner dapat dinyatakan valid. Namun apabila r hitung menyatakan lebih kecil daripada r tabel maka kuisisioner

dinyatakan tidak valid. (Ghozali, 2013) Selanjutnya dalam pengujian reliabilitas, Menurut (Ghozali, 2016) mengungkapkan bahwa suatu Variabel dapat dikatakan reliabel atau terbebas dari kesalahan (*error*) jika memiliki *Cronbach Alpha* > 0,6. Hasil uji validitas dan reliabilitas dapat dilihat dalam Tabel 1.

Tabel 1
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Pernyataan	Standardize Loading Factor	Cronbach Alpha	Rata-rata
Kualitas Pelayanan	Saya mendapatkan pelayanan jasa pengiriman J&T Express sesuai dengan waktu yang dijanjikan.	0.792	0,70	4,08
	Saya mendapatkan pelayanan jasa pengiriman yang baik dari J&T Express	0.762	0,70	4,25
	Saya mendapatkan pelayanan J&T Express (antar jemput paket, pengiriman paket), sesuai dengan yang ditawarkan pihak perusahaan	0.756	0,70	4,25
	Saya meyakini J&T Express melakukan pencatatan segala permasalahan dalam memberikan pelayanan pada konsumennya.	0.732	0,70	3,78
	Saya selalu mendapatkan solusi yang cepat dari para staf J&T Express ketika muncul permasalahan.	0.712	0,70	3,70
	Saya mendapatkan pelayanan baik, kapanpun yang saya butuhkan.	0.737	0,70	3,98
	Saya selalu mendapatkan respon yang baik ketika saya memberikan pertanyaan kepada staf J&T Express.	0.730	0,70	4,19
	Saya tidak merasakan bahwa sikap dan perilaku seluruh pegawai J&T Express sangat profesional.	0.775	0,70	2,32
	Saya selalu merasa aman ketika bertransaksi dengan J&T Express (pembayaran tunai dan non tunai)	0.793	0,70	4,42
	Saya merasa setiap staf J&T Express sangat menguasai tentang jasa pengiriman yang dijual pada para konsumennya.	0.804	0,70	4,03
	Saya meyakini bahwa semua karyawan J&T Express melakukan pekerjaan sesuai dengan prosedur.	0.725	0,70	4,32
	Saya tidak mendapatkan pelayanan layaknya seperti konsumen yang diistimewakan di J&T Express.	0.705	0,70	3,78
	Setiap cabang J&T Express dapat mengelola lama proses pelayanan dengan sangat efisien sehingga saya tidak perlu menghabiskan banyak waktu.	0.730	0,70	3,76

	Staf J&T Express dapat melayani kebutuhan yang khusus dan sangat beragam dari para konsumennya.	0.747	0,70	3,78
	Perusahaan J&T Express memiliki peralatan yang modern (komputer, fasilitas TIK yang cepat, dll.)	0.737	0,70	4,17
Kepuasan Pelanggan	Karyawan J&T Express kurang memahami tugas dan pekerjaannya	0.761	0,70	2,11
	Interior dan eksterior J&T Express secara visual menarik dan luas (kondisi kenyamanan, kursi antrian tunggu, layar audio visual, papan pengumuman umum, dll.)	0.755	0,70	4,02
	Saya puas menggunakan jasa pengiriman J&T Express	0.792	0,70	3,65
	Kualitas pelayanan jasa pengiriman J&T Express sesuai dengan harapan saya	0.762	0,70	3,62
Loyalitas Pelanggan	Saya menganggap bahwa J&T Express selama ini memiliki pengalaman yang unggul dalam pemasaran jasanya sehingga memuaskan para konsumen	0.756	0,70	3,64
	Pelayanan J&T Express secara nyata dapat memenuhi kebutuhan konsumennya	0.732	0,70	3,68
	Saya merasa puas dengan ketepatan dan komitmen J&T Express dalam pelayanannya selama ini.	0.712	0,70	3,62

Berdasar hasil uji validitas dan uji reliabilitas data yang disajikan dalam Tabel 1 dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator penelitian dinyatakan valid dan reliabel, sehingga data dari indikator-indikator variabel penelitian tersebut dapat digunakan sebagai data analisis penelitian ini.

Model Pengukuran

Uji model pengukuran merupakan model yang terdiri dari variabel laten (konstruk endogen dan ekstrogen) dengan beberapa indikator yang menjelaskan variabel laten tersebut. Tujuan pengujian ini adalah untuk mengetahui seberapa erat indikator yang ada atau yang digunakan untuk menjelaskan variabel laten. Nilai *loading factor* yang diterima harus $\geq 0,05$.

Pada Variabel Eksogen, nilai *loading factor* Kualitas Pelayanan mempunyai nilai $\geq 0,05$. Nilai tertinggi dimiliki oleh indikator kualitas pelayanan kesebelas (KL11) dan nilai terendah dimiliki oleh indikator kualitas pelayanan keempat belas (KL14). Pada Variabel Endogen, nilai *loading factor* kepuasan pelanggan dan

loyalitas pelanggan mempunyai nilai $\geq 0,05$. Nilai tertinggi dimiliki oleh indikator kepuasan pelanggan keempat (KP4) dan nilai terendah dimiliki oleh indikator loyalitas pelanggan kedua (LP2).

Uji Goodness Of Fit

Uji selanjutnya jika dilihat berdasarkan nilai-nilai data yang rekapitulasi validitas dan reliabilitasnya tercantum dalam Tabel 2, maka dapat melakukan uji *goodness of fit*. Hasil pengujian model tersebut dapat diringkas dalam Tabel 2.

Hasil pengujian *goodness of fit* model yang disajikan dalam Tabel 2, menunjukkan bahwa dari 8 pengujian, hanya ada 1 pengujian yang menunjukkan bahwa model *marginal fit*. Namun menurut (Ghozali & Fuad, 2008) hal tersebut tidak menjadi masalah karena dapat diperkuat dengan ukuran model *fit* yang lain. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai *chi-square*, *P-value*, *CMIN/DF*, *RMSEA*, *GFI*, *TLI* dan *CFI* yang telah memenuhi persyaratan. Dengan kata lain model penelitian yang diajukan dalam penelitian ini dapat

Tabel 2
Hasil Uji Goodness of Fit

<i>Goodness of Fit Indeks</i>	<i>Cut off Value</i>	Hasil	Evaluasi Model
<i>Chi – Square</i>	≤ 337,125	320,892	<i>Good Fit</i>
<i>Probability</i>	≥ 0,05	0,153	<i>Good Fit</i>
CMIN/DF	≤ 2,00	1,084	<i>Good Fit</i>
RMSEA	≤ 0,08	0,020	<i>Good Fit</i>
GFI	≥ 0,90	0,904	<i>Good Fit</i>
AGFI	≥ 0,90	0,886	<i>Marginal Fit</i>
TLI	≥ 0,95	0,992	<i>Good Fit</i>
CFI	≥ 0,95	0,993	<i>Good Fit</i>

dinyakan sebagai model yang baik, sehingga analisis dapat dilanjutkan untuk melihat pengaruh suatu variabel terhadap variabel yang lain.

Hasil Uji Hipotesis

Berdasar analisis statistik dengan menggunakan program AMOS 24, diperoleh hasil uji hipotesis yang merupakan uji pengaruh dari masing-masing variabel penelitian seperti yang disajikan pada Tabel 3. Pada tabel di bawah ini bahwa semua dapat diterima karena nilai signifikansi atau P melebihi batas dari 0,05.

PEMBAHASAN

Pada variabel Kualitas Layanan, nilai CR sebesar 7,443 di mana nilai ini lebih besar dari 1,96 dan juga nilai *p value* jauh lebih kecil dari 0,05. Nilai tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini berarti H_{a1} diterima dan H_{o1} ditolak. Hasil ini juga

mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Constantinos, Nikolas, Laksmi (2017) yang dimana tujuan dari penelitian yang terdahulu ini secara teoritis untuk mengetahui pengaruh terkait hubungan kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas dalam jenis akomodasi dalam perhotelan yaitu Airbnb di Thailand. Hasil dari peneitian terdahulu menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Pada penelitian ini menunjukkan temuan yang selaras bahwa J&T berupaya memuaskan pelanggan adalah keinginan bagi setiap perusahaan untuk menjalankan bisnisnya dengan baik dan sesuai harapan. Pada satu sisi bahwa pelanggan akan mendapatkan pelayanan jasa pengiriman J&T Express sesuai dengan waktu yang dijanjikan. Ketika pelanggan merasa puas dengan produk jasa yang diberikan oleh perusahaan, maka pelanggan akan cenderung menggunakan kembali jasa yang pernah dipakainya dengan memperhatikan serta meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan yang dapat diukur melalui

Tabel 3
Hasil Uji Hipotesis

No	Hipotesis	Estimate	CR	Batas	Keterangan
1	Kualitas layanan secara positif memengaruhi Kepuasan Pelanggan	0.54	7,443	0,05	Didukung
2	Kualitas Pelayanan secara positif memengaruhi Loyalitas Pelanggan	0.16	2,302	0,05	Didukung
3	Kepuasan Pelanggan secara positif memengaruhi Loyalitas Pelanggan	0.47	5,594	0,05	Didukung

kualitas pelayanannya seperti ketepatan waktu dalam penyampaian barang pelanggan. Artinya dapat diulas bahwa semakin tinggi Kualitas Pelayanan yang dapat dirasakan di benak pelanggan J&T Express, maka akan memperkuat kepuasan pada pelanggan.

Pada variabel Kualitas Layanan, nilai CR sebesar 2,302 di mana nilai ini lebih besar dari 1,96 dan juga nilai *p value* lebih kecil dari 0,05. Nilai tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal ini berarti H_{a2} diterima dan H_{o2} ditolak. Hasil ini juga mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sarwani, Mursinto, dan Khuzaini (2019) yang di mana tujuan dari penelitian terdahulu yang ditemukan adalah untuk menguji pengaruh kualitas layanan dan nilai pasien terhadap kepuasan dan loyalitas pasien. Hasil tersebut menyatakan bahwa variabel Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pasien. Kualitas pelayanan pada prinsipnya bertujuan untuk mempertahankan pelanggan dan membuat pelanggan tidak beralih pada penggunaan produk jasa perusahaan lain. Pada penelitian ini menunjukkan temuan yang selaras bahwa J&T menyelesaikan setiap order dengan baik dan sesuai standar operasional prosedur seperti tingkat keamanan barang pelanggan agar tidak mudah rusak serta barang pelanggan dapat diterima utuh pada pihak sebagai tujuan pengiriman. Barang yang dikirimkan oleh pihak pemilik *e-commerce* kepada alamat yang dituju dalam kondisi yang sama. Artinya, semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan yang diberikan J&T Express kepada pelanggannya maka pelanggan tersebut akan memperkuat rasa loyalnya kepada J&T Express terkait dengan penggunaan layanan jasa pengiriman.

Pada variabel Kualitas Layanan, nilai CR sebesar 5,594 di mana nilai ini lebih besar dari 1,96 dan juga nilai *p value* jauh lebih kecil dari 0,05. Nilai tersebut menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal ini berarti H_{a3} diterima dan H_{o3} ditolak. Hasil ini juga mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rubogora Felix (2017). Penelitian tersebut membantu untuk memperjelas hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan serta membandingkan dimensi loyalitas pelanggan di Banque Populaire du Rwanda cabang Kigali. Hasil tersebut menyatakan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas

Pelanggan. Pada penelitian ini menunjukkan temuan yang selaras bahwa J&T berupaya menjual produk jasanya dengan melakukan strategi pemasaran yang tepat sasaran dan memperbanyak program promosi *online* seperti pemangkasan ongkos kirim yang sangat terjangkau melalui *platforme-commerce* dengan tanpa batas volume pengiriman paket. Pelanggan menganggap bahwa J&T Express selama ini memiliki pengalaman yang unggul dalam pemasaran jasanya sehingga dapat memuaskan para konsumennya. Artinya, ketika pelanggan semakin merasakan nilai kepuasan yang positif dengan apa yang diperoleh dari keunggulan pemasaran yang dilakukan oleh J&T Express maka akan menimbulkan rasa ikatan emosionalnya yang dapat menimbulkan rasa loyalnya kepada perusahaan J&T Express untuk terus menggunakan produk jasanya

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Simpulan penelitian ini mendukung temuan bahwa adanya pengaruh positif yang signifikan dari Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna. Hipotesis pada Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan didukung karena nilai CR 7,443 berada di bawah batas 0,05. Artinya bahwa semakin baik Kualitas Pelayanan maka akan semakin kuat Kepuasan Pelanggan pengguna jasa J&T Express. Perusahaan dalam dapat berupaya secara konsisten menekan angka ketidak-puasan pelanggan. Prioritas utama pelanggan ialah mendapatkan pelayanan baik, kapanpun yang mereka butuhkan.

Selanjutnya sebagai kesimpulan kedua mendukung temuan bahwa adanya pengaruh positif yang signifikan dari Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hipotesis Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan didukung karena nilai CR 2,302 berada di bawah batas 0,05. Artinya bahwa semakin baik Kualitas Pelayanan maka akan semakin kuat Loyalitas Pelanggan pengguna jasa J&T Express. Hal ini dapat disebabkan bahwa layanan yang memiliki kualitas terbaik akan membuat para pelanggannya merasa nyaman dan merasa diperhatikan.

Simpulan terakhir penelitian ini mendukung temuan bahwa Kepuasan Pelanggan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hipotesis Kepuasan Pelanggan didukung

karena nilai CR 5,594 berada di bawah batas 0,05. Artinya bahwa semakin kuat Kepuasan Pelanggan maka akan semakin kuat Loyalitas Pelanggan pengguna jasa J&T Express Pernyataan ini menjelaskan bahwa ketika pelanggan merasakan nilai kepuasan yang signifikan dengan apa yang diperoleh maka akan meningkatkan rasa loyalnya kepada perusahaan J&T Express terkait dengan penggunaan layanan jasa pengiriman.

Saran

Penulis berharap untuk para akademisi selanjutnya dapat melakukan penelitian tentang topik yang sama namun bisa merubah atau menambahkan beberapa hal yang diteliti. Hal tersebut dapat dengan menambahkan variabel lain atau menambahkan teori yang mengakomodasi akan masuknya variabel yang mengulas peran dari *endorser* atau *influencer* serta penelitian ini juga menyangkut pengguna *e-commerce*. Pada J&T Express pun sebenarnya sudah ada peran *endorser* dan cukup menarik jika ini bagian sebuah penelitian sebagai variabel yang diprediksi.

Berdasar mini riset penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, diharapkan pada perusahaan J&T Express dapat lebih memperbanyak program pemberian kartu *member* pada pelanggan atau pemilik *e-commerce* di setiap daerah yang saat ini dirasa masih berpusat pada banyak kota besar. Hal ini agar dapat memperbanyak jumlah *member* pelanggan yang semakin loyal menggunakan layanan jasa pengiriman J&T Express dengan berbagai program promosi yang ada pada fungsi keberadaan kartu *member* tersebut. Dalam topik penelitian yang sama nantinya, penulis berharap pada penelitian selanjutnya terkait dengan pemilihan jangkauan geografis juga dapat diperluas lagi, sebab penelitian ini hanya berfokus pada satu daerah saja yaitu karesidenan Madiun. Perubahan atau penambahan ini jika dilakukan maka besar harapannya dapat ditemukan hasil penelitian yang baru dan lebih menarik.

DAFTAR PUSTAKA

Admin. 2019. *Ada Apa Dengan Pelayanan J&T Express Sehingga Barang Pelanggan Terlambat*. Terkininews.com. <https://www.terkininews.com/2019/06/17/Ada-Apa-Dengan-Pelayanan-JT-Express-Sehingga-Barang-Pelanggan-Terlambat.html>.

ews.com/2019/06/17/Ada-Apa-Dengan-Pelayanan-JT-Express-Sehingga-Barang-Pelanggan-Terlambat.html.

Arsanam, P. 2014. The Relationship between Service Quality and Customer Satisfaction of Pharmacy Departments in Public Hospitals. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 5(4). <https://doi.org/10.7763/ijimt.2014.v5.524>.

Chiguvi, D. 2016. Effectiveness of Cellphone Banking on Service Quality in Commercial Banks in Botswana. *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 5(8), 1334–1345. <https://doi.org/10.21275/ART20161046>.

Constantinos-Vasilios Priporas., Nikolaos Stylos., Lakshmi Narasimhan Vedanthachari., Pruit Santiwatana 2017, 'Service quality, satisfaction, and customer loyalty in airbnb accommodation in thailand', Department of Marketing, Branding and Tourism, Middlesex University Business School, London, UK.

Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*.

Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I., & Fuad. 2008. *Structural Equation Modeling*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Han, H., & Hyun, S. S. 2015. Customer retention in the medical tourism industry: Impact of quality, satisfaction, trust, and price reasonableness. *Tourism Management*, 46, 20–29. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.06.003>.

Hya, A. M. 2018. *Manfaat dan Keluhan Menggunakan Ekspedisi J&T*. Cerita Madya Story of Madya Journey. <https://ceritamadya.blogspot.com/2018/04/manfaat-dan-keluhan-menggunakan-ekspedisi-jet.html>.

Izogo, E. E., & Ogba, I.-E. 2015. Service quality,

- customer satisfaction and loyalty in automobile repair services sector. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 32(3), 250–269. <https://doi.org/10.1108/IJQRM-05-2013-0075>.
- Kant, R., & Jaiswal, D. 2017. The impact of perceived service quality dimensions on customer satisfaction. *International Journal of Bank Marketing*, 35(3), 411–430. <https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2016-0051>.
- Kumar, A. 2017. Effect of service quality on customer loyalty and the mediating role of customer satisfaction: An empirical investigation for the telecom service industry. *Journal of Management Research and Analysis*, 4(4), 159–166. <https://doi.org/10.18231/2394-2770.2018.0007>.
- Muala, A. Al. 2016. The Effect of Service Quality Dimensions on Customers' Loyalty through Customer Satisfaction in Jordanian Islamic Bank. *International Journal of Marketing Studies*, 8(6), 141. <https://doi.org/10.5539/ijms.v8n6p141>.
- Ngo, M. V., & Nguyen, H. H. 2016. The Relationship between Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty: An Investigation in Vietnamese Retail Banking Sector. *Journal of Competitiveness*, 8(2), 103–116. <https://doi.org/10.7441/joc.2016.02.08>.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. 1985. A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41–50. <https://doi.org/10.1177/002224298504900403>.
- Prentice, C., & Correia Loureiro, S. M. 2017. An asymmetrical approach to understanding configurations of customer loyalty in the airline industry. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 38, 96–107. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.05.005>.
- Saghier, N. El, & Nathan, D. 2013. Service Quality Dimensions and Customers' Satisfactions of Banks in Egypt. *Proceedings of 20th International Business Research Conference, April*, 1–13. https://www.aast.edu/en/openfiles/opencmsfiles/pdf_retreive_cms.php?disp_unit=390/nevine7.pdf.
- Sarwani, Djoko Mursinto, Khuzaini, 2019. The effect of service quality and patient value on the patient satisfaction and loyalty, *International Journal of Economics, Business and Management Research Vol. 3, No. 04*; 2019.
- Sekaran, U., & Bougie, R. 2016. *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7 ed.). John Wiley & Sons Ltd.
- Rubogora Felix 2017. Service quality and customer satisfaction in selected banks in rward, *Journal of Business & Financial Affairs*, 6:246.

INDEKS SUBYEK JURNAL EKONOMI DAN BISNIS

B

business performance 163, 170, 171, 172

C

capital expenditure 121, 139

capital expenditures 121, 139

competitive advantage 163, 170, 171, 172

covid-19 131, 132, 136, 151

customer loyalty 173, 182, 183

customer satisfaction 173, 182, 183

E

economic growth 121, 139

F

financial literacy 151, 152, 153, 154, 156, 157, 158,
159, 160, 161

financial technology 151, 152, 153, 158, 160, 161

G

general allocation funds 139

I

Innovation 163, 170, 171, 172, 182

M

market orientation 163, 170, 171, 172

MSMEs 131, 151, 161, 163, 170

O

online tax service 131

open unemployment 121

P

panel data regression model 121

poverty 121, 128, 139

R

regional taxes 139

revenue sharing funds 139

S

service quality 173, 175, 182, 183

T

tax rates 131

taxpayer compliance 131

INDEKS PENGARANG JURNAL EKONOMI DAN BISNIS

A

Agus 163
Agustin Fidiastuti 139
Algifari 121

C

Charli Dhiar Mahardika 173
Cicilia Debora Triaksandi 121

E

Endah Kristiani 131
Endy Gunanto Marsasi 173

F

Fikrina Faraidi Fardani 151

I

Ika Septi Kurnia Anggraeni 151

N

Nunung Nurnilasari 163

R

Rudy Badrudin 139

S

Siti Zulaikhah 131
Susi Sugiyarsih 163

Y

Yenni Kurnia Gusti 173

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.