
ANALISIS DETERMINAN PERMINTAAN MASYARAKAT KOTA PALOPO TERHADAP JASA PENGIRIMAN PAKET POS PADA PT. POS INDONESIA (PERSERO)

Andi Arisma¹, Muh. Yusuf Qamaruddin², Widyawanti Rajiman³

Universitas Muhammadiyah Palopo

Alamat e-mail: arismacell19@icloud.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the determinants of demand for the Palopo City Community for Parcel Post Delivery Services at PT. Pos Indonesia (Persero). Observations, interviews, and questionnaires all contributed to the data collection of this study. Research participants in this study were employees of PT. Pos Indonesia (Persero) Palopo City. The analysis was carried out using SPSS 25 which is the program. From the results of this study indicate that, income significantly and favorably affects the demand for delivery services. The demand for delivery services is significantly and profitably affected by service quality. The demand for delivery services is significantly and positively influenced by the price level.

Keywords: Income; Service Level; Shipping Rates; Service Request.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis Determinan Permintaan Masyarakat Kota Palopo terhadap Jasa Pengiriman Paket Pos pada PT. Pos Indonesia (Persero). Pengamatan, wawancara, dan kuesioner semuanya berkontribusi pada pengumpulan data penelitian ini. Partisipan penelitian dalam penelitian ini adalah karyawan PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Palopo. Analisis dilakukan dengan SPSS 25 yang merupakan programnya. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, pendapatan secara signifikan dan menguntungkan mempengaruhi permintaan untuk layanan pengiriman. Permintaan untuk layanan pengiriman dipengaruhi secara signifikan dan menguntungkan oleh kualitas layanan. Permintaan jasa pengiriman dipengaruhi secara signifikan dan positif oleh tingkat harga.

Kata Kunci: Pendapatan; Tingkat Pelayanan; Tarif Pengiriman; Permintaan Jasa.

PENDAHULUAN

Memasuki era globalisasi ekonomi saat ini, organisasi bisnis yang bergerak di bidang jasa komunikasi dan jasa pengiriman diharapkan mampu memenuhi tantangan persaingan yang semakin ketat, perkembangan teknologi mutakhir, dan tuntutan akan kualitas produk dan layanan yang lebih baik (Enjeli & Triani, 2022). Oleh karena itu, keberadaan fasilitas layanan komunikasi dan layanan pengiriman tidak dapat dipisahkan dari dukungan kelancaran dan kelangsungan hidup suatu organisasi bisnis atau industri, terutama yang berhubungan dengan masyarakat.

Besarnya ukuran Indonesia dan jumlah penduduknya menghadirkan peluang sekaligus tantangan bagi industri telekomunikasi dan layanan pengiriman. Sesuai PP No. 24 Tahun 1984 tentang Perum Pos dan Giro tentang sifat usaha BUMN ini, PT. Pos Indonesia (Persero) merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang ada di Indonesia. Bisnis BUMN ini memberikan pelayanan untuk kepentingan publik sekaligus memupuk integritas berdasarkan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan. Bagi pemilik bisnis yang menawarkan layanan pengiriman barang, ini tidak diragukan lagi cukup memikat. Selain itu, dengan disahkannya UU No. 38 Tahun 2009 yang mengatur pos tersebut, pasar jasa pengiriman barang juga dikenal sebagai jasa kurir meroket.

Menurut UU No. 38 Tahun 2009, berbagai macam usaha, tidak hanya Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), atau Koperasi, serta perusahaan swasta, diperbolehkan masuk ke industri jasa di bidang kurir. Karena

pengenalan aturan tersebut, industri kurir menjadi lebih kompetitif karena semua jenis entitas bisnis dan individu sekarang bebas memasuki industri ini.

Pemerintah memiliki PT Pos Indonesia (Persero) yang telah berkecimpung dalam bisnis selama bertahun-tahun. Namun PT Pos Indonesia (Persero) konsisten memiliki masalah dengan kinerjanya. Pos Indonesia (Persero) yang sudah ada sejak puluhan tahun hanya pernah menempati posisi keempat dalam hal penguasaan pasar. Bahkan Perusahaan Layanan Pengiriman J&T yang baru, yang didirikan pada tahun 2015, telah memegang posisi kedua dalam pangsa pasar selama tiga tahun berturut-turut. Untuk itu, PT. Pos Indonesia (Persero) harus bersaing dengan nilai lebih. Berdasarkan PP No. 24 Tahun 1984 tentang Perum Pos dan Giro, PT. Pos Indonesia (Persero) merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang ada di Indonesia. Sifat BUMN ini adalah memberikan pelayanan bagi kepentingan umum sekaligus membina integritas berdasarkan prinsip-prinsip pengelolaan organisasi. Tujuan perusahaan adalah untuk memenuhi kebutuhan banyak orang melalui penyediaan layanan berkualitas tinggi, serta secara aktif berkontribusi dalam implementasi kebijakan dan inisiatif pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan secara lebih umum.

PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Palopo merupakan salah satu perusahaan yang keberadaannya dikenal luas oleh masyarakat sebagai penyedia sarana komunikasi dan juga menyediakan jasa pengiriman barang/dokumen. Layanan pengiriman parcel pos disediakan khusus untuk barang/dokumen dengan tarif yang sangat efisien. Banyaknya jasa pengiriman barang atau dokumen yang ditawarkan oleh PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Palopo meliputi paket pos domestik reguler dan paket pos domestik cepat (ekspres khusus). Pos kilat yang mengutamakan akurasi, pengiriman cepat, presisi, kemudahan pelacakan, dan biaya terjangkau. Pengiriman pos kilat tiba keesokan harinya (H+1) dengan informasi pelacakan sehingga pelanggan dapat memeriksa status paketnya dengan PT. Pos Indonesia. Operasional perusahaan tidak dapat dipisahkan dari kemajuan teknologi informasi dan tingkat persaingan di industri ini.

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan jasa pengiriman barang atau dokumen, dunia usaha saat ini menghadapi persaingan yang ketat dari pihak swasta baru yang bertujuan untuk memenuhi harapan masyarakat akan pelayanan yang lebih baik. Hal tersebut antara lain kemudahan pengiriman barang/dokumen, waktu pengiriman yang lebih cepat, serta keramahan dan kesopanan karyawan saat berhubungan dengan pelanggan dan lainnya. Jasa kurir semakin penting bagi bisnis untuk memastikan produk mereka sampai ke tujuan dengan aman dan dengan kualitas yang terjaga. Selain banyaknya pelaku usaha di wilayah ini, terdapat beberapa perusahaan yang menyediakan jasa pengiriman dokumen dan paket baik dalam skala domestik maupun internasional. Menurut (Talinusa et al., 2019) perusahaan - perusahaan yang berskala internasional termasuk didalamnya adalah PT. Semesta Bureautics bekerja sama dengan perusahaan Amerika DHL World Wide Express untuk layanan kurir internasional, dan PT. Skypak Foreign bekerja sama dengan TNT Express WorldWide untuk pengiriman internasional. Kemudian muncul perusahaan pelayaran domestik seperti T. Tiki Jalan Nugraha Ekakurir (TIKI JNE) dan perusahaan ekspedisi swasta internasional seperti DHL, FEDEX (Federal Express), dan TNT. Misalnya, TIKI menawarkan layanan same-day, DHL menawarkan layanan DHL FIRST door to door dengan jaminan penerimaan tepat waktu di negara tujuan pada hari pengiriman yang sama (same-day delivery), dan Fedex Express same day adalah layanan dari Fedex untuk menerima kiriman pada hari yang sama. Semua bisnis tersebut telah menawarkan layanan yang tergolong sangat baik, seperti layanan ekspres (cepat) dan layanan lacak dengan keunggulannya masing-masing.

Persaingan di pasar jasa kurir (delivery) semakin meningkat sebagai akibat kemajuan yang terus menerus dari pihak swasta (delivery). Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk meneliti judul: "Analisis Determinan Permintaan Masyarakat Kota Palopo Terhadap Jasa Pengiriman Paket Pos Pada PT. Pos Indonesia (Persero).

KAJIAN TEORI

Permintaan Jasa Pengiriman

Permintaan adalah keinginan yang disertai dengan kesiapan dan kemampuan untuk membeli barang atau jasa yang diinginkan. Setiap orang berhak menginginkan apapun yang diinginkannya, namun jika keinginan tersebut tidak didukung oleh kemampuan dan kemauan untuk membelinya, maka keinginan tersebut akan tetap menjadi keinginan. Permintaan akan jenis barang tertentu adalah jumlah barang yang bersedia dibayar pembeli pada tingkat harga yang berlaku di pasar tertentu. Oleh karena itu, keinginan tidak berpengaruh pada harga. Dan permintaan memiliki makna yang lebih dalam daripada keinginan, itulah yang orang pikir mereka inginkan, bukan apa yang mereka rasakan (Atmanti, 2017).

Karakteristik hubungan antara kuantitas yang dibutuhkan dan harga dijelaskan oleh teori permintaan. Permintaan adalah jumlah barang yang bersedia dibeli konsumen pada satu waktu. Kemampuan konsumen untuk membeli jumlah barang yang diinginkan dikenal sebagai daya beli, dan biasanya dinyatakan dalam istilah moneter. Namun, pasokan ekonomi dan daya beli keduanya cukup terbatas (Rusydziana & Devi, 2013). Faktor yang mempengaruhi permintaan yaitu : a) Harga barang, b) Harga barang lain yang terkait, c) Tingkat pendapatan, d) Selera masyarakat, e) Jumlah penduduk, f) Prediksi konsumen tentang kondisi pada masa mendatang.

Setiap tindakan atau pekerjaan yang, secara teori, tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan disebut sebagai jasa. Produksi mungkin atau mungkin tidak terhubung dengan barang berwujud (Risky, 2019).

Jasa adalah kegiatan ekonomi yang berinteraksi dengan konsumen atau properti, memiliki aspek tidak berwujud (nilai atau manfaat) yang terkait dengannya, tetapi tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan. Perubahan pada faktor-faktor ini dimungkinkan, dan produksi suatu jasa mungkin terkait atau tidak terkait dengan penciptaan barang fisik (Irawan, 2019).

Jasa adalah kinerja penampilan yang tidak berwujud dan mudah hilang. Mereka lebih dirasakan daripada dimiliki, dan pengguna layanan dapat berperan lebih aktif dalam proses konsumsi layanan (Nurfarida, 2015).

Pendapatan

Karena manajemen perusahaan secara alami ingin mengetahui nilai atau jumlah pendapatan yang diperoleh dalam suatu periode akuntansi yang diakui sesuai dengan aturan yang berlaku umum, pendapatan merupakan komponen penting dari laporan keuangan (Purwanto & Mangeswuri, 2011).

Salah satu tujuan dari usaha pendirian adalah untuk mendapatkan atau menghasilkan pendapatan. Bahkan ketika sebuah perusahaan masih beroperasi dan layak secara finansial, ada beberapa faktor selain pendapatan yang mungkin menjadi faktor penting untuk mempertahankannya atau tidak. Dengan memperhatikan kuantitas pendapatan, dapat ditentukan apakah suatu bisnis menghasilkan uang atau malah merugi (Riasning et al., 2017).

Tingkat Pelayanan

Pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang berdasarkan alasan material dengan menggunakan sistem, prosedur, dan metode tertentu dalam rangka upaya untuk memajukan kepentingan orang lain yang sah (Sholihah & Oktariyanda, 2015). Saat memberikan layanan, penyedia layanan harus peduli dan responsif agar tidak mengganggu upaya pelanggan untuk mengejar keuntungan pribadi. Faktor-faktor yang mempengaruhi pelayanan yaitu, a) Tangibles / Bukti Lansung, b) Reliability / keandalan, c) Responsiveness / ketanggapan, d) Assurance / jaminan, e) Emphaty / empati.

Harga

Kemampuan barang atau jasa dinyatakan dalam bentuk uang sebagai harganya. Harga adalah komponen lain dari nilai relatif suatu produk. Nilai ini bukanlah indikator yang

tepat tentang berapa banyak sumber daya yang dibutuhkan untuk menghasilkan sejumlah produk tertentu (Indrasari, 2019).

Pengembangan Hipotesis

Pendapatan terhadap Permintaan Jasa Pengiriman Paket Pos

Aspek kebiasaan konsumsi masyarakat Kota Palopo manakah yang dipengaruhi oleh pendapatan dan gaya hidup mereka? Temuan analisis menunjukkan bahwa konsumsi meningkat dan kesejahteraan meningkat seiring dengan peningkatan pendapatan. Dimana Menurut pandangan ini, masyarakat secara keseluruhan menerima bahwa tingkat pendapatan berfungsi sebagai standar kesejahteraan. Kesimpulan: Permintaan jasa pengiriman dipengaruhi secara signifikan oleh pendapatan pada saat yang bersamaan (Nikeardilla, 2021).

H₁: Diduga Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan jasa pengiriman paket pos pada PT. Pos Indonesia (Persero) Palopo.

Tingkat Pelayanan terhadap Permintaan Jasa Pengiriman Paket Pos

Pemeriksaan (Anggelia, 2014) terhadap perusahaan PT. Pos Indonesia (Persero) layanan pengiriman paket Kemiri Baru. Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan kajian pustaka dalam penelitian ini, secara keseluruhan pelaksanaan layanan pengiriman paket pos berjalan dengan baik, meskipun ada beberapa aspek yang dinilai belum maksimal.

Seperti yang disampaikan oleh (Lumenta et al., 2014). Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh harga dan kualitas pelayanan. PT. Pos Indonesia (Persero). Dalam hal ini, temuan analisis menunjukkan bahwa harga dan kualitas layanan memiliki dampak besar terhadap kepuasan pelanggan.

H₂: Diduga Pelayanan berpengaruh positif terhadap Permintaan Jasa Pengiriman Paket Pos

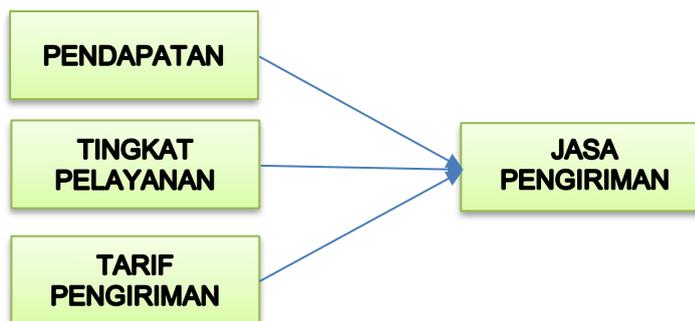
Tarif Pengiriman terhadap permintaan jasa pengiriman paket pos

Menurut (Enjeli & Triani, 2022) kebutuhan akan jasa pengiriman semakin meningkat seiring dengan gaya hidup masyarakat yang semakin modern. Keberhasilan jasa pengiriman barang ditentukan oleh kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman yang dijadwalkan. Tarif dan tingkat persaingan pasar juga merupakan kriteria keberhasilan yang penting. Hal ini menjadikan tarif pengiriman dapat disesuaikan dengan keamanan, agar barang mendapatkan asuransi dari pihak jasa pengiriman. Dan PT. Pos Indonesia (Persero) Manado memiliki layanan pengiriman paket pos yang ditawarkan khusus untuk barang/dokumen dengan harga yang sangat kompetitif baik untuk hubungan dalam negeri maupun luar negeri (Talinusa et al., 2019).

H₃: Diduga Tarif Pengiriman berpengaruh Positif terhadap permintaan jasa pengiriman paket pos

Kerangka Konseptual

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat didefinisikan dengan cara-cara berikut berdasarkan teori-teori yang disebutkan sebelumnya:



Gambar 1 Kerangka Konseptual Analisis Jalur Regresi Berganda

METODE ANALISIS

Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis

Hasil penelitian diolah dengan menggunakan pendekatan analisis data untuk menarik kesimpulan. Model ekonometrika digunakan dengan meregresikan variabel-variabel yang ada dengan menggunakan pendekatan *Ordinary Least Square* untuk menganalisis data yang dihasilkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut fungsi yang digunakan dalam penelitian ini:

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + e \dots\dots\dots(1)$$

Selanjutnya dibuat model persamaan regresi linier berganda menggunakan fungsi tersebut, dengan spesifikasi model sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \mu \dots\dots\dots(2)$$

Dimana:

- Y = pengiriman paket pos
- X1 = Harga
- X2 = Pendapatan perkapita
- X3 = Jumlah penduduk α = Intercept/ Konstanta
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = koefisien regresi
- μ = Term of Error (kesalahan pengganggu)

Fungsi tersebut kemudian diubah menjadi model logaritmik natural dengan beberapa persamaan regresi linier dengan persyaratan model sebagai berikut:

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

Keterangan:

- LnY = Pengiriman paket pos
- a = Nilai Konstanta
- $\beta_1 \text{Ln}X_1$ = Harga
- $\beta_2 \text{Ln}X_2$ = Pendapatan Perkapita
- $\beta_3 \text{Ln}X_3$ = Jumlah Penduduk
- e = Standar error

Menurut (Talinusa et al., 2019) model regresi yang dihasilkan menggunakan pendekatan kuadrat terkecil biasa (Ordinary Least Square/OLS) adalah model regresi yang menghasilkan penaksir linier tak bias terbaik (Best Linear Unbiased Estimator/BLUE).

Uji Asumsi Klasik

Jika suatu model memiliki karakteristik estimator linier terbaik yang tidak bias, maka model tersebut dikatakan sebagai prediktor yang baik. Selain itu, sebuah model dianggap memadai dan mampu membuat prediksi jika telah melewati serangkaian uji asumsi klasik yang mendasarinya. Uji asumsi tradisional yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

a. Uji Normalitas

Digunakan menentukan apakah variabel dependen dan independen berdistribusi normal atau tidak. Bandingkan JB untuk menghitung tabel X_1 menggunakan uji Jarque–Bera, atau uji J–B. Jika JB count lebih besar dari nilai pada tabel X_2 , maka data berdistribusi normal, atau jika nilai probabilitas lebih besar dari tingkat kepercayaan yang dipilih (Julaihah & Insukindro, 2004).

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas terjadi ketika variabel independen berkorelasi satu sama lain. Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah korelasi antara variabel bebas terdeteksi oleh model regresi. Seharusnya tidak ada hubungan antara variabel independen dalam model regresi yang sesuai.

c. Uji Heteroskedastisitas

Versi model regresi residual yang disebut heteroskedastisitas yang tidak homoskedastis, atau, dengan kata lain, tidak konstan digunakan dalam penelitian. Tidak ada residual yang konstan atau tetap ketika membandingkan data dari satu pengamatan ke pengamatan lain atau dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya.

Uji Statistik

a. Uji t

Uji dampak setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk melakukan pengujian ini, bandingkan t hitung atau statistik dengan t tabel (Nasution, 2017).

b. Uji F

Menguji kebenaran model melibatkan penggunaan nilai F yang dihitung. Uji F ini kadang juga disebut sebagai uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas yang dimasukkan dalam model mampu menjelaskan perubahan nilai variabel terikat atau tidak (Khoiruroh & Setiawan, 2014).

c. Koefisien Determinan R²

Sejauh mana model dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen ditunjukkan oleh koefisien determinasinya (Soedyfa et al., 2020).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Tabel. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	Laki-laki	59	60%
2	Perempuan	40	40%
Total		99	100%

Sumber: Data responden yang diolah 2022

Berdasarkan Tabel 1 di atas, dapat disimpulkan bahwa responden laki-laki merupakan mayoritas dari responden penelitian, yaitu sebanyak 59 orang atau 60% dari total, sedangkan responden wanita merupakan 40 orang atau 40% dari total. Hal ini menjadi contoh dominasi laki-laki di kalangan pekerja kantor pos di kota Palopo.

Tabel. 2 Karakteristik berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah Responden	Persentase (100%)
1	<20	5	5%
2	20-30	78	78%
3	31-40	15	15%
4	41-50	1	1%
Total		99	100%

Sumber: Data responden yang diolah 2022

Berdasarkan Tabel 2 keterangan di atas menjelaskan bahwa pekerja kantor pos di Kota Palopo yang dijadikan responden diukur dari yang berusia 20 tahun ke bawah sebanyak 5 orang atau 5%, 20 tahun sampai dengan 30 tahun sebanyak 78 orang atau 78%, 31 tahun sampai 40 tahun sebanyak 15 orang atau 15%, dan 41 tahun sampai 50 tahun sebanyak 1 orang atau 1%.

Tabel. 3 Karakteristik berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden	Persentase (100%)
1	SMA/Sederajat	22	22%
2	S1	68	68%
3	S2	9	9%
Total		99	100%

Sumber: Data responden yang diolah 2022

Berdasarkan Tabel 3. Berdasarkan data tersebut di atas, Kantor Pos Kota Palopo mempekerjakan 22 orang (22% SMA/Sederajat), 68 orang (68% S1), dan 9 orang (9% S2).

Uji Data

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4. Uji Regresi Linear Berganda

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.405	.375		3.742	.000		
	Pendapatan	.360	.062	.504	5.775	.000	.074	13.470
	Tingkat Pelayanan	.206	.093	.232	2.214	.029	.052	19.401
	Tarif Pengiriman	.340	.043	.329	7.948	.000	.330	3.027

a. Dependent Variable: Jasa Pengiriman Paket Pos

Sumber: Data diolah dari SPSS, 2022

Persamaan regresi dapat ditunjukkan sebagai berikut pada tabel di atas yang menunjukkan hasil pengolahan data regresi dengan menggunakan program SPSS:

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + e$$

$$Y = 1.405 + 0,360 x_1 + 0,206 x_2 + 0,340 x_3 + e$$

Transformasi dalam model logaritma natural persamaan regresi linear berganda (*multiple regression*) dengan spesifikasi model sebagai berikut:

$$\ln Y = a + \beta_1 \ln X_1 + \beta_2 \ln X_2 + \beta_3 \ln X_3 + e$$

$$\ln Y = 1.405 + (0,360 X_1 + 0,206 X_2 + 0,340 X_3) + e$$

Dapat disimpulkan:

- Konstanta sebesar 1,405 menunjukkan bahwa nilai Y adalah 1,405 jika variabel independen (kekayaan, derajat pelayanan, dan tarif pengiriman) dianggap tetap tidak berubah (konstan).
- Pendapatan (X_1) = 0,360 artinya setiap kenaikan 1% pendapatan akan terjadi kenaikan sebesar 0,360%.
- Kenaikan pendapatan sebesar 1% akan mengakibatkan kenaikan tingkat pelayanan (X_2) sebesar 0,206, dengan presentase sebesar 0,206%.
- Pendapatan akan meningkat sebesar 0,340% untuk setiap kenaikan tarif pengiriman Dengan tarif pengiriman (X_3) sebesar 0,340 maka pendapatan akan naik sebesar 0,340% untuk setiap kenaikan 1%.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 5. Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.59564809
Most Extreme Differences	Absolute	.120
	Positive	.104
	Negative	-.120
Test Statistic		.120
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

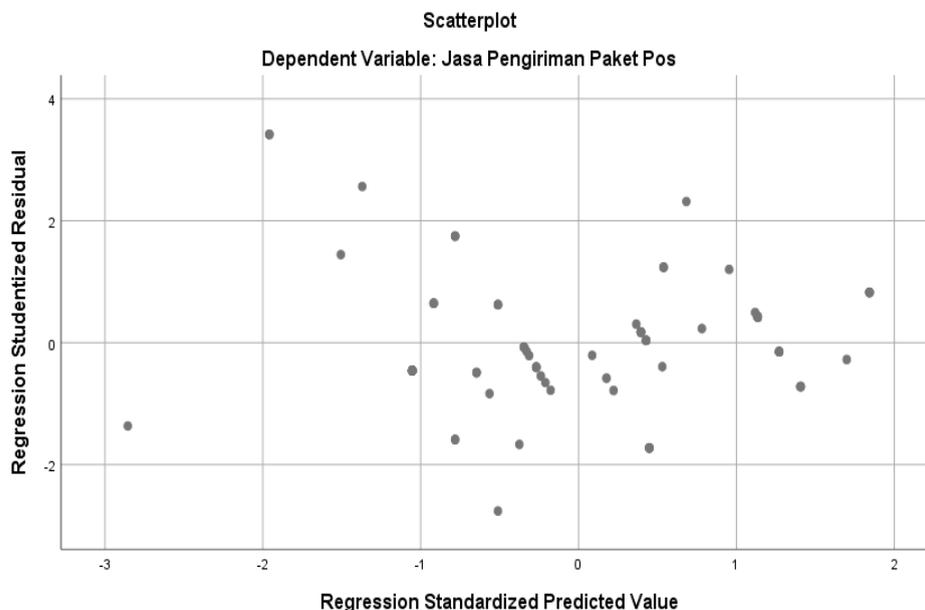
Sumber: Data diolah dari SPSS, 2022

Dapat dilihat nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah 0,001 dan standar nilai probabilitinya sebesar 0.05. Berdasarkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) ($0.001 < \mu (0,05)$), maka data di atas dinyatakan berdistribusi normal, dan dapat dilanjutkan ke pengujian selanjutnya.

Uji Multikolinieritas

Dapat dilihat pada tabel 4 di atas jika VIF variabel pendapatan X1 adalah $13.470 > 10$ dan nilai tolerance value $0,074 < 0,1$ maka data tersebut terjadi multikolinieritas, variabel tingkat pelayanan X2 adalah $19.401 > 10$ dan nilai tolerance value $0,052 < 0,1$ maka data tersebut terjadi multikolinieritas, variabel tarif pengiriman X3 adalah $3.027 < 10$ dan nilai tolerance value $0,330 > 0,1$ maka data tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas

Output dari gambar scatterplot, yang didasarkan pada gambar di atas, menunjukkan bahwa titik-titik tersebar di bawah dan di atas sumbu Y (Jasa Pengiriman Paket Pos) dan juga mengikuti pola yang dapat diprediksi. Akibatnya, dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas atau homoskedastisitas untuk variabel independen tersebut di atas.

Uji t (Parsial)

Berdasarkan tabel 4. di atas, maka dapat dijelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut:

1. Pengaruh pendapatan (X1) terhadap permintaan jasa pengiriman paket (Y) Pos pada PT.Pos Persero Kota Palopo.

Nilai t hitung adalah 5,775 sesuai tabel 4, sedangkan nilai t tabel adalah $(99-3-1 = 95)$, artinya nilai t tabel adalah 1,985. Dapat disimpulkan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan jasa pengiriman paket pos di PT. Pos (Persero) Kota Palopo karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($5,775 > 1,985$) dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan koefisien variabel X₁ sebesar 0,360 yang bersifat tetap.

2. Pengaruh Tingkat Pelayanan (X₂) Terhadap Permintaan Jasa Pengiriman Paket (Y) Pos pada PT.Pos Persero Kota Palopo.

Berdasarkan Tabel 4, angka t hitung sebesar 2,214, sedangkan t tabel $(99-3-1 = 95)$ menghasilkan angka t tabel sebesar 1,985. Dapat disimpulkan bahwa permintaan pengiriman paket ke PT. Pos (Persero) Kota Palopo mendapat tanggapan positif dan signifikan karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($2,214 > 1,985$), dengan signifikansi $0.029 < 0,05$, dan koefisien variabel X₂ dengan nilai 0,206 yang bersifat tetap.

3. Pengaruh Tarif Pengiriman (X_3) Terhadap Tingkat Permintaan Jasa Pengiriman Paket (Y) Pos pada PT.Pos Persero Kota Palopo.

Berdasarkan tabel 4., di atas hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh tarif pengiriman terhadap permintaan jasa pengiriman berpengaruh positif dan signifikan. Dilihat dari nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan t hitung $7,948 > t$ tabel $1,985$. Keadaan yang terjadi di lapangan menunjukkan bahwa tarif pengiriman mempunyai pengaruh yang besar terhadap usaha jasa pengiriman yang dilakukan oleh PT. Pos Persero Kota Palopo. Hal ini dikarenakan pelanggan lebih menyukai menggunakan jasa pengiriman dengan biaya yang lebih terjangkau jika dibandingkan dengan jasa pengiriman lainnya.

Uji F (Simultan)

Tabel 6. Uji F ANOVA^a (Simultan)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	613.412	3	204.471	558.662	.000 ^b
	Residual	34.770	95	.366		
	Total	648.182	98			
a. Dependent Variable: Jasa Pengiriman Paket Pos						
b. Predictors: (Constant), Tarif Pengiriman, Pendapatan, Tingkat Pelayanan						

Sumber: Data diolah dari SPSS, 2022

Berdasarkan tabel 6 di atas terlihat bahwa nilai F hitung lebih besar dari F tabel ($558,662 > 2,70$) dengan tingkat signifikansi $0,000$. Variabel bebas yaitu pendapatan, tingkat pelayanan, dan tarif pengiriman berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat yang terlihat dari nilai signifikansi yang lebih kecil dari $0,05$.

Uji Koefisien Determinan (R^2)

Tabel 7. Uji Koefisien Determinan

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.973 ^a	.946	.945	.605
a. Predictors: (Constant), Tarif Pengiriman, Pendapatan, Tingkat Pelayanan				
b. Dependent Variable: Jasa Pengiriman Paket Pos				

Sumber: Data diolah dari SPSS, 2022

Variabel bebas (X) terhadap naik turunnya permintaan jasa pengiriman (Y) sebesar $97,3$, sedangkan sisanya sebesar $2,7$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Hasil determinan di atas diperoleh koefisien determinasi (R^2) sebesar $0,973$ yang berarti $97,3\%$ variabel bebas (X) menjelaskan variabel terkait (Y).

Pembahasan

Selanjutnya dilakukan penjabaran atas analisis determinan permintaan masyarakat terhadap jasa pengiriman paket pos pada PT.Pos (Persero) Kota Palopo. Adapun hasil analisis dimaksud beserta temuan dari penelitian sebelumnya adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Pendapatan Terhadap Permintaan Jasa Pengiriman Paket Pos pada PT.Pos Persero Kota Palopo.

Nilai t hitung adalah $5,775$ sesuai tabel 4, sedangkan nilai t tabel adalah ($99-3-1 = 95$), artinya nilai t tabel adalah $1,985$. Dapat disimpulkan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan jasa pengiriman paket pos di PT. Pos (Persero) Kota Palopo karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($5,775 > 1,985$) dengan signifikansi

0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan koefisien variabel X_1 sebesar 0,360 yang bersifat tetap.

Seperti yang terjadi di lapangan, PT. Pos (Persero) Pendapatan konsumen Kota Palopo dapat meningkat jika didukung oleh meningkatnya permintaan pengiriman baik dari dalam maupun luar daerah dari bisnis masing-masing pelanggan, seperti retailer online yang sangat membutuhkan jasa pengiriman. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Nikeardilla, 2021). Menurut pandangan ini, masyarakat secara keseluruhan menerima bahwa tingkat pendapatan berfungsi sebagai standar kesejahteraan. Menurut pandangan ini, masyarakat mengakui bahwa tingkat uang berfungsi sebagai proksi kesejahteraan. Terlihat bahwa permintaan jasa pengiriman sangat dipengaruhi oleh pendapatan pada saat yang bersamaan.

2. Pengaruh Tingkat Pelayanan Terhadap Permintaan Jasa Pengiriman Paket Pos pada PT.Pos Persero Kota Palopo.

Berdasarkan Tabel 4, angka t hitung sebesar 2,214, sedangkan t tabel ($99-3-1 = 95$) menghasilkan angka t tabel sebesar 1,985. Dapat disimpulkan bahwa permintaan pengiriman paket ke PT. Pos (Persero) Kota Palopo mendapat tanggapan positif dan signifikan karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($2,214 > 1,985$), dengan signifikansi $0.029 < 0,05$, dan koefisien variabel X_2 dengan nilai 0,206 yang bersifat tetap.

Hampir semua perusahaan pengiriman menawarkan layanan yang sama, itulah mengapa demikian. Namun, mayoritas pelanggan juga sangat memperhatikan tingkat layanan.

1. Tangibles, yang terdiri dari fasilitas fisik, peralatan, karyawan, dan metode komunikasi, dalam situasi ini cukup terlihat oleh pelanggan.
2. Keandalan, atau kemampuan untuk menghasilkan kinerja pelayanan yang memuaskan
3. Daya tanggap, yang didefinisikan sebagai kecenderungan untuk menanggapi kebutuhan pelanggan atau, alternatifnya, sebagai kesediaan untuk membantu klien dan menawarkan layanan yang cepat.
4. Jaminan yang mengutamakan keahlian dan memperhatikan ketrampilan pekerja dengan demikian, kepastian pelayanan yang ditawarkan terjamin.
5. Kehadiran inspirasi dan layanan pelanggan individual merupakan empati.

Konsekuensinya, pihak dapat meningkatkan pelayanan. Kantor pos menawarkan sejumlah kualitas yang sangat penting untuk peningkatan kualitas layanan. Contoh yang salah dari kualitas peringkat 1 adalah adanya jaminan untuk layanan parcel/surat. Mengirim pengiriman atau surat tepat waktu yang terjamin adalah peringkat kedua. Seperti yang disampaikan oleh (Lumenta et al., 2014). Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh harga dan kualitas pelayanan. PT. Pos Indonesia (Persero). Dalam hal ini, temuan analisis menunjukkan bahwa harga dan kualitas layanan memiliki dampak besar terhadap kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh Tarif Pengiriman Terhadap Tingkat Permintaan Jasa Pengiriman Paket Pos pada PT.Pos Persero Kota Palopo.

Berdasarkan tabel 4., di atas hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh tarif pengiriman terhadap permintaan jasa pengiriman berpengaruh positif dan signifikan. Dilihat dari nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan t hitung $7,948 > t$ tabel 1,985. Keadaan yang terjadi di lapangan menunjukkan bahwa tarif pengiriman mempunyai pengaruh yang besar terhadap usaha jasa pengiriman yang dilakukan oleh PT. Pos Persero Kota Palopo. Hal ini dikarenakan pelanggan lebih menyukai menggunakan jasa pengiriman dengan biaya yang lebih terjangkau jika dibandingkan dengan jasa pengiriman lainnya.

Jenis layanan yang digunakan, berat paket, dan tujuan paket dipertimbangkan untuk menentukan tarif pengiriman paket Layanan Pos. Mengingat hal ini, dapat dikatakan bahwa pelanggan lebih suka menggunakan layanan pengiriman yang memberikan harga lebih rendah daripada pesaing mereka.

Penelitian ini sejalan dengan (Enjeli & Triani, 2022) kebutuhan akan jasa pengiriman semakin meningkat seiring dengan gaya hidup masyarakat yang semakin modern. Keberhasilan jasa pengiriman barang ditentukan oleh kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman yang dijadwalkan. Tarif dan tingkat persaingan pasar juga merupakan kriteria keberhasilan yang penting. Hal ini menjadikan tarif pengiriman dapat disesuaikan dengan keamanan, agar barang mendapatkan asuransi dari pihak jasa pengiriman. Dan PT. Pos Indonesia (Persero) Manado memiliki layanan pengiriman paket pos yang ditawarkan khusus untuk barang/dokumen dengan harga yang sangat kompetitif baik untuk hubungan dalam negeri maupun luar negeri (Talinusa et al., 2019).

Kesimpulan

Berikut kesimpulan yang ditarik dari temuan kajian yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dimajukan:

1. Dengan nilai variabel pendapatan $0,000 < 0,005$ dan t hitung $5,775 > t$ tabel $1,985$ maka pendapatan berpengaruh positif dan cukup besar terhadap permintaan jasa pengiriman.
2. Dengan nilai variabel tingkat pelayanan yang dicapai sebesar $0,029 < 0,05$ dan t hitung $2,214 > t$ tabel $1,985$ maka service level berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan jasa pengiriman.
3. Dengan nilai variabel tingkat harga yang ditentukan sebesar $0,000 < 0,05$ dan t hitung $7,948 > t$ tabel $1,985$ maka tingkat harga berpengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap permintaan jasa pengiriman.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggelia, C. (2014). Analisis Pelayanan Jasa Pengiriman Paket pada PT. Pos Indonesia (Persero) Pekanbaru. *Journal Published by Riau University*, 1(2), 1–8. <https://www.neliti.com/publications/31759/analisis-pelayanan-jasa-pengiriman-paket-pada-pt-pos-indonesia-persero-pekanbaru>
- Atmanti, H. D. (2017). Kajian Teori Pemikiran Ekonomi Mazhab Klasik dan Relevansinya pada Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 2(2), 511–524. <https://core.ac.uk/download/pdf/229336562.pdf>
- Enjeli, R., & Triani, M. (2022). Analisis Determinan Permintaan Masyarakat Kota Padang Terhadap Jasa Pengiriman Paket Dikala Pandemi. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Pembangunan*, 4(1), 29–34. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24036/jkep.v4i1>
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Akademik Universitas Asia Timur* (Vol. 4, Issue 1). <https://ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/krisna>
- Irawan, I. C. (2019). Analisis pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan wali murid memilih sekolah dasar. *Journal of Business & Banking*, 7(2), 263–276. <https://doi.org/10.14414/jbb.v7i2.1382>
- Julaihah, U., & Insukindro. (2004). Analisis Dampak Kebijakan Moneter terhadap variabel Makro Ekonomi di Indonesia tahun 1983.1 - 2003.2. *Bulletin of Monetary Economics and Banking*, 7(2), 1–20. <https://doi.org/10.21098/bemp.v7i2>
- Khoiruroh, A. F., & Setiawan. (2014). Analisis Ekonometrika Model Pendapatan Nasional Indonesia dengan Pendekatan Persamaan Sistem Simultan. *Jurnal Sains Dan Seni Pomits*, 3(2), 200–205. http://ejurnal.its.ac.id/index.php/sains_seni/article/view/8135
- Lumenta, D. J., Mandey, S. L., & J., R. J. (2014). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 1550–1562. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.2.3.2014.5913>
- Nasution, L. M. (2017). Statistik Deskriptif. *Jurnal Hikmah: Journal of Islamic Studies*, 14(1), 49–55. <https://doi.org/10.1021/ja01626a006>
- Nikeardilla. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap minta Konsumen Memilih Jasa Pengiriman Online (Studi pada Konsumen Jasa yang ada di Kota Palopo)*. http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/4118/1/Skripsi_Nike_Ardilla.pdf
- Nurfarida, I. N. (2015). Pengukuran Indeks Kepuasan Pelanggan untuk Peningkatan Kualitas Layanan. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 11(2), 135–146. <https://doi.org/https://doi.org/10.21067/jem.v11i2.874>

- Purwanto, N. P., & Mangeswuri, D. R. (2011). Pengaruh Investasi Asing dan Hutang Luar Negeri terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik*, 2(2), 681–706. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22212/jekp.v2i2.123>
- Riasning, N. P., Datrini, L. K., & Putra, I. M. W. (2017). Pengaruh Kecerdasan Intelektual, Kecerdasan Emosional dan Kecerdasan Spiritual terhadap Sikap Etis Mahasiswa S1 Akuntansi pada Universitas di Bali. *Jurnal Krisna*, 9(1), 50–56. <https://ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/krisna>
- Risky, N. F. (2019). Pengaruh Aspek Islamic Branding, dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Kosmetik Wardah Di Desa Bukit Harapan Kecamatan Kerinci Kanan Kabupaten Siak). In *Repository: UIN Suska Riau*. http://repository.uin-suska.ac.id/24374/1/SKRIPSI_NUR_FAIZAH_RIZKY.pdf#page=26
- Rusydiana, A. S., & Devi, A. (2013). *Analytic Network Process : Pengantar Teori dan Aplikasi*. https://www.academia.edu/download/53270971/An_Introduction_to_ANP_Full1.pdf
- Sholihah, K., & Oktariyanda, T. A. (2015). Inovasi Program Pelayanan Cetak Pengajuan Teko Deso (Cak Ngateso) Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Jombang (Studi Kasus pada Desa Megaluh). *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 1503–1516. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/publika.v11n1>
- Soedyfa, D. A., Rochmawati, L., & Sonhaji, I. (2020). Koefisien Korelasi (R) Dan Koefisien Determinasi (R²). *Jurnal Penelitian Politeknik Penerbangan Surabaya*, 5(4), 289–296. <https://doi.org/https://doi.org/10.46491/jp.v5i4.544>
- Talinusa, A. T., Walewangko, E. N., Wauran, P. C., Pembangunan, J. E., & Ekonomi, F. (2019). Analisis Determinan Permintaan Masyarakat Sulawesi Utara Terhadap Jasa Pengiriman Paket Pos Pada Pt. Pos Indonesia (Persero) (Studi Kasus : Kantor Pos Manado). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 19(03), 34–44. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/view/25272>