



JURNAL
MANAJEMEN PEMBANGUNAN DAERAH
Journal of Regional Development Management

Volume 12 Nomor 2, Desember 2024

Optimasi Pengelolaan Keuangan Dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Keuangan Di Pemerintah Daerah Kabupaten Bogor

Timbul, Parulian Hutagaol, Ma'mun Sarma

Analisis Strategi Dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Kemandirian Keuangan Daerah Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur

Agus Tri Sulistyio, Harianto, A Faroby Falatehan

Analisis Perkembangan Pembangunan Bidang Kesehatan Provinsi Banten

Arbi Wardana Paripurna, Sri Mulatsih, Muhammad Firdaus

Strategi Dalam Upaya Memperbaiki Keterlambatan Penyerapan Anggaran Belanja Pada Pemerintah Kota Bogor

Gustawan Rachman, Ma'mun Sarma, Dwi Rachmina

Analisis Efektivitas Iklan Melalui Instagram Bookabuku.com Sebagai Perusahaan Start-Up Berbasis Pendidikan

Dhia Uthamie Ferza, Ma'mun Sarma

Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian di Maraca Books and Coffee

Haifa Fatinah Mutiksa, Ma'mun Sarma



Kerjasama

Program Studi Manajemen Pembangunan Daerah (MPD) IPB
Perhimpunan Ilmu Ekonomi Pertanian Indonesia (PERHEPI)

Jurnal MPD. Volume 12 Nomor 2, Desember 2024

Penanggung Jawab

Dr. A Faroby Falatehan, SP., ME

(Ketua Program Studi Manajemen Pembangunan Daerah,
Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor)

Dewan Redaksi

Ketua	:	Dr. A Faroby Falatehan, SP., ME
Manager Editor	:	Dr. Deni Lubis, S. Ag., MA
Team Editorial	:	Dr. Ir. Lukman M Baga, MS Hendra Khaerizal, SP., M. Si Dr. Widhianthini, SP., M. Si Nurul Hilmiyah, SE., M. Ec., Ph. D
Redaksi Pelaksana	:	Lia Deliani, SM Supriyadi

Reviewer Internal

Prof. Dr. Ir. Hermanto Siregar, M.Ec
Prof. Dr. Ir. Bambang Juanda
Prof. Dr. Ir. Yusman Syaukat, M.Ec
Prof. Dr. Ir. Sri Hartoyo, MS
Prof. Dr. Ir. Lala M Kolopaking, MS
Prof. Dr. Ir. Ernan Rustiadi, M.Agr
Prof. Dr. Ir. Dedi Budiman Hakim, M.A.Ec
Prof. Dr. Ir. Ma'mun Sarma, MS, M.Si
Dr. Ir. Sri Mulatsih, M.Sc
Dr. Alla Asmara, S.Pt, M.Si
Dr. Nia Kurniawati Hidayat, SP, M.Si
Dr. Nuva, SP, M.Si

Alamat Redaksi

Program Studi Manajemen Pembangunan Daerah
Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor
Jl. Kamper, Wing 5 Level 4, Kampus IPB Dramaga, Bogor 16680
Tlp/Fax : +62 - 251 - 862 - 9342 | Mobile : +62 - 812 - 82 - 744 - 530
Website : <http://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalmpd>
E-mail : jurnalmpd@apps.ac.id

ARTIKEL

- Optimasi Pengelolaan Keuangan Dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Keuangan Di Pemerintah Daerah Kabupaten Bogor**
Timbul, Parulian Hutagaol, Ma'mun Sarma 56 - 63
- Analisis Strategi Dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Kemandirian Keuangan Daerah Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur**
Agus Tri Sulisty, Harianto, A Faroby Falatehan 64 - 71
- Analisis Perkembangan Pembangunan Bidang Kesehatan Provinsi Banten**
Arbi Wardana Paripurna, Sri Mulatsih, Muhammad Firdaus 72 - 81
- Strategi Dalam Upaya Memperbaiki Keterlambatan Penyerapan Anggaran Belanja Pada Pemerintah Kota Bogor**
Gustawan Rachman, Ma'mun Sarma, Dwi Rachmina 82 - 90
- Analisis Efektivitas Iklan Melalui Instagram Bookabuku.com Sebagai Perusahaan Start-Up Berbasis Pendidikan**
Dhia Uthamie Ferza, Ma'mun Sarma 91 - 99
- Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian di Maraca Books and Coffee**
Haifa Fatimah Mutiksa, Ma'mun Sarma 100 - 110

Jurnal manajemen pembangunan daerah (JMPD) adalah media ilmiah penyebaran utama hasil-hasil penelitian sosial - ekonomi dalam lingkup pembangunan daerah dengan misi meningkatkan pengetahuan dan keterampilan profesional serta pemberi informasi bagi pengambil kebijakan, praktisi dan pemerhati pembangunan daerah. Jurnal MPD diterbitkan dua kali dalam satu tahun oleh Program Studi Manajemen Pembangunan Daerah, Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB bekerjasama dengan Perhimpunan Ekonomi Pertanian Indonesia (PERHEPI).

OPTIMASI PENGELOLAAN KEUANGAN DALAM RANGKA MENINGKATKAN KINERJA KEUANGAN DI PEMERINTAH DAERAH KABUPATEN BOGOR

Timbul¹, Parulian Hutagaol², Ma'mun Sarma³

¹Manajemen Pembangunan Daerah, Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB

²Departemen Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB

³Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB

ABSTRACT

Alongside the perceived complexity of state financial management by some members of society, the management of state finances fundamentally aligns with the goal of achieving good governance. There are four fundamental principles of state financial management based on good governance: (1) accountability in financial management based on results or performance; (2) transparency in every government transaction; (3) empowerment of professional managers; and (4) the presence of a strong, professional, and independent external audit institution, avoiding duplication in audit implementation. This study aims to formulate optimization strategies for regional financial management to enhance the financial performance of the region in Bogor Regency using SWOT analysis. The analysis resulted in four strategies, namely strengthening local government policy regulations on financial governance to facilitate implementation and enhance the effectiveness of financial governance in accordance with regulations; increasing the government's commitment to the development of human resources and competencies of financial management officials; improving the quality of information systems and technology to strengthen the database and accuracy of local financial management; and enhancing monitoring and evaluation of financial management.

Keywords: Effectiveness, Finance, Strategy, SWOT

ABSTRAK

Seiring dengan dianggap rumitnya pengelolaan keuangan negara oleh sebagian masyarakat, namun pada dasarnya pengelolaan keuangan negara sejalan dengan tujuan tercapainya penyelenggaraan pemerintahan yang baik. Terdapat 4 (empat) prinsip dasar pengelolaan keuangan negara berlandaskan pemerintahan yang baik adalah (1) akuntabilitas pengelolaan keuangan yang berdasarkan hasil atau kinerja; (2) keterbukaan dalam setiap transaksi pemerintah; (3) pemberdayaan manajer profesional dan (4) adanya lembaga pemeriksa eksternal yang kuat, profesional dan mandiri serta dihindarinya duplikasi dalam pelaksanaan pemeriksaan. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi optimasi pengelolaan keuangan daerah dalam meningkatkan kinerja keuangan daerah di Kabupaten Bogor dengan menggunakan analisis SWOT. Hasil analisis diperoleh empat strategi, yaitu penguatan kebijakan peraturan pemerintah daerah tentang tata kelola keuangan untuk mempermudah pelaksanaan serta efektivitas tata kelola keuangan sesuai aturan; peningkatan komitmen pemerintah dalam pengembangan SDM dan kompetensi aparatur pengelola keuangan; peningkatan kualitas sistem informasi dan teknologi untuk memperkuat database dan akurasi pengelolaan keuangan daerah; serta peningkatan monitoring dan evaluasi pengelolaan keuangan.

Kata Kunci: Efektivitas, Keuangan, Strategi, SWOT

PENDAHULUAN

Penyelenggaraan pemerintahan yang baik harus didukung oleh pengelolaan keuangan yang baik pula. Terdapat 4 (empat) prinsip dasar pengelolaan keuangan negara berlandaskan pemerintahan yang baik adalah (1) akuntabilitas pengelolaan keuangan yang berdasarkan hasil atau kinerja; (2) keterbukaan dalam setiap transaksi pemerintah; (3)

pemberdayaan manajer profesional dan (4) adanya lembaga pemeriksa eksternal yang kuat, profesional dan mandiri serta dihindarinya duplikasi dalam pelaksanaan pemeriksaan. Keadaan demikian berimplikasi pada perubahan manajemen pemerintahan menjadi lebih terstandarisasi, artinya ada sejumlah kriteria standar yang harus dipatuhi instansi pemerintah dalam melaksanakan

aktivitasnya. Standarisasi kinerja dapat menilai kinerja instansi pemerintah secara internal maupun eksternal. Standar internal yang bersifat prosedural inilah yang disebut dengan *Standar Operational Prosedur* (Bahrullah 2013).

Keperluan untuk menentukan prioritas program dalam perencanaan pembangunan daerah semakin terasa penting jika dikaitkan dengan pelaksanaan otonomi daerah saat ini. Salah satu ciri utama otonomi daerah, sebagaimana yang tersirat dalam UU Nomor 9 Tahun 2015, adalah daerah otonom memiliki kewenangan dan kemampuan untuk menggali sumber-sumber keuangan, mengelola dan menggunakannya sendiri untuk pembiayaan pembangunan daerah. Kewenangan yang lebih besar untuk mengatur dan mengurus rumah tangganya sendiri bertujuan antara lain adalah untuk lebih mendekatkan pelayanan pemerintah kepada masyarakat, dan memudahkan masyarakat untuk memantau dan mengontrol penggunaan dana yang bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD). APBD Kabupaten Bogor mengalami peningkatan dalam kurun waktu 2014 sampai dengan 2015. Pembangunan di Kabupaten Bogor yang dibiayai oleh APBD tahun 2014 menghabiskan 4,89 triliun rupiah dari anggaran 5,78 triliun rupiah. Pendapatan tahun 2015 sebesar 5,64 triliun rupiah naik sebesar 478 miliar rupiah atau sekitar 9,26 persen dari anggaran pendapatan tahun 2014 (5,16 triliun rupiah).

Realisasi total pendapatan pemerintah daerah Kabupaten Bogor tahun 2014 (5,37 triliun rupiah) bersumber dari dana perimbangan sebesar 46,46 persen, pendapatan asli daerah (PAD) sebesar 31,85 persen dan lain-lain pendapatan yang sah sebesar 21,70 persen. Dari komponen PAD, pajak daerah memberikan kontribusi sebesar 66,06 persen, kemudian lain-lain PAD yang sah sebesar 21,41 persen, retribusi daerah sebesar 11,65 persen dan sisanya hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan sebesar 0,88 persen. Berdasarkan data statistik keuangan pemerintah daerah tahun 2014-2015, pada tahun 2014 terjadi defisit anggaran sebesar 11,91 persen dan tahun 2015 juga terdapat defisit anggaran sebesar 18,59 persen. Berdasarkan data LHP 2014 dan 2015

anggaran belanja lebih besar daripada penerimaan daerah. Hal tersebut mengindikasikan terdapatnya perbedaan antara target dengan realisasi yang telah ditetapkan dalam Rencana Anggaran dan Belanja Daerah Kabupaten Bogor. Terjadinya defisit anggaran disebabkan oleh berbagai hal baik internal maupun eksternal pengelolaan keuangan daerah di lingkungan pemerintah Kabupaten Bogor.

Dalam perspektif sumber pembiayaan, pembangunan daerah itu dapat dibagi ke dalam tiga kelompok. Pertama, pembangunan yang menjadi kewajiban pemerintah daerah, yaitu pembangunan yang harus dibiayai oleh APBD yang bersumber pada pendapatan asli daerah (PAD), bagi hasil pajak dan bukan pajak, sumbangan dan bantuan, pinjaman daerah dan sisa lebih anggaran tahun sebelumnya. Kedua, pembangunan yang merupakan kewajiban pemerintah pusat tetapi pelaksanaannya oleh pemerintah daerah. Biaya pembangunan diambil dari APBN yang kemudian ditransfer ke APBD. Ketiga, pembangunan yang dibiayai APBN dan langsung dilaksanakan sendiri oleh pemerintah pusat dengan mengambil lokasi pada daerah. Berdasarkan ketiga perspektif ini maka sangat penting sekali bagi suatu daerah untuk dapat melaksanakan efektivitas pengelolaan keuangan daerah, yang dilakukan bukan hanya untuk menggali sumber-sumber penerimaannya saja namun juga termasuk bagaimana mengatur pengeluarannya. Tidak efektifnya pengelolaan keuangan daerah dapat dipastikan akan menyebabkan pelaksanaan pembangunan daerah tidak optimal karena terjadinya inefisiensi anggaran daerah. Oleh karena itu, diperlukan adanya penelitian untuk merumuskan strategi optimasi pengelolaan keuangan daerah dalam meningkatkan kinerja keuangan daerah di Kabupaten Bogor.

METODOLOGI PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada SKPD di Pemerintah Daerah Kabupaten Bogor. Kabupaten Bogor dipilih karena memiliki pagu anggaran yang besar namun penerapan pengelolaan keuangan belum dilaksanakan secara optimal. Hal tersebut ditandai dengan adanya defisit anggaran pengelolaan keuangan daerah. Penelitian ini dilakukan mulai dari

bulan November 2016 sampai dengan bulan Maret 2017.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Data Primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dengan cara observasi, wawancara mendalam (*indepth interview*) kepada unsur pimpinan dan manajerial SKPD atas pertimbangan kompetensi mereka terhadap permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini, kuesioner SWOT. Data sekunder diperoleh dengan mengumpulkan data yang diperoleh berupa dokumen dan informasi dari lingkungan pemerintah Kabupaten Bogor, studi pustaka, majalah, surat kabar, internet, dan publikasi lembaga-lembaga pemerintah maupun literatur lainnya.

Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian adalah analisis kuantitatif dan analisis deskriptif. Analisis kuantitatif dilakukan dengan metode panel data untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi kemiskinan dan ketimpangan pendapatan di Provinsi kepulauan Bangka Belitung. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program Stata. Sedangkan analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk menginterpretasikan hasil data kuantitatif mengenai kemiskinan dan ketimpangan pendapatan.

Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini mempergunakan metode pengambilan sampel dengan judgement sampling, karena melibatkan berbagai pihak yang dipilih berdasarkan judgement tertentu yaitu pihak yang memahami kondisi dan sistem pengelolaan keuangan di Pemerintah daerah Kabupaten Bogor. Pihak-pihak tersebut berjumlah 29 orang dari berbagai instansi: sekretariat DPRD, sekretariat daerah, inspektorat, Badan Perencanaan Pembangunan Daerah, Badan Perencanaan Pembangunan Daerah, Badan Kepegawaian, Pendidikan dan Pelatihan, Badan Lingkungan Hidup, Badan Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu, Badan Pemberdayaan Masyarakat

Pemerintah Desa, Badan Pemberdayaan Perempuan dan Keluarga Berencana, Badan Ketahanan Pangan dan Pelaksana Penyuluhan Pertanian, Perikanan dan Kehutanan, Badan Penanggulangan Bencana Daerah, Dinas Komunikasi dan Informasi, Dinas Pendidikan, Dinas Kesehatan, Dinas Pendapatan Daerah, Dinas Binamarga dan Pengairan, Dinas Sosial, Tenaga Kerja dan Transmigrasi, Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil, Dinas Lalu Lintas dan Angkutan Jalan, Dinas Pertanian dan Kehutanan, Dinas Pemuda dan Olahraga, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, Dinas Tata Ruang dan Pertanahan, Dinas Tata Bangunan dan Pemukiman, Dinas Pengelolaan Keuangan dan Barang Daerah, Dinas Peternakan dan Perikanan, serta Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah, Perindustrian dan Perdagangan.

Model Analisis dan Pengolahan Data Analisis SWOT

Tahap pengumpulan data merupakan kegiatan pengklasifikasikan data eksternal dan internal melalui penetapan faktor strategi yang bersifat internal (IFE) dan faktor strategi yang bersifat eksternal (EFE) melalui sebuah matriks. Tahap analisis adalah tahapan dimana semua informasi yang berpengaruh terhadap kinerja aparatur pengelola aset daerah dikumpulkan dan memanfaatkan informasi tersebut ke dalam model-model kuantitatif perumusan strategi (Rangkuti 1997), yakni model SWOT. Proses pengambilan keputusan sangat berhubungan dengan misi, tujuan, strategi dan kebijakan organisasi. Matriks SWOT menghasilkan alternatif strategis dan dapat membandingkan antara faktor eksternal dengan internal.

HASIL DAN PEMBAHASAN Analisis Efektivitas Pengelolaan Keuangan Daerah Kabupaten Bogor

Dalam rangka pertanggungjawaban publik, pemerintah daerah Kabupaten Bogor berusaha melakukan optimalisasi anggaran yang dilakukan secara efisien dan efektif untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pengalaman yang terjadi selama ini menunjukkan bahwa manajemen keuangan daerah masih kurang efektif. Anggaran daerah khususnya pengeluaran daerah belum mampu berperan sebagai kontributor dalam

mendorong laju pembangunan di daerah. Untuk menganalisis efektifitas pengelolaan keuangan daerah yang dilihat dari sisi penerimaan maka formula perhitungannya adalah, ratio perbandingan antara realisasi penerimaan dengan target penerimaan, dimana

semakin besar ratio yang diperoleh maka semakin efektif pengelolaan keuangan daerah, dan apa bila semakin kecil ratio yang diperoleh maka semakin tidak efektif pula pengelolaan keuangan daerahnya.

Tabel 1. Efektivitas pengelolaan keuangan daerah Kabupaten Bogor tahun 2011-2015

Tahun	Target Penerimaan (Rp)	Realisasi Penerimaan (Rp)	Efektivitas (%)
2011	264,783,920,000.00	213,998,416,619.00	80.82
2012	399,805,356,000.00	280,086,267,086.00	70.00
2013	688,423,393,000.00	510,315,301,049.00	74.12
2014	615,253,802,000.00	478,201,864,694.00	77.72
2015	955,749,821,000.00	394,648,869,396.00	41.29

Sumber: LHP BPK RI (2015), diolah

Berdasarkan hasil perhitungan efektifitas pengelolaan keuangan daerah Kabupaten Bogor pada tahun 2011 tingkat efektifitas pengelolaan keuangan sebesar 80,82% dengan kriteria cukup efektif. Pada tahun 2012 terjadi penurunan tingkat efektifitas pengelolaan keuangan menjadi sebesar 70,00% dengan kriteria kurang efektif. Pada tahun 2013 persentase efektifitas pengelolaan keuangan mengalami peningkatan menjadi 74,12% namun tetap pada kriteria kurang efektif. pada tahun 2014 tingkat efektifitasnya sebesar 77,72% dengan kriteria kurang efektif. Kemudian di tahun 2015 kembali turun menjadi 41,29% dengan kriteria yang tidak efektif. Berdasarkan data laporan hasil pemeriksaan (LHP) tahun 2015, rendahnya nilai rasio efektifitas tahun 2015 tersebut secara umum disebabkan oleh rendahnya nilai realisasi penerimaan dibandingkan dengan target penerimaan yang ingin dicapai, namun secara khusus disebabkan oleh pos anggaran belanja sosial yang nilai pencapaian selama satu tahun anggaran hanya Rp3,570,135,000.00 dari target belanja sosial tahun 2015 Rp33,158,500,000.00 atau sekitar 10,77%. Apabila anggaran belanja sosial

Rp3,570,135,000.00 dibandingkan dengan total anggaran Rp394,648,869,396.00 nilai pencapaiannya hanya sekitar 0,9 %. Hal tersebut disebabkan oleh banyaknya program sejumlah Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang tidak terealisasi serta dana Bantuan Sosial (Bansos) dan Bantuan Hibah yang tidak dapat dicairkan karena penerima manfaat tidak memiliki badan hukum. Hal ini mengindikasikan bahwa perencanaan pemerintah Daerah Kabupaten Bogor secara umum perlu dibenahi mengingat nilai efektifitas yang secara umum mengalami penurunan dalam kurun waktu tahun anggaran 2011 dan 2015 walaupun sering terjadi fluktuasi setiap tahunnya antara pagu anggaran dengan belanja daerah yang dikeluarkan.

Strategi Efektivitas Pengelolaan Keuangan Daerah dalam Rangka Peningkatan Kinerja Keuangan Daerah di Kabupaten Bogor

Analisis Faktor Internal

Hasil matrik *Internal Factor Evaluation* (IFE) disampaikan pada Tabel 2 berikut ini.

Tabel 2. Matrik *Internal Factor Evaluation* (IFE)

No.	Kekuatan	Bobot	Rating	Skor Terbobot
1	Kebijakan Pemerintah Daerah Kabupaten Bogor yang mendukung dalam efektifitas pengelolaan keuangan	0.1600	3.6552	0.5848

2	Struktur Organisasi yang jelas dalam tata kelola keuangan daerah di Kabupaten Bogor	0.1410	3.6897	0.5202
3	Adanya hubungan baik antar UPTD pengelola keuangan daerah di Kabupaten Bogor	0.1180	3.3448	0.3947
4	Pagu anggaran yang memadai yang mendukung peningkatan kinerja pegawai UPTD di Kabupaten Bogor	0.1000	3.1379	0.3138
5	Adanya komitmen yang kuat dari seluruh pengelola anggaran di UPTD dalam mewujudkan tujuan pemerintah daerah	0.0880	3.8621	0.3399
6	Sumberdaya aparatur (SDM) pengelola keuangan secara kuantitas cukup memadai di kabupaten bogor	0.0900	3.5862	0.3228
No.	Kelemahan	Bobot	Rating	Skor Terbobot
7	Belum optimalnya sumberdaya aparatur pengelola keuangan dalam menerapkan standar operasional dan prosedur (SOP) keuangan daerah	0.0920	1.6552	0.1523
8	Pengembangan SDM dan kompetensi aparatur pengelola keuangan saat ini masih kurang memadai	0.0800	1.8276	0.1462
9	Kurangnya ketegasan/sangsi bagi aparatur pengelola keuangan yang melakukan kesalahan	0.0700	1.8621	0.1303
10	Seringnya terjadi mutasi/ pergeseran pejabat pengelola keuangan yang kurang berpengalaman	0.0610	1.8621	0.1136
Total		1		3.0186

Sumber: Data primer (2017), diolah

Analisis Faktor Eksternal

Hasil matrik *External Factor Evaluation* (EFE) disampaikan pada Tabel 3 berikut ini.

Tabel 3. Matrik *External Factor Evaluation* (EFE)

No.	Peluang	Bobot	Rating	Skor Terbobot
1	Peraturan pemerintah tentang tata kelola keuangan daerah, untuk mempermudah pelaksanaan tata kelola sesuai dengan aturan	0.2390	3.4828	0.8324
2	Adanya dana insentif daerah (DID) bagi pemerintah daerah yang berkinerja baik/ opini WTP	0.1780	3.1379	0.5586
3	Komitmen pemerintah yang baik dalam meningkatkan kualitas aparatur.	0.1360	3.8276	0.5206
4	Adanya pengawasan pengelolaan keuangan terjadwal dari DPRD dan lembaga lain	0.1220	3.6897	0.4501
No.	Ancaman	Bobot	Rating	Skor Terbobot
1	Sistem dan teknologi pengelolaan keuangan yang terbatas antar SKPD (masih semi otomatis) dengan database keuangan yang belum terpusat	0.1140	1.5517	0.1769
2	Perbedaan format pertanggungjawaban keuangan antara pusat, provinsi dan daerah	0.1070	1.7586	0.1882
3	Suasana politik yang sering menyebabkan perubahan tata kelola keuangan daerah	0.1050	1.3793	0.1448
Total		1		2.8715

Sumber: Data primer (2017), diolah

Matrik Internal Eksternal

		SKOR TOTAL IFE		
		Kuat	Rata-rata	Lemah
		4,0	3,0	2,0
SKOR TOTAL EFE	4,0			
	Tinggi	I Grow and Build	II Grow and Build	III Hold and Maintain
	3,0			
	Rata-rata	IV Grow and Build	V Hold and Maintain	VI Harvest and Divestiture
2,0				
Rendah	VII Hold and Maintain	VIII Harvest and Divestiture	IX Harvest and Divestiture	
		1,0		

Sumber: Data primer (2017), diolah

Gambar 1. Matrik internal-eksternal efektivitas pengelolaan keuangan di Pemerintah Daerah Kabupaten Bogor

Hasil Matrik Internal-Eksternal strategi efektivitas pengelolaan keuangan di pemerintah daerah Kabupaten Bogor menunjukkan hasil berada pada sel IV dengan strategi yang tepat adalah strategi *Grow and Build*.

Matrik SWOT

Tabel 4. Matrik SWOT Strategi Peningkatan Efektivitas Pengelolaan Keuangan dalam rangka Peningkatan Kinerja Keuangan di Pemerintah Daerah Kabupaten

INTERNAL	Kekuatan (S) 1. Kebijakan Pemerintah Daerah Kabupaten Bogor yang mendukung dalam efektivitas pengelolaan keuangan. 2. Struktur organisasi yang jelas dalam tata Kelola keuangan daerah di Kabupaten Bogor. 3. Adanya hubungan baik antar UPTD pengelola keuangan daerah di Kabupaten Bogor. 4. Pagu anggaran yang memadai yang mendukung peningkatan kinerja pegawai UPTD di Kabupaten Bogor. 5. Adanya komitmen yang kuat dari seluruh pengelola anggaran di UPTD dalam mewujudkan tujuan pemerintah daerah. 6. Sumberdaya aparatur (SDM) pengelola keuangan secara kuantitas cukup memadai di Kabupaten Bogor.	Kelemahan (W) 1. Belum optimalnya sumber daya aparatur pengelola keuangan dalam menerapkan standar operasional dan prosedur (SOP) keuangan daerah. 2. Pengembangan SDM dan kompetensi aparatur pengelola keuangan saat ini masih kurang memadai. 3. Kurangnya ketegasan/sangsi bagi aparatur pengelola keuangan yang melakukan kesalahan.
EKSTERNAL	Peluang (O) 1. Peraturan pemerintah tentang tata Kelola keuangan daerah untuk mempermudah pelaksanaan tata Kelola sesuai dengan aturan 2. Adanya dana insentif daerah (DID) bagi pemerintah daerah yang berkinerja baik/opini wtp. 3. Komitmen pemerintah yang baik dalam meningkatkan kualitas aparatur. 4. Adanya pengawasan pengelolaan keuangan terjadwal dari DPRD dan lembaga lain.	Strategi SO Penguatan kebijakan peraturan pemerintah daerah tentang tata Kelola keuangan untuk mempermudah pelaksanaan serta efektivitas tata Kelola keuangan sesuai aturan (S1, S2, S3, S4, S5, O1, O3)
	Ancaman (T) 1. Sistem dan teknologi pengelolaan keuangan yang terbatas (masih semi otomatis) dengan database keuangan yang belum terpusat. 2. Perbedaan format pertanggungjawaban keuangan antara pusat dan daerah. 3. Suasana politik yang sering menyebabkan perubahan tata Kelola keuangan daerah.	Strategi ST Peningkatan kualitas system informasi dan teknologi untuk memperkuat database dan akurasi pengelolaan keuangan daerah (S2, S3, S4, T1, T2)
		Strategi WO Peningkatan komitmen pemerintah dalam pengembangan SDM dan kompetensi aparatur pengelola keuangan (W1, W2, W3, O3, O4)
		Strategi WT Peningkatan monitoring dan evaluasi pengelolaan keuangan (W1, W3, W4, T2, T3)

Sumber: Data primer (2017), diolah

Strategi utama yang harus dilakukan pemerintah adalah penguatan kebijakan peraturan pemerintah daerah tentang tata kelola keuangan untuk mempermudah pelaksanaan serta efektivitas tata kelola keuangan sesuai aturan.

Rancangan Strategi dan Program

Tabel 5. Strategi, program, dan kegiatan efektivitas tata kelola keuangan

Strategi	Program	Kegiatan	Output	Waktu Pelaksanaan
Penguatan kebijakan peraturan pemerintah daerah tentang tata kelola keuangan Untuk mempermudah pelaksanaan serta efektivitas tata kelola keuangan sesuai aturan	Penyusunan rancangan peraturan daerah tentang APBD	Koordinasi dan sosialisasi rancangan peraturan daerah tentang APBD	Tersusunnya rancangan peraturan daerah tentang APBD	2017
	Penyusunan rancangan peraturan KDH tentang penjabaran APBD	Koordinasi dan sosialisasi antar SKPD terkait rancangan peraturan daerah tentang APBD	Tersusunnya rancangan peraturan KDH tentang APBD	2017
	Penyusunan rancangan peraturan daerah tentang pertanggungjawaban pelaksanaan APBD	Pembuatan rancangan peraturan daerah tentang pertanggungjawaban pelaksanaan APBD	Tersusunnya rancangan peraturan daerah tentang pertanggungjawaban pelaksanaan APBD	2018
	Penyusunan pelaporan keuangan semesteran pemerintahan daerah	Pembuatan laporan keuangan semesteran pemerintahan daerah	Tersusunnya laporan keuangan semesteran pemerintahan daerah	2018
	penyusunan rancangan peraturan dan keputusan tentang pengelolaan keuangan daerah dan penyusunan akuntansi keuangan daerah.	Pembuatan rancangan peraturan dan keputusan tentang pengelolaan keuangan daerah dan enyusunan akuntansi keuangan daerah.	Tersusunnya ancangan peraturan dan keputusan tentang pengelolaan keuangan daerah dan penyusunan akuntansi keuangan daerah.	2018

Sumber: Data primer (2017), diolah

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang disajikan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa hasil analisis diperoleh empat strategi, yaitu penguatan kebijakan peraturan pemerintah daerah tentang tata kelola keuangan untuk mempermudah pelaksanaan serta efektivitas tata kelola keuangan sesuai aturan; peningkatan komitmen pemerintah dalam pengembangan SDM dan kompetensi aparatur pengelola keuangan; peningkatan kualitas sistem informasi dan teknologi untuk memperkuat database dan akurasi pengelolaan keuangan

daerah; serta peningkatan monitoring dan evaluasi pengelolaan keuangan.

Saran

Berdasarkan hasil kajian, beberapa saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Upaya peningkatan efektivitas pengelolaan keuangan dalam bidang sumber daya manusia khususnya dalam pengelolaan SDM proses mutas aparatur pengelola asset daerah sebaiknya disesuaikan dengan kompetensi aparatur tersebut.
2. Penambahan anggaran untuk kegiatan pengelola keuangan yang dikhususkan untuk peningkatan kompetensi aparatur pengelola keuangan daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Badrudin. 2013. *Dasar–dasar Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Bahrullah A. 2013. *Akuntansi Pemerintah Cetakan I*. Jakarta: CV. Bumi Metro Jaya.
- David, F.R. 2004. *Manajemen Strategis: Konsep*. Edisi ketujuh. PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Laporan Hasil Pemeriksaan BPK RI. 2015. *Laporan Keuangan Pemerintah Kabupaten Bogor Tahun Anggaran 2015*.
- Mardiasmo. 2002. *Akuntansi Sektor Publik*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Rangkuti, F. 1997. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sugiyanto. 1995. *Metodologi Penelitian*. UNS Press. Surakarta.



ANALISIS STRATEGI DALAM UPAYA MENINGKATKAN KINERJA KEMANDIRIAN KEUANGAN DAERAH PEMERINTAH PROVINSI KALIMANTAN TIMUR

Agus Tri Sulistyoy¹, Harianto², A Faroby Falatehan³

¹Manajemen Pembangunan Daerah, Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB

²Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB

³Departemen Ekonomi Sumberdaya dan Lingkungan, Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB

ABSTRACT

The mining sector is a leading sector that supports economic growth in the East Kalimantan region. However, the weakening of coal prices has led to economic sluggishness in East Kalimantan, even though the economic structure of East Kalimantan still relies on the mining sector. This condition has resulted in a decrease in the financial capacity of the local government, while the implementation of local government activities continues to increase. The measure of regional financial performance in implementing regional autonomy is by looking at the region's ability to finance development through Local Own-source Revenue (PAD) so that it no longer depends on central government funds in the form of Balance Funds. The general objective of this research is to formulate strategies to improve the Financial Performance of the East Kalimantan Provincial Government. The specific objective of this research is to develop strategic steps to improve the financial performance of the East Kalimantan Provincial Government using the Analytic Hierarchy Process (AHP). The strategy obtained from this research is to innovate services to increase PAD. Innovation is essential in public services because whatever the needs of the community, the East Kalimantan Provincial Government must respond quickly and accurately. Through innovation, it is hoped to be one of the ways to accelerate development effectively and efficiently.

Keywords: AHP, PAD, Financial Performance, Strategy

ABSTRAK

Sektor pertambangan merupakan sektor unggulan yang menopang pertumbuhan perekonomian di wilayah Kalimantan Timur. Akan tetapi sejak melemahnya harga batubara, mengakibatkan perekonomian di Kalimantan Timur mengalami kelesuan, padahal struktur ekonomi Kalimantan Timur masih mengandalkan sektor pertambangan. Kondisi tersebut mengakibatkan menurunnya kemampuan pembiayaan Pemerintah daerah, sedangkan penyelenggaraan kegiatan Pemerintahan Daerah terus meningkat. Ukuran kinerja keuangan daerah dalam melaksanakan otonomi daerah adalah dengan melihat kemampuan daerah membiayai pemabngunan melalui Pendapatan Asli Daerah sehingga tidak bergantung lagi dari dana pemerintah pusat berupa Dana Perimbangan. Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi peningkatan Kinerja Keuangan Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur. Tujuan penelitian ini adalah untuk menyusun langkah-langkah strategis untuk meningkatkan kinerja keuangan Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur dengan menggunakan *Analysis Hierarchy Process* (AHP). Strategi yang diperoleh dari penelitian ini adalah dengan melakukan inovasi pelayanan untuk meningkatkan PAD. Inovasi menjadi sesuatu yang mutlak dalam pelayanan publik, sebab apapun kebutuhan masyarakat, Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur harus merespon dengan cepat dan tepat. Melalui inovasi diharapkan menjadi salah satu cara untuk mendorong percepatan pembangunan secara efektif dan efisien.

Kata Kunci: AHP, PAD, Kinerja Keuangan, Strategi

PENDAHULUAN

Keberhasilan pembangunan suatu wilayah salah satunya diukur dari keberhasilan pembangunan ekonomi wilayah tersebut. Pendapatan nasional, pertumbuhan ekonomi, pendapatan per kapita masyarakat, tingkat

inflasi, kesempatan kerja dan banyak lagi tolok ukur-tolok ukur yang harus dipenuhi untuk mencapai keberhasilan dalam pembangunan ekonomi. Keberhasilan tersebut harus berkelanjutan dan bersifat jangka panjang sehingga akan memberikan dampak signifikan

terhadap kesejahteraan masyarakat. Pembangunan ekonomi menurut Arsyad (2005) dapat didefinisikan sebagai suatu proses yang menyebabkan kenaikan pendapatan riil per kapita penduduk suatu negara (wilayah) dalam jangka panjang yang disertai oleh perbaikan sistem kelembagaan. Secara ekonomi, kesejahteraan hidup masyarakat suatu negara bisa diukur melalui berbagai instrumen, seperti pertumbuhan ekonomi (*growth*), pendapatan per kapita (*per capita income*), dan Indeks Pembangunan Manusia (*human development index*). Kesejahteraan masyarakat dapat dicapai apabila pembangunan yang dilaksanakan mengarah pada faktor-faktor yang menentukan kesejahteraan itu sendiri, dan pembangunan dapat dilaksanakan apabila didukung oleh salah satunya yaitu adanya ketersediaan anggaran dalam keuangan negara atau keuangan daerah.

Menurut Sukirno (1996) pertumbuhan dan pembangunan ekonomi memiliki definisi yang berbeda, yaitu pertumbuhan ekonomi ialah proses kenaikan output perkapita yang terus menerus dalam jangka panjang. Pertumbuhan ekonomi tersebut merupakan salah satu keberhasilan pembangunan. Sedangkan pembangunan ekonomi ialah usaha meningkatkan pendapatan perkapita dengan jalan mengolah kekuatan ekonomi potensial menjadi ekonomi riil melalui penanaman modal, penggunaan teknologi, penambahan pengetahuan, peningkatan ketrampilan, penambahan kemampuan berorganisasi dan manajemen.

Sektor pertambangan yang merupakan sektor unggulan mampu menopang pertumbuhan perekonomian di wilayah Kalimantan Timur. Akan tetapi sejak melemahnya harga batubara di tahun 2013, seiring dengan perlambatan ekonomi dunia yang menyeret turunnya harga minyak bumi dari level diatas US\$100 pada pertengahan tahun 2014 menjadi hanya US\$ 49 hampir di sepanjang tahun 2015. Batu bara bernasib serupa dengan penurunan harga yang signifikan dari harga rata-rata US\$70 di tahun 2014 menjadi sekitar US\$60 pada akhir tahun 2015.

Menurunnya kinerja pertambangan merupakan dampak dari perlambatan ekonomi

dunia termasuk di negara China sebagai mitra dagang utama Kalimantan Timur. Pertumbuhan ekonomi Tiongkok terus mengalami perlambatan sejak tahun 2011, bahkan pada akhir tahun 2015 pertumbuhan ekonomi di China mencapai 6,9%. Perlambatan ini menyebabkan permintaan batubara China berkurang secara signifikan. Sebagai konsumen batubara terbesar di dunia, pengurangan permintaan batubara dari China berdampak pada berlimpahnya stok batubara dunia yang pada akhirnya menyebabkan harga komoditas batubara menjadi jatuh. Upaya China untuk menekan polusi udara dengan mengurangi penggunaan batubara serta masuknya batubara dari Afrika Selatan turut menekan harga batubara di pasar internasional.

Dengan melihat harga energi batubara di tingkat internasional, tingkat pertumbuhan ekonomi, dan APBD, makapendekatan pengembangan ekonomi yang hanya bertumpu pada sektor pertambangan tidak dapat terus diandalkan dan kinerja keuangan Pemerintah daerah selalu dikaitkan dengan bagaimana unit kerja Pemerintah daerah dapat mencapai tujuan kerja dengan alokasi anggaran yang tersedia. Untuk itu perlu dilakukan sebuah kajian mengenai strategi peningkatan kinerja keuangan Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur pasca melemahnya sektor pertambangan batubara.

METODOLOGI PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Kajian ini dilakukan di Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur dengan pertimbangan bahwa wilayah tersebut sebagai daerah yang kaya akan sumber daya alam dan sangat bergantung terhadap sektor pertambangan batu bara yang akan memberikan dampak apabila terjadi fluktuasi harga energi di tingkat internasional, sedangkan sumber pendapatan yang ada di tingkat provinsi sangat terbatas sehingga diperlukan strategi yang tepat. Penelitian dilaksanakan dari bulan Februari 2017 sampai dengan bulan Agustus 2017.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan, sedangkan data sekunder merupakan

data yang diperoleh atau dikumpulkan melalui sumber-sumber yang sudah ada (Hasan 2002). Data primer diperoleh melalui survei dan wawancara dengan pihak yang kompeten mengenai kinerja keuangan daerah di Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur. Data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan untuk menggali informasi yang relevan dengan tema pengelolaan keuangan daerah pada Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur. Koentjoroningrat (1983) mengemukakan bahwa teknik kepustakaan merupakan cara pengumpulan data bermacam-macam material yang terdapat di ruang kepustakaan, seperti koran, buku, majalah, naskah, dokumen dan sebagainya yang relevan dengan penelitian.

Metode Analisis Data

Analytical Hierarchy Process (AHP)

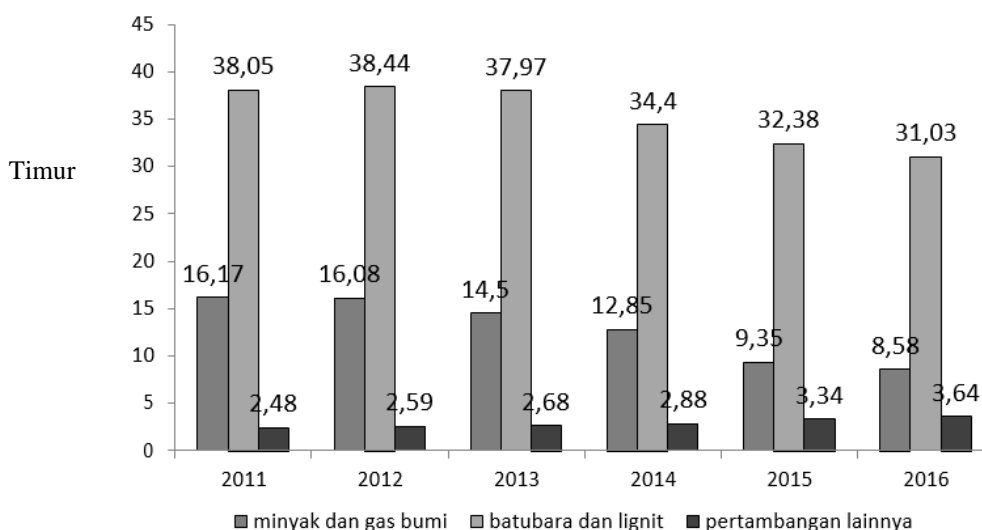
Analytical Hierarchy Process adalah salah satu bentuk model pengambilan keputusan yang pada dasarnya berusaha menutupi semua kekurangan dari model-model sebelumnya (Permadi 1992). Prinsip kerja AHP adalah menyederhanakan suatu persoalan kompleks yang tidak terstruktur, strategik, dan dinamik menjadi sebuah bagian-bagian dan tertata dalam sebuah suatu hirarki (Marimin 2010). Tingkat kepentingan suatu variabel diberi nilai numerik secara subjektif tentang arti penting variabel tersebut dan

secara relatif dibandingkan dengan variabel yang lain. Model AHP menggunakan persepsi manusia yang dianggap ahli (*expert*) sebagai input utamanya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Perekonomian Provinsi Kalimantan Timur

Salah satu indikator penting untuk melihat kondisi perekonomian suatu daerah berupa indikator-indikator ekonomi dapat dijadikan acuan untuk menilai keberhasilan pembangunan ekonomi di daerah tersebut. Indikator-indikator seperti PDRB, PDRB per kapita, pertumbuhan ekonomi dan tingkat inflasi merupakan ukuran-ukuran yang dapat digunakan untuk menilai kondisi ekonomi daerah. Potensi kekayaan alam di Provinsi Kalimantan Timur melimpah, yang berasal dari hasil hutan, perkebunan, pertanian, perikanan, dan pertambangan. Sektor pertambangan telah mampu menyumbang lebih dari 40% perekonomian di Kalimantan Timur. Sektor yang selama ini mampu menopang perekonomian Provinsi Kalimantan Timur yaitu sektor pertambangan dan penggalian ternyata mengalami penurunan apabila dilihat dari kontribusinya terhadap PDRB Provinsi Kalimantan Timur. Kontribusi sektor pertambangan dan penggalian dapat dilihat pada Gambar 1.



Sumber: Badan Pusat Statistik Kalimantan tahun 2016
 Gambar 1. Kontribusi sektor pertambangan terhadap PDRB ADHB Provinsi Kalimantan Timur tahun 2011-2016 sedikit mengalami penurunan dibandingkan dengan memberikan kontribusi pada PDRB Kalimantan Timur.

Gambar 1 menggambarkan bahwa sektor pertambangan dan penggalian merupakan sektor terbesar dalam memberikan kontribusi pada PDRB Kalimantan Timur. Pada tahun 2016 sektor ini memberikan kontribusi sebesar 43,34% dari nilai PDRB,

Pada tahun 2016 sektor ini memberikan kontribusi sebesar 43,34% dari nilai PDRB, yaitu sebesar 45,16%.

Perumusan Strategi Menggunakan *Analysis Hierarchy Process*

Metode yang digunakan dalam analisis AHP dilakukan melalui wawancara dan kuesioner. Pengolahan data hasil kuesioner dilakukan dengan menggunakan *software Expert Choice 11*. Rasio konsistensi terhadap pendapat responden berada di bawah 10%.

Tingkat Peranan Faktor dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Kemandirian Keuangan Daerah Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur

Hasil analisis AHP menunjukkan perbandingan antar elemen faktor berdasarkan *goal* meningkatkan kinerja kemandirian keuangan daerah Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur, yaitu regulasi dengan nilai 0,294. Urutan selanjutnya berturut-turut adalah sumber daya manusia (SDM) dengan nilai 0,275, pengawasan dengan nilai 0,166, perencanaan dengan nilai 0,150 dan dukungan kelembagaan dengan nilai 0,114.

Faktor regulasi dipilih sebagai prioritas utama dibandingkan dengan faktor lainnya dikarenakan regulasi digunakan sebagai dasar pengelolaan keuangan daerah pada pemerintah daerah yang bersangkutan dengan Peraturan Daerah dan/atau Peraturan Kepala Daerah (Gubernur/Bupati/Walikota) agar dapat dipertanggungjawabkan kepada rakyat sebagai pemberi amanat. Tujuan dari regulasi adalah untuk memastikan peraturan yang dibuat telah berjalan dengan efektif dan mewakili kepentingan publik (OECD 2011).

Tingkat Peranan Aktor dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Kemandirian Keuangan Daerah Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur.

Dalam menentukan alternatif strategi dan keterkaitan antar strategi, diperlukan perbandingan antar unsur "aktor" berdasarkan "faktor" yaitu prioritas pertama adalah Pemerintah Provinsi dengan nilai 0,311. Prioritas kedua adalah BPKAD dengan nilai 0,225. Prioritas ketiga adalah Bappeda dengan nilai 0,157. Prioritas keempat yaitu Pemerintah Pusat dengan nilai 0,157, dan prioritas kelima adalah DPRD dengan nilai 0,150.

Pemerintah Provinsi dinilai memiliki kekuatan dan peluang yang lebih besar dibanding *stakeholder* lainnya dalam hal penentuan strategi meningkatkan kinerja keuangan Pemerintah Provinsi Kalimantan

Timur dengan Gubernur sebagai wakil Pemerintah Pusat di daerah agar pembangunan di daerah berjalan seiring dengan pembangunan pusat. Setiap daerah mempunyai potensi yang berbeda karena perbedaan kondisi ekonomi, sumber daya alam, besaran wilayah, tingkat pengangguran, dan besaran penduduk. Pemerintah Provinsi memiliki peran dalam hal tersebut melalui Organisasi Perangkat Daerah (OPD) yaitu harus mampu mengelola sumber daya yang ada untuk dikelola secara maksimal sehingga pendapatan daerah dan pendapatan masyarakat dapat meningkat.

Tingkat Peranan Kendala dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Kemandirian Keuangan Daerah Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur

Perbandingan antar elemen kendala berdasarkan pelaku yaitu pada urutan pertama adalah buruknya birokrasi dengan nilai 0,230. Kendala selanjutnya yaitu kurangnya koordinasi dengan nilai 0,217. Urutan ketiga, keempat, dan kelima secara berurutan adalah realisasi anggaran di akhir tahun dengan nilai 0,214, terbatasnya infrastruktur dengan nilai 0,192, dan kurang optimalnya pendapatan dengan nilai 0,146.

Kendala utama yang diperoleh dari hasil wawancara adalah tata kelola birokrasi yang buruk, struktur gemuk yang menghabiskan anggaran, hingga maraknya pungli di berbagai sektor pelayanan masih menjadi cermin wajah birokrasi di pemerintahan. Birokrasi yang buruk dapat mempengaruhi persepsi masyarakat tentang suatu negara atau daerah. Keadaan yang umum terjadi adalah birokrasi gemuk dan pelayanan yang berbelit-belit tidak hanya mengganggu pemenuhan hak pelayanan publik tetapi juga membebani anggaran pemerintah.

Tingkat Peranan Strategi dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Kemandirian Keuangan Daerah Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur

Perbandingan antar strategi berdasarkan kendala adalah melakukan inovasi pelayanan sebagai urutan pertama dengan nilai 0,268. Kemudian secara berurutan diikuti oleh peningkatan kapasitas ASN dengan nilai

0,236, peningkatan komunikasi dengan nilai 0,188, peningkatan pengawasan dengan nilai 0,164, dan penerapan *reward punishment*

dengan nilai 0,144. Dari hasil analisis AHP, prioritas masing-masing level dapat dilihat pada Gambar 2.

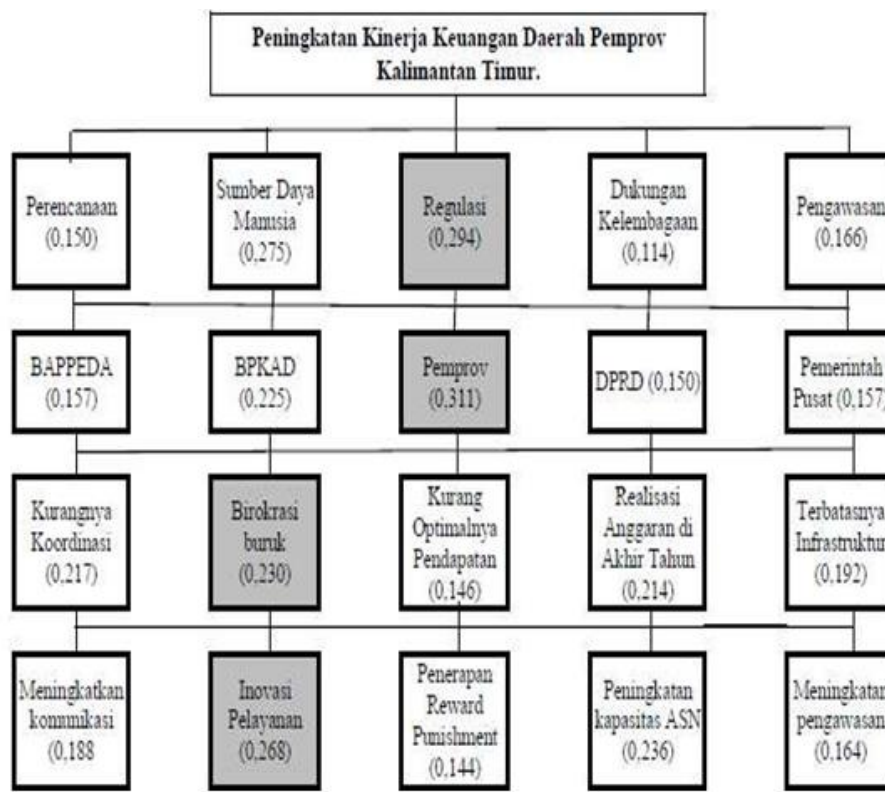
Goal

Faktor

Aktor

Kendala

Alternatif Strategi



Sumber: Data primer (2017), diolah

Gambar 2. Struktur dan nilai hirarki AHP strategi peningkatan kinerja keuangan pemerintah Provinsi Kalimantan Timur

Implikasi Kebijakan

1. Melakukan Inovasi Pelayanan

Rancangan perencanaan kegiatan dalam strategi inovasi dalam meningkatkan kinerja keuangan Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur dijabarkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Rancangan perencanaan kegiatan strategi inovasi dan pelayanan

Kegiatan	Tahun					Pelaksana
	I	II	III	IV	V	
1. Penerapan Sistem Manajemen Mutu ISO 9001:2008 di seluruh SAMSAT di Kalimantan Timur	√	√	√			Bapenda, BPKAD, Ditlantas Polda Kalimantan Timur, Bappeda
2. Pengembangan profesionalisme dan menginternalisasikan nilai-nilai <i>service excellent</i> pegawai SKPD/UPT/Perusda/BLUD yang berkaitan dengan PAD	√					BPSDM Prov Kalimantan Timur, BPKAD, Bapenda, Perusda, BLUD dengan <i>benchmarking</i> BUMN & Himbara
3. Pengembangan Aplikasi <i>web</i> dan <i>mobile</i> untuk pembayaran Pajak Kendaraan bermotor dengan E-SAMSAT	√					Bapenda, Diskominfo, BPKAD, Ditlantas Polda Kalimantan Timur
4. Kerjasama dengan perbankan/ Pos/ minimarket agar dapat melakukan pembayara pajak kendaraan bermotor via ATM/ Kantor Pos/Minimarket	√					Bapenda, BPKAD, Ditlantas Polda Kalimantan Timur, Bank Kalimantan Timur, BUMN Perbankan (BRI, BNI, Mandiri, BTN), Kantor Pos, minimarket, Bappeda

Sumber: Data primer (2017), diolah

2. Peningkatan Kapasitas ASN dalam meningkatkan kinerja keuangan Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur dalam strategi peningkatan kapasitas ASN dalam strategi peningkatan kapasitas ASN dijabarkan dalam Tabel 2.

Tabel 2. Rancangan perencanaan kegiatan strategi peningkatan kapasitas ASN

Kegiatan	Tahun					Pelaksana
	I	II	III	IV	V	
1. Bimbingan Teknis Pengelola Keuangan OPD	√	√	√	√	√	BPKAD, BPSDM, BPKP, Kemenkeu
1. Mengembangkan pola kompetisi, kompetensidan <i>assestment center</i> bagi ASN		√	√			BPSDM, BKD, Balitbangda, Universitas Mulawarman
3. Mengembangkan pengelolaan sistem informasi SDM/HRIS (<i>Human Resources Information System</i>) untuk Administrasi ASN, Diklat, kinerja pegawai, dll.		√				BPSDM, BKD, Balitbangda
4. Kaderisasi/mentoring pegawai		√				BPSDM, BKD, Balitbangda
5. Menciptakan budaya kerja & nilai-nilai kearifan budaya lokal sebagai pembentuk karakter ASN. “Gawi Manuntung Waja Sampai Kaputing” Bekerja keras sampai tuntas, dengan semangat baja hingga titik akhir.		√				BKD, BPSDM, DPRD, Pemprov Kalimantan Timur

Sumber: Data primer (2017), diolah

3. Meningkatkan Komunikasi dalam strategi peningkatan komunikasi dalam meningkatkan kinerja keuangan Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur dijabarkan dalam Tabel 3.

Tabel 3. Rancangan perencanaan kegiatan strategi peningkatan komunikasi

Kegiatan	Tahun					Pelaksana
	I	II	III	IV	V	
1. Membentuk forum tematik dengan para stakeholder (TAPD, TEPRA, TPID, Bakohumas)			√	√		Biro Humas, DPRD, Diskominfo, BPKAD, KPwBI, BPS, Bulog, BUMN, Bappeda
2. Meningkatkan kerjasama informasi dengan media			√			Biro Humas, PPID, media massa cetak/elektronik
3. Optimalisasi penggunaan Media Sosial untuk mendapatkan masukan dari stakeholder (youtube, facebook, twitter, WA, dll).			√			Biro Humas, Diskominfo, DPRD

Sumber: Data primer (2017), diolah

4. Meningkatkan Pengawasan
Rancangan perencanaan kegiatan dalam strategi peningkatan pengawasan dalam

meningkatkan kinerja keuangan Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur dijabarkan dalam Tabel 4.

Tabel 4. Rancangan perencanaan kegiatan strategi peningkatan pengawasan

Kegiatan	Tahun					Pelaksana
	I	II	III	IV	V	
1. Tindak lanjut hasil temuan pemeriksaan	√	√	√	√	√	SKPD, Inspektorat, BPKP, BPKAD, DPRD
2. Koordinasi penyampaian Laporan Hasil Kekayaan Penyelenggara Negara (LHKPN)	√	√	√	√	√	BPKAD, Inspektorat, BKD
3. Pengembangan <i>whistle blowing system</i>				√		Inspektorat, BPKAD, SKPD, Diskominfo, DPRD
4. Membangun zona integritas (ZI) menuju Wilayah Bebas dari Korupsi (WBK) dan Wilayah Birokrasi Bersih Melayani (WBBM)			√	√		SKPD, Inspektorat, BPKP, BPKAD, DPRD
5. Peningkatan sinergi satgas SABER PUNGLI			√	√		Inspektorat, Kejaksaan, Kepolisian, LSM, DPRD, LSM
6. Mengupayakan peningkatan pengawasan penerimaan dari Dana Perimbangan, terutama yang bersumber dari dana bagi hasil melalui kegiatan rekonsiliasi dan penelusuran bukti setor PNBP (royalti) yang belum teridentifikasi			√	√		BPKAD, Distamben, Kemenkeu, Bank Persepsi, Inspektorat, DPRD

Sumber: Data primer (2017), diolah

5. Penerapan *Reward* dan *Punishment*
Rancangan perencanaan kegiatan dalam strategi penerapan reward dan punishment dalam meningkatkan kinerja

keuangan Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur dijabarkan dalam Tabel 5.

Tabel 5. Rancangan perencanaan kegiatan strategi penerapan *reward* dan *punishment*

Kegiatan	Tahun					Pelaksana
	I	II	III	IV	V	
1. Pemberian penghargaan berupa piagam dan pelayanan prioritas di BPKAD bagi SKPD yang mampu melakukan penyerapan anggaran sesuai dengan rencana.					√	SKPD, BPKAD
2. Pengembangan Aplikasi berbasis web untuk memantau penyerapan anggaran secara <i>real time</i>					√	BPKAD, Diskominfo

Sumber: Data primer (2017), diolah

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang disajikan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa Strategi Peningkatan Kinerja Keuangan Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur terutama dalam hal peningkatan PAD berdasarkan hasil analisis AHP sesuai urutan prioritasnya yaitu (1) inovasi pelayanan (2) peningkatan kapasitas ASN, (3) peningkatan komunikasi (4) peningkatan pengawasan, dan (5) penerapan reward dan punishment. Inovasi menjadi sesuatu yang mutlak dalam pelayanan publik, sebab apapun kebutuhan masyarakat, pemerintah harus merespon dengan cepat dan

tepat. Inovasi juga diharapkan menjadi salah satu cara untuk mendorong percepatan pembangunan secara efektif dan efisien. Inovasi dimaksud bukan hanya berhubungan dengan teknologi dan informasi saja, tetapi juga inovasi dalam peningkatan kualitas SDM, pembuatan standar, serta kerjasama maupun benchmarking dengan institusi lain untuk memberikan perspektif yang berbeda.

Saran

Berdasarkan hasil kajian, beberapa saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi Pemerintah Provinsi Kalimantan Timur, diharapkan mampu meningkatkan kinerja keuangannya. Optimalisasi

- penerimaan daerah dari pajak dan retibusi harus terus dilakukan dan memberikan proporsi belanja modal yang lebih besar untuk pembangunan pada sektor-sektor yang produktif non pertambangan di daerah.
2. Mengoptimalkan koordinasi antara Pemerintah pusat, Pemerintah Provinsi dan Kabupaten/Kota, serta meningkatkan upaya *transfer knowledge* kepada seluruh aparatur di Provinsi dan Kabupaten/Kota terutama yang terkait dengan pengelolaan keuangan daerah.
 3. Membangun kemitraan partisipatif dengan lintas perangkat daerah terkait, lembaga masyarakat, dunia usaha, perguruan tinggi dalam bidang perekonomian dan keuangan daerah sehingga tercipta kesejahteraan masyarakat di Provinsi Kalimantan Timur.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasan MI. 2002. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Bogor (ID) : Ghalia Indonesia.
- Jufrizal, Sujianto. 2013. Strategi Peningkatan Pendapatan Asli Daerah. *Jurnal Administrasi Pembangunan*. 1 (2): 101-218.
- Koentjoroningrat. 1983. *Metode-metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta (ID): PT. Gramedia.
- OECD. 2011. *Regulatory Policy and Governance: Supporting Economic Growth and Serving the Public Interest*. OECD Publishing: 2011.
- Permadi B. (1992). *AHP*. Pusat Antar Universitas, Universitas Indonesia. Jakarta: Indonesia.
- Rangkuti F. 2016. Teknik Membedah Kasus Bisnis. Analisis SWOT. Jakarta (ID): PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sianturi A, Sjamsuddin S, Domai T. 2015. Peran Pendapatan Asli Daerah dalam Menunjang Desentralisasi Fiskal dan Pembangunan Daerah (studi pada Dinas Pendapatan Kota Batu). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*. 2 (3): 557-563.

- Silalahi U. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung (ID): PT Refika Aditama.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung (ID): Alfabeta.
- Sukirno S. 1996. *Pengantar Teori Makro Ekonomi*. Cetakan Keenam. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.
- Tarigan R. 2004. *Ekonomi Regional (Teori dan Aplikasi)*. Jakarta (ID): PT. Bumi Aksara.
- Wenny, Cherry D. 2012. Analisis Pengaruh Pendapatan Asli Daerah terhadap Kinerja Keuangan pada Kabupaten dan Kota di Provinsi Sumatera Selatan. *Forum Bisnis dan Kewirausahaan. Jurnal Ilmiah STIE MDP*. 2(1).

ANALISIS PERKEMBANGAN PEMBANGUNAN BIDANG KESEHATAN PROVINSI BANTEN

Arbi Wardana Paripurna¹, Sri Mulatsih², Muhammad Firdaus³

¹Manajemen Pembangunan Daerah, Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB

²Departemen Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB

³Departemen Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB

ABSTRACT

The success of human resource development is measured by using the Human Development Index (HDI). HDI is calculated using three indicators: the health index projected in Life Expectancy (AHH), education index, and standard of living. The purpose of this study to analyze the condition of health development in Banten Province and formulate strategies to improve the health index of Banten Province. The method used in this research is descriptive analysis and SWOT analysis. The study on the health development conditions in the Province of Banten includes the achievements of health development through commonly used health indicators to measure the health development of a region, including Antenatal Care Coverage, Maternal and Infant Mortality Rates, and the availability of health facilities and medical personnel in the Province of Banten. The results of the SWOT analysis to improve the health index in the Province of Banten are: 1) Improving the quality of health development planning; 2) Improving the partnerships with private and business world and cooperation between central, provincial and district / city; 3) Improving the health policy and budgeting; 4) Implementing promotions and education related to healthy life and nutrition behavior, and improving the handling quality related issues; 5) Improving the quantity and quality of Social Security Administrator (BPJS) service recipients and 6) Improving the coordination with central government, district / city government, and community in implementing this health program.

Keywords: Life Expectancy (AHH), Development, Strategy, SWOT

ABSTRAK

Keberhasilan pembangunan sumber daya manusia diukur dengan menggunakan Indeks Pembangunan Manusia (IPM). IPM dihitung dengan menggunakan tiga indikator yaitu indeks kesehatan yang diproksi dalam Angka Harapan Hidup (AHH), indeks pendidikan, dan standar kehidupan. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis kondisi pembangunan kesehatan di Provinsi Banten dan merumuskan strategi peningkatan indeks kesehatan Provinsi Banten. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis deskriptif dan analisis SWOT. Penelitian terhadap kondisi pembangunan kesehatan di Provinsi Banten meliputi capaian pembangunan kesehatan melalui indikator-indikator kesehatan yang biasa digunakan untuk mengukur pembangunan kesehatan suatu daerah yang meliputi AHH, Angka Kematian Ibu dan Bayi, Ketersediaan sarana kesehatan dan tenaga medis di Provinsi Banten. Hasil analisis SWOT dalam upaya peningkatan indeks kesehatan di Provinsi Banten yaitu: 1) Penyempurnaan kualitas perencanaan pembangunan kesehatan; 2) Meningkatkan kemitraan dengan swasta dan dunia usaha serta kerjasama antara pusat, provinsi dan Kabupaten/Kota; 3) Penyempurnaan kebijakan dan penganggaran di bidang kesehatan; 4) Melaksanakan promosi dan edukasi terkait dengan perilaku hidup sehat dan gizi, serta meningkatkan kualitas penanganan terkait masalah tersebut; 5) Meningkatkan kuantitas dan kualitas penerima layanan BPJS dan 6) Meningkatkan koordinasi dengan pemerintah pusat, pemerintah Kabupaten/Kota, serta masyarakat dalam melaksanakan program kesehatan.

Kata Kunci: Angka Harapan Hidup (AHH), Pembangunan, Strategi, SWOT

PENDAHULUAN

Indeks Pembangunan Manusia (IPM) adalah suatu indeks komposisi yang didasarkan pada tiga indikator yakni

kesehatan, pendidikan yang dicapai, dan standar kehidupan. IPM akan meningkat apabila ketiga unsur tersebut dapat ditingkatkan, dan nilai IPM yang tinggi

menandakan keberhasilan pembangunan ekonomi.

Tabel 1. Klasifikasi status Indeks Pembangunan Manusia (IPM)

Nilai IPM	Status
< 60	Rendah
$60 \leq IPM < 70$	Sedang
$70 \leq IPM < 80$	Tinggi
≥ 80	Sangat Tinggi

Sumber: Badan Pusat Statistik (2015)

Tinggi rendahnya IPM suatu daerah tergantung dari komponennya. Semakin tinggi nilai komponennya maka akan semakin tinggi pula indeks IPM. IPM terdiri atas tiga komponen yaitu (a) dimensi kesehatan yang diukur dari Angka Harapan Hidup (AHH), (b) dimensi pendidikan yang diukur dari Harapan Lama Sekolah (HLS) dan

Rata-rata Lama Sekolah (RLS), dan (c) dimensi pengeluaran yang diukur dari Pendapatan Nasional Bruto (PNB) per kapita (BPS 2015). Berdasarkan data yang ada pada Tabel 2, terlihat bahwa ada komponen IPM Provinsi Banten yang masih jauh tertinggal dari rata-rata Nasional.

Tabel 2. IPM Provinsi Banten dan nasional menurut komponen tahun 2015

Komponen IPM	Banten	Indonesia
Angka Harapan Hidup	69,43	70,78
Harapan Lama Sekolah	12,35	12,55
Rata-rata Lama Sekolah	8,27	7,84
Pengeluaran Per Kapita/tahun	11,261	10,15
Indeks Pembangunan Manusia	70,27	69,55

Sumber: BPS Provinsi Banten (2015)

Terlihat bahwa komponen Angka Harapan Hidup (AHH) Provinsi Banten pada tahun 2015 masih rendah dan jauh dari rata-rata nasional dengan komponen IPM yang lain, AHH Provinsi Banten mencapai 69,43 tahun. Artinya, setiap penduduk Banten yang dilahirkan pada tahun 2015, dapat berharap untuk hidup sampai usia 69 tahun lebih. Hanya saja, dibandingkan dengan rata-rata nasional yang sebesar 70,78 tahun, nilai AHH Banten masih tertinggal jauh. Rendahnya tingkat AHH sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan IPM di Provinsi Banten, dimensi umur panjang dan sehat dalam pembangunan manusia di suatu daerah diproksi dengan indikator angka harapan hidup saat lahir (AHH).

Pemerintah daerah mempunyai peran besar dalam pengembangan ekonomi daerah, peranan tersebut dapat dijalankan melalui kebijakan fiskal berupa pengelolaan keuangan daerah. Salah satu kebijakan pemerintah daerah yang dipandang mampu meningkatkan indeks kesehatan di daerah adalah belanja pemerintah daerah bidang kesehatan. Menurut Atmawikarta (2006), salah satu faktor yang

mempengaruhi tinggi rendahnya derajat kesehatan adalah seberapa besar tingkat pembiayaan untuk sektor kesehatan. Besarnya belanja kesehatan berhubungan positif dengan pencapaian derajat kesehatan masyarakat. Semakin besar belanja kesehatan yang dikeluarkan pemerintah maka akan semakin baik pencapaian derajat kesehatan masyarakat. Belanja kesehatan yang dikeluarkan pemerintah termasuk ke dalam alokasi belanja pembangunan.

Alokasi belanja pemerintah daerah bidang kesehatan bertujuan untuk membiayai segala pelayanan masyarakat dan pembangunan di bidang kesehatan. Dengan meningkatnya alokasi anggaran pemerintah bidang kesehatan, diharapkan dapat mendorong peningkatan pertumbuhan IPM di Provinsi Banten yang salah satu indikatornya adalah peningkatan nilai indeks kesehatan. Berdasarkan latar belakang ini, agar indeks kesehatan Provinsi Banten dapat meningkat maka perlu dilakukan suatu analisis mengenai strategi dalam meningkatkan indeks kesehatan

melalui alokasi anggaran kesehatan di provinsi Banten.

METODOLOGI PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Kajian ini dilakukan di Provinsi Banten, dengan pertimbangan bahwa indeks kesehatan di wilayah ini memiliki potensi untuk ditingkatkan. Penelitian dilaksanakan pada Bulan Maret sampai Mei 2017.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dan data primer. Data sekunder berasal dari Direktorat Jenderal Perimbangan Keuangan (DJPK 2016) Kementerian Keuangan, Dinas Kesehatan Provinsi Banten, Dinas Pengelola Keuangan dan Aset Daerah (DPKAD) Provinsi Banten, Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (Bappeda) Provinsi Banten, Badan Pusat Statistik (BPS) maupun instansi terkait pada tahun 2011-2015. Data primer diperoleh melalui wawancara dan penyebaran kuesioner terhadap pihak pemerintah daerah yaitu Bappeda Provinsi Banten, DPKAD Provinsi Banten, dan Dinas Kesehatan Provinsi Banten.

Metode Pemilihan Responden

Metode yang digunakan dalam pemilihan responden untuk SWOT adalah metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah metode pengambilan contoh responden tidak secara acak tetapi pemilihan secara sengaja dengan pertimbangan baik lembaga maupun individu yang mengerti permasalahan yang terjadi serta memiliki pengaruh dalam pengambilan kebijakan baik langsung maupun tidak langsung. Dalam kajian ini, pihak-pihak yang mengerti serta memiliki pengaruh terhadap pengambilan kebijakan di bidang kesehatan di Provinsi Banten adalah Dinas Kesehatan, Bappeda serta DPKAD Provinsi Banten.

Metode Analisis Data

Alat analisis yang digunakan sesuai dengan urutan tujuan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kondisi pembangunan kesehatan dan analisis SWOT untuk merumuskan strategi dalam meningkatkan indeks kesehatan melalui alokasi anggaran kesehatan di provinsi Banten.

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan apa yang telah terjadi berdasarkan data dan informasi yang berlaku. Dalam penelitian ini analisis deskriptif digunakan untuk mengidentifikasi kondisi kesehatan serta kebijakan yang dilakukan oleh Provinsi Banten dalam bidang kesehatan. Menurut Sugiyono (2004), analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendiskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk mengidentifikasi kondisi kesehatan dan kebijakan yang telah diterapkan di Provinsi Banten.

Analisis SWOT

Pendekatan dan metode yang dilakukan dalam perancangan strategi yang disusun dalam rangka pembangunan daerah adalah menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal untuk memetakan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dengan metode analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat*). Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). *Stakeholder* utama dalam kajian ini adalah Pemerintah Provinsi Banten, termasuk jajarannya yaitu organisasi perangkat daerah di lingkungan Pemerintah Daerah Provinsi Banten (Badan, Biro, Dinas, Rumah Sakit, dan lain-lain). Pihak eksternal merupakan pihak-pihak diluar pemerintah provinsi Banten, yaitu masyarakat, peraturan-peraturan, dan pemerintah kabupaten kota di wilayah provinsi Banten.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembangunan Kesehatan Provinsi Banten

Angka Harapan Hidup (AHH)

Indikator untuk melihat tingkat kesehatan masyarakat Provinsi Banten salah satunya dari dimensi umur panjang dan sehat yang dilihat berdasarkan angka harapan hidup saat lahir (AHH). AHH sendiri adalah rata-rata

perkiraan banyak tahun yang dapat ditempuh oleh seseorang selama hidup. Dengan demikian, AHH juga dapat menggambarkan derajat kesehatan yang telah dicapai oleh seseorang atau masyarakat. Semakin tinggi derajat kesehatannya, maka kesempatan untuk bertahan hidup akan semakin besar.

Sebaliknya, tingkat kesehatan yang buruk akan cenderung memperpendek usia hidup.

Tabel 3. Angka harapan hidup kabupaten/kota di Provinsi Banten

Kabupaten/Kota	2011	2012	2013	2014	2015
Kab. Lebak	65.63	65.74	65.83	65.88	66.28
Kab. Pandeglang	62.46	62.66	62.83	62.91	63.51
Kab. Serang	62.75	62.9	63.03	63.09	63.59
Kab. Tangerang	68.86	68.92	68.96	68.98	69.28
Kota Cilegon	65.78	65.82	65.84	65.85	66.15
Kota Serang	67.22	67.23	67.23	67.23	67.33
Kota Tangerang	71.08	71.09	71.09	71.09	71.29
Kota Tangerang Selatan	72.07	72.09	72.1	72.11	72.12

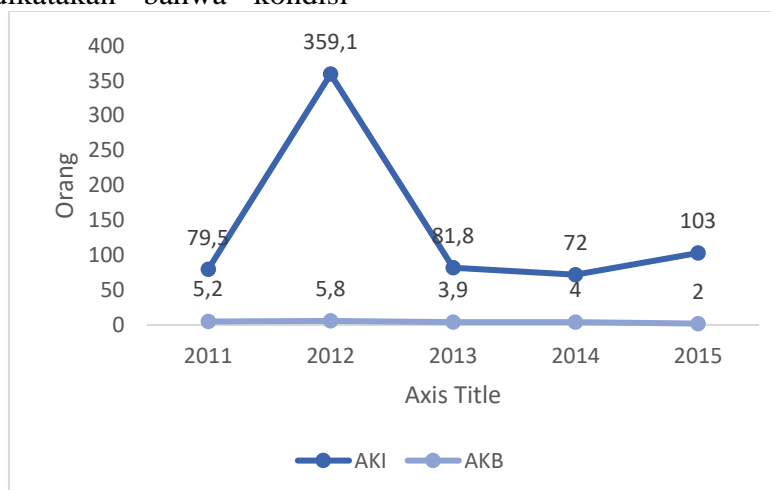
Sumber: BPS Provinsi Banten (2015)

Tabel di atas menunjukkan bahwa pada tingkat kabupaten/kota di wilayah Provinsi Banten. Kabupaten/kota di wilayah Provinsi Banten dengan nilai AHH tertinggi pada tahun 2015 adalah Kota Tangerang Selatan sebesar 72,12 tahun. Sedangkan Kabupaten/Kota di wilayah Provinsi Banten dengan nilai AHH terendah adalah Kabupaten Pandeglang sebesar 63,51 tahun. Sejak tahun 2011, Kota Tangerang Selatan selalu menjadi kota dengan nilai AHH tertinggi di wilayah Provinsi Banten. Sedangkan Kabupaten Pandeglang merupakan kabupaten di wilayah Provinsi Banten yang selalu mendapatkan nilai AHH terendah setiap tahunnya. Meskipun demikian, nilai AHH Kabupaten Pandeglang selalu mengalami kenaikan dari tahun ke tahun sehingga dapat dikatakan bahwa kondisi

kesehatan masyarakat di Kabupaten tersebut mengalami perbaikan tiap tahunnya.

Tingkat Kematian Ibu dan Anak

Angka Kematian Bayi adalah banyaknya bayi yang meninggal sebelum mencapai usia 1 tahun yang dinyatakan dalam 1.000 kelahiran hidup pada tahun yang sama. Sedangkan Angka Kematian Ibu adalah jumlah kematian Ibu yang disebabkan oleh karena peristiwa kehamilan, persalinan dan masa nifas pada tahun yang sama per jumlah kelahiran hidup pada tahun yang sama dikali seratus ribu. Perkembangan Angka Kematian Bayi dan Angka Kematian Ibu di Provinsi Banten tahun 2011 sampai 2015 dapat dilihat pada Gambar 1.



Sumber: Profil Kesehatan Provinsi Banten (2015), diolah

Gambar 1. Realisasi capaian AKI dan AKB tahun 2011-2015

Berdasarkan data dari Kementerian Kesehatan pada Gambar 1, dalam jangka waktu lima tahun sejak 2011 sampai dengan 2015 Angka Kematian Bayi di Provinsi Banten relatif mengalami penurunan. Pada tahun 2011, Angka Kematian Bayi di Provinsi Banten adalah sebesar 5,2 bayi per 1.000 kelahiran hidup. Tahun 2012 Angka Kematian Bayi Provinsi Banten mengalami kenaikan tipis menjadi 5,8 bayi per 1.000 kelahiran hidup namun kembali mengalami penurunan pada tahun 2013 menjadi 3,9 bayi per 1.000 kelahiran hidup. Di tahun 2014, Angka Kematian Bayi Provinsi Banten adalah sebesar 4 bayi per 1.000 kelahiran hidup dan di tahun 2015, Angka Kematian Bayi mengalami penurunan menjadi 2 bayi per 1.000 kelahiran hidup.

Sementara itu, Angka Kematian Ibu pada tahun 2011 Provinsi Banten adalah sebesar 79,5 orang per 100.000 kelahiran. Angka tersebut melonjak pada tahun 2012 menjadi 359,1 orang per 100.000 kelahiran namun mengalami penurunan yang cukup tajam pada tahun 2013 menjadi 81,8 orang per 100.000 kelahiran. Di tahun 2014, Angka Kematian Ibu mengalami penurunan menjadi 72 orang per 100.000 kelahiran namun kembali mengalami kenaikan pada tahun 2015 menjadi 103 orang per 100.000 kelahiran.

Fasilitas Rumah Sakit

Rasio Rumah Sakit (RRP) merupakan indikator untuk mengetahui akses penduduk terhadap fasilitas kesehatan, dalam hal ini adalah rumah sakit.. RRP adalah perbandingan jumlah penduduk per 100.000 rumah sakit. Nilai rasio rumah sakit di Provinsi Banten dari tahun 2011-2015 dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Rasio rumah sakit per 100.000 penduduk kabupaten/kota di Provinsi Banten

Kab/ Kota	2011	2012	2013	2014	2015
Kab. Lebak	0.244	0.242	0.240	0.238	0.236
Kab. Pandeglang	0.085	0.085	0.085	0.084	0.167
Kab. Serang	0.139	0.138	0.138	0.137	0.203
Kab. Tangerang	0.540	0.557	0.570	0.613	0.593
Kota Cilegon	1.296	1.274	1.255	1.234	1.456
Kota Serang	1.003	0.817	0.970	0.951	0.933
Kota Tangerang	0.909	0.990	1.024	1.450	1.417
Kota Tangerang Selatan	1.401	1.423	1.593	1.808	1.814

Sumber: Dinas Kesehatan Provinsi Banten (2015), diolah

Tabel 4 menunjukkan bahwa kabupaten/kota di Provinsi Banten yang memiliki nilai RRP tertinggi tahun 2011 sampai 2015 adalah Kota Tangerang Selatan. Tahun 2011 nilai RRP Tangerang Selatan adalah sebesar 1.401 kemudian menjadi 1.423 di tahun 2012. Pada tahun 2013 nilai RRP Tangerang Selatan mengalami kenaikan menjadi 1.593 dan kembali naik pada tahun 2014 dan 2015 menjadi 1.808 dan 1.814.

Fasilitas Kesehatan Non Rumah Sakit

Posyandu adalah kegiatan kesehatan dasar yang diselenggarakan

dari, oleh dan untuk masyarakat yang dibantu oleh petugas kesehatan. Rasio posyandu per balita (RPB) merupakan indikator untuk mengetahui akses balita terhadap puskesmas. Kegunaannya untuk mengetahui berapa selayaknya jumlah posyandu yang efektif tersedia sesuai tingkat penyebarannya serta sebagai dasar untuk merevitalisasi fungsi dan peranannya dalam pembangunan daerah. Rumus Penghitungan: $RPB = \{Jumlah\ balita : jumlah\ posyandu\}$. Nilai rasio posyandu Provinsi Banten dari tahun 2013-2015 dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Rasio posyandu balita kabupaten/kota di Provinsi Banten

Kab/Kota	2013	2014	2015
Kab. Lebak	57.24	194.85	54.68

Kab. Pandeglang	58.63	76.83	71.7
Kab. Serang	98.19	104.2	116.39
Kab. Tangerang	166.07	132.64	130.82
Kota Cilegon	124.12	124.38	128.81
Kota Serang	75.16	75.85	77.18
Kota Tangerang	220.81	224.8	217.17
Kota Tangerang Selatan	207.48	135.8	131.77
Provinsi Banten	118.33	135.8	109.91

Sumber: BPS Provinsi Banten dan Dinas Kesehatan Provinsi Banten (2015), diolah

Berdasarkan Tabel 5, menunjukkan bahwa RPB Banten pada tahun 2015 mencapai 109,91. Artinya, secara rata-rata satu posyandu di Banten melayani 109 sampai 110 balita. Hal ini belum termasuk dalam kondisi ideal atau masih cukup ideal, dikatakan ideal apabila satu posyandu melayani 50-100 balita.

Fasilitas kesehatan non rumah sakit selain posyandu yang paling menjangkau masyarakat adalah Pusat Kesehatan Masyarakat (Puskesmas), Puskesmas Pembantu (Pustu) serta Poliklinik. Melalui Rasio Puskesmas, Poliklinik, dan Pustu (RPP) digunakan sebagai indikator untuk mengetahui akses penduduk terhadap fasilitas kesehatan, dalam hal ini adalah puskesmas, poliklinik dan pustu. RPP adalah perbandingan jumlah puskesmas, poliklinik dan pustu per 100 000 penduduk. Rumus Penghitungan: $RPP = \frac{((\text{Jumlah puskesmas} + \text{Jumlah poliklinik} + \text{Jumlah pustu}) : \text{Jumlah penduduk}) \times 100}{1000}$. Berdasarkan data dari BPS Provinsi Banten dan Dinas Kesehatan Provinsi Banten (2015), RPP Banten pada tahun 2012 adalah

12,88 yang berarti bahwa di Banten tersedia sekitar 12 puskesmas/poliklinik/pustu untuk melayani 100.000 penduduk. Di tahun 2013, RPP Banten meningkat menjadi 13,06 yang berarti bahwa terdapat 13 puskesmas/poliklinik/pustu setiap 100.000 penduduk. Namun, di tahun 2014 RPP Banten mengalami penurunan menjadi 12,26. Artinya, di Banten tersedia sekitar 12 puskesmas/poliklinik/pustu untuk melayani 100.000 penduduk.

Tenaga Medis

Tenaga medis yang melaksanakan tugas pengawasan terhadap layanan kesehatan serta memiliki kewenangan dalam membuat resep adalah dokter. Rasio Dokter per 100.000 Penduduk (RDP) digunakan sebagai indikator untuk mengetahui akses penduduk terhadap tenaga medis dokter. Rumus Penghitungan : $RDP = \frac{(\text{Jumlah dokter} : \text{Jumlah Penduduk}) \times 100}{1000}$. Nilai rasio dokter di Provinsi Banten dari tahun 2011-2015 dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Rasio dokter per 100 000 penduduk kabupaten/kota di Provinsi Banten

Kab_Kota	2011	2012	2013	2014	2015
Kab. Lebak	14.81	13.15	12.66	13.90	14.25
Kab. Pandeglang	5.89	11.17	8.45	8.08	5.36
Kab. Serang	8.44	7.66	10.41	11.48	14.58
Kab. Tangerang	18.51	26.42	25.90	31.49	23.97
Kota Cilegon	67.67	50.21	52.72	33.80	114.78
Kota Serang	24.57	26.15	25.05	21.23	38.09
Kota Tangerang	61.34	57.86	61.31	59.60	55.44
Kota Tangerang Selatan	63.35	16.58	13.02	12.59	42.77
Banten	30.29	30.57	31.63	26.75	27.40

Sumber: Kementerian Kesehatan (2015), diolah

Selain dokter terdapat tenaga medis yang turut melayani kesehatan yaitu perawat, bidan dan apoteker. Rasio Tenaga Medis selain Dokter per 100.000 penduduk (RTP) merupakan indikator untuk mengetahui akses

penduduk terhadap tenaga medis non dokter. RTP adalah perbandingan jumlah tenaga medis non dokter per 100.000 penduduk. Rumus Penghitungan: $RTP = \frac{(\text{Jumlah tenaga medis non dokter} : \text{Jumlah Penduduk}) \times 100}{1000}$

100.000 }. Berdasarkan data dari BPS Provinsi Banten dan Dinas Kesehatan Provinsi Banten (2015), RTP Banten pada tahun 2011 adalah 91,98 yang artinya di Banten tersedia sekitar 92 tenaga medis non dokter setiap 100.000 penduduk. Jumlah tersebut meningkat menjadi 120,91 pada tahun 2012 dan menjadi 120,52 pada tahun 2013. Artinya, pada tahun 2012 dan 2013 di Banten tersedia sekitar 121 tenaga medis non dokter untuk melayani 100.000 penduduk.

Tabel 7. Capaian *Universal Child Immunization* (UCI) di Provinsi Banten

Kabupaten/Kota	2011	2012	2013	2014	2015
Kab. Lebak	54.8	79.1	69	67.8	68.4
Kab. Pandeglang	64.5	81.4	79.4	67.3	64.9
Kab. Serang	78.8	87.4	76.7	78.2	80.4
Kab. Tangerang	90.1	90.1	93.8	78.5	95.6
Kota Cilegon	100.0	100.0	98	97.7	100.0
Kota Serang	90.9	93.9	87.9	80.3	81.8
Kota Tangerang	98.1	100.0	100.0	100.0	100.0
Kota Tangerang Selatan	98.1	94.4	100.0	100.0	100.0
Banten	84.4	90.8	88.1	83.7	86.4

Sumber: Profil Kesehatan Provinsi Banten (2015)

Berdasarkan Tabel 7 terlihat bahwa nilai UCI Provinsi Banten pada tahun 2011 adalah sebesar 84,4 persen kemudian mengalami kenaikan pada tahun 2012 menjadi 90,8 persen namun mengalami penurunan menjadi 88,1 persen pada 2013 dan 83,7 persen pada 2014. Pada tahun 2015, nilai UCI Provinsi Banten mengalami kenaikan menjadi 86,4 persen.

Strategi Meningkatkan Indeks Kesehatan di Provinsi Banten

Stakeholder utama dalam penelitian ini adalah Pemerintah Provinsi Banten. Penentuan strategi menggunakan pendekatan analisis SWOT. Faktor internal dan eksternal dalam

Imunisasi

Imunisasi adalah salah satu upaya dalam perlindungan kesehatan sebagai salah satu upaya dalam meningkatkan kekebalan terhadap penyakit. Untuk melihat pelayanan kesehatan imunisasi suatu daerah, dapat menggunakan data capaian *Universal Child Immunization* (UCI). Data UCI Provinsi Banten tahun 2011 sampai dengan 2015 dapat dilihat pada Tabel 7.

analisis SWOT ditentukan dengan menggunakan penilaian dari para ahli (*expert*).

Perumusan Faktor Internal dan Eksternal

Identifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang terkait dengan belanja kesehatan serta AHH dilakukan melalui studi literatur, mempelajari gambaran umum Provinsi Banten, penyebaran kuesioner, serta hasil wawancara dengan *stakeholder*. Faktor-faktor yang telah dikelompokkan menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, selanjutnya diberi bobot untuk masing-masing faktor. Bobot tersebut kemudian dikalikan dengan rating sehingga diperoleh skor.

Tabel 8. Pembobotan *Internal Factor Analysis System* (IFAS)

Faktor-faktor Strategis		Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (<i>Strengths--S</i>)				
1	Peran Pemerintah provinsi Banten dalam upaya meningkatkan kesehatan masyarakat	0.09	3.38	0.30
2	Komitmen Kepala Daerah provinsi Banten dalam meningkatkan kesehatan masyarakat	0.10	3.38	0.34
3	Kesesuaian RPJMD dan RKP bidang Kesehatan dari tahun ke tahun	0.09	3.38	0.30
4	Koordinasi antara pemerintah provinsi Banten dengan pihak lain/swasta pelaku kesehatan	0.07	3.38	0.24
5	Koordinasi antara pemerintah provinsi dengan pemerintah kabupaten/kota terkait bidang kesehatan di provinsi Banten	0.08	3.63	0.29
6	Koordinasi antara unit kerja yang menangani urusan kesehatan (dinas kesehatan/rumah sakit) dengan unit kerja lain yang mendukung pembangunan di bidang kesehatan	0.07	3.50	0.25
Total Kekuatan		0.50		1.72
Kelemahan (<i>Weaknesses--W</i>)				

1	Ketaatan terhadap amanat UU Kesehatan terkait angka minimum alokasi belanja Kesehatan 10% dari total belanja APBD	0.07	3.25	0.23
2	Alokasi anggaran Kesehatan untuk masing-masing jenis belanja (misalnya belanja pegawai, belanja barang dan belanja modal)	0.06	3.25	0.20
3	Kualitas sarana prasarana kesehatan	0.06	3.50	0.21
4	Kuantitas sarana prasarana kesehatan	0.06	3.50	0.21
5	Kemudahan akses masyarakat terhadap fasilitas Kesehatan dan obat-obatan	0.05	3.75	0.19
6	Ketersediaan sumber daya manusia di bidang Kesehatan	0.06	3.38	0.20
7	Kualitas sumber daya manusia di bidang kesehatan	0.06	3.13	0.20
8	Validitas data Kesehatan provinsi Banten yang dapat diakses oleh masyarakat	0.04	3.25	0.13
9	Sinkronisasi data Kesehatan antara pemerintah kabupaten/kota dengan provinsi Banten	0.04	3.13	0.13
Total Kelemahan		0.50		1.68
Total internal		1.00		3.40

Sumber: Data primer (2017), diolah

Hasil pembobotan IFAS untuk kekuatan dan kelemahan diperoleh nilai untuk kekuatan adalah sebesar 1,72 sedangkan nilai akhir untuk kelemahan adalah sebesar 1,68.

Hal ini menunjukkan bahwa responden lebih memilih mengolah kekuatan terlebih dahulu dibandingkan dengan kelemahan.

Tabel 8. Pembobotan *External Factor Analysis System* (EFAS)

Faktor-faktor Strategis		Bobot	Rating	Skor
<i>Peluang (Opportunities-O)</i>				
1	Peran pemerintah Kab/Kota di provinsi	0.08	3.13	0.25
2	Komitmen kepala daerah kab/kota di provinsi Banten dalam meningkatkan Kesehatan masyarakat	0.08	3.63	0.29
3	Peran swasta/stakeholder bidang kesehatan	0.06	3.13	0.19
4	Keterlibatan stakeholder	0.06	2.63	0.16
5	Peran kelembagaan masyarakat	0.07	2.88	0.20
6	Partisipasi masyarakat dalam musyawarah perencanaan pembangunan	0.07	3.50	0.25
7	Dukungan dari pemerintah pusat	0.08	3.13	0.25
Total Peluang (O)		0.50		1.58
<i>Ancaman (Threats-T)</i>				
1	Pengaruh posisi geografis provinsi	0.07	3.13	0.22
2	Tingkat pemahaman masyarakat untuk berperilaku hidup sehat	0.08	3.50	0.28
3	Kemampuan mesyarakat untuk menciptakan lingkungan hidup yang sehat	0.08	3.38	0.27
4	Daya beli masyarakat untuk mencukupi kebutuhan gizi	0.07	3.25	0.23
5	Kemampuan masyarakat untuk membiayai kesehatan	0.07	3.63	0.25
6	Pemanfaatan teknologi informasi untuk mengakses informasi terkait dengan pengembangan SDM kesehatan	0.06	3.13	0.19
7	Pemerataan pertumbuhan ekonomi di kab/kota provinsi Banten	0.07	3.00	0.21
Total Ancaman(T)		0.50		1.65
Total Eksternal		1.00		3.23

Sumber: Data primer (2017), diolah

Hasil pembobotan EFAS untuk faktor eksternal diperoleh nilai untuk peluang adalah sebesar 1,58 sedangkan nilai akhir untuk ancaman adalah sebesar 1,65. Hal ini menunjukkan bahwa responden memberikan respon yang lebih tinggi kepada faktor ancaman dibandingkan faktor peluang. Responden menganggap bahwa Provinsi Banten seharusnya lebih mementingkan untuk

mengatasi ancaman karena urgensi di ancaman lebih tinggi dari urgensi di peluang. Jumlah total untuk faktor internal berjumlah 3,40 berarti Pemerintah Provinsi Banten memiliki kepercayaan diri yang cukup besar akan kemampuannya dalam meningkatkan kesehatan masyarakatnya. Jumlah total untuk faktor eksternal sebesar 3,23 juga

menunjukkan bahwa Provinsi Banten memiliki kemampuan yang baik dalam merespon faktor-faktor eksternal.

Perumusan Strategi
Tabel 9. Matriks SWOT

<p>IFAS</p> <p>EFAS</p>	<p>Strength</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Peran Pemerintah provinsi Banten dalam upaya meningkatkan kesehatan masyarakat 2. Komitmen Kepala Daerah provinsi Banten dalam meningkatkan kesehatan masyarakat 3. Kesesuaian RPJMD dan RKP bidang Kesehatan dari tahun ke tahun 4. Koordinasi antara pemerintah provinsi Banten dengan pihak lain/swasta pelaku kesehatan 5. Koordinasi antara pemerintah provinsi dengan pemerintah kabupaten/kota terkait bidang kesehatan di provinsi Banten 6. koordinasi antara unit kerja yang menangani urusan kesehatan (dinas kesehatan/rumah sakit) dengan unit kerja lain yang mendukung pembangunan di bidang kesehatan 	<p>Weakness</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ketaatan terhadap amanat UU Kesehatan terkait angka minimum alokasi belanja kesehatan 10% dari total belanja APBD 2. Alokasi anggaran kesehatan untuk masing-masing jenis belanja (misalnya belanja pegawai, belanja barang dan belanja modal) 3. Kualitas sarana prasarana kesehatan 4. Kuantitas sarana prasarana kesehatan 5. Kemudahan akses masyarakat terhadap fasilitas kesehatan dan obat-obatan 6. Ketersediaan sumber daya manusia di bidang kesehatan 7. Kualitas sumber daya manusia di bidang kesehatan 8. Validitas data kesehatan provinsi Banten yang dapat diakses oleh masyarakat 9. Sinkronisasi data kesehatan antara pemerintah kabupaten/kota dengan provinsi Banten
	<p>Opportunity</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Peran pemerintah Kab/Kota di provinsi Banten 2. Komitmen kepala daerah kab/kota di provinsi Banten dalam meningkatkan kesehatan masyarakat 3. Peran swasta/stakeholder bidang kesehatan 4. Keterlibatan stakeholder 5. Peran kelembagaan masyarakat 6. Partisipasi masyarakat dalam musyawarah perencanaan pembangunan 7. Dukungan dari pemerintah pusat 	<p>STRATEGI SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penyempurnaan kualitas perencanaan pembangunan kesehatan (S₁₋₆, O₁₋₇) 2. Meningkatkan kemitraan dengan swasta dan dunia usaha serta kerjasama antara pusat, provinsi dan kab/kota (S₁₋₆, O₁₋₅)
<p>Threat</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kondisi geografis provinsi Banten 2. Tingkat pemahaman masyarakat untuk berperilaku hidup sehat 3. Kemampuan masyarakat untuk menciptakan lingkungan hidup yang sehat 4. Daya beli masyarakat untuk mencukupi kebutuhan gizi 5. Kemampuan masyarakat untuk membiayai kesehatan 6. Pemanfaatan teknologi informasi untuk mengakses informasi terkait kesehatan 7. Pemerataan pertumbuhan ekonomi di kab/kota provinsi banten 	<p>STRATEGI ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melaksanakan promosi dan edukasi terkait dengan perilaku hidup sehat dan gizi, meningkatkan kualitas penanganan terkait masalah tersebut. (S₁₋₆, T₁₋₆) 2. Meningkatkan kuantitas penerima layanan BPJS dan kualitas pelayanan BPJS (S₁, S₂, S₄, T₅, T₈) 	<p>STRATEGI WT</p> <p>Meningkatkan koordinasi dengan pemerintah pusat, pemerintah kabupaten/kota, serta masyarakat dalam melaksanakan program kesehatan. (W₁₋₉, T₁₋₈)</p>

Sumber: Data primer (2017), diolah

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Angka Harapan Hidup (AHH) provinsi Banten selalu meningkat, meskipun demikian ketersediaan sumber daya dan fasilitas kesehatan belum memadai serta

kualitas sumber daya manusia di bidang kesehatan belum sepenuhnya baik.

2. Strategi untuk meningkatkan AHH di provinsi Banten adalah melalui:
 - a. Promosi tentang perilaku hidup sehat.
 - b. Meningkatkan kualitas penanganan masalah gizi masyarakat dan meningkatkan jumlah keluarga sadar gizi.

- c. Melakukan edukasi kepada masyarakat dalam mengakses informasi terkait kesehatan.
- d. Meningkatkan kuantitas penerima dan kualitas layanan BPJS Kesehatan.
- e. Penyusunan peraturan terkait dengan pola pengembangan sumber daya manusia di bidang kesehatan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dapat direkomendasikan kebijakan sebagai berikut:

1. Pemerintah Kabupaten/Kota di provinsi Banten harus meningkatkan jumlah capaian Universal Child Immunization (UCI), jumlah dokter dan jumlah rumah sakit. Program-program yang mendukung peningkatan PDRB per kapita masyarakat harus dapat diimplementasikan oleh pemerintah Kabupaten/Kota, sehingga masyarakat dapat mengakses layanan kesehatan yang lebih baik dan berkualitas yang pada akhirnya akan dapat meningkatkan AHH masyarakat.
2. Pemerintah Provinsi Banten perlu membina komunikasi yang baik dengan pemerintah kabupaten/kota di wilayahnya, pihak swasta, organisasi kemasyarakatan, dan masyarakat dalam penentuan kebijakan di bidang kesehatan agar tepat sasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmawikarta. 2006. *Laporan Kajian Kebijakan Penanggulangan (Wabah) Penyakit Menular (Studi Kasus DBD)*. Jakarta. Badan Perencanaan dan Pembangunan Nasional.
- Aini DN. 2016. *Strategi Alokasi Anggaran Untuk Mengurangi Ketimpangan Pembangunan Manusia di Kota Depok* [tesis]. Bogor: IPB.
- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2015. *Indeks Pembangunan Manusia 2015*. Jakarta (ID): Badan Pusat Statistik.
- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2015. *Provinsi Banten dalam Angka Tahun 2011-2015*. Banten (ID): Badan Pusat Statistik.
- Firdaus M. 2004. *Ekonomi Suatu Pendekatan Aplikatif*. Jakarta (ID): Bumi Aksara.
- [Kemenkes] Kementerian Kesehatan RI. 2016. *Profil Kesehatan Indonesia tahun 2015*. [Internet]. [Diunduh 2016 Januari 8]. Tersedia pada: http://www.depkes.go.id/downloads/Profil_Kesehatan_Indonesia_Tahun_2015.pdf.
- Pudjirahardjo, Widodo J, Sopacua E. 2006. *Kebijakan, Sebuah Kebutuhan Dalam Desentralisasi Kesehatan*. Surabaya (ID). Buletin Penelitian Sistem Kesehatan.
- Sugiyono. 2004. *Statistik Untuk Penelitian*. CV Alfabeta. Bandung.

STRATEGI DALAM UPAYA MEMPERBAIKI KETERLAMBATAN PENYERAPAN ANGGARAN BELANJA PADA PEMERINTAH KOTA BOGOR

Gustawan Rachman¹, Ma'mun Sarma², Dwi Rachmina³

¹Manajemen Pembangunan Daerah, Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB

²Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB

³Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB

ABSTRACT

The absorption of the budget expenditures by the Bogor City Government has consistently experienced delays in recent years. Data collected from the period between 2011 and 2018 indicates that the average Surplus at the End of the Year (SiLPA) for the Bogor City Government has consistently been worse than the average SiLPA for districts and cities in the West Java Province. Additionally, data from 2016 to 2018 shows persistent delays in budget expenditure absorption, along with deviations between the scheduled and actual absorption of budget expenditures. The objective of this research is to formulate a strategy to improve the performance of budget expenditure absorption by the Bogor City Government using the Analytic Hierarchy Process method. Based on the results of the Analytical Hierarchy Process, it is evident that the main constraints in improving budget expenditure absorption are both internal and external interventions. The primary strategy to address the delay in budget expenditure absorption involves enhancing the quality of budget planning activities and procurement of goods and services.

Keywords: AHP, Budget Expenditure, Absorption, Strategy

ABSTRAK

Penyerapan anggaran belanja Pemerintah Kota Bogor dalam beberapa tahun terakhir selalu mengalami keterlambatan penyerapan anggaran belanja, di mana dari data yang diambil dari selama periode 2011 sampai dengan 2018, rata-rata SiLPA Pemerintah Kota Bogor selalu lebih buruk dari rata-rata SiLPA Kabupaten dan Kota pada Provinsi Jawa Barat. Selain itu data antara tahun 2016 sampai dengan 2018 menunjukkan selalu terjadi keterlambatan penyerapan anggaran belanja dan deviasi antara jadwal penyerapan anggaran belanja yang sudah disusun dengan penyerapan anggaran belanja yang sesungguhnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk merumuskan suatu strategi untuk memperbaiki kinerja penyerapan anggaran belanja Pemerintah Kabupaten Bogor dengan menggunakan metode *Analytic Hierarchy Process*. Berdasarkan hasil *Analytical Hierarchy Process* menunjukkan bahwa kendala utama dalam kegiatan perbaikan penyerapan anggaran belanja adalah intervensi internal maupun eksternal. Strategi utama untuk memperbaiki keterlambatan penyerapan anggaran belanja adalah peningkatan kualitas kegiatan perencanaan anggaran dan pengadaan barang jasa.

Kata Kunci: AHP, Anggaran Belanja, Penyerapan, Strategi

PENDAHULUAN

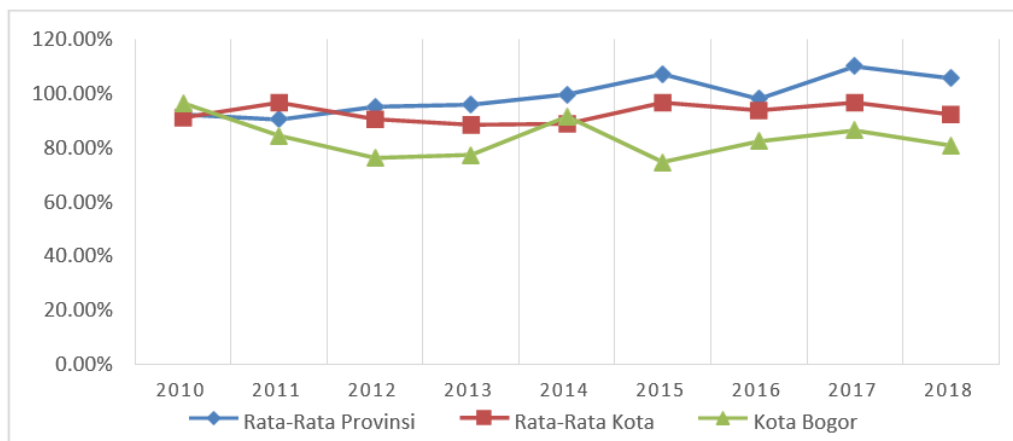
Pemerintah Kota Bogor masih mempunyai masalah dalam kinerja penyerapan anggaran belanjanya berdasarkan data-data berikut. Pertama, data perbandingan rata-rata capaian realisasi anggaran seluruh kabupaten dan kota di Provinsi Jawa Barat dan rata-rata penyerapan kota-kota yang ada di Provinsi Jawa Barat dengan rata-rata capaian penyerapan anggaran Kota Bogor. Kedua, data kinerja penyerapan anggaran belanja Pemerintah Kota Bogor yang selalu terlambat

dibandingkan dengan rencana penyerapan anggaran belanjanya.

Berdasarkan data Laporan Realisasi Anggaran Pemerintah-Pemerintah Daerah dari Kementerian Keuangan Republik Indonesia (2020), rata-rata penyerapan anggaran belanja Pemerintah Kota Bogor sepanjang periode 2010 sampai dengan 2018 secara umum lebih rendah dibandingkan dengan rata-rata penyerapan anggaran belanja Pemerintah-Pemerintah Daerah (Kabupaten dan Kota) di

lingkungan Pemerintah Provinsi Jawa Barat. Bahkan, jika dibandingkan hanya dengan rata-rata penyerapan anggaran belanja Pemerintah

Daerah Kota- Kota-nya saja, sebagaimana disajikan dalam Gambar 1.

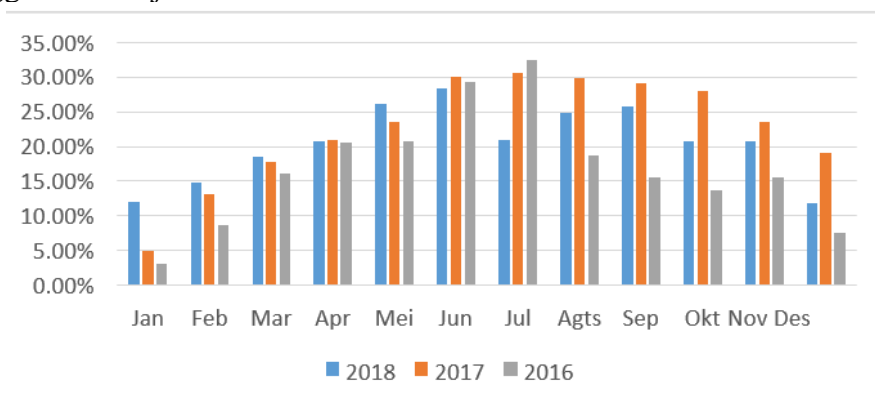


Sumber: Kementerian Keuangan Republik Indonesia (2019)

Gambar 1. Perbandingan capaian penyerapan anggaran belanja Kota Bogor dan total Provinsi Jawa Barat

Kemudian, jika Anggaran dan realisasi di-breakdown menjadi pencairan bulan ke bulan, akan nampak gambaran keterlambatan penyerapan anggaran belanja Pemerintah Kota

Bogor. Gambar 2 menunjukkan besaran deviasi antara jadwal perencanaan anggaran dengan realisasi penyerapannya.



Sumber: Tim Evaluasi dan Pengawasan Realisasi Anggaran (2018)

Gambar 2. Gap penyerapan anggaran antara rencana dan realisasi tahun 2016-2018 pada Pemerintah Kota Bogor

Gambar 2 merupakan gambaran deviasi penyerapan anggaran belanja antara jadwal penyerapan anggaran belanja dengan realisasi riil dari bulan ke bulan selama masa tiga tahun terakhir dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2018. Kinerja penyerapan anggaran belanja Pemerintah Daerah Kota Bogor masih berjalan dengan tidak efisien karena masih terjadi deviasi yang signifikan antara jadwal dengan penyerapan anggaran belanja berjalan. Secara teoritis, capaian kinerja penyerapan anggaran belanja yang kurang baik akan berpengaruh terhadap dua hal penting, yaitu, pertama, capaian kinerja

kegiatan Organisasi Perangkat Daerah (OPD) akan terganggu dan, kedua, percepatan perekonomian yang dicerminkan oleh Produk Domestik Bruto (PDB) atau Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) akan ikut terpengaruh.

Kinerja penyerapan anggaran ini dipengaruhi oleh banyak faktor. Oleh karena itu, pengumpulan variabel penyebab keterlambatan penyerapan anggaran belanja Pemerintah Kota Bogor menjadi langkah awal, kemudian besaran pengaruh faktor- faktor utama terhadap penyerapan anggaran belanja, dan setelah itu, barulah dapat disusun suatu strategi atau program kegiatan untuk

memperbaikinya. Karena itu, tujuan utama penelitian ini adalah untuk menemukan Strategi untuk memperbaiki penyerapan anggaran belanja pada Pemerintah Kota Bogor

METODOLOGI PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Kegiatan pengumpulan data dilaksanakan di Kota Bogor mulai bulan April sampai dengan Juni 2020. Tempat pengumpulan data adalah Perangkat Daerah di lingkungan Pemerintah Kota Bogor sekaligus juga sebagai lokus penelitian. Pemilihan lokus ini didasarkan pada pertimbangan bahwa selalu terjadi keterlambatan penyerapan anggaran belanja Pemerintah Kota Bogor setiap tahun. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu masukan untuk memperbaiki kinerja penyerapan anggaran belanja pada Pemerintah Kota Bogor.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari pengamatan langsung yang diambil dari hasil pengisian kuesioner dan *Focus Group Discussion* (FGD). Sedangkan data sekunder diperoleh dari data-data keuangan yang didapatkan dari Badan Pengelola Keuangan dan Aset Daerah (BPKAD) Kota Bogor, Bagian Administrasi Pembangunan dan Pengadaan Barang Jasa Sekretariat Daerah Kota Bogor, Tim Evaluasi dan Pengawasan Realisasi Anggaran (TEPRA), dan Kementerian Keuangan Republik Indonesia sebagai data pendukung dalam penelitian ini.

Metode Pemilihan Responden

Pemilihan responden untuk analisis AHP menggunakan metode *purposive sampling* yang diambil dari Perangkat Daerah. *Purposive sampling* adalah teknik mengambil sampel dengan tidak berdasarkan random, daerah atau strata, melainkan berdasarkan atas adanya pertimbangan yang berfokus pada tujuan tertentu (Arikunto 2006).

Metode Analisis Data

Analytical Hierarchy Process (AHP)

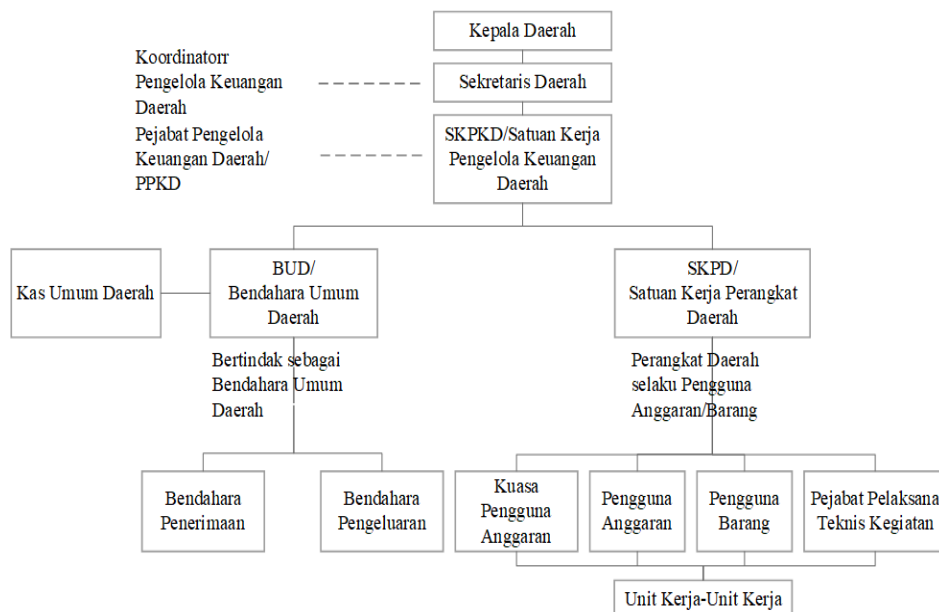
Metode analisis dalam perumusan strategi perbaikan penyerapan anggaran Pemerintah Kota Bogor adalah dengan menggunakan *Analytical Hierarchy Process*. *Analytical Hierarchy Process* adalah salah satu bentuk model pengambilan keputusan yang pada dasarnya berusaha menutupi semua kekurangan dari model-model sebelumnya (Permadi 1992). Prinsip kerja AHP adalah menyederhanakan suatu persoalan kompleks yang tidak terstruktur, strategik, dan dinamik menjadi sebuah bagian-bagian dan tertata dalam sebuah suatu hirarki (Marimin 2010). Tingkat kepentingan suatu variabel diberi nilai numerik secara subjektif tentang arti penting variabel tersebut dan secara relatif dibandingkan dengan variabel yang lain. Model AHP menggunakan persepsi manusia yang dianggap ahli (*expert*) sebagai input utamanya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Struktur Organisasi Pengelolaan

Keuangan Daerah

Struktur Organisasi Pengelola Keuangan Daerah dipimpin oleh Kepala Daerah (Bupati atau Walikota), di bawahnya adalah Sekretaris Daerah, dan di bawahnya ada Satuan Kerja Pengelolaan Keuangan Daerah (SKPKD), dari sini di bawahnya bercabang dua yaitu Bendahara Umum Daerah (BUD) dan Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) atau sekarang menjadi Perangkat Daerah (PD) saja. Di bawahnya baru ada pelimpahan tugas dan wewenang dan unit-unit kerja. Secara diagram struktur organisasi pengelola keuangan daerah ditunjukkan seperti pada Gambar 3 (Bastian, 2006). Struktur organisasi seperti ini merupakan penerapan dari PP Nomor 58 Tahun 2005 tentang Pengelolaan Keuangan Daerah.



Sumber: Bastian (2006)

Gambar 3. Bagan struktur organisasi pengelola keuangan daerah

Gambaran Alokasi Anggaran Belanja Pemerintah Kota Bogor

Jumlah total Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) Pemerintah Kota Bogor setelah adanya perubahan (APBD-P) adalah sebesar Rp2.651.280.650.161,- (Dua trilyun Enam Ratus Lima Puluh Satu Milyar Dua Ratus Delapan Puluh Juta Enam Ratus Lima Puluh Ribu Seratus Enam Puluh Satu Rupiah) yang terdiri dari anggaran Belanja Tidak Langsung sebesar Rp1.149.485.853.703,- (Satu Trilyun Seratus Empat Puluh Sembilan Milyar Empat Ratus Delapan Puluh Lima Juta Delapan Ratus Lima Puluh Tiga Ribu Tujuh Ratus Tiga Rupiah) dan Belanja Langsung sebesar Rp1.501.794.796.458,- (Satu Trilyun Lima Ratus Satu Milyar Tujuh Ratus Sembilan Puluh Empat Juta Tujuh Ratus Sembilan Puluh Enam Ribu Empat Ratus Lima Puluh Delapan Rupiah).

Pada tahun anggaran 2018 alokasi jumlah anggaran Belanja Langsung terbesar (anggaran lebih dari Rp. 100 Milyar) adalah Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang sebesar Rp261.056.804.263,- (Dua Ratus Enam Puluh Satu Milyar Lima Puluh Enam Juta Delapan Ratus Empat Ribu Dua Ratus Enam Puluh Tiga Rupiah) dengan jumlah kegiatan sebanyak 86 kegiatan. Dinas Perumahan dan Permukiman dengan memiliki

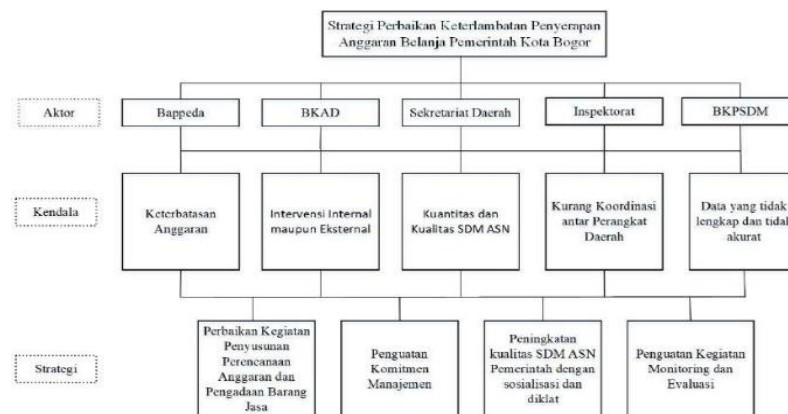
anggaran belanja langsung dengan total anggaran sebesar Rp194.874.329.000,- (Seratus Sembilan Puluh Empat Milyar Delapan Ratus Tujuh Puluh Empat Juta Tiga Ratus Dua Puluh Sembilan Ribu Rupiah) untuk membiayai 46 kegiatan. Kemudian anggaran pada Dinas Pendidikan yaitu sebesar Rp188.894.266.546,- (Seratus Delapan Puluh Delapan Milyar Delapan Ratus Sembilan Puluh Empat Juta Dua Ratus Enam Puluh Enam Ribu Lima Ratus Empat Puluh Enam Rupiah) dengan jumlah kegiatan sebanyak 113 kegiatan. Rumah Sakit Umum Daerah memiliki anggaran sebesar Rp177.680.197.000,- (Seratus Tujuh Puluh Tujuh Milyar Enam Ratus Delapan Puluh Juta Seratus Sembilan Puluh Tujuh Ribu Rupiah) untuk 3 kegiatan dan terakhir Dinas Kesehatan memiliki anggaran belanja langsung sebesar Rp167.426.470.482,- (Seratus Enam Puluh Tujuh Milyar Empat Ratus Dua Puluh Enam Juta Empat Ratus Tujuh Puluh Ribu Empat Ratus Delapan Puluh Dua Rupiah). Sisa anggaran dialokasikan pada 31 Perangkat Daerah yang lain.

Penyusunan Strategi Perbaikan Kinerja Penyerapan Anggaran Belanja pada Pemerintah Kota Bogor

Struktur hirarki yang digunakan untuk menggambarkan elemen-elemen yang

diprioritaskan untuk dikembangkan terdiri dari empat hirarki (level). Hirarki pertama adalah goal atau tujuan utama dari penelitian ini yaitu penyusunan strategi untuk memperbaiki penyerapan anggaran belanja Pemerintah Kota Bogor. Hirarki kedua adalah aktor atau unsur perangkat daerah yang terkait dengan manajemen penyusunan anggaran dan penyerapannya, yaitu Bappeda, BPKAD, Sekretariat Daerah, Inspektorat dan BKPSDM. Hirarki ketiga adalah kendala-kendala dalam pemilihan strategi yang akan dipilih yaitu

keterbatasan Anggaran, intervensi internal maupun eksternal, kuantitas dan kualitas SDM ASN, kurang koordinasi antar Perangkat Daerah, dan data yang tidak lengkap dan tidak akurat. Hirarki keempat adalah alternatif strategi perbaikan penyerapan anggaran belanja Pemerintah Kota Bogor.



Gambar 4. Struktur hirarki AHP pencarian strategi
Sumber: Data primer (2020)

Pengolahan data primer jawaban kuesioner dari responden terbatas dengan analisis AHP, yang terdiri dari 13 responden yang berasal dari Eselon 3 berjumlah 7 orang, Eselon 4 berjumlah 2 orang, tim monev 1 orang, dan Pejabat pengadaan 3 orang, yang hasilnya adalah sebagai berikut:

1. *Leading Sector* Perangkat Daeah

Berdasarkan hasil analisis AHP terhadap tanggapan yang diterima dari para responden terbatas, peranan Sekretariat

Daerah dianggap mempunyai peran paling utama sebagai *leading sector* dan memperoleh skor tertinggi dalam perhitungan AHP yaitu 0,333. BKPSDM memperoleh skor terendah dalam peranannya untuk usaha perbaikan kinerja penyerapan anggaran, tapi tetap merupakan salah satu *leading sector* karena salah satu sumber permasalahan dari buruknya kinerja penyerapan anggaran belanja Pemerintah Kota Bogor disebabkan oleh faktor sumber daya manusia aparatur sipil Negara di lingkungan Pemerintah Kota Bogor.

Tabel 1. Hasil Pengolahan AHP untuk Aktor

Aktor	Bappeda	Sekretariat Daerah	BKAD	Inspektorat Daerah	BKPSDM	Normalized Principal Eigenvector
Bappeda	0.212	0.261	0.180	0.153	0.234	0.207
Sekretariat Daerah	0.271	0.334	0.405	0.356	0.286	0.333
BKAD	0.291	0.205	0.248	0.317	0.256	0.264
Inspektorat Daerah	0.151	0.102	0.085	0.109	0.140	0.116
BKPSDM	0.076	0.098	0.081	0.065	0.084	0.081

Sumber: Data primer (2020), diolah

2. Kendala

Ada lima kendala yang diidentifikasi berpotensi mengganggu pelaksanaan program perbaikan penyerapan anggaran belanja yaitu kendala keterbatasan anggaran, kendala intervensi internal maupun eksternal, kendala data yang tidak lengkap dan tidak akurat,

kendala kuantitas dan kualitas sumber daya manusia ASN, dan kendala ego sektoral. Menurut pendapat responden, kendala utama yang dihadapi pada saat pelaksanaan perbaikan kinerja penyerapan anggaran adalah intervensi internal maupun eksternal dengan skor 0,346.

Tabel 2. Analisis pengolahan AHP untuk Kendala

Kendala	Keterbatasan anggaran	Intervensi internal maupun eksternal	Data yang tidak lengkap dan tidak akurat	Kuantitas dan kualitas sumber daya manusia ASN	Ego sektoral	Normalized Principal Eigenvector
Keterbatasan anggaran	0.157	0.158	0.126	0.189	0.142	0.154
Intervensi internal maupun eksternal	0.344	0.347	0.376	0.347	0.313	0.346
Data yang tidak lengkap dan tidak akurat	0.171	0.127	0.137	0.124	0.160	0.144
Kuantitas dan kualitas sumber daya manusia ASN	0.190	0.229	0.253	0.229	0.259	0.232
Ego sektoral	0.138	0.139	0.108	0.111	0.125	0.124

Sumber: Data primer (2020), diolah

3. Rumusan Strategi

Hasil perhitungan AHP terhadap jawaban para responden, menunjukkan bahwa berdasarkan hubungan variabel leading sector dengan strategi, peningkatan kualitas kegiatan perencanaan anggaran dan pengadaan barang jasa meraih skor tertinggi yaitu 0,369, peringkat kedua adalah penguatan kegiatan monitoring dan evaluasi yaitu 0,254, peringkat ketiga adalah penguatan komitmen manajemen yaitu 0,218, dan peringkat keempat adalah peningkatan kualitas ASN Kota Bogor dengan sertifikasi dan diklat yaitu 0,160. Jadi, strategi yang dapat menjadi prioritas utama untuk

memperbaiki kinerja penyerapan anggaran belanja Pemerintah Kota Bogor adalah peningkatan kualitas kegiatan perencanaan anggaran dan pengadaan barang jasa; dan penguatan kegiatan monitoring dan evaluasi. Kedua strategi ini mencapai total nilai 62,20% dari total nilai strategi yang berkorelasi dengan leading sector. Sedangkan penguatan komitmen manajemen dan peningkatan kualitas ASN Kota Bogor dengan sertifikasi dan diklat dengan total nilai 37,80% dapat menjadi alternatif strategi pendukung yang dapat dipilih.

Tabel 3. Hasil pengolahan AHP hubungan Strategi dan *Leading Sector*

Aktor	Bappeda	Sekretariat Daerah	BKAD	Inspektorat Daerah	BKPSDM	Total Nilai
Peningkatan kualitas kegiatan perencanaan anggaran dan pengadaan barang jasa	0.125	0.113	0.090	0.031	0.010	0.369
Penguatan komitmen manajemen	0.025	0.078	0.067	0.027	0.020	0.218
Peningkatan kualitas ASN Kota Bogor dengan sertifikasi dan diklat	0.021	0.046	0.038	0.015	0.038	0.160
Penguatan kegiatan monitoring dan evaluasi	0.035	0.095	0.069	0.042	0.012	0.254

Sumber: Data primer (2020), diolah

Sementara itu, berdasarkan hasil analisis AHP yang berdasarkan hubungan antara kendala dan strategi perbaikan kinerja penyerapan anggaran, alternatif strategi peningkatan kualitas kegiatan perencanaan anggaran dan pengadaan barang jasa mendapatkan skor tertinggi yaitu 0,372. Hal tersebut berarti alternatif strategi prioritas

utama juga mempunyai kendala paling berat pada saat diaplikasikan. Ini merupakan tantangan bagi para pemegang kebijakan jika memilih alternatif strategi ini karena memang hasil perbaikan yang diharapkan jika memilih alternatif strategi dengan skor tertinggi diharapkan akan menghasilkan hasil keluaran yang maksimal pula.

Tabel 4. Analisis pengolahan AHP hubungan Strategi dan Kendala

Kendala	Keterbatasan anggaran	Intervensi internal maupun eksternal	Data yang tidak lengkap dan tidak akurat	Kuantitas dan kualitas sumber daya manusia ASN	Ego sektoral	Total Nilai
Peningkatan kualitas kegiatan perencanaan anggaran dan pengadaan barang jasa	0.064	0.118	0.062	0.092	0.036	0.372
Penguatan komitmen manajemen	0.022	0.111	0.023	0.036	0.043	0.235
Peningkatan kualitas ASN Kota Bogor dengan sertifikasi dan diklat	0.039	0.050	0.025	0.067	0.018	0.199
Penguatan kegiatan monitoring dan evaluasi	0.029	0.066	0.033	0.038	0.027	0.194

Sumber: Data primer (2020), diolah

Penyusunan Program Kegiatan

Penyusunan strategi yang dibagi menjadi dua strategi besar yaitu strategi prioritas dan strategi alternatif pendukung didasarkan kepada hasil analisis AHP yang menghasilkan strategi Peningkatan kualitas kegiatan perencanaan anggaran dan pengadaan barang jasa dengan skor tertinggi. Oleh karena itu, strategi ini menjadi prioritas utama untuk

dijalankan. Sedangkan strategi lainnya yang memperoleh skor di bawahnya yaitu strategi penguatan kegiatan monitoring dan evaluasi, penguatan komitmen manajemen, dan peningkatan kualitas ASN Kota Bogor dengan sertifikasi dan diklat dapat dijadikan strategi alternatif pendukung dan menguatkan strategi prioritas jika memungkinkan untuk dijalankan dalam periode waktu pelaksanaan yang sama.

Tabel 5. Rancangan program dan kegiatan perbaikan penyerapan anggaran belanja Pemerintah Kota Bogor

No	Strategi	Program	Kegiatan	Sasaran Kegiatan	Tahun Pelaksanaan					Perangkat Daerah Pelaksana
					I	II	III	IV	V	
Strategi Prioritas										
1	Perbaikan Kegiatan Penyusunan Anggaran dan Pengadaan Barang dan Jasa	Peningkatan Kualitas Penyusunan dan Pengelolaan Anggaran Belanja Daerah	Pembentukan Tim Koordinasi Perbaikan Penyusunan Perencanaan Anggaran Belanja Daerah	a) Penentuan roadmap; b) Percepatan Penyusunan Renja (Rencana Kerja) dan Pra-RKA (Rencana Kerja dan Anggaran) pada Perangkat Daerah	100%					Sekretaris Daerah, Bagian Administrasi dan Pembangunan dan Bagian Pengadaan Barang dan Jasa Sekretariat Daerah, BKAD, Bappeda, dan Inspektorat Daerah

			Peningkatan Kualitas Layanan UKPBJ	a)	Peningkatan Akuntabilitas dan Performa Tim Pengadaan Barang dan Jasa Daerah	50%	75%	100%			Bagian Pengadaan Barang dan Jasa Sekretariat Daerah dan BKPSDM
Strategi Alternatif Pendukung											
2	Penguatan Kegiatan Monitoring dan Evaluasi	Penguatan Kegiatan Monitoring dan Evaluasi (Monev)	Kegiatan Monitoring dan Evaluasi yang berkesinambungan	a)	Peningkatan kualitas monitoring dari awal penyusunan perencanaan anggaran sampai dengan penyelesaian kegiatan	30%	50%	70%	90%	100%	Bagian Administrasi dan Pembangunan Sekretariat Daerah dan Inspektorat
3	Peningkatan Kualitas SDM ASN Pemerintah dengan Sosialisasi dan Diklat	Peningkatan Kualitas SDM ASN	Diklat Pelatihan dan Bimbingan Teknis Manajemen Pengelolaan Anggaran	a)	Peningkatan Kualitas dan Kapabilitas ASN dalam Penguasaan Manajemen Perencanaan dan Penggunaan Anggaran	50%	75%	100%			BKPSDM, BKAD, dan Bappeda

Sumber: Data primer (2020), diolah

Keterangan:

- BKAD : Badan Keuangan dan Aset Daerah
- Bappeda : Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah
- BKPSDM : Badan Kepegawaian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia
- SDM ASN : Sumber Daya Manusia Aparatur Sipil Negara
- UKPBJ : Unit Kerja Pengadaan Barang dan Jasa

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang disajikan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa strategi prioritas utama untuk memperbaiki kinerja penyerapan anggaran belanja Pemerintah Kota Bogor yaitu peningkatan kualitas kegiatan perencanaan anggaran dan pengadaan barang jasa, dan strategi alternatif pendukung adalah penguatan kegiatan monitoring dan evaluasi, dan peningkatan kualitas SDM ASN. Sekretariat Daerah sebagai key leader pada *leading sector* diharapkan untuk dapat menjadi koordinator strategi prioritas dengan penanggung jawab Sekretaris Daerah, dibantu oleh Bagian Administrasi Pembangunan dan Bagian Pengadaan Barang dan Jasa sebagai Bagian

dari Sekretariat Daerah. Sementara itu, Bagian Administrasi Pembangunan Sekretariat Daerah dan BKPSDM menjadi koordinator pada strategi alternatif pendukung. Potensi hambatan utama dalam pelaksanaan usaha perbaikan penyerapan anggaran adalah intervensi internal maupun eksternal terutama hubungannya dengan penggunaan anggaran belanja untuk mempertahankan kepentingan pihak tertentu.

Saran

Berdasarkan hasil kajian, beberapa saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Strategi prioritas akan sangat baik jika dapat dijalankan sebagai usaha yang nyata untuk melaksanakan langkah-langkah perbaikan penyerapan anggaran belanja Pemerintah Kota Bogor. Dipimpin oleh Sekretaris Daerah, Bagian Administrasi Pembangunan dan Bagian Pengadaan

Barang dan Jasa, BKAD dan Bappeda sebagai Perangkat Daerah pendukung dan pelaksana program.

2. Peningkatan kualitas dan intensitas kegiatan monitoring dan evaluasi yang berkesinambungan dan peningkatan kualitas SDM ASN dengan diklat dan sosialisasi sebagai strategi alternatif pendukung dapat juga dijalankan dengan tujuan memperkuat Tim Koordinasi Perbaikan Penyusunan Perencanaan Anggaran Daerah. Sedangkan koordinator dan penanggung jawab program strategi alternatif pendukung adalah Bagian Administrasi Pembangunan Sekretariat Daerah, Inspektorat Daerah dan BKPSDM Kota Bogor.

Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam. 3(2): 213-222.

- Zwick WR, Velicer, WF. (1986). *Comparison of five rules for determining the number of components to retain*. *Psychological Bulletin*. 99 (3): 432–442. doi:10.1037//0033-2909.99.3.43.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Bastian I. 2006. *Akuntansi Sektor Publik: Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga.
- Falatehan AF. 2016. *Analytical Hierarchy Process (AHP): Teknik Pengambilan Keputusan untuk Pembangunan Daerah*. Yogyakarta (ID): Indomedia Pustaka.
- [Kemenkeu] Kementerian Keuangan. 2020. *Deskripsi dan Analisis APBD* [internet]. [diacu 2020 Juli 08]. Tersedia dari: www.djpk.kemenkeu.go.id/visual/#/.
- Marimin M. (2006). *Sistem Informasi Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Parluhutan JV. 2015. *Strategi Optimalisasi Penyerapan Anggaran Pada Dinas Binamarga Dan Sumber Daya Air Kota Bogor*. Tesis. Institut Pertanian Bogor.
- Permadi B. (1992). *AHP*. Pusat Antar Universitas, Universitas Indonesia. Jakarta: Indonesia.
- Raharja EL. 2018. *Strategi Peningkatan Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah Kota Bogor*. Tesis. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Rahmah, Zuraida, Abdullah S. 2017. *Analisis kinerja anggaran pada satuan kerja Perangkat Daerah Kabupaten Bireuen*.

ANALISIS EFEKTIVITAS IKLAN MELALUI INSTAGRAM BOOKABUKU.COM SEBAGAI PERUSAHAAN *START-UP* BERBASIS PENDIDIKAN

(*Analysis of the Effectiveness of Instagram's Advertisement of Bookabuku.com as an Education-Based Start-up Company*)

Dhia Uthamie Ferza, Ma'mun Sarma

Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB Kampus Dramaga Bogor 16680

ABSTRACT

The enhancement of internet usage in Indonesia reflected by the strong interest of the society in using social media particularly Instagram in the daily life. Instagram is the most frequently used as the marketing tool by the business people. Bookabuku.com is one of the education-based start-up company in Indonesia. The objective of this research is to analyze the effectiveness of Bookabuku.com advertisements through Instagram. The data collected in this research is the primary data in form of online questionnaire, and the secondary data in the form of literature studies. The analytical method used are EPIC method and Direct Rating Method. According to EPIC, the value of EPIC rate is 3.27 which means the advertisements has been effective and has been able to introduce the services of Bookabuku.com. While based on DRM, the value of direct rating is 76.3 classified as a great advertisement which means having the ability to get attention, understanding, cognitive, affective and attitude in using the services of Bookabuku.com.

Keywords: *direct rating method, effectiveness of advertising, EPIC method, start-up.*

ABSTRAK

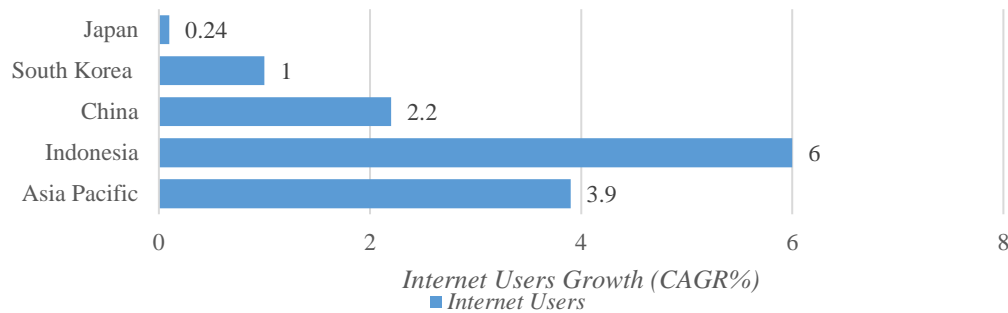
Peningkatan penggunaan internet di Indonesia terlihat dari tingginya minat masyarakat Indonesia dalam menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari khususnya instagram. Instagram menjadi alat pemasaran iklan paling sering digunakan oleh pelaku bisnis saat ini. Bookabuku.com merupakan salah satu start-up berbasis pendidikan di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas iklan bookabuku.com yang disajikan melalui instagram. Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini merupakan data primer berupa kuesioner secara online, serta data sekunder berupa studi literatur. Metode analisis yang digunakan adalah metode EPIC dan DRM. Menurut metode EPIC, hasil perhitungan EPIC rate diperoleh sebesar 3.27 yang berarti iklan sudah efektif dan sudah dapat memperkenalkan layanan bookabuku.com. Sementara dalam metode DRM, nilai direct rating sebesar 76.3 tergolong iklan hebat yang berarti memiliki kemampuan untuk mendapatkan perhatian, pemahaman, kognitif, afektif dan sikap untuk menggunakan layanan bookabuku.com.

Kata Kunci: *direct rating method, efektivitas iklan, EPIC method, start-up.*

PENDAHULUAN

Dewasa ini, perkembangan teknologi menjadi kesempatan yang menarik untuk para pengusaha lokal di Indonesia. Perkembangan *mobile internet* di Indonesia pada tahun 2015-2030 terlihat selalu mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Sebesar 19.3 % dari jumlah masyarakat

di Indonesia sudah dapat mengakses internet pada tahun 2015. Diperkirakan persentase tersebut meningkat menjadi 39.6 % pada tahun 2030 pada *digital landscape overview in Indonesia* tahun 2015 (Euromonitor International 2016). Pertumbuhan penggunaan internet di Asia Pasifik pada tahun 2015-2030 dapat dilihat pada Gambar 1.



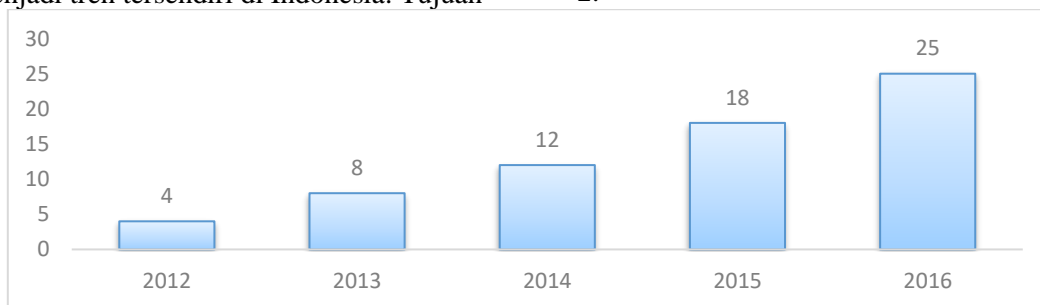
Gambar 1 Internet users growth in Asia Pasific Nation 2015-203

Sumber: Euromonitor International 2016

Berdasarkan Gambar 1, Indonesia merupakan negara dengan perkembangan pengguna internet paling besar pada perkembangan market di Asia Pasifik tahun 2015-2030. Hal tersebut mengharuskan masyarakat Indonesia dapat menggunakan dan mengontrol penggunaan internet dengan baik dan selalu melakukan tindakan yang positif. Badan Pusat Statistik (BPS) merilis perkembangan dan pembangunan teknologi, informasi dan komunikasi di Indonesia di tahun 2016, Indonesia berada di urutan 111 dari 176 negara dengan indeks sebesar 4.34 yang menjelaskan bahwa Indonesia sedang mengalami perkembangan teknologi yang sangat signifikan. Menurut data dari Kementerian Komunikasi dan Informasi Republik Indonesia pada tahun 2016, pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 82 juta orang, dan saat ini Indonesia mencapai tingkat 8 dunia dalam hal pengguna internet.

Saat ini, jual beli produk dan jasa secara online menjadi tren tersendiri di Indonesia. Tujuan

dari proses jual-beli *online* ini adalah untuk mempermudah dan mempercepat proses jual beli dengan tujuan membuat proses jual beli menjadi lebih efektif dan efisien. *Electronic commerce* (perniagaan elektronik), sebagai bagian dari *electronic business* (bisnis yang menggunakan *electronic transmission* oleh parah ahli dan pelaku bisnis) dicoba dirumuskan definisinya. Secara umum *e-commerce* dapat didefinisikan sebagai segala bentuk transaksi perdagangan/perniagaan barang atau jasa (*trade of goods and services*) dengan menggunakan media elektronik. Selain itu juga bisa dilakukan 24 jam tanpa henti. Dengan hanya melalui unit komputer yang terhubung ke internet, perusahaan dapat memasarkan produknya (Arifin 2003). Indonesia merupakan salah satu negara yang sudah menerapkan *e-commerce* dalam sistem penjualan, terbukti dengan adanya peningkatan penggunaan *e-commerce* yang konstan dari tahun 2012 sampai 2016 pada Gambar 2.



Gambar 2 Indonesia's e commerce market forecast to double in 2013

Sumber : E27 2012

Berdasarkan Gambar 2, dapat disimpulkan bahwa terjadinya peningkatan yang signifikan berdasarkan perkiraan pasar pada perkembangan penggunaan *e-commerce* di Indonesia pada tahun 2012 sampai tahun 2016. Ada beberapa jenis transaksi didalam *e-commerce*, antara lain bisnis ke

bisnis, bisnis ke konsumen, konsumen ke konsumen atau konsumen ke bisnis (Progresstech 2016). Meningkatnya globalisasi ekonomi di dunia membuka pasar yang luas bagi perusahaan. Hasil dari suatu proses yang mengacu dan diukur selama periode waktu tertentu berdasarkan ketentuan atau kesepakatan yang telah diterapkan sebelumnya (Edison 2016). Globalisasi juga mengakibatkan

batas-batas bisnis antara negara satu dengan lain semakin tidak tampak. Informasi merupakan media penting yang berperan dalam pengambilan keputusan.

Kemajuan dalam dunia *digital* ini dapat menjadi sebuah peluang maupun kesempatan bagi perusahaan. Perusahaan harus memastikan informasi yang ingin disampaikan kepada calon pengguna dapat disampaikan dengan baik, sehingga nantinya dapat menarik minat beli calon pengguna untuk menggunakan produk suatu perusahaan. Instagram menduduki peringkat ke-4 setelah youtube, facebook dan whatsapp dalam kategori media sosial paling aktif se-Indonesia. Berdasarkan pengguna aktif instagram dunia, Indonesia menduduki peringkat ketiga (20%) setelah United States dan Brazil. Sebesar 38%, instagram merupakan *platform* sosial media paling aktif dan paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia (We are social 2018).

Komunikasi pemasaran merupakan sebuah metode yang tepat untuk memanfaatkan kemajuan dunia di bidang *digital* ini. Salah satu bagian dari komunikasi pemasaran adalah periklanan (*advertising*). Periklanan merupakan salah satu bentuk promosi yang paling banyak digunakan perusahaan dalam mempromosikan produknya. Periklanan merupakan metode yang dapat digunakan oleh pelaku usaha untuk mempromosikan produknya sehingga membantu pelaku usaha mencapai tujuannya. Jumlah bisnis rintisan berbasis teknologi (*start-up*) di Indonesia di proyeksikan oleh lembaga riset CHGR (*Centre for Human Genetic Research*) bertumbuh sampai dengan 6.5 kali lipat menjadi sekitar 13000 pada 2020. Sementara itu, pada 2016, Indonesia tercatat sebagai negara yang memiliki jumlah *start up* tertinggi di Asia Tenggara, yakni 2.000-an. Perkembangan itu di topang tren transformasi

digital yang banyak diadopsi di berbagai sektor, sehingga telah mengubah lanskap bisnis, tidak hanya di negara maju, namun juga di negara berkembang, termasuk Indonesia. Minat baca di Indonesia ada di peringkat 60 dari 61 negara per tahun 2016.

Kecendrungan masyarakat yang menggunakan fitur aplikasi pada *smartphone* menjadi kesempatan yang baik untuk mengenalkan produk pengusaha agar dapat diterima oleh masyarakat banyak. Perkembangan teknologi ini pun diharapkan dapat membantu masyarakat Indonesia dalam memperoleh literasi pendidikan yang lebih baik dengan akses yang lebih mudah serta membantu mencerdaskan masyarakat Indonesia dalam hal pendidikan. Seperti halnya salah satu tujuan yang ingin dicapai pada SDGs.

SDGs (*Sustainable Development Goals*) adalah sebuah program pembangunan berkelanjutan dimana didalamnya terdapat 17 tujuan dengan 169 target yang terukur dengan tenggat waktu yang ditentukan. SDGs merupakan agenda pembangunan dunia yang bertujuan untuk kesejahteraan manusia dan planet bumi. SDGs ini diterbitkan pada tanggal 21 Oktober 2015 menggantikan program sebelumnya yaitu MDGs (*Millenium Development Goals*) sebagai tujuan pembangunan bersama sampai tahun 2030 yang disepakati oleh berbagai negara dalam forum resolusi Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) (UN 2018). Salah satu tujuan dari SDGs adalah tentang kualitas pendidikan, tujuan ini juga di terapkan oleh beberapa perusahaan yang berbasis pendidikan. Pada 2030, beberapa target SDGs no.4 akan dicapai pada tahun 2030, dengan tujuan menjamin pendidikan yang inklusif dan berkeadilan serta mendorong kesempatan belajar seumur hidup bagi semua orang.

Meningkatnya globalisasi ekonomi di dunia membuka pasar yang luas bagi perusahaan. Hal ini tentu menimbulkan persaingan bagi para perilaku pasar agar dapat mencapai perilaku kinerja yang baik (Jonhson 1996). Perkembangan tren *start-up* tidak hanya di lakukan dalam bidang *fintech* saja. Konsep *peer to peer* saat ini juga memberikan kemudahan dalam peminjaman buku seperti yang diakomodasi oleh *platform* bookabbuku. Bookabuku.com adalah platform pinjam meminjam buku secara online. Menurut data UNESCO tahun 2012, hanya satu dari 1000 orang Indonesia yang membaca. Bookabuku juga melakukan riset mendalam dalam satu tahun dan menemukan bahwa permasalahan tersebut

dikarenakan harga buku berkualitas yang relatif mahal dan akses yang sulit. Bookabuku juga menemukan bahwa terdapat 101 juta buku tersebar tiap tahun sejak tahun 2015. Sehingga untuk mengatasi permasalahan tersebut bookabuku hadir memberikan solusi dengan menciptakan platform pinjam meminjam buku fisik secara *online* pertama di Indonesia. Bookabuku menggunakan konsep *peer to peer* dalam memudahkan peminjaman buku secara online. Sebagai *start-up* berbasis pendidikan, bookabuku.com memiliki visi untuk mencerdaskan kehidupan bangsa dan

memiliki misi untuk membuat sumber pengetahuan berkualitas menjadi lebih *affordable* dan *accessible*. Bookabuku.com meraih penghargaan pada Blidz tahun 2017 yaitu sebagai *most innovative* dan *most valuable business* yang sudah berhasil memiliki pengguna lebih dari Sembilan provinsi dan 24 kota metropolitan di antaranya Bandung, Semarang dan Denpasar.

Selain bookabuku.com, saat ini sudah banyak *start-up* yang bergerak di bidang pendidikan. Seperti ruangguru.com yang didirikan pada April tahun 2014 sebagai sarana bimbingan belajar *online*, dan Zenius yang juga merupakan perusahaan yang bergerak di bidang bookabuku.com sebagai *platform* pinjam meminjam buku ini lah yang merupakan nilai yang membuat beda bookabuku.com dengan perusahaan start up memiliki tugas besar dalam mempromosikan produknya, sehingga melalui

pendidikan berbasis *digital*. Zenius didirikan pada tanggal 7 juli 2007 yang berada dibawah PT. Zenius Education (Zenius.net). Zenius menggunakan *social media* dan bekerjasama dengan berbagai komunitas dalam memasarkan produk nya. Kementerian Pendidikan dan Budaya Indonesia juga memiliki aplikasi yang berbasis pendidikan seperti ruangguru dan zenius untuk bimbingan belajar bangsa, yang bernama “Rumah Belajar” diluncurkan pada 15 Juni 2011, rumah belajar berisikan konten bahan belajar yang dapat dimanfaatkan oleh pendidik dan peserta didik Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD), Sekolah Dasar (SD) hingga Sekolah Menengah Atas/Kejuruan (SMA/SMK) sebagai sumber pembelajaran. Kegunaan dari *startup* berbasis pendidikan lainnya. Menarik minat konsumen tidak mudah, sehingga

penelitian ini akan dilihat efektivitas iklan melalui konten instagram bookabuku.com.

METODE PENELITIAN

1. Penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner pada penonton iklan Bookabuku Summer 2018 di Instagram secara online dan peneliti melakukan magang selama 6 minggu di kantor Bookabuku.com dibagian pemasaran. Waktu penelitian di laksanakan pada bulan Maret-April 2019. Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner online menggunakan *google docs*. *EPIC Model Method* dan *Direct Rating Method* adalah metode yang digunakan untuk menganalisis efektivitas dari iklan melalui instagram pada bookabuku.com. *EPIC Model* adalah model untuk mengukur efektivitas iklan yang dikembangkan oleh A.C Nielsen salah satu perusahaan peneliti pemasaran terkemuka di dunia yang mencakup empat dimensi kritis, yaitu: empati, persuasi, dampak, dan komunikasi (Empathy, Persuasion, Impact, and Communication). Dari keempat dimensi kritis tersebut akan didapatkan batasan (*range*) yang akan menentukan posisi suatu iklan (Durianto, 2003:86). Sedangkan *Direct Rating Method* merupakan salah satu alternatif metode untuk menguji efektivitas promosi pada konsumen. *Direct Rating Method DRM* memberikan beberapa alternatif kegiatan promo kepada sekelompok konsumen dan meminta mereka

untuk menentukan peringkat masing-masing kegiatan promosi tersebut (Durianto, 2003). Metode yang digunakan untuk penentuan sampel pada penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Populasi yang tidak terdefiniskan, mendorong peneliti untuk memilih 100 sampel dari pengguna *platform* bookabuku.com sebanyak lebih kurang enam juta pengguna (Sumber: Wawancara dengan CEO) dan penonton video Bookabuku Summer 2018 sebanyak 91 723 (*bookabuku's instagram analytics*) menggunakan metode slovin. Pengumpulan data pada penelitian ini akan menggunakan kuesioner *online* menggunakan *google docs*. Penentuan responden yaitu dilakukan dengan syarat yaitu penonton iklan Bookabuku Summer 2018. Variabel penelitian dan definisi operasional yang digunakan adalah *variable dependen* dan *independen*. Sementara instrumen penelitian yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Hasil dari penelitian ini adalah untuk dapat mengetahui efektivitas iklan melalui instagram bookabuku.com. Adapun indikator untuk mengetahui efektivitas iklan berdasarkan dari *EPIC Model* tersebut diantaranya : a.) empati (*empathy*) : emosi, perasaan khusus, suasana hati dan evaluasi, b.) persuasi (*persuasion*) : perilaku dan opini, emosi, keterlibatan dan pendirian, c.) dampak (*impact*) : bentuk produk, merek dan model,

d.) komunikasi (communication) : pemahaman pembaca dan kekuatan pesan.

HASIL DAN PEMBAHASAN Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini adalah penonton iklan di instagram bookabuku.com yang diteliti oleh peneliti dan memenuhi kriteria yang diinginkan oleh peneliti. Beberapa contoh responden dari penelitian ini adalah pengguna layanan bookabuku.com, pengikut akun instagram

bookabuku.com, dan penonton iklan layanan bookabuku.com di instagram. Penelitian ini bertujuan untuk menilai sejauh mana efektivitas iklan yang sudah ditonton oleh pengguna instagram yang dapat memutuskan minat untuk menggunakan layanan pinjam dan meminjam buku yang di tawarkan oleh bookabuku.com. Karakteristik responden secara rinci dijelaskan pada tabel 1.

Tabel 1 Karakteristik responden

Karakteristik	Keterangan	Jumlah (orang)	Persentase responden (%)
Jenis Kelamin	Laki-Laki	33	33
	Perempuan	67	67
Usia	16-20 Tahun	26	26
	21-25 Tahun	57	57
	26-30 Tahun	11	11
	>30 Tahun	6	6
Jabodetabek	Jakarta	23	23
	Bogor	32	32
	Depok	7	7
	Tangerang	4	4
	Tangerang Selatan	5	5
	Bekasi	8	8
	Bandung	2	2
Non Jabodetabek	Malang	4	4
	Palembang	2	2
	Padang	2	2
	Medan	2	2
	Yogyakarta	2	2
	Lainnya	7	7
Sedang menempuh pendidikan	Ya	91	91
	Tidak	9	9
Pengeluaran per bulan	< Rp500 000	6	6
	Rp500 001- Rp1 000 000	19	19
	Rp1 000 001- Rp2 000 000	37	37
	Rp2 000 001- Rp3 000 000	17	17
	Rp3 000 001- Rp4 000 000	6	6
	> Rp4 000 000	15	15

Pembahasan Hasil Penelitian

Efektivitas iklan diukur menggunakan pendekatan EPIC Model yang bertujuan untuk mengetahui dampak komunikasi iklan terhadap konsumen dalam memengaruhi keputusan pembelian. Dimensi EPIC model menjadi parameter dalam menghitung efektivitas iklan pada instagram bookabuku.com. EPIC model memiliki empat elemen yang terdiri dari empati (*emphaty*),

persuasi (*persuasion*), dampak (*impact*), dan komunikasi (*communication*). Berdasarkan hasil penelitian, terdapat hasil perhitungan dari masing-masing elemen dimensi EPIC model yang dapat menjadi acuan dasar bookabuku.com untuk meningkatkan kualitas iklan nya melalui instagram.

Dimensi empati pada iklan Bookabuku.com Summer 2018 termasuk kategori iklan yang efektif dengan skor rata-rata dimensi empati sebesar 3.27. Hal ini menunjukkan bahwa iklan tersebut dapat memberikan informasi dan pesan yang menarik sehingga disukai oleh penggunanya. Selanjutnya pada dimensi Persuasi, terdapat skor rata-rata dimensi Persuasi sebesar 3.30. Analisis dari hasil rata-rata Persuasi tersebut termasuk kategori iklan yang efektif. Hal ini menunjukkan bahwa iklan tersebut dapat meningkatkan dan menguatkan karakter Bookabuku.com dalam benak pengguna, serta memiliki dampak keinginan konsumen untuk menggunakan layanan Bookabuku walaupun masih belum maksimal.

Dimensi dampak memiliki skor rata-rata sebesar 3.23 yang termasuk kategori iklan yang efektif. Hal ini menunjukkan bahwa iklan tersebut terlihat menonjol dibanding merek lain pada kategori yang serupa dan iklan mampu melibatkan konsumen dalam pesan yang disampaikan. Dimensi terakhir dalam metode EPIC yaitu dimensi komunikasi. Hasil perhitungan pada dimensi komunikasi adalah 3.31 dan tergolong dalam kategori iklan yang efektif. Hal ini menunjukkan bahwa iklan tersebut mampu membuat konsumen mengingat pesan utama yang disampaikan dan mengerti tujuan yang dituju oleh pembuat iklan (bookabuku.com).

Hasil akhir dari EPIC *rate* adalah 3.27, dimana angka ini termasuk dalam kategori yang efektif. Hal ini memperlihatkan bahwa kinerja iklan bookabuku.com melalui konten instagram sudah efektif namun belum maksimal. Efektifnya iklan bookabuku.com melalui konten instagram, tentunya berpengaruh terhadap penggunaan *platform* pinjam meminjam buku fisik secara online tersebut. Hal ini dapat dilihat dari *instagram analytics* bookabuku.com yang memperlihatkan besarnya jumlah *impression* pengguna instagram yang melihat iklan tersebut.

Hasil yang diperoleh dari *direct rating method* adalah 76.3. Faktor-faktor pada metode *direct rating* memiliki nilai yaitu faktor perhatian sebesar 14.55, faktor pemahaman sebesar 16.05, faktor kognitif sebesar 16.00, faktor afektif sebesar 14.75 dan faktor sikap sebesar 14.95. Hasil ini menunjukkan bahwa iklan dari iklan *bookabuku summer 2018* sudah dikategorikan iklan hebat. Berdasarkan hasil tersebut, iklan *bookabuku summer 2018* sudah termasuk iklan hebat, dan dapat dikatakan mampu untuk mendapatkan perhatian, pemahaman, menggugah perasaan, dan

kemampuan iklan serta sikap terhadap iklan tersebut untuk memengaruhi minat beli konsumen atau menarik penonton iklan untuk menjadi pengguna layanan bookabuku.com.

Responden bookabuku.com menentukan beberapa metode iklan yang efektif untuk bookabuku.com melalui instagram, antara lain:

1. Instagram *ads* (salah satu kegiatan *advertising* atau iklan melalui konten berbayar di instagram untuk menjangkau *audience* yang lebih luas dan lebih ditargetkan.)
2. *Feeds* instagram Bookabuku.com (keseluruhan foto dan video yang ada di akun instagram Bookabuku. Dikarenakan dalam *feed* menampilkan semua foto atau video yang pernah di post di instagram)
3. *Instastory* Bookabuku.com (fitur instagram untuk berbagi cerita yang akan hilang setelah 24 jam)
4. *Review* dari pengguna Bookabuku.com via *instastory* (Re-post *instastory* dari pengguna Bookabuku)

Berdasarkan pernyataan tersebut, sebanyak 38% mengatakan bahwa *review* dari pengguna bookabuku.com via *instastory* lebih efektif dibandingkan metode lainnya. Meningkatkan kepercayaan calon pelanggan bookabuku.com adalah dengan memberikan bukti nyata bahwa *platform* ini baik dan layak untuk digunakan. Maka dari itu, *review* dari pengguna sangat efektif karena dapat memengaruhi calon pengguna secara langsung dengan pengalaman yang sudah di alami pengguna. Sementara itu, sebanyak 31% memilih *instagram ads* yang menjadi metode yang paling efektif dalam iklan bookabuku.com melalui instagram. *Instagram ads* merupakan salah satu kegiatan *advertising* atau iklan melalui konten berbayar di instagram untuk menjangkau *audience* yang lebih luas dan ditargetkan. Berdasarkan pengertian itulah *instagram ads* dipilih menjadi metode yang paling efektif karena pengguna instagram dapat menargetkan *audience* sesuai dengan kebutuhan.

Selanjutnya, sebanyak 24% memilih *Feeds* Instagram Bookabuku.com (keseluruhan foto dan video yang ada di akun instagram Bookabuku. Dikarenakan dalam *feed* menampilkan semua foto atau video yang pernah di *post* di instagram) sebagai metode iklan paling efektif untuk bookabuku.com. Alasan dalam memilih metode ini karena postingan di instagram *feeds* dapat memberikan banyak informasi dan bertahan lama, tidak seperti *instastory* yang hanya dapat diakses selama 24 jam. Sebanyak 7% memilih *instastory*

Bookabuku.com (fitur instagram untuk berbagi cerita yang akan hilang setelah 24 jam) sebagai metode iklan paling baik dikarenakan pengguna instagram lebih banyak menggunakan *instastory* dibanding *feeds*. Namun *instastory* hanya dapat dilihat selama 24 jam, inilah yang menjadi kekurangan dari metode iklan *instastory*. Karakteristik responden pada penelitian kali ini mencakup beberapa hal yaitu jenis kelamin, usia, domisili, pendidikan saat ini dan besar pengeluaran. Responden pada penelitian ini adalah penonton iklan di instagram bookabuku.com yang diteliti oleh peneliti dan memenuhi kriteria yang diinginkan oleh peneliti. Beberapa contoh responden dari penelitian ini adalah pengguna layanan bookabuku.com, pengikut akun instagram bookabuku.com, dan penonton iklan layanan bookabuku.com di instagram. Penelitian ini bertujuan untuk menilai sejauh mana efektivitas iklan yang sudah ditonton oleh pengguna instagram yang dapat memutuskan minat untuk menggunakan layanan pinjam dan meminjam buku yang ditawarkan oleh bookabuku.com.

IMPLIKASI KEBIJAKAN

Bookabuku.com merupakan *platform* pinjam meminjam buku fisik secara online pertama di Indonesia. Iklan yang disajikan oleh bookabuku.com melalui instagram sudah efektif dan dapat diterima oleh penonton iklan. Iklan *Bookabuku Summer 2018* sudah mampu mengomunikasikan pesan yang ingin disampaikan oleh perusahaan dengan baik. Hal tersebut belum cukup untuk membuat masyarakat menjadi pengikut akun instagram bookabuku.com. Berdasarkan penelitian dan *instagram analytics* bookabuku.com, rendahnya tingkat pengguna dan pengikut bookabuku.com terhadap iklan tersebut menjadi hal yang dapat diatasi oleh perusahaan sehingga dapat membantu perusahaan mencapai tujuannya.

Implikasi manajerial pada penelitian ini dapat dilakukan melalui pendekatan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*actuating*) dan pengawasan (*controlling*). Strategi dan perencanaan merupakan hal yang sangat penting dalam dunia *start-up*. Perencanaan yang dapat dilakukan bookabuku.com adalah tetap fokus terhadap segmentasi konsumen sehingga tujuan yang diinginkan perusahaan dapat tercapai, meningkatkan strategi pemasaran melalui instagram seperti menggunakan *influencer*, *instagram ads* dan *book's review* yang konsisten,

serta memastikan website tetap dapat digunakan saat pengguna meningkat.

Tindakan implikasi manajerial bookabuku.com terhadap struktur organisasi (*organizing*) adalah melakukan pembagian pekerjaan secara spesifik terhadap pengelolaan instagram bookabuku.com sehingga pekerjaan tersebut tetap dilaksanakan secara konsisten. Bookabuku.com dapat melakukan beberapa tindakan implikasi manajerial dalam hal pengarahan (*actuating*) seperti membuat konten instagram yang lebih mengenalkan pengguna terhadap layanan yang dimiliki oleh bookabuku.com sehingga tujuan untuk meningkatkan minat beli dapat tercapai, dan mengaktifkan kembali media sosial lain seperti twitter dan youtube sehingga dapat menjangkau banyak pengguna.

Setiap perusahaan harus dapat mempertahankan bisnisnya dengan cara melakukan evaluasi pada bisnisnya antara lain meningkatkan pelayanan *customer care* dalam rangka mengontrol (*controlling*) kepuasan pengguna bookabuku, melakukan berbagai riset efektivitas pemasaran agar dapat meningkatkan strategi pemasaran bookabuku.com menjadi lebih baik dan melakukan *instagram analytics* pada instagram bookabuku setiap bulannya sehingga perusahaan dapat tahu hal yang harus ditingkatkan dari metode iklan tersebut serta mempertahankan *customer loyal* pada bookabuku.com.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka dapat dihasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Bookabuku.com merupakan platform pinjam meminjam buku fisik secara online pertama di Indonesia. Sebagai *start-up* berbasis pendidikan, bookabuku.com sudah menerapkan beberapa metode iklan dalam promosi penjualan layanannya. Instagram merupakan media iklan utama yang digunakan bookabuku.com untuk meningkatkan minat beli layanan bookabuku.com. Konsep konten instagram yang dimiliki oleh bookabuku.com antara lain, Sunbooks (*review* buku pada hari Minggu), Fribooks (*review* buku pada hari Jumat), promosi layanan yang ditawarkan bookabuku.com dan perayaan memperingati hari-hari besar nasional maupun internasional.
2. Hasil akhir dari EPIC rate adalah 3.27 yang berarti iklan *Bookabuku Summer 2018* tergolong kategori yang efektif. Hal ini

memperlihatkan bahwa kinerja Iklan *Bookabuku Summer 2018* belum maksimal. Hal ini dapat disimpulkan bahwa iklan sudah mencapai sasaran tetapi belum memiliki dampak yang signifikan. Efektifnya iklan *bookabuku.com* melalui konten *instagram*, tentunya berpengaruh terhadap penggunaan *platform* pinjam meminjam buku fisik secara online tersebut. Hal ini dapat dilihat dari *instagram analytics* *bookabuku.com* yang memperlihatkan besarnya jumlah *impression* pengguna *instagram* yang melihat iklan tersebut.

3. Hasil yang diperoleh dari *direct rating method* adalah 76.3. Berdasarkan hasil tersebut, iklan *bookabuku summer 2018* digolongkan kedalam iklan hebat. Iklan tersebut sudah dapat dikatakan mampu untuk mendapatkan perhatian, pemahaman, menggugah perasaan, dan kemampuan iklan serta sikap terhadap iklan tersebut untuk memengaruhi minat beli konsumen atau menarik penonton iklan untuk menjadi pengguna layanan *bookabuku.com*.

Saran

1. Iklan *Bookabuku Summer 2018* sudah dikatakan efektif terlihat dari tingginya tingkat *impression* penonton iklan terhadap iklan tersebut. *Bookabuku.com* dapat lebih sering memberikan informasi mengenai layanan *bookabuku.com* di *instagram* sehingga penonton iklan dapat memiliki minat beli yang tinggi untuk menggunakan layanan *bookabuku.com*
2. Iklan *Bookabuku Summer 2018* sudah dikatakan sebagai iklan baik, namun belum maksimal. Berdasarkan hasil tersebut, *bookabuku.com* harus konsisten dalam menyampaikan konten iklan di *instagram* yang dapat menggunakan *content matrix* setiap bulannya sehingga penonton iklan dapat memiliki minat beli yang tinggi.
3. Adanya strategi untuk menarik minat beli pengikut *instagram* *bookabuku.com* seperti *review* dari pengguna *bookabuku.com* melalui *instastory*, menyampaikan informasi melalui *feeds instagram* dan menggunakan *instagram ads*.

DAFTAR PUSTAKA

Agustina L. 2013. Efektivitas Komunikasi Pemasaran Produk Olahan Pertanian Institut Pertanian Bogor di Serambi Botani, Mal Gandaria City [Skripsi]. Bogor (ID) : Institut Pertanian Bogor.

Ariestia V. 2012. Analisis Efektivitas Iklan dalam Memengaruhi Keputusan Pembelian Kartu Seluler IM3 Versi “ Im3 Seru Gratis Ga Abis Abis” (Studi Kasus Mahasiswa S1 Institut Pertanian Bogor). [Skripsi]. Bogor (ID) : Institut Pertanian Bogor.

Arifin A. 2003. *Viral Marketing: Konsep Baru Berinvestasi dan Berwirausaha*. Yogyakarta (ID) : Andi Offset.

Badan Pusat Statistik. 2017. Indeks Pembangunan Teknologi dan Informasi [Internet]. [Diunduh pada 2019 Feb 11]. Tersedia pada : <https://www.bps.go.id/>

CHGR. 2017. Jumlah bisnis rintisan berbasis teknologi (*start-up*) di Indonesia . [Internet]. [Diunduh pada 2019 Feb 11]. Tersedia pada : <http://www.chg.res.in/>.

Dharmasta BS. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta (ID) : BPFEE.

Dinda A, Rara D, Irwansyah. 2018. Efektivitas Iklan Youtube Traveloka Terhadap Keputusan Pembelian. [Skripsi]. Bandung (ID) : Telkom University.

Durianto D, Sugiarto, Widjaja AW, Supratikno H. 2003. *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif*. Jakarta (ID) : PT. Gramedia Pustaka Utama.

E27.2013. *Indonesia's e Commerce Market Forecast to Double in 2013*. [Internet]. [Diunduh pada 2019 Feb 11]. Tersedia pada : <https://e27.co/indonesian-e-commerce-market-size-to-double-in-2013-to-us-8b/>.

Edison. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung (ID) : alfabeta.

Euromonitor International. 2016. Digital Consumer Landscape: Indonesia. [Internet]. [Diunduh pada 2019 Apr 24]. Tersedia pada : <https://www.euromonitor.com/>

Graham P. 2012. *Want to start a start-up?*. [Internet]. [Diunduh pada 2019 Feb 11]. Tersedia pada : <https://www.paulgraham.com/growth.html>

Indrawati KAP, Sudiarta IN, Suardana IW. 2017. Efektivitas Iklan Melalui Media Sosial, *Facebook* dan *instagram* Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran di Krisna Oleh-Oleh Khas Bali. *Jurnal Analisis Pariwisata*. 17(2): 78-83.

Johnson PD. 1996. *Teori Sosiologi Klasik dan Modern*. Jakarta (ID). Gramedia

- Kasali R. 2007. *Manajemen Periklanan : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta (ID) : Pustaka Utama Grafiti.
- [Kominfo] Kementerian Komunikasi dan Informatika. 2018. Pengguna Internet di Indonesia [Internet]. [Diunduh pada 2019 Feb 11]. Tersedia pada : <https://kominfo.go.id/>
- Kotler P, Armstrong G. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi ke-12. Jilid 1. Jakarta (ID) : Erlangga.
- Kotler P, Keller KL. 2016. *Marketing Management, Edisi ke-15*. Pearson Education.
- Nielsen AC. 2010. *The Digital Media and Habits Attitudes of South Asian Consumers*.
- Progresstech. 2016. Jenis e-commerce [Internet]. [Diunduh pada 2019 Feb 26]. Tersedia pada : <https://www.progresstech.co.id/blog/jenis-e-commerce/>
- Rezki MA. 2019. Efektivitas Komunikasi Pemasaran Produk Kopi Lokal Pada UMKM. [Skripsi]. Bogor(ID) : Institut Pertanian Bogor.
- Ries E. 2011. *The Lean Start-up*. Amerika Serikat (USA) : Crown Publishing Group.
- Santoso, S. 2000. *Latihan SPSS Statistik*. Jakarta (ID) : Gramedia.Sari
- Sufa F, Munas B. 2012. Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Pesan Iklan, Frekuensi Penayangan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Mie Sedap. *Diponegoro Journal of Management*. 1(1) : 226-233.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung (ID) : Alfabeta
- Sulaksana U. 2007. *Integrated Marketing Communications*. Yogyakarta (ID) : Pustaka Pelajar.
- Techinasia. 2014. Strategi Bisnis Zenius [Internet]. [Diunduh pada 2019 Feb 11]. Tersedia pada : <https://id.techinasia.com/inilah-strategi-bisnis-zenius-dalam-menghasilkan-pendapatan-rp-58-milyar-sepanjang-2013-hingga-2014>.
- Tjiptono F. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta (ID) : Andi.
- UN. 2018. *Sustainable Development Goals*. [Internet]. [Diunduh pada 2019 Feb 11]. Tersedia pada : <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/> .
- We are social. 2018. Indonesian Digital Report [Internet]. [Diunduh pada 2019 Mar 30]. Tersedia pada : <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>.



ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MARACA BOOKS AND COFFEE

(The Analysis of Factors Affecting Purchasing Decision at Maraca Books and Coffee)

Haifa Fatinah Mutiksa, Ma'mun Sarma

Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB Kampus Dramaga Bogor 16680

ABSTRACT

Increased number of coffee shop visitors in Indonesia showed the level of lifestyle is increasing while the level reading interest of Indonesian people is still very low. This phenomenon tend to businessmen to develop their innovation. They make a library café, a coffee shop that also facilitate for reading many kind of books. The analytical method used are descriptive analysis and factor analysis. The results of this research show there are eight new factors that affect consumer purchasing decisions, namely interest of books and convenience of reading, quality of coffee product, quality of service, personal attractiveness, interest of coffee, eco-friendly, supporting facilities and influence of friendship.

Keywords: *factor analysis, Maraca Books and Coffee, purchasing decision,*

ABSTRAK

Meningkatnya jumlah pengunjung kafe di Indonesia menunjukkan bahwa tingkat gaya hidup yang semakin meningkat sedangkan tingkat ketertarikan membaca buku masyarakat Indonesia masih sangat rendah. Hal ini membuat para pelaku bisnis kafe untuk mengembangkan inovasi *library café* yaitu kafe yang menyediakan fasilitas membaca berbagai jenis buku. Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis faktor. Hasil penelitian terdapat delapan faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen yaitu ketertarikan buku dan kenyamanan membaca, kualitas produk kopi dan kemudahan lokasi, kualitas pelayanan, daya tarik pribadi dan promosi, ketertarikan coffee, ramah lingkungan, fasilitas pendukung dan pengaruh kerabat.

Kata Kunci: analisis faktor, keputusan pembelian, maraca books and coffee

PENDAHULUAN

Membaca buku merupakan salah satu aktivitas pembelajaran efektif untuk mendapatkan ilmu secara meluas. Kebiasaan membaca perlu dimulai sejak berada di rumah, sekolah dasar hingga di perguruan tinggi. Jika tidak dibiasakan membaca maka seseorang akan sulit untuk memahami suatu persoalan atau sulit untuk menguasai ilmu pengetahuan. Kebiasaan masyarakat Indonesia dalam membaca dan menulis terbilang cukup rendah. Berdasarkan data hasil penelitian Perpustakaan Nasional, menurut Bando (2016) Negara Indonesia menduduki ranking ke 60 dari 61 negara. Berdasarkan hal tersebut bahwa minat baca Masyarakat Indonesia terbilang rendah yaitu Masyarakat Indonesia menghabiskan waktu membaca 2 hingga 4 jam per harinya.

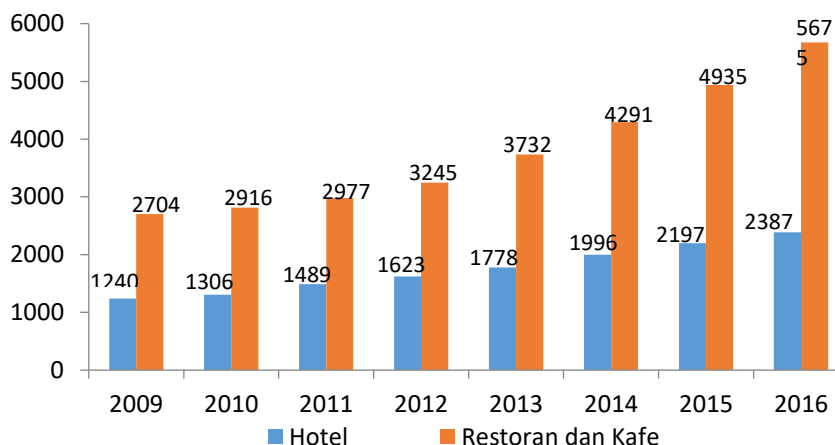
Hal ini menyiratkan bahwa minat baca masyarakat Indonesia perlu ditingkatkan. Budaya membaca merupakan faktor penting dalam

pembentukan sebuah negara yang maju. Pada era modern ini, banyak inovasi-inovasi baru perpustakaan yang didirikan bergaya modern. Peluang ini dimanfaatkan oleh para pemilik usaha untuk menyesuaikan gaya hidup masyarakat modern. Menurut Kotler (2018), gaya hidup merupakan pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya, secara tidak langsung gaya hidup akan mencirikan karakter dari keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Berbicara soal gaya hidup masyarakat yang semakin meningkat ditandai dengan meningkatnya jumlah perkembangan pariwisata di Indonesia seperti usaha hotel, restoran dan kafe yang disebut dengan istilah (Horeka). Meningkatnya jumlah pariwisata maka akan berdampak pada meningkatnya jumlah restoran atau kafe. Hal ini membuktikan bahwa jumlah perkembangan hotel, restoran dan kafe (Horeka)



meningkat dari tahun 2009 hingga tahun 2016

pada Gambar 1.



Gambar 1 Pertumbuhan Horeka (Hotel, Restoran dan Kafe) di Indonesia

Sumber : Badan Pusat Statistik (2019)

Sejalan dengan meningkatnya jumlah hotel, restoran dan kafe. Akhir-akhir ini banyaknya wisata kuliner yang mendorong usaha pada jasa makanan dan minuman. Berkaitan dengan gaya hidup masyarakat yang semakin modern ditandai dengan masyarakat yang lebih menyukai makan di tempat unik, tempat yang memiliki ciri khasnya tersendiri, nyaman, dan asik. Faktor gengsi masyarakat kota juga mempengaruhi dalam pemilihan tempat makan. Karakteristik orang dalam memilih tempat makan sangat berpengaruh, contohnya orang-orang

cenderung memilih *cafe* atau kedai kopi sebagai pilihan utama dibandingkan dengan restoran untuk berkumpul dengan kerabat, *meeting* dengan rekan kerja, mengerjakan tugas, membaca buku atau hanya untuk menikmati secangkir kopi. Saat ini banyak sekali persaingan bisnis kafe. Maka, para pemilik modal atau para pembisnis tertarik untuk mengembangkan bisnis kafe. Hal ini membuktikan bahwa jumlah perkembangan kafe di kota bogor meningkat dari tahun 2013 hingga tahun 2018 pada Tabel 1.

Tabel 1 Perkembangan jumlah kafe di Kota Bogor

Tahun	Jumlah Kafe	Pertumbuhan (%)
2013	60	-
2014	103	71.6
2015	128	24.2
2016	149	16.4
2017	158	6.04
2018	210	32.9

Sumber : Badan Pendapatan Daerah Kota Bogor (2019)

Berdasarkan Tabel 1, dapat dilihat bahwa jumlah kafe meningkat setiap tahunnya. Pertumbuhan restoran yang paling signifikan pada tahun 2014 yaitu sekitar 71.6% dan pertumbuhan paling kecil pada tahun 2017 yaitu sekitar 6.04%. Peningkatan ini berdampak pada persaingan antar pemilik bisnis kafe dan menuntut setiap pelaku bisnis untuk melakukan diferensiasi produk yang disajikan dalam kafe. Perkembangan kafe saat ini mulai menyesuaikan gaya hidup masyarakat modern yaitu kafe yang bergaya perpustakaan. Biasanya perpustakaan identik sebagai tempat yang hening dan tidak dapat melakukan banyak hal termasuk tidak dapat makan dan minum. Namun, sekarang banyak inovasi didalamnya

yang memadukan antara perpustakaan dengan kafe yang didalamnya konsumen dapat minum atau makan, suatu hal yang tidak biasa dijumpai pada perpustakaan konvensional. Kafe yang didesain dengan berbagai koleksi buku ini dapat menyediakan layanan membaca buku yang santai sambil menikmati hidangan makanan atau minuman dan juga dapat berkumpul atau diskusi dengan teman. Munculnya beberapa kafe yang mengusung konsep *library cafe* dengan memadukan konsep tempat makan atau minum yang menyatu dengan perpustakaan didalamnya.

Ada beberapa kafe yang bernuansa perpustakaan di Jabodetabek. Lebih dari satu kafe yang berdiri pada kota-kota besar seperti di Kota

Jakarta dan Kota Depok yang sudah menyanggah konsep *library café*. Tetapi di Kota Bogor hanya satu yang menyanggah konsep kafe bernuansa perpustakaan yaitu *Maraca Books and Coffee* yang berlokasi di dua tempat *Maraca Books and Coffee 1* berdiri pada bulan Maret 2016 yang berada di Jalan Harupat no 9a, Babakan, Bogor

Tengah, Kota Bogor dan *Maraca Books and Coffee 2* yang berada di Jalan Salak no 22 Bogor berdiri pada bulan Mei 2018. Pada Tabel 2 memperlihatkan beberapa kafe di Jabodetabek yang mengusung konsep kafe bernuansa perpustakaan yang dapat dilihat pada Tabel 2.

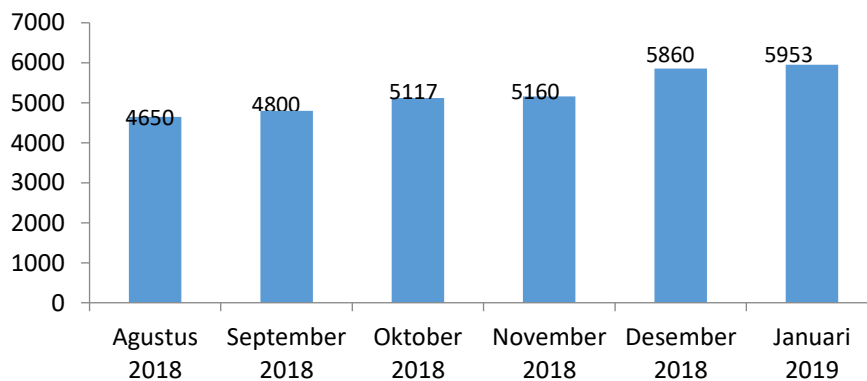
Tabel 2 Kafe bernuansa Perpustakaan di Jabodetabek

No	Nama	Alamat
1	Reading Room	Jl. Kemang Timur Raya No. 57 A-B Kemang, Jakarta Selatan
2	Perpustakaan Freedom	Jl. Proklamasi No. 41, Cikini. Jakarta Pusat.
3	Bookshelf	Jl. Cinere Raya No. 43 Cinere, Depok
4	Zoe Cafe and Library	Jl. Margonda Raya No. 27, Depok
5	Maraca Books and Coffee 1	Jl. Jalak Harupat No.9a, Babakan, Bogor Tengah, Kota Bogor
6	Maraca Books and Coffee 2	Jl. Salak No 22 Bogor 16151

Sumber : Data diolah (2019)

Maraca books and Coffee merupakan salah satu jenis usaha di bidang kafe. *Maraca Books and Coffee* memiliki tujuan untuk meningkatkan pelayanan kafe yang nyaman dan menyediakan buku-buku bagi para pelanggan agar meningkatkan motivasi dan minat baca. *Maraca Books and Coffee* menjual berbagai jenis kopi, teh, dan minuman lainnya. Selain itu, kafe ini juga menawarkan berbagai jenis makanan dari mulai makanan ringan dan makanan berat dengan berbagai varian harga. Dengan menghadirkan

fasilitas yang tiada duanya di Kota Bogor yaitu kafe yang memiliki berbagai koleksi buku. Persaingan kafe di Kota Bogor membuat *Maraca Books and Coffee* harus terus berinovasi. Sehingga para pemilik bisnis harus dapat mengetahui dan memahami kebutuhan konsumen agar konsumen dapat menikmati fasilitas dan kenyamanan yang diberikan kafe tersebut. Berikut data perkembangan jumlah konsumen *Maraca Books and Coffee* sejak bulan Agustus 2018 hingga bulan Januari 2019.



Gambar 2 Perkembangan jumlah konsumen *Maraca Books and Coffee* selama enam bulan
 Sumber : *Maraca Books and Coffee* (2019)

Gambar 2 merupakan hasil penjumlahan konsumen yang datang di *Maraca Books and Coffee 1* dan *Maraca Books and Coffee 2* selama enam bulan terakhir adanya peningkatan jumlah konsumen setiap bulannya, jumlah ini didapatkan berdasarkan wawancara dengan pemilik kafe. Jumlah pengunjung terus mengalami kenaikan setiap bulannya. Pada bulan November hingga bulan Desember terjadi kenaikan jumlah pelanggan yang cukup signifikan. Karena pada bulan tersebut merupakan akhir tahun dimana

banyak anak sekolah, mahasiswa, maupun orang yang bekerja kantoran yang libur. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah konsumen *Maraca Books and Coffee* terus meningkat. Peningkatan jumlah konsumen menuntut para pemilik usaha untuk memperluas pangsa pasar agar dapat meningkatkan jumlah konsumen.

Pada perkembangan usaha jenis kafe yang menyajikan fasilitas buku-buku didalamnya agar menarik minat konsumen untuk membaca buku. Berkembangnya *library café* di Kota Bogor

sebagai peluang untuk mendorong minat baca masyarakat khususnya di Kota Bogor agar tergerak untuk membaca dengan cara menyajikan buku-buku yang beragam sesuai dengan kebutuhan konsumen yang datang ke kafe. Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji lebih lanjut bagaimana *Maraca Books and coffee* menjadi satu-satunya kafe yang menyanggah konsep *library cafe* di Kota Bogor agar bertahan dengan berbagai persaingan usaha kafe.

Penelitian dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen yang berkunjung ke *Maraca Books and Coffee*. Analisis dilakukan untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen yang datang ke kafe seperti untuk membaca buku, menikmati kopi yang disajikan dan berkumpul dengan teman. Analisis faktor digunakan untuk mengkaji atau mensegmentasi konsumen yang datang ke kafe. Sehingga pemilik bisnis dapat mengetahui inovasi produk, menjaga kualitas produk, kenyamanan fasilitas kafe seperti buku-buku yang terdapat dalam kafe, dan pelayanan yang terdapat dalam kafe.

METODE PENELITIAN

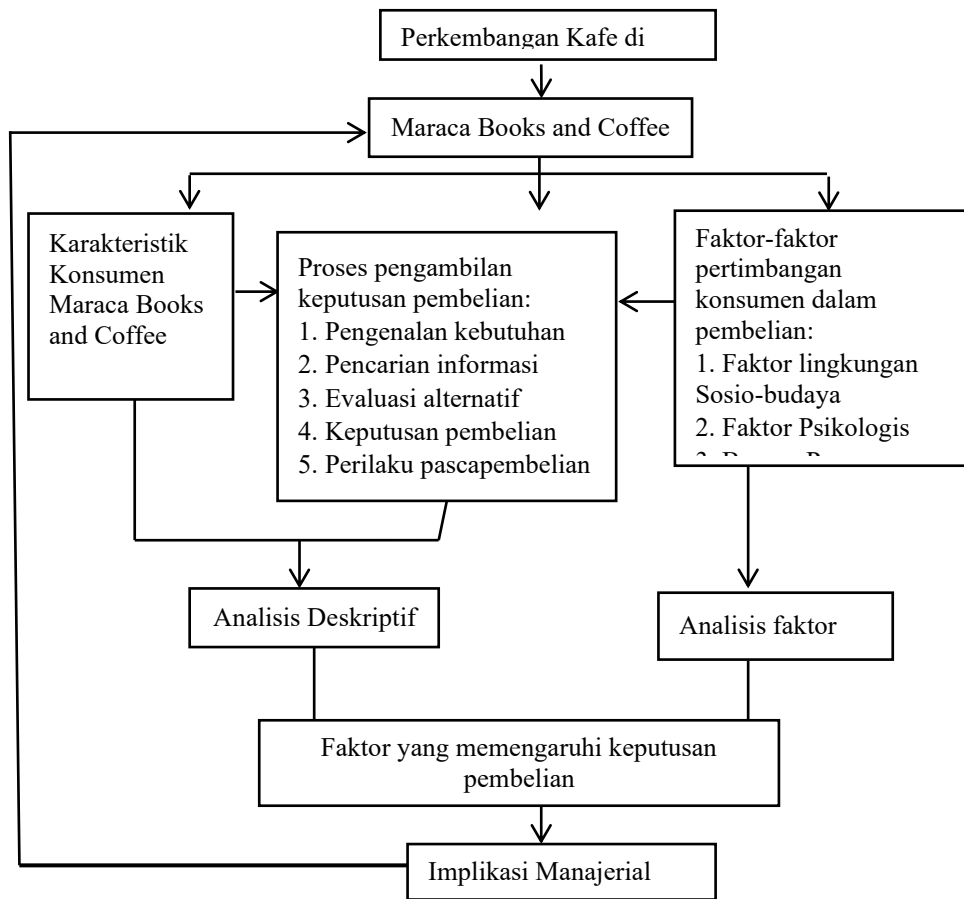
Perkembangan bisnis kafe membuat para pelaku bisnis terus berinovasi dalam memasarkan produknya dan persaingan dalam memberikan kenyamanan fasilitas. Salah satu keutamaan kafe ini adalah kafe yang menyajikan berbagai macam koleksi buku seperti layaknya *library café*. Ketatnya persaingan bisnis kafe membuat *Maraca Books and Coffee* terus berinovasi serta perlu memberikan pengalaman terbaik kepada pelanggan yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Inovasi-inovasi baru dibutuhkan pelaku bisnis untuk mengembangkan bisnisnya. Berdasarkan paparan tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian di *Maraca Books and Coffee*.

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan *Maraca Books and Coffee* agar dapat mengetahui karakteristik Konsumen yang datang dan proses pengambilan keputusan menggunakan teori Kotler dan Keller (2018) yaitu (1) pengenalan kebutuhan, (2) pencarian informasi, (3) evaluasi alternatif, (4) keputusan pembelian, dan (5) hasil pasca pembelian. Jenis data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini merupakan data dari pengamatan langsung, penyebaran kuesioner kepada konsumen yang mengunjungi *Maraca Books and Coffee* dan wawancara kepada pemilik restoran. Data sekunder dalam penelitian ini

merupakan data dari berbagai sumber mengenai informasi yang berhubungan dengan penelitian, seperti studi kepustakaan, studi literatur, data yang bersumber dari buku, teori-teori pencarian data yang berasal dari internet, hasil penelitian skripsi terdahulu, hasil penelitian jurnal, serta bahan data yang sudah ada.

Cara untuk mendapatkan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* dan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu sampel diambil dari konsumen yang sesuai dengan persyaratan dan memiliki kriteria. Penentuan responden dilakukan berdasarkan syarat yaitu responden berusia >17 tahun karena dianggap dapat memenuhi persyaratan dalam pemilihan sebuah produk dan konsumen yang sudah mengunjungi *Maraca Books and Coffee* minimal 2 kali dalam kurun waktu 6 bulan terakhir yaitu pada bulan Agustus 2018 sampai dengan bulan Januari 2019 yang rata-rata berjumlah 6308 orang perbulan. Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Slovin didapatkan hasil sebanyak 98.43, maka responden yang didapatkan 98.13 setara dengan 98 orang, namun dibulatkan menjadi 100 responden untuk mempermudah perhitungan. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif sedangkan untuk menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *Maraca Books and Coffee* dapat dilakukan dengan menggunakan analisis faktor. Analisis faktor digunakan untuk meringkas atau mereduksi variabel amatan secara keseluruhan menjadi beberapa variabel baru dan variabel yang terbentuk dapat merepresentasikan variabel utama. Dalam menentukan variabel faktor yang berpengaruh berdasarkan teori Shiffman dan Kanuk (2018) yaitu melalui tiga tahapan diantaranya (1) faktor lingkungan sosio-budaya meliputi budaya, keluarga, sumber informasi, sumber non komersial lain, kelas sosial (2) faktor psikologis meliputi motivasi dan persepsi (3) faktor bauran pemasaran meliputi produk, harga, promosi, harga, tempat, proses, personal, bukti fisik dan produktivitas & kapasitas. Alat analisis yang digunakan adalah *Statistical Package for the Social Science* (SPSS) versi 23. Setelah melakukan analisis tersebut, selanjutnya penelitian ini akan menghasilkan faktor-faktor yang berpengaruh dalam keputusan pembelian. Hasil penelitian ini digunakan untuk menyusun saran dan rekomendasi strategi alternatif bagi pihak kafe yang nantinya akan berdampak pada peningkatan pendapatan kafe. Kerangka pemikiran dapat dilihat pada Gambar 3.





Gambar 3 Kerangka Pemikiran

TIDAK ADA PROGRAM IMPLIKASI KEBIJAKAN

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Konsumen

Responden Maraca Books and Coffee dalam penelitian ini adalah pelanggan Maraca Books and Coffee 1 dan pelanggan Maraca Books and Coffee 2 yang berumur lebih dari 17 Tahun dan pernah berkunjung ke Maraca Books and Coffee 1

maupun 2 lebih dari 2 kali dalam kurun waktu 6 bulan terakhir yaitu pada bulan September 2018 sampai bulan Februari 2019. Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis karakteristik konsumen Maraca Books and Coffee. Karakteristik konsumen dilihat dari jenis kelamin, tempat tinggal, usia, status pernikahan, pendidikan terakhir, pekerjaan dan pendapatan rata-rata. Jumlah total responden penelitian ini sebanyak 100 orang, hasilnya dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3 Karakteristik responden Maraca Books and Coffee

Karakteristik	Persentase (%)
Jenis Kelamin	
Laki-laki	30
Perempuan	70
Domisili	
Bogor	96
Luar Bogor	4
Usia	
17 – 24 Tahun	65
25 – 32 Tahun	32
33 – 40 Tahun	3
Status Pernikahan	
Menikah	12
Belum Menikah	88
Pendidikan Terakhir	
SMA/SMK	35
Diploma (D1/D2/D3)	12

Perguruan Tinggi (S1/S2/S3)	51
Lainnya	2
Pendapatan/Uang Saku	
<Rp 1 000 000	14
Rp 1 000 001 – Rp 3 000 000	45
Rp 3 000 001 – Rp 6 000 000	32
Rp 6 000 001 – Rp 9 000 000	3
Rp 9 000 001 – Rp 12 000 000	1
>Rp 12 000 000	5

Sumber : Data diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 3, responden *Maraca Books and Coffee* didominasi oleh pelanggan berjenis kelamin perempuan yaitu sekitar 70% dan pelanggan laki-laki sekitar 30%. Hal itu dikarenakan perempuan lebih banyak menghabiskan waktu di kafe untuk berkumpul dengan temannya, berdiskusi dan mengerjakan tugas dibandingkan dengan pria. Pengunjung *Maraca Books and Coffee* didominasi oleh orang-orang yang tinggal di Bogor sekitar 96 % Mayoritas pengunjung *Maraca Books and Coffee* berusia 17 – 24 tahun sekitar 65%. Hal tersebut mengindikasikan bahwa usia tersebut tergolong usia produktif dengan tingkat mobilitas yang tinggi.

Mayoritas responden yang datang ke *Maraca Books and Coffee* berstatus belum menikah sekitar 88% dan yang menikah sekitar 12%. Hal ini menandakan bahwa pengunjung *Maraca Books and Coffee* adalah anak muda milenials atau orang-orang yang suka *hangout* ke kafe dan berstatus mahasiswa di perguruan tinggi sebesar 51%, hal ini dikarenakan banyak pelanggan yang mengerjakan tugas dan membaca buku. Pendapatan rata-rata perbulan pelanggan yang tertinggi pertama sebesar Rp 1 000 000 – Rp

3 000 000 sebanyak 45%, hal ini dikarenakan banyak pelanggan maraca yang didominasi oleh mahasiswa yang belum berpenghasilan dan 32% memiliki pendapatan sebesar Rp 3 000 000 – Rp 6 000 000, hal ini dikarenakan upah minimum kota atau kabupaten (UMK) lebih dari Rp 3 000 000 di Kota Bogor.

Proses Keputusan Pembelian Maraca Books and Coffee

Keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller (2018) terdiri dari lima tahapan proses keputusan pembelian yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Hasil kuesioner dari beberapa pendapat responden *Maraca Books and Coffee* terkait tujuan mengunjungi, Harapan berkunjung, darimana mendapat informasi kafe, alasan mengunjungi kafe, cara memutuskan dalam melakukan pembelian, biasanya datang bersama, waktu paling sering pergi ke kafe, rentang waktu makan di kafe dalam 1 bulan, kepuasan konsumen, fasilitas yang perlu diperbaiki dan minat untuk datang kembali. Hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4 Proses pengambilan keputusan pembelian Maraca Books and Coffee

Tahapan Pengambilan Keputusan			Persentase (%)
Pengenalan Kebutuhan	Tujuan utama berkunjung ke kafe	Membaca Buku	11
		Cita rasa makanan	10
		Bertemu partner bisnis	8
		Berkumpul dengan teman-teman	34
		Tempat yang nyaman	26
		Untuk tempat belajar	8
		Lainnya	3
		Menikmati suasana nyaman	27
		Dapat membaca buku	10
		Menghilangkan rasa penat dan stress	26
Pencarian Informasi	Harapan utama berkunjung ke kafe	Dapat mengerjakan tugas	15
		Mengonsumsi produk	21
		Lainnya	1
		Pribadi (keluarga, teman, tetangga)	47
		Darimana mendapat informasi terkait	
		Media sosial (instagram, twitter, line,	40

	kafe	whatsapp)	
		Media cetak (Koran, majalah, buku, buku)	1
		Menikmati pelayanan langsung tanpa rekomendasi	10
			2
Evaluasi Alternatif	Alasan utama melakukan pembelian di kafe	Banyak jenis buku yang tersedia	10
		Lokasi yang mudah dicapai	18
		Tempat dan ruang baca yang nyaman	22
		Cita rasa makanan dan minuman	15
		Harga yang terjangkau	13
		Pelayanan yang ramah	13
		Terdapat menu yang bervariasi	7
		Lainnya	2
Keputusan Pembelian	Cara memutuskan melakukan pembelian	Terencana (dijadwalkan jauh-jauh hari)	11
		Tergantung keadaan	39
		Mendadak ketika melihat kafe	20
		Dipengaruhi media cetak dan elektronik	6
		Dipengaruhi oleh orang lain	15
		Jika ada promo	6
		Jika ada event workshop	3
Keputusan pembelian	Bersama siapa melakukan proses pembelian	Sendiri	19
		Teman	61
		Keluarga	6
		Rekan Kantor/ Sekolah	14
	Kapan waktu berkunjung ke kafe	Libur sekolah	3
		Libur tanggal merah	6
		Hari kerja	34
		Akhir pekan	22
		Weekend	30
		Lainnya	5
	Dalam sebulan mengunjungi	Satu Kali	52
		Dua Kali	26
		Tiga Kali	9
		Empat Kali	4
		Lebih dari empat kali	9
Pasca pembelian	Kepuasan dalam pelayanan kafe	Tidak puas	-
		Kurang puas	4
		Puas	75
		Sangat Puas	21
	Fasilitas yang perlu diperbaiki	Kebesihan	13
		Dekorasi Kafe	15
		Wifi	14
		Mushola	31
		Pelayanan pada pengunjung	8
		Area parker	11
		Lainnya	8
	Berminat untuk datang kembali	Ya	93
		Ragu-ragu	7
		Tidak	-

Sumber : Data diolah (2019)

1. Pengenalan Kebutuhan
Tahapan pengenalan kebutuhan dimulai dengan tahapan yang pertama yaitu tujuan utama

responden dalam mengunjungi *Maraca Books and Coffee*. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa 34% pelanggan datang ke kafe bertujuan untuk

berkumpul bersama teman-teman. Setelah itu, jawaban kedua 26% responden menjawab karena memiliki tempat yang nyaman. Tahapan yang kedua yaitu harapan utama pelanggan mengunjungi *Maraca Books and Coffee* yaitu didominasi oleh 27% pelanggan yang berharap ingin mendapatkan sistusi tempat yang nyaman. Kemudian, yang kedua 26% pelanggan yang ingin menghilangkan rasa penat dan stress.

2. Pencarian Informasi

Tahapan pencarian informasi sebuah produk atau jasa dimulai dengan darimana seseorang mendapatkan informasi terkait hal tersebut. Dari hasil jawaban responden pengunjung *Maraca Books and Coffee* 47% responden menjawab mendapatkan informasi dari keluarga, teman dan tetangga. Yang kedua sekitar 40% orang mendapatkan informasi dari sosial media, whatsapp, line, twitter. Karena peran media sosial begitu penting dalam penyebaran informasi yang berlangsung secara cepat.

3. Evaluasi Alternatif

Dalam evaluasi alternatif dimulai dengan alasan utama pelanggan dalam melakukan proses pembelian dikafe yaitu sekitar 22% orang menjawab memilih datang ke *Maraca Books and Coffee* dikarenakan memiliki tempat dan ruang baca yang nyaman. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pengunjung kafe tertarik untuk membaca buku dan kafe ini menyediakan fasilitas seperti tersedianya buku-buku yang memberikan kenyamanan untuk pelanggan yang gemar membaca buku.

4. Keputusan Pembelian

Pada proses keputusan pembelian dimulai dengan cara pelanggan memutuskan melakukan pembelian di kafe yaitu didominasi oleh 39% responden memutuskan pembelian dikarenakan bergantung pada keadaan. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata orang yang datang ke *Maraca Books and Coffee* tidak terencana bergantung pada keadaan pribadi para pelanggan. Alasan kedua orang memutuskan melakukan pembelian karena mendadak saat melihat kafe. Hal tersebut menunjukkan bahwa lokasi *Maraca Books and Coffee* sangat strategis yang terletak di pinggir jalan agar memudahkan orang-orang berkunjung ke kafe.

Proses keputusan pembelian yang kedua yaitu sekitar 61% responden memilih berkunjung ke *Maraca Books and Coffee* bersama teman, lalu yang kedua sekitar 19% pelanggan pergi ke *Maraca Books and Coffee* pergi sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa teman sangat mempengaruhi orang dalam memutuskan pembelian. Dari segi waktu orang mengunjungi sebuah kafe sekitar 34 % responden berujung ke kafe pada saat hari

kerja. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup orang-orang cenderung menyukai kafe sebagai tempat berkunjung kedua setelah bekerja. Proses keputusan pembelian yang ketiga yaitu dalam satu bulan sekitar 52% pelanggan mengunjungi *Maraca Books and Coffee* satu kali. Kemudian, sekitar 26% pelanggan mengunjungi kafe dua kali. Hal ini menunjukkan bahwa karena gaya hidup makan makanan di luar rumah atau nongkrong sudah menjadi hal yang biasa dilakukan orang-orang.

5. Hasil Pasca Pembelian

Pada pasca pembelian kepuasan sangatlah penting untuk menentukan apakah pelanggan akan datang lagi ke kafe tersebut atau tidak. Dari hasil survey terdapat 75% pelanggan merasa puas dan 21% merasa sangat puas. Hasil tersebut menunjukkan bahwa rata-rata pengunjung *Maraca Books and Coffee* merasa puas. Beberapa fasilitas yang harus diperbaiki yaitu 31% pelanggan memberi saran bahwa mushola harus diperbaiki dan sekitar 15% pelanggan menyarankan bahwa dekorasi kafe harus diperbaiki. Dari segi minat konsumen dalam mengunjungi kafe *Maraca Books and Coffee* sekitar 93% pelanggan berniat untuk mengunjungi kembali dan 7% pelanggan merasa ragu-ragu untuk berkunjung kembali.

Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian

Pada penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh pada keputusan pembelian di *Maraca Books and Coffee* menggunakan analisis faktor. Analisis ini memiliki tujuan untuk mengidentifikasi hubungan antar variabel. Hasil dari analisis ini dapat digunakan untuk pihak kafe untuk mengetahui faktor-faktor apa yang memutuskan konsumen untuk melakukan pembelian. Dalam penelitian ini terdapat 30 indikator yaitu (1) nilai, (2) Kebiasaan, (3) usia, (4) pendapatan, (5) keluarga, (6) teman, (7) informasi mutu kopi, (8) informasi *library cafe*, (9) adanya workshop parenting, (10) konsep restoran *less waste*, (11) tujuan membaca buku, (12) berkumpul dengan teman, (13) menikmati kopi, (14) keinginan membaca buku, (15) kecepatan pelayanan, (16) kelengkapan buku, (17) keterbaruan buku, (18) gaya hidup, (19) aroma kopi sesuai, (20) mengisi waktu luang, (21) biasa mengonsumsi kopi, (22) cita rasa yang sesuai, (23) variasi menu beragam, (24) harga yang terjangkau, (25) harga sesuai dengan rasa, (26) lokasi mudah ditemukan, (27) nyaman untuk membaca, (28) fasilitas penunjang, (29) promo menarik di instagram, (30) potongan harga.

Tahap pertama pengolahan data dimulai dengan *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) dan *Measure*

of Sampling Adequacy (MSA) memiliki nilai sebesar 0.723 dan nilai *Chi-Square* pada *Barlett Test of Sphericity* sebesar 1236.871 dengan

signifikansi 0.000. Data ini dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5 Kaiser Meyer Olkin dan Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy	.723
Bartlett's Test of Approx. Chi-Square	1236.871
Sphericity Df	351
Sig.	.000

Sumber : Data diolah (2019)

Berdasarkan tabel tersebut, nilai KMO dan MSA > 0.5 maka 30 variabel yang diteliti dapat diproses lebih lanjut. Angka *Barlett Test* dalam *Chi-Square* memiliki nilai signifikansi yaitu 0.000 maka telah memenuhi kriteria. Kemudian analisis selanjutnya yaitu melihat tabel *Anti image covariance* dan *Anti image correlation* untuk mengetahui korelasi parsial antar variabel. Pada *Anti Image Matrics* digunakan untuk mengetahui dan menentukan variabel mana saja yang layak digunakan untuk analisis. Pada bagian *Anti Image Correlation*, terdapat tanda (a) yang berada dibagian kanan atas nilai merupakan tanda untuk *Measure of Sampling Adequacy*. Persyaratan yang harus terpenuhi adalah nilai MSA > 0.5, berdasarkan output diketahui semua nilai > 0.5 kecuali variabel X3, X4 dan X18. Oleh karena itu variabel yang digunakan untuk analisis adalah semua variabel kecuali X3, X4 dan X18.

Karena ada 3 variabel yang tidak memenuhi syarat, maka selanjutnya melakukan analisis faktor ulang yaitu dengan tidak melibatkan (X3) usia, (X4) pendapatan dan (X18) gaya hidup. Hasil pengolahan data ulang menunjukkan bahwa ada 27 variabel yang memenuhi syarat yaitu memiliki nilai *Anti Image Correlations* > 0.5. Sehingga tidak ada variabel yang harus dikeluarkan dan 27 variabel layak memenuhi kriteria untuk proses uji analisis faktor selanjutnya. Analisis selanjutnya melihat pada tabel *communalities* ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel yang digunakan mampu menjelaskan faktor atau tidak. Variabel dikatakan mampu menjelaskan faktor apabila nilai *Extraction*>0.5. Berdasarkan hasil analisis faktor dapat diketahui untuk semua variabel mempunyai nilai *extraction* > 0.5 sehingga semua variabel dapat dipakai untuk menjelaskan faktor. Variabel

communalities yang terbesar yaitu (X14) keinginan membaca buku dan variabel yang terkecil yaitu (X20) mengisi waktu luang.

Tahap selanjutnya yaitu melihat tabel *Total Variance Explained* dapat dilihat pada Lampiran 8. Dalam tabel tersebut dapat dilihat nilai *eigenvalue* ≥ 1 terdapat 8 faktor baru yang memiliki nilai lebih dari sama dengan 1. Keragaman data pada penelitian ini sebesar 23.396 % yang artinya faktor-faktor tersebut dapat menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di *Maraca Books and Coffee*. Selanjutnya yaitu proses akhir dilihat pada tabel *Rotated Component Matrix*.

Pada *Component matrix* ini terdiri dari komponen nilai yang menjelaskan korelasi antara variabel dengan faktor yang terbentuk. Semakin besar korelasi antara variabel dengan faktor maka variabel itu akan menjadi komponen pembentuk faktor. Variabel yang berada dalam 1 faktor mempunyai hubungan yang lebih erat dibandingkan dengan hubungan variabel di dalam faktor lain. Pada proses rotasi menggunakan varimax dengan tujuan untuk mengetahui suatu variabel masuk kedalam faktor-faktor tertentu. Untuk menginterpretasi faktor baru yang terbentuk tersusun atas beberapa variabel yang memiliki nilai *factor loading* minimal 0.5. Jika ada faktor yang dibawah 0.5 maka harus dikeluarkan. Dalam penelitian ini terdapat tiga indikator yang kurang dari 0.5 yaitu (X2) kebiasaan , (X20) mengisi waktu luang, (X28) fasilitas penunjang, (X29) promo menarik di instagram. Hasil akhir terbentuknya faktor-faktor yang baru yang akan diberi nama faktor baru yang dapat mewakili indikator - indikator variabel. Faktor baru yang terbentuk ada delapan ditunjukkan pada Tabel 6.

Tabel 6 Delapan faktor baru yang memengaruhi keputusan pembelian di Maraca Books and Coffee

Nomor faktor	Indikator	Factor loading	Nama faktor baru
1	Tujuan membaca buku (X11)	0.851	Ketertarikan buku dan kenyamanan membaca
	Keinginan membaca buku (X14)	0.908	
	Kelengkapan buku (X16)	0.675	
	Keterbaruan buku (X17)	0.636	
	Nyaman untuk membaca (X27)	0.741	
2	Nilai (X1)	0.662	Kualitas produk kopi

	Aroma Kopi yang sesuai (X19)	0.711	dan kemudahan lokasi
	Cita rasa yang sesuai (X22)	0.583	
	Harga yang sesuai rasa (X25)	0.804	
	Lokasi mudah ditemukan (X26)	0.661	
3	Kecepatan pelayanan (X15)	0.643	Kualitas pelayanan
	Variasi menu beragam (X23)	0.716	
	Harga terjangkau (X24)	0.596	
4	Keluarga (X5)	0.821	Daya tarik pribadi dan promosi
	Adanya workshop <i>parenting</i> (X9)	0.781	
	Potongan harga (X30)	0.554	
5	Informasi mutu kopi (X7)	0.607	Ketertarikan Kopi
	Menikmati kopi (X13)	0.846	
	Biasa mengonsumsi kopi (X21)	0.807	
6	Konsep kafe <i>less waste</i> (mengurangi limbah) (X10)	0.695	Ramah lingkungan
7	Informasi library café (X8)	0.691	Fasilitas pendukung
	Berkumpul dengan teman (X12)	0.798	
8	Teman (X6)	0.759	Pengaruh pertemanan

Sumber : Data diolah (2019)

Faktor ketertarikan buku dan kenyamanan membaca

Faktor yang pertama terbentuk adalah faktor ketertarikan buku dan kenyamanan membaca pada tabel 6. Hasil faktor pertama dapat dilihat dari hasil analisis faktor yang terdiri dari lima indikator yaitu (X11) tujuan membaca buku, (X14) keinginan membaca buku, (X16) kelengkapan buku, (X17) keterbaruan buku, (X27) nyaman untuk membaca. Faktor yang memiliki nilai *factor loading* paling besar 0.908 yaitu keinginan membaca buku dan *factor loading* paling kecil 0.636 yaitu keterbaruan buku. Faktor ini memiliki nilai *eigenvalues* 6.317 dan menjelaskan 23.396% variasi. Dapat diketahui faktor satu sangat berpengaruh pada keputusan pembelian di *Maraca Books and Coffee*. Dapat disimpulkan bahwa faktor ketertarikan buku sangat berpengaruh pada kedatangan konsumen ke kafe dan faktor ini menjadi faktor pertama yang sangat berpengaruh.

Kualitas produk kopi dan kemudahan lokasi

Faktor kedua yang terbentuk dari penelitian ini adalah kualitas produk kopi dan kemudahan lokasi dapat dilihat pada tabel 6. Hasil faktor kedua terbentuk dari lima indikator yaitu (X1) nilai, (X19) aroma kopi yang sesuai, (X22) cita rasa sesuai, (X25) Harga sesuai rasa, (X26) lokasi mudah ditemukan. Dari kelima indikator tersebut, terlihat bahwa indikator (X25) harga yang sesuai rasa memiliki nilai *factor loading* tertinggi yaitu 0.804. Hasil itu menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan kafe *Maraca Books and Coffee* sesuai atau rasional bagi konsumen. Indikator yang memiliki nilai *factor loading* terendah sebesar 0.583 yaitu cita rasa yang sesuai. Faktor

dua memiliki nilai *eigenvalues* sebesar 3.149 yang dapat menjelaskan 11.664% variasi. Dalam penelitian ini kualitas produk memiliki kedudukan faktor kedua yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di *Maraca Books and Coffee*.

Kualitas pelayanan

Penelitian ini menghasilkan faktor ketiga yaitu kualitas pelayanan. Hasil faktor yang terbentuk terdiri dari tiga indikator yaitu (X15) kecepatan pelayanan, (X23) variasi menu beragam, (X24) harga yang terjangkau. Dari beberapa indikator yang terbentuk ada satu indikator yang memiliki nilai *factor loading* tertinggi sekitar 0.716 yaitu (X23) variasi menu beragam. Kafe *Maraca Books and Coffee* terbukti memiliki menu yang banyak karena memiliki beragam varian minuman yang disajikan. Sedangkan (X24) harga yang terjangkau memiliki kedudukan *factor loading* terendah sekitar 0.596. Pada faktor tiga terdapat nilai *eigenvalues* 2.137 dan memiliki 7.914 % varian yang dapat menjelaskan penelitian ini.

Daya tarik pribadi dan promosi

Daya tarik pribadi terbentuk dari faktor keempat penelitian ini. Faktor ini dibentuk dari tiga indikator yaitu (X5) keluarga, (X9) adanya *workshop parenting*, (X30) potongan harga. Indikator (X5) keluarga memiliki nilai *loading factor* terbesar yaitu sekitar 0.821. Hal ini dapat dibuktikan bahwa di *Maraca Books and Coffee 2* banyak pelanggan yang datang bersama keluarganya. Indikator terendah yaitu (X30) potongan harga memiliki nilai *factor loading* sebesar 0.554.

Ketertarikan Kopi

Faktor kelima yang terbentuk pada penelitian ini adalah ketertarikan kopi dimana faktor ini tersusun dari tiga indikator pendukung yaitu (X7) informasi mutu kopi, (X13) menikmati kopi, (X21) biasa mengonsumsi kopi. Dari ketiga indikator tersebut (X13) menikmati kopi memiliki nilai *loading factor* terbesar yaitu sekitar 0.846. Indikator tersebut mempengaruhi keputusan pembelian konsumen *Maraca Books and Coffee* karena minuman kopi merupakan menu utama kafe ini. Sedangkan indikator (X7) informasi mutu kopi memiliki nilai *factor loading* terendah yaitu sekitar 0.607. Pada faktor lima memiliki nilai *eigenvalues* 1.601 yang dapat menjelaskan 5.929%.

Ramah lingkungan

Faktor keenam yang terbentuk pada penelitian ini adalah ramah lingkungan. Faktor ini dibentuk dari satu indikator yaitu indikator (X6) konsep kafe *less waste* atau mengurangi limbah. Faktor ini memiliki nilai *factor loading* sebesar 0.695. *Maraca Books and Coffee* sudah menggunakan konsep mengurangi limbah dari mulai tidak disediakannya sedotan dalam minuman. Pada faktor enam memiliki nilai *eigenvalues* sebesar 1.356 yang dapat menjelaskan 5.021% varian.

Fasilitas pendukung

Faktor ketujuh terbentuk dari dua indikator yaitu (X8) informasi *library café* dan (X12) berkumpul dengan teman. Faktor yang terbentuk diberi nama fasilitas pendukung. Pada indikator (X12) berkumpul dengan teman memiliki nilai *factor loading* terbesar 0.798. Faktor ini menjelaskan bahwa gaya hidup berkumpul dengan teman di kafe sangat berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen. Sedangkan (X8) informasi *library café* berasal dari teman memiliki nilai *factor loading* terendah yaitu 0.691. Faktor enam memiliki nilai *eigenvalues* sebesar 1.174 dan memiliki 4.349 varian.

Pengaruh pertemanan

Faktor terakhir yang terbentuk adalah faktor delapan dimana faktor ini dinamakan pengaruh pertemanan. Indikator yang terbentuk berasal dari (X6) teman memiliki nilai 0.759. Hal ini dikarenakan teman atau kerabat memiliki pengaruh yang sangat penting terhadap keputusan pembelian seorang pelanggan. Pada faktor kedelapan memiliki nilai *eigenvalues* 1.041 yang dapat menjelaskan 3.856 varian.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa :

1. Karakteristik konsumen *Maraca Books and Coffee* 70% responden perempuan dengan usia 17 – 24 Tahun yang berlokasi di daerah Bogor, 88% responden berstatus belum menikah, 51% responden menyandang pendidikan di perguruan tinggi, 45% responden pelanggan memiliki penghasilan sebesar Rp 1 000 000 – Rp 3 000 000.
2. Pada proses pengambilan keputusan melewati beberapa proses pengambilan keputusan. Tahap pertama yaitu tujuan utama pelanggan *Maraca Books and Coffee* datang adalah 34 % pelanggan menjawab untuk berkumpul dengan teman. Dan harapan berkunjung ke *maraca* 27% pelanggan menjawab untuk menikmati suasana yang nyaman. Tahap kedua pada pencarian informasi, pelanggan mendapatkan informasi melalui pribadi (keluarga, teman dan tetangga). Tahap ketiga alasan utama pelanggan melakukan pembelian karena tempat dan ruang baca yang nyaman. Tahap keempat cara pelanggan memutuskan melakukan pembelian adalah karena tergantung keadaan, pelanggan biasanya melakukan pembelian bersama teman dan 34% pelanggan datang ke *Maraca Books and Coffee* di hari kerja, biasanya mereka berkunjung satu bulan sekali. Tahap kelima pada proses pasca pembelian 75% pelanggan menjawab puas, 31% pelanggan menyarankan fasilitas mushola harus diperbaiki dan 93% pelanggan berniat untuk datang kembali ke *Maraca Books and Coffee*.
3. Hasil analisis faktor pada penelitian ini menunjukkan delapan faktor baru yang terbentuk menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di *Maraca Books and Coffee*. Faktor-faktor yang terbentuk antara lain Ketertarikan buku dan kenyamanan membaca, kualitas produk kopi dan kemudahan lokasi, kualitas pelayanan, daya tarik pribadi dan promosi, ketertarikan kopi, ramah lingkungan, fasilitas pendukung, pengaruh pertemanan. Faktor ketertarikan buku dan kenyamanan membaca merupakan faktor yang paling berpengaruh dalam penelitian

ini karena memiliki nilai *eigenvalues* 6.317 dan menjelaskan 23.396% variasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Bando. 2016. Mendikbud: Sistem Perbukuan untuk Wujudkan Buku Bermutu, Terjangkau dan Merata. [internet]. Diakses pada 7 Februari 2019. Tersedia pada : www.kemendikbud.go.id
- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2019. Pertumbuhan Horeka di Indonesia 2009 – 2016. [internet]. Diakses pada 20 mei 2019. Tersedia pada : www.bps.go.id
- [Bapenda] Badan Pendapatan Daerah. 2019. Perkembangan Jumlah Restoran di Kota Bogor 2013-2018. Bogor (ID): Dispenda Kota Bogor
- Kotler P, Keller KL. 2018. *Manajemen Pemasaran* [Edisi ke-12 Jilid 1 Terjemahan]. Jakarta (ID) : Erlangga.
- Lovelock C, Jochen W, Jacky M. 2010. *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi* [Edisi Ketujuh Jilid I Terjemahan]. Jakarta (ID): Erlangga
- Marsum WA. 2005. *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta (ID): Andi Offset
- Schiffman LG, Kanuk LL. 2018. *Perilaku Konsumen* [Edisi ke-7 Terjemahan]. Jakarta (ID) : Indeks
- Sumarwan U. 2004. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta (ID) : Ghalia Indonesia
- [Zomato] Zomato. Library café di Jabodetabek. [internet]. [diunduh pada tanggal 18 Februari 2019]. Tersedia pada: <http://www.zomato.com>.



PEDOMAN PENULISAN
JURNAL MANAJEMEN PEMBANGUNAN DAERAH

1. **SIFAT NASKAH.** Redaksi hanya menerima naskah yang belum pernah dipublikasikan dan tidak dalam proses penerbitan pada publikasi lain. Naskah tersebut harus sesuai dengan tema Manajemen Pembangunan Daerah.
2. **BANTUK NASKAH.** Naskah diketik dengan Ms. Word (min versi 2013), font Time News Roman (10), 1.5 (satu setengah) spasi dan abstrak 1 (satu) spasi. Panjang naskah maksimum 20 halaman termasuk tabel, gambar, perhitungan dan literatur. Naskah disusun dengan urutan sebagai berikut : Judul Naskah, Nama Penulis, Nama dan Alamat Instansi (Pos maupun E-mail), abstrak dan kata kunci dalam 2 (dua) bahasa (Indonesia dan Inggris), pendahuluan, metode penelitian, hasil dan pembahasan, daftar pustaka dan lampiran (jika ada).
3. **BAHASA.** Naskah harus menggunakan bahasa Indonesia atau bahasa Inggris yang baku. Untuk naskah bahasa Indonesia pemakaian istilah – istilah asing sebaiknya dikurangi/disesuaikan dengan pedoman bahasa Indonesia.
4. **JUDUL NASKAH.** Judul harus mencerminkan isi naskah.
5. **ABSTRAK.** Abstrak harus mencakup tujuan, metode, lokasi, hasil utama dan implikasi kebijakan dengan maksimum 200 kata dalam dua bahasa (Indonesia dan Inggris).
6. **TABEL.** Tabel diberi judul singkat, jelas dan diikuti keterangan tempat dan waktu cakupan data. Jumlah digit yang dipergunakan untuk parameter estimasi dapat mencapai 4 (empat) digit di belakang koma, sedangkan untuk parameter lain 2 (dua) digit di belakang koma. Penggunaan titik (.) pada bilangan ribuan dan koma (,) pada decimal.
7. **GAMBAR DAN GRAFIK.** Gambar dan grafik harus dicetak tebal sehingga memungkinkan direduksi antara 50-60 persen dari gambar dan grafik asli. Judul gambar dan grafik diletakkan di bawahnya tanpa mempengaruhi bagian gambar atau grafik.
8. **SATUAN PENGUKURAN.** Satuan pengukuran dalam teks, grafik dan gambar memakai sistem metrik misalnya cm, kg, l, ha dan lain sebagainya.
9. **DAFTAR PUSTAKA.** Kutipan pustaka dalam teks harus ada di dalam daftar pustaka dan disusun sesuai dengan abjad dengan urutan nama pengarang, tahun, judul karangan, nama majalah/buku/jurnal publikasi, penerbit dan halaman.
10. **PENYERAHAN NASKAH.** Diserahkan ke alamat redaksi 4 (empat) bersama cd/dvd yang berisikan naskah tulisan atau berupa attachment file melalui email tertera.
11. **WAKTU PENERBITAN.** Jurnal MPD akan diterbitkan dua nomor dalam satu volume, satu volume merupakan satu tahun penerbitan.

Program Studi
MANAJEMEN PEMBANGUNAN DAERAH
Fakultas Ekonomi dan Manajemen - Institut Pertanian Bogor
Jl. Kamper Wing 5 Level 4, Kampus IPB Darmaga Bogor 16680
Telp/Fax: 0251-8629342. Mobile: 085218426205
Website: <http://mpd.ipb.ac.id/>, email: mpdipb@hotmail.com

