

ANALISIS DETERMINAN PERMINTAAN MASYARAKAT SULAWESI UTARA TERHADAP JASA PENGIRIMAN PAKET POS PADA PT. POS INDONESIA (PERSERO) (STUDI KASUS : KANTOR POS MANADO)

Alesandro Theo Talinusa¹, Een N. Walewangko², Patrick C. Wauran³

^{1,2,3}*Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,*

Universitas Sam Ratulangi, Manado 95115, Indonesia

Email : 15061101046@student.unsrat.ac.id

ABSTRAK

PT. Pos Indonesia (Persero) adalah perusahaan BUMN yang bergerak di bidang jasa pengiriman, perusahaan ini sudah dikenal oleh masyarakat luas sebagai sarana komunikasi dan juga memberikan layanan pengiriman barang. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh harga, pendapatan perkapita, jumlah penduduk terhadap permintaan jasa pengiriman paket pos pada PT. Pos Indonesia (Persero) Manado. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dari tahun 2003 – 2017. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Perangkat lunak yang digunakan untuk melakukan analisis adalah eviews 8. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap jasa pengiriman. Variabel pendapatan perkapita berpengaruh positif dan signifikan terhadap jasa pengiriman. Dan variabel jumlah penduduk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap jasa pengiriman. Sebagai upaya untuk meningkatkan jasa pengiriman maka perlu inovasi usaha untuk meningkatkan permintaan jasa pengiriman paket pos dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dalam pasar jasa pengiriman. Dan meningkatkan mutu dan kualitas pelayanan dan juga harga yang terjangkau guna memenuhi permintaan jasa pengiriman. Kepuasan sangatlah penting dalam meningkatkan permintaan jasa pengiriman, oleh karena itu diharapkan agar tingkat pelayanan lebih ditingkatkan lagi.

Kata Kunci : harga, pendapatan perkapita, jumlah penduduk

ABSTRACT

PT. Pos Indonesia (Persero) is a state-owned company, this company has been known by the public as a means of communication and also provides delivery services. This study aims to analyze the effect of price, per capita income, population on demand for postal parcel delivery services at PT. Pos Indonesia (Persero) Manado. The data used in this study are secondary data from 2003 - 2017. The analysis tool used is multiple regression analysis. The software used to conduct the analysis is eviews 8. The results of the study indicate that the price variable has a negative and significant effect on shipping services. Variable income per capita has a positive and significant effect on shipping services. And the variable population has a negative and not significant effect. In an effort to improve shipping services, it is necessary to innovate businesses to increase demand for postal package delivery services in the face of increasingly fierce competition in the shipping services market. And improve the quality and quality of service and also an affordable price to fulfill the demand for delivery services. Satisfaction is very important in increasing the demand for delivery services therefore it is expected that the service level is further improved.

Keyword : price, per capita income, total population

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Sektor jasa pengiriman telah mengalami peningkatan yang dramatis dibanding dekade sebelumnya, sehingga sektor ini memberikan kontribusi terhadap perekonomian dunia. Kontribusi ini dapat dilihat dari segi laba maupun kemampuannya menyerap sebagian besar tenaga kerja. Seiring dengan meningkatnya kesejahteraan masyarakat, maka konsumsi atau kebutuhan barang juga meningkat baik kebutuhan untuk mrngkonsumsi produk – produk jasa yang timbul dari kebutuhan masyarakat untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan.

Peraturan Menteri Perhubungan No. 5 tahun 2005 tentang penyelenggaraan jasa titipan menyatakan penyelenggaraan jasa titipan atau jasa pengiriman barang atau jasa kurir adalah kegiatan yang dilakukan untuk menerima, membawa dan atau menyampaikan paket, uang dan surat pos jenis tertentu dalam bentuk barang cetakan, surat kabar, sekogram, bungkus kecil, dari pengirim kepada penerima dengan memungut biaya. Para pelaku bisnis kemudian membutuhkan pasangan dalam menyalurkan barangnya, yaitu perusahaan yang bergelut dalam jasa kurir atau pengiriman barang. Hal tersebut tentu sangat menggiurkan untuk pelaku bisnis yang menyediakan jasa pengiriman barang. Terlebih lagi dengan dikeluarkannya Undang – Undang No. 38 tahun 2009 tentang pos, jasa pengiriman barang yang kemudian dikenal dengan jasa kurir tumbuh dengan pesat. UU No 38 tahun 2009 menyatakan bahwa perusahaan yang dapat masuk dalam usaha jasa di bidang kurir menjadi luas, tidak hanya terbatas pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN), melainkan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) ataupun koperasi dan swasta bisa masuk ke dalam jasa kurir. Dengan munculnya peraturan tersebut, persaingan di bisnis kurir semakin kompetitif dikarenakan segala bentuk badan usaha dan swasta bisa masuk ke bisnis kurir tanpa pembatasan.

PT. Pos Indonesia (Persero) menyediakan jasa dengan banyak produk, salah satunya adalah layanan paket pos. Jasa pengiriman barang saat ini sudah banyak persaingan dengan sektor swasta. Untuk itu PT. Pos Indonesia (Persero) dituntut dapat memiliki nilai lebih dalam menghadapi persaingan. Di Indonesia PT. Pos Indonesia (Persero) merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dimana menurut PP No. 24/ 1984 tentang Perum Pos dan Giro sifat BUMN ini adalah menyediakan pelayanan bagi pemanfaatan umum dan sekaligus untuk memupuk keutuhan berdasarkan prinsip pengelola perusahaan. Maksud perusahaan adalah menyelenggarakan kemanfaatan umum berupa jasa yang bermutu dan memadai bagi pemenuhan hidup orang banyak serta ikut aktif melaksanakan kebijaksanaan dan program pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan pada umumnya.

Demikian juga halnya PT. Pos Indonesia (Persero) Manado yang merupakan salah satu perusahaan yang keberadaanya telah dikenal luas oleh masyarakat sebagai penyedia sarana komunikasi dan juga memberikan layanan pengiriman barang/ dokumen yang dikenal dengan paket pos. Jasa pengiriman paket pos yang dimiliki PT. Pos Indonesia (Persero) Manado merupakan jasa yang disediakan khusus untuk barang/ dokumen dengan tarif yang sangat efisien, baik untuk berhubungan domestik ataupun internasional.

Banyaknya produk jasa pengiriman barang atau dokumen pada PT. Pos Indonesia (Persero) Manado, paket pos standar domestik (dalam negeri) yaitu standar domestik biasa dan standar domestik cepat (kilat khusus), Pos *Express*. Pos *express* yang mengedepankan akurasi pengiriman cepat, tepat, mudah dilacak dan harga yang kompetitif. Paket yang dikirimkan melalui pos *express* akan sampai esok hari (H+1) dengan dilengkapi dengan *tracking system*, dimana konsumen dapat melacak dimana posisi kirimannya berada melalui *website* PT. Pos Indonesia. Kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan ini tidak terlepas dari perkembangan teknologi informasi dan persaingan di bidang usaha ini. Dengan semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap pelayanan pengiriman barang/ dokumen menyebabkan persaingan bisnis yang dihadapi perusahaan saat ini sangat ketat, yaitu munculnya pihak – pihak swasta yang berupaya memberikan pelayanan yang lebih baik kepada masyarakat yang sesuai

dengan harapan mereka, misalnya adanya kemudahan dalam pengiriman barang/ dokumen, jangka waktu tempuh pengiriman lebih cepat, keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani konsumen dan lain – lain.

Persaingan bisnis dalam bidang jasa kurir (pengiriman) terus berkembang selaras dengan permintaanya yang terus meningkat. Mulai dari perusahaan produksi kecil nasional sampai perusahaan manufaktur luar negeri memanfaatkannya untuk mengirimkan produknya sampai tujuan dengan cepat, aman dan terjaga kualitasnya. Diantara banyaknya pelaku bisnis tersebut, ada beberapa perusahaan jasa pengiriman dokumen dan paket, baik berskala domestik maupun internasional. Perusahaan – perusahaan yang berskala internasional diantaranya adalah PT. Birotika Semesta bekerja sama dengan perusahaan jasa kurir internasional DHL World Wide Express dari USA dan PT. Skypak Internasional bekerja sama dengan TNT Express WorldWide dari Australia. Kemudian muncul juga perusahaan – perusahaan jasa pengiriman domestik yaitu, PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (TIKI JNE) dan perusahaan jasa pengiriman barang swasta multinasional antara lain, DHL, FEDEX (Federal Express), TNT. Semua perusahaan ini dalam pelayanannya telah memberikan pelayanan yang tergolong prima, seperti pelayanan *express* (cepat) dan pelayanan jejak – lacak kiriman (*track and trace*) dengan keunggulan masing – masing, misalnya TIKI menawarkan layanan *sameday – service*, DHL menyediakan layanan DHL FIRST secara *door to door* dengan jaminan ketepatan waktu penerimaan di negara tujuan pada hari yang sama dengan hari pengiriman (*same – day – delivery*), dan *Fedex Express same day* merupakan layanan dari fedex untuk penerimaan kiriman pada hari yang sama dengan hari pengirimannya..

Tinjauan Pustaka

Permintaan

Permintaan adalah keinginan yang disertai dengan kesediaan serta kemampuan untuk membeli barang yang bersangkutan. Setiap orang boleh saja ingin kepada apapun yang diinginkannya, tetapi jika keinginannya ini tidak ditunjang dengan kesediaan membeli serta kemampuannya untuk membeli, maka keinginannya itu pun hanya akan tinggal keinginan saja. Oleh karena itu, keinginan tidak berpengaruh terhadap harga. Dan permintaan memiliki pengertian yang lebih dalam daripada keinginan. Permintaan akan sesuatu jenis barang ialah jumlah – jumlah barang itu yang pembeli bersedia membelinya pada tingkat harga yang berlaku pada suatu pasar tertentu pula. (Suherman, 2009).

Teori permintaan menerangkan tentang ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Berdasarkan ciri hubungan antara permintaan dan harga dapat dibuat grafik. Yang dimaksud dengan permintaan adalah jumlah barang yang diminta konsumen pada suatu waktu, yang didukung oleh daya beli. Yang dimaksud daya beli adalah kemampuan konsumen untuk membeli sejumlah barang yang diinginkan, yang biasanya dinyatakan dalam bentuk uang. Namun demikian daya beli tersebut juga relatif terbatas seperti halnya sumber – sumber ekonomi lainnya. (Noor Azis, 2003: 23).

Jasa

Jasa adalah setiap tindakan atau untuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip intangible dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksinya bisa terkait dan bisa juga tidak terikat pada suatu produk fisik. (Phillip Kotler, 1991)

Jasa adalah aktivitas ekonomi yang mempunyai sejumlah elemen (nilai atau manfaat) intangibel yang berkaitan dengannya, yang melibatkan sejumlah interaksi dengan konsumen atau dengan barang – barang milik, tetapi tidak menghasilkan transfer kepemilikan. Perubahan kondisi ini bisa saja muncul dan produksi suatu jasa bisa memiliki atau bisa juga tidak mempunyai kaitan dengan produk fisik. (Adrian Payne, 2008).

Jasa merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dirasakan daripada dimiliki serta pemakai jasa lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa. (J. Supranto, 2011).

“Jasa adalah barang yang tidak berwujud (*Indtangible Product*) yang dibeli dan dijual di pasar melalui suatu transaksi pertukaran saling memuaskan”. (Swastha dan Irawan, 1990).

Jasa pada dasarnya merupakan aktivitas – aktivitas yang tidak nyata yang memberikan keinginan, kepuasan yang tidak perlu melekat pada penjualan daripada produk jasa lainnya. (William J Stanton, 1991: 529).

Harga

Harga adalah satu – satunya unsur pemasaran yang menghasilkan pendapatan penjualan. Unsur lainnya jelas mengakibatkan keluarnya biaya. Kalau seorang ingin membeli suatu barang atau jasa, maka orang tersebut harus mengeluarkan sejumlah yang tertentu sebagai pengganti barang atau jasa.

“Harga jasa merupakan penetapan yang penting karena terkait dengan revenue, citra, distribusi dan lain – lain”. (R. Lupiyoandi, 2001: 86).

Harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang beserta jasa – jasa tertentu atau kombinasi keduanya. Harga sesuatu produk merupakan ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya.

Pendapatan Perkapita

Menurut Winardi (2001:171) pendapatan adalah hasil berupa uang atau hasil materi lainnya yang dicapai dari penggunaan kekayaan atau jasa – jasa manusia bebas (perusahaan atau individu) didalam produksi.

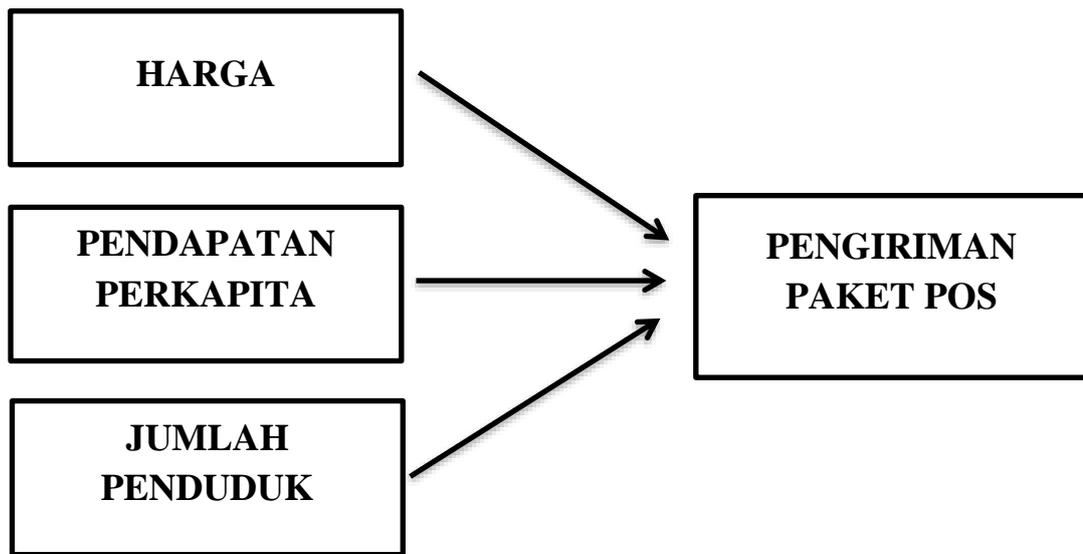
Pendapatan nasional selain bertujuan mengukur tingkat kemakmuran suatu negara dan untuk mendapatkan data terperinci mengenai seluruh barang dan jasa yang dihasilkan suatu negara selama satu periode, perhitungan pendapatan nasional juga memiliki manfaat lain, diantaranya untuk mengetahui dan menelaah struktur perekonomian nasional.

Jumlah Penduduk

Studi tentang kependudukan telah menjadi subjek yang menarik di antara para ahli ilmu – ilmu sosial juga di antara mereka yang mempunyai minat untuk mengerti masalah dasar dan kebutuhan manusia. Studi kependudukan (*population studies*) lebih luas dari kajian demografi murni, karena di dalam memahami stuktur dan proses kependudukan di suatu daerah, faktor – faktor non demografis ikut dilibatkan, misalnya di dalam memahami trend fertilitas di suatu daerah tidak hanyacukup diketahui trend pasangan usia subur, tetapi juga faktor sosial budaya yang ada didaerah tersebut. Terdapat beberapa ahli dalam studi kependudukan.

Kerangka Konseptual

Berdasarkan teori yang telah diuraikan sebelumnya, maka variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1 Kerangka Konseptual Analisis Jalur Regresi Berganda

2. METODE ANALISIS

Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis

Metode analisis data adalah suatu metode yang digunakan untuk mengolah hasil penelitian guna memperoleh suatu kesimpulan. Dengan menganalisis data yang diperoleh untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel – variabel bebas terhadap variabel tidak bebas digunakan model ekonometrika dengan meregres variabel – variabel yang ada dengan menggunakan metode kuadrat terkecil biasa (*Ordinary Least Square*). Fungsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = f(X_1, X_2, X_3) \dots \dots \dots (1)$$

Kemudian fungsi tersebut ditransformasikan ke dalam model persamaan regresi linear berganda (*multiple regression*) dengan spesifikasi model sebagai berikut:

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

Dimana :

- Y = pengiriman paket pos
- X₁ = Harga
- X₂ = Pendapatan perkapita
- X₃ = Jumlah penduduk
- α = *Intercept*/ Konstanta
- β₁, β₂, β₃ = koefisien regresi
- μ = *Term of Error* (kesalahan pengganggu)

Kemudian fungsi tersebut ditransformasikan ke dalam model logaritma natural persamaan regresi linear berganda (*multiple regression*) dengan spesifikasi model sebagai berikut:

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

Keterangan:

$\ln Y$	= Pengiriman paket pos
a	= Nilai Konstanta
$\beta_1 \ln X_1$	= Harga
$\beta_2 \ln X_2$	= Pendapatan Perkapita
$\beta_3 \ln X_3$	= Jumlah Penduduk
e	= Standar <i>error</i>

Model Regresi yang diperoleh dari metode kuadrat terkecil biasa (Ordinary Least Square/ OLS) merupakan model regresi yang menghasilkan estimator linear yang tidak bias yang terbaik (Best Linear Unbias Estimator/ BLUE).

Uji Asumsi Klasik

Suatu model dikatakan baik untuk alat prediksi apabila mempunyai sifat – sifat tidak bias linier terbaik suatu penaksir. Disamping itu suatu model dikatakan cukup baik dan dapat dipakai untuk memprediksi apabila sudah lolos dari serangkaian uji asumsi klasik yang melandasinya. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini terdiri dari:

a. Uji Normalitas

Digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen dan independen berdistribusi normal atau tidak. Menggunakan Jarque – Bera atau $J - B$ test, membandingkan JB hitung X^2 tabel. Jika JB hitung < nilai X^2 tabel maka data berdistribusi normal atau nilai probability < derajat kepercayaan yang ditentukan. (Insukindro, 2003: 61)

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah situasi adanya korelasi variabel – variabel independen diantara satu dengan lainnya. Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian dari residual model regresi yang digunakan dalam penelitian tidak homokedastis atau dengan kata lain tidak konstan. Data yang diambil dari pengamatan satu ke lain atau data yang diambil dari observasi satu ke yang lain tidak memiliki residual yang konstan atau tetap. Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas maka dapat digunakan metode uji White. Uji keberadaan heteroskedastisitas dilakukan dengan menguji residual hasil estimasi menggunakan metode *White Heteroskedasticity Test (No Cross Term)* dengan membandingkan nilai $Obs * R$ square dengan nilai Chi-square. Jika $Obs * R$ square (χ^2 -hitung) > Chi-square (χ^2 -tabel), berarti terdapat masalah heteroskedastis didalam model. Dan jika $Obs * R$ square (χ^2 -hitung) < Chi-square (χ^2 -tabel), berarti tidak ada masalah heteroskedastis. (Insukindro, 2003: 62)

d. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah terjadinya korelasi antara variabel itu sendiri pada pengamatan yang berbeda. Analisis model regresi linier mengandung asumsi bahwa tidak terdapat autokorelasi diantara disturbance terms. Autokorelasi ini umumnya terjadi pada data *time series*, konsekuensi dari adanya autokorelasi pada model ialah bahwa analisis tidak efisien. (Gujarati, 2006).

Uji Statistik

- a. Uji t Statistik
Menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji ini dilakukan dengan membandingkan t hitung atau t statistik dengan t tabel (Gujarati, 2006).
- b. Uji F Statistik
Nilai F hitung digunakan untuk menguji ketepatan model. Uji F ini juga sering disebut sebagai uji simultan, untuk menguji apakah variabel bebas yang digunakan dalam model mampu menjelaskan perubahan nilai variabel tergantung atau tidak (Suliyanto, 2011).
- c. Koefisien Determinan R²
Koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependennya. (Suliyanto, 2011).

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Regresi Linier Berganda

Tabel 1 Regresi Linear Berganda

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	12.16746	6.191988	1.965033	0.0752
H	-0.441525	0.105226	-4.195953	0.0015
PK	0.038134	0.015681	2.431754	0.0333
JP	-0.472148	1.056812	-0.446767	0.6637

Sumber : Eviews 8

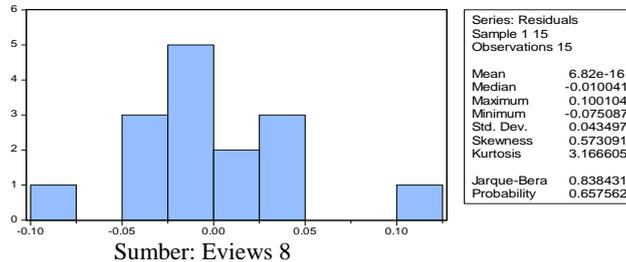
Persamaan Regresi

$$\text{LnY} = 12.16746 + (-0.441525X_1 + 0.038134X_2 + -0.472148X_3) + 0.271084e$$

Uji Asumsi Klasik

Suatu model dikatakan baik untuk alat prediksi apabila mempunyai situasi sifat tidak bias linier terbaik suatu penaksir.

a) Uji Normalitas



Gambar 2 Kerangka Konseptual Hasil Uji Normalitas

Dapat dilihat nilai Jarque – Bera adalah 0.838431. Nilai X² untuk data ini adalah 7,81. Berdasarkan nilai Jarque – Bera (0.838431) < X² (7,81), maka data tersebut dinyatakan berdistribusi normal, sehingga bisa dilanjutkan ke pengujian selanjutnya.

b) Uji Multikolinieritas

Tabel 2 Hasil Uji Multikolinieritas

	H	PK	JP
H	1	0.55651846560 22201	0.72882027134 8883
PK	0.55651846560 22201	1	0.73520903698 63266
JP	0.72882027134 8883	0.73520903698 63266	1

Sumber: Eviews 8

Dapat dilihat bahwa nilai korelasi diantara variabel independen (yaitu Harga, Pendapatan Perkapita dan Jumlah Penduduk) yaitu 0.55651846560; 0.72882027134; 0.73520903698. Karena nilai 0.55651846560; 0.72882027134; 0.73520903698 menjauhi angka 1, maka tidak terdapat kolinieritas antara variabel independen. Hal ini menginformasikan model OLS yang diajukan dapat dikatakan terbebas dari gejala multikolinieritas, sehingga bisa dilanjutkan ke pengujian selanjutnya.

c) Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: White

F-statistic	6.104185	Prob. F(7,7)	0.0146
Obs*R-squared	12.88857	Prob. Chi-Square(7)	0.0749
Scaled explained SS	7.508571	Prob. Chi-Square(7)	0.3779

Sumber: Eviews 8

Dapat dilihat bahwa nilai probability untuk Obs*R-squared adalah 12.88857. Karena nilai 12.88857 > dari derajat kesalahan (a) = 5% (0.05), maka tidak terdapat heteroskedastisitas.

d) Uji Autokorelasi

Tabel 4 Hasil Uji Autokorelasi

Mean dependent var	6.82E-16
S.D. dependent var	0.043497
Akaike info criterion	-3.228541
Schwarz criterion	-2.945321
Hannan-Quinn criter.	-3.231558
Durbin-Watson stat	2.371500

Sumber: Eviews 8

Berdasarkan pengujian ditemukan bahwa nilai Durbin – Watson (DW) sebesar 2.3715 sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat gejala autokorelasi yang digunakan.

Uji t-statistik

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh berpengaruh variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2013).

1) Variabel Harga

Secara teori harga berpengaruh negatif terhadap jasa pengiriman paket pos dan dapat dilihat pada hasil regresi bahwa harga berpengaruh negatif terhadap jasa pengiriman paket pos. Nilai Harga sebesar -0.441525, artinya apabila harga naik sebesar 1% maka jasa pengiriman paket pos turun sebesar -0.441525, secara parsial nilai t hitung $> t$ table ($-0.441525 < 1.796$) yang berarti harga tidak berpengaruh signifikan terhadap jasa pengiriman paket pos.

2) Variabel Pendapatan Perkapita

Secara teori Pendapatan Perkapita berpengaruh positif terhadap jasa pengiriman paket pos dan dapat dilihat pada hasil regresi bahwa pendapatan perkapita berpengaruh positif terhadap jasa pengiriman paket pos. Nilai Pendapatan perkapita 0.038134, artinya apabila pendapatan perkapita naik sebesar 1% maka jasa pengiriman pos naik sebesar 0.038134. Secara parsial t hitung $> t$ table ($0.038134 < 1.796$) yang berarti pendapatan perkapita tidak berpengaruh signifikan terhadap jasa pengiriman paket pos.

3) Variabel Jumlah Penduduk

Secara teori Jumlah Penduduk berpengaruh positif terhadap jasa pengiriman paket pos, namun dalam hasil regresi jumlah penduduk berpengaruh negatif terhadap jasa pengiriman paket pos. Nilai jumlah penduduk sebesar -0.472148, artinya apabila jumlah penduduk naik sebesar 1% maka jasa pengiriman paket pos akan turun sebesar 0.472148. Secara parsial nilai t hitung $> t$ table ($-0.472148 < 1.796$) yang berarti jumlah penduduk tidak berpengaruh signifikan terhadap jasa pengiriman paket pos.

Uji F-statistik

Berdasarkan output di atas nilai signifikansi untuk pengaruh harga, pendapatan perkapita dan jumlah penduduk terhadap jasa pengiriman paket pos secara simultan nilai F hitung $9.859263 > F$ tabel 3.59, sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil uji statistik F diterima yang berarti terdapat pengaruh Harga, Pendapatan Perkapita dan Jumlah Penduduk secara simultan berpengaruh terhadap jasa pengiriman paket pos.

Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil olah data menunjukkan bahwa R^2 yang diperoleh dari hasil estimasi adalah sebesar 0.728. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai determinasi (R^2) sebesar 0.728916 menunjukkan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 72,8916% sedangkan sisanya 27.1804% menggambarkan pengaruh dari variabel di luar model.

Pembahasan

1. Pengaruh Harga terhadap Jasa Pengiriman Paket Pos

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap jasa pengiriman paket pos. Pengujian hipotesis juga menjelaskan bahwa Harga berhubungan secara negatif dan signifikan terhadap jasa pengiriman paket pos. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Marlina Parhusip

2. Pengaruh Pendapatan Perkapita terhadap Jasa Pengiriman Paket Pos

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa pendapatan perkapita berpengaruh terhadap jasa pengiriman paket pos.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Marlina Parhusip yang menunjukkan bahwa pendapatan perkapita berpengaruh positif terhadap jasa pengiriman paket pos. Artinya semakin banyak pendapatan perkapita menyebabkan jasa pengiriman paket pos meningkat.

3. Pengaruh Jumlah Penduduk terhadap Jasa Pengiriman Paket Pos

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa jumlah penduduk berpengaruh positif tapi probabilitasnya tidak signifikan. Berdasarkan hasil yang diperoleh dapat disimpulkan Jumlah Penduduk tidak dapat berpengaruh terhadap Jasa Pengiriman Paket Pos dan tidak dapat digunakan sebagai model penelitian ini.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Marlina Parhusip yang memperoleh hasil bahwa jumlah berpengaruh negatif terhadap jasa pengiriman paket pos.

4. Pengaruh Harga, Pendapatan Perkapita dan Jumlah Penduduk secara simultan terhadap Jasa Pengiriman Paket Pos

Berdasarkan hasil estimasi prob. F – statistic $0.001888 < 0.05$ hal ini menunjukkan bahwa harga, pendapatan perkapita dan jumlah penduduk berpengaruh secara bersama – sama terhadap jasa pengiriman paket pos.

4. PENUTUP

Kesimpulan

1. Secara parsial variabel harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap jasa pengiriman paket pos.
2. Secara parsial variabel pendapatan perkapita berpengaruh positif dan signifikan terhadap jasa pengiriman paket pos.
3. Secara parsial variabel jumlah penduduk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap jasa pengiriman paket pos.

Saran

1. Perlunya melakukan inovasi usaha untuk meningkatkan permintaan jasa pengiriman paket pos dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dalam pasar jasa pengiriman.
2. Perlunya meningkatkan mutu dan kualitas pelayanan dan juga harga yang terjangkau guna memenuhi permintaan jasa pengiriman. Kepuasan sangatlah penting dalam meningkatkan permintaan jasa pengiriman, oleh karena itu diharapkan agar tingkat pelayanan lebih ditingkatkan lagi.
3. Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya, terlebih mengenai pengiriman paket pos dengan variabel-variabel atau faktor-faktor lain yang lebih sempurna lagi. Karena dalam penelitian ini masih merasa banyak kekurangan yang harus diperbaiki.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati. 2006. *Dasar – dasar Ekonometrika*. Jakarta: Erlangga.
- Insukindro. 2003. *Analisis Dampak Kebijakan Moneter Terhadap Variabel Makroekonomi di Indonesia 1983.1 – 2003.2* Tesis. FE-UGM. Yogyakarta.
- Kotler. P. 1991. *Manajemen Pemasaran Jilid I dan II*, Jakarta: Salemba Empat
- Lupiyoandi. R. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.

- Noor. A. 2003. *Pengantar Mikro Ekonomi (Aplikasi Dalam Manajemen)*, Malang: Penerbit Erlangga.
- Parhusip. M. 2012. *Analisis Permintaan Terhadap Jasa Pengiriman Pada PT. TIKI Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Tujuan Pekanbaru – Jakarta di Kota Pekanbaru*.
- Payne. A. 2008. *The Essence of Service Marketing (Pemasaran Jasa)*, Jakarta: Salemba Empat
- RUU Pos Dalam Perspektif Persaingan Usaha*, 2007
- Stanton. J.W. 1991. *Fundamentals of Marketing*, New York : McGraw-Hill.
- Suherman. R. 2009. *Pengantar Teori Ekonomi, Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro & Makro. Edisi Revisi*. Jakarta.
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS*. Andi Yogyakarta.
- Supranto. J. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Swastha dan Irawan. 1990. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Winardi. 2001. *Ekonomi Manajerial*. Mandar Maju, Bandung.
- www.kppu.go.id