

Analisis Determinan Permintaan Masyarakat Kota Medan Terhadap Jasa Pengiriman Paket Pos Pada PT Pos Indonesia (Persero)

Kristin Yenita Purba

Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan,
kristinyenita54@gmail.com

Abstract

PT. Pos Indonesia (Persero) is a state-owned company engaged in delivery services, this company is well known by the wider community as a means of communication and also provides goods delivery services. This study aims to analyze the effect of price, per capita income, population on the demand for postal parcel delivery services at PT. Pos Indonesia (Persero) Medan. The data used in this research is secondary data from 2015 – 2020. The analytical tool used is multiple regression analysis. The software used to carry out the analysis is eviews 9. The results of this study show that the price variable has a negative and significant effect on delivery services. Per capita income variable has a positive and significant effect on delivery services. And the population variable has a negative and insignificant effect on delivery services. As an effort to improve delivery services, business innovation is needed to increase demand for postal parcel delivery services in the face of increasingly fierce competition in the delivery service market. And improve the quality and quality of service as well as affordable prices to meet the demand for delivery services. Satisfaction is very important in increasing the demand for delivery services, therefore it is hoped that the level of service will be further improved.

Keywords: Price, Income, Population.

Pendahuluan

Tujuan pembangunan adalah untuk menjamin terwujudnya pembangunan, manusia seutuhnya dan pembangunan seluruh masyarakat Indonesia, seperti yang telah ditegaskan dalam garis-garis besar haluan Negara 1988 yang sesuai dengan ketepatan nomor II/MPR/1988. Hal ini berarti bahwa pengembangan tidak hanya mengejar kemajuan lahiriah atau kepuasan ilmiah melainkan keseluruhan, keseharian dan keseimbangan antara keduanya. Hasil pembangunan itu harus dapat dinikmati dan dirasakan oleh seluruh masyarakat Indonesia sebagai perbaikan tingkat hidup yang berkeadilan sosial dan yang menjadi tujuan pembangunan serta merupakan cita-cita kemerdekaan.

Di dalam masyarakat maju yang dicita-citakan dimana sandang pangan akan tersedia dengan harga yang terjangkau, penyediaan sarana jasa dan komunikasi dan jasa kurir atau jasa pengiriman yang memadai merupakan kebutuhan yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat dan masing-masing individu.

Perubahan struktur ekonomi baik di negara maju maupun negara berkembang pada dua puluh lima tahun terakhir ini terlihat bahwa semakin maju ekonomi suatu negara maka kontribusi usaha jasa yang diberikan akan semakin besar, baik terhadap perubahan struktur ekonomi maupun pertumbuhannya. Keadaan tersebut telah banyak merubah struktur ekonomi dan apabila dikehendaki jasa harus dikembangkan jauh melebihi bidang yang lainnya guna memenuhi syarat untuk meningkatkan pertumbuhan.

Memasuki era globalisasi ekonomi sekarang ini, organisasi usaha yang bergerak dalam bidang jasa komunikasi dan jasa pengiriman diharapkan mampu menghadapi tantangan persaingan yang semakin ketat, perkembangan teknologi yang canggih, tuntutan mutu produk dan mutu pelayanan yang lebih baik. Oleh karena itu, untuk menunjang kelancaran dan kelangsungan hidup suatu organisasi usaha atau industri terutama yang berhubungan dengan masyarakat, untuk mendorong dan menunjang terlaksananya pembangunan nasional, maka tidak terlepas dari adanya fasilitas jasa komunikasi dan jasa pengiriman.

Sebagai sarana pembangunan yang paling dominan, maka sesuai kebijaksanaan umum pemerintah Orde Baru, pembangunan sektor komunikasi dan usaha jasa pengiriman termasuk salah satu yang diprioritaskan, karena disadari bahwa tanpa pembangunan industri jasa komunikasi dan jasa pengiriman yang mampu mendukung berbagai tuntutan dan tantangan, maka semua program pembangunan ekonomi yang telah direncanakan itu tidak dapat diharapkan akan berjalan dengan lancar.

Jumlah penduduk Indonesia dan wilayah Indonesia yang luas merupakan tantangan dan kendala sekaligus peluang bagi pertelekomunikasian dan usaha jasa pengirimannya. Dewasa ini rasanya memang tidak dapat dibayangkan bagaimana suatu kegiatan ekonomi tanpa dukungan sarana jasa pengiriman dan telekomunikasi yang memadai. 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 usaha 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) Makassar yang merupakan salah satu perusahaan yang keberadaannya telah dikenal luas oleh masyarakat sebagai penyedia saran komunikasi dan juga memberikan layanan pengiriman barang/dokumen yang dikenal dengan paket pos. Jasa pengiriman paket pos yang dimiliki oleh PT. Pos Indonesia (Persero) Medan merupakan jasa yang disediakan khusus untuk barang/dokumen dengan tarif yang sangat efisien, baik untuk berhubungan domestik maupun internasional.

Banyaknya produk jasa pengiriman barang/dokumen pada PT. Pos Indonesia (Persero) Medan sehingga dalam proposal ini penulis hanya membahas mengenai paket pos standar domestik (dalam negeri) yaitu standar domestik biasa dan standar Domestic cepat (kilat khusus) karena merupakan Jasa yang melayani konsumen/pelanggan dalam mengirimkan barang. 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 dengan 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 yang lebih cepat, keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani konsumen/pelayanan dan lain-lain.

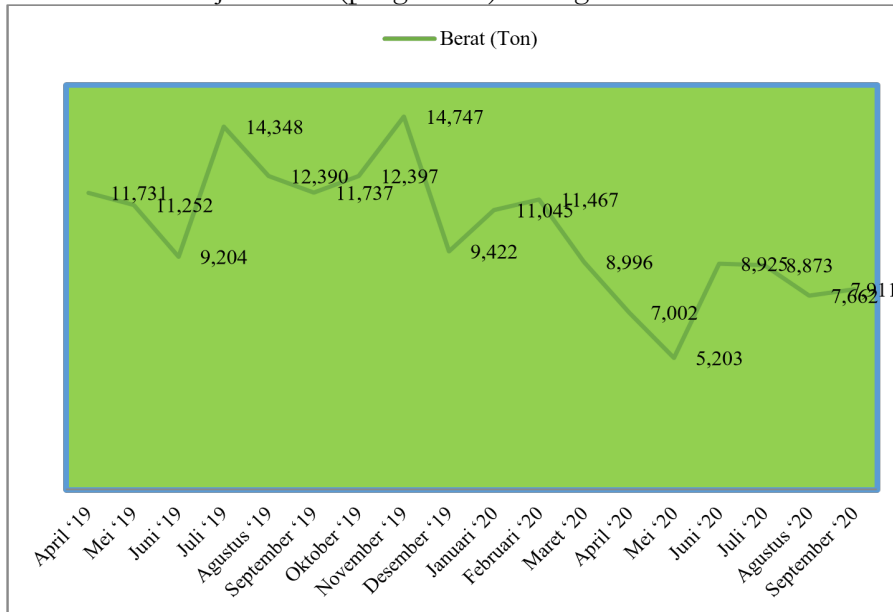
Persaingan bisnis dalam bidang jasa kurir (pengiriman) terus berkembang selaras dengan permintaannya yang terus meningkat. Mulai dari perusahaan produksi kecil nasional sampai perusahaan manufaktur luar negeri memanfaatkannya untuk mengirimkan produknya sampai ke tujuan dengan cepat, aman dan terjaga kualitasnya. Diantara banyaknya pelaku bisnis tersebut, ada beberapa perusahaan jasa perposan untuk pengiriman dokumen dan paket, baik yang berskala domestik maupun internasional, seperti PT. CV Titipan Kilat yang cukup komprehensif di Indonesia sejak tahun 1970-an. Sedangkan perusahaan-perusahaan yang berskala internasional diantaranya adalah PT. Birotika Semesta bekerjasama dengan perusahaan jasa kurir internasional DHL World Wide Express dari USA, kemudian PT. Repex Perdana Internasional bekerjasama dengan Federal Express juga dari USA dan PT. Skypak Internasional bekerjasama dengan TNT Express Worldwide dari Australia. Selain itu, terdapat perusahaan jasa kurir dalam negeri yang kemudian mengembangkan usahanya untuk jasa pengiriman ke luar negeri dengan membuat jaringan sendiri di beberapa negara yaitu PT. Elteha Internasional. Selanjutnya pada decade 1990-an muncul beberapa perusahaan jasa pengiriman ekspres internasional diantaranya PT. Cardig Citra Primajasa (PT. CCP) yang bekerjasama dengan United Parcel Services (UPS), kemudian PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (TIKI JNE), PT. Inter Pacific Citra (Airbone Express), dan beberapa perusahaan lainnya yang sebagian besar hanya melayani pengiriman dalam kota dan domestik.

Secara umum perkembangan bisnis jasa pos dan kurir di Indonesia tergolong cukup pesat. Hal ini terlihat dari banyaknya pelaku dalam bisnis ini. ASPERINDO dalam hal ini menyebutkan bahwa jumlah perusahaan yang bergerak di bidang layanan jasa pos dan 19 kurir di Indonesia hingga saat ini mencapai ribuan Perusahaan. Dari ribuan perusahaan tersebut, yang beroperasi dan terdaftar secara resmi di asosiasi hanya sekitar 200 perusahaan. Untuk layanan paket pos (logistik) dalam negeri, pada tahun 2017 lalu tercatat sebanyak 30,18 juta unit, sedangkan tahun 2018 menjadi 9,7 juta unit atau naik 40,26.

Demikian juga layanan paket pos luar negeri naik dari 20 ribu unit menjadi 23 ribu unit pada tahun 2018. Jasa kurir untuk pelayanan pengiriman ke luar negeri telah lama berkembang di Indonesia. Jasa kurir ini tidak hanya dilakukan oleh perusahaan pemerintah yaitu PT. Pos Indonesia saja, melainkan juga oleh perusahaan swasta yang memiliki jaringan agen di luar negeri. Selama tahun 2017-2018 laju pertumbuhan pengiriman paket/pos dan dokumen ke luar negeri rata-rata mencapai 1,9% per tahunnya. Rendahnya laju pertumbuhan pengiriman paket/pos ke luar negeri tersebut terutama karena adanya penurunan yang cukup tajam di tahun 2016. Penurunan pengiriman paket/pos tersebut masih berlanjut di tahun 2017. Sedangkan tahun 2018 terjadi peningkatan yang cukup tinggi yaitu sebesar 27% atau sebesar 588 ton. Sementara itu, data perkembangan jumlah pengiriman paket pos yaitu paket pos biasa, kilat khusus, perlakuan khusus, biasa luar negeri, cepat luar negeri yang diperoleh dari PT. Pos Indonesia (Persero) Makassar untuk tahun 2017 sebanyak 26.370 unit dengan jumlah berat paket pos sebesar 213.033 kg. Sedangkan jumlah pengiriman paket pos hingga bulan Oktober 2018 tercatat sebanyak 25.566 unit dengan jumlah berat paket pos sebesar 245.207 kg.

Semakin banyaknya perkembangan jasa di bidang pelayanan kurir (pengiriman) dari pihak-pihak swasta mengakibatkan adanya persaingan yang ketat dalam bidang usaha jasa kurir (pengiriman). Berdasarkan pengamatan penulis, di Kota Makassar telah banyak berkembang usaha jasa kurir sehingga bukan hanya PT.Pos Indonesia

(Persero) saja yang memonopoli penyediaan layanan jasa pengiriman. Hal ini menyebabkan masyarakat/konsumen memiliki banyak pilihan untuk memenuhi kebutuhan mereka akan jasa kurir (pengiriman) barang/dokumen.



Gambar 1. Grafik Perkembangan Jasa Pengiriman Paket Pos PT. Pos Indonesia (Persero) Medan April 2019-September 2020

Sumber: PT. Pos Indonesia (Persero) Medan

Dari Grafik 1 dapat dilihat bahwa perkembangan pengiriman paket pada PT. Pos Medan bulan April 2019 sampai Februari 2020 (sebelum penyebaran Covid-19) selalu mengalami fluktuasi setiap bulannya. Namun penurunan yang cukup signifikan mulai terjadi pada bulan Maret 2020. Hal ini kemungkinan terjadi karena pada 26 Maret 2020 dua orang terdampak Covid19. Dimana total permintaan pengiriman di bulan Maret 2020 hanya sebanyak 8.996 ton. Penurunan yang cukup besar dalam permintaan pengiriman terjadi pada bulan Mei 2020 yaitu sebanyak 5.203 ton. Hal ini kemungkinan terjadi karena pemerintah provinsi Sumatera Utara telah menetapkan kebijakan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) pada tanggal 22 April 2020 .

Landasan Teori

Permintaan

Menurut pengertian sehari-hari permintaan diartikan secara absolut yaitu jumlah yang dibutuhkan. Jalan pikiran ini di dasarkan atas pemikiran manusi mempunyai kebun. Atas kebutuhan inilah individu tersebut mempunyai permintaan akan barang, semakin banyak penduduk suatu Negara maka makin besar permintaan masyarakat akan jenis barang (Sudarsono,1992 dalam Pramana,2010:27)

Permintaan menurut ilmu ekonomi diartikan sebagai jumlah barang yang dibeli oleh sejumlah konsumen dengan harga tertentu pada waktu dan tempat tertentu (Samuelson, 1992 dalam Pramana, 2010:27). Sesuai hukum permintaan, apabila garga suatu barang semakin meningkat, maka jumlah barang yang diminta akan semakin menurun. Begitu pula sebaliknya, apabila harga suatu baran semakin menurun, maka jumlah barang yang diminta akan semakin meningkat. Jika jumlah barng yang dibeli

tergantung pada berbagai kemungkinan tingkat harga, maka disebut “permintaan harga”, jika jumlah barang yang dibeli tergantung pada berbagai kemungkinan tingkat pendapatan, maka disebut “permintaan pendapatan”, dan jika jumlah barang yang dibeli tergantung pada berbagai kemungkinan tingkat harga barang lain, maka disebut “permintaan silang” (Oktiana, 2011:12).

Harga

Harga adalah satu-satunya unsur pemasaran yang menghasilkan pendapatan penjualan. Unsur lainnya jelas mengakibatkan keluarnya biaya. Kalau seorang ingin membeli sesuatu 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”. (Lupiyoadi, 2001: 86).

Harga adalah kemampuan yang dimiliki suatu barang atau jasa, yang dinyatakan dalam bentuk uang. Harga juga merupakan suatu nilai relative yang dimiliki oleh suatu produk. Nilai tersebut bukanlah indikator pasti yang menunjukkan besarnya sumber daya yang dibutuhkan untuk menghasilkan produk. (Samsul Ramli, 2013:12).

Pendapatan

Pendapatan merupakan unsur yang sangat penting dalam laporan keuangan, karena dalam melakukan suatu aktivitas usaha, manajemen perusahaan tentu ingin mengetahui nilai atau jumlah pendapatan yang diperoleh dalam suatu periode akuntansi yang diakui sesuai dengan prinsip-prinsip yang berlaku umum (Payaman 2009:14).

Earning atau pendapatan merupakan salah satu tujuan didirikannya sebuah usaha. Dengan adanya pendapatan itu berarti sebuah usaha masih berjalan dan layak untuk mempertahankan walaupun sebenarnya masih ada beberapa hal yang lain selain pendapatan yang bisa menjadi bahan pertimbangan untuk meneruskan sebuah usaha. Dengan memperhatikan jumlah pendapatan, akan diketahui apakah suatu usaha pendapatan untung atau malah merugi (Ikatan akuntansi Indonesia 2009:24).

Menurut (soekartawi 2010:17) mengemukakan bahwa “pendapatan merupakan selisih antara jumlah penerimaan dan jumlah biaya yang dikeluarkan” dan dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut.

$$Pd = TR - TC$$

Dimana :

TR = Total Permintaan (Total Revenue)

TC = Total Biaya (Total Cost)

Total permintaan (TR) adalah besarnya uang atau balas jasa yang diperoleh dari hasil penjualan berupa barang atau jasa sebelum dikurangi dengan biaya-biaya yang digunakan dalam proses produksi. Sedangkan total biaya (TC) adalah keseluruhan biaya yang dikeluarkan selama proses produksi.

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 struktur 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.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif karena dalam pengolahan datanya menggunakan EVIEWS atau Regresi Linier Berganda. Metode penelitian kuantitatif, sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2012:8) yaitu: “metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Menurut Sugiiyono (2012:13) penelitian deskriptif yaitu, penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, atau menghubungkan dengann variabel yang lain

Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Untuk memperoleh data data dalam penelitian ini, maka penelitian ini dilakukan pada PT. Pos Indonesia (persero) atau Kantor pos besar Medan. Pemiliha tempat berdasarkan judul proposal “Analisis Determinan Permintaan Masyarakat Kota Medan Terhadap Jasa Pengiriman Paket Pos Pada PT. Pos Indonesia (Persero) (Studi Kasus Kantor Pos Besar Medan Sumatera utara).

2. Waktu Penelitian

Waktu yang diburuhkan dalam penelitian ini kurang lebih selama 2 bulan yaitu:Mei sampai dengan juni 2023

Defenisi Orasional Variabel dan Pengukuran

Untuk memudahkan penulis dalam mencari data dan menentukan variabel penelitian sekaligus untuk menyamakan persepsi tentang istilah stilah yang digunakan dalam penelitian ini, maka batasan variabelnya yaitu:

1. Jasa pengiriman (Y) adalah merupakan sebuah perusahaan yang bergerak pada bidang layanan pengiriman, yang dalam hal ini dalah pengiriman barang. Jasa pengiriman dapat pula kita artikan sebagi proses pemindahan barang dari suatu tempat ke tempat lain, yang dalam hal ini jasa kurir atau sember daya manusia (SDM) berperan penting
2. Harga (X1) adalah sejumlah biaya yang harus dikeluarkan oleh konsumen yang telah ditetapkan jumlahnya oleh suatu pembiayaan
3. Pendapatan (X2) adalah laba/keuntungan yang diperoleh dari pengiriman paket pos (rupiah).
4. Jumlah penduduk (X3) adalah sejumlah penduduk di wilayah kota medan

Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data dilakukan dengan cara sebagai berikut.:

1. Observasi yaitu dengan melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang akan diteliti, dalam hal ini pengamatan langsung ke kantor Pos Besar medan mengenai permintaan terhadap jasa pengiriman paket Pos.
2. Wawancara yaitu salah satu teknik pengumpulan data dan informasi dengan mewawancarai masyarakat yang mengirim paket di Kantor Pos besar medan

Teknik analisis data

Dalam menganalisis besarnya pengaruh variabel variabel bebas terhadap variabel terikat, digunakan model ekonometrika dengan meregresikan variabel variabel yang ada dengan eviews persamaan regresi linier berganda (multiple regression) dengan spesifikasi model sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \mu \dots\dots\dots (1)$$

Dimana:

Y= Jasa pengiriman (orang)

α = Intercept / Konstan b_1b_2

= koefisien Regresi

X1 = Harga

X2 = Pendapatan

X3 = Jumlah Penduduk

Untuk menganalisis model tersebut dilakukan pengujian sebagai berikut :

Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinieritas, adalah sebagai berikut:

1. Uji Normalitas bertujuan untuk mengkaji apakah dalam model regresi variabel dependen, dan variabel independen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Salah satu metode untuk mengetahui Normalitas adalah dengan menggunakan metode analisis grafik secara histogram dengan melihat nilai probabilitas dari Jarque-Bera, jika probabilitas bernilai lebih besar dari 5 persen maka dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal, dan sebaliknya jika probabilitas bernilai kurang dari 5 persen maka dikatakan bahwa data tidak berdistribusi normal.
2. Uji heteroskedastisitas, Supranto (2010:42) mengatakan, heteroskedastisitas adalah suatu keadaan di mana varian dari kesalahan pengganggu tidak konstan untuk semua nilai variabel bebas. Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model yang baik adalah Homoskedastisitas dan tidak terjadi Heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada tidaknya Heteroskedastisitas antara lain dengan melakukan uji White dengan melihat probabilitas dari Obs R². Jika probabilitasnya lebih besar dari 5 persen, maka dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas atau data bersifat homoskedastisitas dan sebaliknya jika probabilitasnya kurang dari 5 persen maka data dikatakan bersifat heteroskedastisitas.
3. Multikolinieritas yang berarti adanya hubungan linier yang sempurna atau eksak di antara variabel-variabel bebas dalam model regresi diciptakan oleh

Ranger Fish di dalam bukunya “Statistical Confluence Analysis by Means of Complete Regressions Systems”. Uji Multikolinearitas digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya hubungan antar beberapa atau semua variabel independen dalam model regresi. Multikolinearitas merupakan keadaan di mana satu atau lebih variabel independen dinyatakan sebagai kondisi linier dengan variabel lainnya. Artinya bahwa jika di antara pengubah-pengubah bebas yang digunakan sama sekali tidak berkorelasi satu dengan yang lain maka bisa dikatakan tidak terjadi Multikolinearitas. Untuk menguji asumsi Multikolinearitas dapat digunakan uji Correlation Matrix. Jika antar variabel independen ada korelasi yang 45 cukup tinggi (umumnya diatas 0.90), maka hal ini merupakan indikasi bahwa adanya Multilinearitas.

Uji analisis regresi linier berganda terdiri dari uji statistic F, uji statistic T, dan uji determinasi (R²), adalah sebagai berikut :

1. Uji Statistik-f, digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara signifikan terhadap variabel dependen. Dimana jika F hitung < F tabel, maka Ho diterima atau variabel independen secara bersama-sama tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (tidak signifikan) dengan kata lain perubahan yang terjadi pada variabel terikat tidak dapat dijelaskan oleh perubahan variabel independen, dimana tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 10 %.
2. Uji Statistik-t, digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen secara sendiri-sendiri mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Dengan kata lain, untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen dapat menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel dependent secara nyata. Dimana jika thitung > tabel Hi diterima (signifikan) dan jika thitung < t tabel Ho diterima (tidak signifikan). Uji t digunakan untuk membuat keputusan apakah hipotesis terbukti atau tidak, dimana tingkat signifikan yang digunakan yaitu 10 %.
3. Koefisien Determinasi (R²), koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel dependen yaitu jenis pendapatan (X1), tingkat pelayanan (X2), tarif pengiriman (X3), terhadap variabel dependen dalam hal ini jasa pengiriman (Y).

Hasil 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
Harga	-0.441525	0.105226	-4.195953	0.0015
pendapatan	0.038134	0.015681	2.431754	0.0333
Jumlah penduduk	-0.472148	1.056812	-0.446767	0.6637

Diolah oleh views 9

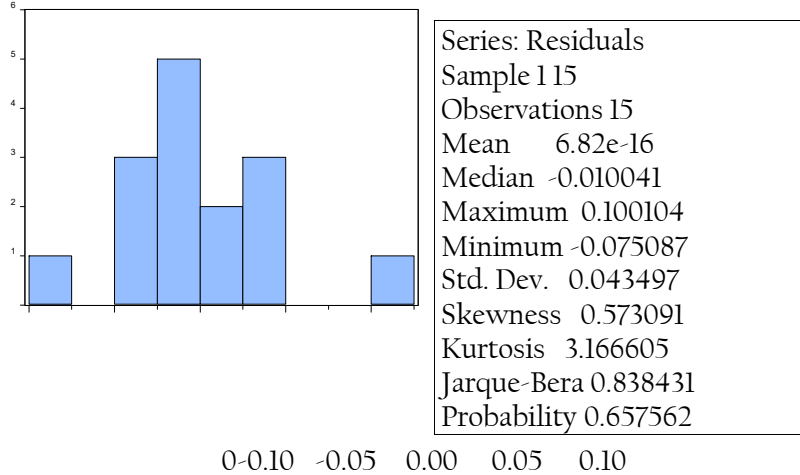
Persamaan Regresi

$$\ln Y = 12.16746 + (-0.441525X_1 + 0.038134X_2 + -0.472148X_3) + 0.271084e$$

Uji Asumsi Klasik

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

Uji Normalitas



Sumber: Eviews 8

Gambar 1. Kerangka Konseptual

Dalam penelitian ini uji normalitas di gunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel residual memiliki distribusi yang normal.

Hasil Uji Normalitas

Dapat dilihat nilai Jarque – Bera adalah 0.838431. Nilai X^2 untuk data ini adalah 7,81. Berdasarkan nilai Jarque – Bera ($0.838431 < X^2 (7,81)$), maka data tersebut dinyatakan berdistribusi normal, sehingga bisa dilanjutkan ke pengujian selanjutnya.

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

diolah Eviews 9

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

Dapat dilihat bahwa nilai probability untuk Obs*R-squared adalah 12.88857. Karena nilai 12.88857 > dari derajat kesalahan (α) = 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

Diolah oleh views 9

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.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan dapat disimpulkan

1. Tingkat Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan jasa pengiriman di kota medan
2. Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengiriman paket di kota medan
3. jumlah penduduk berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap jasa pengiriman paket pos di kota Medan

SARAN

Untuk peneliti yang melakukan penelitian sejenis, penulis menyarankan agar menambahkan variabel lain yang mempengaruhi permintaan jasa pengiriman dan menggunakan metode penelitian lain dan menganalisis data agar menjadi variasi dalam penelitian

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
- Lupiyoadi. 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