

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN JASA
PENGIRIMAN PAKET POS DOMESTIK (REGULER DAN *NEXTDAY*)
PADA PT. POS INDONESIA (PERSERO) DI BANDAR LAMPUNG**

(Skripsi)

Oleh:

MARDIYANTO

NPM 1611021108



**JURUSAN EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG**

2023

ABSTRAK

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN JASA PENGIRIMAN PAKET POS DOMESTIK (REGULER DAN *NEXTDAY*) PADA PT. POS INDONESIA (PERSERO) DI BANDAR LAMPUNG

Oleh

Mardiyanto

Penelitian ini menjelaskan pengaruh pendapatan, pendidikan dan usia terhadap permintaan jasa pengiriman paket pos domestik (reguler dan *nextday*) pada PT. Pos Indonesia (Persero) di Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan alat analisis model regresi respon kualitatif yang dihitung dengan menggunakan E-views versi 10. Penelitian ini menggunakan variabel permintaan jasa pengiriman paket pos domestik reguler dan *nextday*, pendapatan, pendidikan dan usia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan dan pendidikan berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan usia berpengaruh positif tetapi tidak signifikan.

Kata kunci : Permintaan, Pendapatan, Tingkat Pendapatan, PT. Pos Indonesia

ABSTRAK

FACTORS AFFECTING THE DEMAND FOR DOMESTIC PACKAGE DELIVERY SERVICES (REGULAR AND NEXTDAY) AT PT. POS INDONESIA (PERSERO) IN BANDAR LAMPUNG

By

Mardiyanto

This study explains the influence of income, education and age on the demand for domestic (regular and next day) postal parcel delivery services at PT. Pos Indonesia (Persero) in Bandar Lampung. This study used a qualitative response regression model analysis tool which is calculated using E-views version 10. This study used the variables of demand for regular and next day domestic postal parcel delivery services, income, education and age. The results showed that income and education had a positive and significant effect, while age had no significant effect.

Keywords : Demand, Income, Level Of Education, PT. Pos Indonesia

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN JASA
PENGIRIMAN PAKET POS DOMESTIK (REGULER DAN *NEXTDAY*)
PADA PT. POS INDONESIA (PERSERO) DI BANDAR LAMPUNG**

Oleh:

MARDIYANTO

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Jurusan Ekonomi Pembangunan

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis



JURUSAN EKONOMI PEMBANGUNAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS LAMPUNG

2023

Judul Skripsi : **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PERMINTAAN JASA PENGIRIMAN PAKET POS
DOMESTIK (REGULER DAN NEXTDAY) PADA
PT. POS INDONESIA (PERSERO)
DI BANDAR LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : **Mardiyanto**

Nomor Induk Mahasiswa : **1611021108**

Program Studi : **Ekonomi Pembangunan**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis**



Dr. Asih Murwiati, S.E., M.E.
NIP 19740410 200812 2 001

MENGETAHUI

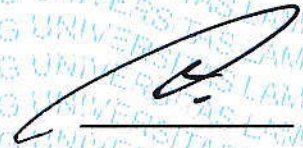
Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan

Dr. Neli Aida, S.E., M.Si. 1
NIP 19631215 198903 2 002

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Dr. Asih Murwiati, S.E., M.E.



Penguji I : Dr. Heru Wahyudi, S.E., M.Si.



Penguji II : Ukhti Ciptawaty, S.E., M.Si.



2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si.
NIP 19660621 199003 1 003

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 24 Mei 2023

PERNYATAAN PLAGIARISME

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Mardiyanto

Npm : 1611021108

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “ Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Jasa Pengiriman Paket Pos Domestik (Reguler Dan *Nextday*) Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Di Bandar Lampung” merupakan hasil karya saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau symbol yang menunjukkan gagasan atau pemikiran dari penulis yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa member pengakuan penulis aslinya. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa penelitian ini tidak benar, maka saya siap menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Bandar Lampung, 12 Mei 2023



Mardiyanto

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Mardiyanto dilahirkan di Mekarsari, Kecamatan Tanjung Raya, Kabupaten Mesuji, Lampung pada tanggal 03 September 1997. Penulis merupakan anak keempat dari Bapak Sriyadi dan Ibu Siti Aminah. Penulis menempuh pendidikan di SDN 1 Mekarsari pada tahun 2005 – 2010, dan dilanjutkan ke SMP N 1 Tanjung Raya 2010 – 2013, dan dilanjutkan ke SMK N 1 Simpang Pematang 2013 – 2016. Pada tahun 2016 penulis diterima di Universitas Lampung, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Ekonomi Pembangunan melalui jalur PMPAP. Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif sebagai anggota Himpunan Mahasiswa Ekonomi Pembangunan (HIMEPA). Tahun 2019 penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Dwikora, Kecamatan Bukit Kemuning, Lampung Utara.

MOTTO

“Allah Tidak Membebani Seseorang Melainkan Sesuai Kesanggupannya”

(QS. Al-Baqarah: 286)

“Jika kamu ingin mengatur orang lain, aturlah dulu dirimu sendiri”

(Abu Bakar)

“Jika kau menungguku untuk menyerah, kau akan menungguku selamanya”

(Naruto Uzumaki)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbilalain

Puji syukur kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Karya ini saya persembahkan kepada :

Kedua orang tua ku yang tercinta, Bapak Sriyadi dan Ibu Siti Aminah yang selalu memberikanku cinta dan kasih sayang, selalu mendoakanku dan selalu memberikan dukungan kepadaku.

Kakak-kakak ku tersayang, terimakasih telah memberikan kasih sayang dan motivasi kepadaku.

Seluruh orang-orang terdekat, sahabat serta teman-teman seperjuangan EP 16, Terimakasih untuk semua dukungan, doa, semangat, waktu, dan motivasi disaat suka maupun duka.

SANWACANA

Bismillahirrahmanirrahim,

Puji syukur kehadirat Allah SWT karena atas berkat dan rahmat-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Kausalitas PDRB Pertanian terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Sektor Pertanian di Kabupaten Lampung Timur (2005 – 2019)” yang merupakan salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung. Dalam menulis skripsi ini penulis banyak memperoleh dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, dala kesempatan ini dengan ketulusan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Ibu Dr. Neli Aida, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
3. Bapak Dr. Heru Wahyudi, S.E., M.Si. selaku Sekertaris Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung sekaligus dosen penguji.
4. Ibu Dr. Asih Murwiati, S.E., M.E. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan ilmu, motivasi, nasihat, serta waktu untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Emi Maimunah, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing akademik yang selalu memberikan dukungan dan nasihat kepada penulis selama perkuliahan

6. Ibu Ukhti Ciptawaty, S.E., M.Si. selaku dosen penguji dan pembahas yang telah memberikan waktu, ilmu, saran, dan nasihatnya yang membangun dalam proses penyelesaian skripsi ini.
7. Seluruh Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama masa perkuliahan.
8. Seluruh Staff di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah membantu penulis pada masa penulisan.
9. Teristimewa untuk kedua orang tua ku tercinta yang selama ini selalu memberikan cinta, kasih sayang, doa, dan dukungan kepadaku.
10. Terima kasih kepada kakak-kakak ku yang selalu memberikan ilmu, motivasi serta dukungan kepadaku.

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
II Tinjauan Pustaka	11
A. Tinjauan Teori	11
1. Permintaan Dan Jasa	11
2. Pendapatan	16
3. Tingkat Pendidikan	18
4. Usia	19
B. Penelitian Terdahulu.....	20
C. Kerangka Pemikiran	23
D. Hipotesis	24
III Metode Penelitian	25
A. Jenis Penelitian	25
B. Lokasi Penelitian	25
C. Devinisi Operasional Variabel.....	26

D. Populasi Dan Sampel.....	26
E. Teknik Pengumpulan Data.....	27
F. Model Analisis Data.....	28
1. <i>Linear Probability Model (LPM)</i>	28
2. Model Logit	31
3. Model Probit	33
IV Hasil Dan Pembahasan	35
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	35
B. Gambaran Umum Variabel Penelitian.....	40
C. Hasil Uji Data	42
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	45
V Kesimpulan Dan Saran.....	51
A. Kesimpulan.....	51
B. Saran	51
Daftar Pustaka.....	53
Lampiran	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Hasil Kinerja Antar Paket PT. Pos Indonesia (Persero) Bandar Lampung Periode Bulan September 2021	5
Tabel 1.2 Perbandingan Harga Paket Pos Reguler Dengan Pos <i>Nextday</i>	7
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 4.1 Persentase Permintaan Paket Domestik (Reguler Dan <i>Nextday</i>)	40
Tabel 4.2 Persentase Tingkat Pendapatan Responden	40
Tabel 4.3 Persentase Tingkat Pendidikan Responden.....	41
Tabel 4.4 Persentase Usia Responden.....	41
Tabel 4.5 Hasil Regresi Permintaan Pengiriman Paket Model LPM.....	42

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Persentase Top Brand Award Jasa Kurir 2022.....	2
Gambar 1.2 Data Jumlah Transaksi Pengiriman Barang di Bandar Lampung tahun 2016 - 2018	4
Gambar 2.1 Kurva Permintaan.....	12
Gambar 2.2 Kurva Pendapatan Konsumen Naik Dan Turun.....	13
Gambar 2.3 Kurva Selera Konsumen Naik.....	14
Gambar 2.4 Kurva Selera Konsumen Turun.....	14
Gambar 2.5 Kerangka Pemikiran.....	23
Gambar 4.1 Kantor PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Bandar Lampung	37

I. PENDAHULUAN

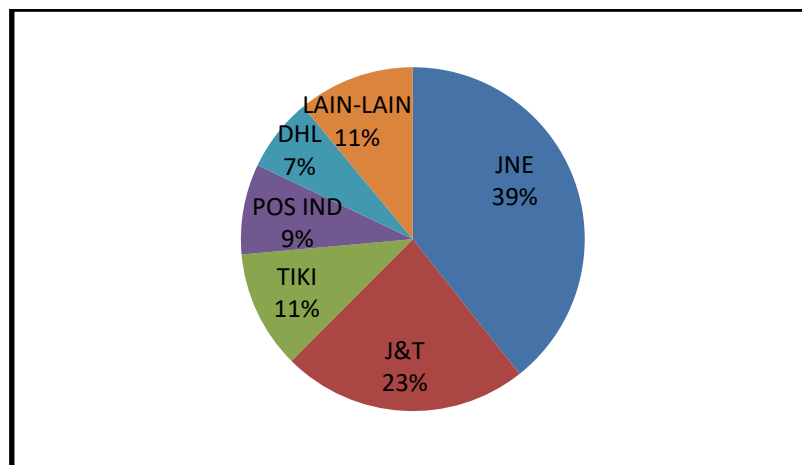
A. Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini, organisasi bisnis yang bergerak di bidang komunikasi dan distribusi jasa diharapkan mampu menghadapi persaingan yang meningkat. Perkembangan teknologi yang sangat canggih diharapkan mampu untuk meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan. Oleh karena itu, untuk menunjang kelancaran dan kelangsungan hidup suatu perusahaan atau organisasi industri, khususnya organisasi yang berkaitan dengan masyarakat, harus bisa memajukan dan mendukung pelaksanaan pembangunan nasional yang tidak terlepas dari adanya jasa komunikasi dan jasa pengiriman barang.

Sebagai sarana pembangunan yang utama, menurut kebijaksanaan umum pemerintah Orde Baru, pembangunan bidang komunikasi dan jasa pengiriman merupakan salah satu yang diprioritaskan, karena industri jasa komunikasi dan jasa pengiriman dapat mendukung berbagai tantangan semua program pembangunan yang telah direncanakan.

Laju dunia usaha dewasa ini sangat kompetitif, sehingga menyebabkan Perusahaan di industri barang dan jasa mengalami banyak inovasi dan kreativitas untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Saat ini orang lebih berhati-hati menggunakan layanan atau barang yang mereka pakai atau beli. Hal ini membuat pelaku usaha untuk mempertahankan pasarnya dan meningkatkan jumlah pelanggan, khususnya di bidang jasa pengiriman. Jasa pengiriman barang yang dibutuhkan masyarakat saat ini adalah jasa pengiriman barang yang mengantarkan barang lebih cepat, lebih efisien, lebih aman dan barang sampai tujuan dengan selamat.

Perkembangan layanan jasa pengiriman barang di Indonesia saat ini sangat pesat, dengan kebutuhan konsumen yang semakin meningkat dan teknologi yang ada semakin maju, banyak penyedia jasa pengiriman dengan harga dan tingkat kualitas yang berbeda, seperti: Tiki, Pos Indonesia, JNE, SiCepat Ekspres, J&T DHL, UPS dan lain sebagainya. Salah satu perusahaan yang terlibat dalam revitalisasi jasa pengiriman di Indonesia yaitu PT. Pos Indonesia. Perkembangan layanan PT. Pos Indonesia terus berlanjut dalam persaingan jasa logistik yang selama ini digunakan untuk pengiriman barang dan uang. Menyediakan layanan pengiriman dari tahun 1946 hingga saat ini, PT. Pos Indonesia memiliki banyak pesaing swasta di bidang serupa, menjadi tantangan bagi PT Pos Indonesia yang awalnya memonopoli pasar, yang saat ini tergerus oleh perkembangan layanan jasa pengiriman swasta yang pelayanannya lebih unggul dan sangat memenuhi kebutuhan konsumen (Widya 2021).



Gambar 1.1 Persentase Top Brand Award Jasa Kurir 2022.

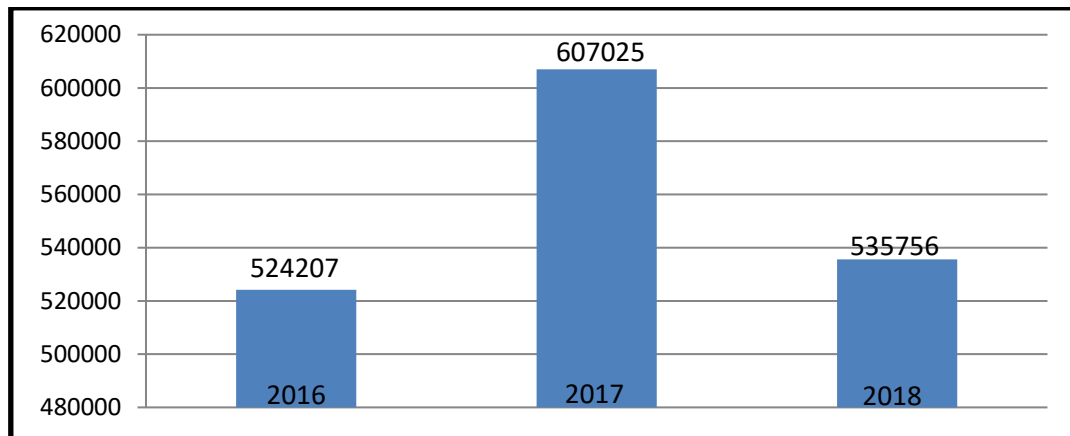
Sumber : topbrandaward.com

Hasil TBA (Top Brand Award) 2022, dimana Indeks Pos Indonesia 9%, JNE 39%, TIKI 11%, J&T 23%, DHL 7% dan jasa pengiriman lainnya 11%. Menurut hasil Top Brand Award 2020, JNE menjadi layanan jasa pengiriman terpopuler dengan pangsa 39 persen, sedangkan PT Pos Indonesia menempati urutan ke-4 dengan pangsa 11 persen berdasarkan hasil Top Brand Award 2022 posisi PT. Indonesia masih jauh dari perusahaan swasta yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Keberhasilan pelayanan jasa pengiriman barang tidak dapat dipisahkan dari pilihan yang dibuat oleh konsumen. Konsumen mempertimbangkan banyak faktor saat mengambil keputusan dalam memilih jasa atau barang yang ingin digunakan atau konsumsi. Berbagai diskon dalam skala besar dapat merangsang minat konsumen dalam mengkonsumsi suatu jasa atau barang. Oleh karena itu, diperlukan strategi penetapan harga yang dapat memuaskan keinginan konsumen, namun tidak merugikan pendapatan perusahaan. Adapun tempat usaha yang mudah dijangkau atau ditemukan membuat konsumen tetap terlibat dengan layanan jasa atau barang yang dijual, sehingga meningkatkan pembelian ulang atas jasa atau barang yang dijual. Kualitas pelayanan merupakan salah satu pengaruh yang sangat penting bagi perkembangan perusahaan, keunggulan kualitas pelayanan yang diterima oleh konsumen merupakan hal yang membuat konsumen kembali menggunakan atau membeli jasa atau barang yang dijual (Widya 2021).

Ketertarikan pelanggan dalam memilih jasa pengiriman paket dapat mempengaruhi kinerja perusahaan. Perilaku konsumen dalam memilih layanan jasa telah menjadi faktor penentu untuk memenangkan pasar dan persaingan di sektor jasa pengiriman paket. Kepentingan pelanggan mempengaruhi pelanggan memutuskan apakah Akan memilih layanan jasa tersebut atau tidak (Indrawati 2019). Hal-hal yang mempengaruhi konsumen dalam memilih layanan jasa, seperti pendapatan, tingkat pendidikan (pengetahuan) dan usia menjadi faktor utama dalam memilih suatu jenis layanan jasa yang sesuai dengan kebutuhan konsumen tersebut.

Semakin berkembangnya jasa pengiriman swasta menyebabkan persaingan yang ketat dalam bisnis . Berdasarkan pengamatan penulis, banyak perusahaan pengiriman yang berkembang di kota Bandar Lampung. Hal ini memberikan banyak peluang bagi masyarakat/konsumen untuk memenuhi kebutuhannya akan jasa pengiriman barang/dokumen. Berikut ini adalah data pengguna jasa pengiriman barang di Bandar Lampung tahun 2016-2018.



Gambar 1.2 Data Jumlah Transaksi Pengiriman Barang Di Bandar Lampung Tahun 2016-2018

Sumber: Kantor Pos Indonesia Cabang Bandar Lampung 2018

Dapat dilihat pada Gambar 1.2 Informasi pengguna jasa pengiriman di PT. Pos Indonesia Cabang Bandar Lampung pada tahun 2016 yaitu jumlah transaksi sebanyak 524.207 dan pada tahun 2017 jumlah transaksi barang meningkat signifikan sebanyak 607.025 transaksi, namun pada tahun 2018 jumlah transaksi barang mengalami penurunan sebanyak 535.756. Penurunan jumlah transaksi jasa pengiriman barang di PT. Pos Indonesia merupakan fenomena yang cukup menarik untuk diteliti. Penurunan jumlah pengguna PT. Pos Indonesia mencerminkan penilaian perasaan puas atau tidak puas terhadap layanan yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia.

Manusia tidak dapat dipisahkan dari kegiatan konsumsi, namun dalam kehidupan sehari-hari manusia selalu terlibat dalam kegiatan mengkonsumsi yang bertujuan untuk memenuhi segala kebutuhan dan keinginannya. Menurut Suryani (2013: 11), yaitu proses dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor internal konsumen dan faktor lingkungan yang mengelilingi konsumen. Sumarwan (2014: 10) faktor konsumsi internal meliputi kebutuhan dan motivasi, pengetahuan, sikap, pengolahan informasi dan persepsi, konsep diri, pembelajaran, kepribadian dan agama sedangkan faktor lingkungan meliputi karakteristik budaya, demografis, sosial, ekonomi, keluarga dan rumah tangga, kelompok afinitas, situasi

konsumsi dan teknologi. Berdasarkan uraian , karakteristik ekonomi konsumen yang mewakili pendapatan konsumen merupakan salah satu faktor lingkungan yang paling mempengaruhi keputusan konsumen. Karena pendapatan merupakan sumber materi yang diterima konsumen melalui pekerjaannya, dan dengan pendapatan tersebut konsumen dapat membiayai kegiatan konsumsinya (Sumarwan, 2014: 257). (Susilowati, Indriayu, and Sudarno 2018)

Tabel kinerja di bawah ini menunjukkan bahwa hasil kinerja kurir pada bulan September 2020 tumbuh dengan baik dan mencapai target pengiriman yang sukses.

Tabel 1.1. Hasil Kinerja Antaran Paket PT. Pos Indonesia (Persero) Bandar Lampung Periode Bulan September 2021

Cabang	Jumlah Kiriman (Paket)	Keterlambatan Kiriman (Per Bulan)	Target Keberhasilan (%)	Keterlambatan Antar (%)
Tanjung Karang Barat	938	101	90	10
Way halim	1018	61	95	5
Plaza pos	1147	63	95	5
Antasari	977	161	84	16
Kedaton	893	163	82	18
Kemiling	911	55	94	6
Pahoman	1219	80	94	6
Jumlah	7103	684	634	66

Sumber : PT Pos Indonesia (Persero) Bandar Lampung 2021

Tabel menunjukkan bahwa hasil pengiriman surat dan paket hingga bulan September tahun 2020 menunjukkan peningkatan dalam pengiriman paket. Pahoman mengirimkan kiriman terbanyak, yaitu sebanyak 1.219 kiriman. Adanya pengaruh ini didasarkan pada aturan perusahaan, yang mengatur tingkat keberhasilan minimum adalah 97% setiap bulan. Jika dibandingkan dengan kendala pengiriman akibat persaingan antar barang, pengiriman paket melalui PT Pos Indonesia (Persero) Bandar Lampung justru lebih banyak dari ini, bahkan jumlah paketnya 10 kali lipat dari yang ada saat ini.

Banyak hal yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan untuk menggunakan suatu produk atau jasa. Menurut Engel, et. al, (1994) Perilaku konsumen adalah aktivitas yang secara langsung terkait dengan perolehan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan layanan jasa, termasuk pilihan yang mendahului dan mengikuti aktivitas tersebut. Menurut Kotler, (2002:234) Konsumen selalu mengambil keputusan berdasarkan aspek-aspek tertentu, sehingga seorang konsumen dan konsumen lain belum tentu memilih produk yang sama. Disini diperlukan kejelian konsumen dalam memilih suatu produk dengan mempertimbangkan keunggulan produk tersebut, sehingga keputusan konsumen merupakan suatu proses pembelian dimana individu tersebut memutuskan apakah akan melanjutkan membeli atau tidak. Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian barang dan jasa, misalnya faktor demografis dan faktor pribadi. Salah satu faktor demografi adalah pendapatan yang sangat sering digunakan sebagai dasar pengelompokan konsumen. Pendapatan adalah total penghasilan riil dari semua anggota keluarga yang disumbangkan untuk kebutuhan bersama dan individu keluarga (Sumardi, 2002). Selain itu, faktor pribadi diperhitungkan, yang dapat dengan cepat bereaksi terhadap berbagai penawaran produk atau jasa dalam keputusan pembelian. Salah satunya adalah gaya hidup dan citra diri. Sementara itu, gaya hidup didefinisikan sebagai gaya hidup yang dicirikan oleh bagaimana orang menghabiskan waktunya (aktivitas), apa yang mereka pilih dan gunakan untuk menghabiskan waktu tersebut (Engel, 1994).

Adapun produk jasa pengiriman domestik yang tersedia pada PT. Pos Indonesia (Persero) terbagi menjadi 2 bagian yaitu kurir dan logistik. Bagian kurir terdiri dari pos *someday*, pos *nextday*, pos reguler, pos jumbo, pos ekonomi dan pos instan plus. Pos *someday* adalah pengiriman dan penerimaan paket dilakukan dihari yang sama, maksimal 9 jam pada kiriman dikota yang sama dan maksimal berat paket adalah 10kg. Pos *nextday* adalah layanan pengiriman besok sampai bisa dikirimkan antar kota provinsi dan maksimal berat paket adalah 30 kg. Pos reguler adalah layanan pengiriman paket nasional dalam waktu H+2 sampai dengan H+4 sampai tujuan bisa

dikirimkan antar kota kabupaten dan maksimal berat 30 kg. Pos jumbo adalah layanan pengiriman paket/barang non standar dengan standar waktu penyerahan *point to point* dalam jaringan nasional. Pos ekonomi adalah layanan pos universal (LPU) berupa pengiriman surat/dokumen biasa, kartupos, sekogram, dan paket pos biasa dengan standar waktu penyerahan *point to point* dalam jaringan nasional. Sedangkan pos instan plus adalah layanan premium pengiriman paket dengan fitur layanan *pick up* dan langsung diantar maksimal 3 jam sampai, kiriman di kota yang sama.

Bagian logistik terdiri dari *warehouse* dan *freight forwarding*. Layanan *warehousing* adalah jasa penyimpanan hasil produksi atau produksi dalam jumlah dan jangka waktu tertentu, yang kemudian didistribusikan ke lokasi yang dipilih berdasarkan permintaan. Selain itu, sebagai gudang barang (bahan baku, part produk setengah jadi, barang jadi) pada dan antara asal dan tujuan, gudang merupakan bagian dari sistem logistik perusahaan dan memberikan manajemen informasi tentang keadaan, kondisi dan lokasi barang yang disimpan. Sedangkan *freight forwarding* adalah solusi logistik untuk bisnis ekspor dan impor dengan transportasi laut dan udara dengan nilai tambah melalui sinergi dengan produk kami yang lain (CL, NT dan *e-commerce*) dan melalui kerjasama dengan PT. POS Indonesia untuk pengiriman ke seluruh wilayah Indonesia.

Dalam penelitian ini peneliti berfokus pada permintaan jasa pengirimian paket domestik pos reguler dan pos *nextday*. Dikarenakan dua layanan paket domestik inilah yang sering digunakan masyarakat dalam mengirimkan barang. Dibawah ini adalah tabel perbandingan harga antara layanan pos reguler dengan pos *nextday*

Tabel 1.2. Perbandingan Harga Paket Pos Reguler Dengan Pos *Nextday*

Tujuan Pengiriman	Harga/Kg	
	Reg	Nd
Antar Kabupaten Satu Pulau Sumatera (BDL - Kota Metro)	13000	18000
Antar Provinsi Satu Pulau Sumatera (BDL - Palembang)	19000	25000
Luar Pulau Sumatera (BDL - Jakarta)	14000	26500

Sumber : PT. Pos Indonesia 2023

Tabel terlihat bahwa harga antara pos reguler dengan pos *nextday* cukup jauh berbeda sehingga konsumen dapat memilih layanan jasa sesuai dengan kebutuhannya. Apakah konsumen ingin barang yang dikirimkan cepat sampai tujuan atau ingin menunggu beberapa hari setelah pengiriman. Harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih layanan jasa pengiriman paket domestik pos reguler dan pos *nextday*, namun dalam penelitian ini harga tidak dimasukkan dalam variabel penelitian dikarenakan harga yang dibayarkan konsumen sangat bervariasi sesuai dengan tujuan dan berat paket yang dikirimkan konsumen. Sehingga peneliti ingin mengetahui faktor apa saja selain harga yang mempengaruhi permintaan jasa pengiriman paket domestik pos reguler dan pos *nextday* pada PT Pos Indonesia Bandar Lampung. Apakah pendapatan, tingkat pendidikan dan usia berpengaruh terhadap permintaan jasa pengiriman paket domestik pos reguler dan pos *nextday* pada PT Pos Indonesia Bandar Lampung.

Variabel pendapatan konsumen, tingkat pendidikan dan usia dapat sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Yang pertama adalah variabel pendapatan konsumen atau individu sebagai jumlah uang yang mereka terima dari kerja keras mereka untuk memenuhi kebutuhan primer dan sekunder, anggaran atau pengeluaran yang digunakan untuk membeli sesuatu sesuai dengan daya belinya (Kholida, 2021). Pengiriman paket pos seringkali terkait dengan aktivitas *e-commerce*. Jika pendapatan masyarakat meningkat, mereka cenderung memiliki lebih banyak akses ke perangkat teknologi dan akses internet yang lebih baik. Hal ini dapat meningkatkan partisipasi dalam aktivitas *e-commerce*, seperti berbelanja *online*. Permintaan pengiriman paket pos akan meningkat seiring dengan pertumbuhan *e-commerce*, yang dipengaruhi oleh pendapatan konsumen. Pertumbuhan bisnis juga dapat mempengaruhi permintaan pengiriman paket pos. Ketika pendapatan perusahaan atau pengusaha meningkat, mereka mungkin perlu mengirimkan barang ke berbagai lokasi, baik dalam negeri maupun internasional. Hal ini akan berdampak pada permintaan layanan pengiriman paket pos dari PT Pos Indonesia.

Tingkat pendidikan, dalam penelitian Wening, (2015) menyatakan bahwa Pendidikan konsumen mencakup nilai-nilai moral yang dapat dijadikan pedoman dalam melakukan kegiatan konsumsi. Menurut Wening, konsumen harus diberdayakan sebagai konsumen melalui pembinaan dan pelatihan bagi masyarakat dengan menanamkan nilai-nilai pendidikan konsumen dalam kehidupan sehari-hari, hal tersebut karena adanya kecenderungan konsumsi masyarakat yang berlebihan. Edukasi konsumen dapat dilakukan oleh berbagai pihak, termasuk keluarga bahkan sekolah atau perguruan tinggi. Keluarga berperan penting dalam pendidikan anggotanya sesuai dengan tugas keluarga yaitu fungsi sosialisasi dalam membentuk karakter dan kepribadian (Hafid, Ahiri dan Haq, 2013). Terkait Dalam kegiatan konsumsi, keluarga dapat terlibat dalam berbagi informasi dengan anggotanya untuk menjadi konsumen yang cerdas (Susilowati et al. 2018).

Usia mendeskripsikan selera atau cita rasa seseorang. Cita rasa dan selera seseorang terhadap barang atau jasa merupakan kepuasan tersendiri bagi setiap orang. Menurut Nicholson (1989), diantara sekian banyak barang dan jasa yang tersedia, seseorang memilih barang atau jasa sesuai selera, keinginan dan kebutuhannya (Putri 2017).

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan pada latar belakang, maka permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini antara lain:

1. Apakah pendapatan konsumen berpengaruh terhadap permintaan jasa pengiriman paket pos domestik (reguler dan *nextday*) pada PT. Pos Indonesia (Persero) Bandar Lampung?
2. Apakah pendidikan konsumen berpengaruh terhadap permintaan jasa pengiriman paket pos domestik (reguler dan *nextday*) pada PT. Pos Indonesia (Persero) Bandar Lampung?
3. Apakah usia konsumen berpengaruh terhadap permintaan jasa pengiriman paket pos domestik (reguler dan *nextday*) pada PT. Pos Indonesia (Persero) Bandar Lampung?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pendapatan terhadap permintaan jasa pengiriman paket pos domestik (reguler dan *nextday*) pada PT. Pos Indonesia (Persero) Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui pengaruh pendidikan terhadap permintaan jasa pengiriman paket pos domestik (reguler dan *nextday*) pada PT. Pos Indonesia (Persero) Bandar Lampung.
3. Untuk mengetahui pengaruh usia terhadap permintaan jasa pengiriman paket pos domestik (reguler dan *nextday*) pada PT. Pos Indonesia (Persero) Bandar Lampung.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat bagi peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai bahan pertimbangan bagi instansi yang terkait dalam memproyeksi kebijakan untuk mengembangkan dan memajukan PT. Pos Indonesia (Persero) Bandar Lampung.
2. Bagi masyarakat / konsumen Memberikan kemudahan terhadap masyarakat / konsumen dalam memilih layanan PT. Pos Indonesia (Persero) di Bandar Lampung.
3. Bagi pembaca, sebagai acuan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian yang sama dan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya dimasa yang akan datang.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

1. Permintaan dan Jasa

1.1 Pengertian Permintaan

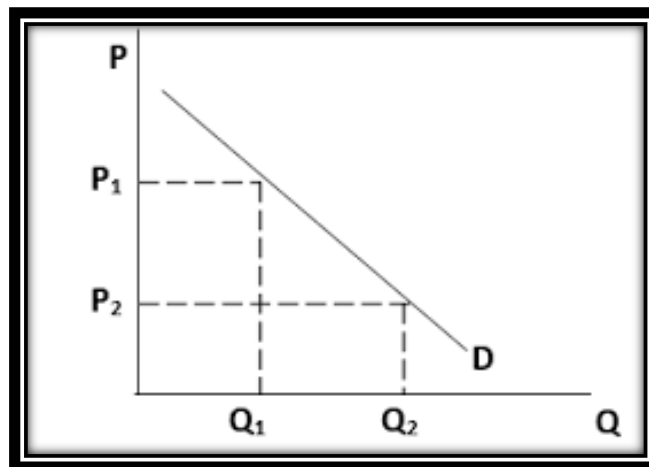
Menurut pengertian sehari-hari, permintaan itu dimaknai secara mutlak, yaitu jumlah yang dibutuhkan. Cara berpikir ini didasarkan pada gagasan manusia tentang sebuah kebutuhan. Untuk kebutuhan ini, seseorang memiliki permintaan akan barang, semakin banyak penduduk suatu negara, semakin besar permintaan masyarakat untuk jenis barang (Sudarsono 1992). Dalam ilmu ekonomi, permintaan didefinisikan sebagai jumlah barang yang akan dibeli oleh beberapa konsumen pada harga tertentu pada waktu tertentu di tempat tertentu (Samuelson, 1992).

Pada umumnya kebutuhan manusia tidak terbatas sedangkan sarana untuk memenuhi kebutuhan tersebut terbatas, sehingga tidak semua kebutuhan dapat terpenuhi. Kebutuhan seseorang dianggap terpenuhi bila ia dapat mengkonsumsi barang/jasa yang dibutuhkannya. Sedangkan kebutuhan masyarakat berarti keinginan masyarakat untuk mendapatkan dan mengkonsumsi barang atau jasa. Permintaan barang atau jasa timbul dari keinginan. Ini menunjukkan bahwa memiliki permintaan adalah dua hal yang berbeda. Permintaan bukanlah keinginan, seperti halnya keinginan bukanlah permintaan. Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa keduanya saling berkaitan. Teori permintaan menjelaskan sifat-sifat hubungan antara kuantitas yang diminta dan harga. Permintaan mengacu pada jumlah barang yang diminta oleh konsumen pada saat

tertentu, didukung oleh daya beli. Daya beli adalah kemampuan konsumen untuk membeli sejumlah barang yang mereka inginkan, biasanya dinyatakan dalam bentuk uang. Namun, seperti sumber keuangan lainnya, daya beli ini relatif terbatas (Noor 2003). Pengertian permintaan juga dapat diartikan sebagai kuantitas (jumlah) barang dimana konsumen mampu membayar dengan harga yang sudah ditentukan untuk barang tersebut (Soeharno 2009).

1.2 Hukum permintaan

Perilaku konsumen secara sederhana dapat dijelaskan dengan hukum permintaan, yang menyatakan bahwa ketika harga suatu barang naik, semua hal lain dianggap sama, jumlah barang yang diminta konsumen akan turun, dan sebaliknya, ketika harga suatu barang turun, jumlah barang yang diminta oleh konsumen akan naik. Jika jumlah barang yang dibeli bergantung pada kemungkinan tingkat pendapatan yang berbeda, ini disebut sebagai "permintaan harga". Jika jumlah barang yang dibeli bergantung pada kemungkinan tingkat pendapatan, ini disebut sebagai "permintaan pendapatan". Jumlah barang yang dibeli tergantung pada beberapa kemungkinan tingkat harga barang lain, disebut "permintaan silang" (Oktiana 2011).

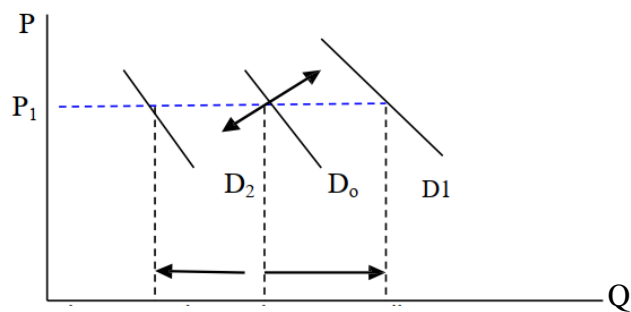


Gambar 2.1 kurva Permintaan
Sumber : Gramedia.com

Di dalam seseorang membeli suatu barang akan di pengaruhi oleh beberapa faktor yaitu:

1. Tingkat pendapatan seorang konsumen.

Apabila kita berhubungan dengan barang normal, kalau pada suatu saat tertentu pendapatan konsumen naik maka kurva demand/permintaan akan bergeser ke kanan, demikian pula sebaliknya bila pendapatan seseorang menurun maka permintaan terhadap barang normal tersebut akan bergeser ke kiri.



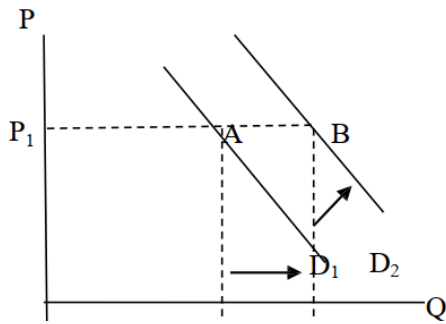
Gambar 2.2 Kurva Pendapatan Konsumen Naik Dan Turun

Sumber : Gramedia.com

Asumsi yang berlaku disini : tingkat harga tetap pada P_1 . Bila Y (tingkat pendapatan) naik D akan bergeser dari D_0 ke D_1 . Sedangkan tingkat pendapatan konsumen menurun maka kurva demand akan bergeser dari D_0 ke D_2 . Lain halnya apabila kita berhadapan dengan barang inferior. Dalam hal ini apabila tingkat pendapatan konsumen naik, justru permintaan terhadap barang tersebut berkurang, dengan kata lain kurva permintaannya akan bergeser ke kiri.

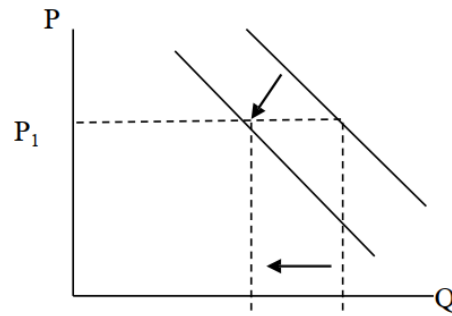
2. Selera Konsumen

Apabila selera konsumen berubah maka kurva demand akan berubah pula. Selera konsumen naik maka kurva demand/permintaan akan bergeser ke kanan dan sebaliknya apabila selera konsumen menurun maka kurva demand akan bergeser ke kiri.



Gambar 2.3 Selera Konsumen Naik

Sumber : Gramedia.com



Gambar 2.4 Selera Konsumen Turun

Sumber : Gramedia.com

3. Harga Barang Lain

Yang dimaksud dengan harga barang lain disini terutama adalah barang yang ada hubungannya dengan barang tersebut. Apakah mempunyai hubungan substitusi atau komplementer. Apabila dua macam barang merupakan barang substitusi maka apabila harga barang lain tersebut (P_b) naik akan berakibat permintaan terhadap barang tertentu (Q_A) naik pula demikian sebaliknya. Namun apabila harga barang A dan B bersifat komplementer hubungannya, maka apabila harga barang B naik, permintaan terhadap barang A akan berkurang, demikian pula sebaliknya.

4. Jumlah Konsumen

Apabila jumlah konsumen berubah maka permintaan juga akan berubah. Apabila jumlah konsumen bertambah permintaan akan bertambah, berarti akan menggeser kurva permintaan ke kanan, demikian pula sebaliknya.

5. Periode Waktu

Apabila periode waktu berubah maka permintaan pun sering berubah pula. Dari uraian tentang ceteris paribus, maka dapat disimpulkan bahwa permintaan akan barang tertentu (misalnya barang A) akan merupakan fungsi dari harga barang itu sendiri, tingkat pendapatan konsumen bersangkutan, harga barang lain, selera, banyaknya konsumen, jangka waktu tertentu. Atau dapat dituliskan dalam rumus sebagai berikut :

$$Q_A = f (P_A, Y, T, P_B, N, W)$$

Dimana :

PA = harga barang A itu sendiri

Y = tingkat pendapatan konsumen

T = selera

PB = harga barang lain

N = jumlah konsumen

W = jangka waktu (Rusmiati 2017).

1.3 Pengertian Jasa

Dalam ilmu ekonomi, jasa adalah aktivitas ekonomi yang melibatkan sejumlah interaksi dengan konsumen atau dengan barang-barang milik, tetapi tidak menghasilkan transfer kepemilikan. Ada beberapa pendapat yang mengemukakan tentang pengertian jasa, antara lain, menurut Kotler, (2012) Jasa adalah setiap tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip intangibel dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksinya bisa terkait dan bisa juga tidak terikat pada suatu produk fisik.

Jasa merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dirasakan daripada dimiliki serta pemakai jasa lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengonsumsi jasa. “Jasa adalah barang yang tidak ketara (Intangible Product) yang dibeli dan dijual di pasar melalui suatu transaksi pertukaran saling memuaskan”. (Swastha 2010). Jasa pada dasarnya merupakan aktivitas-aktivitas yang tidak nyata yang memberikan keinginan, kepuasan yang tidak perlu melekat pada penjualan daripada produk atau jasa lainnya (Stanton 2009). Jadi perusahaan jasa yang berhasil memfokuskan perhatiannya pada karyawan dan pelanggan mereka memahami rantai pelayanan laba, yang menghubungkan laba perusahaan jasa dengan kepuasan karyawan dan pelanggan. Rantai ini terdiri dari lima rantai:

- a. Layanan yang sehat mendatangkan laba dan pertumbuhan yang baik
- b. Pelanggan yang puas dan loyal
- c. Karyawan jasa yang puas dan produktif
- d. Nilai pelayanan lebih besar

e. Mutu pelayanan internal (Kotler 2008)

2. 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). *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)

Menurut (Soekartawi 2010) pendapatan merupakan selisih antara jumlah penerimaan dan jumlah biaya yang dikeluarkan” dan dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut.

$$Pd = TR - TC$$

Dimana :

TR = Total Penerimaan (Total Revenue)

TC = Total Biaya (Total Cost)

Total penerimaan (TR) adalah besarnya uang atau balas jasa yang diperoleh 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.

Pengertian pendapatan dari penerimaan menurut Biro Pusat Statistik dibedakan dalam :

1. Pendapatan faktor yang didistribusikan, yang dibagi menurut sumbernya menjadi:
 - a. Penghasilan gaji dan upah
 - b. Penghasilan dari usaha sendiri dan pekerjaan bebas

c. Penghasilan dari pemilikan harta

2. Transfer yang bersifat redistributif, terutama terjadi dari transfer pendapatan yang tidak mengikat dan biasanya bukan merupakan imbalan atas penyerahan barang, jasa atau harta milik.

Secara umum pendapatan dapat dibedakan menjadi dua jenis yaitu :

1. Pendapatan nasional atau *national income* adalah jumlah pendapatan yang diterima oleh faktor-faktor produksi yang digunakan untuk memproduksi barang dan jasa dalam suatu periode satu tahun (Sukirno 2011)
2. Pendapatan perorangan adalah pendapatan atau penghasilan yang diperoleh seseorang dalam waktu tertentu (Hasnah 2005). pendapatan perorangan mencakup:
 - a. Upah adalah balas jasa yang dibayarkan kepada pekerja harian dengan pedoman atas perjanjian yang disepakati. Upah dapat dibayarkan dengan cara harian, mingguan atau bulanan.
 - b. Pendapatan modal adalah pendapatan seseorang dari kepemilikan modal yang telah digunakan untuk memproduksi barang dan jasa. Dalam ilmu ekonomi, istilah pendapatan mengandung arti yaitu hasil dari pekerjaan seseorang yang dikeluarkannya untuk mengkonsumsi suatu barang dan jasa dan selebihnya ditabung.

(Evers H. D. 2008) merinci pendapatan terdiri atas:

1. Pendapatan berupa uang, yaitu pendapatan dari:
 - a. Dari usaha sendiri meliputi hasil bersih dari usaha sendiri, komisi atau penjualan dari kerajinan rumah.
 - b. Hasil investasi yakni pendapatan yang diperoleh dari harta milik tanah.
 - c. Keuntungan sosial yakni pendapatan yang diperoleh dari kerja sosial
2. Pendapatan berupa barang, yaitu pendapatan berupa:
 - a. Pendapatan pembayaran upah dan gaji yang dibentuk dalam batas pengorbanan, transportasi, dan pemukiman.
 - b. Barang yang diproduksi di rumah atau sewa yang seharusnya dikeluarkan terhadap rumah sendiri yang ditempati.

- c. Penerimaan yang bukan pendapatan, yaitu pengambilan tabungan, penjualan barang-barang, penagihan piutang, pinjaman uang, kiriman uang, hadiah, warisan atau menang judi.

3. Tingkat Pendidikan

Menurut UU Nomor 20 Tahun 2003, pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara. Sedangkan (Djumransjah 2004) mendefinisikan pendidikan sebagai proses perkembangan kecakapan seseorang dalam bentuk sikap dan perilaku yang berlaku dalam masyarakatnya. Proses sosial dimana seseorang dipengaruhi oleh suatu lingkungan yang dipimpin (misalnya sekolah) sehingga ia dapat mencapai kecakapan sosial dan mengembangkan pribadinya.

Menurut Undang-undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional Bab VI Pasal 14-19, jenjang pendidikan di Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Pendidikan Dasar

Pendidikan dasar merupakan jenjang paling dasar pendidikan di Indonesia yang mendasari pendidikan menengah Anak usia 7–15 tahun diwajibkan mengikuti pendidikan dasar. Bentuk pendidikan dasar adalah Sekolah Dasar (SD/MI) dan SMP/MTs.

2. Pendidikan Menengah

Pendidikan menengah merupakan lanjutan dari jenjang pendidikan dasar. Pendidikan menengah diselenggarakan selama 3 tahun dan terdiri atas Sekolah Menengah Atas (SMA) dan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK).

3. Pendidikan Tinggi

Pendidikan tinggi merupakan jenjang pendidikan setelah pendidikan menengah yang mencakup program pendidikan diploma, sarjana, magister, spesialis, dan doktor yang

diselenggarakan oleh perguruan tinggi. Pendidikan tinggi diselenggarakan untuk menyiapkan peserta didik menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan akademik atau profesional yang dapat menerapkan, mengembangkan, atau menciptakan ilmu pengetahuan, teknologi atau kesenian.

Jenjang pendidikan tersebut adalah jenjang pendidikan yang secara resmi dan wajib diikuti oleh peserta didik dalam jalur pendidikan formal, tetapi ada tahap pendidikan yang tidak wajib dilaksanakan yaitu pendidikan anak usia dini sebelum mengikuti pendidikan dasar. Pendidikan Anak Usia Dini antara lain adalah Taman Kanak-kanak (TK), dan Raudatful Atfal (RA) yang berada di bawah naungan Departemen.

4. Usia

Pengertian Usia Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Usia merupakan lama waktu hidup atau ada sejak dilahirkan atau diadakan. Usia dibagi menjadi beberapa kelompok yaitu:

1. Usia kronologis; adalah perhitungan usia yang dimulai dari saat kelahiran seseorang sampai dengan waktu perhitungan usia.
2. Usia mental; adalah perhitungan usia yang didapatkan dari taraf kemampuan mental seseorang .
3. Usia biologis; perhitungan usia berdasarkan kematangan biologis yang dimiliki seseorang.

Menurut (Notoatmodjo 2014), usia adalah umur individu yang terhitung mulai saat dilahirkan sampai berulang tahun. Semakin cukup umur, tingkat kematangan dan kekuatan seseorang akan lebih matang dalam berfikir dan bekerja. Usia seseorang sangat menentukan keberhasilan dalam melakukan suatu pekerjaan, baik sifatnya fisik maupun non fisik. Pada umumnya, karyawan yang berumur tua mempunyai tenaga fisik yang lemah dan terbatas, sebaliknya tenaga kerja yang berumur muda mempunyai kemampuan fisik yang kuat.

Menurut (Suma'mur 2004), kebanyakan kinerja fisik mencapai puncaknya mulai usia 15 tahun. Kemudian akan menurun dengan bertambahnya usia. Departemen Kesehatan RI (2003) menyebutkan bahwa usia produktif adalah 15- 54 tahun.

Dengan bertambahnya umur maka kemampuan fisik atau mental akan menurun secara perlahan-lahan. Pada usia lanjut jaringan otot akan mengerut dan digantikan oleh jaringan ikat. Dalam hal ini otot menyebabkan daya elastisitas otot berkurang disertai kurangnya kemampuan dalam bekerja.

B. Penelitian Terdahulu

Tinjauan pustaka dari penelitian terdahulu dijelaskan secara sistematis tentang hasil penelitian yang didapat oleh peneliti terdahulu dan berhubungan dengan penelitian yang akan saya lakukan.

Table 2.1. Hasil Penelitian Terdahulu

No	Judul, Tahun Dan Penulis	Metode Analisis	Hasil Pembahasan
1	Analisis Pelayanan Jasa Pengiriman Paket Pada PT POS Indonesia (Persero) Pekanbaru Tahun 2014 Cherli Anggelia	Penelitian ini bersifat deskriptif dengan metode penelitian wawancara, observasi dan studi pustaka. Selanjutnya peneliti menjelaskan masing masing indikator menurut jawaban dari wawancara.	Analisis menunjukkan bahwa: 1. Pelayanan jasa pengiriman paket pos pada PT. Pos Indonesia (persero) Pekanbaru 28000 sudah menunjukkan kategori baik, namun masih ada sebagian kecil yang dianggap belum optimal. 2. PT. Pos Indonesia (persero) Pekanbaru 28000 dalam pelaksanaan jasa pengiriman paketpos mengalami hambatan yang menjadi kendala dalam proses pelayanan pengiriman paket pos. Berdasarkan wawancara dengan pihak PT. Pos, penulis dapat menyimpulkan bahwa ada 3 (tiga) yang menjadi faktor penghambat pelayanan yaitu : •Keterbatasan Sumber Daya Manusia •Kurangnya Komunikasi •Ketergantungan Kepada Pihak Lain

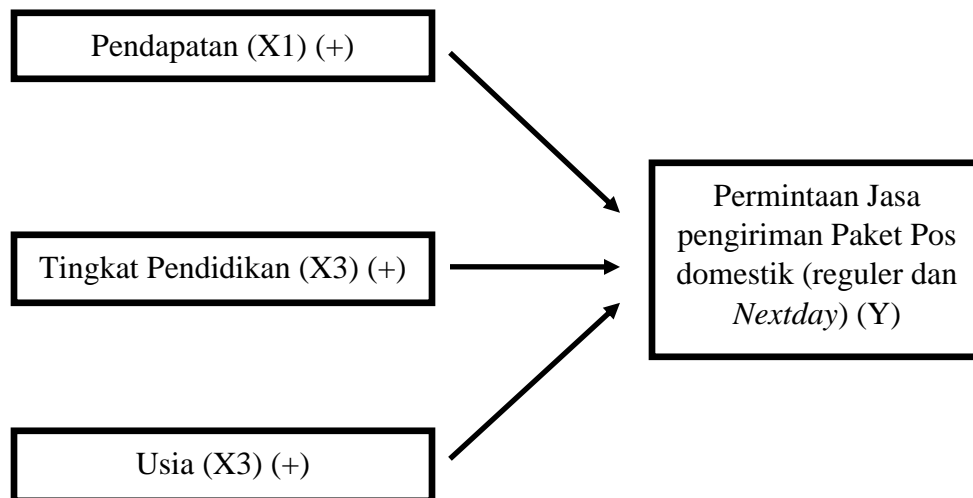
No	Judul, Tahun Dan Penulis	Metode Analisis	Hasil Pembahasan
2	<p>Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Pos Indonesia (Persero) Manado</p> <p>Tahun 2014</p> <p>Dady J. Lumenta Silvya L. Mandey Rotinsulu Jopie J</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode Analisis Asosiatif (Kuantitatif)</p>	<p>Kesimpulan yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Secara simultan harga dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT. Pos Indonesia (Persero) Manado. 2. Secara parsial variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT. Pos Indonesia (Persero)Manado. 3. Secara parsial variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT. Pos Indonesia (Persero) Manado.
3	<p>Persepsi Masyarakat Atas Pemanfaatan TIK Pada Layanan Pos Di Kantor Pos Cianjur</p> <p>Tahun 2014</p> <p>Syaidah</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode Deskriptif kuantitatif.</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan pemahaman, sikap, dan pelayanan masyarakat terhadap layanan PT. Pos Indonesia</p>
4	<p>Kualitas pelayanan pengiriman pos express di PT. Pos Indonesia cabang baratraya Surabaya</p> <p>Tahun 2014</p> <p>Dwi Richa Farokha dan Achmad syafi'i</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode analisis Kualitatif</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dalam kategori baik, hal ini ditunjukkan oleh kriteria</p> <ol style="list-style-type: none"> 1). Prosedur layanan sudah sesuai dan mudah dipahami, pelanggan tidak mengalami kesulitan dalam menggunakan jasa pengiriman paket pos Express 2). Waktu penyelesaian pengiriman paket Pos Express mengenai ketepatan waktu pelayanan, masyarakat dinilai cukup memuaskan. 3). Biaya pelayanan yang dikenakan sudah wajar dan sesuai

No	Judul, Tahun Dan Penulis	Metode Analisis	Hasil Pembahasan
			<p>dengan ketentuan, tidak ada biaya tambahan yang dikeluarkan oleh pelanggan.</p> <p>4). Produk pelayanan di PT. Pos cabang Baratarya Surabaya sudah cukup memuaskan.</p> <p>5). Sarana dan prasarana cukup memadai, kenyamanan ruangan pelayanan dan kebersihan gedung sudah cukup nyaman dan bersih.</p> <p>6). Kompetensi petugas dilihat dari kemampuan petugas, tanggung jawab petugas, kedisiplinan, kesopanan, dan keramahan sudah baik akan tetapi masih perlu peningkatan.</p>
5	<p>Pengembangan layanan jasa pengiriman PT. Pos Indonesia untuk kebutuhan masyarakat dikota Bandung</p> <p>Tahun 2013</p> <p>Siti Wahyuningsih</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode analisis Kuantitatif</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan, pengembangan layanan jasa pengiriman pada PT. Pos Indonesia di kota Bandung berpedoman pada UU tentang Pos No. 38/2009 dan berkomitmen pada prinsip utama Good Corporate Governance (GCG) untuk meningkatkan kinerja layanan sesuai dengan kebutuhan masyarakat /pelanggannya. Berdasarkan analisis kualitas pelayanan (Service Quality), masyarakat/pelanggan jasa pada umumnya menilai baik terhadap pengembangan layanan jasa pengiriman yang diselenggarakan PT. Pos Indonesia di Kota Bandung</p>

C. Kerangka Pemikiran

Pada dasarnya permintaan jasa pengiriman paket pos pada PT. Pos Indonesia Bandar Lampung tidak terlepas dari masyarakat itu sendiri secara maksimal dan efisien. Dalam upaya peningkatan permintaan jasa pengiriman PT. Pos Indonesia Bandar Lampung dapat dilihat seberapa besar tingkat masyarakat menggunakan jasa PT. Pos Indonesia Bandar Lampung. Dalam konsep ekonomi hal yang harus di perhatikan adalah tentang pemanfaatan sumber daya dan kepercayaan masyarakat pada PT. Pos Indonesia Bandar Lampung.

Dalam penelitian ini terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi permintaan jasa pengiriman paket pos. Diantaranya adalah pendapatan, tingkat pendidikan dan usia. Berikut ini adalah gambar kerangka konsep yang dapat penulis gambarkan.



Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran

Sumber : Penulis, 2023

Pada gambar kerangka pemikiran di atas, pendapatan, tingkat pendidikan dan usia merupakan variabel bebas yang akan dilihat seberapa besar pengaruhnya terhadap permintaan jasa pengiriman paket pos domestik (reguler dan *nextday*) pada PT. Pos Indonesia (persero) Bandar Lampung. Apakah variabel bebas tersebut berpengaruh positif atau negatif.

D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap permasalahan penelitian yang kebenarannya harus diuji secara empiris. Berdasarkan perumusan masalah , maka penulis membuat hipotesis sebagai berikut:

1. Diduga pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan jasa pengiriman paket pos domestik (reguler dan *nextday*) pada PT. Pos Indonesia (Persero) Bandar Lampung.
2. Diduga pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan jasa pengiriman paket pos domestik (reguler dan *nextday*) pada PT. Pos Indonesia (Persero) Bandar Lampung.
3. Diduga usia berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan jasa pengiriman paket pos domestik (reguler dan *nextday*) pada PT. Pos Indonesia (Persero) Bandar Lampung.

III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif karena dalam pengolahan datanya menggunakan *Eviews* versi 10. Metode penelitian kuantitatif, sebagaimana dikemukakan oleh (Sugiyono 2012) 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/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Menurut (Sugiyono 2012), penelitian deskriptif yaitu, penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, atau menghubungkan dengan variabel yang lain.

B. Lokasi Penelitian

Untuk memperoleh data-data dalam penelitian ini, maka penelitian ini dilakukan pada cabang PT. Pos Indonesia (persero) Bandar Lampung. Pemilihan tempat berdasarkan judul proposal “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi permintaan Jasa Pengiriman Paket Pos Domestik (Reguler Dan *Nextday*) Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Di Bandar Lampung.

Waktu yang digunakan peneliti untuk memperoleh data adalah 1 bulan, yaitu dari bulan Februari 2023 sampai bulan Maret 2023.

C. Defenisi Orasional Variabel

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

1. Permintaan jasa pengiriman paket pos reguler (Y)

jumlah paket pos reguler yang akan dikirimkan oleh konsumen pada tingkat tarif tertentu.

2. Permintaan jasa pengiriman paket pos *nextday* (Y)

jumlah paket pos *nextday* yang akan dikirimkan oleh konsumen pada tingkat tarif tertentu

3. Pendapatan (X1)

Pendapatan adalah seluruh uang responden yang diterima dan dimaksudkan akan dipergunakan untuk konsumsi dalam memenuhi biaya hidup dalam sebulan (dalam rupiah).

4. Tingkat pendidikan (X2)

Tingkat pendidikan adalah lama menempuh pendidikan yang dilakukan oleh konsumen yang mengirimkan paket pos (SD 6 tahun, SMP 9 tahun, SMA 12 tahun, S1 16 tahun).

5. Usia (X3)

Usia adalah kurun waktu sejak adanya seseorang dan dapat diukur dengan menggunakan satuan waktu. Dalam hal ini usia yang dimaksud adalah usia konsumen yang mengirimkan paket pos.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi ialah semua nilai baik hasil perhitungan maupun pengukuran, baik kuantitatif maupun kualitatif, dari karakteristik tertentu mengenai sekelompok objek yang lengkap dan jelas (Usman 2009) Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh permintaan jasa pengiriman paket pos domestik (reguler dan *nextday*) yang dikirim konsumen melalui PT. Pos Indonesia (Persero) Bandar Lampung.

2. Sampel

metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Accidental sampling*. Menurut (Sugiyono 2016) *accidental sampling* adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemudengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data. Dalam menentukan banyaknya sampel, peneliti menggunakan rumus *unknown population* (Basra 2014) Lalu didapatkan hasil berikut ini :

$$n = \frac{Z^2}{4\mu^2}$$

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$n = 96,4$ maka dibulatkan menjadi 100 responden

Dimana:

n = ukuran sampel

Z = tingkat keyakinan sampel yang dibutuhkan dalam penelitian, pada $\alpha = 5\%$ (derajat keyakinan ditentukan 95%) maka $Z = 1,96$

μ = *margin of error*

E. 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 Bandar Lampung 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 Bandar Lampung.
3. Kuesioner (Daftar Pertanyaan) yaitu salah satu teknik pengumpulan data dan informasi dengan cara menyebarkan angket (Daftar Pertanyaan) kepada responden yang dijadikan sampel penelitian dalam hal ini responden ditentukan secara *Accidental sampling*

4. Studi kepustakaan yaitu mengumpulkan data dan informasi melalui telaah berbagai literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang ada di dalam penulisan proposal ini dapat diperoleh dari buku-buku, internet dan lain-lain.

5. Dokumentasi yaitu pengumpulan data dengan meminta data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah gambar/ foto konsumen dengan peneliti.

F. Model Analisis Data

1. *Linear Probability Model (LPM)*

Dalam analisis ini akan dibahas jika variabel dependen (terikat) bersifat kualitatif di mana variabel ini bersifat dikotomis. Dalam kehidupan sehari-hari banyak contoh keputusan-keputusan yang bersifat kualitatif. Misalnya seorang peneliti dapat juga mengetahui bagaimana probabilitas suatu keluarga memiliki sebuah rumah yang mungkin dipengaruhi oleh pendapatan, jumlah anggota keluarga, jenis pekerjaannya, selera dan variabel lainnya. Serta masih banyak contoh-contoh lainnya yang dapat diaplikasikan dalam penerapan model LPM & Logit ini. Untuk melihat bagaimana model yang menggunakan variabel kualitatif atau kategori terikat serta untuk mengetahui bagaimana mengestimasi model regresi demikian, maka akan dibahas dengan beberapa pendekatan yang digunakan untuk mengestimasi model regresi dengan variabel dependen yang bersifat kualitatif yaitu: regresi Model Probabilitas Linier (*Linear Probability Model*), regresi model logistik (*Logistic Regression Model*) dan regresi model probit (*Probit Regression Model*).

Menurut (Widarjono 2009) model estimasi LPM ini mengasumsikan bahwa probabilitas bersifat linear terhadap variabel penjelas, serta dalam hal ini variabel terikat yang berupa kualitatif (kategori) dianggap sebagai variabel dummy, yang mana dalam bentuk sederhana dapat ditunjukkan dalam bentuk model LPM sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta x \dots\dots\dots(1)$$

dimana : Y = 1 adalah keluarga memiliki rumah, dan 0 adalah keluarga yang tidak memiliki rumah dan X = Pendapatan keluarga. Dalam kasus tersebut, probabilitas atau E(Yi/Xi) suatu keluarga memiliki rumah apabila pendapatannya sebesar Xi, variabel Y merupakan variabel binomial sebagai syarat dari Xi, maka modelnya dapat juga dinyatakan:

$$E(Yi/Xi) = \alpha + \beta x \dots\dots\dots(2)$$

Oleh karena E(Yi/Xi) merupakan suatu probabilitas, maka besarnya akan minimal sama dengan nol dan maksimal sama dengan satu, atau dapat dinyatakan dengan:

$$0 \leq E(Yi/Xi) \leq 1 \dots\dots\dots(3)$$

Karena karakteristik dari model LPM ini sama dengan model regresi linear maka metode OLS dapat digunakan untuk menyelesaikan model regresi ini. Untuk menaksir agar Y minimal 0 dan maksimal 1 jumlah pengamatan sebaiknya banyak. Apabila Y yang ditaksir tidak memenuhi syarat tersebut, maka langkah pertama dapat diasumsikan bila Y lebih besar dari satu dianggap sama dengan satu dan bila Y lebih kecil dari nol, maka dianggap sama dengan nol. Langkah kedua yang lebih ilmiah adalah dengan menggunakan fungsi logistik atau logit model.

Model (1) di atas dapat dikembangkan dengan beberapa variabel bebas baik yang menggunakan variabel kategori (*dummy*) maupun menggunakan variabel kontinyu sehingga persamaannya menjadi :

$$Y = \beta_0 + \beta_2 X_2 + \dots\dots\dots + \beta_k X_k \dots\dots\dots(4)$$

Karena karakteristik dari model LPM ini sama dengan model regresi linear maka metode OLS (*Ordinary Least Square*) dapat digunakan untuk menyelesaikan model regresi ini. Model LPM adalah model yang paling sederhana dan mudah namun model ini mempunyai beberapa kelemahan (Gujarati 1998) antara lain :

1. Residual (μ_i) tidak berdistribusi normal Sebagai model yang bersifat binari dalam variabel dependennya yang hanya mempunyai dua nilai, maka model LPM residualnya jelas tidak berdistribusi normal. Hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_i + \mu_i \text{ maka } \mu_i = Y_i - \beta_0 - \beta_1 X_i \dots\dots\dots(5)$$

Maka residualnya:

Jika $Y_i = 1$ maka $\mu_i = 1 - \beta_0 - \beta_1 X_i$ probabilitasnya = P_i

Jika $Y_i = 0$ maka $\mu_i = 0 - \beta_0 - \beta_1 X_i$ probabilitasnya = $1 - P_i$

Jadi dapat dilihat bahwa residualnya tidak berdistribusi normal tetapi mengikuti distribusi binomial (distribusi Bernoulli). Meskipun demikian, terpenuhinya distribusi normal ini tidak merupakan masalah yang kritis jika tujuan dari OLS hanya sekedar estimasi bukan untuk inferensi (prediksi) karena akan tetap menghasilkan estimator yang BLUE. Di samping itu dengan meningkatnya ukuran sampel estimator OLS cenderung terdistribusi secara normal. Jadi dengan ukuran sampel besar, LPM mengikuti prosedur OLS dibawah asumsi normalitas.

2. Varian dari residual mengandung unsur heteroskedastisitas. Adanya heteroskedastisitas ini menyebabkan estimator dari LPM tidak lagi BLUE, yakni tidak lagi mempunyai varian yang minimum.

3. tidak terpenuhinya : $0 \leq E(Y_i/X_i) \leq 1$ (nilai $E(Y_i/X_i)$ tidak selalu terletak $0 \leq E(Y_i/X_i) \leq 1$). Arifianto (2012) menyebut sebagai *fitted value*, yakni variabel respon lebih dari 1, maka dianggap 1 dan sebaliknya, jika dibawah 0 maka akan dianggap 0. Dengan demikian, *fitted value* = 1,50 dianggap sama dengan fitted value = 1,05, keduanya samasama memiliki probabilitas terjadinya $y = 1$.

4. Nilai Koefisien Determinasi (R^2) diragukan kebenarannya. Koefisien Determinasi (R^2) tidak akan mampu menjelaskan kesesuaian garis regresi dengan datanya jika distribusi data variabel terikat bersifat dikotomis atau binari. Dalam model regresi dengan respon kualitatif, nilai variabel terikat atau dependen adalah 1 dan 0. Jika

menggunakan model LPM dalam mengestimasi model ini maka R^2 tidak menjamin adanya Koefisien Determinasi yang sedekat mungkin dengan datanya.

2. Model Logit

Dalam model LPM diasumsikan bahwa $\Pr(Y_i = 1)$ menaik secara linier terhadap X . Misalnya batas minimal pendapatan untuk bisa memiliki rumah adalah 10 juta per bulan. Dalam model LPM berarti jika pendapatan naik 1 juta per bulan maka probabilitasnya terus mengalami peningkatan dalam jumlah yang sama. Padahal dalam realitasnya, jika pendapatan keluarga terus menaik maka probabilitasnya juga semakin besar dan jika sudah pendapatan minimal kenaikan pendapatan tidak hanya mempengaruhi probabilitas untuk memiliki rumah.

Probabilitas seperti ini jelas tidak sesuai dengan fakta. Yang dibutuhkan adalah model probabilitas yang mampu menjamin nilai probabilitas terletak antara 0 dan 1. *Model Cumulative Distribution Function* (CDF) adalah sebuah model yang mampu menjamin bahwa nilainya terletak antara 0 dan 1 sehingga dapat membuat model regresi di mana respon dari variabel dependen bersifat dikotomis yakni 0 dan 1 terpenuhi.

CDF memenuhi dua sifat : (1) ketika X_i naik maka $\Pr(Y_i = 1 | X_i)$ akan naik tetapi tidak pernah keluar dari interval 0 – 1. (2) Hubungan antara \Pr dan X_i adalah non linier sehingga tingkat perubahannya tidak sama tetapi kenaikannya semakin besar dan kemudian semakin kecil. Ketika nilai probabilitas mendekati 0 tingkat penurunannya semakin kecil, begitu pula ketika nilai probabilitas mendekati 1 tingkat kenaikannya semakin mengecil.

Terdapat dua model yang memenuhi kriteria CDF yaitu model Logit dan Model Probit. Model Logit berkaitan dengan fungsi probabilitas distribusi logistik. Sementara Model Probit berkaitan dengan fungsi probabilitas distribusi normal.

Model Logit yang berasal dari nama jenis probabilitas logistik untuk menjelaskan respon kualitatif variabel dependen. Regresi logistik bertujuan untuk menanggulangi kelemahan LPM yang memberikan hasil kurang memuaskan karena menghasilkan

probabilitas taksiran kurang dari nol atau lebih besar dari satu. Secara umum persamaan regresi logistik untuk “k” variabel bebas adalah sebagai berikut :

$$\text{Ln odds } (T/X_1, X_2, \dots, X_k) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2, \dots, \beta_k X_k \dots \dots \dots (6)$$

Atau

$$\text{Ln } \frac{P_i}{1-P_i} = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2, \dots, \beta_k X_k \dots \dots \dots (7)$$

$$\text{Odds } \left(\frac{T}{X_1}, X_2, \dots, X_k \right) = \frac{P_i}{1-P_i}$$

Model tersebut dapat dinyatakan dengan:

$$L_i = \text{Ln} \left(\frac{P_i}{1-P_i} \right) = Z$$

$$\text{Ln} = \beta_1 + \beta_2 X_1 \frac{P_i}{1-P_i} = e^z \dots \dots \dots (8)$$

$$P_i = e^z (1 - P_i)$$

$$P_i = e^z - e^z P_i$$

$$P_i + e^z P_i = e^z$$

$$P_i (1 + e^z) = e^z$$

$$P_i = \left(\frac{e^z}{1+e^z} \right)$$

$$P_i = \frac{1}{e^{-z} + e^{-z+z}}$$

$$P_i = \frac{1}{e^{-z} + e^0}$$

$$P_i = \frac{1}{1 + e^{-z}}$$

Dimana e merupakan logaritma natural dengan nilai 2,71828 dan P_i adalah probabilitas seseorang membeli rumah pada tingkat pendapatan (X) tertentu. Nilai Z terletak antara $-\infty$ dan $+\infty$ sedangkan nilai P_i terletak antara 0 dan 1.

Rasio dalam persamaan (8) disebut dengan odds ratio yaitu rasio probabilitas membeli rumah dengan tidak membeli rumah (1 - P_i). Kemudian persamaan tersebut ditransformasi menjadi model logaritma natural (Ln) sebagai berikut :

$$\text{Ln} \left(\frac{P_i}{1-P_i} \right) = Z \dots \dots \dots (9)$$

$$\text{Ln} \left(\frac{P_i}{1-P_i} \right) = \beta_0 + \beta_1 X_1 \dots \dots \dots (10)$$

Persamaan (10) tersebut merupakan persamaan regresi logistik. Karena hanya ada satu variabel independen sehingga merupakan regresi logistik dengan satu variabel independen. Bagaimana kalau model mempunyai lebih dari satu variabel independen, misalnya dalam kasus suatu rumah tangga membeli rumah dapat dimasukkan variabel lain seperti pekerjaan atau status yang juga bersifat kualitatif. Dengan demikian secara umum jika model mempunyai variabel independen sebanyak k maka model regresi logistik dapat ditulis sebagai berikut :

$$\text{Ln} \left(\frac{P_i}{1-P_i} \right) = Z_i = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2, \dots \dots \dots \beta_k X_k \dots \dots \dots (11)$$

Model di dalam persamaan (11) pada sisi sebelah kanan persamaan tersebut sama dengan model regresi berganda. Akan tetapi variabel terikat adalah rasio logaritma natural kejadian sukses (p) dan kejadian tidak sukses (1 – p). Dalam kasus pembelian rumah, p merupakan probabilitas rumah tangga membeli rumah dan 1 – p adalah probabilitas rumah tangga tidak membeli rumah. Karena model logit seperti persamaan regresi berganda maka dapat diinterpretasikan koefisien regresi logistik seperti koefisien regresi parsial dalam regresi berganda. Koefisien β_i mengukur perubahan probabilitas logistik ketika terjadi perubahan satu unit X_i sedangkan variabel independen lain dianggap tetap.

Bagaimana mengestimasi model logit merupakan suatu pertanyaan penting, sebab modelnya non linier sehingga metode OLS tidak bisa digunakan. Estimasi model Logit dilakukan dengan metode *Maximum Likelihood* (ML).

3. Model Probit

Model probit adalah model respon kualitatif yang didasarkan pada fungsi probabilitas distribusi normal. Perbedaannya dengan model logit terletak pada nilai probabilitas mendekati angka 0 atau 1. Pada model probit probabilitas yang mendekati angka 0 atau 1 mempunyai tingkat penurunan yang lebih cepat daripada model logit.

Model probit dapat dijelaskan kembali pada kasus kepemilikan rumah. Misalnya keputusan membeli rumah atau tidak hanya dipengaruhi oleh pendapatan, modelnya :

$$P_i(Y = 1|X_i) = \Phi(\beta_0 + \beta_1 X_i) \dots\dots\dots(12)$$

Di mana $Y = 1$ adalah probabilitas memiliki rumah; X adalah pendapatan dan $\Phi(Z)$ adalah fungsi model probit. Adapun $\Phi(Z)$ yang berdasarkan distribusi normal dapat ditulis sebagai berikut:

$$P_i = f(Z_i) = \frac{1}{\sqrt{2\pi}} \int_{-\infty}^{(\beta_0 + \beta_1 X_i)} e^{-z^2/2} dz \dots\dots\dots(13)$$

Model probit pada persamaan (12) adalah model non linier sehingga metode yang digunakan untuk mengestimasi model probit adalah metode *Maximum Likelihood* (ML). Bagaimana menginterpretasikan nilai koefisien model probit ini? Nilai koefisien model probit tidak bisa diinterpretasikan langsung seperti model LPM karena nilai probabilitas ini berdasarkan nilai probabilitas distribusi normal Z . Sehingga hanya bisa menginterpretasikan secara langsung tanda dari koefisien. Jika bertanda positif maka pendapatan berpengaruh positif terhadap pembelian rumah dan jika bertanda negatif pendapatan berpengaruh negatif terhadap pembelian rumah. Cara terbaik menginterpretasikan koefisien model probit adalah dengan menghitung perubahan nilai probabilitas atau disebut dengan *marginal effect*. *Marginal effect* ini menghitung perubahan probabilitas jika terjadi perubahan variabel independen (Widarjono 2009).

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan pada $\alpha = 5\%$ terhadap permintaan jasa pengiriman paket domestik (reguler dan *nextday*) pada PT. Pos Indonesia (Persero) di Bandar Lampung.
2. Tingkat pendidikan berpengaruh positif dan signifikan pada $\alpha = 5\%$ terhadap permintaan jasa pengiriman paket pos domestik (reguler dan *nextday*). pada PT. Pos Indonesia (Persero) di Bandar Lampung.
3. Umur berpengaruh positif tetapi tidak signifikan pada $\alpha = 5\%$ terhadap permintaan jasa pengiriman paket pos domestik (reguler dan *nextday*). pada PT. Pos Indonesia (Persero) di Bandar Lampung.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan, saran yang diberikan oleh penulis kepada PT. Pos Indonesia (Persero) Bandar Lampung sebagai bahan masukan untuk mengambil suatu kebijakan agar kedepannya lebih baik lagi. Saran yang dapat penulis berikan sebagai berikut:

1. Terkait dengan pendapatan konsumen, PT. Pos Indonesia (persero) Bandar Lampung sebaiknya lebih fokus pada tingkat harga pengiriman yang tidak terlalu mahal akan tetapi tidak merugikan perusahaan. Sehingga jasa pengiriman paket pos pada PT. Pos Indonesia (persero) Bandar Lampung dapat digunakan oleh konsumen dengan semua tingkat Pendapatan.
2. Strategi yang digunakan untuk memasarkan layanan jasa pengiriman paket Pos agar disesuaikan dengan pasar berdasarkan tingkat pendidikan. Dimana

pengetahuan yang dimiliki masyarakat saat ini sangat luas. PT. Pos Indonesia (persero) Bandar Lampung harus mampu menjangkau semua elemen masyarakat dengan cara menggunakan social media untuk memasarkan produk.

3. Usia merupakan faktor yang juga penting, PT. Pos Indonesia (Persero) Bandar Lampung sebaiknya mampu menjangkau berbagai generasi dengan cara memberikan pelayanan yang baik, memberikan kemudahan untuk para konsumen dalam mengirimkan paketnya, serta menyediakan tempat-tempat yang mudah dijangkau.

DAFTAR PUSTAKA

- Basra. 2014. *Metode Penelitian*. Jakarta: Erlangga.
- Djumransjah, H. M. 2004. *Pengantar Filsafat Pendidikan*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Engel, James F., Blackwell, R.D., Miniard. P. .. 1994. *Perilaku Konsumen, Alih Bahasa Budiyanto*. edited by Budiyanto. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Evers H. D. 2008. *Kemiskinan Dan Kebutuhan Pokok*. Jakarta: Rajawali.
- Gujarati, D. 1998. *Ekonometrika Dasar*. Jakarta: Erlangga.
- Hasnah. 2005. *Pendapatan*. Jakarta: Erlangga.
- Ikatan Akuntansi Indonesia. 2009. *Pendapatan*. Jakarta: Erlangga.
- Indrawati, Iin. 2019. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Turunnya Minat Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang Pada Pt. Pos Indonesia."
- KHOLIDA, SYAHISTI. 2021. "Pengaruh Pendapatan Konsumen, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Satria Residence Kabupaten Tulungagung." *lim*(2009):1–25.
- Kotler, Phillip. 2002. *Manajeme Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, Dan Kontrol*. Jakarta: PT. Preballindo.
- Kotler, Phillip. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Millenium. edited by B. Molan. Jakarta: PT. Preballindo.
- Kotler, Phillip. 2012. *Pengertian Jasa*. Bandung: Erlangga.

- Noor, Aziz. 2003. *Pengantar Mikro Ekonomi (Aplikasi Dalam Manajemen)*. Malang: Erlangga.
- Notoatmodjo, S. 2014. *Ilmu Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Oktiana. 2011. *Permintaan Harga*. Bandung: PT. Pradiya Paramita.
- Payaman. 2009. *Pendapatan*. Surabaya: PT. Raja Grafindo.
- Putri, Iqlima Parmana. 2017. "Pengaruh Harga Beli, Pendapatan Konsumen, Usia, Status Dan Jarak Tempuh Terhadap Pilihan Konsumen Membeli Sepeda Motor (Studi Kasus: Dua Desa Di Kecamatan Kepung Kabupaten Kediri)." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 5(1).
- Rusmiati. 2017. "Pengaruh Minat Belajar Terhadap Prestasi Belajar Bidang Studi Ekonomi Siswa MA Al Fattah Sumbermulyo." *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Ekonomi* 34(1): 254.
- Samuelson, Paul.A., dan William D. Nordhau. 1992. *Makroekonomi*. 4th ed. Jakarta: Erlangga.
- Soeharno. 2009. *Pengertian Permintaan*. Surabaya: Erlangga.
- Soekartawi. 2010. *Sektor Informal Di Negara Sedang Berkembang. Urbanisasi, Pengangguran, Dan Sektor Informal Di Kota. (C. Manning & T. N. Effendi)*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Stanton, William J. 2009. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sudarsono. 1992. *Pengertian Permintaan*. Jakarta: pustaka pelajar.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sukirno, Sadono. 2011. *Makro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.

- Suma'mur, PK. 2004. *Higiene Perusahaan Dan Kesehatan Kerja*. Jakarta: Sagung Seto.
- Sumardi, Wukirno. 2002. *Faktor-Faktor Produktivitas Karyawan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Susilowati, S. V., M. Indriayu, and Sudarno. 2018. "Pengaruh Pendidikan Konsumen Dan Tingkat Pendapatan Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS." *BISE: Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi* 4(2):74–86.
- Swastha, Irawan. 2010. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Usman, Husaini. 2009. *Pengertian Populasi*. Jakarta: Erlangga.
- Widarjono, Agus. 2009. *Ekonometrika Pengantar Dan Aplikasinya*. Edisi Keti. Yogyakarta: Ekonesia.
- Widya, Irma. 2021. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Menggunakan Jasa Pengiriman PT Pos Indonesia (Soreang)." *Kompak :Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi* 14(2):230–39. doi: 10.51903/kompak.v14i2.491.