



Jurnal Ilmiah Aset
Vol. 25 No. 1
Maret 2023
p-ISSN 1693-928X
e-ISSN 2685-9629

Jumlah Wisatawan, Produk Domestik Regional Bruto dan Jumlah Penduduk Pengaruhnya terhadap Pendapatan Asli Daerah Provinsi Jawa Tengah

Era Siony Kana'an
Widhy Setyowati

Program Studi Akuntansi STIE Bank BPD Jateng
Jl. Soekarno Hatta No.88 Tlogosari Kulon, Pedurungan-Semarang
Email : erakanaan9@gmail.com & widhisetyowati61@gmail.com

Abstract: *This research aims to examine the effect of the Number of Tourists, Gross Regional Domestic Product and Total Population on the Regional Original Income of Central Java Province in 2018-2020. The sample in this research were 35 district/cities in Central Java Province. The data used in this study is quantitative secondary data with the Multiple Linear Regression analysis tool model using the SPSS program. The results of this study indicate that the number of tourists has a positive and significant effect on Regional Original Income, GRDP has a positive and significant effect on Regional Original Income. and Total Population has a positive and significant effect on Regional Original Income.*

hal. 31-39
DOI: 10.37470/1.25.1.214

Diterima : 6-10-2022
Disetujui : 7-11-2022

Keywords: *Keyword: Regional Original Income, Number of Tourists, Gross Regional Domestic Product, Total Population.*

PENDAHULUAN

Mengacu pada UU No. 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah dan UU No. 1 Tahun 2022 tentang Hubungan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah maka menjadi tanggung jawab bagi setiap daerah untuk memenuhi kebutuhan daerahnya masing-masing. Penyerahan kewenangan dilakukan dari pemerintah pusat ke pemerintah daerah yang bersangkutan. Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah pendapatan yang dipungut daerah berdasarkan peraturan perundang-undangan yang mana sumber pendapatan ini dapat mengembangkan dan mengoptimalkan semua potensi daerah. Berdasarkan Undang-undang Nomor 1 Tahun 2022 tentang Hubungan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah Pasal 2 ayat (1), maka pendapatan asli daerah dapat berasal dari beberapa komponen seperti pajak daerah, retribusi daerah, laba Badan Usaha Milik Daerah dan pendapatan lain-lain yang sah.

Pendapatan Asli Daerah memiliki peran yang sangat penting bagi setiap daerah, salah satunya yaitu untuk belanja daerah dan pengembangan infrastruktur daerah. Namun, sesuai informasi dari Badan Pusat Statistik yang

dimuat dalam berita radartegal.com (2021) menunjukkan bahwa Pendapatan Asli Daerah (PAD) Provinsi Jawa Tengah tahun anggaran 2020 tidak sesuai target. Target dari PAD Jawa Tengah sebesar Rp15,9 triliun namun hanya mampu terealisasi Rp13,6 Triliun. Penurunan PAD tersebut salah satunya berasal dari adanya wabah Covid-19 dari awal tahun 2019 hingga sekarang yang melanda di Indonesia. Wabah tersebut penyebarannya tidak terkendalikan sehingga hampir seluruh perekonomian setiap daerah di Indonesia mengalami penurunan, salah satunya PAD di Provinsi Jawa Tengah. Oleh karena adanya wabah ini, banyak terjadi penutupan pada daerah-daerah tertentu karena diberlakukannya PPKM oleh pemerintah daerah untuk pengurangan tingkat covid-19. Hal ini tentunya dapat berdampak negative bagi setiap daerah yang memiliki destinasi wisata karena diberlakukannya penutupan sementara pada tempat-tempat wisata yang pastinya dapat berpengaruh juga terhadap pembelian akan barang dan jasa yang memiliki nilai pajak dan retribusi daerah. Selain diberlakukannya PPKM dan penutupan tempat wisata, pemerintah juga melakukan PHK dan WFH untuk mencegah peningkatan jumlah covid-19, sehingga hal ini berdampak pada peningkatan jumlah pengangguran dan keterbatasan dalam melakukan

pekerjaan sehingga mempengaruhi hasil produksi yang dapat memberikan nilai pajak dan retribusi bagi daerah.

Berdasarkan data BPS, diketahui bahwa terjadi fluktuasi prosentase target dan realisasi Pendapatan Asli Daerah provinsi Jawa Tengah. Pada tahun 2017 PAD terealisasi sebesar 12,5 triliun dari target 11,9 triliun dengan prosentase 105,4%, kemudian pada tahun 2018 prosentase naik menjadi 106,3% dengan realisasi PAD sebesar 13,7 triliun dari target 12,9 triliun. Namun, prosentase menurun pada tahun 2019 sebesar 97,6% dengan realisasi PAD sebesar 14,4 triliun dari target 14,8 triliun dan kembali mengalami penurunan menjadi 85% pada tahun 2020. Penurunan ini menyebabkan belanja infrastruktur tahun 2020 berkurang cukup banyak. Padahal, saat ini Provinsi Jawa Tengah mempunyai proyek strategis nasional berupa kawasan industri Batang dan jika kawasan tersebut sudah selesai dan beroperasi, puluhan pabrik yang didirikan dapat diproyeksikan menyerap 130.000 tenaga kerja.

Oleh karena itu, perlu adanya upaya untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Salah satu sumber pendapatan asli daerah yang diperoleh oleh pemerintah daerah berasal dari sektor pariwisata. Sektor pariwisata tergolong dalam pajak dan retribusi daerah yang dapat memberikan kontribusi yang berpotensi terhadap peningkatan pembangunan dan pertumbuhan ekonomi daerah. Keberhasilan pengembangan sektor kepariwisataan berarti akan meningkatkan perannya dalam penerimaan daerah, di mana kepariwisataan merupakan salah satu komponen utama pendapatan asli daerah (Pundissing n.d.). Sumbangan kepada Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari sektor pariwisata dipengaruhi oleh banyaknya wisatawan baik wisatawan asing dan domestik yang berkunjung ke seluruh objek wisata di 35 kabupaten/kota Provinsi Jawa Tengah. Masuknya wisatawan tersebut akan mengarah pada pembelian barang dan jasa di sektor wisata yang menjadi sektor pajak dan retribusi, sebagai contoh pajak hotel, pajak restoran dan pajak hiburan, sehingga hal ini akan meningkatkan Pendapatan Asli Daerah dari daerah tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh (Kristiana et al. 2020) dan (Fauzi 2018) menunjukkan bahwa jumlah wisatawan berdampak positif terhadap PAD. Hasil tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sabrina and Mudzhalifah 2018) yang menunjukkan bahwa jumlah wisatawan tidak berpengaruh terhadap PAD.

Faktor lain yang mempengaruhi Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah Pendapatan Domestik Regional Bruto (PDRB). Menurut (Prasetyo et al. 2018), salah satu unsur yang

mempengaruhi Pendapatan Asli Daerah adalah PDRB. PDRB adalah seberapa besar nilai tambah yang diciptakan oleh semua aktivitas produksi dalam seluruh perekonomian daerah. Apabila pendapatan suatu penduduk meningkat maka tingkat konsumsi penduduk akan barang dan jasa juga akan meningkat. Selain itu, dengan adanya peningkatan pendapatan masyarakat akan berpengaruh terhadap kenaikan kemampuan masyarakat dalam membayar kewajiban pajak. Hal tersebut pastinya akan meningkatkan PAD daerah tersebut. Hal ini serupa dengan penelitian (Lumy et al. 2018) dan (Prasetyo et al. 2018) bahwa peningkatan PDRB memberikan dampak langsung terhadap PAD melalui sektor-sektor yang menjadi sumber sektor pajak.

Selain faktor PDRB, terdapat faktor lain yang dapat meningkatkan PAD yaitu jumlah penduduk. Semakin meningkatnya jumlah penduduk terutama usia angkatan kerja, maka dimungkinkan semakin meningkatnya produksi barang dan jasa yang menjadikan sejumlah penduduk usia angkatan kerja sebagai faktor produksi. Selanjutnya, penduduk tersebut akan mendapatkan pendapatan yang nantinya digunakan untuk konsumsi, sehingga pajak, retribusi dan lainnya dari barang dan jasa yang merupakan hasil dari produksi akan menjadi pemasukan daerah/kota/kabupaten (Prasetyo et al. 2018). Artinya, semakin meningkat jumlah penduduk, maka semakin meningkat juga realisasi PAD yang diterima. Jumlah penduduk berpengaruh positif apabila terjadi ketika peningkatan jumlah Sumber Daya Manusia (SDM) diikuti dengan peningkatan ide, peningkatan kualitas SDM yang mempunyai bakat dan kreativitas, dan peningkatan tenaga ahli, sehingga berdampak pada perkembangan teknologi (Doni 2018). Hasil dari penelitian (Lumy et al. 2018) dan (Fauzi 2018) menunjukkan bahwa jumlah penduduk berpengaruh positif signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah. Namun, penelitian yang dilakukan oleh (Prasetyo et al. 2018) menunjukkan bahwa jumlah penduduk tidak berpengaruh terhadap PAD.

Pengembangan Hipotesis Pengaruh Jumlah Wisatawan Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD)

Sumbangan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari sektor pariwisata dipengaruhi oleh banyaknya wisatawan, baik wisatawan asing maupun domestik yang berkunjung ke seluruh objek wisata di 35 kabupaten/kota Provinsi Jawa Tengah. Semakin lama wisatawan menginap dalam setiap kunjungan wisata maka secara langsung pengaruh ekonomi dari keberadaan wisatawan tersebut

juga semakin meningkat. Masuknya wisatawan tersebut akan mengarah pada pembelian akan barang dan jasa di sektor wisata yang menjadi sektor pajak dan retribusi, sebagai contoh pajak hotel, pajak restoran dan pajak hiburan, sehingga hal ini akan meningkatkan Pendapatan Asli Daerah dari daerah tersebut. Hal ini berhubungan dengan teori *stewardship* yang menggambarkan situasi dimana manajemen lebih dominan pada sasaran hasil utama mereka yaitu untuk kepentingan organisasi. Jadi, ketika pemerintah mendapatkan pajak dan retribusi daerah, pendapatan tersebut akan meningkatkan PAD yang kemudian dapat digunakan untuk belanja daerah agar daerah tersebut lebih berkembang dan lebih optimal untuk melayani masyarakatnya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Kristiana et al. 2020) dan (Fauzi 2018) menyatakan bahwa jumlah wisatawan berdampak positif terhadap PAD. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis pertama penelitian ini adalah:

H1: Jumlah wisatawan berpengaruh positif terhadap PAD

Pengaruh Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD)

PDRB adalah seberapa besar nilai tambah yang diciptakan oleh semua aktivitas produksi dalam seluruh perekonomian daerah. Untuk situasi ini, menyiratkan bahwa peningkatan PDRB juga mencerminkan ekspansi sebagai kompensasi atas faktor-faktor penciptaan yang digunakan dalam produktifitas tersebut (Fauzi 2018). Apabila pendapatan suatu penduduk meningkat maka tingkat konsumsi penduduk akan barang dan jasa juga akan meningkat. Selain itu, dengan adanya peningkatan pendapatan masyarakat akan berpengaruh terhadap meningkatnya kemampuan masyarakat dalam membayar kewajiban pajak. Hal ini tentunya akan meningkatkan PAD daerah tersebut. Sesuai dengan teori *stewardship* dimana manajemen lebih mengutamakan kepentingan organisasi, sehingga pendapatan dari komponen PAD seperti hasil pajak akan dikelola oleh pemerintah untuk keperluan setiap masyarakatnya seperti memperluas dan membangun jalan. Hal ini serupa dengan penelitian (Lumy et al. 2018) dan (Prasetyo et al. 2018) bahwa peningkatan PDRB memberikan dampak langsung terhadap PAD melalui sektor-sektor yang menjadi sumber sektor pajak. Hal ini berarti bahwa PDRB yang meningkat akan mempengaruhi tingkat produktivitas masyarakat yang akhirnya dapat mendorong kemampuan masyarakat untuk membayar pajak dan pungutan lainnya sehingga akan meningkatkan pendapatan asli daerah. Berdasarkan uraian

diatas maka hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H2: Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) berpengaruh positif terhadap PAD

Pengaruh Jumlah Penduduk Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD)

Semakin meningkatnya jumlah penduduk terutama usia angkatan kerja, maka dimungkinkan semakin meningkatnya produksi akan barang dan jasa yang menjadikan sejumlah penduduk usia angkatan kerja sebagai faktor produksi. Selanjutnya, penduduk tersebut akan mendapatkan pendapatan yang nantinya digunakan untuk konsumsi, sehingga pajak, retribusi dan lainnya dari barang dan jasa yang merupakan hasil dari produksi akan menjadi pemasukan daerah/kota/kabupaten (Prasetyo et al. 2018). Artinya, semakin meningkat jumlah penduduk, maka semakin tinggi pula tingkat realisasi PAD yang diterima. Jumlah penduduk berpengaruh positif apabila terjadi ketika peningkatan jumlah Sumber Daya Manusia (SDM) diikuti dengan peningkatan ide, peningkatan kualitas SDM yang mempunyai bakat dan kreativitas, dan peningkatan tenaga ahli, sehingga berdampak pada perkembangan teknologi (Doni 2018). Hal ini berhubungan dengan teori *stewardship* yang pada dasarnya lebih mementingkan kepentingan organisasi dibanding kepentingan individu. Jadi, hasil pajak dan retribusi daerah yang masuk dapat mempengaruhi peningkatan jumlah PAD, kemudian pendapatan tersebut akan digunakan pemerintah untuk mengembangkan infrastruktur yang pada akhirnya akan digunakan untuk melayani masyarakat. Penelitian yang dilakukan oleh (Lumy et al. 2018) dan (Fauzi 2018) menunjukkan bahwa jumlah penduduk berpengaruh positif signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H3: Jumlah Penduduk berpengaruh positif terhadap PAD

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pemerintah daerah kabupaten/kota se-provinsi Jawa Tengah tahun 2018-2020 yang terdiri dari 35 Kabupaten/Kota.

Menurut (Ghozali 2018), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan peneliti yaitu menggunakan sampling jenuh.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu laporan jumlah wisatawan, jumlah penduduk serta Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) tahun 2018 - 2020. Data tersebut diperoleh dari website Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata yang memuat data jumlah wisatawantahun 2018 – 2020 dan Badan Pusat Statistik yang berupa laporan APBD yang memuat data realisasi PAD dan jumlah penduduk tahun 2018 - 2020, serta melalui

dokumen pemerintah dan laporan lain yang ada relevansinya dengan penelitian ini.

Definisi Operasional Variabel Variabel Dependen (Y)

Menurut (Sugiyono, 2017) variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel independen. Penelitian ini memiliki satu variabel dependen yaitu Pendapatan Asli Daerah (Y).

Tabel 1
Definisi Operasional Variabel Independen

Variabel	Definisi	Proksi
Jumlah Wisatawan (X1)	Jumlah Wisatawan adalah orang yang mengadakan perjalanan dari tempat kediamannya tanpa menetap di tempat yang didatanginya atau hanya untuk sementara waktu tinggal di tempat yang didatanginya.	Jumlah wisatawan per jiwa
Produk Domestik Regional Bruto (X2)	Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) merupakan total nilai pasar semua barang dan jasa yang diproduksi suatu wilayah regional atau propinsi selama kurun waktu satu tahun.	PDRB atas Harga Konstan
Jumlah Penduduk (X3)	Jumlah Penduduk adalah penghuni atau semua orang yang mendiami wilayah Kota dan Kabupaten provinsi Jawa Tengah dan dihitung per jiwa.	Jumlah penduduk per jiwa

Menurut UU No 23 Tahun 2014, Pendapatan Asli Daerah (PAD) adalah pendapatan yang dipungut dan diperoleh daerah yang berlandaskan pada peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan Pendapatan Asli Daerah berupa pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan dan lain-lain pendapatan daerah yang sah. Dalam penelitian ini, variabel PAD diukur dengan menggunakan jumlah realisasi PAD dari masing-masing kabupaten/kota yang terdapat dalam laporan APBN Badan Pusat Statistik selama periode penelitian dengan rumus sebagai berikut :

$$PAD = PD + RD + HPKD + LL$$

Keterangan:

PAD = Pendapatan Asli Daerah

PD = Pendapatan Daerah

RD = Retribusi Daerah

HPKD = Hasil Pengelolaan Kekayaan Daerah Yang Dipisahkan

LL = Lain – lain PAD Yang Sah

Variabel Independen

Menurut (Sugiyono 2017) variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab perubahan atau timbulnya variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah jumlah penduduk, PDRB dan jumlah penduduk.

Teknik Analisis Data

Uji Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan model regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji keterkaitan hubungan variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaan regresi dalam penelitian ini sebagai berikut :

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

Dimana :

Y : Pendapatan Asli daerah

X1 : Jumlah Wisatawan

X2 : Produk Domestik Regional Bruto (PDRB)

X3 : Jumlah Penduduk

β : Koefisien Regresi Dari Setiap Variabel

e : error

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik untuk menilai baik dan tidaknya suatu model regresi. Pengujian asumsi klasik yang dilakukan meliputi (1) Uji Normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test*, dikatakan residual berdistribusi normal apabila nilai signifikansi > 0,05.(2) Uji Multikolonieritas dengan menggunakan *Tolerance and Variance Inflation Factor (VIF)*. Sebuah model dikatakan tidak menunjukkan multikolonieritas apabila nilai Tolerance $\geq 0,1$ atau sama dengan nilai VIF ≤ 10 dan (3) Uji Heterokedastisitas menggunakan

metode *scatter plot*, (Ghozali 2018). Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar secara acak diatas dan dibawah nilai 0 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Kebaikan Model

Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Menurut (Ghozali 2018), koefisien determinasi *adjusted (R²)* digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Jika nilai *Adjusted R²* kecil berarti variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen terbatas. Sedangkan apabila nilai *adjusted R²* mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Uji F

Menurut Ghozali (2018), Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen dalam model penelitian ini memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel independen berpengaruh dengan variabel dependen secara serentak. Dalam mengetahui pengaruh tersebut dapat dilihat dari nilai probabilitas. Apabila nilai signifikan $< 0,05$ maka variabel independen secara serentak mempengaruhi variabel dependen. Sebaliknya jika nilai signifikan $\geq 0,05$ maka variabel independen secara serentak tidak mempengaruhi variabel dependen.

Uji Hipotesis (Uji t)

Menurut (Ghozali 2018) Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pada penelitian ini uji hipotesis dilakukan dengan cara membandingkan nilai signifikan dari nilai α sebesar 0,05. Dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

1. Jika nilai t hitung $<$ dari t tabel atau probabilitas \geq tingkat signifikansi (Sig $\geq 0,05$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai t hitung $>$ dari t tabel atau probabilitas $<$ tingkat signifikansi (Sig $< 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum dan Objek Penelitian

Penelitian ini mengambil objek seluruh pemerintah kabupaten/kota di provinsi Jawa Tengah periode 2018-2020. Adapun jumlah kabupaten/kota di provinsi Jawa Tengah berjumlah 35, sehingga dengan melakukan pengamatan selama 3 tahun berturut – turut maka populasi pada penelitian ini berjumlah 105. Sedangkan, teknik sampel yang digunakan adalah teknik sampling jenuh yaitu teknik sampling yang menggunakan semua populasi menjadi sampel penelitian. Oleh karena itu, sampel penelitian ini berjumlah 105 data.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan bahwa uji normalitas dengan pengujian *Kolmogorov-smirnov* menunjukkan hasil bahwa nilai signifikansi sebesar 0,070. Nilai tersebut lebih besar dari nilai yang ditetapkan sebesar 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Berdasarkan tabel 5, diketahui bahwa seluruh variabel independen penelitian mempunyai nilai *tolerance* $\geq 0,1$ dan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* ≤ 10 , yang berarti tidak terjadi gejala multikolinieritas pada seluruh variabel independen.

Uji Heteroskedastisitas

Dari grafik *scatterplot* dapat di lihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada penelitian ini.

Uji Kebaikan Model

Uji Koefisien Determinasi (*R²*)

Berdasarkan tabel 2, hasil perhitungan pada SPSS menunjukkan bahwa nilai *adjusted R²* pada variabel Pendapatan Asli Daerah (Y) yang berperan sebagai variabel terikat adalah sebesar 0,632 atau 63,2%. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat terukur sebesar 63,2%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 36,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Berdasarkan tabel 9 Terlihat bahwa nilai t statistik variabel *e-learning* terhadap *e-word of mouth* sebesar 12,694 dengan nilai *p value* sebesar 0.000. Karena nilai t statistik lebih besar dari 1.983 dan *p value* kurang dari 0.05 dengan arah positif maka dapat disimpulkan

bahwa *e-learning* berpengaruh positif terhadap *e-word of mouth*. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik *e-learning*, semakin tinggi pula *e-word of mouth* di masyarakat, sehingga hipotesis pertama (H1) dapat diterima.

Berdasarkan tabel 9. terlihat bahwa nilai *t* statistik variabel *e-learning* terhadap kepuasan mahasiswa sebesar 10,229 dengan nilai *p value* sebesar 0.000. Karena nilai *t* statistik lebih besar dari 1.983 dan *p value* kurang dari 0.05 dengan arah positif maka dapat disimpulkan bahwa *e-learning* berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin bagus *e-learning*, semakin tinggi pula kepuasan yang diperoleh mahasiswa, sehingga hipotesis kedua (H2) dapat diterima.

Berdasarkan tabel 9. terlihat bahwa nilai *t* statistik variabel *e-word of mouth* terhadap citra merek universitas sebesar 1,670 dengan nilai *p value* sebesar 0.098. Karena nilai *t* statistik lebih kecil dari 1.983 dan *p value* lebih besar dari 0.05 dengan arah positif maka dapat disimpulkan bahwa *e-word of mouth* tidak berpengaruh positif terhadap citra merek universitas. Hal tersebut menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan *e-word of mouth* di masyarakat dalam mempengaruhi citra merek universitas, sehingga hipotesis ketiga (H3) ditolak.

Berdasarkan tabel 9. terlihat bahwa nilai *t* statistik variabel *e-learning* terhadap citra merek universitas sebesar -0,751 dengan nilai *p value* sebesar 0.454. Karena nilai *t* statistik lebih kecil dari 1.983 dan *p value* lebih besar dari 0.05 dengan arah negatif maka dapat disimpulkan bahwa *e-learning* tidak berpengaruh positif terhadap citra merek universitas. Hal tersebut menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan *e-learning* dalam mempengaruhi citra merek universitas, sehingga hipotesis keempat (H4) ditolak.

Berdasarkan tabel 9. terlihat bahwa nilai *t* statistik variabel kepuasan mahasiswa terhadap citra merek universitas sebesar 6,778 dengan nilai *p value* sebesar 0.000. Karena nilai *t* statistik lebih besar dari 1.983 dan *p value* kurang dari 0.05 dengan arah positif maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan mahasiswa berpengaruh positif terhadap citra merek universitas. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi kepuasan mahasiswa, semakin bagus pula citra merek universitas di masyarakat, sehingga hipotesis kelima (H5) dapat diterima.

Uji Hipotesis Mediasi dengan Metode Path Analysis

Efek mediasi menunjukkan hubungan antara variabel independen dan dependen melalui variabel penghubung atau mediasi. Pengaruh variabel terhadap variabel dependen tidak secara langsung terjadi tetapi melalui proses transformasi yang diwakili oleh variabel mediasi (Baron dan Kenney, 1986 dalam Hartono dan Abdillah, 2009). Di sini peneliti menggunakan uji hipotesis dengan metode path analysis atau analisis jalur regresi berganda Uji Hipotesis *E-learning* melalui *E-word of mouth* terhadap Citra merek universitas Berdasarkan hasil analisis yang terlihat pada gambar 2. diketahui nilai beta *e-learning* secara langsung terhadap citra merek universitas sebesar -0.076, sedangkan nilai pengaruh tidak langsung *e-learning* melalui *e-wom* terhadap citra merek universitas sebesar perkalian beta H1 dengan beta H3, yaitu: $0,781 \times 0,191 = 0,149$. Hasil pengaruh tidak langsung 0,149 lebih besar dari pengaruh langsung -0,076, dengan demikian hipotesis keenam (H6) yang menyatakan *e-learning* memberikan pengaruh positif terhadap citra merek universitas melalui *e-word of mouth* diterima.

Tabel 2
Hasil Uji Adjusted R²

<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R-Square</i>
0,802 ^a	0,643	0,632

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Tabel 9
Uji hipotesis pengaruh langsung

Variabel	<i>Coeff</i>	<i>Std.Dev</i>	<i>t Stat</i>	<i>P Value</i>	Kesimpulan Hipotesis
<i>E-learning</i> → <i>E-wom</i>	0,781	0,038	12,694	0,000	H1 Diterima
<i>E-learning</i> → Kepuasan Mahasiswa	0,710	0,073	10,229	0,000	H2 Diterima
<i>E-wom</i> → Citra Merek Universitas	0,191	0,113	1,670	0,098	H3 Ditolak
<i>E-learning</i> → Citra Merek Universitas	-0,076	0,062	-0,751	0,454	H4 Ditolak
Kepuasan Mahasiswa → Citra Merek Universitas	0,687	0,059	6,778	0,000	H5 Diterima

Uji Hipotesis E-learning melalui Kepuasan mahasiswa terhadap Citra merek universitas

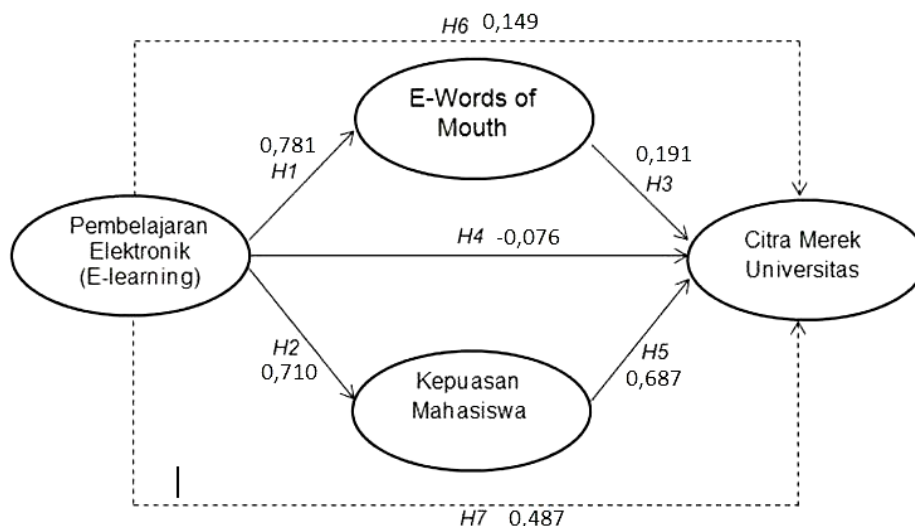
Berdasarkan hasil analisis yang terlihat pada gambar 2. diketahui nilai beta e-learning secara langsung terhadap citra merek universitas sebesar -0.076, sedangkan nilai pengaruh tidak langsung *e-learning* melalui kepuasan mahasiswa terhadap citra merek universitas sebesar perkalian beta H2 dengan beta H5, yaitu: $0,710 \times 0,687 = 0,487$. Hasil pengaruh tidak langsung 0,487 lebih besar dari pengaruh langsung -0,076, dengan demikian hipotesis ketujuh (H7) yang menyatakan *e-learning* memberikan pengaruh positif terhadap citra merek universitas melalui kepuasan mahasiswa diterima.

Hasil pengujian secara langsung diketahui bahwasanya *e-learning* berpengaruh positif dan signifikan terhadap e-word of mouth. Kenyataan yang demikian menjadikan *e-learning* menjadi salah satu unsur utama untuk meraih e-word of mouth yang bagus di masyarakat, terutama di UNKAHA sebagai institusi pendidikan. Hasil penelitian ini memperkuat kajian sebelumnya yang dilakukan oleh Sidra Shehzadi, Qasim Ali Nisar,dkk, 2020.

Hasil pengujian secara langsung diketahui bahwasanya *e-learning* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Kenyataan yang demikian menjadikan *e-learning* menjadi salah satu unsur penting untuk meraih kepuasan yang tinggi di kalangan mahasiswa UNKAHA, apalagi di era pandemi Covid-19 yang masih belum jelas kapan selesai *e-learning* menjadi ujung tombak dalam meraih keberhasilan proses pembelajaran. Hasil penelitian ini memperkuat kajian sebelumnya yang dilakukan oleh Sidra Shehzadi, Qasim Ali Nisar,dkk, 2020.

Hasil pengujian secara langsung diketahui bahwasanya e-word of mouth tidak berpengaruh signifikan terhadap citra merek universitas. Kenyataan ini ternyata bertentangan dengan kajian sebelumnya yang dilakukan oleh Sidra Shehzadi, Qasim Ali Nisar,dkk, 2020 bahwa *e-wom* berpengaruh signifikan terhadap citra merek universitas. Hal ini bisa jadi disebabkan kurang gencarnya pemberitaan tentang UNKAHA di media sosial baik *online* dan maupun *offline*, isi pesan yang disampaikan kurang fokus dan informatif, media penyampaian pesan belum efektif dan tidak ada kepastian informasi apakah pesan tersebut sudah diterima dan direspon positif oleh penerima. Tim marketing UNKAHA seharusnya mulai mengevaluasi semua faktor dalam keberhasilan *e-wom*. Dalam pelaksanaan sebuah kampanye *e-word of mouth* tidak selalu berjalan dengan baik atau berhasil, ada beberapa kampanye yang gagal atau tidak berhasil dan hal ini dikarenakan banyak faktor. Larson dalam bukunya *Persuasion, Perception and Responsibility* (Larson, 1986: 35-38) menjelaskan bahwa kegagalan atau kesuksesan kampanye tergantung pada beberapa hal yaitu sumber, isi pesan, media penyampaian pesan, dan penerima itu sendiri. Maka untuk mencapai keberhasilan *e-wom*, tim marketing UNKAHA seharusnya mulai melibatkan mahasiswa dan masyarakat dalam menciptakan kreasi bersama desain atau konsep *e-wom* agar tercapai kampanye *e-wom* yang efektif dan efisien, sehingga nantinya dapat meningkatkan citra merek UNKAHA di masyarakat.

Gambar 2
Hasil uji *path analysis* regresi berganda



Hasil pengujian secara langsung diketahui bahwasanya *e-learning* tidak berpengaruh signifikan terhadap citra merek universitas. Kenyataan ini ternyata bertentangan dengan kajian sebelumnya yang dilakukan oleh Sidra Shehzadi, Qasim Ali Nisar, dkk, 2020 bahwa *e-learning* berpengaruh signifikan terhadap citra merek universitas. Hal ini bisa jadi disebabkan mahasiswa UNKAHA mayoritas adalah di jurusan kesehatan sehingga dalam pembelajaran sebagian besar masih dilakukan dengan praktik langsung (praktikum) di lapangan. Ini juga didukung oleh penelitian Hikmat, et al (2020) yang berjudul Efektivitas Pembelajaran Daring Selama Masa Pandemi COVID-19: Sebuah Survey *Online*, menggunakan Zoom dan WhatsApp dalam pembelajaran *online* efektif untuk perkuliahan materi dasar/ teori. Sejalan dengan hasil penelitian Tonni Limbong dan Janner Simarmata (2020) diketahui bahwa penggunaan Zoom dan Edmodo di Fakultas Ilmu Komputer Universitas Katolik Santo Thomas Medan efektif bagi mata kuliah teori, sedangkan untuk praktikum kurang efektif.

Hasil pengujian secara langsung diketahui bahwasanya kepuasan mahasiswa berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek universitas. Kenyataan yang demikian menjadikan kepuasan mahasiswa menjadi salah satu unsur penting untuk meraih citra merek universitas yang tinggi di masyarakat. Hasil penelitian ini memperkuat kajian sebelumnya yang dilakukan oleh Sidra Shehzadi, Qasim Ali Nisar, dkk, 2020. Ini juga mendukung grand teori Debnath R, Datta B, Mukhopadhyay S, 2016 tentang CRM bahwa tercapainya kepuasan mahasiswa adalah tujuan utama dalam lembaga pendidikan termasuk UNKAHA.

Hasil pengujian secara path analysis dan regresi berganda didapatkan hasil bahwa e-word of mouth berperan dalam memediasi pengaruh antara *e-learning* dengan citra merek universitas. Hal ini memperkuat kajian sebelumnya yang dilakukan oleh Sidra Shehzadi, Qasim Ali Nisar, dkk, 2020. Untuk meraih citra merek universitas yang baik tidak cukup hanya *e-learning* saja tapi juga diperlukan e-word of mouth secara gencar, masif, efektif dan informatif di media sosial online tentang keunggulan sistem *e-learning* di UNKAHA, fasilitas media pembelajaran, dan testimoni kualitas produk output pembelajaran.

Hasil pengujian secara path analysis dan regresi berganda didapatkan hasil bahwa kepuasan mahasiswa berperan dalam memediasi pengaruh antara *e-learning* dengan citra merek universitas. Hal ini memperkuat kajian sebelumnya yang dilakukan oleh Sidra Shehzadi, Qasim Ali Nisar, dkk, 2020. Untuk meraih citra merek universitas yang baik tidak

cukup hanya melakukan *e-learning* saja tapi juga harus meraih kepuasan mahasiswa terlebih dulu terutama di institusi UNKAHA.

SIMPULAN

- Pembelajaran elektronik atau *e-learning* berpengaruh positif dan signifikan terhadap e-word of mouth di Universitas Karya Husada Semarang.
- Pembelajaran elektronik atau *e-learning* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa di Universitas Karya Husada Semarang.
- E-word of mouth tidak berpengaruh signifikan terhadap citra merek Universitas Karya Husada Semarang.
- E-learning* tidak berpengaruh signifikan terhadap citra merek Universitas Karya Husada Semarang.
- Kepuasan mahasiswa berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek Universitas Karya Husada Semarang.
- E-word of mouth berperan dalam memediasi pengaruh antara *e-learning* dengan citra merek universitas.
- Kepuasan mahasiswa berperan dalam memediasi pengaruh antara *e-learning* dengan citra merek universitas

Keterbatasan Penelitian dan Saran Penelitian Mendatang

- Keterbatasan sampel yaitu hanya mengambil dalam lingkup satu lembaga pendidikan saja yaitu Universitas Karya Husada Semarang, sehingga kesimpulan penelitian tidak dapat digeneralisir, oleh karenanya diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat memperluas sampel penelitian. Penelitian mendatang sebaiknya dapat memperluas objek yang diteliti, yaitu mahasiswa di seluruh universitas yang ada di Semarang baik negeri maupun swasta.
- Variabel yang digunakan untuk memprediksi citra merek universitas hanya dari *e-learning*, e-word of mouth dan kepuasan mahasiswa saja, sehingga untuk penelitian selanjutnya diharapkan mengeksplorasi kajian penelitian dari perspektif lain. Variabel-variabel tersebut bisa dari pengaruh teknologi informasi dan komunikasi, kualitas e-informasi dan kualitas e-layanan pendidikan. Dengan adanya variabel yang lebih kompleks akan dapat memberikan gambaran potensi variabel mana saja yang berperan dalam membentuk citra merek universitas dengan baik.

Implikasi Manajerial

Hasil penelitian sangat berarti bagi institusi pendidikan khususnya Universitas

Karya Husada Semarang dalam meningkatkan kualitas pendidikan, mengingat akan sangat berarti bagi institusi yaitu citra universitas akan terus meningkat melalui peningkatan layanan *e-learning* dan tercapainya *e-word of mouth* yang positif. Karena itulah upaya peningkatan citra universitas dapat dilakukan dengan dan terus meningkatkan kualitas layanan kampus yang ada saat ini, terus berinovasi dalam proses pembelajaran, berusaha untuk terus meningkatkan kepuasan mahasiswa sehingga akan diperoleh citra universitas yang baik di wilayah Semarang dan sekitarnya. Dari hasil pembahasan di atas diperoleh rekomendasi untuk jajaran manajemen UNKAHA yaitu:

- a. Meningkatkan kualitas *e-learning* karena berdasar hasil statistik penelitian *e-learning* secara langsung tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap citra merek universitas. UNKAHA harus mulai berinovasi membuat sistem *e-learning* agar bisa diterapkan pada mata kuliah praktikum, bisa dengan penambahan prasarana hardware dan software, teknologi virtual reality dan lainnya.
- b. Meningkatkan kualitas *e-word of mouth* karena berdasar hasil statistik penelitian, *e-wom* tidak berhasil secara signifikan memberikan pengaruh terhadap citra merek universitas. UNKAHA harus melakukan *e-word of mouth* secara gencar, masif, efektif dan informatif di media sosial online tentang keunggulan sistem *e-learning* di UNKAHA, fasilitas media pembelajaran, dan testimoni kualitas produk output pembelajaran: mahasiswa yang berprestasi, tenaga pengajar dan dosen yang berprestasi di tingkat regional dan nasional, atau apapun kelebihan dan keunggulan yang bisa diekspose di media online.

DAFTAR PUSTAKA

- Instructional Practises Which Enable Elementary Students to Access and Choose E-books in Their. 2017;(May).
- Oduma CA, Onyema LN, Akiti N. *E-learning* platforms in business education for skill acquisition. *Niger J Bus Educ.* 2019;6(2):104-112.
- Shehzadi S, Nisar QA, Hussain MS, Basheer MF, Hameed WU, Chaudhry NI. The role of digital learning toward students' satisfaction and university *brand image* at educational institutes of Pakistan: a post-effect of Covid-19. *Asian Educ Dev Stud.* 2021;10(2):276-294. doi:10.1108/AEDS-04-2020-0063
- Elliott KM, Shin D. *Student satisfaction: An alternative approach to assessing this important concept.* *J High Educ Policy Manag.* 2002;24(2):197-209. doi:10.1080/1360080022000013518
- Mazzarol T. Critical success factors for international education marketing. *Int J Educ Manag.* 1998;12(4):163-175. doi:10.1108/09513549810220623
- Debnath R, Datta B, Mukhopadhyay S. *Customer Relationship Management Theory and Research in the New Millennium: Directions for Future Research.* *J Relatsh Mark.* 2016;15(4):299-325. doi:10.1080/15332667.2016.1209053
- DeLone WH, McLean ER. The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. *J Manag Inf Syst.* 2003;19(4):9-30. doi:10.1080/07421222.2003.11045748
- Schiffman K. Chapter 8 Pembentukan dan Perubahan Sikap Konsumen. *Test.* Published online 2001:162-173.
- Lin C, Wu YS, Chen JCV. Electronic Word-of-Mouth: The Moderating Roles of Product Involvement and *Brand image.* *Proc 2013 Int Conf Technol Innov Ind Manag.* Published online 2013:29-47.
- Cordier J, Mengistu A. Factors influencing international *student satisfaction* in Korean Universities. *Int J Educ Dev.* 2017;57:54-64. doi:10.1016/j.ijedudev.2017.08.006
- Bhakti YB, Rahmawati EY, Hartono & Tanujaya. *J Form 7(3) 272-285, 2017.* 2017;7(3):272-285.
- Li, I. W, & Carroll D. Factors Influencing University *Student satisfaction, Dropout and Academic Performance.* Published online 2017.
- Panda S, Pandey SC, Bennett A, Tian X. University *brand image as competitive advantage: a two-country study.* *Int J Educ Manag.* 2019;33(2):234-251. doi:10.1108/IJEM-12-2017-0374
- Ghozali I. *Struktural Equation Modelling Metode Alternatif Dengan Partial. Least Square (PLS).* Badan Penerbit UNDIP; 2016.