

# PUBLIC POLICY

Jurnal Aplikasi Kebijakan Publik & Bisnis

VOLUME 3 No 2 September 2022

ISSN 2721-1673 (Cetak)  
ISSN 2721-1681 (Online)



**LPPM STIA SAID PERINTAH**

<https://stia-saidperintah.e-journal.id/ppj>



Perilaku Konsumen tentang Kualitas Produk Dalam Meningkatkan  
Keputusan Pembelian Produk AMDK

*Wilda Insum Maruapey, Indri Guslina & Yuslan Idrus (92-105)*

Pengaruh Desain Henna, Persepsi Harga dan *Word of Mouth* Terhadap Minat Beli Konsumen

*Nia Nuraeni, Rita Tri Yusnita & Suci Putri Lestari (106 - 124)*

The Influence of Financial Literacy, Self Control and Parents's Socio Economic Status  
on Students's Consumptive Behavior

*Rahmatia E. Putri, E. Sutieman, Ismail R. Noy La Ode Marih & Victor Pattiasina (125 - 140)*

Disparity of Conviction Cases Blasphemy in Indonesia

*Jakobus Anakletus Rahajaan & Sarifa Niapele (141 -158)*

Eksistensi Budaya Pataheri Suku Nuaulu ditengah Arus Modernisasi pada Negeri Nuanea

*Johan Tanamal & Lodewyk Nahuway (159 - 175)*

Implementation of Parking Retribution and Illegal Parking Management and Their Effect  
on Original Local Government Revenue

*Muhammad Amin Watimena & Diana Puturuhu, (176-187)*

**Wilda Insum Maruapey<sup>1)</sup>**  
**STIA Said Perintah**  
**Indri Guslina<sup>2)</sup>**  
**STIM Budi Bakti Bekasi**  
**Yuslan Idris<sup>3)</sup>**  
**STIA Said Perintah**  
[wilda.maruapey@gmail.com](mailto:wilda.maruapey@gmail.com)



LPPM STIA Said Perintah  
Volume 3, No. 2, September 2022  
<https://stia-saidperintah.e-journal.id/ppj>

**Abstract**

*This study aims to determine how the behavior of students of Class XII-IPA SMAN 3 Salahutu Tengah about quality of product AYUDES glass packaging size 240ml in related with increasing purchasing decisions. The research was conducted at SMAN 3 Salahutu and in CV. Abadi Tiga Mandiri as a company that production of product AYUDES. In this study, researchers used qualitative research methods through data collection techniques with steps in the form of interviews, observation, literature study, internet searching and documentation. After that the researcher performs the analysis by testing the credibility of the data and test the validity of the data. Until the researcher get the conclusion that: student of class XII-IPA SMAN 3 Salahutu have purchasing behavior which is driven by sosial faktor, culture, personal and psychology, product AYUDES size 240ml have good quality, so increase student decision of class XII-IPA SMAN 3 Salahutu to buy product AYUDES size 240ml.*

**Keywords** : *Consumer Behavior, Product Quality, Purchasing Decision*

## Pendahuluan

Air merupakan salah satu kebutuhan utama dalam kehidupan karena manusia membutuhkan air bersih untuk hidup sehat. Di zaman modern ini, air bersih sangat sulit untuk diperoleh dibandingkan dengan era sebelumnya, keterbatasan air bersih terjadi dimana-mana baik di kota maupun di desa. Pada umumnya daerah-daerah pedesaan terdapat banyak sumber air namun belum sepenuhnya layak untuk dikonsumsi sehingga solusi terhadap masalah tersebut adalah melalui pengolahan produksi air minum dalam kemasan (AMDK). AMDK bagi sebagian besar masyarakat ini dianggap sangat menguntungkan karena selain untuk memenuhi kebutuhan akan air bersih bagi kelangsungan hidup, harga produk inipun sangat terjangkau dan praktis bagi konsumen.

Salah satu produk air minum dalam kemasan di Indonesia khususnya di Provinsi Maluku adalah AYUDES yang diproduksi oleh CV. Abadi Tiga Mandiri dengan pabrik yang berlokasi di Kota Ambon, Provinsi Maluku. AYUDES merupakan salah satu AMDK yang paling banyak dikonsumsi di daerah Maluku khususnya Kabupaten Maluku Tengah Kecamatan Salahutu. Dibandingkan dengan produk AMDK gelas merek lain, AYUDES masih menjadi pilihan yang paling diminati dan sering dijumpai karena keterjangkauan produk yang mudah di temukan hampir tersebar di seluruh warung/pertokoan yang ada di kota Ambon.

Pada tulisan yang diterbitkan oleh Info Maluku tahun 2020 (<https://infomalukunews.com/sangat-laris-audes-tembus-indomaret>) seorang *food supervisor* dari salah satu gerai minimarket ternama di Indonesia mengatakan bahwa;

*"Ayudes gelas laku keras di Indogrosir, depot logistic Indomaret, varian Ayudes tersebut mampu bersaing dengan produk kemasan local lainnya".*

Meskipun saat ini produk AYUDES berkembang pesat dipasaran, namun persaingan dalam dunia bisnis AMDK patut diperhitungkan. Olehnya CV. Abadi Tiga Mandiri berusaha mengoptimalkan perluasan jaringan distribusi, dan mempertahankan kualitas terbaik produk AMDK AYUDES sebagai cara untuk menyiasati persaingan bisnis. Menurut manajer perusahaan, bapak Hairun bahwa;

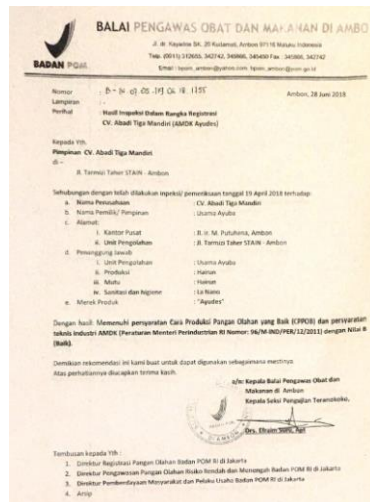
*"Di Ambon memang banyak pesaing yang bergerak dibidang yang sama dengan kami, untuk itu kami berusaha melakukan yang terbaik demi mempertahankan kualitas produk dan semoga saja dengan begitu semakin banyak peminat sehingga produk kami dikenal tidak hanya di Maluku, namun juga luar provinsi Maluku".*

Upaya mempertahankan dan melakukan pengembangan patut dilakukan karena pada dasarnya semua perusahaan akan berupaya untuk mempertahankan pangsa pasar. Oleh karena itu, perusahaan yang ingin menarik dan mempertahankan konsumen di pasar perlu memahami strategi terbaik mereka untuk menarik dan mempertahankan konsumen, Belum lagi dengan berbagai perilaku konsumen dalam membuat keputusan pembelian. Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai studi mengenai cara individu, kelompok, serta organisasi dalam proses memilih, mengamankan, menggunakan dan menghentikan produk, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan dampaknya bagi masyarakat beserta konsumen itu sendiri (Setiadi N. J, 2019).

Berdasarkan definisi diatas, perilaku konsumen dapat dikatakan sebagai perlakuan terhadap suatu produk komersial. Perilaku konsumen yang dalam kajian ini merupakan konsumen dari kalangan pelajar khususnya Pelajar Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 3 Salahutu yang terletak di Tulehu, Kecamatan Salahutu, Provinsi Maluku. Bahwa mereka pasti mengkonsumsi minuman air mineral disaat istirahat ataupun makan sehingga dalam proses pembelian AMDK akan mempertimbangkan berbagai aspek termasuk kualitas produk. Sebagaimana menurut Hadi dalam Jurnal Sains Pemasaran Indonesia tahun 2010 oleh Dinawan; “Konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, dan pelengkap inovatif yang terbaik” Produk yang berkualitas adalah produk yang mampu memberikan hasil yang lebih dari yang diharapkan.

Kualitas produk termasuk aspek yang relatif paling berdampak terhadap keputusan pembelian produk. Seperti yang dijelaskan Kotler, Philip dan Garry, (2013) bahwa kualitas produk merupakan ciri khas produk atau jasa yang berkontribusi terhadap potensinya untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Pemahaman ini menunjukkan bahwa kualitas produk relatif berdampak terhadap keputusan pembelian sehingga perlu memperhatikan kualitas produk yang dijual setiap perusahaan.

Kualitas AYUDES yang diproduksi oleh CV. Abadi Tiga Mandiri dapat dilihat pada kemasan produk AYUDES ukuran 240 ml yang tertera bahwa AYUDES telah mendapatkan izin dari Badan pengawas obat dan makanan (BPOM) serta telah mendapatkan label Halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).



Hasil Inspeksi /Pemeriksaan BPOM  
Sumber : Data peneliti tahun 2018



Sertifikat Halal dari MUI  
Sumber : CV. Abadi Tiga Mandiri

Pengakuan dari lembaga tersebut bertujuan agar konsumen tidak ragu dan percaya akan kualitas AYUDES. Melihat dari usaha meyakinkan konsumen dari segi kualitas produk seperti yang dijelaskan diatas hal ini tentunya tergantung bagaimana perilaku konsumen menyikapi kualitas produk yang telah dijelaskan sehingga konsumen dapat melakukan keputusan pembelian akan produk AYUDES ukuran 240ml. Berdasarkan penjelasan pendahuluan ini, maka kajian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam bagaimana perilaku konsumen tentang kualitas AYUDES ukuran 240ml dalam meningkatkan keputusan pembelian.

## Kerangka Teoritis

### Perilaku Konsumen

Kotler, Philip dan Garry, (2013) menyatakan bahwa konsep perilaku konsumen dapat dikatakan sebagai bentuk perilaku pembelian oleh konsumen (individu maupun rumah tangga) yang melakukan pembelian produk untuk dikonsumsi secara personal. Kotler, (2016) secara terperinci menyatakan bahwa terdapat beberapa unsur yang memiliki dampak terhadap perilaku konsumen antara lain;

#### 1. *Cultural Faktor* (Faktor Budaya)

##### a. Budaya

Kotler dan Keller menyatakan bahwa budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar sementara kebudayaan adalah tatanan kehidupan manusia sehingga pemasaran harus memberikan perhatian budaya suatu

- daerah untuk mendapatkan strategi yang tepat untuk memasarkan dan mengembangkan produk.
- b. *Subcultures*  
Subkultur adalah bagian kecil dari budaya yang karakteristiknya antara lain; kebangsaan, agama, kelompok, ras, dan wilayah geografis sehingga pemasaran harus menyesuaikan produk dengan karakteristik-karakteristik tersebut agar produk yang dipasarkan lebih memiliki potensi diterima.
  - c. Kelas Sosial  
Kelas sosial adalah pengelompokan masyarakat yang bersifat homogen. Artinya pengelompokan harus dilaksanakan berdasarkan kesamaan perilaku.
2. *Sosial Faktor* (Faktor Sosial)  
Faktor Sosial ini terdiri dari;
    - a. Grup Referensi  
Kelompok afinitas seseorang adalah kelompok yang secara langsung maupun langsung mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang.
    - b. Keluarga  
Keluarga adalah organisasi konsumen yang paling berdampak terhadap perilaku pembelian. Keluarga dimaksud terdiri dari keluarga orientasi (orang tua dan saudara kandung) dan keluarga leluhur (pasangan suami atau istri dan anak-anak).
    - c. Peran dan Status Sosial  
Peran dan status sosial yang berdampak terhadap perilaku konsumen antara lain; keluarga, klub dan organisasi, setiap orang berpartisipasi dalam banyak kelompok.
  3. *Personal Faktor* (Faktor Pribadi)  
Faktor pribadi ini sangat berhubungan dengan karakteristik personal antara lain; umur, kepribadian, gaya hidup, status, profesi serta nilai-nilai.  
Pendapat lain juga disampaikan oleh Ginting, (2015) yang dikutip dari Kotler & Armstrong bahwa aspek yang berdampak terhadap perilaku konsumen antara lain;
    1. Faktor Budaya
      - a. Budaya  
Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar dan sebagian besar perilaku manusia adalah belajar. Anak-anak dalam masyarakat

mempelajari nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan dan perilaku keluarga mereka dan lembaga penting lainnya. Bagian-bagian dalam masyarakat selalu memiliki dampak budaya dan budaya pada perilaku pembelanja yang sangat beraneka macam dari berbagai negara. Kegagalan untuk beradaptasi dengan berbagai budaya yang berbeda ini berpotensi menyebabkan inefisiensi pemasaran dan kegagalan yang mengejutkan. Misalnya, seorang pengusaha AS mencoba memasarkan sendiri di Taiwan, tetapi sulit. Untuk memperluas perdagangan luar negeri, mereka datang ke Taiwan dengan topi baseball hijau sebagai hadiah. Perjalanan ke Taiwan berlangsung dua bulan sebelum pemilihan parlemen. Ternyata yang hijau adalah oposisi (Taiwan waktu itu). Lebih buruk lagi, menurut budaya Taiwan, warna hijau digunakan oleh pria, yang menunjukkan bahwa istrinya tidak jujur. Pemasar yang baik selalu perlu menemukan perubahan budaya yang mengarah pada persepsi publik tentang kebugaran dan layanan kesehatan dan kebugaran untuk mengidentifikasi produk baru yang mereka anggap diinginkan.

b. Subkultur

Setiap budaya memiliki subkultur kecil atau sekelompok individu yang merasa menjadi bagian dari sistem nilai dasar dari pengalaman dan situasi bersama. Sub budaya ini meliputi kebangsaan, agama, etnis dan kelompok daerah. Banyak subkultur merupakan bagian pemasaran yang utama dan pemasar sering kali membuat desain produk tertentu yang memenuhi kebutuhan segmen tersebut. Di Amerika Serikat, kita dapat mengidentifikasi tiga kelompok subkultur penting yang mencirikan perilaku konsumen: konsumen Hispanik, konsumen kulit hitam (negro) dan orang tua (orang diatas usia 65). Dari sekitar 249 juta warga AS, 25,5 juta adalah Hispanik, 31 juta berkulit hitam, dan 32 juta lansia. Kelompok subkultur ini memiliki selera dan keinginan tersendiri. Tentu saja, fakta ini harus diperhitungkan oleh pemasar. Hal yang sama dapat dilihat pada kelompok subkultur Indonesia, Minan, Sunda, dan Jawa. Kelompok Jawa dapat mengenal subkelompok Tegal, Yogasolo dan Jawa Timur. Selain itu, ada subkultur perkotaan dan pedesaan. Kelompok subkultur Minangkabau, Sunda, dan Jawa ini dapat dikenali dari menu cita rasa kulinernya. Seiring berjalannya waktu, menu dan cita rasa yang berbeda mulai berkembang menjadi banyak pilihan bagi kelompok subkultur perkotaan.



c. Kelas Sosial

Kotler, Philip dan Garry, (2013) menyatakan bahwa kelas sosial merupakan segmen masyarakat yang tidak berubah (tetap) dan berjenjang dengan anggota yang homogen (dalam hal perilaku, nilai dan minat). Seorang ilmuwan sosial AS mengelompokan masyarakat AS dalam 7 kelas sosial mulai dari; atas-atas, atas-bawah, menengah-atas, pekerja, bawah-atas, bawah-bawah. Anggota kelas yang terbanyak adalah kelas menengah sebesar 32% dan kelas pekerja sebesar 38%. Ternyata pengelompokan kelas lebih didasarkan oleh kombinasi beberapa unsur yakni; jabatan, pendapatan, dan pendidikan. Dalam beberapa sistem sosial, perpindahan antar kelas ini agak sulit, tetapi pada masyarakat AS lebih mudah.

2. Faktor Sosial

Faktor sosial ini terdiri dari;

a. Kelompok Rujukan

Kelompok rujukan (*reference group*) berdampak langsung maupun tidak langsung terhadap pembentukan sikap dan perilaku. Sebagai contoh, para remaja AS pemain bola basket mengharapkan suatu saat ia dapat bermain untuk Chicago bull. Mereka mengaitkan diri dengan kelompok ini walau tidak ada kontak muka-dengan-muka antara mereka dengan orang-orang yang ada di perkumpulan Chicago Bull ini. Hal ini menunjukkan bahwa kelompok rujukan ini memiliki dampak terhadap sikap dan konsep diri baru individu sehingga mampu mendorong individu tersebut seseorang untuk memilih produk dan merek tertentu.

b. Keluarga

Hasil penelitian secara ekstensif menunjukkan bahwa perilaku pembelian individu ternyata dipengaruhi oleh keluarga (orang tua, pasangan, saudara dan anak). Pengambilan keputusan menyangkut produk dengan tingkat varians yang tinggi memerlukan tingkat keterlibatan pasangan (suami dan istri) yang tinggi juga. Di AS, secara tradisional istri bertugas sebagai bagian pembeli keluarga, terutama dalam hal makanan, produk rumah tangga, dan pakaian. Namun karena sebagian besar wanita (70%) sering berada diluar rumah keluarga maka segalanya berubah. Misalnya, kini 45% pembelian mobil oleh wanita dan 40%

belanja dilakukan oleh pria. Dalam hal pembelian barang berharga, pasangan (suami dan istri) lebih banyak merupakan hasil keputusan bersama.

c. Peran dan Status

Individu dapat digolongkan sebagai anggota dari banyak kelompok antara lain; keluarga, klub, organisasi sosial, perusahaan yang posisinya dalam kelompok tersebut lebih ditentukan oleh peran dan status. Dalam bukunya Kotler & Armstrong, tokoh hipotetik yang bernama Jennifer Flores dengan orangtuanya memainkan perannya sebagai anak perempuan. Dia akan berperan sebagai istri dan ibu dalam keluarganya sementara perannya di organisasi sebagai sekretaris dan di perusahaannya ia adalah manajer merek dagang. Dia akan berusaha untuk melakukan peran-peran tersebut sesuai dengan harapan semua orang dimana peran-peran tersebut mempengaruhi perilaku belanjanya. Sementara disisi yang lain, setiap peran tersebut menunjukkan status Jennifer dalam masyarakat. Sebagai contoh, Jennifer akan berpakaian (dalam peran sebagai manajer) sehingga mencerminkan statusnya sebagai seorang manajer merek dagang yang tentunya akan berbeda dengan pakaian yang dipakai dalam peran dan statusnya sebagai istri dan ibu dalam keluarganya.

3. Faktor Personal

Unsur personal juga relatif memiliki dampak terhadap perilaku pembelian. Unsur ini terdiri dari; usia dan tingkat daur-hidup, kedudukan, jabatan, status ekonomi, gaya hidup dan kepribadian serta konsep diri.

4. Faktor Psikologi

Unsur lainnya yang relatif turut berdampak terhadap perilaku pembelian individu adalah unsur psikologi yang diantaranya antara lain;

a. Motivasi

Orang selalu memiliki banyak kebutuhan. Jika perlu, itu biologis dan sebagai kebutuhan psikologis, muncul dari kebutuhan akan kognisi, rasa syukur dan atribusi (*attribution*). Beberapa kebutuhan tersebut bukanlah motivasi atau motif yang perlu dipenuhi.

b. Persepsi

Persepsi cenderung akan berdampak terhadap perilaku individu. Hal ini terlihat dari misalnya ada dua individu yang memiliki motivasi yang serupa dalam situasi yang juga serupa, cenderung akan melahirkan perilaku yang tidak sama karena

memiliki persepsi yang juga berbeda. Manusia mampu melahirkan persepsi yang tidak sama dari stimulus yang sama melalui tiga proses persepsi; perhatian selektif, distorsi selektif dan retensi selektif. Ketika mendapat perhatian, pemasar berusaha untuk mendapatkan perhatian konsumen potensial. Bias selektif adalah kecenderungan untuk menafsirkan semua informasi berdasarkan apa yang diyakini orang dan kemudian menolaknya. Berlawanan dengan kepercayaan, pemotongan selektif tercetak dibenaknya.

c. Belajar

Kegiatan belajar akan menunjukkan adanya perubahan perilaku individu yang dihasilkan dari pengalaman. Para ahli pembelajaran menyatakan bahwa lebih banyak perilaku diperoleh melalui pembelajaran. Belajar terwujud karena adanya struktur dorongan, rangsangan, petunjuk, reaksi dan penguatan. *Drive* merupakan insentif internal yang kuat untuk bertindak. Menurut Jennifer, dorongan didorong ketika dia diarahkan ke objek perangsang tertentu, dalam hal ini kamera. Reaksi terhadap ide membeli kamera tergantung pada petunjuk disekitar Anda.

5. Kepercayaan dan sikap

Kepercayaan diri dan sikap akan muncul sebagai hasil melaksanakan suatu kegiatan dan belajar termasuk perilaku pembelian mereka. Percaya diri mewakili pemikiran Anda tentang suatu hal. Keyakinan merupakan hasil dari pengetahuan, pendapat, atau keyakinan aktual daripada secara emosional. Sikap mewakili kajian, perasaan, dan kecenderungan terhadap objek dan ide yang hanya tampak konsisten sehingga terlihat bahwa seseorang akan memiliki sikap tentang agama, politik, pakaian, makanan, dan hampir semuanya.

### **Kualitas Produk**

Kualitas Produk oleh Handoko de Prajati, (2013) menyatakan bahwa kualitas produk adalah kondisi suatu barang berdasarkan penilaian kesesuaian dengan metrik tertentu. Semakin banyak kriteria yang dipatuhi, semakin tinggi kualitas produk yang dievaluasi. Selanjutnya Kotler, (2016) menyatakan bahwa dimensi kualitas produk adalah;

*"Jika sebuah perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya di pasar, ia harus memahami dimensi apa yang digunakan konsumen untuk membedakan produk yang dijualnya dari produk pesaingnya."*

Kotler, (2016) menyatakan bahwa dimensi pembentuk kualitas produk antara lain yakni;

1. Bentuk

Suatu produk dapat dibedakan dari produk lainnya secara jelas menurut; bentuk, ukuran, atau struktur fisiknya.

2. Fitur Produk

Fitur suatu produk merupakan karakteristik tambahan sebagai pelengkap produk yang bermanfaat untuk memenuhi fungsi dasar yang terlibat dalam pemilihan dan pengembangan produk.

3. Kinerja

Kinerja produk merupakan hal yang berhubungan dengan unsur fungsional suatu barang yang merupakan karakteristik utama serta menjadi salah satu bahan masukan kepada konsumen untuk dipertimbangkan pada saat membeli barang tersebut.

4. Akurasi dan Relevansi

Akurasi berhubungan dengan perbandingan antara tingkat kesesuaian dengan spesifikasi produk yang telah ditentukan berdasarkan keinginan pelanggan. Relevansi mutu adalah kesesuaian antara standar mutu yang telah ditetapkan desain produk.

5. Keberlanjutan

Tentang berapa lama untuk menggunakan produk tanpa menyebabkan masalah saat menggunakannya.

6. Keandalan

Kehandalan berhubungan dengan kemungkinan suatu item akan memiliki kinerja yang baik ketika digunakan dalam jangka waktu dan kondisi tertentu.

7. Mudah diperbaiki

Produk relatif akan mudah diperbaiki jika terjadi kerusakan.

8. Gaya

Gaya berhubungan dengan tampilan produk dan persepsi konsumen terhadap produk tersebut.

9. Desain

Desain merupakan karakteristik umum produk yang berhubungan dengan tampilan dan fungsi produk dalam kaitannya dengan keinginan konsumen.

## Keputusan Pembelian

Defisini operasional menyangkut keputusan pembelian dinyatakan oleh Asrianto Balawera, (2013) bahwa;

*"Keputusan pembelian adalah suatu konsep dalam perilaku pembelian yang mana konsumen memutuskan untuk bertindak atau melakukan sesuatu dan dalam hal ini untuk membeli atau memanfaatkan produk atau jasa tertentu".*

Menurut Alma Buchari, (2016) terdapat beberapa tahapan ketika konsumen mengambil keputusan pembelian, yaitu;

### 1. *Need Confessions*

Saat mengidentifikasi kebutuhan atau masalah, individu akan merasakan adanya inspirasi untuk melakukan pembelian. Stimulus tersebut dapat bersumber dari internal seperti ketika merasa lapar, atau Adanya dorongan faktor eksternal, seperti ingin memanjakan sahabat atau oleh faktor iklan suatu produk tertentu.

### 2. Pencarian Informasi

Saat mencari informasi tentang apa yang harus dibeli, model apa, dimana, dll., seseorang menemukan informasi yang tersedia dari sumber pribadi seperti keluarga, sahabat, dan tetangga. Informasi dapat juga bersumber dari komersial seperti iklan, vendor dan *display* iklan. Selain itu, informasi dapat juga dapat bersumber dari publik seperti media massa, Quran, televisi dan radio, dan dari pengalaman ketika melihat atau pengalaman setelah memanfaatkan suatu produk.

### 3. Evaluasi Alternatif

Evaluasi alternatif berhubungan dengan penilaian konsumen sangat bervariasi tergantung pada pilihan dan keinginan atribut produk. Konsumen juga memiliki tingkat kebutuhan yang berbeda-beda dengan tingkat prioritas yang juga berbeda misalnya kebutuhan yang paling mendesak, kurang mendesak atau kebutuhan yang dapat ditunda pemenuhannya. Selanjutnya, faktor merek juga menentukan alternatif. Sulit untuk beralih ke merek lain karena sudah ada konsumen yang antusias dalam merek tersebut. Akhirnya, penyesalan konsumen dinyatakan sepenuhnya puas dengan pilihan yang telah dibuatnya. Misalnya untuk produk TV yang sumber evaluasi penilaiannya bersumber dari kualitas gambar, warna dan harga.

### 4. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan fase yang perlu dilakukan setelah melalui fase-fase diatas. Ketika konsumen membuat keputusan, mereka harus mempertimbangkan

keputusan tentang jenis produk, merek, kualitas, model, waktu, harga, metode pembayaran, dan sebagainya. Beberapa dari keputusan tersebut mungkin memiliki pihak lain dengan kekuatan pengambilan keputusan akhir yang perlu dipertimbangkan sehingga keputusan awal dapat dimodifikasi.

5. Perilaku Pasca Pembelian (Kotler & Armstrong)

Hal ini sangat ditentukan oleh pengalaman konsumen pasca penggunaan atau pemanfaatan suatu produk. Oleh karena itu, puas atau kecewanya dia tergantung pada ekspektasi realitas yang dihadapinya. Jika dia tidak benar-benar bahagia dan harapannya sesuai dengan yang dialami, dia kecewa. Ini sebenarnya lebih baik dari yang diharapkan, dia akan kecewa. Saya akan sangat senang. Ekspektasi konsumen biasanya tinggi karena mendengar penjual atau mengomentari produk teman sangat baik, dan jika itu tidak benar maka mereka akan sangat kecewa.

### **Metode Penelitian**

Metode survei yang digunakan dalam kajian ini adalah metode kualitatif dengan menggunakan studi kasus. Metode kualitatif adalah metode bagi peneliti untuk mempelajari objek alamiah yang menjadi sarana utama kajian Sugiyono, (2017) dan studi kasus adalah metode untuk menyelidiki kejadian yang melibatkan manusia (kisah hidup). Metode studi kasus membutuhkan banyak informasi untuk memperoleh materi yang cukup luas. Jenis studi kasus yang digunakan dalam kajian ini adalah studi kasus observasional yang mengutamakan observasi partisipan atau teknik pengumpulan data melalui partisipasi, Fokus kajian adalah pada organisasi tertentu (Bimo Walgito, 2010).

Teknik akuisisi data yang diterapkan melakukannya. Wawancara dan observasi dengan perusahaan dan sekolah SMAN 3 Salahutu. Untuk menunjukkan keabsahan data yang diperoleh, peneliti melakukan pencarian melalui media elektronik dan literature review pada buku dan jurnal yang berhubungan dengan kajian. Selain itu, peneliti menjalankan uji reliabilitas dan validasi. Kemudian penulis membandingkan dan memeriksa tingkat keandalan informasi yang diperoleh dengan cara dan pada waktu yang berbeda dalam kajian kualitatif. Untuk mencapai tingkat reliabilitas tersebut, peneliti membandingkan data observasional dengan data kajian dari berbagai sumber.

## **Pembahasan**

### **Perilaku Konsumen Berdasarkan Faktor Sosial, Budaya, Faktor Personal dan Faktor Psikologi**

Hasil temuan kajian menunjukkan bahwa pelajar SMAN 3 Salahutu memilih mengkonsumsi produk AYUDES ukuran 240ml karena faktor sosial, budaya dikarenakan sebagian pelajar merasa bahwa produk AYUDES ukuran 240ml merupakan produk yang diproduksi di daerah Ambon tempat mereka tinggal, dan juga produk AYUDES ukuran 240ml sangat banyak dijual dipasaran khususnya di SMAN 3 Salahutu, sehingga sudah menjadi kebiasaan bagi mereka mengkonsumsi produk AYUDES ukuran 240ml dibandingkan memilih produk lain untuk dikonsumsi. Sedangkan sebagian lagi lebih memperhatikan kondisi personal salah satunya faktor keungan, kesukaan dan kepercayaan kualitas produk AMDK Ayudes ukuran 240ml.

### **Kualitas Produk Berdasarkan Bentuk, Ciri-Ciri, Desain dan Daya Tahan**

AYUDES ukuran 240ml merupakan produk AMDK yang memiliki bentuk dan ciri-ciri produk yang khusus dan diproses dengan tetap menjaga kualitas kemasan produk tersebut, sehingga inilah yang membedakan tampilan gaya antara produk AYUDES ukuran 240ml dengan produk AMDK merek lain. berdasarkan daya tahan dan kemudahan perbaikan produk AYUDES ukuran 240 ml mencantumkan masa *Expire* untuk produknya, masa expire yang disebutkan di cantumkan pada kemasan produk AYUDES dan juga pada kardus-kardus kemasan agar tidak terjadi kesalahan yang membahayakan kesehatan orang yang mengkonsumsinya, selain itu pihak perusahaan menawarkan return jika terjadi kesalahan dalam kegiatan penyaluran barang dari pihak perusahaan ke pihak pedagang.

Berdasarkan ketepatan dan kesesuaian produk AYUDES ukuran 240ml telah memperoleh sertifikat hasil uji dengan nilai Baik. Dan juga sertifikat Halal yang diberikan MUI serta penjelasan dari BPOM dengan hasil; Produk AYUDES memenuhi persyaratan cara produksi dengan olahan yang baik (CPPOB) dan persyaratan teknik industri AMDK (Peraturan Menteri Perindustrian RI Nomor: 96/M-IND/PER/12/2011) dengan nilai B (Baik).

### **Keputusan Pembelian Berdasarkan *Need recognition, Information Search dan Evaluation of Alternatives, Purchase Decision dan Postpurchase Behavior***

Dengan adanya pengakuan dari MUI dan BPOM meyakinkan pelajar SMAN 3 Salahutu bahwa produk AYUDES kemasan 240ml aman untuk dikonsumsi sehingga mereka akan

melakukan pembelian secara berkelanjutan jika kualitas produk AYUDES ukuran 240ml tetap terjaga.

### Penutup

Perilaku konsumen khususnya pelajar kelas XII-IPA SMAN 3 Salahutu dalam melakukan pembelian produk AYUDES ukuran 240ml adalah di dorong oleh faktor Sosial, budaya, personal dan psikologi. Kualitas produk AYUDES ukuran 240ml sudah Baik, didukung oleh sertifikat Halal yang diberikan MUI serta penjelasan dari BPOM dengan hasil; produk AYUDES memenuhi persyaratan cara produksi dengan olahan yang baik (CPPOB) dan persyaratan teknik industri AMDK (Peraturan Menteri Perindustrian RI Nomor : 96/M-IND/PER/12/2011) dengan nilai B (Baik).

Kualitas produk yang baik menentukan perilaku pelajar dalam mengambil keputusan pembelian produk AMDK merek AYUDES ukuran 240ml. Produk AYUDES ukuran 240ml lebih diminati pelajar kelas XII-IPA SMAN 3 Salahutu karena kualitas produk yang baik. Guna mempertahankan kepercayaan pelanggan dan meningkatkan keputusan pembelian, upaya pemeliharaan kualitas produk menjadi point utama yang wajib diperhatikan perusahaan, yakni dengan melakukan pemeliharaan mesin produksi, kemasan, serta kandungan mineral dalam air. Selain perilaku konsumen akan Kualitas Produk dalam meningkatkan keputusan pembelian, terdapat factor lain yang diharapkan dapat dikembangkan oleh peneliti selanjutnya.

### Daftar Pustaka

- Alma Buchari. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Cetakan Ke). Bandung: Alfabeta.
- Asrianto Balawera. (2013). Green Marketing dan Corporate Social Responsibility Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Membeli Produk Organik di Kota Manado. *EMBA*, 1(4), 2117–2129.
- Bimo Walgito. (2010). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi.
- Ginting, N. F. H. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Yrama Widya.
- Kotler, Philip dan Garry, A. (2013). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi Kedu). Yogyakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan K. L. K. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Setiadi N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan*



*Keinginan Konsumen* (Edisi Ketii). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.  
Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.

**Nia Nuraeni<sup>1</sup>**  
**Rita Tri Yusnita<sup>2</sup>**  
**Suci Putri Lestari<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Prodi Manajemen, FEB  
Universitas Perjuangan Tasikmalaya  
[nia.nuraeni29@yahoo.com](mailto:nia.nuraeni29@yahoo.com)



LPPM STIA Said Perintah  
Volume 3, No. 2, September 2022  
[https://stia-saidperintah.e-  
journal.id/ppj](https://stia-saidperintah.e-journal.id/ppj)

**Abstract**

*This study aims to determine and analyze the effect of henna design, price perception and word of mouth on consumer buying interest in Ve Henna Art Tasikmalaya henna wedding painting services. The method used in this research is descriptive quantitative method with a consumer survey approach with a sample of 80 respondents. The data collected in the form of primary data through a questionnaire. Analysis of the data in this study using multiple regression analysis, correlation coefficient and coefficient of determination using the SPSS application. The results showed that the henna design price perception and word of mouth simultaneously had a significant effect on consumer buying interest. Henna design and partial price perception has a significant effect on consumer buying interest, but word of mouth partially has no significant effect on consumer buying interest.*

*Keywords ; Henna Design, Price Perception, Word of Mouth, Buying Interest*

## **Pendahuluan**

Menjalankan sebuah usaha ini dapat dilakukan oleh siapa saja bagi mereka yang memiliki ide dan peluang. Salah satu jenis usaha yang cukup digemari adalah usaha dibidang jasa. Hal tersebut membuktikan bahwa usaha dibidang jasa ini memiliki potensi yang cukup baik dan menjanjikan mengingat permintaan atau kebutuhan konsumen yang meningkat terhadap jasa. Selain itu, kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan yang mendorong pesatnya permintaan jasa sehingga dapat menjadi peluang bagi seseorang untuk membuka usaha dibidang jasa. Salah satunya terkait dengan harga Jasa Lukis Henna Pengantin yang semakin bersaing dan kompetitif.

Kata Henna berasal dari bahasa latin untuk tanaman *Lawsonia Inermis* yang diucapkan oleh orang Arab sebagai *Hinna*. Asal tepat dari mehndi sulit dikatakan karena seni ini telah berusia hampir 5000 tahun. Beberapa sejarawan mengatakan bahwa bangsa Mogul yang membawa mehndi ke India tetapi sejarawan lain mengatakan bahwa asal mula mehndi adalah India, sedang yang lain mengatakan bahwa asal mula mehndi adalah Timur Tengah atau Afrika Utara. Tumbuhan henna bisa mencapai ketinggian 4 sampai 6 kaki dan dapat ditemukan di negara-negara seperti Pakistan, India, Afganistan, Mesir, Suriah, Yaman, Uganda, Maroko, Senegal, Tanzania, Kenya, Iran dan Palestina. Seni ini bahkan menjanjikan peluang bisnis henna di Indonesia bisnis yang menggiurkan, aktivitas mereka bukan hanya sekedar untuk penyaluran hobi, tetapi juga bisa menjadi ladang penghasilan bagi yang menekuninya (Dianti Novia Sari, 2021).

Mendirikan sebuah usaha atau bisnis dilandasi oleh beberapa faktor pendorong salah satunya adalah jiwa *entrepreneurship*. Kegiatan berbisnis termasuk dalam kategori wirausaha. Bisnis tak lagi identik dengan suatu usaha yang dijalankan oleh mereka yang berusia matang dengan segenap kemampuan dan skill pendukung dalam mendirikan sebuah bisnis. Hasil pengamatan peneliti bahawa dalam beberapa tahun terakhir ini bisnis henna artist di Kota Tasikmalaya berkembang dengan baik dan cukup menjanjikan.

Agar perusahaan yang dirintis tetap berkembang dengan baik maka diperlukan beberapa strategi pemasaran yang dapat mendorong terciptanya kesuksesan

diantaranya dengan mempertahankan atau meningkatkan kualitas produk kepada konsumen karena kualitas produk yang baik pada konsumen maka konsumen akan membeli produk tersebut. Disamping harus memiliki kualitas produk yang baik perusahaan diharuskan pula untuk memenuhi kebutuhan dan kemauan konsumen pada segi harga. Harga dipersepsikan sebagai informasi yang dipahami seluruhnya oleh konsumen dan memiliki makna yang dalam bagi mereka. Oleh karena itu pengusaha perlu memperhatikan hal ini, karena dalam persaingan harga yang ditawarkan oleh kompetitor dapat ditawarkan dengan harga rendah dari harga yang kita tawarkan namun memiliki kualitas yang sama atau mungkin dengan kualitas yang lebih baik. Sehingga dalam menentukan harga jual sebisa mungkin harus bisa memperhatikan konsumen dan kompetitiornya.

Selain dua faktor yang telah dijelaskan diatas, perusahaan juga memerlukan strategi lain untuk menarik minat beli konsumen, salah satunya strategi pemasaran *word of mouth* atau strategi komunikasi dari mulut ke mulut. Definisi secara sederhana *word of mouth* adalah metode promosi dari konsumen oleh konsumen dan untuk konsumen. Komunikasi dari mulut ke mulut memang mempunyai pengaruh yang sangat besar kepada seseorang karena informasi yang didapat dianggap nyata dan jujur dan seseorang cenderung lebih mempercayai informasi produk yang mereka dengar dari teman, kerabat atau orang terdekat yang berpengalaman terhadap suatu produk tersebut dibandingkan dengan informasi dari iklan.

#### **Data Penjualan Pada Ve Henna Art Tasikmalaya**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Pelanggan</b>	<b>Keterangan</b>
2018	51	-
2019	47	Turun
2020	43	Turun
2021	11	Masih Berjalan

Sumber: Data penjualan/pembelian Ve Henna Art Tasikmalaya tahun 2018-2021

Data diatas menunjukkan bahwa Ve Henna Art Tasikmalaya dari tahun 2018-2020 mengalami penurunan penjualan tetapi penurunan penjualan tersebut tidak begitu mencolok. Penurunan pada tahun 2020-2021 dipastikan akibat dari dampak Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) akibat pandemic covid-19 yang menyerang

negara Indonesia pada bulan april tahun 2020 lalu. Namun efek pandemic covid-19 bukanlah masalah yang akan penulis teliti dalam masalah penelitian ini tetapi yang akan penulis teliti diantaranya adalah pengaruh desain henna, persepsi harga dan *word of mouth* terhadap minat beli konsumen jasa lukis henna pengantin pada Ve Henna Art Tasikmalaya. Penyebab penurunan penjualan belum dapat dipastikan, namun diperkirakan selain banyaknya pesaing dalam bisnis Henna Art mungkin juga disebabkan masalah-masalah terkait dengan desain henna yang kurang *Up to Date*, harga yang belum terjangkau oleh konsumen yang berpenghasilan menengah kebawah dan faktor promosi yang masih mengandalakan *word of mouth*. Hal tersebut memungkinkan calon konsumen kurang tertarik untuk memilih jasa lukis henna dari Ve Henna Art Tasikmalaya pada hari pernikahannya. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis memutuskan untuk melakukan penelitian dengan tujuan untuk menganalisis dampak desain henna, persepsi harga dan *word of mouth* terhadap minat beli konsumen jasa lukis Henna pengantin pada Ve Henna Art Tasikmalaya.

## **Kerangka Teoritis dan Pengembangan Hipotesa Penelitian**

### **Desain Henna**

Desain suatu produk khususnya desain henna merupakan hal yang paling penting dalam sebuah perusahaan jasa rias pengantin, untuk meningkatkan keputusan pembelian, karena dengan memiliki desain henna yang menarik maka konsumen akan tahu produk yang dijual. Dan dengan desain tersebut konsumen akan cepat menyerap informasi mengenai produk tersebut terutama dari keunggulan produk dan kualitas produk, sehingga konsumen akan tertarik dan melakukan keputusan pembelian. Menurut Ling & Pratomo, (2020) definisi desain produk adalah dapat dikatakan sebagai peningkatan maupun penyederhanaan peningkatan yang dimaksud yaitu dapat berupa penambahan fungsi dan kegunaan produk tersebut. Sedangkan penyederhanaan desain produk bertujuan agar konsumen semakin mudah dalam menggunakan suatu produk. Hasil penelitian Ariella, (2018) menunjukkan indikator desain produk, yaitu: model terbaru, variasi desain, desain mengikuti trend,

daya tarik bentuk lampu utama dan mampu memberi penerangan yang diperlukan dan daya tarik pilihan warna.

Berdasarkan hal tersebut, maka desain produk dapat diukur, dipahami dan dijadikan sebagai suatu hasil yang baik untuk kepentingan kualitas pelayanan jasa yang diberikan kepada pelanggan, baik pelanggan yang baru pertama kali maupun pelanggan yang sudah berulang kali menggunakan produk tersebut. Desain yang baik memberikan kontribusi pada kegunaan suatu produk disamping penampilannya, karena desain mencapai inti suatu produk. Oleh karena itu, desain produk dapat menjadi alat persaingan yang sangat baik dalam pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan.

### **Persepsi Harga**

Menurut Marhadi, (2013) Harga merupakan pengorbanan ekonomis yang dilakukan pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa. Selain itu harga salah satu faktor penting pelanggan dalam mengambil keputusan untuk melakukan transaksi atau tidak. Harga yaitu sejumlah uang yang pelanggan bayar untuk membeli produk atau mengganti hak milik produk. Harga juga merupakan pengganti nilai produk (*product value*), nilai bukan sekedar biaya produksi, tetapi ditambah laba yang diinginkan. Sejalan dengan pendapat diatas, Hasibuan, (2019) menyimpulkan hasil penelitiannya bahwa kualitas produk, harga dan *Word of Mouth* (WOM) secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan pada CV. Sutan Jepara Mebel Laut Dendang Deli Serdang.

### **Word Of Mouth**

Menurut Priyono, (2014) *word of mouth* diartikan sebagai suatu bentuk komunikasi mengenai produk barang atau jasa antara orang-orang independent atau bukan merupakan bagian dari perusahaan. Kemudian menurut Siwu et al., (2021) indikator *word of mouth* adalah sebagai berikut;

1. Kemauan konsumen dalam membicarakan hal-hal positif tentang kualitas pelayanan dan produk kepada orang lain.
2. Rekomendasi jasa dan produk perusahaan kepada orang lain.

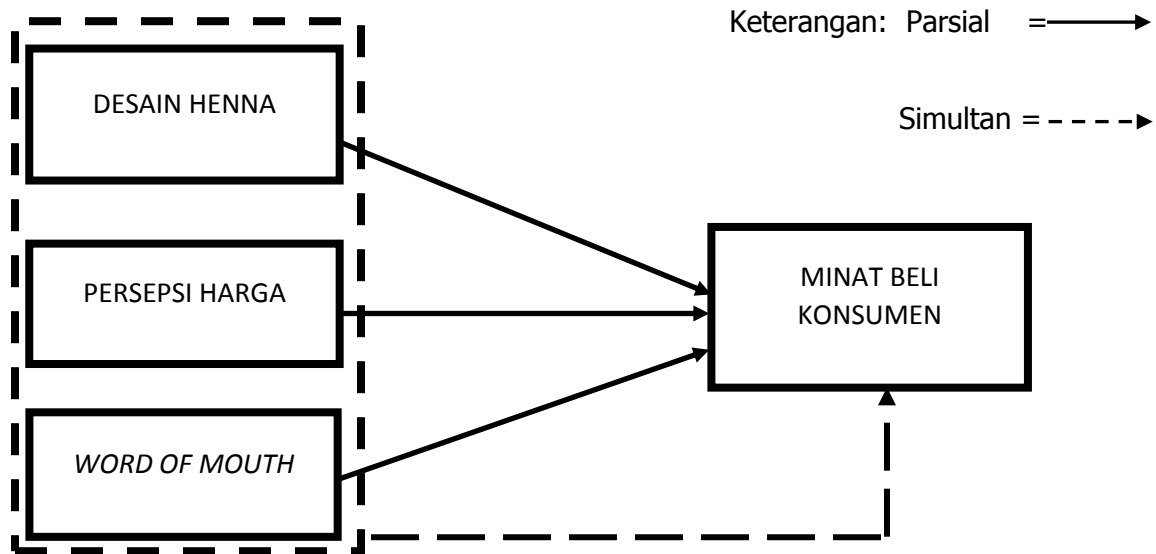
3. Dorongan terhadap teman atau relasi untuk melakukan pembelian terhadap produk dan jasa perusahaan.

Sama halnya dengan pendapat dari Fakhrudin et al., (2021) indikator *Word of Mouth Communication* adalah sebagai berikut: Membicarakan, Merekomendasikan dan Mendorong. Desain produk henna dan harga yang baik adalah suatu keharusan untuk mencapai kepuasan pelanggan sehingga ketika pelanggan merasa puas maka dengan sendirinya pelanggan akan membicarakan dan merekomendasikan produk kepada orang-orang terdekatnya hal tersebut dapat berpengaruh kepada minat beli pelanggan kepada Ve Henna Art Tasikmalaya. Oleh sebab itu desain henna yang menarik dibarengi dengan persepsi harga yang terjangkau adalah penting untuk membuat pelanggan merasa puas karena hal tersebut merupakan determinan dari minat beli dikemudian hari.

### **Minat Beli Konsumen**

Menurut (Alkatiri et al., 2017) menyatakan bahwa minat beli konsumen merupakan sebuah perilaku konsumen dimana konsumen memiliki keinginan dalam memilih, menggunakan, dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk yang ditawarkan. Sedangkan menurut Helmi et al., (2015) mengemukakan bahwa Minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Indikator-indikator dari minat beli dijelaskan dalam komponen dari *micro model of consumer responses* menurut Kotler & Keller dalam (Agnelia & Wardhana, 2016) yaitu; *awareness, knowledge, liking, preference, conviction* dan *intention to purchase*.

Berdasarkan pemikiran yang dikembangkan diatas maka sebuah model penelitian dapat dikembangkan seperti pada Gambar Konseptual dibawah ini.



Berdasarkan kerangka pemikiran diatas maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dinyatakan sebagai berikut:

1. Diduga desain henna, persepsi harga, dan *word of mouth* berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen jasa lukis henna pengantin pada Ve Henna Art Tasikmalaya.
2. Diduga desain henna berpengaruh secara parsial terhadap minat beli konsumen jasa lukis henna pengantin pada Ve Henna Art Tasikmalaya.
3. Diduga persepsi harga berpengaruh secara parsial terhadap minat beli konsumen jasa lukis henna pengantin pada Ve Henna Art Tasikmalaya.
4. Diduga *word of mouth* berpengaruh secara parsial terhadap minat beli konsumen jasa lukis henna pengantin pada Ve Henna Art Tasikmalaya

### Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif. Sugiyono dalam (Haq, 2017) menyebutkan bahwa metode kuantitatif disebut sebagai metode positivistic karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Pendekatan ini disebut pendekatan kuantitatif karena hasil dari penelitian yaitu berupa angka-angka dan analisis yang menggunakan statistik. Dalam penelitian ini, untuk memperoleh data



kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan antar variabel mengenai desain henna, persepsi harga, *world of mouth* dan minat beli konsumen dilakukan dengan menganalisis data konsumen dari Ve Henna Art Tasikmalaya pada periode tahun 2018-2021. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara pada sebagian konsumen dan pengisian kuesioner. Data ini akan dianalisis dengan menggunakan uji statistika yang relevan untuk menguji hipotesis.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Adapun yang dimaksud metode sampel survey menurut Sugiyono dalam Agustian et al., (2019) adalah penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi, dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Ve Henna Art Tasikmalaya yang jumlah populasinya sebanyak 132 orang. Jumlah pelanggan tersebut adalah jumlah pelanggan dari awal merintis yaitu di Februari 2018 sampai dengan bulan April 2021. Dari jumlah populasi sebesar 132 orang akan ditetapkan sebanyak 80 orang sampel dari jumlah populasi secara acak karena keterbatasan tenaga, waktu dan jarak tempuh ditambah saat ini sedang dalam keadaan darurat *pandemic covid-19*. Teknik sampling ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Sugiyono dalam (Imron, 2019) mengemukakan bahwa ukuran sampel yang layak digunakan dalam penelitian adalah antara 30 s/d 500. Sampel yang berjumlah 80 orang tersebut adalah konsumen yang berdomisili di kota tasikmalaya dan tidak jauh dari rumah peneliti dengan radius maksimal 5 KM.

#### Sebaran Pelanggan Ve Henna Art Tasikmalaya

Nama Kota/Kab.	Jumlah Pelanggan per Kota/Kab.	Total Konsumen
Kota Tasikmalaya	92 orang	132 orang
Kab. Tasikmalaya	40 orang	

Sumber: Data hasil pengolahan penulis, (2022)

Model analisis data yang digunakan pada hipotesis adalah analisis regresi linear berganda dengan formulasi sebagai berikut;

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Dimana;

- Y ; Minat Beli
- a ; Konstanta
- X1 ; Desain Henna
- X2 ; Persepsi Harga
- X3 ; *Word of Mouth*
- b ; Koefisien Regresi
- e ; *Error*

Selanjutnya peneliti menggunakan koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu ( $0 < R^2 < 1$ ). Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

## Pembahasan Hasil Penelitian

### Uji Validitas

Hasil uji validitas menunjukkan semua variabel valid. Hal ini disampaikan dengan melihat semua variabel  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Di definisikan bahwa semua pernyataan layak diteliti. Hasil uji validitas dijelaskan pada tabel berikut ini.

#### Hasil Uji Validitas

Item Variabel	Nilai Korelasi (r)	Nilai r Tabel	Keterangan
X1.1	0,803	0,2172	Valid
X1.2	0,811	0,2172	Valid
X1.3	0,870	0,2172	Valid
X1.4	0,941	0,2172	Valid
X1.5	0,783	0,2172	Valid
X1.6	0,702	0,2172	Valid
X1.7	0,932	0,2172	Valid
X1.8	0,941	0,2172	Valid
X1.9	0,561	0,2172	Valid
X1.10	0,765	0,2172	Valid

Item Variabel	Nilai Korelasi (r)	Nilai r Tabel	Keterangan
X2.1	0,895	0,2172	Valid
X2.2	0,934	0,2172	Valid
X2.3	0,857	0,2172	Valid
X2.4	0,876	0,2172	Valid
X2.5	0,904	0,2172	Valid
X2.6	0,529	0,2172	Valid
X2.7	0,613	0,2172	Valid
X2.8	0,932	0,2172	Valid
X2.9	0,841	0,2172	Valid
X3.1	0,957	0,2172	Valid
X3.2	0,958	0,2172	Valid
X3.3	0,954	0,2172	Valid
X3.4	0,944	0,2172	Valid
X3.5	0,903	0,2172	Valid
X3.6	0,751	0,2172	Valid
Y1	0,887	0,2172	Valid
Y2	0,835	0,2172	Valid
Y3	0,826	0,2172	Valid
Y4	0,852	0,2172	Valid
Y5	0,685	0,2172	Valid
Y6	0,805	0,2172	Valid
Y7	0,889	0,2172	Valid
Y8	0,832	0,2172	Valid
Y9	0,779	0,2172	Valid
Y10	0,893	0,2172	Valid
Y11	0,891	0,2172	Valid
Y12	0,866	0,2172	Valid

Sumber: Pengolahan Data, (2022)

### Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa pernyataan dikatakan reliabel jika nilai cronbach alpha > 0,06 berdasarkan hasil uji reliabilitas menunjukkan semua variabel dinyatakan reliabel. Hal ini karena melihat hasil nilai cronbach alpha > 0,06 diidentifikasikan bahwa semua pernyataan layak untuk diteliti.

### Hasil Uji Reliabilitas

Item Variabel	Nilai Cronbach Alpa	Keterangan
Desain Henna	0,941	Reliable
Persepsi Harga	0,940	Reliable
Word of Mouth	0,958	Reliable
Minat Beli Konsumen	0,960	Reliable

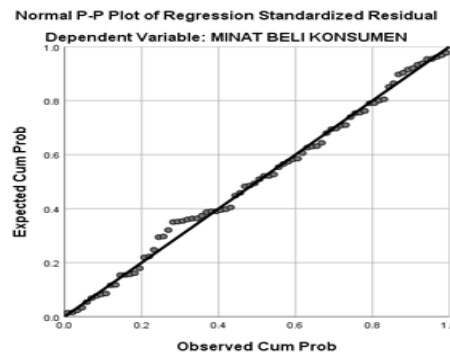
Sumber: Pengolahan Data, (2022)

## Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

Hasil yang didapat dari hasil SPSS versi 25 pada tampilan gambar *Normal P-Plot Regression Standardized Residual* data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi memenuhi uji asumsi normalitas atau dianggap berdistribusi normal.

**Gambar *Normal P-Plot Regression Standardized Residual***



### Uji Multikolonieritas

Hasil pengujian SPSS versi 25 mendapatkan hasil pada kolom *collinearity tolerance* menunjukkan bahwa desain henna  $0,967 > 0,10$ , persepsi harga  $0,750 > 0,10$ , word of mouth  $0,741 > 0,10$ . Sedangkan pada kolom VIF desain henna  $1,034 < 10$ , persepsi harga  $1,333 < 10$  dan *word of mouth*  $1,350 < 10$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel desain henna, persepsi harga dan *word of mouth* tidak terjadi multikolonieritas sehingga uji multikolonieritas terpenuhi.

### Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
(Constant)	17.768	6.862		2.590	.012		
DESAIN HENNA (X1)	.271	.135	.215	2.011	.048	.967	1.034
PERSEPSI HARGA (X2)	.341	.170	.244	2.009	.048	.750	1.333
WORD OF MOUTH (X3)	.241	.216	.136	1.115	.268	.741	1.350

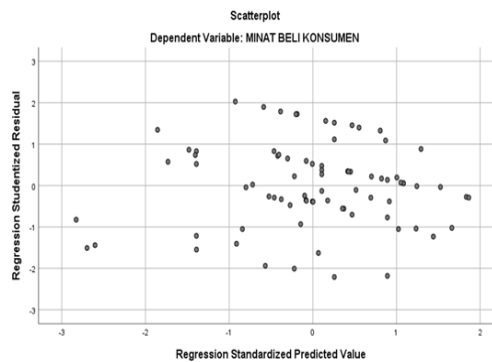
a. Dependent Variable: MINAT BELI KONSUMEN (Y)

Sumber: Pengolahan Data, (2022)

### Uji Heteroskedastisitas

Gambar yang ada dibawah ini dapat diketahui bahwa tidak ada pola yang jelas serta titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 dan Y. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas sehingga uji heteroskedastisitas terpenuhi.

**Gambar Diagram *Scatterplot***



### Pengaruh Desain Henna, Persepsi Harga dan *Word of Mouth* Secara Parsial Terhadap Minat Beli Konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien kolerasi antara desain henna dengan minat beli konsumen sebesar 0,225 nilai koefisien kolerasi positif menunjukkan bahwa desain henna dengan minat beli konsumen memiliki hubungan yang positif. Artinya semakin baik desain henna maka semakin tinggi pula minat beli konsumen dan sebaliknya. Sedangkan besar pengaruh desain henna terhadap minat beli konsumen secara parsial sebesar 5,06 % dengan perhitungan:  $(Kd = (0,225)^2 \times 100 \%)$ .

Untuk mengetahui signifikansi pengaruh desain henna secara parsial terhadap minat beli konsumen dilihat dari nilai Sig. 0,048 hasil perhitungan SPSS versi 25 yang lebih kecil dari 0,05 (nilai  $\alpha = 5\%$ ). Dengan demikian  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima, yang berarti bahwa desain henna secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Berpengaruhnya desain henna terhadap minat beli konsumen karena menurut responden desain henna pada Ve Henna Art Tasikmalaya sesuai dengan apa yang diinginkan dan diharapkan konsumen sehingga desain henna pada

Ve Henna Art Tasikmalaya harus terus dikembangkan supaya daya saing perusahaan meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Mohammad Maufiqil Hilmi, (2020) yang menyatakan bahwa desain produk secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat beli.

Nilai koefisien kolerasi antara persepsi harga dengan minat beli konsumen sebesar 0,225, nilai koefisien yang positif menunjukkan bahwa persepsi harga dengan minat beli konsumen memiliki hubungan yang positif. Artinya menunjukkan semakin baik penerapan persepsi harga maka semakin tinggi pula konsumen yang memutuskan membeli dan sebaliknya. Sedangkan besar pengaruh persepsi harga sebesar 5,06 % dengan perhitungan [ $Kd = (0,225)^2 \times 100\%$ ].

Untuk mengetahui signifikansi persepsi harga produk secara parsial terhadap minat beli konsumen dilihat dari Sig. 0,048 hasil perhitungan program SPSS versi 25 yang lebih kecil dari 0,05 (nilai  $\alpha = 0,005$ ). Dengan demikian  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima yang berarti bahwa persepsi harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Berpengaruhnya persepsi harga terhadap minat beli konsumen karena menurut responden persepsi harga yang diberikan oleh Ve Henna Art Tasikmalaya telah sesuai dengan apa yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen sehingga persepsi harga pada Ve Henna Art Tasikmalaya menjadi salah satu cara yang harus diutamakan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ling & Pratomo, (2020) yang menyatakan bahwa persepsi harga secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian.

Nilai koefisien kolerasi antara *word of mouth* dengan minat beli konsumen sebesar 0,127, nilai koefisien yang positif menunjukkan bahwa *word of mouth* dengan minat beli konsumen memiliki hubungan yang positif. Artinya menunjukkan semakin baik penerapan *word of mouth* maka semakin tinggi pula konsumen yang memutuskan membeli, dan sebaliknya. Sedangkan pengaruh *word of mouth* sebesar 1,61% dengan perhitungan [ $Kd = (0,127)^2 \times 100\%$ ].

Untuk mengetahui signifikansi *word of mouth* secara parsial terhadap minat beli konsumen dilihat dari Sig. 0,268 hasil perhitungan program SPSS versi 25 yang lebih besar dari 0,05 (nilai  $\alpha = 0,005$ ). Dengan demikian  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak yang

berarti bahwa *word of mouth* secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat beli konsumen. Berpengaruhnya *word of mouth* terhadap minat beli konsumen karena menurut responden *word of mouth* yang diberikan pada Ve Henna Art Tasikmalaya telah sesuai dengan apa yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen sehingga *word of mouth* pada Ve Henna Art Tasikmalaya menjadi salah satu cara yang harus diutamakan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Syamsu, (2014) yang menyatakan bahwa promosi penjualan memiliki pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap niat beli pelanggan telepon rumah pada Layanan *Speedy Prewired*.

Maka dari pemaparan hasil statistik diatas dapat disimpulkan bahwa desain henna berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik desain atau corak henna maka akan semakin meningkatkan minat beli konsumen pada Ve Henna Art Tasikmalaya. Melalui adanya indikator yang baik agar membuat konsumen bersedia membeli produk yang ditawarkan Ve Henna Art Tasikmalaya ini maka Ve Henna Art Tasikmalaya dapat membuat desain yang mudah dikenal karena kekhasannya. Tidak hanya itu desain yang *up to date* dengan perkembangan zaman sekarang yang *fashionable* diharapkan dapat menambah indikator yang cukup baik dimata konsumen.

Kemudian indikator persepsi harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat beli pada Ve Henna Art Tasikmalaya. Hal tersebut menunjukkan, bahwa semakin baik harga yang ditawarkan akan semakin meningkatkan pembelian. Beberapa indikator yang baik untuk membuat konsumen membeli produk ini adalah dengan adanya produk yang dapat bersaing dengan produk sejenis dari kompetitor. Namun terdapat indikator yang cukup baik contohnya, harga pada Ve Henna Art Tasikmalaya sudah memenuhi keinginan dan harapan konsumen.

*Word of mouth* tidak memiliki pengaruh besar terhadap minat beli konsumen dibandingkan dengan persepsi harga dan desain henna. Namun terdapat indikator yang cukup baik dalam mendukung terciptanya minat beli melalui *Word of Mouth* contohnya mempromosikan produk Ve Henna Art Tasikmalaya di media sosial, memberi informasi kepada orang terdekat konsumen untuk mengenal produk Ve

Henna Art Tasikmalaya, bahkan ada sebagian konsumen yang mengulas produk tersebut. Dapat diketahui konsumen akan lebih berminat untuk membeli ketika mereka merasakan adanya *brand image* seperti desain henna yang baik dipandangan konsumen dan Persepsi Harga yang lebih terjangkau lagi memiliki kualitas yang baik.

**Pengaruh Desain Henna, Persepsi Harga dan *Word of Mouth* Secara Simultan Terhadap Minat Beli Konsumen**

Hasil *analisis* data menunjukkan bahwa nilai koefisien kolerasi ( $r$ ) model kajian ini adalah sebesar 0,398 artinya terdapat kolerasi atau keeratan terhadap desain henna, persepsi harga dan *word of mouth* dengan minat beli konsumen pada Ve Henna Art Tasikmalaya. Berdasarkan penafsiran korelasi yang telah dikemukakan maka hubungan positif desain henna, persepsi harga dan *word of mouth* secara simultan terhadap minat beli konsumen pada Ve Henna Art Tasikmalaya termasuk kedalam kategori sedang.

Hasil perhitungan diperoleh  $R^2$  (koefisien determinasi) sebesar 0,158, dari angka tersebut menunjukkan besar pengaruh desain henna, persepsi harga dan *word of mouth* secara simultan terhadap minat beli konsumen pada Ve Henna Art Tasikmalaya sebesar 15,8%. Sedangkan faktor lainnya yang tidak diteliti dan mempengaruhi minat beli konsumen pada Ve Henna Art Tasikmalaya 84,2% faktor yang tidak diteliti misalnya promosi, loyalitas pelanggan, lokasi dan lain sebagainya.

Untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh desain henna, persepsi harga, *word of mouth* secara simultan terhadap minat beli konsumen pada Ve Henna Art Tasikmalaya, maka dilakukan uji F. Berdasarkan perhitungan SPSS versi 25 diperoleh nilai Fhitung sebesar 4,762 dengan nilai Sig. 0,004. Ternyata nilai Sig. 0,004 yang lebih kecil dari 0,05 ( $\alpha$ ), dengan demikian  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima. Hal ini berarti desain henna, persepsi harga dan *word of mouth* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada Ve Henna Art Tasikmalaya yang artinya tidak ada variabel terikat yang bertolak belakang dengan variabel bebas.

Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian terdahulu oleh Indra Jaya Krisna Gede Prabowo dan Nurhadi, (2016) dan penelitian Ling & Pratomo, (2020) Dengan demikian bahwa desain henna, persepsi harga dan *word of mouth* telah



dianggap penting dalam mempengaruhi minat beli konsumen pada Ve Henna Art Tasikmalaya. Ve Henna Art Tasikmalaya sangat menyadari akan pentingnya desain henna, persepsi harga dan *word of mouth* yang diberikan pada konsumen.

Desain henna mencerminkan bagaimana perusahaan dapat menginterpretasikan informasi mengenai desain suatu henna, harga dan *word of mouth* sehingga perusahaan dapat menarik minat beli konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk henna di Ve Henna Art Tasikmalaya. Semakin baik desain henna, persepsi harga dan *word of mouth* terhadap minat beli konsumen maka konsumen akan merasa puas.

## **Penutup**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Desain henna pada Ve Henna Art Tasikmalaya sudah ditetapkan dengan baik, persepsi harga pada Ve Henna Art Tasikmalaya sudah memenuhi keinginan dan harapan konsumen, *word of mouth* pada Ve Henna Art Tasikmalaya sudah baik begitu juga dengan minat beli konsumen pada Ve Henna Art Tasikmalaya sudah memenuhi harapan konsumen.
2. Berdasarkan penelitian desain henna, persepsi harga, dan *word of mouth* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada Ve Henna Art Tasikmalaya.
3. Berdasarkan hasil penelitian desain henna secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen Ve Henna Art Tasikmalaya, persepsi harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada Ve Henna Art Tasikmalaya dan *word of mouth* secara parsial berpengaruh positif namun tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada Ve Henna Art Tasikmalaya.

## Rekomendasi

Adapun saran dalam penelitian ini baik bagi Ve Henna Art Tasikmalaya, masyarakat umum maupun akademisi untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan penelitian ini hanya mengkaji 3 variabel dengan sampel dalam penelitian ini sangat terbatas karena jumlah dan ruang lingkup konsumen yang tidak begitu besar, pada saat penulis melakukan survey lapangan situasi sedang masa Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) akibat pandemic covid-19. Penelitian mendatang diharapkan dapat menggunakan sampel secara lebih besar dan luas agar diperoleh hasil penelitian yang lebih baik dan bisa memberikan gambaran yang lebih nyata tentang minat beli konsumen pada Ve Henna Art Tasikmalaya.
2. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain seperti promosi, kualitas pelayanan, *celebriti endorse* dan penambahan responden.
3. Bagi Ve Henna Art Tasikmalaya disamping harus menjaga dan meningkatkan kualitas produk, harga dan promosi *word of mouth* juga diharapkan dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai bahan evaluasi pemasaran yang lebih baik dimasa mendatang.

## Daftar Pustaka

- Agnelia, R. A., & Wardhana, A. (2016). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Baraya Travel Pool Buah Batu (Studi Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom Angkatan 2013). *Bisnis & Entrepreneurship*, 10(2), 172–185.
- Agustian, I., Saputra, H. E., & Imanda, A. (2019). Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Di Pt. Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu. *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 6(1), 42–60. <https://doi.org/10.37676/professional.v6i1.837>.
- Alkatiri, S., Tumbel, A. L., & Roring, F. (2017). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Matahari Departement Store Manado Town Square the Effect of Ad Attractiveness and Discounts on

- Consumer Buying Interest on Matahari Departement Store Manado Town Square. In *Jurnal EMBA* (Vol. 5, Issue 2).
- Ariella, R. I. (2018). "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid." *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 215–221.
- Dianti Novia Sari, M. (2021). Seni Mehendi Pada Komunitas Seniman Henna Art Lamongan ( Shalam ). *Jurnal Seni Rupa*, 9(2), 358–367. <http://e/journal.unesa.ac.id/index.php/va>.
- Fakhrudin, A., Yudianto, K., She Melly, Y. A., & Transportasi, M. (2021). Word of Mouth Marketing Berpengaruh Terhadap Keputusan Kuliah. *Forum Ekonomi*, 23(4), 648–657.
- Haq, M. N. (2017). Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 62–70.
- Hasibuan, M. Z. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada CV. Sutan Jepara Mebel Laut Dendang Deli Serdang. *Jurnal Bisnis Net*, 2(3), 31–41.
- Helmi, M. S., Arrafiqurrahman, & Maryoni, H. S. (2015). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen pada Minimarket. *Ekonomi & Manajemen Bisnis*, 11(2), 87–107.
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28. <https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>
- Indra Jaya Krisna Gede Prabowo dan Nurhadi. (2016). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNY Pengguna iPhone). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 5(3), 1–23.
- Ling, T. S., & Pratomo, A. W. (2020). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen The Highland Park Resort Hotel Bogor. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 1(1), 31–42. <https://doi.org/10.37641/jipkes.v1i1.325>.
- Marhadi, N. A. dan H. N. (2013). Pengaruh Strategi Green Marketing Pada Bauran

- Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah di Perumahan PT. Asta Karya Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi*, 21(September), 45.
- Priyono, S. A. (2014). *Pengaruh Word of Mouth Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pelanggan CV . Putaka Ramadhan Kota Bandung - the Influence of Word of Mouth to the Customer Purchase Decision Process of CV . Pustaka Ramadhan*. 1–8.
- Siwu, R. E. L., Mananeke, L., & Loindong, S. (2021). Pengaruh Word Of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Produk Pada Rumah Makan Mi Pangsit Jalur Dua Kota Kotamobagu. *Jurnal EMBA*, 9(3), 419–426.
- Syamsu, A. (2014). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Niat Beli Pelanggan Telepon Rumah Pada Speedy Pre Wired. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2.

The Influence of Financial Literacy,  
Self Control and Parents's Socio  
Economic Status on Students's  
Consumptive Behavior

**Rahmatia Eka Putri<sup>1)</sup>**

**Entar Sutieman<sup>2)</sup>**

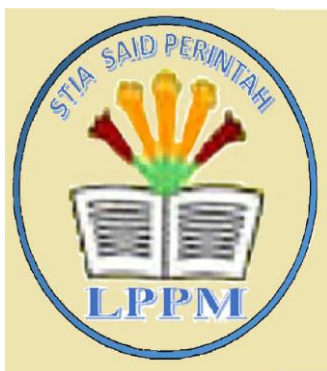
**Ismail R. Noy<sup>3)</sup>**

**La Ode Marih<sup>4)</sup>**

**Victor Pattiasina<sup>5)</sup>**

<sup>1-4</sup> Universitas Yapis Papua

[Victorpattiasina5@gmail.com](mailto:Victorpattiasina5@gmail.com)<sup>1-4</sup>



LPPM STIA Said Perintah

Volume 3, No. 2, September 2022

<https://stia-saidperintah.e-journal.id/ppj>

**Abstract**

*This study was conducted to examine the effect of financial literacy, self control and parents' socio economic status on the consumptive behavior of Korean Pop (K-Pop) fan students in Jayapura City. The population of this study were students who were fans of k-pop music in the city of Jayapura who followed the Army\_Jayapura Instagram as many as 207 people. Based on the purposive sampling technique, a sample of 104 people was obtained. This study uses descriptive quantitative methods obtained from distributing questionnaires through google form. The analysis technique used is multiple linear regression.*

*The results of the study show that: (1) Financial Literacy has a significant effect on consumptive behavior, (2) self control has a significant effect on consumptive behavior, (3) parents' socio economic status has no effect on consumptive behavior, (4) financial literacy, self control and economic status of parents have a significant simultaneous effect on consumptive behavior in Korean Pop (k-pop) music fan students in Jayapura City.*

*Keywords : Financial Literacy, Self control, Parents' Socio-Economic Status, Consumptive Behavior*

---

## **Introduction**

K-pop has also penetrated into the Jayapura area, this can be seen from the emergence of *online shops* on Instagram social media selling K-pop goods domiciled in Jayapura City. The emergence of *online shops* for K-pop goods means that there is a k-pop market in Jayapura that proves that there are K-pop fans in Jayapura. According to Nursanti & Ulfa, (2013) stated that K-pop fans are also known to always be loyal to their idols, they do not hesitate to spend a lot of money to buy all kinds of trinkets related to their idols.

Consumptive behavior is often interpreted as excessive or wasteful consumption behavior. According to Sulistyawati, (2019) in her research states that consumptive behavior is the behavior of individuals who are shown to consume excessively and unplanned towards goods and services that are lacking or even unnecessary. Consumptive behavior is a consumption activity that is carried out in excess and not according to needs. Consumptive behavior usually occurs in adolescents, it is related to the psychological characteristics possessed by adolescents. When the needs that are prioritized by adolescents are needs that are their basic needs, this will not be a significant problem, but when adolescents want to meet their needs, but these needs are not their basic needs, this is what needs attention so that adolescents do not tend to be consumptive in meeting their needs (Putri;, Widodo;, & Martono, 2016).

Based on the explanation above, it can be concluded that consumptive behavior is the action of a person in consuming goods or services that only attach importance to his desires rather than his needs or prioritize desires over needs and eliminate the scale of his priorities. This is supported by an opinion Kurniawan, (2017) which states that the pattern of consumptive behavior in question is a pattern of buying and fulfilling needs that is more concerned with the factor of desire than needs and tends to be dominated by worldly desires and pleasure alone.

Based on the law above, it can be stated that with education, it is hoped that students can develop themselves so that they have potential and skills in their lives. In addition, through education, it is hoped that it can form superior, qualified and competitive human resources in every change in the times. Tamaela, Tupamahu dan Balik, (2021) said that educational level has a positive relationship with activity. One of

the knowledge required by students is the knowledge of finance or financial literacy. According to Haryana, (2020) Financial literacy is the ability of each individual to make information judgments and make decisions effectively on the use and management of each individual's finances.

Based on the description above, the author is interested in conducting further research on the consumptive behavior of fan students and how the influence of financial literacy, self control and how they manage their finances. On that basis, researchers are interested in conducting a study about the impact of financial literacy, self control and socio economic status of parents on the consumptive behavior of Korean Pop (K-Pop) music fan students in Jayapura City.

## **Theoretical Framework and Development of Research Hypotheses**

### **Positive Accounting Theory**

In this case the theory of positive accounting seeks to explain or predict real phenomena and test them empirically (Ghozali; & Chariri;, 2007). Explanations or predictions are carried out according to their conformity with observations with the real world. The presence of a positive accounting theory has made a meaningful contribution to the development of accounting. The contribution of positive accounting theory to the development of accounting is to produce systematic patterns in accounting choices and provide specific explanations of these patterns, providing a clear framework in understanding accounting, showing the main role of contracting costs in accounting theory, explaining why accounting is used and providing a framework in predicting accounting options, encouraging relevant research where accounting emphasizes the prediction and explanation of accounting phenomena.

### **Consumptive Behavior**

Consumptive behavior is an act of a person in making the decision to buy goods not only because of his needs, but also for the sake of satisfying his excessive desires, chronic and repetitive as a representative of negative feelings or to reduce negative feelings (Putri & Rositawati, 2020).

### **Financial Literacy**

According to Deviyanti, (2018) financial literacy is knowledge about finances that a person has to be able to make effective financial decisions in managing his finances. Financial literacy is the ability to use basic economic concepts and critical thinking in making economic decisions (Lisnawati, 2019). Based on this concept support, the first hypothesis proposed in this study is that there is positive effect of financial literacy on consumptive behavior of Korean Pop (K-Pop) music fan students in Jayapura City.

### **Self Control**

According to Dikria, (2016), self control is a complete interweaving that individuals do to their environment. Individuals with high self control pay great attention to the proper ways of behaving in varied situations. The individual tends to change his behavior according to the requests of the social situation which can then regulate the impression that his behavior makes more responsive to situational clues, more responsive to situational clues, more flexible, seeking to facilitate social interaction, be warm and open. So that good self control can make the individual accepted in his environment. Based on this concept support, the second hypothesis proposed in this study is that there is positive effect of self control on consumptive behavior of Korean Pop (K-Pop) music fan students in Jayapura City.

### **Socio Economic Status of Parents**

Social status according to Sumarwan in Anggraeni, (2018) is equated with social class, that is, the division of society into different classes or different strata. Meanwhile, according to Anggraeni, (Anggraeni, 2018) Social class as a division of members of society into a hierarchy of classes of different statuses, so that members of each relatively the same classes have similarities. Based on this concept support, the third hypothesis proposed in this study is that there is positive effect of parents's socio economic status on consumptive behavior of Korean Pop (K-Pop) music fan students in Jayapura City.

### **Korean Popular Music (K pop)**

In Korean, Korean popular music (*Korean pop music*) or K-Pop is called by the term 가요 or gayo. The history of Korean pop music begins with pre-modern pop music that emerged in the 1930s (Amalia, 2019). The 21st century is known for the outbreak



of the *Hallyu* phenomenon with the emergence of *Korean boy/girl bands* and solo artists in Asian countries until they appear in Western music schemes. The existence of K-Pop in the world of foreign music continues to increase with the increasing number of connoisseurs and fans of their music.

## **Research Methods**

The research method used in this study used a descriptive quantitative method using a questionnaire. Where the data collected is the influence of financial literacy, self control and socio economic status of parents on consumptive behavior in Korean pop (K-Pop) fan students in Jayapura City. Quantitative research methods emphasize their analysis on numerical data (numbers) processed by statistical methods. The quantitative approach is usually carried out on inferential research and is based on conclusions and hypothesis testing. The population of this study were students who were fans of k-pop music in the city of Jayapura who followed the Army\_Jayapura Instagram as many as 207 people. Based on the purposive sampling technique, a sample of 104 people was obtained. To answer the research problems, it is adjusted to the hypothetical model, where to test the hypothesis of this study using Multiple Linear Regression Analysis.

## **Discussion**

### **Validity Test**

A questionnaire is said to be valid if it is able to uncover something that the questionnaire will measure. Validity testing is carried out using the total product correlation formula then  $r$  calculation is obtained from the spss output result, the value is further compared with the  $r$  value of the table from the statistics book. In this study, the data used were 104 respondents, then to determine the  $r$  value of the table, namely with the formula  $df = n-2$  ( $df = 104 - 2 = 102$ ) with a significance level of 0.05 for a two-way test, then a table  $r$  of 0.1927 was obtained. The full validity test can be seen in the following table.

## Validity Test Results

Variabel	Item	r count	r table	Information
<b>Consumptive Behavior</b>	Y1	0,423	0,1927	Valid
	Y2	0,460	0,1927	Valid
	Y3	0,572	0,1927	Valid
	Y4	0,523	0,1927	Valid
	Y5	0,541	0,1927	Valid
	Y6	0,516	0,1927	Valid
	Y7	0,532	0,1927	Valid
	Y8	0,637	0,1927	Valid
	Y9	0,556	0,1927	Valid
	Y10	0,427	0,1927	Valid
	Y11	0,534	0,1927	Valid
<b>Financial Literacy</b>	X1.1	0,455	0,1927	Valid
	X1.2	0,503	0,1927	Valid
	X1.3	0,632	0,1927	Valid
	X1.4	0,596	0,1927	Valid
	X1.5	0,544	0,1927	Valid
	X1.6	0,651	0,1927	Valid
	X1.7	0,714	0,1927	Valid
	X1.8	0,643	0,1927	Valid
	X1.9	0,600	0,1927	Valid
<b>Self Control</b>	X2.1	0,795	0,1927	Valid
	X2.2	0,861	0,1927	Valid
	X2.3	0,828	0,1927	Valid
	X2.4	0,658	0,1927	Valid
	X2.5	0,780	0,1927	Valid
<b>Socio Economic Status of Parents</b>	X3.1	0,688	0,1927	Valid
	X3.2	0,720	0,1927	Valid
	X3.3	0,716	0,1927	Valid
	X3.4	0,673	0,1927	Valid
	X3.5	0,608	0,1927	Valid
	X3.6	0,633	0,1927	Valid

Source; Primary data processed, (2022).

Based on the table of the validity test above, it shows that the calculated r value of each questionnaire item is greater than the r value of the table. Thus, from the results

it was proved that all the questionnaire items in the study were declared valid or valid.

### Reliability Test

The reliability test in this study was to use Cronbach's Alpha formula. A variable is said to be reliable and consistent if the value of Cronbach's Alpha is greater than its critical value of 0.7 (Ghozali, 2013). The results of testing the reliability of each variable in this study can be presented in the following table.

**Reliability Test Results**

<b>Variabel</b>	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>Critical Value</b>	<b>Information</b>
Consumptive Behavior	0,731	0,7	Reliabel
Financial Literacy	0,769	0,7	Reliabel
Self Control	0,846	0,7	Reliabel
Socio Economic Status of Parents	0,756	0,7	Reliabel

Source; Process data using SPSS 22, (2022).

Based on the table of the reliability test above, it shows that the value of Cronbach's Alpha  $> 0.70$  on all variables. Thus it can be said that all the concepts of measuring each variable of the questionnaire are reliable which means that all the data in this study are qualified and consistent.

### Test of Classical Assumptions

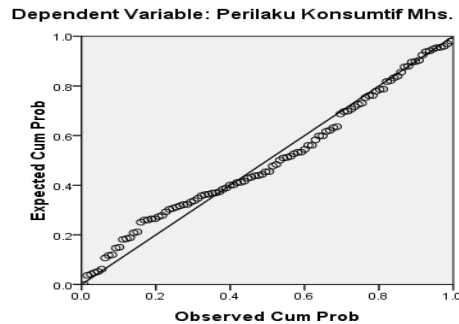
A good regression model must satisfy the absence of classical assumption problems in its model. If there are still classical assumptions then the regression model still has a bias. Testing of classical assumptions will be carried out below.

### Normality Test

A good regression model is normally distributed or close to normal. A data is said to be normally distributed judging from the distribution of data on the diagonal axis in the normal probability plot graph where the data follows the direction of the diagonal line. Here is the picture for the normal probability plot.

## Normal Probability Plot Test Results

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Based on figure above, it is known that on the diagonal line of consumptive behavior, small dots explaining that the regression data are seen following the direction of the diagonal line, thus the regression model in this study can be said to be normally distributed and this regression model is feasible to use.

### Multicholinerarity Test

The Multicholinerarity test is used to determine the presence or absence of multicholinerarity in the regression model used in this study, namely by looking at the tolerance value and variance inflation factor (VIF). The results of the multicholinerarity test can be seen in the table as follows.

#### Multicholinerarity Test Results

Variables	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Financial Literacy	.701	1.427
Self Control	.664	1.507
Socio Economic Status of Parents	.900	1.111

Source; Process data using SPSS 22, (2022).

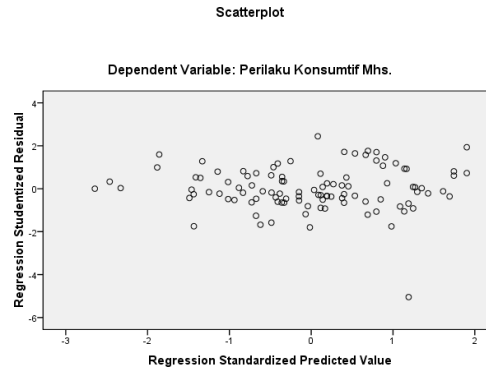
Based on the table above, it shows that the value of tolerance in the independent variable  $> 0.1$  and the variance inflation factor (VIF) value  $< 10$ . Thus, from these results it can be concluded that the entire regression model in this study did not occur multicholinerarity and the data was suitable for use.

### Heteroskedasticity Test

The heteroskedasticity test aims to test whether in the regression model there

is an inequality of variants from one observation to another. Here is a scatterplot image in the heteroskedasticity test.

### Heteroskedasticity Test Results



Based on the figure above, it shows that on the Y axis (consumptive behavior) small dots are seen spreading around the upper and lower parts of the Y or 0 axis, thus the conditions of this test pass with an indication that no heteroskedasticity occurs so that it can proceed to the next test.

### Multiple Linear Regression

Multiple linear regression analysis was used in this study with the aim of proving hypotheses regarding the influence of independent variables (X) on dependents (Y) in this study. The results of the multiple linear regression test are presented in the table as follows.

#### Multiple Linear Regression Test Results

Variable	Coefficient	t count	Sig.	Information
(Constant)	13.868	2.619	.010	
Financial Literacy	.358	2.393	.019	Significant
Self control	.357	1.998	.048	Significant
Socio Economic Status of Parents	.216	1.595	.114	Not significant
<i>Adjusted R Square</i>			.203	
Table t value			1,983	
Calculated F value			9,765	
Table F value			2.70	

Source; Process data using SPSS 22, (2022).

The model of regression equations that can be written from such results is as follows:

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

$$Y = 13,868 + 0,358X_1 + 0,357X_2 + 0,216X_3 + e$$

Such regression equations can be described as follows:

- 1) The constant value of 13.868 indicates that if the value of all independent variables in this study is 0 or fixed, then the value of the dependent variable, namely consumptive behavior is worth 13.868.
- 2) The value of the regression coefficient of the financial literacy variable is 0.358 with a positive value. This means that every increase in the financial literacy variable by 1 time, the value of the consumptive behavior variable will increase by 0.358. Thus, financial literacy makes a positive contribution to consumptive behavior.
- 3) The value of the regression coefficient of the self control variable is 0.357 with a positive value. This means that every time the self control variable increases by 1 time, the value of the consumptive behavior variable will increase by 0.357. Thus, self control makes a positive contribution to consumptive behavior.
- 4) The value of the regression coefficient of the parental socio economic status variable is 0.216 with a positive value. This means that every time the parental socio economic status variable increases by 1 time, the value of the consumptive behavior variable will increase by 0.216. Thus, the socio economic status of parents makes a positive contribution to consumptive behavior.

### **Hypothesis Test**

The t-test or partial test is used to partially test (separately or individually) whether the variables of financial literacy, self control and economic status of parents have an effect on consumptive behavior. Here is a presentation for the partial t-test table. Based on the results of the t test in the table above, it shows that the financial literacy variable has a calculated t value of 2.393 greater than the table t value of 1.983 with the formula  $df = n - k$  or the amount of data (n) minus the number of variables (k) =  $104 - 4 = 100$  at a significant level of 0.05. Then the significance value obtained by 0.019 is less than the significance level of 0.05. Thus, it can be concluded that the financial literacy

has a significant effect on the consumptive behavior variable, so that the hypothesis that states financial literacy has an effect on consumptive behavior is accepted.

Based on the results of the t test in the table above, it shows that the Self control variable has a calculated t value of 1.998 greater than the table t value of 1.983 with the formula  $df = n-k$  or the amount of data (n) minus the number of variables (k) =  $104-4 = 100$  at a significant level of 0.05. Then the significance value obtained of 0.048 is smaller than the significance level of 0.05. Thus, it can be concluded that the self control has a significant effect on the variable of consumptive behavior, so that the hypothesis that states self control has an effect on consumptive behavior is accepted.

Based on the results of the t test in the table above, it shows that the variable economic status of parents has a calculated t value of 1.595 less than the table's t value of 1.983 with the formula  $df = n-k$  or the amount of data (n) minus the number of variables (k) =  $104-4 = 100$  at a significant level of 0.05. Then the significance value obtained by 0.114 is greater than the significance level of 0.05. Thus, it can be concluded that the economic status of parents has no effect on the variable of consumptive behavior, so the hypothesis that states the economic status of parents has an effect on consumptive behavior is rejected.

The F test is a simultaneous regression relationship test that aims to determine whether all independent variables together have a significant influence on the dependent variable. The test results are simultaneously presented as follows; based on the data in the table above, it can be seen that the calculated F value is 9.765 and the significance value is 0.000. The number of samples forming the regression is 100, so the formula for the table F value is  $N1 = k-1 = 4-1 = 3$ , while  $N2 = n-k = 104-4 = 100$ , at a significance of 0.05, then the Ftable value is 2.70. Thus, it means that the value of Fhitung is greater than F tabel and the significance value of 0.000 is less than 0.05, so it can be concluded that financial literacy, self control and socio economic status of parents affect consumptive behavior so that is accepted.

### **Determination Test (R2)**

The determination test is used to measure how much the percentage contribution of the variables financial literacy, self control and socio economic status of parents has on consumptive behavior. The following is a presentation of the

determination test table (R2). Based on the table above, it shows the results of regression calculations that the determination value (R2) or Adjusted R Square obtained is 0.203. This means that the variables of financial literacy, self control and socio economic status of parents affect consumptive behavior by 20.3%. Then the remaining 79.7% is the contribution of the influence of other free variables that were not studied in this study.

### **The Effect of Financial Literacy on Consumptive Behavior**

Financial literacy is a person's knowledge and understanding of their financial concepts to make it easier to make decisions related to the use of their money or understand financial concepts and various benefits, risks and obligations of financial products to apply them to economic life.

This is as revealed Udayanthi, (2018) in their research states that financial literacy affects consumptive behavior, the results of his research show that the better financial literacy which is applied, the lower the level of consumptive behavior of the student. In line with research Kusniawati & Kurnniawan, (2016) and Wahyuni, (2019) which states that financial literacy has a positive effect on consumptive behavior, which means the higher the financial literacy, the lower the consumptive behavior. According to analisis Tribuana, (2020) it can be concluded that there is a relationship between financial literacy and consumptive behavior where when the level of financial literacy is higher, the will reduce the level of consumptive behavior of students, and vice versa if the lower the level of financial literacy will increase the consumptive behavior of students. In line with Qurotaa'yun and Krisnawati, (2019) which states that financial literacy has a significant negative influence on the consumptive behavior of the generation where if literacy finances go up then consumptive behavior will decrease. Variables become important because literacy is very likely to have an impact on the existence of the need to look for variations in a product category by consumers is an attitude of consumers who want to try other products and satisfy their curiosity about these products (Tamaela, 2015).

### **The Effect of Self Control on Consumptive Behavior**

Self control is the ability to control and manage behavioral factors according to situations and conditions. Research conducted by Udayanthi et al., (Udayanthi et al., 2018) Self control affects student consumptive behavior which means that the higher of student's self control, the lower the lower his consumptive behavior. According to



Mutrofin, (2018) there is a significant influence of self control on consumptive behavior because the higher the self control carried out by students, the consumption patterns over time it will approach a rational level. This is in line with research conducted by Prihatini and Irianto, (2021) which states also that self control has a significant positive effect on consumptive behavior which means that the better the student's self control, the more it can avoid consumptive behavior and if self control is not good or low then it will be easy to behave consumptively. Siallagan, (2021) also stated that self control affects consumptive behavior, it can be concluded that the higher the level of self control of a person, the the stronger the control of behavior that is contrary to social norms.

### **The Effect of Parents' Socio Economic Status on Consumptive Behavior**

The socio economic status of a parent is the position or position of a person in society related to the level of education, the level of income of ownership of wealth or facilities and the type of residence. In the study Anggraeni et al., (Anggraeni, 2018) stated that the simultaneous use of social media and the socio economic status of parents have an influence on consumptive behavior which means more and more the socio economic status of parents, the higher the consumptive behavior. This is in line with research Lisnawati, (Lisnawati, 2019) that the socio economic status of parents has a positive and significant effect on student consumptive behavior, that is, the higher it is the level of socio economic status of parents, the higher the consumption behavior of students. Students having a high socio economic status will be very different in terms of choosing a good or service when compared to socio economic status someone who is low. This means that the higher the socio economic status of parents, the more opportunities to consume.

### **Effect of Financial Literacy, Self Control, Socio Economic Status of Parents on Consumptive Behavior**

Based on previous research that has been described above, with financial literacy, self control and the better socio economic status of parents, consumptive behavior will be more controlled and can minimize the risk of financial problems. So it can be presumed that financial literacy, self control and the socio economic status of parents affect consumptive behavior.

## Conclusion

Based on the results of research that has been carried out related to the influence of financial literacy, self control and socio economic status of parents on consumptive behavior, it can be withdrawn. Conclusion financial literacy has a significant effect on consumptive behavior, self control has a significant effect on consumptive behavior, socio economic status of parents has no effect on consumptive behavior and financial literacy, self control and socio economic status of parents have a significant simultaneous effect on consumptive behavior in Korean Pop (K-Pop) music fan students in Jayapura City.

## Suggestion

Some suggestions that can be put forward in this study are for the institution of Yapis Papua University Jayapura, to always maximize consumptive behavior by paying attention to the factors of financial literacy, self control and socio economic status of parents. For subsequent researchers it is recommended that they can add other free variables that can affect consumptive behavior, for example, such as lifestyle, social media and today's associations, as well as the selection of different research objects such as students who like keroncong music, or students who are members of communities in order to obtain better and wider research results.

## Reference

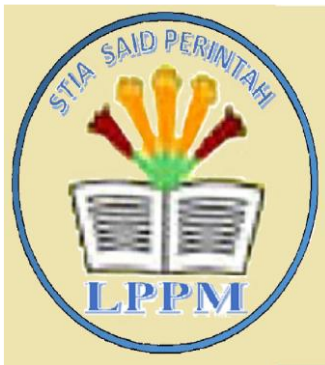
- Amalia, I. (2019). *Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Penggemar K-Pop Deasa Awal*.
- Anggraeni, E. (2018). Pengaruh Media Sosial Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Economic Education Analysis Journal*, 7(1), 172–180.
- Deviyanti, S. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Peserta Didik Kelas XII IPS SMA Negeri 3 Makassar. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Dikria, O. (2016). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013*. 09(2), 128–139.
- Eduard Yohannis Tamaela, Fenri Tupamahu, Dessy Balik. (2021). Karakteristik

- Wirausaha, Tingkat Pendidikan dan Karakteristik Usaha Sebagai Penentu Keberhasilan Bisnis Pariwisata di Wilayah Pesisir dan Pulau-Pulau Kecil. *Maneksi*, 10(1), 1–16. Retrieved from <https://ejournal-polnam.ac.id/index.php/JurnalManeksi/article/view/636/>
- Eduard Yohannis Tamaela. (2015). Pengaruh Atribut Produk dan Pencarian Variasi Terhadap Perilaku Perpindahan Merek Handphone Merek Nokia dan Blackberry ke Samsung Galaxy Series pada Konsumen di Kota Ambon. *Benchmark Jurnal Ekonomi Bisnis & Akuntansi*, 3(2), 49–62. [https://www.academia.edu/download/62447509/Pengaruh\\_Atribut\\_Produk\\_dan\\_Pencarian\\_Variasi\\_Terdapat\\_Perilaku\\_Perpindahan\\_Merek\\_Nokia\\_dan\\_Blackberry\\_ke\\_Samsung\\_Galaxy20200323-95879-1.pdf](https://www.academia.edu/download/62447509/Pengaruh_Atribut_Produk_dan_Pencarian_Variasi_Terdapat_Perilaku_Perpindahan_Merek_Nokia_dan_Blackberry_ke_Samsung_Galaxy20200323-95879-1.pdf)
- Ghozali, I., & Chariri, A. (2007). *Teori Akuntansi* (3rd ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, H. I. (2013). *Analisa Multivariate dengan Program SPSS*.
- Haryana, R. D. T. (2020). Pengaruh Life Style, Self Control dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melakukan Online Shopping. *Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi, Volume 16*, 29–36.
- Kurniawan, C. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi Pada Mahasiswa. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13(4), 107–118.
- Kusniawati, M., & Kurniawan, R. Y. (2016). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas X IPS di SMA Negeri 2 Tuban. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (Jupe)*, 4(3), 1–9.
- Lisnawati. (2019). *Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2015-2018 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar)*.
- Mutrofin, L. (2018). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kontrol Diri Dan Responden Pada Iklan Terhadap Pola Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Jurusan Ekonomi Pembangunan, Universitas Negeri Malang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(1), 56–62.
- Nursanti, M. I., & Ulfa, N. S. (2013). *Descriptive Analysis of K-Pop Fans as Media Audience in Consuming and Constructing Meaning*.

- Prihatini, D., & Irianto, A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 4(1), 25–34.
- Putri, S. F., Widodo, J., & Martono, S. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Melalui Rasionalita Terhadap Perilaku Konsumtif ( Studi Kasus Siswa Kelas XI Ilmu Sosial SMA Negeri Se-Kota Semarang). *Journal Of Economic Education*, 179–192.
- Putri, D. E., & Rositawati, S. (2020). Pengaruh Celebrity Worship Terhadap Perilaku Compulsive Buying Pada Dewasa Awal Anggota Komunitas Baia Bandung. *Prosiding Psikologi*, 6(1), 1–6.
- Qurotaa'yun, Z., & Krisnawati, A. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di Kota Bandung. *Jaf- Journal Of Accounting And Finance*, 3(1), 46.
- Siallagan, Derang, P. G. N. (2021). Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di STIKes SANTA ELISABETH Medan. *Darma Agung HUsada*, 8(1), 54–61.
- Sulistiyawati, I. M. (2019). *Pengaruh Teman Sebaya, Penggunaan Media Sosial, dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Jurusan IPS Di SMA Kesatrian 1 Semarang*.
- Tribuana, L. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri dan Konformitas Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(1), 145–155.
- Udayanthi, N. O., Herawati, N. T., & Julianto, I. P. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Pembelajaran dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Empiris Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Universitas Pendidikan Ganesha). *Jimat (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi)*, 9(2), 195–208.
- Wahyuni, R., Irfani, H., Syahrina, I. A., & Mariana, R. (2019). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang. *Jurnal Benefita*, 4(3), 548.

Jakobus Anakletus Rahajaan<sup>1</sup>  
Sarifa Niapele<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Prodi Administrasi Negara STIA Said Perintah  
[Jackyrahajaan@gmail.com](mailto:Jackyrahajaan@gmail.com)



LPPM STIA Said Perintah

Volume 3, No. 2, September 2022

<https://stia-saidperintah.e-journal.id/ppi>

### **Abstract**

Although freedom about religion has been guaranteed in Pancasila and the 1945 Constitution, in reality problems in society related to religion still occur, such as insults, degrading the beliefs of a group to problems related to the place of worship of a religion. The constitution, which guarantees freedom of expression, is widely abused so that there are unlawful acts, one of which is blasphemy. Judges with free and independent judicial power or the principle of freedom of judges, play an important role in realizing justice for society. However, the disparity of punishment in blasphemy cases has caused controversy about the freedom of judges who are considered not to meet the sense of justice of society.

The focus of this study is on the disparity of punishment in blasphemy cases that go viral on social media. This is a descriptive research with a normative legal approach method (normative juridical) carried out by means of a literature study. The data collection tool used in this study is data in the form of document studies and literature tracing. The analytical knife in research is legislation, legal Grand Theory such as evidentiary theory and legal principles such as the principle of Equality before the Law, the Principle of Fair Trial, the principle of freedom of judges, the principle of contante justitie, the principle of justice, certainty and expediency of law and the principle of Nemo Judex Idoneus In Propria Causa.

Based on the results of the study, it is understood that the principle of judge freedom is based on a negative evidentiary system, but with their beliefs and freedom, judges in deciding cases are often influenced by the judge's culture, namely the subjectivity of judges and the existence of intervention and intimidation which results in the disparity of punishment in blasphemy cases which is a fairly sensitive issue in Indonesia.

Keywords ; Disparity, Conviction, Blasphemy, Religion

## **Introduction**

The issue of blasphemy has recently become a trending topic in Indonesia. This is not a new thing but because of the increasingly sophisticated technology and the increasingly massive flow of information, it makes people so quickly and easily access news related to blasphemy, so that blasphemy has become viral on social media and has become a trending topic. On the other hand, freedom of expression guaranteed by the law is often misused into unlawful acts, verbally attacking others, posting hate speech, slander, hoaxes and others that can damage people's image or kill the character of others.

One form of abuse of freedom expression is the criminal act of blasphemy, carrying out propaganda published on social media in the name of certain religious teachings that are multiplied as the most correct religious teachings and radically demonizing and insulting the teachings and symbols of other religions. These factors make the issue of blasphemy so viral and greatly affect the harmony in the diversity of Indonesian society.

According to research conducted by the Setara Institute, from 1965 to 2017, 97 cases of blasphemy were found in Indonesia. The Indonesian Legal Aid Foundation (YLBHI) noted that in 2020 until May, there were 38 cases of blasphemy (suakaonline.com). Some of the blasphemy allegations that have gone viral include blasphemy allegations made against Basuki Thajaja Purnama or Ahok, Paul Tzang, Saifuddin Ibrahim and M. Kace. Among the three viral blasphemy cases, until now only the blasphemy cases alleged against M. Kace have been processed by law and have been executed.

Indonesian law prohibits blasphemy, which is regulated in the criminal code article 156 a; that is, to criminalize those who are publicly upfront of issuing hostility, abuse or blasphemy towards a religion adhered to in Indonesia or with the intention of inciting someone not to adhere to a particular religion. There is also a Decree of President Ir. Soekarno, No. 1/PNPS/1965, concerning the prevention of abuse and or blasphemy. The use of technology and social media related to alleged acts of blasphemy also ensnared the suspects/defendants of blasphemy, under the ITE Law.

Head of the Public Information Bureau (Karo Penmas) public relations of the Police Headquarters, Brigadier General Ahmad Ramadhan said, for the time being, the case that ensnared Saifudin Ibrahim was related to the allegations in Article 45 paragraph (2) juncto Article 28 paragraph (2) of Law 19/2006 concerning ITE. And Article 156 of

the Criminal Code or Article 156 a of the Criminal Code, and Article 14 paragraph (1) paragraph (2), as well as Article 15 of Law 1/1946 on Criminal Law Regulations. These articles, concerning blasphemy against religion, hate speech based on ethnicity, religion, race and interfaith (Agus Yulianto dan Bambang Noroyono, 2022).

This legal umbrella is intended so that the Indonesian people can maintain a single diversity, uphold tolerance between religious people and be wiser in using freedom of expression and not be easily provoked, so that the life of the nation and state, especially life between religious people in Indonesia can take place harmoniously. However, in law enforcement, it must also be fair and not cut down on votes.

In the blasphemy case, which has recently gone viral on social media, it shows the phenomenon of disparity in criminal convictions or convictions of defendants. There are defendants who are sentenced to light sentences, there are also defendants who are sentenced to severe sentences, disparities that are far apart. One example of a disparity in punishment that can be presented in this study is the blasphemy case with the defendant M. Kace who was sentenced to 6 years in prison by the Bandung High Court, The verdict at the appeal level is what changes the verdict given in the court of first instance, namely PN Ciamis who sentenced M. Kaceto 10 years in prison. The sentence imposed on M. Kace, was much heavier than the sentence imposed on Yahya Waloni who was only sentenced to 5 months in prison by the South Jakarta district court, even though both committed acts against the same law, namely blasphemy and hate speech and both were subject to the same criminal article, but the verdicts imposed by the judge were very different.

The judge's verdict is strongly influenced by the principle of freedom of judges, where a judge in examining and deciding a case, is free in digging, following and understand the legal values that live in society, and be free from any outside influence that can change his beliefs about his sense of justice. Abdul Latif from the Faculty of Law, Universitas Muslim Indonesia-Makassar in his research said that, The right of justice seekers is to obtain a free and impartial judiciary (the principle of fair trial), to be treated equally with fellow justice seekers (the principle of equality before the law), and to obtain a verdict in a reasonable, simple time and low cost (principle of contante justitie), this is a basic need for everyseeker of justice (Abdul Latif, 2013).

The issue is, is it with the freedom of judges that result in disparities in sentencing that are in accordance with justice? Does not the impact of this disparity of punishment

actually cause polemics in society, because it is felt that there is no justice in the form of a disparity in punishment for a case with the same articles and with almost the same motives.

This is the reason why we conducted research that aims to analyze the problem of criminal disparity in blasphemy cases in Indonesia and then examine the problem by referring to the substance of the Criminal Articles and the legal principles related to this writing problem. This research also aims to provide scientific benefits theoretically and practically in order to enforce laws that are certain, fair and useful.

## **Theoretical Framework**

### **Sentencing Disparities**

The judicial system gives a privileged position to judges. The judge is in charge of examining the case, presiding over the proceedings and deciding the case based on valid and valid evidence. Behind the special position of the judge, it must be balanced with heavy responsibility. Judges are not only responsible to the law but also accountable to the community, even to God Almighty.

The responsibility of the judge is not just to preside over the trial but more than that, it is to strive for justice in deciding cases. The judge must be assured that his decision gives justice on the basis of the Almighty Godhead. Judges become central figures in law enforcement, because the duties and behavior of judges become a benchmark in law enforcement in courts. The responsibility of the judge to God Almighty, becomes an obligation that he must realize.

Bismar Siregar said that the duty of judges as law enforcers is in the framework of the Law as a tool of engineering, meaning that judges are required to formulate legal values that living in a society that is considered to be disruptive to the balance and deserves punishment, but in the provisions of the written law there are no rules governing it (Agus Maksum Mulyohadi, 2015). Law Number 48 of 2009 concerning Judicial Power states that the freedom of judges in exercising their judicial authority is not absolute. Justice upheld by the Judge must remain based on the corridors of values contained in Pancasila.

But in fact, it is not uncommon for verdicts to be born that are controversial in nature. Not infrequently, there is also a severe criminal conviction against a criminal offender, while another convict is sentenced to a light sentence or even released, even



though the article violated is the same. This difference is referred to as disparity. Criminal disparity is the application of unequal crimes to the same offence in practice in court. There are various factors underlying the onset of criminal disparities. The judicial ruling basically refers to the legal facts submitted by the public prosecutor in the form of an indictment. But basically, the occurrence of disparities is also determined by the attitudes, values, and personality of judges. In reality, the inner atmosphere has the influence of judges in taking legal interpretations, as an attempt to give a verdict on the case being handled.

Criminal disparities are inherently problematic in law enforcement. On the one hand, it is the freedom of judges in seeking justice, which is guaranteed by law, but on the other hand, it creates legal uncertainty, especially the dissatisfaction of the public or the litigants is very likely. What needs to be done, is a policy that can be used as a guide in criminal convictions so that the emergence of criminal disparities can be minimized.

It often happens that the Decision of the Judge is influenced by the extra intervention of the Judiciary, it can be in the form of pressures from individuals who have certain positions of power, or from certain groups that have the power and power of the masses, the presence of pressure in the form of "magic letters", and so on, which makes the judge uneasy and feel that it is in the freedom of judges to make decisions on a case.

### **Freedom of Expression**

People often feel afraid to criticize the government or officials, especially on social media. Every time they hear a case of people being scooped up for violating the provisions of the ITE Law related to freedom of expression which is accused of being unlawful, it obviously gives people goosebumps. So that for some people, such fear is a phenomenon of freedom of expression that is threatened, even has an impact on the suspended animation of democratic life in a nation and state.

Constitution, the 1945 Constitution in Article 28E paragraph (3) of the 1945 Constitution "Everyone has the right to freedom of association, assembly and expression of opinion". Furthermore, Article 28 F of the 1945 Constitution

*"Everyone has the right to communicate and obtain information in order to develop his personal and social environment, as well as the right to seek, obtain, possess, store, process and convey information using any kind of available channels".*

This constitutional mandate, in line with Article 19 paragraph 2 of the International Covenant on Civil and Political Rights, which has been ratified by the Indonesian government." Everyone has the right to freedom of expression; this right includes the freedom to seek, receive and disseminate information and ideas of any kind, regardless of national borders, whether orally, in writing or in print, in the form of works of art, or through any other medium of its choice."

Freedom of expression is the right of everyone to seek, receive and disseminate information and ideas in any form, in any way. This includes oral expressions, printed or through audiovisual material, as well as cultural, artistic and political expressions. This right also relates to freedom of association, which is the right to form and join groups, associations, trade unions, or political parties of your choice, as well as freedom of peaceful assembly, such as participating in peaceful demonstrations or public gatherings. Freedom of expression also supports other human rights such as the right to freedom of thought, belief and religion.

The term freedom of expression dates back to the time of the Athenian Policy in Greece about 2400 years ago. The ancient Greeks pioneered the word "parrhesia" which means "freedom of speech" or "to speak frankly". However the type of freedom of expression at that time was actually still very limited and only applied to a small group of people in power. Later, the citizens of Athens developed the concept of freedom of expression for all citizens. Leaders, philosophers, scholars, artists, workers, and various other citizen groups used freedom of expression to develop knowledge and criticize polis government. This concept continued to be developed until it became the concept of freedom of expression we know today been fought for since the Dutch colonial era. Soewardi Soerjaningrat wrote the article *Als ik een Nederlander* (If I Were a Dutchman) in the newspaper *De Expres*. This paper contains criticism of the Dutch government's plan in 1913 to celebrate the 100th independence from the French colonies, and the residents of the Indies were forcibly charged for the celebration. Soewardi's writings were considered inflammatory. The Dutch silenced Soewardi's opinion by arresting and imprisoning him. A few months later, he was exiled to the Netherlands for 6 years. Freedom of expression continues to be fought by Indonesians, including when fighting for liberation from repressive and exploitative colonialism. Throughout 2020, many activists, journalists, academics, students and the public were silenced, intimidated, and criminalized while peacefully expressing their opinions.

Amnesty International, a social institution founded in 1961 until now, recorded at least 119 cases of violations of the right to freedom of expression using the ITE Law throughout 2020, the highest number in the last six years. In addition to criminalization with the ITE Law, in 2020 there were at least 60 cases of digital attacks and intimidation experienced by organizations, activists, journalists and academics as of November 30, 2020.

Civil liberties in Indonesia in 2020 also declined, even the worst since the last 10 years. Civil liberties are one of the indicators of the democracy index compiled by the Economist Intelligence Unit (EIU), covering freedom of expression, freedom of assembly and freedom of the press. From a score of 1-10, Indonesia's civil liberties fell to 5.59. If freedom of expression deteriorates, freedom of the press, freedom of thought, religion and belief, freedom of assembly, freedom of speech, right to privacy and our right to life could be threatened (www.amnesty.id, 2021).

### **Blasphemy**

The trend of blasphemy appeared some time ago, at that time the condition of the Indonesian nation was quite hot, although it did not cause chaos and bloodshed, this hot atmosphere was very pronounced, even in remote villages also felt the atmosphere of Jakarta, there were mass demonstrations in large numbers and volumes. One of these things is caused by many factors, for example, differences in perceptions about Pancasila arise, so that the debate becomes widespread and unproductive. The emergence of political propaganda under the guise of religion, to various publications on social media content that insults and harasses and contains hate speech from one group against another group and here religion is used as a political tool. There were many news in various mass media related to the condition in question, which was colored by several Islamic defense actions driven by Habib Rizieq and his friends who demanded a blasphemy case alleged to Basuki Tjahaja Purnama or often referred to as Ahok, so that the political temperature was even hotter when approaching the DKI Regional Election.

On the one hand, there are groups that use religious sentiments in choosing leaders, because there are indeed orders or instructions in Scripture, while on the other hand there are groups that use the sentiment of "Diversity" as a form of weapon to silence political opponents. For Indonesians who are religious and tend to fanaticism, blasphemy or blasphemy against religious values or symbols, is a very sensitive issue

and prone to potential conflict. However, on the other hand, Indonesia as a country of law based on Pancasila still seeks to show the values of humanism and tolerance, one way is by still respecting and complying with applicable legal provisions.

Blasphemy is an act of insult, blasphemy or disrespect for holy figures, religious artifacts, customs and beliefs of a religion based solely on personal opinions or beyond its competence (mal of practice). In the original word, the word "blasphemy" comes from the Middle English word *blasfemen*, the Old French *blasfemer*, and the Late Latin *blasphemare* from the Greek *βλασφημέω*, which was formed from *βλασ*, "hurting" *δαμνη*, "speech, conversation, speech". Combined, these words mean *blasphemia*, which means "hurtful speech", and also *blasphemein* "speaking where hate exists" which also becomes a joke for blasphemy and blame. God which can be found in Ps. 74:18; Isa. 52:5; Rom. 2:24; Rev. 13:1, 6; 16:9, 11, 21. In addition, this word also represents something that is evil, speaks, or abuses something for the purpose of hurting, demeaning, and so on (1 Kings 21:10 LXX; Acts 13:45; 18:6, etc. - Wikipedia, 2021).

In some countries and in some cases, blasphemy regulations are enforced to limit the threat of acts or speech that attack adherents of the majority religion, as well as serve as a protection of religious beliefs for minority adherents. Although for some reason, the state can still have a regulation on blasphemy even though the country has completely banned blasphemy, it can be used to punish or allow those who feel humiliated to punish the perpetrator. This regulation may be retaliated and enforced for blasphemous acts, acts against norms, prohibiting a person from worshipping, religiously degrading behavior or also for hate speech.

Blasphemy comes from the word *nista*, which means low and despicable. Then to put it to rest is to despise or despise. The association of the word *nista* is the words *disgrace*, *reproach* and *stain*. Thus, the words *blasphemy* or *deseccration* actually have the same meaning, that is, the assumption that someone who shows something is low, despicable or tainted. As for these words, it is possible that they will come out of a person's mouth when in a state of anger and hatred. In Arabic, the term *al-istihzai* is known as the connotation of *sakhira* (harassing) with the content of harassment of the harassed party accompanied by *i'tiqad* (Akbar, 2019).

According to Koentjara Ningrat, Blasphemy is a combination of the words *blasphemy* and *religion*. Religion according to Koentjaraningrat is defined as a system

composed of four elements, namely; religious emotions, belief systems, rite systems and people or social unity, All these elements are interrelated and integrated as a whole. Meanwhile, the word Blasphemy according to the KBBI has the basic word *nistaw* which means insult, reproach or low so that blasphemy can be interpreted as insulting, harassment and demeaning. From the series of explanations above, it can be said that blasphemy is an attempt to demean, harass or demean something which is believed to be the principle of one's belief either in the form of speech or deed.

The definition of blasphemy in the Criminal Code is not clearly explained. According to J.C.T. Simorangkir, the meaning of blasphemy is a deliberate attack on the good name and honor of another person or a group either oral or written with the aim of being known by the wider community (J.C.T. Simorangkir, 1995).

Meanwhile Arief Barda Nawawi, (2010) said that criminal activities related to religion can be divided into 3 (three) criteria, namely;

1. Criminal acts according to religion, that is, covering everything that is prohibited according to religion, although state law does not classify such acts as prohibited acts. In this case it is generally described in the scriptures of his religion. Such as killing, adultery, or stealing.
2. Criminal acts against religion, which include acts and / or utterances that intersect or aim to degrade the Majesty and glory of God, The Word and Its Nature, Prophets/Apostles, religious activities, Religious Institutions, Scriptures, places of worship and so on.
3. Criminal acts related to religion or religious life, namely including all speech or deeds that can disturb the tranquility and comfort of the individual or group in carrying out their religious activities.

In order to create a sense of comfort and order in society, a legal umbrella is needed to guarantee and/or protect every individual or group for their human rights. Including the right to obtain a sense of comfort in carrying out religious activities (worship) as stated in article 28E paragraphs 1 and 2 of the 1945 Constitution (Arief Barda Nawawi, 2010).

### **Freedom of Judges**

The freedom of judges is the main principle of the judiciary regulated in the Judicial Power Law which states;

*"Judicial Power is the power of an independent state to administer the judiciary to uphold law and justice based on Pancasila for the implementation of the State of Law of the Republic of Indonesia".*

The freedom of judges is based on the independence of the Judicial Power in Indonesia, guaranteed in the Indonesian Constitution, namely the 1945 Constitution, as in article 24 paragraph 1 of the 1945 Constitution which states: "Judicial power is an independent power to administer the judiciary to enforce the law". Furthermore, judicial power is regulated in Law Number 48 of 2009 concerning Judicial Power.

In accordance with the mandate of Article 24 paragraph (2) of the 1945 Constitution as further regulated in Law Number 48 of 2009 concerning Judicial Power, article 18 states;

*"Judicial Power is exercised by a Supreme Court and judicial Bodies under it in the General Judicial Environment, Religious Justice Environment, Military Justice Environment, State Administrative Court Environment and a Constitutional Court".*

The free, independent judicial power in this provision contains the understanding that the judicial power is free from all interference by extra-judicial powers, except in matters as referred to in the 1945 Constitution of the Republic of Indonesia.

Yahya Harahap mentioned that the freedom of judges here is not unlimited freedom, by highlighting the arrogance of power by using that freedom to justify all means. But such freedom must refer to the application of laws derived from appropriate and correct legislation, interpreting the law appropriately through a justified approach, and the freedom to seek and find the law ([www.pa-marabahan.go.id](http://www.pa-marabahan.go.id)).

Freedom or Independence is defined as being free from the influence and coercion of the executive or all other State Powers, assets or recommendations that come from extra-judicial parties, except in matters permitted by law. Demikian also includes freedom from internal judicial influences in passing judgments.

## **Research Methods**

This research is classified as a type of normative juridical research, namely research conducted to examine legal norms and principles. Furthermore, this research was carried out with the Statute Approach, conceptual approach and comparative approach (Bahder Johan Nasution, 2008). The types of data used in this study are primary legal materials, namely the invitation-invitation regulation, the following, secondary legal materials, namely references, reference books, accredited scientific

journal articles, news links and so on. Furthermore, tertiary legal materials such as, legal dictionaries, large dictionaries Indonesian, encyclopedias and others. The data collection technique in this study is library research or document/literature studies. Furthermore, these legal materials are analyzed qualitatively, in order to describe the results of the research in the discussion.

## Discussion

Indonesia's constitution calls the words "fair" and "fair" broad-spectrum, not just about the legal process in the courts. The word fair in the first paragraph of the preamble to the 1945 Constitution is used to refer to the world order that must be formed according to humanity and justice.

The word "fair" in the formulation of Pancasila in the fourth paragraph of the preamble to the 1945 Constitution is in relation to the principle of universal humanism, namely a just and civilized humanity and the principle of social justice for all Indonesian people. The broad spectrum of use of the word fairness in the 1945 Constitution shows that justice is a central concept in a good constitutional life.

Paradigmatically, the concept of justice embodied in the 1945 Constitution relates to the concept of a non-liberal legal state, but a state of social law. The concept of a social law state does not merely emphasize the procedural-formal aspects of an open and fairness nature, but puts forward the ethical goal of fulfilling the general welfare and the quality of a better life. This ethical goal is demonstrated by the state's goal of realizing the general welfare and educating the nation and realizing social justice for all Indonesians.

Indonesia is a country of law contained in Article 1 paragraph (3) of the Constitution of the Republic of Indonesia of 1945. Tahir Azhari, stated that although in the explanation of the 1945 Constitution of the Republic of Indonesia, the term *rechtsstaat* is used, but what is embraced by the Indonesian state is neither the concept of *rechtsstaat* nor the rule of law, because the concept of the state of law is actually not a concept born from Indonesian culture but from the western world, as stated by Satjipto Rahardjo who was quoted by Yance Arizona who stated that;

*"The state of law is a modern concept that does not grow from within Indonesian society itself, but imported goods".*

The process of becoming a country of law is not part of the socio-political history of the Indonesian nation in the past, as happened in Europe. The state of law is a building that is imposed from the outside. Thus, to build a state of law is to build the behavior of a legal state, to build a new civilization (Made Hendra Wijaya, 2015). Satjipto Rahardjo argues that, the state is not only a legal, political and social building, but also cultural. Therefore, we can observe the cultural dispositions of a country. On the other hand, a country of laws is also "required" to present its cultural face. Indonesia has a view as a country of law with distinctive characteristics, namely the state of Pancasila law (Rahardjo, 2009).

According to Oemar Seno Adji, mentioning that the country of Indonesian law has Indonesian characteristics. One of the main characteristics in the state of Pancasila law is the guarantee of religious freedom as a recognition of human rights. But the freedom in question is freedom in a positive sense, where there is no place for atheism or anti-religious propaganda on Indonesian earth. Other characteristics of the Pancasila law state are: close relations between religion and the state, relying on religious freedom in a positive sense, atheism is not justified, communism is prohibited, upholding the principles of kinship and harmony (Made Hendra Wijaya, 2015). As a state of law, one of the important principles of the state of law is the guarantee of the implementation of independent judicial power, free from the influence of other powers to administer the judiciary in order to uphold law and justice. Article 24 paragraph (1) of the Constitution of the Republic of Indonesia of 1945 confirms that the judicial power is an independent power to administer the judiciary to uphold law and justice.

The freedom of judges in the Judicial system is carried out "For The Sake Of Justice Based On The One True God" is in accordance with Article 29 of the Constitution of the Republic of Indonesia of 1945 which specifies that the state is based on the Almighty Godhead and the state guarantees the freedom of each resident to embrace their respective religions and to worship according to their religion and beliefs.

What is meant by "judicial independence" is to be free from outside interference and free from all forms of pressure, both physical and psychic. In determining the severity of the sentence to be imposed, the judge must pay attention to the good nature or evil nature of the accused so that the verdict imposed is appropriate and fair to the wrongs he committed.



As a country of law, there is also a guarantee of freedom of assembly, association and opinion. Some call it a guarantee of freedom of expression. The right to freedom of expression and opinion in Indonesia is regulated in the 1945 Constitution Article 28, Article 28E paragraph (2), Article 28E paragraph and (3) Article 28F. Article 28 and Article 28E paragraph (3) of the 1945 Constitution of the Republic of Indonesia which states "Everyone has the right to freedom of association, assembly and expression of opinion".

Article 28F states;

*"Everyone has the right to communicate and obtain information in order to develop his personal and social environment, as well as the right to seek, obtain, possess, store, process and convey information using any type of available channel".*

But freedom of expression is often misinterpreted and abused. Under the pretext of freedom of expression, an unlawful act arose in the form of blasphemy in which the alleged blasphemy harassed and stained the nobility of other religions based on narrow fanaticism built by himself.

According to Koentjara Ningrat, Blasphemy is an attempt to demean, harass, or demean something that is believed to be a principle of one's belief either in the form of speech or deed. J.C.T. Simorangkir, stated that the meaning of blasphemy is a deliberate attack on the good name and honor of another person or a group either oral or written with the aim of being known by the wider community.

Criminal sanctions against perpetrators of blasphemy crimes are regulated in Articles 156, 156a, 157 which regulates the issue of crimes against religion and public order, in Article 175-177 it regulates violations of religious gatherings, and in Articles 178-181 it is called *Grabdelikte* and *Leichenfrevell* respect for religious ceremonies for the deceased person (corpse). The articles in the Criminal Code do not very clearly discuss blasphemy.

Article 156; whoever publicly expresses feelings of hostility, hatred or contempt towards one or several classes of the people of the country, shall be threatened with the threat of imprisonment for not more than four years or a fine of not more than four thousand five hundred rupiah. The word class in this chapter and the next chapter means each part of the Indonesian people that is different from one or another part because of race, country of origin, religion, place of origin, descent, nationality, or position according to constitutional law.

Article 156a; sentenced to imprisonment for a period of five years whoever deliberately in public expresses feelings or commits acts;

1. Which is essentially hostile, abusive or desecrating towards a religion professed in Indonesia.
2. With the intention that people should not adhere to any religion, which precipitates the Almighty Godhead.

Article 157;

1. Whoever broadcasts, performs, or pastes writings or paintings on publicly, whose contents contain statements of feelings of hostility, hatred or humiliation among or against the classes of the people of Indonesia, with the intention that their contents are known or better known to the public, are punishable by imprisonment for a maximum of two years and six months or a fine of not more than four thousand five hundred rupiah.
2. If the person guilty of committing the offence at the time of his search and at that time it has not passed five years since his conviction becomes permanent because of such an offence also the person concerned may be barred from carrying out the search.

With the advancement of information technology, information related to this alleged blasphemy is very accessible and viral. This can easily cause potential SARA conflicts if not addressed properly and wisely.

One way to overcome this crime is by enforcing the law which aims to provide a deterrent effect, ensure legal certainty and meet a sense of justice. Indonesia itself adheres to a system of proof according to the law negatively, it is seen in Article 183 of the Criminal Procedure Code which reads as follows, "A judge may not sentence a person unless with at least two valid evidence he obtains a conviction that a criminal act is it really happened and that it was the defendant who was guilty of doing so". Law-based Proof by Negative (Negative Wettelijke Bewijstheorie) is a system of proof combined from a system of positive statutory proof and a system of proof according to the judge's beliefs.

However, not all court judges' verdicts provide justice, in fact, there are also court decisions that cause controversy. The trial judge was accused of cutting down or disparity in sentencing. This is considered so because the verdict of the court judge is very different from one perpetrator to another even though the case heard is the same,

namely the blasphemy case. It was this disparity that gave rise to a new polemic, one example of the disparity of punishment in blasphemy cases was the decision of PN Ciamis who convicted M Kace, a man accused of blasphemy and hate speech, with a sentence of 10 years in prison, then the 10-year sentence was trimmed to 6 years in prison. This is in accordance with the verdict read by the high judge of the Bandung High Court (PT) on Monday (6/6/2022).

The sentence that ensnared M. Kace was very different from the sentence imposed on Yahya Waloni, who was also charged with blasphemy and hate speech. Yahya Waloni was only sentenced to 5 months in prison, 2 months lighter than the JPU charges, whereas, Article 28D paragraph 4;

*"Everyone has the right to recognition, guarantees, protection, and fair legal certainty and equal treatment before the law".*

Similarly, the criminal articles that are violated and imposed on them are the same, namely Article 156 and Article 156A of the Criminal Code which are articles of blasphemy. Meanwhile, Article 28 paragraph 2 of the ITE Law regulates the prohibition of hate speech related to ethnicity, religion, race, and inter-group (SARA).

The impact of this criminal disparity sparked controversy in a society that judged this disparity to be a form of injustice because both perpetrators of blasphemy both abused freedom of opinion and expression, claiming the teachings of their religion to be the most correct while the teachings of other religions were false or heretical, this was done for their own desired purposes. Criminal justice system is a series of legal mechanisms organized by government agencies and agencies with the aim of, among others, rehabilitating perpetrators, preventing other crimes and providing moral support for victims.

On the one hand, the Court with judicial power guarantees the freedom of judges in deciding a case without any intervention or intimidation from any party, while on the other hand the community expects the court's decision to be able to provide justice. But there is often also an intervention in the judge's decision. In blasphemy cases where judges get pressure or interference from certain groups of people, so there is a disparity in sentencing, namely the gap or difference in sentences imposed by judges between one perpetrator and another, in the same case and with the same criminal elements.

Here it can be seen that there is a clash between the principle of freedom of judges and what is meant by the principle of justice and fairness. The principle of judge

freedom allows judges to decide sentences based on the judge's own judgment, sometimes the judge's judgment is subjective or even gets outside pressure. Meanwhile, on the other hand, the principle of justice and fairness requires every action of the state administrative agency or official to always pay attention to aspects of justice and fairness. The principle of justice demands action in a proportional, appropriate, balanced and in harmony with the rights of everyone.

The Supreme Court and all judicial bodies under it have implemented bureaucratic reforms and have taken fundamental, comprehensive, and systematic measures, so that the goals and objectives that have been set can be achieved effectively and efficiently. One form of bureaucratic reform that continues to be echoed by the Supreme Court is in terms of improving the quality of judges' decisions and the professionalism of all judicial institutions under it.

One form of improving the quality of judges' decisions and the professionalism of the judicial institution is when judges are able to pass judgments by paying attention to three very essential things, namely justice (*gerechtigheit*), certainty (*rechsecherheit*) and expediency (*zwachmatigheit*). But in legal practice there are still disparities in punishment, for example in cases of blasphemy. So often there appears an adagium, the law is sharp downwards, blunt upwards. Or the law is cut down and favors the majority group or the ruling group. These critical voices are spontaneous reactions to the disparity of judges' decisions in adjudicating a criminal case. Meanwhile, the right of the community is to obtain a judiciary treated equally with fellow seekers of justice (the principle of equality before the law), as well as obtaining a verdict in a reasonable, simple time and light cost (principle of *contante justitie*), it is a basic need for every seeker of justice.

In the judiciary in Indonesia, there is also an important principle in the judicial process, namely "*Nemo Judex Idoneus In Propria Causa*". This principle is aimed at preventing the Judge from being partial in carrying out his duties, the Judge must be fair. The waiver of the principle of "*Nemo Judex Idoneus In Propria Causa*" resulted in a judicial institution being not independent and impartial as the concept of a state of law.

For this reason, the justice-seeking community considers professional judges to be judges who are able to try and decide a case based on the principle of fair trial, a free and impartial judiciary is related to the principle of freedom of judges, where judges

must be objective and independent in deciding cases without intervention from anywhere. Furthermore, the judge must be guided by the principle of *Nemo Judex Idoneus In Propria Causa*.

Yahya Harahap mentioned that the freedom of judges here is not unlimited freedom, by highlighting the arrogance of power by using that freedom to justify all means. With the freedom of judges in harmony with the principles of law and normative law that apply, a court decision will be aligned in realizing the legal objectives, namely Certainty, Justice and legal expediency. The role of judges in the legal system is to realize the principles of justice, certainty and expediency of the law.

### **Conclusions**

In the legal system and criminal justice, the occurrence of criminal disparities is influenced by various factors, the main of which is the freedom of legally protected judges. Judges are free to decide a case without getting pressure, threats, or other interventions. but often also the disparity of punishment occurs due to the less professional culture of judges, judges are too subjective and follow pressure or intervention from certain parties. In fact, judges with their freedom are actually expected by the justice-seeking community to create a judiciary that is in accordance with the principle of fair trial law, and the principle of *Nemo Judex Idoneus In Propria Causa*, so that the right of the community to be treated equally before the law (equality before the law) and obtain a trial that contains justice can be realized. The harmony of the freedom of judges with normative law and the legal principles mentioned above is in line with the role of judges in the judiciary, namely to realize Certainty, Justice and Legal Expediency.

### **Recommendation**

In the practice of law, judges with their freedom protected by law can create a fair trial by harmonizing normative law and applicable legal principles.

### **Reference**

- Abdul Latif. (2013). Kebebasan Hakim dan Problematikanya Dalam Sistem Peradilan Indonesia. *Jurnal Hukum & Peradilan*, 2(1), 1–19. <https://doi.org/10.21143/jhp.vol13.no5.985>.
- Agus Maksum Mulyohadi. (2015). Disparitas Pidana Putusan Hakim atas Perkara Pidana

- Anak Dalam Perspektif Perlindungan Hak-Hak Anak (Studi Kasus Pengadilan Negeri Boyolali Tahun 2009- 2013). *Jurisprudence*, 5, 127–136.
- Agus Yulianto dan Bambang Noroyono. (2022). Pendeta Saifuddin Ibrahim Tersangka Penistaan Agama. *Republika.Co.Id*. Retrieved from [www.republika.co.id](http://www.republika.co.id)
- Akbar, I. A. (2019). Dinamika Kasus Penistaan Agama di Indonesia (Polemik Pemaknaan Ayat-Ayat Penistaan Dan Uu Penodaan Agama). *Qof*, 3(1), 89–105. <https://doi.org/10.30762/qof.v3i1.1068>.
- Arief Barda Nawawi. (2010). *Kebijakan Legislatif Dalam Penanggulangan Kejahatan Dengan Pidana Penjara*. Yogyakarta: Genta Publishing.
- Bahder Johan Nasution. (2008). *Metode Penelitian Hukum*. Bandung: Mandar Maju.
- J.C.T. Simorangkir, R. T. E. dan J. T. P. (1995). *Kamus Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Made Hendra Wijaya. (2015). Karakteristik Konsep Negera Hukum Pancasila. *Advokasi*, 5(2), 199–214. Retrieved from [https://www.google.com/search?q=Karakteristik+Konsep+Negara+Hukum+Pancasila%2C+Jurnal+Advokasi+Vol.+5&sxsrf=ALiCzsadzj\\_Xzth1Wfw72eSdlpps1usvRg%3A1664765954905&ei=AIA6Y-P4NsGhseMPi-uXqAU&ved=0ahUKEwjgYG7iMP6AhXBUGwGHYv1BVUQ4dUDCA0&uact=5&oq=Karakteristik+Konsep+Negara+Hukum+Pancasila%2C+Jurnal+Advokasi+Vol.+5&gs\\_lcp=Cgdnd3Mtd2l6EAM6CggAEecQ1gQQsANKBAhBGABKBAhGGABQ1AhY1Ahg4RJoA3ABeACAAXeIAXeSAQMwLjGYAQCgAQKgAQHIAQjAAQE&scient=gws-wiz](https://www.google.com/search?q=Karakteristik+Konsep+Negara+Hukum+Pancasila%2C+Jurnal+Advokasi+Vol.+5&sxsrf=ALiCzsadzj_Xzth1Wfw72eSdlpps1usvRg%3A1664765954905&ei=AIA6Y-P4NsGhseMPi-uXqAU&ved=0ahUKEwjgYG7iMP6AhXBUGwGHYv1BVUQ4dUDCA0&uact=5&oq=Karakteristik+Konsep+Negara+Hukum+Pancasila%2C+Jurnal+Advokasi+Vol.+5&gs_lcp=Cgdnd3Mtd2l6EAM6CggAEecQ1gQQsANKBAhBGABKBAhGGABQ1AhY1Ahg4RJoA3ABeACAAXeIAXeSAQMwLjGYAQCgAQKgAQHIAQjAAQE&scient=gws-wiz)
- Rahardjo, S. (2009). *Negara Hukum yang Membahagiakan Rakyatnya*. Yogyakarta: Genta Publishing.
- Wikipedia. (2021). *Penistaan Agama*. Retrieved from <https://www.wikidata.org/wiki/Q510195>.
- [www.amnesty.id](http://www.amnesty.id). (2021). *Kebebasan Berekspresi*. Retrieved from <https://www.amnesty.id/kebebasan-berekspresi/>

**Johan Tanamal<sup>1)</sup>**

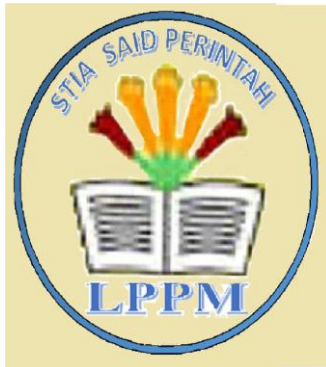
**Lodewyk Nahuway<sup>2)</sup>**

**Hendry Ch. Sospelissa<sup>3)</sup>**

<sup>1,3)</sup> Prodi Adm. Negara STIA Said Perintah

<sup>2)</sup> Prodi Sosiologi STISIP Kebangsaan

[johantanamal149@gmail.com](mailto:johantanamal149@gmail.com)



LPPM STIA Said Perintah

Volume 3, No. 2, September 2022

<https://stia-saidperintah.e-journal.id/ppj>

**Abstract**

The purpose of this study is to determine how Pataheri culture is practiced in the Nuaulu community at Nuanea village, Amahai district, central Maluku region and how the Nuaulu society views Pataheri culture in the present era. Data collection methods included observation, library research and interview. Meanwhile, the elders, the leader of the youth community, the village secretary and the ruler of Nuanea village serve as important informants. Through data reduction, data testing and conclusion, data were studied qualitatively to portray the full occurrence in accordance with reality in the field.

The findings demonstrated that pataheri a five stages maturation process for Nuaulu boys in their villages was a sign that their tribe descendant from Patalima cluster in Maluku. Additionally, the Nuaulu people have the opinion that modern knowledge and technological advancements are the not the main drivers of changing to Nuaulu society's customs and culture as a part of one's own identity is a shared obligation.

**Keywords :** Pataheri Culture, Nuaulu Tribe

## **Pendahuluan**

Negara Indonesia adalah Negara kepulauan yang dikenal sebagai Negara yang bercorak multikultur, multi etnik, ras, agama, golongan serta adat istiadat yang berbeda. Keragaman inilah yang menampilkan ciri keunikan yang menarik bila dibandingkan dengan Negara-negara lainnya di dunia. Hal ini tercermin dalam Bhineka Tunggal Ika yang menggambarkan berbagai bentuk keragaman, seperti adat, bahasa, etnik, kebudayaan dan agama merupakan suatu kesetaraan dalam jenis perbedaan itu. Keragaman budaya dengan nilai-nilai yang luhur sepatutnya kita lestarikan agar tidak terjadi pergeseran budaya yang dapat menghambat tercapainya tujuan nasional.

Nilai Kebudayaan merupakan pandangan tentang sesuatu yang dianggap baik dan buruk yang berasal dari pengalaman manusia berinteraksi dengan sesamanya dan berpengaruh terhadap pola pikir manusia yang kemudian akan menentukan sikapnya. Selanjutnya akan menentukan pola tingkah laku tertentu yang kalau diabstraksikan menjadi kaidah-kaidah yang pada gilirannya akan mengatur pola manusia dalam berperilaku.

Menurut Ajawaila (2011) dalam Suparno, Geri Alfikar dan Dominika Santi, (2018) bahwa budaya lokal adalah budaya asli dari suatu kelompok masyarakat tertentu dan menjadi ciri khas budaya sebuah kelompok masyarakat lokal. Hal ini memperlihatkan bahwa budaya-budaya lokal yang dimiliki berbagai daerah di Indonesia merupakan nilai-nilai budaya leluhur yang mengatur tata kelakuan dan kehidupan komunitasnya dari generasi ke generasi yang sepatutnya kita lestarikan agar tidak terjadi pergeseran nilai budaya dan bahkan bisa hilang dari kehidupan masyarakatnya.

Tradisi atau ritual budaya di daerah Maluku sengatlah beragam termasuk di pulau Seram atau pulau ibu (disebut pulau ibu karena orang Maluku pada umumnya beranggapan bahwa nenek moyang mereka berasal dari pulau Seram). Pulau Seram didiami oleh bermacam suku, walaupun mereka berasal dari Rumpun yang sama. Salah satu suku yang sangat menarik dan yang memotivasi penulis melakukan penelitian adalah Suku Nuaulu di Negeri Nuanea, hal mana terlihat mereka cukup mampu mempertahankan dan melestarikan kebudayaannya ditengah kehidupan modern dewasa ini, walaupun pada kenyataannya ada sedikit dari kebiasaannya yang telah berubah. Negeri Nuanea adalah negeri adat yang terletak di pulau Seram bagian Selatan yang dihuni oleh Suku Nuaulu dan berada pada Kecamatan Amahai Kabupaten Maluku Tengah, terkhusus pada kilometer 12, karena



letaknya 12 Kilometer dari kota Masohi ibu kota Maluku Tengah, sedangkan jaraknya dari ibu kota kecamatan Amahai kurang lebih 22 kilometer dan dapat ditempuh melalui jalan darat.

Pandangan Masyarakat sekitar selalu beranggapan miring atau negatif terhadap suku Nuaulu, dimana kalau berbicara tentang suku Nuaulu yang terlintas dibenak mereka adalah suatu hal yang menakutkan, hal ini dilatar belakangi oleh ritual Budaya Pataheri pada masa lampau, dimana suku Nuaulu ketika melakukan ritual Pataheri selalu melakukan mengayau (memenggal) kepala manusia diluar komunitasnya. Keunikan yang dimiliki suku Nuaulu yaitu setiap anak laki-laki dewasa mengenakan kain berang warna merah (Karonunu) di kepala setelah melalui proses pendewasaan (Pataheri) dan bagi wanita dewasa gigi merekapun sama ratanya karena telah melalui ritual pendewasaan yang disebut Pinamou.

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh A. Muchaddam Fahham, (2016) tentang sistem religi suku Nuaulu di pulau Seram Maluku Tengah, dijelaskan pada ritus memasuki masa dewasa (Pataheri) pada awalnya suku Nuaulu mengayau (memenggal) kepala manusia yang menandakan keperkasaan laki-laki Nuaulu, tetapi hal ini bertentangan dengan hukum yang berlaku di negara ini, sehingga mengayau kepala manusia kemudian digantikan dengan kepala ayam yang nantinya akan dikorbankan pada saat upacara Pataheri. Namun dalam penulisan ini, pada upacara Pataheri yang berlangsung diganti dengan memenggal kepala kusu (kus-kus) sebagai lambang keperkasaan seorang anak laki-laki Nuaulu, mengingat kus-kus adalah hewan liar di hutan yang untuk mendapatkannya dalam keadaan hidup membutuhkan keahlian khusus jika dibandingkan dengan menangkap seekor ayam. Lebih jauh dijelaskan bahwa prosesi upacara pataheri berlangsung dalam tujuh tahapan, namun dalam penulisan ini ditemui bahwa prosesi upacara pataheri berlangsung dalam lima tahapan sebagai simbol bahwa suku Nuaulu berasal dari rumpun Patalima di Maluku. Dalam perkembangan kehidupan masyarakat asli Nuaulu, terdapat kenyataan bahwa merekapun tidak terlepas dari adanya perubahan sosial, terbukanya ruang interaksi seiring berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi yang sudah merangsek masuk ke seluruh sendi kehidupan dan lapisan masyarakat dan turut juga dirasakan oleh masyarakat Nuaulu yang mendiami Negeri Nuanea.

Bukti nyata terjadinya perubahan sosial serta terbukanya ruang interaksi Suku Nuaulu dengan pihak luar dari komunitasnya terlihat dimana mereka mampu mengenyam pendidikan dari tingkat Sekolah Dasar sampai dengan Sekolah Lanjutan Tingkat Atas bahkan sekarang ini mereka telah menempuh pendidikan sampai ke Perguruan Tinggi terutama pada yang ada di kota Masohi (Johan Tanamal dan Lodewyk Nahuway, 2022). Kondisi telah terbukanya ruang interaksi dikhawatirkan adat dan nilai-nilai budaya masyarakatnya akan terkikis bahkan hilang dari kehidupan masyarakatnya. Dengan demikian sudah saatnya eksistensi budaya lokal masyarakat Nuaulu di Nuanea seharusnya menjadi kekayaan publik yang mesti dipertahankan bahkan dikembangkan sebagai kekayaan budaya daerah bahkan kekayaan budaya Nasional. Oleh sebab itu adat istiadat sebagai nilai luhur yang dimiliki oleh masyarakat adat Nuaulu, misalnya tradisi Patheri, Pinamou, tradisi perkawinan, tradisi meninggal dan berbagai tradisi lainnya ini harus tetap dipertahankan dan dilestarikan oleh generasinya. Untuk itu tugas kita sebagai generasi muda untuk bisa melestarikan kebudayaan lokal suku bangsa yang terdapat di daerah-daerah agar tidak luntur.

Berdasarkan beberapa hal yang telah dipaparkan di atas, maka penulis merasa tertarik dan termotivasi untuk memberikan pemahaman akan pentingnya budaya lokal dan peran serta masyarakatnya dalam mempertahankan dan melestarikan budayanya ditengah arus modernisasi kedalam gagasan tertulis dengan topik "Eksistensi budaya Pataheri Suku Nuaulu ditengah arus modernisasi pada Negeri Nuanea Kecamatan Amahai Kabupaten Maluku Tengah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis eksistensi budaya Pataheri suku Nuaulu dan peran aktif masyarakat dalam mempertahankan nilai-nilai budayanya di tengah modernisasi di Negeri Nuanea Kecamatan Amahai Kabupaten Maluku Tengah.

## **Kerangka Teoritis**

### **Eksistensi**

Eksistensi berasal dari kata eksistra (eks yang berarti keluar dan sister yang artinya ada atau berada, sehingga eksistensi dapat diartikan sebagai sesuatu yang mampu keluar dari keberadaannya atau sesuatu yang mampu melampaui dirinya sendiri (ST. Asnaeni., 2016). Berhubungan dengan budaya, keberadaan mengandung pengertian keberadaan suatu budaya pada masyarakat tertentu. Terkait dengan penelitian ini adalah adanya nilai-

nilai budaya pada masyarakat adat Nuaulu di era modernisasi serta upaya untuk tetap menjaga dan melestarikan kebudayaan dimaksud.

Dalam perkembangan dewasa ini terdapat banyak tantangan untuk menjaga identitas dan eksistensi budaya yang dimiliki suatu komunitas masyarakat dan itu tidak saja datang dari luar tetapi juga dari dalam komunitas masyarakat itu sendiri (Trisma Hidayanti, Ginting Suka, & Sudiarna, 2018). Terkhusus pada masyarakat adat Nuaulu di Nuanea tantangan yang datang dari luar dalam upaya mempertahankan eksistensi budayanya adalah pengaruh arus modernisasi yang dikhawatirkan akan merongrong keberadaan dari budaya leluhur yang telah ada dan untuk mengantisipasi kondisi ini maka melalui proses sosialisasi nilai budaya kepada anak merupakan perisai utama untuk menjaga eksistensi dari budaya Nuaulu. Sedangkan tantangan dari dalam yang dikhawatirkan adalah pengaruh agama yang lambat laun masuk dalam komunitas masyarakat Nuaulu dan sedikit merubah kebiasaan yang selama ini ada, karena ketika sebagian masyarakatnya telah beragama maka mereka sudah tidak diperkenankan masuk atau menjadi bagian dari semua ritus budaya yang ada.

### **Kebudayaan**

Manusia dan kebudayaan merupakan dua entitas dalam suatu ikatan yang tidak dapat dipisahkan, dimana manusia dianugerahi Tuhan sang pencipta alam dengan akal dan pemikiran yang melebihi makhluk lainnya, yang kemudian membentuk budayanya sendiri serta berupaya untuk menjaga dan melestarikannya dari satu generasi ke generasi berikutnya.

Kebudayaan asal katanya adalah budhi atau akal (dari bahasa sansekerta) sehingga kebudayaan mengandung arti hal-hal yang bersangkutan dengan budhi atau akal, dan dalam bahasa Inggris kebudayaan dikenal dengan sebutan *culture* dengan asal katanya *colere* yang mengandung arti mengolah atau mengerjakan sesuatu, kemudian diindonesiakan menjadi kultur yang mengandung arti suatu sistim pengetahuan yang terdiri dari ide atau gagasan pada pikiran manusia yang bersifat abstrak. Selanjutnya budaya mempunyai wujud seperti benda yang diciptakan berupa tingkah laku dan benda nyata seperti pola tingkah laku, bahasa, alat kehidupan, kesenian, agama dan organisasi sosial yang semuanya diperuntukan menolong manusia dalam menjalankan dan keluar dari kehidupan sosialnya (Sarinah, 2019).

Soekanto, (2014) mengatakan bahwa kebudayaan adalah kompleks yang terdiri dari pengetahuan, moral, kepercayaan, kesenian, hukum, adat-istiadat serta kebiasaan yang diperoleh manusia sebagai anggota suatu masyarakat atau dengan pengertian lain bahwa kebudayaan adalah semua yang diperoleh atau didapatkan oleh manusia sebagai anggota suatu masyarakat. Selanjutnya kebudayaan dimaknai sebagai segala sesuatu yang dipelajari dari pola normative yang mengandung pengertian segala cara atau pola pikir, merasakan dan bertindak.

Selanjutnya Maran, (2007) memberikan pendapat para ahli tentang budaya antara lain oleh: Sir Edward B. Tylor yang menggunakan kata budaya dengan maksud untuk menggambarkan keseluruhan kompleks yang meliputi ide, gagasan dan segala hal yang dihasilkan manusia dalam pengalaman sejarahnya. Lebih jauh Koentjaraningrat memberikan pengertian kebudayaan sebagai keseluruhan system tindakan, gagasan dan kerja manusia dalam lingkup kehidupan masyarakat yang kemudian dijadikan milik masyarakat lewat proses pembelajaran.

Qurtuby Al Sumanto dan Lattu Izak, (2019) mengemukakan bahwa kebudayaan sebagai hasil cipta karya manusia. Selanjutnya mengutip pendapat dari Tylor bahwa kebudayaan dimaknai sebagai apa saja yang termasuk tradisi, pengetahuan, pemikiran, pendapat, adat, keahlian atau kebiasaan yang diturunkan dari generasi ke generasi berikutnya dengan media proses belajar, Instuksi, bahasa, contoh, observasi serta penjelasan. Urgensinya bahwa kebudayaan itu diciptakan oleh masyarakat dan menjadi miliknya melalui proses belajar serta terus diwariskan kepada generasi berikutnya melalui proses sosialisasi.

### **Modernisasi**

Pada dasarnya semua bangsa maupun masyarakat selalu berada pada proses modernisasi, walaupun pergerakan dan perubahannya tidak sama antara satu masyarakat dengan masyarakat lainnya, dimana proses modernisasi yang terjadi tersebar sangat luas hampir tidak dapat dibatasi ruang lingkup dan cakupannya, yang meliputi segi sosial, ekonomi, budaya, politik dan sebagainya (Ellya Rosana, 2011). Modernisasi adalah merupakan salah satu bentuk terjadinya perubahan sosial ditengah kehidupan masyarakat, baik masyarakat yang ada di perkotaan tetapi juga yang ada dipedesaan, dimana keberadaan modernisasi ini turut membawa perubahan pada seluruh segi kehidupan

masyarakat (Rahma Satya Masna Hatuwe, Kurniati Tuasalamony, Susiati, Andi Masniati, 2021).

Pemikiran diatas menunjukkan bahwa modernisasi merupakan gerakan sosial dengan cakupan yang sangat luas yang bersifat revolusioner yaitu suatu perubahan dari kehidupan tradisional menuju pada suatu kehidupan modern yang tidak saja dialami oleh masyarakat perkotaan tetapi turut pula dirasakan oleh masyarakat dipedesaan. Hal ini nampak dari banyaknya teknologi modern yang tadinya hanya dimiliki oleh masyarakat perkotaan tetapi seiring dengan perkembangan jaman masyarakat di pedesaanpun telah menikmatinya.

Lebih jauh Murdiyanto Eko, (2020) mengemukakan pendapat para ahli tentang modernisasi yakni pertama oleh Koentjaraningrat (1975) bahwa modernisasi adalah upaya pengembangan sikap mental yang berorientasi pada masa yang akan datang, berkeinginan mengeksploitasi lingkungan serta menilai tinggi karya manusia. Sedangkan yang kedua oleh Schoorl. J. W., (1980) menjelaskan bahwa modernisasi merupakan proses transformasi suatu bentuk perubahan di dalam masyarakat pada segala aspek kehidupan. Jadi pada dasarnya modernisasi dapat dikatakan sebagai suatu upaya perubahan ke masa depan yang menyentuh seluruh aspek kehidupan umat manusia.

## **Metode Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada komunitas adat Nuaulu di Negeri Nuanea kecamatan amahai Kabupaten Maluku Tengah. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara dan telaah kepustakaan. Informan kunci dalam penelitian ini adalah Bapak Raja negeri Nuanea, tokoh adat, kepala pemuda, sekretaris Negeri dan anggota masyarakat. Selanjutnya data dianalisis secara kualitatif dengan menggambarkan fenomena yang utuh berdasarkan kenyataan lapangan yakni melalui langkah reduksi data, pengujian data dan penarikan kesimpulan.

## **Pembahasan Hasil Penelitian**

### **Kondisi Kekinian Budaya Pataheri Suku Nuaulu**

Pataheri atau yang sering disebut "Cidaku" merupakan suatu proses pendewasaan bagi anak laki-laki Nuaulu. Tradisi ini dilakukan apabila anak laki-laki telah mencapai usia remaja (akil balik) diwajibkan untuk melaksanakan upacara ini. Karena disitulah terdapat

pengakuan dari masyarakat bahwa anak tersebut telah dianggap dewasa. Jadi sebelum diupacarai maka si anak tidak diijinkan untuk memakai "Karonunu" (ikat kepala berwarna merah), tidak diperkenankan untuk menikah serta dianggap masih kanak-kanak oleh karena itu perlu adanya perhatian dari orang tua untuk menentukan waktu yang tepat untuk dilaksanakan upacara ini. Proses penentuan waktu inipun harus dikonsultasikan dengan tua-tua adat dan kepala Soa (pimpinan dari beberapa Marga).

Dalam kehidupan orang Nuaulu kedewasaan anak laki-laki diukur dari kecakapannya menggunakan tombak dan panah. Pada waktu lampau tombak dan panah berfungsi untuk mempertahankan diri dari serangan orang luar, kini tombak dan panah lebih difungsikan untuk berburu binatang di hutan. Sekarang ini tombak dan panah telah menyatu dengan kehidupan laki-laki Nuaulu. Tombak dan panah merupakan simbol laki-laki Nuaulu dalam mencari nafkah dan mempertahankan hidup, sehingga ketika kita berbicara tentang laki-laki Nuaulu, maka kita akan berbicara tentang tombak dan panah sebab terdapat ikatan yang erat antara laki-laki Nuaulu dengan kedua senjata tersebut.

Pewarisan ketrampilan penggunaan tombak dan panah disosialisasikan atau diajarkan sejak seorang anak Nuaulu ada pada usia 5-6 tahun, mulai dari cara memegangnya, menimbanginya sampai dengan ia memiliki kemampuan dan ketrampilan menggunakannya dalam kegiatan berburu di hutan. Makna dan tujuan dilakukannya upacara Pataheri ini adalah untuk mengalihkan status seorang anak laki-laki dari masa kanak-kanak ke masa dewasa. Pada masa lampau seorang anak laki-laki Nuaulu dianggap dewasa bila ia telah mampu mengayau (memenggal) kepala manusia (diluar komunitasnya) untuk dibawa pulang. Jadi dengan kemampuan mengayau maka seorang anak dianggap dewasa dan dianggap sebagai pelindung dan pembela warganya terkhusus bagi anak-anak dan kaum perempuan. Namun sekarang ini kedewasaan seorang laki-laki Nuaulu tidak lagi ditentukan oleh kemampuan mengayau kepala tetapi sudah terjadi pergeseran, dimana kedewasaan seorang laki-laki Nuaulu ditentukan oleh kemampuannya dalam berburu, bertani dan menokok sagu. Apabila semua ini telah dilakukan maka orang tua bersiap untuk melakukan upacara masa dewasa bagi si anak yang disebut Pataheri.

Hasil wawancara penulis dengan Raja Negeri Nuanea, bapak Sahune Matoke, diungkapkan bahwa;

*"Pada saat hukum rimba masih berlaku, acara Pataheri memang memerlukan kepala manusia, atau katong (kita) mencari kepala manusia, tapi sekarang ini hukum negara sudah berlaku, jadi kalau katong masih pakai adat itu maka katong bertentangan dengan hukum, jadi kalau katong masih menggunakan tradisi mengayau maka pada akhirnya akan berakhir di lembaga pemasyarakatan. Jadi katong yang ada sekarang ini sudah tidak tau dengan ritual-ritual yang memerlukan kepala manusia".*

Pada hasil wawancara terlihat bahwa suku Nuaulu pada masa lalu dan masih berlaku hukum rimba yaitu belum ada aturan hukum yang mengatur, ritual pengukuhan kedewasaan anak laki-laki diukur dari kemampuannya menggunakan panah dan tombak serta kempuannya dalam berkelahi/berperang dengan membawa pulang kepala manusia sebagai lambang kedewasaan. Tapi sekarang prosesi pemenggalan kepala manusia telah diganti dengan pemenggalan kepala kusu (kus-kus).

Pernyataan yang sama juga diungkapkan oleh seorang tokoh adat, bapak Apinua Matoke bahwa;

*"Sekarang ini dalam upacara Pataheri su seng pake kepala manusia lagi, kalau dolo boleh jaman katong pung orang tatua, kalau sekarang su modern, dunia su tarang, ada aturan hukum yang mengatur, jadi biar itu adat lai, tapi katong seng boleh langgar hukum Negara, jadi untuk melambangkan kedewasaan Matahene ( anak yang di Pataheri) harus berburu kusu hidup-hidup dan dibawa pulang, dan pada hari tertentu dia akan membunuh kusu tadi didepan tua adat dan masyarakat pada saat upacara pakai Cidaku dan kain berang dikepala".*

Pendapat diatas mengandung arti bahwa sekarang ini upacara pataheri sudah tidak menggunakan kepala manusia sebagai lambang kedewasaan seorang anak laki-laki Nuaulu, karena sudah ada aturan hukum yang berlaku, sehingga adat dengan tumbal kepala manusia sudah tidak dilakukan lagi dan digantikan dengan mengorbankan kepala kusu (kus-kus) hasil berburu yang dilakukan oleh anak yang di Pataheri pada saat pemasangan Cidaku (cawat) dan kain berang merah di kepala.

Adapun seluruh rangkaian upacara berlangsung selama 5 hari sebagai simbol bahwa orang Nuaulu berasal dari kelompok Patalima di Maluku. Demikian pula angka lima ini akan muncul berulang-ulang dalam prosesi pelaksanaan upacara yaitu 1 (satu) hari Matahene berpuasa, 1 hari berburu binatang di hutan, 1 hari untuk mempersiapkan seluruh perlengkapan adat, 1 hari untuk pemasangan Cidaku (cawat) serta 1 hari untuk pengesahan dirumah adat dan makan-makan bersama secara adat. Anak yang akan diupacarai dikenal

dengan sebutan "Matahene" yang kemudian dibawa ke tengah hutan oleh saudara atau kerabat laki-lakinya. Upacara pataheri ini dipimpin oleh Momo Kanate (orang yang dipercaya memiliki akses ke roh-roh leluhur orang Nuulu dan Upu Ama (pencipta alam semesta), Momo Kanate inilah yang dipercayakan untuk memberikan arahan dan bimbingan khusus kepada Matahene mengenai hal-hal yang bersifat rahasia yang tidak boleh diketahui oleh umum.

## **Tahapan Upacara Pataheri**

### **Tahap Pertama**

Pada tahapan yang pertama ini seluruh peserta Pataheri diarahkan untuk mengambil tempat didepan rumah adat, kemudian mereka diberikan bimbingan dan nasehat oleh Momo Kanate (guru adat), kepala Soa dan tetua adat lainnya. Setelah proses pengarahan selesai maka para peserta dipersilahkan memasuki rumah adat kemudian didoakan oleh Momo kanate. Adapun maksud dari doa ini adalah untuk memohon kepada Upu Ama agar ritual pataheri dapat berjalan dengan aman dan lancar serta adanya harapan agar sang anak dapat menjadi seorang pemberani. Selama 1 hari para peserta Pataheri akan berpuasa bersama Momo Kanate yakni dari pukul 03.00 subuh sampai jam 18.00 petang, dimana pada leher peserta diikat kain berang merah, setelah itu mereka berkumpul kembali di rumah adat untuk dipakaikan kain batik (Karanunu Onate). Selama dalam waktu berpuasa para peserta tidak diperkenankan untuk melakukan pekerjaan apapun, karena mereka harus merenungkan nasibnya kelak, karena nantinya akan memikul tanggungjawab yang besar, sudah harus mandiri dan siap membangun keluarga. Pada masa berpuasa ini mereka tidak dibolehkan bertemu dengan kaum perempuan oleh karenanya segala kebutuhan para peserta selalu dilayani oleh Momo Kanate.

### **Tahap Kedua**

Pada tahapan kedua ini Matahene wajib melaksanakan kegiatan berburuh di hutan. Dimana mereka dilengkapi dengan panah, parang dan tombak serta tas yang terbuat dari pelepah sagu untuk menaruh siri pinang. Dalam masa berburu ini para Matahene diberikan waktu hanya dua hari untuk mengumpulkan hasil buruannya berupa kus-kus, babi, kasuari, rusa serta burung. Pada kesempatan ini para Matahene harus menunjukkan ketrampilan mereka untuk menangkap kus-kus secara hidup-hidup yang nantinya akan dikorbankan



pada saat upacara pemasangan Cidaku dan karununu. Dalam proses berburu, para tua adat akan melakukan penilaian terhadap Matahene terkait dengan kecakapan, keberanian dan kemampuan masing-masing anak. Setelah pulang dari berburu maka seluruh peserta pataheri akan melaporkan semua hasil tangkapannya yang kemudian akan diserahkan kepada kaum perempuan untuk dijadikan bahan makanan.

### **Tahap Ketiga**

Tahap ketiga ini merupakan puncak dari upacara Pataheri yaitu pemakaian cawat dan berang merah (Karununu) yang diikat di kepala. Prosesi ini merupakan suatu ritual pengukuhan secara adat. Yang diawali oleh Momo Kanate, orang tua, tua-tua adat serta kerabat lainnya yang sudah datang untuk menyaksikan prosesi pemasangan Cidaku dan Karununu. Semua orang yang hadir dalam prosesi ini kemudian diarahkan ke hutan yang menurut kepercayaan mereka sebagai suatu tempat yang disakralkan atau dikeramatkan. Selanjutnya Momo Kanate mengambil kayu dan memotongnya menjadi potongan-potongan kecil dengan ukuran 30 cm dengan jumlah sebanyak 5 buah. Potongan-potongan kayu tersebut kemudian diatur berderet ke arah timur dan barat. Tak lupa pada upacara ini Momo Kanate sebagai pemimpin telah berpakaian lengkap yang meliputi Karununu yang diikatkan di kepala, cawat dari kulit kayu, kalung yang terbuat dari manik-manik atau wenwe, gelang dipergelangan tangan serta Pangkap yang terbuat dari tulang kasuari yang disisipi dengan daun gadihu. Daun gadihu ini mempunyai khasiat untuk mengusir hal-hal atau roh jahat. Kemudian potongan kayu tadi ditata oleh Momo Kanite, maka ia akan meletakkan sirih pinang dibawah belah kelima kayu tadi, disusul dengan berdirinya Matahene diatas bilah kayu tersebut dengan mengarah ke timur yang bermakna bahwa dari timurlah tempunya para leluhur mereka berada. Selanjutnya Momo Kanite akan memberikan cawat (Cidaku) kepada Matahene dan Karununu sepanjang 5 meter, disusul dengan pekikan keras sebanyak satu kali dan di ikuti oleh para hadirin dengan teriakan "hoi-hoi-hoi-hoi-hoi, para Matahene kemudian mengambil cawat dan karonunu tersebut dan memakainya.

### **Tahap Keempat**

Pada Tahapan ini para Matahene bersiap-siap untuk mengorbankan kus-kus yang tadinya sudah ditangkap hidup-hidup pada kegiatan berburuh di hutan. Kus-kus tersebut dihadapkan kepada Matahene dan pada hitungan kelima parangnya akan memenggal kepala kus-kus dan ia akan berteriak dengan keras yang di sambut dengan teriakan "hoi-

hoi-hoi-hoi-hoi” oleh semua yang hadir. Sebagai catatan bahwa selama upacara ini Matahene tidak diperkenankan untuk berbicara. Langkah selanjutnya adalah para Matahene dan semua yang hadir menuju kembali ke kampung. Setelahnya kus-kus tadi kemudian dibersihkan dan diserahkan kepada kaum perempuan untuk dijadikan bahan makanan yang nantinya dimakan pada makan bersama di rumah adat atau Baileu.

### **Tahap Kelima**

Tahap kelima ini adalah merupakan tahap terakhir, pada tahap ini para Matahene akan mengunjungi masing-masing rumah adat (Soa). Diketahui bahwa di Negeri Nuanea Terdapat 7 rumah adat berdasarkan Soa yang ada, jadi Matahene atau anak yang di-Pataheri tersebut akan melakukan kunjungan dari satu rumah adat kemudian berpindah ke rumah adat lainnya, yang bermakna bahwa si Pataheri ini sudah boleh menikah dan sudah bisa melindungi keluarganya dan merupakan suatu kegembiraan bagi tiap soa karena sesungguhnya upacara tersebut bertujuan untuk mengukuhkan eksistensi atau keberadaan seorang laki-laki yang telah dewasa kedalam soa mereka. Demikian upacara masa dewasa bagi anak laki-laki atau Pataheri yang berarti pemakaian Cidaku dan kain berang merah memiliki makna penting bagi laki-laki Nuaulu karena mengandung arti adanya pengakuan Masyarakat secara yuridis formal terhadap hak dan kewajiban seorang anak laki-laki Nuaulu.

### **Pandangan Masyarakat Nuaulu Terhadap Budaya Pataheri Dalam Modernisasi.**

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di era modern seperti sekarang ini, banyak membawa kekuatiran dan keresahan ditengah masyarakat, terutama pada masyarakat tradisional. Hal ini diakibatkan oleh kekuatiran terkikisnya akar budaya akibat dari pengaruh arus modernisasi. Kondisi ini lalu membutuhkan campur tangan dari berbagai pihak baik pemerintah maupun orang tua sendiri. Orang tua diyakini merupakan agen utama dalam pembelajaran, dimana berfungsi untuk lebih mensosialisasikan nilai-nilai budaya yang dianggap perlu untuk dipertahankan. Hal ini juga dialami dalam kehidupan masyarakat Nuaulu di Negeri Nuanea Kecamatan Amahai kabupaten Maluku Tengah. Dimana orang tua sangat berperan dalam menyikapi perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang dapat mempengaruhi eksistensi budaya dan adat suku Nuaulu, terutama budaya Pataheri yang melambangkan kedewasaan seorang laki –laki Nuaulu, sehingga pada gilirannya adat

dan budaya itu tetap ada atau tetap eksis. Sebagaimana yang diungkapkan oleh seorang anggota masyarakat, bapak Sakae Matoke bahwa;

*"Dalam prosesi Budaya Pataheri katong sebagai orang tua Nuaulu pung peran yang sangat besar selain momo kanate dan tua-tua adat lainnya dimana katong turut mempersiapkan segala sesuatu demi terlaksananya upacara dimaksud. Ritual pataheri yang katong buat ini adalah symbol budaya yang tetap katong pertahankan, karena inilah titipan dari katong pung orang tatua. Bagi katong ilmu pengetahuan dalam kehidupan modern sekarang ini tidak akan mempengaruhi adat dan budaya pataheri yang merupakan salah satu symbol keberadaan katong sebagai suku asli pulau Seram".*

Konsistensi terhadap adat dan budaya merupakan identitas dan jati diri suatu masyarakat terlebih bagi masyarakat Nuaulu di Nuanea. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi bukan merupakan alasan untuk merubah bentuk dan wujud dari adat dan budaya dari masyarakat Nuaulu. Dengan demikian adat dan budaya pataheri sudah merupakan identitas diri, sehingga melestarikannya adalah merupakan tanggung jawab bersama, sebagaimana juga yang diungkapkan oleh sekretaris negeri Nuanea, bapak Hatu Sounawe bahwa;

*"Budaya Pataheri di jaman kemajuan sekarang ini merupakan ciri katong orang Nuaulu dan seng (tidak) boleh di abaikan, bahkan perlu tetap katong jaga sebagai keberadaan katong. Jadi biar sakarang dunia su maju dengan teknologi lai tapi seng akan berpengaruh terhadap katong pung ritual Budaya yang terjadi disini baik itu budaya pataheri ataupun Pinamou, karena adalah merupakan peninggalan para leluhur yang harus katong jaga".*

Tak tertinggal dengan masyarakat lain komunitas adat Nuaulu di Nuanea memiliki peran-peran sosial terutama dalam melestarikan dan membangun kehidupan suku Nuaulu melalui budaya dan adat yang dimiliki. Ritual adat dan budaya harus menjadi ikon bukan saja bagi orang Nuaulu tetapi bagi juga bagi orang Maluku bahkan menjadi ikon nasional, sehingga perlu dijaga eksistensinya. Hal ini sejalan dengan apa yang diungkan oleh bapak Natane Pia bahwa;

*"Suku Nuaulu tidak dapat terhindar dari perkembangan jaman apalagi su ada kemajuan teknologi, sehingga katong diperhadapkan dengan perkembangan tersebut. Untuk itu katong tetap didik katong pung anak-anak untuk tetap patuh terhadap adat dan budaya. Apa yang menjadi aturan, norma dan adat seng boleh katong tinggalkan sebab itu merupakan titipan katong pung leluhur. Jadi perubahan ini katong tetap terima tapi bukan berarti dengan perubahan ini katong lalu tinggalkan tradisi adat, budaya yang selama ini katong pegang. Dengan demikian*

*bagi katong upacara adat budaya pataheri dan lainnya tetap katong lakukan sebagai budaya yang tidak bisa katong tinggalkan”.*

Apa yang disampaikan diatas tidak berbeda dengan yang diungkapkan oleh kepala pemuda Negeri Nuanea, bapak Saka Pia, tentang pandangan orang Nuaulu terhadap budaya Pataheri dalam modernisasi atau perubahan sosial bahwa;

*“Katong sangat mengharapkan adat dan budaya yang dimiliki orang Nuaulu tetap terjaga, karena ini merupakan warisan para leluhur yang seng bisa dihilangkan, bagi kami perubahan boleh saja terjadi tetapi adat tetaplah adat, tradisi tetap tradisi yang terus kita pegang sebagai kekuatan kita, jadi seberapa kuat arus modernisasi tapi katong tetap tanamkan nilai-nilai budaya Nuaulu di dalam hati dan pikiran setiap anak Nuaulu”.*

Pemikiran diatas menunjukkan betapa orang Nuaulu sangat menjunjung tinggi falsafah budaya para leluhurnya, sehingga walaupun telah dimasuki oleh arus modernisasi tapi mereka tetap eksis dengan budaya lokalnya, dimana mereka selalu mensosialisasikan tentang nilai budayanya baik itu pataheri maupun budaya lainnya kepada anak-anak karena bagi mereka kebudayaannya adalah yang terbaik.

### **Eksistensi Budaya Lokal Ditengah Arus Modernisasi Melalui Pelestarian Tradisi Pataheri**

Budaya lokal nusantara erat kaitannya dengan kebudayaan nasional, oleh sebab itu maju mudurnya kebudayaan nasional sebagai budaya bangsa Indonesia sangatlah tergantung pada eksistensi dari kebudayaan lokal yang ada di daerah-daerah. Untuk itu upaya pelestarian sangatlah penting bagi generasi muda skarang ini, agar nilai-nilai budaya lokal masyarakat adat tidak terkikis dengan perkembangan modernisasi. Suku Nuaulu yang syarat dengan adat istiadat dalam perjalanan hidupnya tidak terlepas dari berbagai tradisi/ritual hidup setiap masyarakatnya. Suku Nuaulu yang mendiami pulau Seram bagian selatan dengan salah satu adat istiadat yang mengandung nilai-nilai luhur adalah tradisi Pataheri. Pataheri mengandung nilai-nilai seperti kekeluargaan, kebersamaan, gotong royong, dan rasa syukur kepada sang pencipta. Oleh sebab itu tradisi Pataheri ini menurut hemat penulis harus tetap dilestarikan oleh generasi Nuaulu sebagai sebuah identitas suku Nuaulu, karena saat prosesi pataheri ini selesai dilaksanakan adalah pengukuhan dengan pemasangan Karinunu yaitu kain berang merah yang diikat dikepada

setiap laki-laki dewasa suku Nuaulu. Dan inilah ciri khas sukunya yang berbeda dengan masyarakat diluar komunitasnya.

Pelestarian dan penguatan kapasitas masyarakat adat dalam upaya menjalankan dan mempertahankan budaya lokalnya adalah dengan tetap tidak terpengaruh dengan berbagai perkembangan modernisasi dewasa ini dalam mempertahankan eksistensi budaya pataheri, yaitu dengan melakukan langkah-langkah sebagai berikut;

1. Melakukan koordinasi dengan pemerintah daerah untuk mengambil kebijakan dalam bentuk pengembangan pariwisata budaya, agar tradisi Pataheri dapat dijadwalkan dan disaksikan proses ritualnya oleh semua lapisan masyarakat (wisata dalam negeri dan luar negeri) setiap tahun.
2. Mengkaji dan memberikan masukan bagi Pemerintah Daerah dalam hal ini Dinas Pendidikan dan Kebudayaan agar dapat dimasukkan sebagai pelajaran muatan lokal di sekolah-sekolah menengah umum.

Eksistensi budaya lokal harus dibangun kapasitasnya oleh masyarakat adat Nuaulu dengan tetap mempertahankan nilai-nilai budaya lokal masyarakatnya dari berbagai terpaan arus modernisasi dengan selalu merencanakan, melaksanakan dan mengevaluasi setiap ritual tradisi budaya lokalnya. Hal ini dilakukan sebagai langkah konkrit menghadapi banyaknya ancaman dan pengaruh masuknya arus modernisasi yang demikian deras terhadap kebudayaan lokal. oleh sebab itu harus ada hubungan sinergi dan kerjasama yang baik antara pemerintah daerah, sekolah LSM, Pemerhati budaya dan masyarakat adat dalam menyuarakan penguatan dan pelestarian budaya lokal masyarakat adat Maluku kepada generasi sekarang ini.

## **Simpulan**

Tradisi Pataheri memiliki dua makna yaitu mengalihkan status seorang anak laki-laki dari masa kanak-kanak ke masa dewasa, serta adanya pengakuan masyarakat secara yuridis formal terhadap hak dan kewajiban seorang anak laki-laki Nuaulu. Karena itu ditengah kemajuan dewasa ini orang Nuaulu terus berbenah diri. Dimana orang Nuaulu berpandangan bahwa perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi bukan merupakan alasan untuk merubah bentuk dan wujud dari adat dan budaya Nuaulu.

Menghargai dan melestarikan budaya Nuaulu terkhusus budaya Pataheri, merupakan langkah yang harus ditempuh oleh semua pihak baik oleh Pemerintah, LSM, pemerhati budaya, sekolah maupun oleh masyarakat Nuaulu sendiri, dimana mereka terus mensosialisasikan nilai-nilai budaya dimaksud kepada anak-anaknya sejak mereka masih kecil karena dalam anggapan mereka kebudayaan Nuaulu adalah yang terbaik sehingga perlu dirawat dan lestarian.

### Daftar Pustaka

- A. Muchaddam Fahham. (2016). Sistem Religi Suku Nuaulu di Pulau Seram Maluku Tengah. *Aspirasi: Jurnal Masala-Masalah Sosial*, 7(1), 17–32. Retrieved from <http://jurnal.dpr.go.id/index.php/aspirasi/article/view/1277>
- Ellya Rosana. (2011). Modernisasi dan Perubahan Sosial. *TAPIS*, 7(12), 30–47.
- Johan Tanamal dan Lodewyk Nahuway. (2022). Pernikahan Dini dan Marginalisasi Perempuan Nuaulu. *PUBLIC POLICY; Jurnal Aplikasi Kebijakan Publik Dan Bisnis*, 3(1), 72–90. <https://doi.org/https://doi.org/10.51135/PublicPolicy.v3.i1.p72-90>
- Maran, R. R. (2007). *Manusia dan Kebudayaan Dalam Perspektif Ilmu Budaya Dasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Murdiyanto Eko. (2020). *Sosiologi Pedesaan, Pengantar Untuk Memahami Masyarakat Desa*. Yogyakarta: Yogyakarta Press.
- Qurtuby Al Sumanto dan Lattu Izak. (2019). *Tradisi dan Kebudayaan Nusantara*. Semarang: eLSA Press.
- Rahma Satya Masna Hatuwe\*, Kurniati Tuasalamony, Susiati, Andi Masniati, S. Y. (2021). Modernisasi Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Desa Namlea Kabupaten Buru. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(1), 84–96.
- Sarinah. (2019). *Ilmu Sosial Budaya Dasar* (Cetakan Pe). Sleman: Deeplish.
- Soekanto, S. B. (2014). *Sosiologi Suatu Pengantar* (42nd ed.). Jakarta: Raja Press.
- ST. Asnaeni. (2016). Eksistensi Nilai Sosial Budaya "A' Dengka pada" Dalam Acara Perkawinan Masyarakat Kelara Kabupaten Jeneponto. *SEMINAR NASIONAL "Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial Membentuk Karakter Bangsa Dalam Rangka Daya Saing Global,"* 49–60.
- Suparno, Geri Alfikar, Dominika Santi, V. Y. (2018). Mempertahankan Eksistensi Budaya

Lokal Nusantara Ditengah Arus Globalisasi Melalui Pelestarian Tradisi Gawai Dayak Sintang. *Pekan*, 3(1), 43–56. Retrieved from <https://jurnal.stkipersada.ac.id/jurnal/index.php/PEKAN/article/view/144>

Trisma Hidayanti, E., Ginting Suka, I., & Sudiarna, I. G. P. (2018). Eksistensi Ritus Gawe Pati Pada Masyarakat Wetu Telu di Dusun Bayan Beleq, Desa Bayan, Kecamatan Bayan, Kabupaten Lombok Utara. *Humanis*, 22, 57. <https://doi.org/10.24843/jh.2018.v22.i01.p09>

Implementation of Parking  
Retribution and Illegal Parking  
Management and Their Effect on  
Original Local Government  
Revenue

Muhammad Amin Wattimena<sup>1)</sup>  
Diana Puturu<sup>2)</sup>

<sup>1,2)</sup> Prodi Adm. Niaga STIA Said Perintah  
[wattimenamuhammadamin@gmail.com](mailto:wattimenamuhammadamin@gmail.com)



LPPM STIA Said Perintah

Volume 3, No. 2, September 2022

<https://stia-saidperintah.e-journal.id/ppj>

**Abstract**

*This study aims to determine and analyze the effect of the application of retribution be parking of effect and ilegal parking manajement to against original local government revenue. The determination to take the number of respondents (sample) in this study was carried out using the census technique. Data recovery was carried out to employees from the central district of the Moluccas transportation agency with a population of 40 respondents. The collected data were analyzed by multiple linear regression analysis. The result shows that implementation retribution be parking of effect to against original local government revenue. The results of testing proved that all hypotheses in this study were accepted.*

*Keywords : Retribution of Parking,  
Ilegal Parking  
Management, Original  
Local Government Revenue*



## **Introduction**

Basically, national development is aimed at creating a somewhat prosperous, distributed and simple enterprise in Indonesia, increasing the standard of living in society intelligence and welfare. National development is expected to be carried out equally for everyone, that is in accordance with the principles of social justice. Therefore, the local government as a development facilitator in the area must be able to collect funds and implement development, in the development of certain areas. Considering that Indonesia is a country with a very wide area consisting of thousands of islands and different cultural, social and economic conditions between each region, it requires a more effective regional development system. Facing such conditions, the central government grants autonomy to local governments which are intended so that regions can regulate and manage their own households. The principle of granting regional autonomy by the Central Government to Regional Governments is basically to assist the central government in running the Regional Government in order to be able to finance regional development. This is one of the demands for a change into a clean government due to the widespread practice of bad government officials (Surijadi & Tamaela, 2018)

An area is formed based on considerations of socio-economic capabilities, regional potential, socio-cultural, social and political, population, region and other considerations that enable the implementation of regional autonomy. This is as stated in Law Number 32 of 2004 concerning regional administration, namely; regional autonomy is the right, authority, and obligation to regulate and manage government affairs and the interests of the local community on their own in accordance with statutory regulations.

An area is formed according to the consideration of socio-economic capacity, regional potential, social culture, socio-political area, population, regional surface area and other considerations that allow the implementation of regional autonomy. This is shown in Law Number 32 of 2004 concerning regional government, namely; regional autonomy is the right, the authority and obligation of the Region to regulate and manage government affairs and the interests of the community in accordance with regulations.

A region that has a genuine regional income, which is sufficient for careful care for your home and will create people 's welfare. Therefore, to support the increase of regional original income within the framework of regional autonomy, efforts have been made to

increase the amount of regional income. However, original local government revenue (ROI), which is a source of revenue from the region itself, must continue to be increased so that it can contribute to a share of the costs required to regulate local government in Central Maluku District. Regional original income in accordance with the provisions of Article 157 of Law Number 32 of 2004 which includes;

1. Regional Taxes

According to Mardiasmo, (2002) say that local taxes are taxes collected by the regions based on tax regulations set by the regions (local governments) through the interests of local government household financing.

2. Regional levies

According to Syamsi, (1994) say that regional levies are contributions from certain communities (affiliates) determined in accordance with state regulations and the results are immediately displayed and implemented.

3. The results of national companies that are legal entities and the results of the administration of separated state assets.

Related to the research that the author did, the following will present the results of previous research relating to the main problem of this research as a reference material, including: research conducted by Sheila Ratna Dewi, (2013) with the title: the role of parking fees in increasing local revenue in poor city. The results of this study reveal that parking fees do not play a big role compared to local fees or local taxes in the city of Malang.

The results of an empirical study by Asmarani, (2016) show that parking fees are able to contribute to the original local government revenue of Bone Regency in the period 2013, 2015 and 2016 while there is no parking fee contribution in the period 2012 and 2014. This shows that there is no influence absolute difference between parking retribution and original local government revenue in Bone Regency.

The other empirical studies by Aprilianti, Hapid, & Q, (2018) shows that there is a significant influence between parking fees on local revenue in Palopo City. These results are supported by the results of research by Anis Fitri Purnamasari, (2020) and H. Dani Rachman, (2021) who prove that parking fees have a significant effect on original local government revenue. However, there are also empirical studies which state that the results are not in

line with the results of the studies above. This was conveyed by Gustika, (2018) and Halim, (2022) who stated that parking fees had no effect on original local government revenue.

The evidences above express that parking retribution are not the absolute factors affecting to income original area because contradictory research was found. Therefore, the ambivalence of the results of these studies should be reviewed to minimize the ambivalence. This is the background of the author to conduct replication research. This research is expected to contribute in explaining the implementation of parking retribution dan ilegal parking dan their effect to original local government revenue.

## **Library Review**

### **Parking Retribution**

According to Article 1 of Regulation No. 64 the PDRD Law, which is quoted from Kesit Bambang Prakosa, (2005) say that regional taxes and levies, referred to as taxes and levies, are regional taxes and levies, which are retributions for certain services and permits granted and/or granted by the regional government, specifically for the benefit of individuals or legal entities. Meanwhile, based on Law No. 2 of 2009 about Traffic and Parking is a condition where the vehicle is stopped or not moving for a while and is abandoned by the driver. Furthermore, in the provisions of Law Number 28 of 2009 concerning regional taxes and regional levies. Chapter I of the general provisions of Article 1 clause 32, what is meant by parking is an immovable condition or a vehicle that is not temporary.

### **Illegal Parking Management**

Government Regulation Number 43 of 1993 concerning Article 66 prohibits anyone from using roads that can harm freedom and endanger road safety or damage roads. Monitoring is an integral part of management, so it is necessary to monitor vehicle running time , which can be done in the following ways;

1. Parking attendant or traffic police. Free and limited parking spaces should be checked regularly.
2. With parking meter Meters are installed in each SRP.
3. With parking board/plate. In principle the same as the parking meter.

## **Original Local Government Revenue**

According to Law Number 33 of 2004 concerning the financial balance between the central and regional governments, the definition of regional income is an additional right recognized by the regional government as the value of net assets during the period concerned. Those from these areas will be collected in accordance with local laws and regulations.

## **The Effect of Parking Retribution and Illegal Parking Management on Original Local Government Revenue.**

An area has a sufficient source of regional income, it is easy to take care of the family and prosper the community. In order to support the increase in regional original income as part of realizing regional autonomy, efforts are made to increase the level of regional income itself. However, Regional Original Revenue (ROI) is a source of regional revenue itself and must continue to be increased to cover some of the costs of establishing a local government. In the implementation of regional autonomy, physical factors have a major influence on the financing of state activities. In order for the function of the state government to be carried out as well as possible and to run its own budget fairly, it must be balanced with the provision of sufficient sources of income for the regions, and the amount must be balanced with the distribution of powers. In accordance with the applicable laws and regulations for the relevant regions. In addition, local governments must be able to find sources of income from the regions. Thus, the source of income for the 4,444 regions can be in the form of gifts from the central government or sources of 4444 regional revenues.

To increase original local government revenue (ROI), every regional manager must be able to explore sources of regional income other than central government revenues. One of the services deemed important to increase local revenue from Dispenag is parking levies and the management of illegal parking spaces.

In this section the researcher will present a literature review in previous research that is closely related to this research namely; research conducted by Sheila Ratna Dewi, (2013) with the title; The role of parking fees in increasing the original income of areas in the city of Malang. The problem examined in this study focuses on the contribution of parking fees increasing local revenue. Then in a previous study conducted by Hendry, (2012). This

research focuses on parking management. The results of this study reveal business actors have not carried out their responsibilities properly because business actors are trying to avoid their responsibilities.

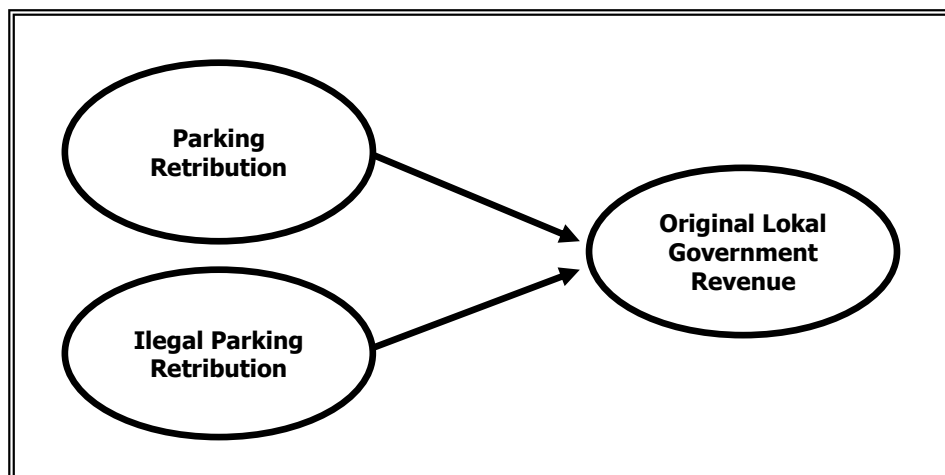
The results of an empirical study by Asmarani, (2016) show that parking fees are able to contribute to the original local government revenue of Bone Regency in the period 2013, 2015 and 2016 while there is no parking fee contribution in the period 2012 and 2014. This shows that there is no influence absolute difference between parking retribution and original local government revenue in Bone Regency.

The other empirical studies by Aprilianti, Hapid, & Q, (2018) shows that there is a significant influence between parking fees on local revenue in Palopo City. These results are supported by the results of research by Anis Fitri Purnamasari, (2020) and H. Dani Rachman, (2021) who prove that parking fees have a significant effect on original local government revenue. However, there are also empirical studies which state that the results are not in line with the results of the studies above. This was conveyed by Gustika, (2018) and Halim, (2022) who stated that parking fees had no effect on original local government revenue.

Based on the theoretical study above, the hypothesis we propose is parking retribution and illegal parking management have a positive effect on original local government revenue in Maluku Regency.

### Research Model

To be able to set clear boundaries for each concept in this paper and simplify thinking on the main problem of this research, the concept of thinking that the author uses is as follows: framework theory, parking retribution, original local government revenue and illegal parking management. The empirical model of this research can be seen in the following figure.



## Research Methods

This research can be classified as an explanatory study that aims to analyze the effect of parking fees and illegal parking management on original local government revenue (ROI). The population in this study were employees at the Department of Transportation, Central Maluku Regency. According to Sugiyono, (2017) the sample is part of the number and characteristics of the population. The sampling technique is to use probability sampling, which is a sampling technique that offers equal opportunities for each element or member of the population to be displayed. The determination to take the number of respondents (sample) in this study was carried out using the census technique, which means that there was no sampling because the entire total population was used as the search champion. Data recovery was carried out to employees from the central district of the Moluccas transportation agency with a population of 40 respondents.

The analytical tool used to solve this research problem is the use of various linear regression analysis tools. On the other hand, the operational definition of this research is as follows; In accordance with the provisions of Article 1, Number 64 of the DPDR Law, quoted by Kesit Bambang Prakosa, (2005) territorial contributions are now called remunions which are Territorial contributions. As payment for special services or or granting some special or special licenses and/or supplied by local governments for the benefit of persons or entities. According to Law Number 2 of 2009, relating to traffic, parking is a situation where the vehicle stops or does not move for a while and crosses the driver. Although the definition of local revenue (ROI) according to the law is income earned from the region is collected under local regulations, in accordance with regulations.

The independent variable (X1) is parking fees with the following indicators: refund collection procedure, supervision increases retribution, management in increasing levy receipts, effectiveness and efficiency, parking fee contribution. Variable (X2) is illegal parking management with the following indicators; less land, lack of agency coordination, illegal parking attendant. The dependent variable (Y) is local revenue with the following indicators; local tax results, regional levies, results of separated regional ewalth management. To facilitate the evaluation of respondent's answers, we have set five evaluation criteria, ranging from 1 point (not applicable at all) to 5 points (fully applicable). Then averaged the

responses of each respondent to make it easier to assess the average response, then the interval is 5. The formula used by Riduwan, (2003) is as follows;

$$P = \frac{\text{Range}}{\text{Many Classes Interval}}$$

Description.

Range : Highest value - Lowest value

Many intervals : 5

According to the statistical formula above, the length of the class interval can be calculated as follows;

$$P = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Based on the evaluation criteria after calculating the interval, the results obtained are;

4,20 - 5,00 = Very Good (VG)

3,40 - 4,10 = Good (G)

2,60 - 3,39 = Less Good (LG)

1,80 - 2,95 = Bad (B)

1,00 - 1,79 = Very Bad (VB)

### **Respondent's Perception of Parking Retribution Variable**

Respondent's perception of parking retribution variable consists of 9 questions. The following are the results of the questionnaire based on the respondent's statement about parking fees. Distributing questionnaires on the parking levy variable which is the X1 variable consisting of 9 questions asked, the average value obtained from each item includes. Based on the data in the table above, respondents' perceptions of the variable parking fees are very important and have a significant effect on original local government revenue. This can be proven by looking at the overall average of the questions, which is 3.86, which lies in the interval 3.40-4.19. Based on the data in the table above, the variable of respondent's perceptions of illegal parking has a significant effect on original local government revenue. This can be proven by looking at the overall average of the questions which is 3.77 and located in the interval 3.40-4.19 .

### **Respondent's Perceptions of Original Local Government Revenue.**

Respondents perception on the original local government revenue variable consists of 14 questions. The following is the result of a questionnaire from respondents statements about the perception on the original local government revenue. Based on the respondent's responses to original local government revenue in the table above, it can be seen that most of the respondents said that it were influenced by parking retribution, the average score for all questions was 3.55, which is 4.19 for an interval of 3:40. It means that parking retribution as a sector of local income are very influential on increasing original local government revenue.

### **The Effect of Parking Retribution and the Impact of Illegal Parking Management on Increasing Original Local Government Revenue**

To determine the effect of parking fees and illegal parking management on local revenue, it can be determined using multiple regression analysis, regression coefficients, and t-test. Questionnaires that have been distributed to respondents are then calculated based on the number of questions asked from each variable, which consists of 9 questions on the parking retribution variable. 9 questions are also on the variable of illegal parking management and 14 questions on the variable of local government revenue.

### **Validity and Reliability Test**

Validity testing with a formal product moment approach shows that the correlation value is greater than r table (greater than 0.312) which means that all the questions asked are considered valid and very feasible to be analyzed to the next stage. Furthermore, the results of the reliability analysis in this study were carried out based on the value of the alpha cronbach coefficient. The results of the analysis show that each reliability coefficient value is greater than 0.6 so that the instrument used is considered reliable and deserves further analysis.

### **Multiple Linear Regression Analysis**

The results of the multiple linear regression analysis can then be displayed as follows;



### Results of Multiple Linear Regression Analysis

Variable	Regression Coefficient	t-Count	Probability
Parking Retribution (X <sub>1</sub> )	1.389	-	0.000
Illegal Parking Management (X <sub>2</sub> )	1.398	9.298	0.000
Constanta	1.552		
F count	86.447		
Adjusted R <sup>2</sup>	0.687		
R square	0.695		
R	0.833		

Based on the table above, a multiple regression equation can be made as follows;

$$Y = 1552 + 389 + 1.398X$$

Thus the equation can be explained;

1. The constant (a) 1.552 indicates that the amount of local revenue in Central Maluku Regency is also influenced by the parking retribution (X<sub>1</sub>) and illegal parking management (X<sub>2</sub>) or in other words it can be said that the amount of original local government income (Y) if the independent variable that affects is zero.
2. The coefficient of parking retribution (b<sub>1</sub>) shows that the parking retribution variable has an effect of 1.398, which means that the parking retribution variable has a positive effect on original local government revenue. Likewise with the management of illegal parking which has a positive effect of 1,389. This shows that if the variable parking fees and illegal parking management has increased by 1 unit, then the regional original income has also increased by 1.398.
3. The magnitude of the coefficient of determination (R<sup>2</sup>) of 0.695 shows that the parking retribution variable and the parking bar management simultaneously contribute 69.5 to changes in the original local government revenue variable in Central Maluku Regency, while the remaining 30,5% is a contribution from other variables that cannot observed.

### Hypothesis Test

The results of regression testing obtained the t-count value of 9.289 while  $\alpha = 0.05$  and  $df = 38$  then the t-table = 1.685 was obtained because  $t\text{-count} > t\text{ table}$  so that it was proven that partially the parking retribution variable and illegal parking management had a significant effect on the variable. Original local government revenue in Central Maluku

Regency, thus the hypothesis which states that it is suspected that parking levies and illegal parking management variables affect original local government revenue in Central Maluku Regency can be accepted and has been tested statistically.

## **Discussion**

According to the results of simple linear regression calculations in this study, indicating that there is an influence between the variable parking fees and illegal parking management on the original local government revenue of Central Maluku Regency, the equation is  $1.552 + 1.398 X$ , which means that every one unit score on the effect is influenced by parking fees and management. wild parakeets is 1 398, for parking fees and illegal parking management a value of 1398 is obtained, which means that every time there is a change or addition to the value of the parking levy variable and the management of illegal parking is large 1 unit, there will be an increase in the original local government revenue variable of 1.398.

When we compare this with previous studies related to this study, it shows a very significant level of difference, which in this study shows that the parking levy variable and the management of illegal parking both have a positive and significant effect on original local government revenue. But in a previous study conducted by Sheila Ratna Dewi, (2013) where the problem studied in this study focuses on the contribution of parking fees to local revenue. The results of this study indicate that parking fees do not play an important role compared to local fees and local taxes in Malang city.

The same thing is also shown by a previous study conducted by Hendry 2012 which is related to this research with focuses on parking management. The results this study reveal that business actors have not carried out their responsibilities properly. The findings of this study also support the results of an empirical study by Aprilianti, Hapid, & Q, (2018); Anis Fitri Purnamasari, (2020) and H. Dani Rachman, (2021) who prove that parking fees have a significant effect on original local government revenue.

## Conclusion

Based on the results and discussion in this study, the following conclusions are drawn;

1. The identification of the two research variables that have been carried out shows that the distribution of respondent's answers to the two independent variables on the dependent variable varies but on average it is included in the good category.
2. Partially the indicators of the variable parking retribution and illegal parking management have a positive and significant effect and have a very contributive relationship to original local government revenue (ROR).
3. This research is expected to be used by the Department of Transportation of Central Maluku Regency in an effort to explore and manage sources of regional revenue, especially in the parking retribution sector.
4. This study has limitations because it is limited to only examining two independent variables with a number of respondents who are not too large. Based on this, the authors suggest that future research can include other variables that have the potential to affect original local government revenue with a larger number of respondents.

## Reference

- Anis Fitri Purnamasari, S. W. U. dan J. M. (2020). Pengaruh Retribusi Parkir dan Retribusi Pasar Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Pada Kabupaten Ngawi. *The 14th FIPA Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi Program Studi Pendidikan Akuntansi-FKIP Universitas PGRI Madiun*, 173, 176–181.
- Aprilianti, K., Hapid, H., & Q, M. Y. (2018). Pengaruh Retribusi Parkir Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Palopo. *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo*, 4(1), 25–34. <https://doi.org/10.35906/jep01.v4i1.292>
- Asmarani, M. J. dan. (2016). Analisis Kontribusi Retribusi Pelayanan Parkir di Tepi Jalanan Umum Terhadap Pendapatan Asli Kabupaten Bone. *Jurnal Ilmiah Al Tsarwah*, 1–13.
- Gustika, G. S. (2018). Pengaruh Retribusi Parkir Terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Indragiri Hulu. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(4), 114–122. <https://doi.org/10.34006/jmb.v7i4.27>
- H. Dani Rachman, M. I. dan N. S. R. (2021). Pengaruh Retribusi Parkir dan Retribusi

- Pelayanan Pasar Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Bandung Periode 2009-2019. *AKURAT Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 12(1), 117–130.
- Halim, A. dan R. (2022). Pengaruh Retribusi Pelayanan Pasar dan Retribusi Pelayanan Parkir Terhadap Peningkatan PAD Kabupaten Mamuju. *Growth: Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(1), 1–9.
- Hendry. (2012). *Analisis Tanggung Jawab Pengelola Parkir di Indonesia ditinjau dari Hukum Perlindungan Konsumen; Studi Putusan Pengadilan dan Perda No. 5 Tahun 1999*. Universitas Indonesia.
- Kesit Bambang Prakosa. (2005). *Pajak dan Retribusi Daerah*. Yogyakarta: UII Press.
- Mardiasmo. (2002). *Regional Autonomi And Regional Financial Management*. Yogyakarta: Andi.
- Riduwan. (2003). *Skala Pengukuran Variabel Penelitian* (Cetakan Ke). Bandung: Alfabeta.
- Sheila Ratna Dewi. (2013). *Peranan Retribusi Parkir Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kota Amalang* (Universitas Atma Jaya Yogyakarta). Retrieved from <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/130118/Memoria.pdf>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Surijadi, H., & Tamaela, E. Y. (2018). The Effect of Accountability, Transparency, Openness, Fairness and Competition on Effectiveness and Efficiency of E-Procurement in Maluku Provincial Procurement Services Unit. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 79(7), 113–122. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2018-07.12>
- Syamsi. (1994). *Dasar-Dasar Manajemen dan Organisasi*. Jakarta: Rineka Cipta.