

## ANALISIS PEMILIHAN ASOSIASI JASA KONSTRUKSI BERDASARKAN PERSEPSI KONTRAKTOR DI PALANGKA RAYA

### CONSTRUCTION SERVICES ASSOCIATION SELECTION ANALYSIS BASED ON CONTRACTOR'S PERCEPTIONS IN PALANGKA RAYA

Subrata Aditama K.A. Uda\*<sup>1</sup>, Apria B.P. Gawei<sup>2</sup>, Rr. Ratna Dewi<sup>3</sup>

\*Email: [subrataaditama@jts.upr.ac.id](mailto:subrataaditama@jts.upr.ac.id)

<sup>1</sup>Jurusan Teknik Sipil, Fakultas Teknik Universitas Palangka Raya

<sup>2</sup>Staf Pemerintah Daerah Kabupaten Kotawaringin Barat

---

**Abstrak**— Industri konstruksi di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan terutama pada bidang infrastruktur. Berdasarkan data statistik tahun 2020 menunjukkan kontribusi produk domestik bruto sektor konstruksi di Indonesia menempati peringkat ke-2 setelah negara Kamboja. Kondisi ini memberi peluang berdirinya beberapa organisasi dan asosiasi jasa konstruksi baru yang menaungi kontraktor sebagai syarat dalam mengikuti lelang proyek pemerintah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana variabel biaya, promosi, dan pelayanan berpengaruh terhadap keputusan dalam memilih asosiasi jasa konstruksi. Analisis penelitian menggunakan metode regresi linier berganda dengan jumlah sampel 377 responden dari 461 responden yang berasal dari kontraktor yang merupakan anggota asosiasi jasa konstruksi di Kota Palangka Raya. Hasil penelitian menemukan bahwa variabel biaya, promosi, dan pelayanan berpengaruh nyata terhadap keputusan anggota badan usaha dalam memilih asosiasi jasa konstruksi. Analisis statistik menunjukkan variabel biaya mempunyai pengaruh paling dominan dan sangat signifikan sebesar 0,546, selanjutnya variabel promosi dan pelayanan sebesar 0,275 dan 0,259. Ketiga variabel ini memiliki tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 (99%) terhadap keputusan anggota badan usaha dalam memilih asosiasi jasa konstruksi di Palangka Raya. Hasil penelitian ini mendukung teori yang menyatakan bahwa variabel biaya, promosi, dan pelayanan mempunyai pengaruh terhadap keputusan konsumen.

**Kata kunci** — *Asosiasi jasa konstruksi, Kontraktor, Biaya, Promosi, Pelayanan*

---

**Abstract**— The construction industry in Indonesia has experienced a significant increase, especially in the infrastructure sector. Based on the 2020 statistical data, it shows that the contribution of gross domestic product in the construction sector in Indonesia is in second place after Cambodia. This condition provides an opportunity for the establishment of several new construction service organizations and associations covering contractors as a condition for participating in government project tenders. This study aims to determine to what extent the cost, promotion, and service variables influence the decision in choosing a construction service association. The research analysis used a multiple linear regression method with a sample size of 377 respondents from 461 respondents who came from contractors who are members of construction services associations in the city of Palangka Raya. The results of this study found that the cost, promotion, and service variables had a significant effect on the decisions of business entity members in choosing construction service associations. Statistical analysis shows the cost variable has the most dominant and very significant effect of 0.546, then promotion, and service variables are 0.275 and 0.259. These three variables have a significance level greater than 0.05 (99%) for the decision of business entity members in choosing a construction service association in Palangka Raya. The results of this study support the theory which states that cost, promotion and service variables influence consumer decisions

**Keywords** — *Construction service associations, Contractors, Cost, Promotion, Service.*

---

## I. PENDAHULUAN

Pelaku sektor konstruksi di Indonesia mengalami peningkatan secara kuantitas, hal ini seiring dengan program pemerintah yang memprioritaskan pembangunan infrastruktur di semua wilayah untuk meningkatkan ekonomi dan membuka keterisolasian daerah-daerah pedalaman. Provinsi Kalimantan Tengah merupakan salah satu wilayah penyokong ibukota baru dengan letak geografis berada di tengah pulau Kalimantan. Kondisi ini menjadikan wilayah Provinsi Kalimantan Tengah menjadi pusat penghubung antar kota dan provinsi di seluruh Kalimantan, sehingga sarana infrastruktur menjadi prioritas utama dalam kegiatan pembangunan. Untuk mendukung program ini diperlukan peran organisasi jasa konstruksi dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas pelaku jasa konstruksi khususnya kontraktor pelaksana bangunan.

Terdapat beberapa asosiasi yang terdaftar di Lembaga Pengembangan Jasa Konstruksi Daerah (LPJK-D) Kalimantan Tengah, seperti, Gapensi (Gabungan Pelaksana Konstruksi Nasional Indonesia), Aspekindo (Asosiasi Pengusaha Konstruksi Indonesia), Gapeksindo (Gabungan Perusahaan Konstruksi Nasional Indonesia), Akaindo (Asosiasi Kontraktor Air Indonesia), Gapeknas Indonesia (Gabungan Pengusaha Kontraktor Nasional Indonesia), Gabpeknas (Gabungan Perusahaan Kontraktor Nasional), Aspeknas (Asosiasi Pelaksana Konstruksi Nasional) dan AKLI (Asosiasi Kontraktor Listrik dan Mekanikal Indonesia). Asosiasi ini berperan dalam membantu kontraktor untuk memiliki Sertifikat Badan Usaha (SBU) yang berfungsi sebagai syarat utama dalam mengikuti lelang proyek-proyek pemerintah. Selain itu asosiasi juga berperan dalam pengembangan kualitas kontraktor melalui pelatihan dan pembinaan tenaga pelaksana sehingga memiliki keterampilan dan keahlian yang sesuai standar nasional.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

Asosiasi jasa konstruksi merupakan organisasi dari himpunan pengusaha atau perusahaan jasa konstruksi baik berbentuk perseroan komanditer (CV) maupun perusahaan terbatas (PT) yang berbadan hukum serta memiliki kualifikasi pekerjaan yang bersifat umum atau spesialis dan juga memiliki keterampilan dan keahlian di bidang konstruksi [1].

Pemilihan asosiasi sebagai wadah pengembangan bagi kontraktor sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti biaya, pelayanan dan kemudahan, serta manfaat yang diberikan secara langsung kepada para anggotanya. Biaya merupakan faktor utama untuk menghasilkan pemasukan bagi pemberi jasa dan diharapkan akan memberikan manfaat bagi penerima jasa [2] [3]. Melalui biaya yang diberikan pihak konsumen akan mendapatkan apa yang diinginkan untuk mencapai tujuan tertentu [4]. Besarnya biaya yang dibebankan kepada calon anggota sangat menentukan dalam keputusan memilih asosiasi [5]. Besaran biaya yang dibebankan kepada anggota oleh masing-masing asosiasi sangat bervariasi dan umumnya tergantung dari jenis kualifikasi badan usaha tersebut.

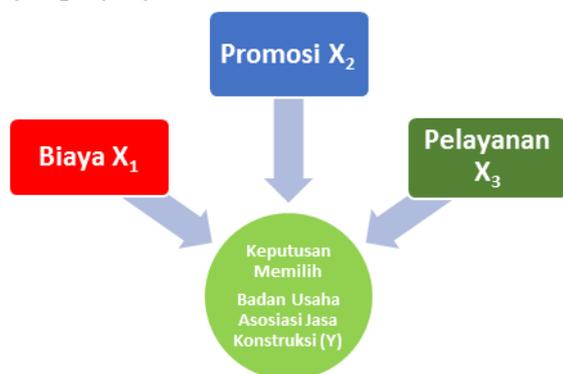
Faktor pelayanan dan kemudahan yang diberikan oleh asosiasi juga memberikan dampak besar dalam mempengaruhi pemilihan. Pelayanan yang lebih memperhatikan kebutuhan calon anggota serta sikap, kecepatan layanan dan perilaku yang baik akan memberikan daya tarik bagi calon anggota untuk ikut bergabung ke dalam asosiasi. Pelayanan yang optimal akan memberikan dampak terhadap pertumbuhan dan keberlangsungan bagi asosiasi [6] [7]. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh mutu pelayan yang baik [8]. Terdapat empat metode pengukuran kepuasan pelanggan yang salah satunya dengan mengetahui keluhan dan saran dari konsumen [9] [10]. Beberapa teknik pelayanan dapat mempengaruhi keputusan memilih asosiasi sehingga anggota badan usaha jasa konstruksi menjadi tertarik terhadap asosiasi yang ditawarkan. Seperti halnya kemudahan mendapatkan informasi, keramah tamahan, ruang yang menyenangkan, proses cepat dan mudah.

Selain biaya dan pelayanan, faktor manfaat menjadi anggota dari asosiasi juga sangat mempengaruhi penentuan sikap calon anggota. Peran promosi oleh masing-masing asosiasi akan menarik minat bagi para calon anggota. Strategi promosi yang tepat baik melalui media cetak maupun elektronik akan menarik lebih banyak konsumen [11][12]. Promosi merupakan sarana komunikasi yang berisi informasi bagi konsumen tentang keunggulan produk [13][14]. Strategi komunikasi pemasaran yang tepat dan terukur akan mempengaruhi konsumen untuk menerima dan loyal pada produk tersebut [15][16]. Salah satu strategi promosi dengan memberikan insentif atau diskon kepada konsumen dalam jangka waktu yang terbatas [17][18].

Industri konstruksi Indonesia yang semakin maju dan pesat perkembangannya terlebih setelah ditetapkannya Undang-Undang Jasa Konstruksi nomor 2 tahun 2017 sebagai payung hukum akan berdampak pada banyaknya asosiasi yang terdaftar di LPJK [19]. Kondisi ini menumbuhkan persaingan yang ketat dalam merebut minat anggota sebagai konsumen bagi asosiasi. Untuk itu pentingnya mengetahui minat dan persepsi kontraktor sebagai konsumen dalam menentukan pilihan asosiasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang dominan dari ketiga variabel pengaruh pemilihan asosiasi diantaranya variabel biaya, promosi, dan pelayanan. Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat menghasilkan preposisi-preposisi empirik yang memungkinkan dikembangkan lebih lanjut menjadi teori, guna menambah khazanah ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi, khususnya dunia konstruksi.

### Kerangka Konseptual

Gambar-1 menjelaskan alur kerangka konseptual yang menunjukkan bahwa keputusan memilih asosiasi anggota badan usaha tidak terlepas dari pengaruh variabel biaya, promosi, dan pelayanan. Penetapan biaya yang sesuai, promosi yang menarik, dan pelayanan yang baik merupakan dasar bagi pertimbangan para anggota dalam memilih asosiasi jasa konstruksi. Dalam implementasinya setiap asosiasi jasa konstruksi seperti Gapensi, Gapeksindo, Aspekindo, Gapeknas, Inkindo, Gabpeknas Indonesia, Aspeknas, dan AKLI secara kompetitif menyediakan dan menawarkan segala kelebihannya asosiasinya kepada calon anggota (kontraktor), agar tertarik untuk menjadi anggotanya dan tetap loyal sehingga memberikan pemasukan yang maksimal melalui iuran anggota dan proses sertifikasi badan usaha. Banyaknya anggota akan memberikan dampak positif bagi keberlangsungan asosiasi dalam jangka panjang.



Gambar-1. Kerangka konseptual penelitian.

Anggota badan usaha sebelum mengambil keputusan untuk memilih asosiasi jasa konstruksi sangat dipengaruhi oleh variabel yang melekat pada asosiasi dan karakteristik yang mewakili keinginan dari anggota badan usaha yaitu: biaya, Promosi yang tepat sasaran, dan cara pelayanan yang baik sehingga menimbulkan kenyamanan dan kemudahan memperoleh informasi. Hubungannya dengan tujuan penelitian dapat dikatakan bahwa variabel biaya ( $X_1$ ), promosi ( $X_2$ ), dan pelayanan ( $X_3$ ) mempunyai pengaruh terhadap keputusan anggota badan usaha dalam memilih asosiasi jasa konstruksi ( $Y$ ) yang ada di wilayah Palangka Raya.

### III. METODE

Analisis penelitian menggunakan metode Regresi dengan sampel data kuantitatif atau data kualitatif yang dikuantitatifkan dengan cara skoring. Terdapat 2 sumber data yaitu data primer (data biaya, promosi, pelayanan dan keputusan memilih asosiasi jasa konstruksi), sedangkan data sekunder berupa gambaran umum dengan cara wawancara, angket dan dokumentasi terhadap masing-masing asosiasi dan LPJK-D Kalimantan Tengah. Jumlah responden sebanyak 461 badan usaha yang berasal dari 7 (tujuh) asosiasi jasa konstruksi yaitu Gapensi, Aspekindo, Gabpeknas, Gapeksindo, Aspeknas, Akaindo, dan AKLI yang terdaftar di wilayah Kota Palangka Raya. Teknik pengambilan sampel secara proporsional stratifikasi dan *cluster random sampling* yaitu secara acak dan merata berdasarkan masing-masing asosiasi jasa konstruksi di Palangka Raya.

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara satu atau lebih variabel bebas ( $X$ ) dengan variabel tergantungan ( $Y$ ) baik secara bersama-sama maupun individual, maka alat analisis yang relevan adalah regresi berganda. Analisis ini dibantu dengan menggunakan program SPSS versi 24. Persamaan dari model fungsi regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e \quad (1)$$

dimana:

$Y$  = keputusan memilih asosiasi jasa konstruksi

$X_1$  = biaya

$X_2$  = promosi

$X_3$  = pelayanan

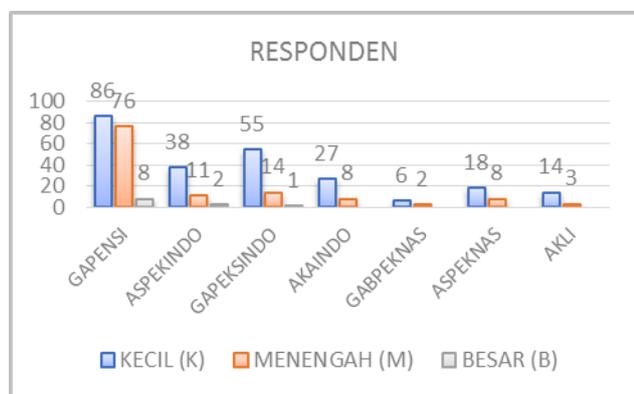
### Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tinjauan teoritis, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Keputusan anggota badan usaha dalam memilih asosiasi jasa konstruksi di Palangka Raya secara bersama-sama dipengaruhi oleh biaya, promosi, dan pelayanan.
2. Keputusan anggota badan usaha dalam memilih asosiasi jasa konstruksi di Palangka Raya secara dominan dipengaruhi oleh biaya.

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Terdapat 377 responden atau sebesar 81,78% dari 461 data responden di LPJK Kalteng yang diterima untuk dianalisis. Jumlah ini melebihi batas minimum sebesar 272 responden yang mengacu pada rumus *Isacc dan Michael* dengan tingkat kesalahan 1% [20].



Gambar-2. Jumlah responden berdasarkan asosiasi jasa konstruksi.

Gambar-2 menunjukkan jumlah responden berdasarkan jenis Asosiasi Jasa Konstruksi, dimana jumlah anggota terbanyak terdapat pada asosiasi Gapensi sebanyak 45% dari total responden. Selanjutnya 35% berasal dari asosiasi Gapeknas dan 14% dari Aspeknas. Jumlah responden terkecil berasal dari Gabpeknas sebanyak 2%.



Gambar-3. Persentase perusahaan berdasarkan kualifikasi.

Berdasarkan tingkat kualifikasi perusahaan (Gambar-3) sebanyak 65% berada pada kualifikasi Kecil (K) yang artinya sebagian besar perusahaan konstruksi di kota Palangka Raya hanya

mengerjakan proyek-proyek berskala kecil, sedangkan yang memiliki kemampuan mengerjakan proyek berskala menengah dan besar hanya sebanyak 35%. Hal ini menunjukkan perlunya perhatian khusus pemerintah daerah dalam meningkatkan kemampuan pada kontraktor kecil agar mampu bersaing dengan kontraktor menengah dan besar. Dimana dengan ditetapkannya Pulau Kalimantan sebagai lokasi ibukota negara baru, akan berdampak pada tingginya aktivitas konstruksi baik yang dibiayai oleh pemerintah maupun dari pihak swasta.

Tabel-1. Hasil pendugaan parameter fungsi keputusan

Variabel Dependen: Keputusan Memilih			
Variabel Independen	Koefisien Regresi	t-hitung	Keterangan
Konstanta (C)	-0.463	-2.361	Sig. 95%
Biaya (X <sub>1</sub> )	0.546	9.381	Sig. 99%
Promosi (X <sub>2</sub> )	0.275	4.048	Sig. 99%
Pelayanan (X <sub>3</sub> )	0.259	3.640	Sig. 99%
R-Square (R <sup>2</sup> )	0.893	-	-
F-hitung	572.161	-	Sig. 99%
Durbin-Watson	0.550	-	-

Keterangan:

$$t_{(0,025;210-3-1)} = \pm 1,960 \text{ (Pengujian dua arah)}$$

$$t_{(0,005;210-3-1)} = \pm 2,576 \text{ (Pengujian dua arah)}$$

$$F_{(0,05;210-3-1)} = 3,780 \text{ (Pengujian dua arah)}$$

Tabel-1 menyajikan hasil pendugaan parameter fungsi keputusan, menunjukkan bahwa nilai sidik ragam sebesar 572,161. Pada tingkat keyakinan 99%, maka  $F_{hitung} > F_{tabel} = 3,780$ , yang berarti bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang menyatakan bahwa variabel bebas biaya, promosi, dan pelayanan secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh yang nyata terhadap keputusan anggota badan usaha dalam memilih asosiasi jasa konstruksi di Palangka Raya. Dengan kata lain, bahwa model fungsi keputusan tersebut merupakan hubungan yang signifikan pada taraf keyakinan 99%.

Koefisien determinasi menunjukkan perubahan variasi total akan variabel dependen (variabel yang dijelaskan) dapat diterangkan oleh perubahan variabel-variabel independen. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,893, artinya sebesar 89,3% dari keragaman variabel dependen (keputusan) dapat diterangkan oleh variabel bebasnya. Sisanya 10,7% disebabkan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan di dalam model penelitian, namun semuanya tergabung di dalam variabel pengganggu.

Nilai  $t$ -hitung untuk variabel biaya pada Tabel-1 sebesar 9,381. Pada taraf kepercayaan 99%  $t$ -hitung  $>$   $t$ -tabel sebesar 2,576. Dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang menyatakan bahwa koefisien regresi sebesar  $b_1 = 0,546$  berbeda secara nyata dengan nol. Nilai  $t$ -hitung untuk variabel promosi sebesar 4,048 ternyata lebih besar dari nilai  $t$ -tabel yaitu 2,576 pada taraf kepercayaan 99% yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang menyatakan bahwa koefisien regresi  $b_2 = 0,275$  berbeda secara nyata dengan nol. Nilai  $t$ -hitung untuk variabel pelayanan sebesar 3,640 lebih besar dari nilai  $t$ -tabel = 2,576, yang berarti  $H_0$  ditolak yang menyatakan bahwa koefisien regresi  $b_3 = 0,259$  tidak berbeda secara berarti dengan nol.

Tingkat keeratan hubungan antara biaya keanggotaan asosiasi badan usaha ( $X_1$ ) dengan keputusan anggota badan usaha dalam memilih asosiasi jasa konstruksi ( $Y$ ) ditunjukkan oleh koefisien korelasi ( $r_{X_1.Y}$ ) = 0,931; artinya bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut sangat erat karena mendekati angka 1. Oleh karena koefisiennya bertanda positif berarti hubungan keduanya searah. Derajat hubungan antara promosi ( $X_2$ ) dengan keputusan anggota badan usaha dalam memilih asosiasi jasa konstruksi ( $Y$ ) ditunjukkan oleh koefisien korelasi ( $r_{X_2.Y}$ ) sebesar 0,908; artinya bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut sangat erat dan bersifat searah karena koefisiennya bertanda positif. Derajat hubungan antara variabel pelayanan ( $X_3$ ) dengan keputusan anggota badan usaha dalam memilih asosiasi jasa konstruksi ( $Y$ ) ditunjukkan oleh koefisien korelasi ( $r_{X_3.Y}$ ) sebesar 0,858; artinya bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut cukup kuat. Karena koefisien yang bertanda positif maka hubungan asosiasi kedua variabel itu bersifat arah.

Hasil analisis menunjukkan angka koefisien korelasi antar variabel bebas yang diperoleh yaitu:  $r_{X_1.X_2} = 0,916$ ,  $r_{X_1.X_3} = 0,848$ , dan  $r_{X_2.X_3} = 0,860$ . Semua koefisien di atas 0,7 dan bermakna pada tingkat keyakinan 99%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat gejala asumsi kolinearitas ganda pada model penelitian ini. Walaupun demikian, karena pengujian secara parsial maupun secara simultan menunjukkan bahwa semua  $t$ -hitung  $>$   $t$ -tabel dan  $F$ -hitung  $>$   $F$ -tabel, maka model fungsi keputusan memilih asosiasi jasa konstruksi di Palangka Raya ini masih dapat diterima sebagai model penelitian.

Hasil analisis menunjukkan nilai  $d_w$  sebesar 0,55. Dengan menggunakan aras kemaknaan 1% pada  $n = 210$  dan  $k' = 3$ , maka  $d_w < d_L$  atau  $0,55 < 1,48$ . Dengan demikian,  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Berarti ada autokorelasi positif di dalam model penelitian. Berdasarkan uji autokorelasi negatif ternyata  $d_w < 4 - d_U$  atau  $0,550 < 4 - 1,60$ . Dengan demikian,  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Yang berarti hasil pengujian menunjukkan tidak ada autokorelasi negatif di dalam model penelitian. Nilai  $d_w$  menunjukkan sebesar 0,550. Dengan menggunakan aras kemaknaan 1% pada  $n = 210$  dan  $k' = 3$ , ternyata  $d_U > d_w < 4 - d_U$  atau  $1,60 > 0,550 < 4 - 1,60$  yang berarti pengujian tidak dapat memberikan keputusan (*inconclusive*).

Hasil pengujian menunjukkan bahwa koefisien korelasi rank Spearman untuk variabel biaya ( $r_{s1}$ ) sebesar 0,940; untuk variabel promosi ( $r_{s2}$ ) sebesar 0,914 dan untuk variabel pelayanan ( $r_{s3}$ ) sebesar 0,868. Pada taraf keyakinan 95% semua pengujian menggunakan uji- $t$  untuk koefisien korelasi rank Spearman ( $r_{s1}$ ,  $r_{s2}$ ,  $r_{s3}$ ) adalah signifikan, karena koefisien korelasi rank Spearman semua berada di atas taraf signifikansi 0,05. Artinya, di dalam model penelitian terdapat gejala heteroskedastisitas.

## Pembahasan

Tabel-1 menunjukkan bahwa variabel biaya keanggotaan asosiasi badan usaha mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan anggota badan usaha dalam memilih asosiasi jasa konstruksi di Palangka Raya dengan koefisien regresi sebesar 0,546 nyata pada tingkat keyakinan 99%. Artinya apabila variabel biaya naik 1 satuan persepsi maka akan mengakibatkan keputusan anggota badan usaha untuk memilih asosiasi jasa konstruksi akan naik sebanyak 0,546 persepsi atau dengan kata lain keputusan akan berubah pada pilihan yang lain. Karena pengaruh variabel biaya tersebut positif, maka dapat dikatakan bahwa jika biaya asosiasi jasa konstruksi semakin tinggi, maka semakin tinggi pula tingkat pertimbangan anggota badan usaha untuk memilih asosiasi jasa konstruksi. Pertimbangan itu biasanya akan didasarkan pada kemampuan keuangan anggota badan usaha itu sendiri dibandingkan dengan daftar biaya yang telah ditetapkan masing-masing asosiasi jasa konstruksi. Jika biaya keanggotaan, biaya registrasi dan biaya sertifikasi cocok dan mendekati kemampuan keuangan, maka anggota badan usaha akan terdorong untuk segera memilih asosiasi jasa konstruksi.

Hasil analisis menunjukkan variabel promosi mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap keputusan anggota badan usaha dalam memilih asosiasi jasa konstruksi dengan koefisien regresi sebesar 0,275 signifikan pada tingkat keyakinan 99%. Artinya apabila variabel promosi bertambah 1 satuan persepsi, maka keputusan anggota badan usaha untuk memilih asosiasi jasa konstruksi akan naik sebesar 0,275 persepsi atau jika promosi naik maka keputusan akan tetap pada pilihan yang sudah ada. (tidak berubah). Pengaruh yang positif ini dapat juga dikatakan bahwa jika promosi terus-menerus dilakukan oleh asosiasi, semakin menambah keyakinan anggota badan usaha untuk memutuskan memilih asosiasi jasa konstruksi yang ada di Palangka Raya. Promosi memang harus dilakukan secara intensif di berbagai media (surat kabar) dengan tujuan untuk memberikan informasi asosiasi, mengajak dan mengingatkan kembali akan keberadaan asosiasi tersebut. Hal ini sesuai dengan Ref. [21] yang menyebutkan bahwa asimetri atau tidak berimbang informasi antar asosiasi dan anggota badan usaha dapat menyebabkan ketidaktahuan keberadaan asosiasi jasa konstruksi yang berdampak pada kegagalan pasar jasa konstruksi. Pemilihan promosi iklan koran dan media televisi merupakan alternatif dalam memperkenalkan asosiasinya ke calon anggota badan usaha. Semakin besar biaya yang dikeluarkan untuk mempromosikan asosiasinya maka anggota badan usaha akan lebih gampang mencari informasi mengenai asosiasi jasa konstruksi.

Hasil analisis juga menunjukkan bahwa variabel pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan anggota badan usaha untuk memilih asosiasi jasa konstruksi dengan koefisien regresi sebesar 0,259 nyata pada taraf kepercayaan 99%. Artinya, apabila faktor pelayanan bertambah 1 satuan persepsi, maka keputusan anggota badan usaha untuk memilih asosiasi jasa konstruksi akan naik sebanyak 0,259 persepsi atau jika pelayanan meningkat maka keputusan akan tetap pada pilihan yang sudah ada (tidak berubah). Dengan kata lain, jika pelayanan asosiasi terhadap anggota badan usaha dilakukan semakin baik, seperti kemudahan memperoleh informasi, keramah tamahan, cepat tanggap terhadap permasalahan anggota dan proses cepat. Maka semakin tinggi pula minat dan dorongan anggota badan usaha untuk memilih asosiasi jasa konstruksi. Anggota badan usaha akan lebih senang menjadi anggota asosiasi yang pelayanannya baik dan memperhatikan kepentingan tiap anggotanya.

Jika anggota badan usaha sudah merasa senang menjadi anggota asosiasi tersebut, maka akan terdorong untuk memilih asosiasi jasa konstruksi tersebut.

## V. PENUTUP

### A. Kesimpulan

1. Secara bersama-sama variabel biaya, promosi, dan pelayanan dengan nilai 0,564; 0,275 dan 0,259 lebih besar dari nilai batas signifikansi sebesar 0,05. Hal ini menunjukkan ketiga variabel tersebut berpengaruh nyata terhadap keputusan anggota badan usaha dalam memilih asosiasi jasa konstruksi di Palangka Raya.
2. Secara parsial semua variabel bebas (biaya, promosi, dan pelayanan) mempunyai pengaruh positif nyata terhadap keputusan anggota badan usaha dalam memilih asosiasi jasa konstruksi di Palangka Raya. Variabel biaya keanggotaan asosiasi badan usaha mempunyai pengaruh sangat signifikan terhadap keputusan anggota badan usaha dalam memilih asosiasi jasa konstruksi yang berarti jika biaya asosiasi jasa konstruksi semakin tinggi, maka semakin tinggi pula tingkat pertimbangan anggota badan usaha untuk memilih asosiasi jasa konstruksi. Variabel promosi juga berpengaruh positif terhadap keputusan anggota badan usaha dalam memilih asosiasi jasa konstruksi pada pilihan yang sudah ada. Variabel pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan anggota badan usaha untuk memilih asosiasi jasa konstruksi jika pelayanan asosiasi terhadap anggota badan usaha dilakukan semakin baik, seperti kemudahan memperoleh informasi, keramah tamahan, cepat tanggap terhadap permasalahan anggota dan proses cepat, maka semakin tinggi pula minat dan dorongan anggota badan usaha untuk memilih asosiasi jasa konstruksi.
3. Secara statistik variabel biaya keanggotaan asosiasi badan usaha mempunyai pengaruh paling dominan dan sangat signifikan terhadap keputusan anggota badan usaha dalam memilih asosiasi jasa konstruksi di Palangka Raya.

### B. Saran

1. Anggota badan usaha dalam memilih asosiasi jasa konstruksi pada dasarnya banyak dipengaruhi oleh faktor besarnya biaya dan pelayanan. Ada beberapa hal yang perlu

diperhatikan secara serius oleh asosiasi-asosiasi jasa konstruksi berkaitan dengan besarnya biaya. Biaya keanggotaan, biaya registrasi, dan biaya sertifikasi harus ditekan agar tiap anggota badan usaha yang sudah memutuskan memilih asosiasi jasa konstruksi tetap bertahan dan pelayanan terhadap anggota harus ditingkatkan.

2. Disarankan pula bahwa sebaiknya promosi yang dilakukan harus sering mengamati perilaku dari tiap anggota badan usaha agar mampu memahami betul apa yang menjadi keinginan dari tiap anggota badan usaha. Dalam penelitian ini ternyata asosiasi Gapensi adalah asosiasi yang banyak dipilih oleh anggota badan usaha jasa konstruksi di Palangka Raya. Alasan memilih asosiasi Gapensi karena biaya keanggotaannya terjangkau dan merupakan asosiasi pertama berdiri di Palangka Raya (paling lama dibandingkan asosiasi lain).

## ACKNOWLEDGEMENT

Ucapan terima kasih diberikan kepada Jurusan Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Palangka Raya yang telah memberikan ijin penelitian serta memfasilitasi penelitian ini. Demikian pula kepada Lembaga Pengembangan Jasa Konstruksi (LPJK) Daerah Kalimantan Tengah atas bantuan dan kesediaan dalam memberikan data penelitian. Ucapan terima kasih juga diberikan kepada semua responden dan asosiasi jasa konstruksi di Kota Palangka Raya atas kesediaan mengisi kuesioner dan wawancara sebagai data primer dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2000, *Usaha dan Peran Masyarakat Jasa Konstruksi*. Sekretariat Negara Republik Indonesia, Jakarta. 2000.
- [2] Yusup, A.L. Haryono, *Dasar-dasar Akuntansi jilid 1*, STIE YKPN, Yogyakarta. 2006.
- [3] Mowen, H., *Management Accounting, edisi 7*, Salemba Empat, Jakarta. 2006.
- [4] Mulyadi, *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Aditya Media. 2012.
- [5] Solihin I. *Pengantar Bisnis, Pengenalan Praktis dan Studi Kasus*, Jakarta: Kencana. 2006.
- [6] Adam R., Siahaan S., dan Aggraini T. *Persaingan dan Ekonomi Pasar di Indonesia*. Jakarta: Friedrich Naumann Stiftung, 2006
- [7] Mangkunegara P.A, *Perilaku Konsumen*, Edisi Revisi, Cetakan Ketiga, Bandung: Refika Aditama. 2005.

- [8] Muninjaya, A.A. Gde. *Manajemen Mutu Pelayanan Kesehatan*. Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC. 2013.
- [9] Malhotra K, Naresh, *Riset Pemasaran, Pendekatan Terapan*, Jilid Satu, Indeks, Jakarta. 2005.
- [10] Fandy T. and Gregorius C., *Service, Quality & Satisfaction*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2011.
- [11] Kotler, P. and Armstrong G. *Principles of marketing: global edition (14<sup>th</sup> ed.)*. New Jersey, US: Pearson Education, Inc. 2012.
- [12] Ginting, N.F., Hartimbul. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Yrama Widya. 2011.
- [13] Babin, Z. *Menjelajahi Riset Pemasaran. Edisi Kesepuluh*. Jakarta: Salemba Empat. 2011.
- [14] Sangadji, E.M. and Sopiah. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian. (17<sup>th</sup> ed.)*. Yogyakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 2013.
- [15] Walukow, A.L.P. dkk. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Bentenan Sonder Minahasa* Jurnal EMBA. 2014. 2: 1737-1749.
- [16] Sunyoto, D. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran: Konsep, Strategi, dan Kasus*. Yogyakarta, ID: CAPS. 2014.
- [17] Boyd, H.W., Orville C. W. and Jean-Claude Larreche. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan Imam Nurmawan. Jakarta: Erlangga. 2000.
- [18] Widagdo dan Herry *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Komputer pada PT. XYZ Palembang*. Jurnal Ilmiah STIE MDP. 2011. 1: 1-10.
- [19] Januardi R. and Pribadi K.S. *Kajian Aturan Pembayaran SubKontraktor oleh Kontraktor Utama Indonesia*, *Dinamika Rekayasa*, Vol. 16, No.1, hal. 21-31, 2020.
- [20] Sugiyono. *Metode penelitian pendidikan (pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D)*. Bandung, ID: Alfabeta. 2013.
- [21] Iwan N. *Pelaku Jasa Konstruksi Butuhkan Asuransi Resiko Kegagalan Proyek*, Buletin BPKSDM Departemen Pekerjaan Umum Periode April. 2007.