

ANALISIS ASPEK PEMASARAN PROYEK INFRASTRUKTUR DI INDONESIA (Studi Kasus: Proyek Pembangkit Listrik Skala Kecil, PLTMH Sulawesi Selatan)

Manlian Ronald A Simanjuntak¹⁾, Runsa Rinaldi²⁾

¹⁾Guru Besar dan Ketua Program Studi Program S2 Teknik Sipil
Universitas Pelita Harapan

²⁾ Program Studi S2 Teknik Sipil Universitas Pelita Harapan

Email: manlian.adventus@uph.edu, manlian.adventus@gmail.com, rinaldi35uph@gmail.com

Abstrak

Pembangunan infrastruktur merupakan urat nadi pertumbuhan ekonomi nasional. Infrastruktur menjadi salah satu aspek penting untuk mempercepat pembangunan ekonomi. Lebih dari itu, infrastruktur juga merupakan salah satu faktor penting penentu dalam pemerataan pembangunan dan kesejahteraan. Berikut ada beberapa jenis infrastruktur antara lain: jalan, bandara udara, jalur keretaapi, pelabuhan, air bersih, energi dll. Pada dasarnya strategi pemasaran kontraktor dapat dibagi dalam lima cara yaitu pemilihan pasar, produk, harga, distribusi, dan promosi. Perbedaan dalam hal cara penyusunan rencana pemasaran pada kontraktor besar, menengah, dan kecil, tampaknya tidak membuat pendekatan strategi pemasaran mereka secara umum berbeda satu sama lainnya. Ada beberapa permasalahan dalam penelitian ini yaitu bagaimana proses bisnis proyek infrastruktur, apa saja faktor dan variabel aspek pemasaran proyek infrastruktur dan apa hasil analisis pengaruh aspek pemasaran dalam meningkatkan kinerja biaya operasional proyek infrastruktur. Metodologi penelitian ini menggunakan beberapa teori dan rumus rumus perhitungan dari berbagai sumber baik data primer yang didapat dengan memberikan kuesioner ke para responden maupun sekunder yang didasari oleh peraturan-peraturan yang sesuai dengan pembahasan serta mengumpulkan data-data melalui jurnal, literatur dan buku-buku terkait pemasaran infrastruktur. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan ada beberapa faktor aspek pemasaran yang mempengaruhi kinerja biaya operasional diantaranya yang dominan adalah X35 (perlu dilakukan pengelompokan pasar berdasarkan jenis usaha), X15 (diperlukan kesiapan alat kerja dan material), X1 (diperlukan pemahaman proses produksi), X28 (diperlukan kepastian jenjang karir), X13 (perlu kecukupan modal kerja), X23 (diperlukan birokrasi yang efektif dalam pengambilan keputusan), variabel X21 (diperlukan penempatan posisi alat kerja yang tepat).

Kata kunci: Strategi, Pemasaran, Infrastruktur, kontraktor, Listrik

PENDAHULUAN

Latar Belakang Permasalahan Penelitian

Secara umum pengertian infrastruktur adalah semua struktur dan fasilitas dasar, baik fisik maupun sosial yang diperlukan untuk operasional kegiatan masyarakat atau kelompok usaha. Pendapat lain mengatakan bahwa arti infrastruktur adalah semua jenis fasilitas yang dibutuhkan oleh masyarakat umum untuk mendukung berbagai kegiatan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Dengan kata lain, infrastruktur adalah semua fasilitas, baik fisik maupun non fisik yang dibangun oleh pemerintah maupun swasta untuk memenuhi kebutuhan dasar masyarakat dalam lingkup sosial dan ekonomi.

Infrastruktur umumnya merujuk pada pembangunan fisik untuk fasilitas umum seperti; jalan raya, bandar udara, pelabuhan, listrik, telekomunikasi, air bersih, pengolahan limbah, rumah sakit, sekolah, dan lain sebagainya. Selain itu, infrastruktur juga merujuk pada hal teknis yang mendukung kegiatan ekonomi masyarakat, seperti; moda transportasi, distribusi barang dan jasa, dan lain-lain.

Salah satu bidang infrastruktur yang saat ini sedang digalakkan pemerintah selain jalan adalah energi listrik yang sangat dibutuhkan oleh manusia. Seluruh kegiatan manusia setiap hari tidak terlepas dari listrik. Namun, di abad ke-21 ini, masih banyak masyarakat Indonesia yang belum bisa menikmati listrik dengan optimal.

Dengan kondisi geografis banyaknya aliran sungai ditambah dengan kontur tanah yang tidak rata merupakan faktor yang mendukung untuk mengoptimalkan penggunaan energi listrik terbarukan yang ramah lingkungan yang memanfaatkan air sebagai pembangkit listrik seperti PLTMH

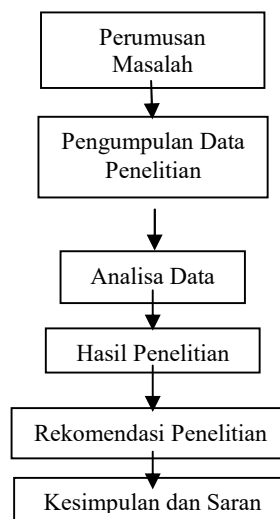
Data statistik penggunaan listrik menurut data Kementrian ESDM di tahun 2018, Konsumsi listrik Indonesia pada tahun 2017 telah menunjukkan angka 1.012 Kilowatt/Hour per kapita dan angka tersebut akan dipastikan terus meningkat disetiap tahunnya.

Permasalahan Penelitian

- 1) Bagaimana proses bisnis proyek infrastruktur yang dikaji dalam penelitian ini?
- 2) Apa saja faktor dan variabel aspek pemasaran proyek infrastruktur?
- 3) Apa hasil analisis pengaruh aspek pemasaran dalam meningkatkan kinerja biaya operasional proyek infrastruktur?

Kerangka Berpikir

Untuk memudahkan dalam proses analisis, maka dibuatlah kerangka pemikiran yang menjelaskan bahwa variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independen dimana variabel dependen adalah kinerja (out put), sedangkan variabel independen faktor (*product knowledge*, harga produk, mutu, proses internal, sumber daya manusia, analisa pasar, segmentasi pasar dan metode promosi)



Gambar 1. Kerangka Berpikir

METODOLOGI PENELITIAN

Proses Penelitian

Metode yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif dan analisis statistik parametrik, dengan dibantu program aplikasi *SPSS* untuk pengolahan datanya sehingga dari setiap sampel kuesioner dapat diambil data-data yang diperlukan untuk menggambarkan hubungan diantara kinerja dan pengaruh kinerja tersebut. menggambarkan hubungan diantara kinerja dan pengaruh kinerja tersebut.

Instrumen Penelitian

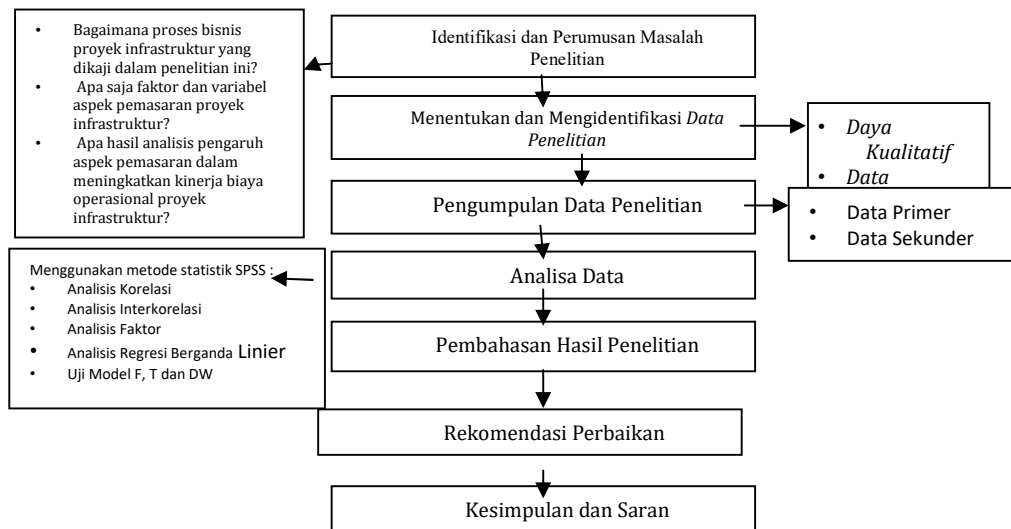
Data Penelitian

Data Penelitian bersumber dari data kualitatif dan data kuantitatif yang diperoleh dengan mengumpulkan data informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian, dimana tujuan dalam penelitian adalah untuk menjawab permasalahan dalam penelitian, sehingga dibutuhkanlah pengumpulan data. Terdapat dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini:

- Data primer: berupa hasil kuesioner tentang pengaruh aspek pemasaran terhadap peningkatan kinerja biaya operasional proyek infrastruktur.

- Data sekunder: merupakan data yang diperoleh dalam bentuk jadi yang didapatkan dari literature seperti buku, referensi, schedule proyek, foto-foto, dll. Data sekunder bertujuan untuk menentukan identifikasi awal variabel penelitian.

Berikut bagan alir proses penelitian:



Gambar 1. Bagan alir proses penelitian

Alat Ukur

Alat ukur yang digunakan dengan mengumpulkan data untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian, dimana tujuan yang diungkapkan dalam bentuk pertanyaan survey dan studi literatur memerlukan penelitian untuk menjawabnya, sehingga dibutuhkanlah pengumpulan data. Terdapat dua jenis sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dari data primer (responden) dan data sekunder (data proyek)

2.2.3 Sumber Data

Data Sekunder

Data sekunder ini mengambil contoh proyek Pembangunan Pembangkit Listrik Tenaga Mikrohidro (PLTMH) Balentiyeng Desa Bonto Tangnga, Kecamatan Sinjai Borong, kabupaten Sinjai, Provinsi Sulawesi Selatan tahun 2016. Salah satu lokasi yang disurvei terletak di Desa Bonto Tangnga Dusun Balentiyeng yang merupakan bagian dari Kecamatan Sinjai Borong, Kabupaten Sinjai, Propinsi Sulawesi Selatan, berikut peta lokasi dijelaskan dalam gambar 2.2 dibawah ini:



Gambar 2. Peta Lokasi

Tabel 2. Data Proyek

| No | Uraian | Satuan | Kapasitas |
|----------|----------------------------------------------------------|-------------------|--------------------------------------|
| A | Data Umum | | |
| | Nama PLTMH | | Balantiyeng |
| | Lokasi | Dusun | Balantiyeng |
| | | Desa | Banto Tangga |
| | | Kecamatan | Sinjai Borong |
| | | Kab. | Sinjai |
| | | Provinsi | Sulawesi Selatan |
| | Nama Sungai | | Barania |
| | Skema | | Isolated |
| | Jarak ke Jaringan PLN | Km | 6 |
| | Daya Terbangkit | kW | 35 |
| | Jumlah Calon Konsumen | SS | 40 |
| B | Data Teknis | | |
| | Gross Head | M | 47,48 |
| | Net Head | M | 46,44 |
| | Debit Terukur | M ³ /S | 0,183 |
| | Debit Desain 70% Qt | M ³ /S | 0,125 |
| | Letak Saluran/bak penenang | | Kiri |
| | Panjang Saluran | M | 27,6 |
| C | Data dan Asumsi Komponen Mekanikal dan Elektrikal | | |
| | 1. Turbin | | |
| | Jenis | | Cross Flow d.250 bo.100,1036 rpm |
| | Efisiensi pada Debit Desain | % | 74 |
| | 2. Generator | | |
| | Rating | KVA | 46 |
| | Efisiensi | % | 88 |
| | Putaran Nominal | rpm | 1500 |
| | 3. Transmisi Mekanik | | |
| | Tipe | | indirect |
| | Efisiensi | % | 98 |
| | 4. Pipa Pesat | | |
| | Panjang | M | 350 |
| | Diameter | CM | 38 |
| | Tebal | MM | 4 |
| | Material | | Welded roll pipe mild steel st 37 |

Data Primer

Dalam pelaksanaan proses penelitian yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan penelitian (*research question*) pertama, digunakan metode penelitian survey yang pelaksanaannya dibagi dalam tiga tahap:

Dari studi literatur didapatkan 8 faktor dan 48 variable aspek pemasaran yang mempengaruhi kinerja biaya operasional proyek infrastruktur selanjutnya 8 faktor dan 48 variable tersebut disampaikan ke 3 orang pakar yang berpengalaman di pekerjaan konstruksi 15-20 tahun dengan pendidikan S1/S2 untuk divalidasi, hasil validasi pakar tersebut menjadi 8 faktor dan 40 variable yang dapat diproses lebih lanjut.

Dari hasil validasi pakar tersebut disiapkan metode survey dengan bantuan instrumen koesioner yang diberikan kepada 35 responden dengan latar belakang Teknik sipil, berpengalaman 5-15 tahun, berpendidikan S1/S2 yang berprofesi sebagai Project Manager, Team Leader, Site Manager, Tenaga Ahli, Kepala Wilayah dan Kepala Divisi pada suatu perusahaan jasa konstruksi, dimana yang mengembalikan kuesioner tersebut sebanyak 31 orang

Data dari responden kemudian diolah dengan analisis kualitatif, dengan uji validitas dan reabilitas, analisis deskriptif, dan analisis risiko. Hasil analisis dan pembahasan diakhiri dengan penyusunan kesimpulan variabel-variabel penentu.

Metode Penelitian

Metode Analisis Permasalahan 1

Metode analisis permasalahan proses bisnis proyek infrastruktur adalah dengan mengumpulkan data kualitatif dari buku-buku literature, jurnal dan media elektronik disamping arahan dan bimbingan dosen pembimbing mata kuliah ini

Metode Analisis Permasalahan 2

Metode analisis permasalahan apa saja faktor dan variabel aspek pemasaran proyek infrastruktur adalah dengan menggunakan data kuantitatif melalui proses verifikasi, klarifikasi dan validasi.

Sebelum menetapkan kuesioner yang akan disebarakan kepada responden, terlebih dahulu penulis menguraikan faktor-faktor aspek pemasaran berdasarkan teori yang telah dibahas pada bab sebelumnya. Setelah didapatkan, penulis mengajukan 8 faktor aspek pemasaran dan sebanyak 4 variabel, 48 variabel X dan 1 variabel Y untuk diverifikasi dan divalidasi oleh para pakar, yang dijelaskan pada tabel 2.2.diabawah ini :

Tabel 2. Faktor dan Variabel Penelitian

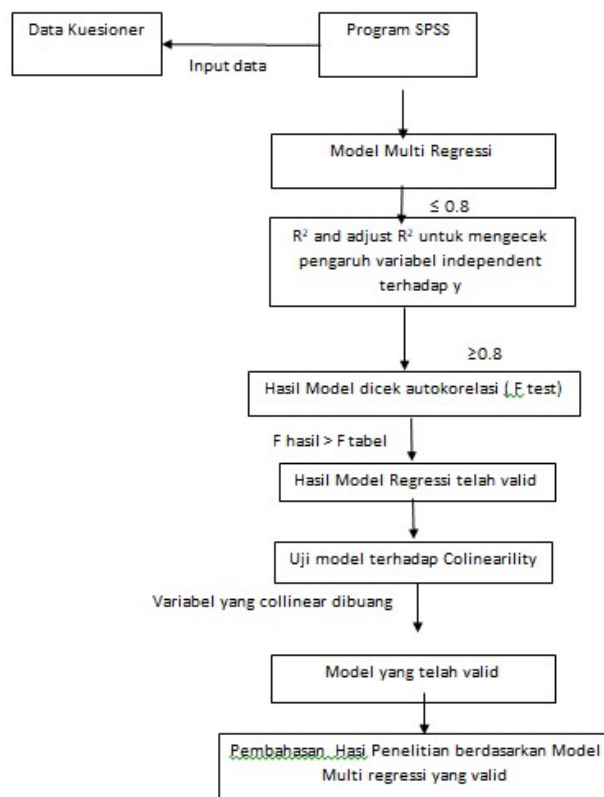
| Faktor | Variabel | |
|------------------------|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Product Knowledge | 1 | Kekurangpahaman proses produksi |
| | 2 | Kurangnya pelatihan mengoperasikan peralatan |
| | 3 | Ketidakterediaan tenaga ahli yang berpengalaman |
| | 4 | Kurangnya literature terkait product |
| | 5 | Ketidakpedulian karyawan terkait bisnis perusahaan |
| Harga Produk | 6 | Kenaikan harga jual/sewa alat dan material |
| | 7 | Kurang tepatnya penempatan personil proyek |
| | 8 | <i>Schedule</i> proyek yang tidak realistis |
| | 9 | Perubahan metode pelaksanaan |
| | 10 | Kurang fasilitas pendukung dilapangan |
| | 11 | Ketidak sesuaian gambar perencanaan dan kondisi lapangan |
| | 12 | Akses jalan ke lokasi buruk |
| Mutu Produk | 13 | Keterbatasan pangsa pasar |
| | 14 | Produktifitas tenaga kerja yang rendah |
| | 15 | keterbatasan modal kerja |
| | 16 | Kurangnya komitmen manajemen terhadap mutu |
| | 17 | Keterbatasan kesediaan alat kerja dan material |
| | 18 | Keterbatasan personil proyek dalam memahami spesifikasi material |
| | 19 | Keterlambatan pekerjaan sub kontraktor |
| | 20 | Keterlambatan pengiriman material dan alat ke lapangan |
| | 21 | Kondisi cuaca yang tidak mendukung |
| | 22 | Koordinasi yang kurang baik antara personil, maupun antara kontraktor dan sub kontraktor |
| | 23 | Penempatan dan posisi peralatan yang kurang tepat |
| Sistem Proses Internal | 24 | Kurang akomodatif Organisasi perusahaan terkait kebutuhan pasar |
| | 25 | Prosedur operasional perusahaan yang terlalu kaku |
| | 26 | Panjangnya birokrasi perusahaan dalam mengambil keputusan |
| | 27 | Kurang tanggap SDM terkait dengan teknologi yang berkembang |
| | 28 | Kurang sosialisasi dalam internal proses sehingga lamban dalam hal pelayanan |
| Sumber Daya Manusia | 29 | Kurangnya keahlian dalam manajemen organisasi |
| | 30 | Keterbatasan karyawan usia produktif |
| | 31 | Kurangnya pengalaman karyawan yang dipromosikan |
| | 32 | Ketidak pastian jenjang karier |
| | 33 | Belum adanya penerapan <i>reward and punishment</i> |
| | 34 | Kurangnya tingkat kesejahteraan karyawan |
| Analisis Pasar | 35 | Menentukan segmen pasar |
| | 36 | Menentukan kebutuhan pasar |
| | 37 | Menentukan peluang pasar |
| | 38 | Menentukan produk unggulan |
| | 39 | Menentukan strategi pemasaran |
| Segmentasi Pasar | 40 | Belum dilakukan pengelompokkan pasar berdasarkan jenis usaha |
| | 41 | Belum dilakukan pengelompokkan pasar berdasarkan sumber dana (APBN, APBD, BUMN, BUMD dan Swasta) |
| | 42 | Belum dilakukan pengelompokkan pasar berdasarkan geografik (kondisi kontur tanah) |

| Faktor | Variabel | |
|---------------------------|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | 43 | Belum dilakukan pengelompokkan pasar berdasarkan demografik (penduduk kota dan pedesaan) |
| | 44 | Belum dilakukan pengelompokkan pasar berdasarkan psikografik (penduduk terisolir dan perbatasan) |
| Metode Promosi | 45 | Kurang tepat media yang digunakan untuk promosi |
| | 46 | Keterbatasan dana untuk promosi |
| | 47 | Kurangnya pemahaman metode promosi untuk jenis produk (jasa atau barang) |
| | 48 | Belum memahami tahapan siklus produk (perkenalan, pertumbuhan, dewasa dan penurunan) |
| Kinerja Biaya Operasional | 49 | Apakah aspek pemasaran dapat mempengaruhi kinerja biaya operasional? |

Metode Analisis Permasalahan 3

Analisis pengaruh aspek pemasaran dalam meningkatkan kinerja biaya adalah dengan menggunakan data kuantitatif maupun kualitatif melalui proses verifikasi, klarifikasi dan validasi.

\Metode Penelitian



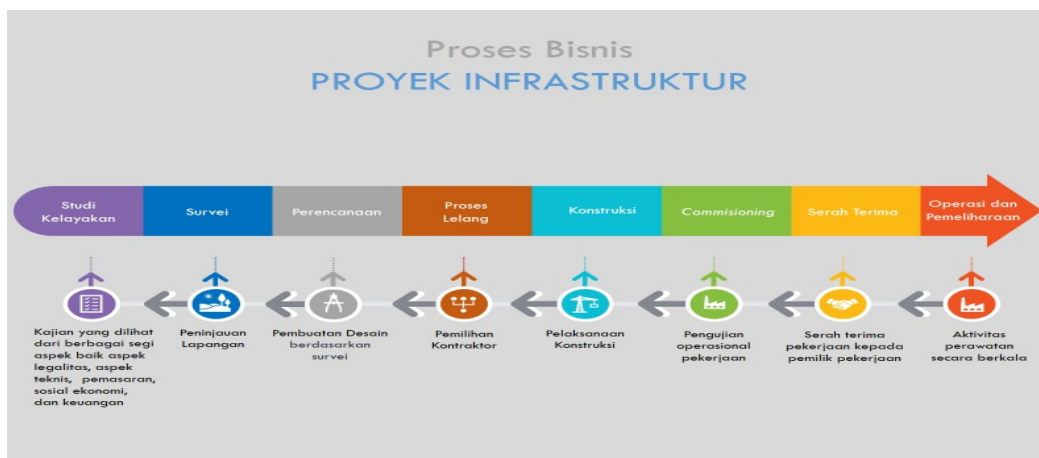
Gambar 3. Diagram Metode Penelitian

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis Permasalahan Penelitian 1: Proses Bisnis Proyek Infrastruktur

Pembangunan infrastruktur merupakan salah satu aspek penting dan vital untuk mempercepat proses pembangunan nasional. Infrastruktur juga memegang peranan penting sebagai salah satu roda penggerak pertumbuhan ekonomi. Ini mengingat gerak laju dan pertumbuhan ekonomi suatu negara tidak dapat pisahkan dari ketersediaan infrastruktur seperti transportasi, telekomunikasi, sanitasi, dan

energi. Oleh karena itu, pembangunan sektor ini menjadi fondasi dari pembangunan ekonomi selanjutnya, berikut proses bisnis pembangunan proyek infrastruktur yang ada di Indonesia:



Gambar 4. Tahapan proyek

Analisis Permasalahan Penelitian 2: Faktor dan variabel aspek pemasaran proyek infrastruktur

Dari analisis faktor dan variable apa saja yang berpengaruh terhadap kinerja biaya operasional proyek infrastruktur diperoleh 8 faktor dan 48 variabel dimana faktor dan variable tersebut telah diajukan ke para pakar untuk diteliti dan setelah melalui kajian para pakar disetujui 8 faktor dan 40 variabel selanjutnya dari 8 faktor tersebut disebar ke responden yang berstatus sebagai karyawan kontraktor dengan latar belakang pendidikan S1 dan S2 dan mempunyai pengalaman 5-15 tahun, jumlah responden yang dikirim sebanyak 35 orang namun yang mengembalikan hanya 31 orang saja adapun kuesioner yang dikirim ke responden terdiri dari 8 faktor, 40 variabel X dan 1 variabel Y dari data tersebut diinput ke dalam program SPSS untuk mengetahui analisis korelasi dan interkorelasi antara variable X dan Y, lalu analisis faktor dan Analisis Regresi Berganda Linier (R^2) stepwise -2 tailed $R^2 > 0,8$ stepwise -2 tailed $R^2 > 0,8$

Analisis Permasalahan 3: Analisis Pengaruh Aspek Pemasaran Dalam Meningkatkan Kinerja Biaya

1. Analisis Korelasi ($r > 0.4$)

Model multi regresi yang kami hasilkan dengan uji korelasi antara variable X dan Y, hasil variable yang nilai $r > 0.4$ yang dipakai sedangkan nilai $r, 0.4$ tidak dipakai

2. Analisa Interkorelasi ($r < 0.4$)

Analisa Interkorelasi untuk menguji hubungan antara satu variable dengan variable lain, nilai $r < 0.4$ menunjukkan hubungan yang tidak erat antara variabel, jadi kedua variabel harus dipakai dan tidak boleh dihilngkan.

3. Analisis Faktor

Analisa Faktor adalah pengujian apakah variabel bebas (*independent*) berpengaruh signifikan pada model Regressi Berganda Linier (*Multi Regression Linear*), yang terdiri dari: Pengecekan harga R^2 dan *Adjusted R²*, Uji model F, t dan Uji *Durbin Watson*.

4. Analisis Regresi Berganda Linier (R^2) stepwise -2 tailed $R^2 > 0,8$

Analisis Regresi Berganda Linier (*Multi Regression Linear*) yang dihasilkan dalam penelitian ini dicek nilai R^2 dan nilai *Adjusted R²* harus $> 0,8$ atau 80 % dalam hal hasil R^2 dan *Adjusted R²* dari Model Regressi Berganda Linear (*Multi Regression Linear Model*) adalah R^2 adalah 0,95 dan *Adjusted R²* adalah 0,92 $> 0,8$, kesimpulan Model Regressi Berganda (*Multi Regression Model*) memenuhi syarat ketentuan.

Tabel 3. Model Summary hasil Analisis SPSS Versi 26:

| Model Summary ^h | | | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|-------------------|----------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Change Statistics | |
| | | | | | R Square Change | F Change |
| 1 | .724 ^a | .524 | .508 | .58638 | .524 | 31.980 |
| 2 | .841 ^b | .707 | .686 | .46869 | .182 | 17.393 |
| 3 | .875 ^c | .766 | .740 | .42660 | .059 | 6.798 |
| 4 | .896 ^d | .803 | .772 | .39906 | .037 | 4.854 |
| 5 | .913 ^e | .833 | .800 | .37433 | .030 | 4.550 |
| 6 | .936 ^f | .876 | .845 | .32875 | .043 | 8.411 |
| 7 | .946 ^g | .896 | .864 | .30813 | .020 | 4.320 |

| Model Summary ^h | | | | |
|----------------------------|-------------------|-----|---------------|---------------|
| Model | Change Statistics | | | Durbin-Watson |
| | df1 | df2 | Sig. F Change | |
| 1 | 1 | 29 | .000 | |
| 2 | 1 | 28 | .000 | |
| 3 | 1 | 27 | .015 | |
| 4 | 1 | 26 | .037 | |
| 5 | 1 | 25 | .043 | |
| 6 | 1 | 24 | .008 | |
| 7 | 1 | 23 | .049 | 2.431 |

a. Predictors: (Constant), X35

b. Predictors: (Constant), X35, X15

c. Predictors: (Constant), X35, X15, X1

d. Predictors: (Constant), X35, X15, X1, X28

e. Predictors: (Constant), X35, X15, X1, X28, X13

f. Predictors: (Constant), X35, X15, X1, X28, X13, X23

g. Predictors: (Constant), X35, X15, X1, X28, X13, X23, X21

h. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel di atas, jumlah regresi yang terbentuk adalah tujuh model yang terdiri dari variabel. Berikut tiga model yang dominan: Variabel pembentuk model I dikombinasi oleh variabel X35, nilai R^2 yang didapat dari variabel pembentuk model tersebut adalah 0,524, yang berarti bahwa variabel X35 dalam variabel pembentuk model I dapat memberikan kontribusi perubahan terhadap Y sebesar 52,4%.

Variabel pembentuk model II dikombinasi oleh variabel X35 dan X15, nilai R^2 yang didapat dari variabel pembentuk model tersebut adalah 0,707. Selisih nilai R^2 (*R Square Change*) model I dan II adalah 0,183, hal ini berarti bahwa X15 dalam variabel pembentuk model II dapat memberikan kontribusi perubahan terhadap Y sebesar 18,3%.

Variabel pembentuk model III dikombinasi oleh variabel X35, X15 dan X1, nilai R^2 yang didapat dari variabel pembentuk model tersebut adalah 0,766. Selisih nilai R^2 variabel pembentuk model II dan III adalah 0,059, hal ini berarti bahwa X1 dalam variabel pembentuk model III dapat memberikan kontribusi perubahan terhadap Y sebesar 5,9%.

Persamaan Model

Setelah semua kriteria telah kami aktifkan, maka kami lakukan analisis dengan menggunakan software SPSS versi 26,

Model analisis yang dihasilkan menunjukkan hasil yang sangat mendekati antara hasil mode SPSS dan model Minitab, berdasarkan hasil ini, kami dapat menyimpulkan bahwa model yang dihasilkan sudah valid, berikut adalah table hasil analisis akhir berdasarkan data masukan yang telah kami olah:

Tabel 4. Model Regresi Berganda linier hasil Analisis SPSS Versi 26
Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 7 | (Constant) | 2.185 | .771 | | 2.833 | .009 |
| | X35 | .337 | .064 | .437 | 5.310 | .000 |
| | X15 | .483 | .133 | .385 | 3.621 | .001 |
| | X1 | -.300 | .091 | -.242 | -3.284 | .003 |
| | X28 | .303 | .094 | .320 | 3.232 | .004 |
| | X13 | -.290 | .103 | -.233 | -2.811 | .010 |
| | X23 | .388 | .109 | .302 | 3.543 | .002 |
| | X21 | -.407 | .196 | -.166 | -2.078 | .049 |

a. Dependent Variable: Y

Dari Tabel 4. diatas nilai konstanta persamaan regresi adalah:

$$Y: 2.185+0.337X35+0.483X15-0.300X1+0.303X28-0.290X13+0.388X23-0.407X21$$

KESIMPULAN

- 1) Proses bisnis proyek infrastruktur keberhasilannya sangat ditentukan pada proses *Feasibility Study* (FS) dimana rencana investasi terlihat jelas dan dapat dipertanggung jawabkan, kelayakan dari investasi terukur dan ketepatan dalam pengambilan keputusan bisnis.
- 2) Faktor dan variable proyek infrastruktur terdiri dari 8 faktor dan 48 variabel, terdiri dari 48 variabel X dan 1 variabel Y untuk diverifikasi dan divalidasi oleh para pakar, setelah diverifikasi para pakar, variable yang tersisa sebanyak 41 dimana 40 variabel X dan 1 variabel Y, 41 variabel tersebut disebar melalui kuesioner ke 35 responden dan responden yang mengembalikan kuesioner sebanyak 31 orang. Lalu data primer yang diperoleh melalui kuesioner yang didapat dari responden dan diolah melalui program SPSS untuk mendapatkan analisis korelasi, analisis interkorelasi, analisis faktor dan analisis regresi berganda linier (R^2).
- 3) Dari hasil analisis yang kami lakukan dengan membuat model sebagai berikut: $Y = C + aX1 + bX2 + cX3 + \dots + nX40$, dimana Y = variable dependent, C = Konstanta. X1, X2, X3 X40 = variable independent (hasil nilai atas jawaban pada questionare yang kami ajukan, dengan melakukan analisis Multiregression menggunakan software SPSS version 26, diperoleh hasil sebagai berikut:

$$Y = 2.185 + 0.337 X35 + 0.483 X15 - 0.300 X1 + 0.303 X28 - 0.290 X13 + 0.388 X23 - 0.407 X21,$$

Penjabaran dari persamaan tersebut adalah, Y sebagai kinerja pelaksanaan konstruksi proyek infrastruktur maka variable yang dominan sebagai berikut: X35 (perlu dilakukan pengelompokkan pasar berdasarkan jenis usaha), X15 (diperlukan kesiapan alat kerja dan material), X1 (diperlukan pemahaman proses produksi), X28 (diperlukan kepastian jenjang karir), X13 (perlu kecukupan modal kerja), X23 (diperlukan birokrasi yang efektif dalam pengambilan keputusan), variabel X21 (diperlukan penempatan posisi alat kerja yang tepat).

DAFTAR PUSTAKA

- Iin Arianti, 2014, Pihak-pihak yang terlibat dalam proyek konstruksi <https://pt.slidehere.net>, diakses 4 April 2020
- Ir. Asiyanto, MBA, IPM, 2010, Manajemen Produksi Untuk Jasa Konstruksi, diakses 3 April 2020
- Muhammad Wasil, 15 Febuary 2019, Peran Pemerintah dalam Pembangunan Infrastruktur, diakses 14 Maret 2020

- Kasmadi, SST, M,Pd dan Nia Siti Sunariah, M.Pd. 2013. Panduan Modern Penelitian Kuantitatif, Penerbit Alfabeta Bandung, diakses 10 Maret 2020
- Andin, Nov 2015, Pembangunan infrastruktur, diakses 24 Pebruari 2020
- Ervianto, W.I., 2004, Manajemen Proyek Konstruksi edisi revisi, Penerbit Andi, Yogyakarta, diakses 16 Januari 2020
- Jonathan Sarwono, 2005, Riset Pemasaran dengan SPSS (Teori dan Praktek), Yogyakarta, diakses 10 Januari 2020
- Masri Singarimbun dan Sofian Efendi, 1995 LP3ES. Metode Penelitian Survai, Jakarta, diakses 7 Januari 2020
- Jonathan Sarwono, 2006, Analisis Data Penelitian menggunakan SPSS, diakses 16 Januari 2020
- Siswanto Sutojo, 1996, Studi Kelayakan Proyek, diakses 2 Januari 2020
- Dipohusodo, Istimawan (1996), Manajemen Proyek & Konstruksi, Kanisius. Jogjakarta, diakses 15 Desember 2019
- Donald S Barrie, Boyd C, Paulson JR, Sudinarto, 1995, Manajemen Konstruksi Profesional, Eriangga, Jakarta, diakses 2 Desember 2019
- Muhammad Wasil Friday, February 15, 2019, Peran Pemerintah dalam Pembangunan Infrastruktur, Jakarta diakses 20 November 2019
- Draper, NR dan Smith, H. 1998. Applied Regression Analysis, Third Edition, New York: John Wiley & Sons, diakses 22 Oktober 2019