

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis data yang telah dibahas dalam bab sebelumnya, peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan yang dapat digunakan untuk menjawab permasalahan penelitian yang ada. Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. **Dimensi Pelaksana** kualitas *webinar* sosialisasi profesi konsultan pajak oleh Pusat Pembinaan Profesi Keuangan Kementerian Keuangan memiliki tingkat kepentingan yang tinggi, namun kinerjanya dipersepsikan rendah oleh responden sehingga diklasifikasikan ke dalam kuadran A matriks *IPMA*. Hal ini menunjukkan persepsi responden atas tingginya tingkat kepentingan fasilitas kegiatan yang mudah diakses, waktu kegiatan yang sesuai jadwal, ketersediaan panduan acara, durasi yang cukup, serta pemandu acara yang komunikatif, tanggap, dan memahami kebutuhan responden, namun aspek-aspek tersebut masih dinilai rendah kinerjanya sehingga perlu peningkatan alokasi usaha dan sumber daya organisasi untuk meningkatkan kualitas *webinar* pada aspek ini.
2. **Dimensi Materi dan Narasumber** kualitas *webinar* sosialisasi profesi konsultan pajak oleh Pusat Pembinaan Profesi Keuangan Kementerian Keuangan dipersepsikan memiliki tingkat kepentingan dan kinerja yang tinggi menurut responden, sehingga diklasifikasikan ke dalam kuadran B matriks *IPMA*. Hal ini menunjukkan persepsi responden atas tingginya tingkat kepentingan dan kinerja aspek kesesuaian materi dengan kebutuhan peserta, kesesuaian materi dengan yang dijanjikan, paparan yang menarik dan mudah dipahami, serta kemudahan mengaplikasikan materi *webinar* pada kehidupan sehari-hari. Selain itu, aspek penampilan narasumber yang profesional, memiliki kemampuan teknis yang baik, mampu menjelaskan

dengan sistematis, memiliki kemampuan komunikasi yang prima, serta mampu menjawab dan memenuhi kebutuhan peserta dinilai memiliki kepentingan yang tinggi oleh responden, serta dipersepsikan berkinerja baik. Maka dari itu, perlu untuk mempertahankan alokasi usaha dan sumber daya organisasi pada kedua aspek ini untuk mempertahankan kualitas *webinar* sosialisasi profesi konsultan pajak.

3. **Dimensi Promosi** kualitas *webinar* sosialisasi profesi konsultan pajak oleh Pusat Pembinaan Profesi Keuangan Kementerian Keuangan memiliki tingkat kepentingan yang rendah, serta kinerjanya dipersepsikan rendah oleh responden sehingga diklasifikasikan ke dalam kuadran C matriks *IPMA*. Hal ini menunjukkan persepsi responden atas rendahnya tingkat kepentingan dan kinerja tampilan media promosi *webinar* yang menarik, kelengkapan informasi pada media promosi, ketersediaan panduan akses dan registrasi, serta adanya narahubung yang responsif. Maka dari itu, prioritas yang rendah seharusnya diberikan pada aspek ini dalam pelaksanaan *webinar* dan sumber daya yang digunakan dapat dialihkan kepada aspek pada kuadran A dan B.
4. Tidak ada aspek kualitas *Webinar* sosialisasi profesi keuangan oleh Pusat Pembinaan Profesi Keuangan Kementerian Keuangan yang memiliki tingkat kepentingan yang rendah, namun kinerjanya dipersepsikan tinggi oleh responden sehingga terkласifikasikan ke dalam kuadran D matriks *IPMA*.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, *insight* yang didapatkan dalam penelitian ini adalah dimensi kualitas *Webinar* sosialisasi profesi keuangan yang harus diprioritaskan oleh Pusat Pembinaan Profesi Keuangan (PPPK) dalam pengalokasian sumber dayanya adalah dimensi Pelaksana, di mana aspek ini dinilai penting oleh para peserta *Webinar*, serta masih terdapat ruang untuk perbaikan (*room for improvement*). PPPK perlu memfokuskan sumber daya dalam menciptakan kemudahan akses *Webinar*, ketersediaan panduan kegiatan, kecukupan durasi pelaksanaan, serta pelatihan dan penyediaan pemandu acara/host yang komunikatif, berempati, dan tanggap, sehingga ke depannya

aspek ini dapat memiliki kinerja yang lebih baik. Prioritas berikutnya yang harus dipertimbangkan adalah aspek Materi dan Narasumber yang sudah mencapai kinerja memuaskan menurut peserta *Webinar*, serta dinilai penting. Maka dari itu, PPPK sebaiknya mempertahankan alokasi sumber daya dan usaha dalam menawarkan materi *Webinar* yang menarik dan sesuai kebutuhan pemangku kepentingan, serta menyediakan narasumber yang profesional, kompeten, komunikatif, dan berempati tinggi. Di sisi lain, tidak ada dimensi kualitas *Webinar* yang masuk ke dalam kuadran D yang menunjukkan PPPK telah secara tepat tidak mengalokasikan sumber dayanya untuk aspek yang tidak dinilai penting oleh pengguna layanan.

## B. Saran

Berikut ini adalah rekomendasi bagi Pusat Pembinaan Profesi Keuangan Kementerian Keuangan untuk menjaga dan meningkatkan kualitas *Webinar* sosialisasi profesi keuangan:

1. **Terkait Dimensi Pelaksana:** PPPK dapat meningkatkan intensitas pelatihan kepada pegawai yang bertugas melaksanakan sosialisasi dalam hal teknis *hosting* dan penyiaran *Webinar*. Pelatihan dapat dilakukan dengan mengundang profesional yang berkecimpung di bidang penyiaran dan *hosting*, ataupun melalui sesi berbagi antar pegawai yang memiliki kemampuan teknis yang sudah baik. Opsi lain yang juga dapat dipertimbangkan adalah penggunaan jasa *event organizer* (*EO*) untuk *hosting* dan penyiaran *Webinar* yang berskala besar yang belum dapat dilakukan secara mandiri oleh pegawai di PPPK. Selain itu, hal yang juga perlu diperhatikan adalah penciptaan kemudahan akses ke dalam *Webinar*, mengajukan pertanyaan, mengunduh materi, serta melakukan presensi dan mendapatkan e-Sertifikat. Untuk meningkatkan kualitas pelaksanaan, sebaiknya PPPK memiliki akun premium *platform microsite* seperti S.id, serta berlangganan aplikasi kuis dan pengajuan pertanyaan berfitur lengkap seperti Kahoot dan Quizizz. Untuk mempercepat proses pengadaan sertifikat, dapat juga digunakan jasa dari situs web seperti sertifikat.net

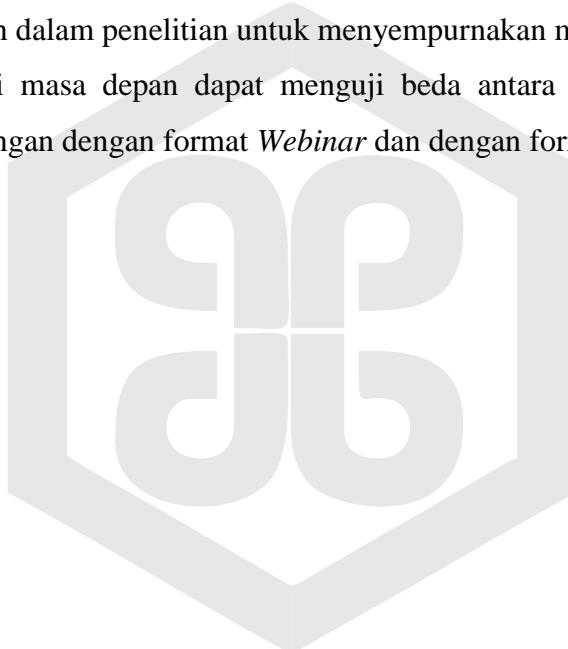
2. **Terkait Dimensi Materi:** Penentuan materi *Webinar* dilakukan dengan diskusi yang intensif dan mendalam dengan asosiasi profesi keuangan, serta dapat juga dilakukan pengumpulan pendapat mengenai tema *Webinar* yang dibutuhkan oleh para pemangku kepentingan (misalnya melalui jajak pendapat di sosial media seperti Instagram). Selain itu, para pegawai yang bertanggungjawab dalam pelaksanaan *Webinar* harus diberikan pelatihan khusus dan selalu diberikan kesempatan untuk memperluas wawasannya mengenai profesi keuangan sehingga materi yang diciptakan dalam *Webinar* akan selalu *update* dengan perkembangan dan kebutuhan profesi. Untuk menghasilkan tampilan materi yang menarik, perlu diberikan pelatihan kepada pegawai dalam hal menciptakan presentasi yang efektif, serta mendesain materi presentasi yang memuaskan secara visual.
3. **Terkait Dimensi Narasumber:** PPPK perlu untuk terus menyiapkan pegawai dan pejabatnya untuk menjadi expert di bidang profesi keuangan sehingga dapat menjadi narasumber yang kompeten, dengan terus mendorong para pegawai untuk mengikuti pelatihan profesional profesi keuangan (sertifikasi akuntan, pendidikan penilai, brevet dan sertifikasi konsultan pajak, dsb). Selain itu, pelatihan *public speaking* dan komunikasi efektif sangatlah diperlukan untuk mendidik narasumber yang mampu menarik perhatian dan memberikan pemahaman kepada peserta *Webinar*. Di sisi lain, PPPK juga perlu terus bekerjasama dengan para pemangku kepentingan, terutama asosiasi profesi, untuk mendapatkan narasumber yang kompeten dan menguasai dunia praktik profesi keuangan sehingga memperkaya pilihan narasumber yang dapat ditawarkan oleh PPPK dalam *Webinarnya*.

Untuk penelitian selanjutnya di masa depan, agar mendapatkan hasil yang sempurna dan lebih komprehensif, beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan:

1. Penelitian berikutnya dapat mengukur pengaruh antara variabel-variabel laten yang sudah digunakan dalam penelitian ini sebagai variabel independen dengan variabel laten dependen yang secara generik digunakan

dalam penelitian di bidang pemasaran dan bisnis, misalnya variabel kepuasan, intensi, ataupun minat peserta untuk mengikuti *Webinar*.

2. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan indikator lain untuk mengukur variabel laten dalam penelitian untuk menyempurnakan model pengukuran.
3. Penelitian di masa depan dapat menguji beda antara kualitas sosialisasi profesi keuangan dengan format *Webinar* dan dengan format tatap muka.



**POLITEKNIK  
STIA LAN  
JAKARTA**

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Hair, Jr., J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017a). An Introduction to Structural Equation Modeling. Dalam *A Primer on Partial Least Squares Equation Modeling (PLS-SEM)* (Second Edition, pp. 27–62). SAGE Publications, Inc.
- Hair, Jr., J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017b). Assessing PLS-SEM Results Part I: Evaluation of Reflective Measurement Models. Dalam *A Primer on Partial Least Squares Equation Modeling (PLS-SEM)* (Second Edition, pp. 128–158). SAGE Publications, Inc.
- Hair, Jr., J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017c). Path Model Estimation. Dalam *A Primer on Partial Least Squares Equation Modeling (PLS-SEM)* (Second Edition, pp. 104–127). SAGE Publications, Inc.
- Hair, Jr., J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Gudergan, S. P. (2018). *Advanced Issues in Partial Least Squares Structural Equation Modelling*. SAGE Publications, Inc.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). Designing and Managing Services. Dalam *Marketing Management* (16th ed., pp. 208–233). Pearson Education Limited.
- Malhotra, N.K. (2010). *Marketing Research : An Applied Orientation* (Sixth). Pearson.
- Malhotra, Naresh K, Nunan, D., & Birks, D. F. (2017). *Marketing Research : An Applied Approach* (Fifth). Pearson.
- Pasolong, H. (2019). Pelayanan Publik. In *Teori Administrasi Publik* (9th ed., pp. 147–165). Penerbit Alfabeta.
- Sahertian, P. A. (1994). Profil Pendidik Profesional. In *Profil Pendidik Profesional* (p. 26). Andi Offset.
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2017). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. Dalam C. Homburg, M. Klarmann, & A. Vomberg (Eds.), *Handbook of Market Research* (pp. 1–40). Springer International

Publishing AG. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8\\_15-1](https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8_15-1)

Wirtz, J., & Lovelock, C. (2018). Introduction to Services Marketing, Customer Satisfaction and Service Quality. In *Essentials of Services Marketing* (3rd ed., pp. 12–16, 53–56). Pearson Education Limited.

## B. Artikel Jurnal

Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1991). *Marketing Services: Competing through Quality*. Free Press.

Dijkstra, T. K., & Henseler, J. (2015). Consistent Partial Least Squares Path Modeling. *MIS Quarterly*, 39(X). <https://doi.org/10.25300/MISQ/2015/39.2.02>

Ebner, C., & Gegenfurtner, A. (2019). Learning and Satisfaction in Webinar, Online, and Face-to-Face Instruction: A Meta-Analysis. *Frontiers in Education*, 4(92). <https://doi.org/10.3389/feduc.2019.00092>

Evetts, J. (2011). Sociological Analysis of Professionalism: Past, Present and Future. *Journal of Comparative Sociology*, 10(1), 1–37. <https://doi.org/10.1163/156913310X522633>

Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet. *The Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>

Lanin, D., & Hermanto, N. (2019). The effect of service quality toward public satisfaction and public trust on local government in Indonesia. *International Journal of Social Economics*, 46(3), 377–392. <https://doi.org/10.1108/IJSE-04-2017-0151>

Lukitowati, H. L., & Paryatno, L. (2021). Evaluasi Pelaksanaan Webinar Pusdiklat Perdagangan Dengan Menggunakan Text Mining: Analisis Saran Peserta Webinar. *Cendekia Niaga, Journal of Trade Development and Studies*, 5(1), 60–68.

Martilla, J. A., & James, J. C. (1977). Importance-Performance Analysis. *Journal of Marketing*, 41(1), 77–79. <https://doi.org/10.1177/002224297704100112>

Minta, N. K., & Stephen, O. (2017). Importance-Performance Matrix Analysis (IPMA) of Service Quality and Customer Satisfaction in the Ghanaian Banking Industry. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(7). <https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v7-i7/3120>

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64, 12–40.

Paryatno, L., Lukitowati, H. L., & Ramadhan, M. A. (2022). Evaluasi Pembelajaran Berbasis Webinar dengan Importance Performance Analysis (IPMA). *Jurnal Teknодик*, 26(1).

Rachman, N. M. (2020). Evaluasi Penyelenggaraan Webinar: Strategi UMKM Korea Selatan Bertahan dalam Pandemi COVID-19. *Cendekia Niaga, Journal of Trade Development and Studies*, 2(2), 1–15.

Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2016). Gain more insight from your PLS-SEM results: The importance-performance map analysis. *Industrial Management & Data System*, 116(9), 1865–1886. <https://doi.org/10.2015-0449>

Silva, F., & Fernandes, P. (2010). Using Importance-Performance Analysis in Evaluating Institutions of Higher Education: A Case Study. *International Conference on Education and Management Technology (ICEMT)*.

Yusuf, Y. (2017). Effect of Public Services Quality on Satisfaction and Its Implication on Public Trust. *IOSR Journal of Business and Management*, 19(02), 14–20. <https://doi.org/10.9790/487X-1902011420>

### **C. Peraturan Perundang-undangan**

Peraturan Menteri PAN Dan RB Republik Indonesia Tentang Pedoman Standar Pelayanan, Pub. L. No. 15 Tahun 2014 (2014).

Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Keuangan, Pub. L. No. 118/PMK.01/2021 (2021).

Undang-Undang tentang Pelayanan Publik, Pub. L. No. 25 Tahun 2009 (2009).

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Tentang Pelaksanaan Undang-Undang Tentang Pelayanan Publik, Pub. L. No. 96 Tahun 2012 (2012).

Keputusan Sekretaris Jenderal Kementerian Keuangan Tentang Standar Pelayanan Di Lingkungan Sekretariat Jenderal, (2022).

### **D. Halaman Web**

Australian Council of Professions. (2003). *What is a Profession?* <https://www.ausp.org.au/what-is-a-profession/>

Hadjisoteriou, K. (2020). Webinars Vs Face-to-Face Seminars – Pros & Cons. DanatCon. <https://danatcon.com/webinars-vs-face-to-face-seminars-pros-cons/>

National Institute of Standards and Technology U.S. Department of Commerce. (2022). What are outliers in the data? <https://www.itl.nist.gov/div898/handbook/prc/section1/prc16.htm>

Nurhayati-Wolff, H. (2022). Number of internet users in Indonesia 2017-2026. Statista. <https://www.statista.com/statistics/254456/number-of-internet-users-in-indonesia/w.professions.org.au/what-is-a-professional/>

Hadjisoteriou, K. (2020). *Webinars Vs Face-to-Face Seminars – Pros & Cons.* DanatCon. <https://danatcon.com/webinars-vs-face-to-face-seminars-pros-cons/>

National Institute of Standards and Technology U.S. Department of Commerce. (2022). *What are outliers in the data?* <https://www.itl.nist.gov/div898/handbook/prc/section1/prc16.htm>

Nurhayati-Wolff, H. (2022). *Number of internet users in Indonesia 2017-2026.* Statista. <https://www.statista.com/statistics/254456/number-of-internet-users-in-indonesia/>

POLITEKNIK  
STIALAN  
JAKARTA