

# EKONOMI DAN BISNIS

E  
&  
B

Berkala Publikasi Gagasan Konseptual, Hasil Penelitian, Kajian, Terapan Teori

**Erma Pujiwati**

Anggaran Belanja Negara dan Neraca Transaksi Berjalan di Indonesia

**Muafi**

Strategi Bersaing dalam Turbulensi Lingkungan Bisnis

**Faris Mahdi**

Evaluasi Kinerja Sistem Informasi dalam Jakarta Automatic Trading System

**Nawang A. Widhihastuti**

Identifikasi Sumber Pendapatan Daerah Propinsi Jawa Timur

**Purnomo Lastu**

Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan di Bank Jatim Cabang Utama Surabaya

**Stevanus Hadi Darmadji**

Tantangan Akuntansi Manajemen dalam Lingkungan Bisnis Internasional

**Penyunting**

Kumpulan Abstrak Jurnal

Diterbitkan oleh: Laboratorium Industri dan Perdagangan  
Fakultas Ekonomi Universitas Surabaya

## **Ekonomi dan Bisnis**

ISSN 1410 - 9204

Diterbitkan oleh **Laboratorium Industri dan Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Surabaya**, Jl. Raya Kalirungkut Surabaya 60293.

**Kebijakan Penyuntingan** : Berkala **EKONOMI dan BISNIS** diterbitkan sebagai media publikasi gagasan konseptual, hasil penelitian, kajian dan terapan teori. Artikel yang dimuat merupakan pendapat pribadi penulisnya, bukan mencerminkan pendapat penyunting atau pun penerbit.

**Ketua Penyunting :**

Yohanes Joko Handayanto

**Wakil Ketua Penyunting:**

Soedarjanto

**Penyunting Pelaksana:**

Aluisius Hery Pratono

Sugeng Hariadi

Suyanto

Wisnu Wibowo

Riesanti Edie Wijaya

**Penyunting Ahli:**

Harijono (Universitas Jember)

Soetrisno (Univeritas Surabaya)

R. B. Suhartono (CSIS, Jakarta)

Elia Radianto (Kopertis XII Ambon)

Budhi Purwandaya (STEPKI, Jakarta)

Generosa Goenarsi (Kopertis VI, Semarang)

M. Suparmoko (Universitas Jenderal Sudirman)

J. S. Uppal (State University of New York at Albany, U. S. A.)

**Informasi Publikasi:** *EKONOMI dan BISNIS* (ISSN 1410 - 9204 ) diterbitkan secara berkala dua kali dalam satu tahun pada pertengahan Juni dan Desember. Terbit kali pertama pada Desember 1998.

**Informasi Tata Usaha:** surat menyurat mengenai langganan, keagenan, dan perubahan alamat dapat dikirimkan pada tata usaha *EKONOMI dan BISNIS* (Budi Santoso) Komplek Fakultas Ekonomi Universitas Surabaya, Jalan Raya Kalirungkut Surabaya 60293, Telp. (031) 2981137. Faximile (031) 8421373. *Homepage:* [www.ubaya.ac.id](http://www.ubaya.ac.id), *E-mail:* [E&B@dingo.ubaya.ac.id](mailto:E&B@dingo.ubaya.ac.id)

Langganan untuk wilayah Indonesia sebesar Rp15.000 (2 terbitan), pembayaran dapat dilakukan dengan cara (a) membayar langsung ke alamat tata usaha, atau (b) melalui pos wesel. Perubahan alamat agar segera diberitahukan kepada tata usaha jurnal dengan menyertakan alamat lama dan alamat baru.

**Penerimaan Tulisan (artikel):** Penyunting menerima tulisan yang belum pernah diterbitkan dalam media cetak lain (penjelasan lengkap baca Petunjuk Bagi Penulis pada bagian dalam sampul belakang). Naskah yang diterima dievaluasi oleh Penyunting, dan dapat diubah untuk menyeragamkan format, tanpa mengubah substansinya.

# EKONOMI DAN BISNIS

Berkala Publikasi Gagasan Konseptual, Hasil Penelitian, Kajian, dan Terapan Teori



Erma Pujiwati: Anggaran Belanja Negara dan Neraca Transaksi Berjalan di Indonesia	1-13
Muafi: Strategi Bersaing dalam Turbulensi Lingkungan Bisnis	14-27
Faris Mahdi: Evaluasi Kinerja Sistem Informasi dalam Jakarta Automatic Trading System	28-50
Nawang A. Widhihastuti: Identifikasi Sumber Pendapatan Daerah Propinsi Jawa Timur	51-59
Purnomo Lastu: Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan di Bank Jatim Cabang Utama Surabaya	60-68
Stevanus Hadi Darmadji: Tantangan Akuntansi Manajemen Dalam Lingkungan Bisnis Internasional	69-79
Kumpulan Abstrak Jurnal	80-84

Diterbitkan oleh: Laboratorium Industri dan Perdagangan  
Fakultas Ekonomi Universitas Surabaya



Volume 4. No. 1. Desember 2001

EKONOMI  
DAN BISNIS

## KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN DI BANK JATIM CABANG UTAMA SURABAYA

Purnomo Lastu\*

### ABSTRACT

*It is presumed that the service quality and satisfaction of consumers influenced the way that the relationship between consumer and service firm evolved. Bank Jatim is an financial symbolic system of local governments. This research is intended to recognize factors that influence the service quality and satisfaction level of depositors at Bank Jatim main branch, Surabaya in 2000. The data that are used, the primary data, are questioners distributed to depositors at bank Jatim - main branch which are registered on September 2000 with stratum sampling method.*

Kata-kata kunci: **Kepuasan Pelanggan, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangible.**

*M*asyarakat dalam mempercayakan transaksi keuangannya di bank mempunyai beberapa pertimbangan, salah satu pertimbangan utamanya adalah pelayanan. Sebagai perusahaan jasa, pelayanan menjadi masalah yang sangat berpengaruh terhadap kelangsungan hubungan antara pelanggan dengan bank. Sedangkan kepercayaan bukan lagi merupakan masalah utama, karena adanya kepastian penjaminan simpanan pelanggan oleh pemerintah.

---

\* Penulis adalah Staf Pengajar Politeknik Program Pendidikan Bisnis dan Manajemen Terapan Universitas Surabaya.



Bank Jatim sebagai bank milik pemerintah daerah mempunyai kasus yang menarik untuk dikaji, khususnya berkaitan dengan masalah keamanan dan pelayanan. Hal ini disebabkan karena Bank Jatim mempunyai status khusus, yaitu mempunyai hak untuk mengelola dana milik Pemerintah Daerah Pemda). Pengelolaan dana yang besar melalui peraturan daerah mengakibatkan bank BPD Jatim dapat memetik keuntungan dengan tanpa harus banyak berusaha untuk mendapatkan sumber dana bila dibandingkan dengan bank lain yang tidak memperoleh fasilitas pengelolaan dana pemerintah daerah. Dengan adanya persaingan bank yang semakin mengglobal, maka tiap bank bebas untuk beroperasi di mana saja. Hal ini mengakibatkan Bank Jatim menghadapi persoalan dalam bidang pelayanan, khususnya dalam hubungannya dengan jaringan kerja yang hanya beroperasi di wilayah Jawa Timur (Jatim) saja. Oleh karena itu jika Bank Jatim tidak dapat menguasai pasar yang terbatas, maka tidak menutup kemungkinan hanya menjadi "jago kandang" ( hanya menang di wilayah Jatim ), namun juga tidak dapat bersaing secara terbuka dengan bank-bank lain.

Berdasarkan uraian tersebut, maka pertanyaan yang menarik untuk dikaji adalah apakah Bank Jatim telah dapat memberikan pelayanan yang baik sehingga pada akhirnya dapat memuaskan para pelanggannya? Kepuasan pelanggan akan memberikan keuntungan ganda, yaitu peningkatan jumlah transaksi dan promosi. Artinya pelanggan akan mereferensikan rekannya untuk ikut menjadi pelanggan Bank Jatim.

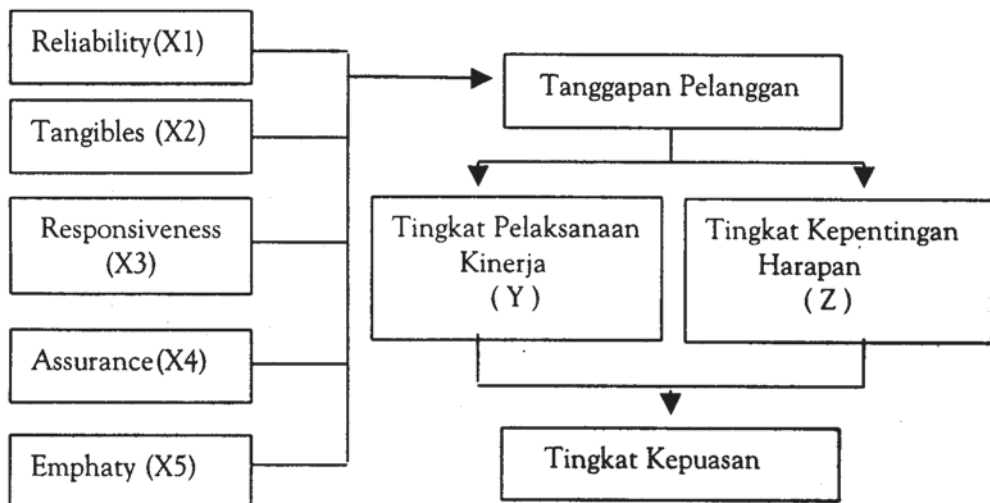
Unit analisis penelitian ini adalah para pelanggan atau nasabah Bank Jatim pada Oktober hingga Desember 2000 dengan cara membagikan daftar pertanyaan dan pengamatan di Bank Jatim, khususnya di kantor cabang Utama jalan Basuki Rachmat 94 - 104 Surabaya.

### **Metode Penelitian**

Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk mengetahui kualitas pelayanan pelanggan yang dikaitkan dengan kepuasan, seperti diungkapkan oleh Tjiptono (1998), bahwa (1) Sistem keluhan dan saran, merupakan metode yang digunakan dengan cara meminta para pelanggan memberikan saran dan kesannya terhadap pelayanan yang telah diberikan; (2) *Ghost Shopping*, yaitu metode yang digunakan dengan cara berpura-pura menjadi pelanggan. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui dengan sesungguhnya apakah karyawan telah melakukan pelayanan dengan baik. (3) *Lost Customer Analysis*, sebagai metode yang digunakan dengan cara meminta

masukannya dari para pelanggan yang sudah berpindah ke perusahaan lain. Cara ini dilakukan untuk mengetahui jawaban pelanggan secara akurat, karena mereka sudah tidak berhubungan lagi dengan perusahaan; (4) Metode Penelitian Kepuasan Pelanggan, yaitu metode yang digunakan dengan cara meminta jawaban pelanggan atas pertanyaan yang telah disusun dan didesain untuk tujuan penelitian.

Gambar 1: Kerangka Model Konseptual



Sumber : Supranto, 1990.

Berdasarkan 4 model tersebut, dalam penelitian mengacu pada model ke empat, yaitu penelitian kepuasan pelanggan yang dilakukan berdasarkan suatu kerangka konsep tertentu. Adapun model kerangka konsep yang diaplikasikan dalam penelitian adalah sebagai berikut.

Model tersebut dapat dijelaskan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan. Menurut Berry (1990) beberapa faktor tersebut, yaitu: *Reliability* ( $X_1$ ), adalah keandalan atau keakuratan data yang disajikan oleh perusahaan, seperti ketepatan dan keakuratan data yang disajikan serta kesesuaian pelayanan dengan promosi yang diberikan. *Tangible* ( $X_2$ ) adalah bukti fisik yang

ditampilkan atau diinformasikan kepada pelanggan, seperti kerapian, kelengkapan dan fasilitas yang dimiliki. *Responsiveness* ( $X_3$ ) adalah respon atau tanggapan dalam melihat suatu peristiwa, seperti kecepatan dan kesiapan dalam pelayanan. *Assurance* ( $X_4$ ), adalah jaminan akan keamanan dalam mengadakan transaksi, seperti kesopanan, profesionalisme karyawan dan perasaan aman dalam bertransaksi diberi simbol  $X_4$ . *Emphati* ( $X_5$ ), adalah sikap emphati yang diberikan kepada para pelanggan seperti : pemberian perhatian dan keamanan dalam bertransaksi diberi simbol .

Kelima faktor tersebut di atas juga merupakan dimensi kualitas pelayanan yang dijabarkan ke dalam 22 pertanyaan atau atribut yang harus diisi oleh para pelanggan. Pertanyaan dikelompokkan ke dalam 2 kategori, yaitu (1) kategori harapan (har) para pelanggan terhadap kinerja perusahaan dengan simbol Z, dan (2) kategori kinerja (kin) perusahaan dengan simbol Y. Adapun jawaban yang disediakan terdiri atas 5 tingkatan (skala Linkert) yaitu jawaban 1: bila tidak penting, 2: bila kurang penting, 3: bila cukup penting, 4: bila penting dan 5: bila sangat penting. Hasil penelitian Berry (1990) dengan merujuk kelima faktor tersebut, ternyata *Reliability* memperoleh skor tertinggi, kemudian secara berturut-turut diikuti variabel berikutnya (*Reliability* : 32; *Responsiveness*: 22; *Assurance*: 19; *Emphaty*: 16; *Tangible*: 11).

Langkah berikutnya adalah mencari korelasi kelima faktor tersebut dengan menggunakan analisis regresi berganda. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh tiap-tiap faktor tersebut terhadap kualitas pelayanan dengan persamaan berikut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

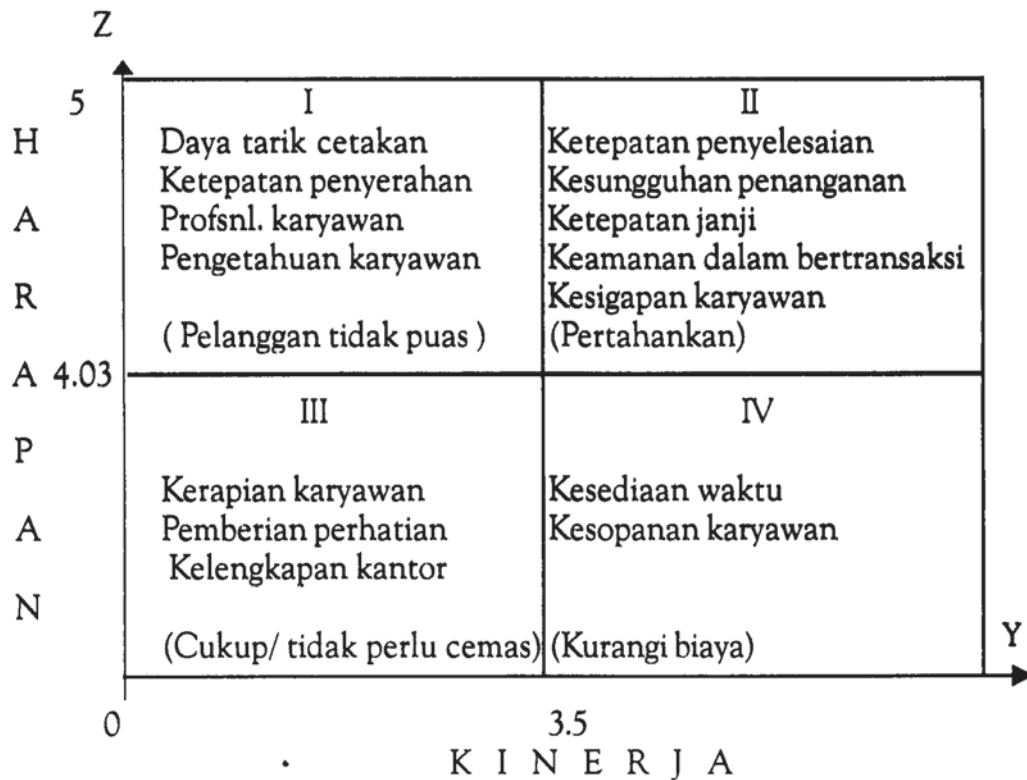
Sedangkan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction Index/CSI*) dilakukan dengan cara membandingkan antara harapan atau ekpektasi dengan kinerja. Analisis dilakukan dengan menggunakan tabulasi indeks kepuasan pelanggan. Secara ringkas jawaban pelanggan atas pertanyaan yang telah diajukan disajikan pada tabel 1.

**Tabel 1. Ringkasan Hasil Analisis Jawaban Responden**

Dim.	Atr. (A)	Har. (Z)	Kin (Y)	Var (Z-Y)	Rata2 Var:A	Bbt.	Rata2XBbt	Tert. (z :tot z)	Tert x Y
Tang.	1	3.98	3.30	(0.68)				0.0449	0.1481
	2	3.90	2.80	(1.10)				0.0440	0.1231
	3	3.90	3.90	-				0.0440	0.1715
	4	4.00	3.20	(0.80)				0.0451	0.1443
	JML	15.78	13.20	(2.58)	(0.65)	0.11	(0.07)		0.5871
Real.	5	4.30	3.70	(0.60)				0.0485	0.1794
	6	4.30	3.60	(0.70)				0.0485	0.1746
	7	4.10	3.80	(0.30)				0.0462	0.1757
	8	4.30	3.70	(0.60)				0.0485	0.1794
	9	3.60	3.50	(0.10)				0.0406	0.1421
JML	20.60	18.30	(2.40)	(0.46)	0.32	(0.15)		0.8512	
Resp.	10	4.30	3.30	(1.00)				0.0485	0.1600
	11	4.20	3.70	(0.50)				0.0474	0.1752
	12	4.10	3.70	(0.40)				0.0462	0.1711
	13	4.00	3.50	(0.50)				0.0451	0.1579
	JML	16.60	14.20	(2.40)	(0.60)	0.22	(0.13)		0.6642
Ass.	14	4.50	3.50	(1.00)				0.0507	0.1776
	15	4.10	3.80	(0.30)				0.0462	0.1757
	16	4.10	3.50	(0.60)				0.0462	0.1618
	17	4.10	3.50	(0.60)				0.0462	0.1618
	JML	16.80	14.30	(2.50)	(0.63)	0.19	(0.12)		0.6769
Emp.	18	3.90	3.20	(0.70)				0.0440	0.1407
	19	3.60	3.60	-				0.0406	0.1461
	20	3.70	3.50	(0.20)				0.0417	0.1460
	21	3.90	3.20	(0.70)				0.0440	0.1407
	22	3.80	3.50	(0.30)				0.0429	0.1500
	JML	18.90	17.00	(1.90)	(1.38)	0.16	(0.06)		0.7236
Total	88.68	77.00					1.00	1.0000	3.5030
Rata2	4.03	3.5							
CSI								70.06	



Hasil tabulasi kemudian dimasukkan kedalam suatu diagram yang disebut jendela pelanggan dan hasilnya adalah sbb. :



Sumber : *Customer Satisfaction Index* yang dipetakan

Diagram ini terdiri atas 4 kolom yang masing- masing kolom mempunyai arti yaitu (1) jika harapan pelanggan tinggi namun kinerja perusahaan rendah maka berarti pelanggan tidak puas dan harus menjadi perhatian utama perusahaan; (2) jika harapan pelanggan tinggi dan diimbangi dengan kinerja tinggi maka pelanggan puas dan dipertahankan oleh perusahaan; (3) jika kinerja perusahaan rendah namun harapan pelanggan juga rendah hal tersebut tidak perlu dicemaskan; (4) jika kinerja perusahaan tinggi namun harapan pelanggan rendah sebaiknya perlu dikurangi karena merupakan suatu pemborosan.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian terhadap produk jasa, khususnya jasa perbankan dan transportasi terdapat perbedaan dalam urutan bobot dari faktor penentu kualitas pelayanan. Jika perusahaan jasa transportasi lebih menekankan pada faktor *tangibles*, maka untuk bank lebih ditekankan pada faktor *reliability* atau keandalan dan keakuratan pelayanan. Hal ini mempunyai alasan, bahwa dalam jasa perbankan kepercayaan adalah sangat penting, sehingga keakuratan data yang disajikan menjadi prioritas utama. Data yang disajikan merupakan informasi bagi pelanggan untuk memutuskan sebagai nasabah. Oleh karena itu dukungan informasi yang harus disampaikan kepada pelanggan harus akurat. Seandainya seseorang menitipkan kepercayaan kepada pihak lain dan ternyata kemudian kepercayaan tersebut diabaikan dengan memberikan laporan data yang kurang akurat, maka dapat mengakibatkan pelanggan tidak percaya lagi. Khususnya dalam kasus perusahaan jasa perbankan sangat sensitif pada masalah kepercayaan ini, maka bagi para nasabah tentu akan dengan mudah mengalihkan simpanannya ke bank lain.

Hasil penelitian yang dilakukan terhadap bank Jatim kantor cabang Utama di Surabaya dengan mengambil tingkat keyakinan 95% menunjukkan hasil sebagai berikut :

### 1. Pengaruh faktor kualitas pelayanan

Hasil perhitungan regresi berganda faktor- faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan memperlihatkan persamaan sbb:

$$Y = -0.0720 + 0.5172 X_2 + 0.1767 X_3 + 0.3888 X_5$$

Dengan demikian dapat diartikan bahwa :

- a. Apabila tidak terdapat 5 dimensi atau faktor pelayanan tersebut maka kualitas pelayanan akan turun sebesar 7,2%  
Sedangkan apabila faktor pelayanan yang berupa :
- b. *Reliability* ditambah dengan satu satuan maka akan mengakibatkan bertambahnya kualitas pelayanan sebesar 51,72%
- c. *Responsiveness* ditambah dengan satu satuan maka mengakibatkan bertambahnya kualitas pelayanan sebesar 17,67% dan

- d. Dan apabila faktor empati ditambah dengan satu satuan maka akan mengakibatkan bertambahnya kualitas pelayanan sebesar 38,88%

Sedangkan pengujian secara parsial (uji  $r$ ) faktor- faktor yang mempengaruhi pelayanan menunjukkan hasil:

- a. Faktor *Realibility* sebesar 38,11%
- b. *Responsiveness* sebesar 8,96% dan
- c. Faktor *Emphaty* sebesar 29,16%

Dapat dikatakan bahwa faktor- faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu *reliability*, *responsiveness* dan empati secara sendiri- sendiri berpengaruh masing- masing sebesar 38,11%, 8,96% dan 29,16%. Faktor *tangibles* dan faktor *assurance* dengan tingkat keyakinan 95% ternyata kurang berpengaruh terhadap kualitas pelayanan bank Jatim. Namun secara bersama- sama (uji  $R^2$ ) ketiga faktor tersebut hanya mempengaruhi kualitas pelayanan sebesar 61,70% dimana 38,30% dipengaruhi oleh faktor lain. Faktor lain yang menyebabkan para pelanggan bank masih berhubungan dengan bank di antaranya adalah adanya keharusan membuka rekening untuk penampungan pembayaran gaji, kredit yang diterima.

2. Indeks kepuasan pelanggan  
Hasil perhitungan indeks kepuasan pelanggan adalah sebesar 70.06% ini berarti para pelanggan bank Jatim sudah cukup puas dengan pelayanan yang diberikan.
3. Hal-hal yang harus diperhatikan oleh bank Jatim adalah :  
Hasil tabulasi ke 22 pertanyaan yang masih perlu diperhatikan oleh bank Jatim berdasarkan peta atau jendela pelanggan yang dihasilkan diantaranya terlihat seperti di bawah ini:
  - a. Yang perlu dipertahankan yaitu apabila harapan pelanggan dan kinerja perusahaan sama- sama tinggi
  - b. Yang perlu ditingkatkan yaitu apabila harapan pelanggan lebih tinggi dari kinerja perusahaan sehingga pelanggan tidak puas

- c. Yang harus dikurangi yaitu apabila kinerja perusahaan melebihi harapan pelanggan
- d. Yang cukup dipertahankan yaitu kinerja perusahaan rendah namun harapan pelanggan juga rendah.

#### **PENUTUP**

Tidak semua faktor berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas pelayanan hanya ada 3 faktor saja yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu *reliability*, *responsiveness* dan *emphati*, sedangkan faktor *tangibles* dan *assurance* tidak berpengaruh.

Besarnya tingkat kepuasan pelanggan bank terhadap kualitas pelayanan sebesar 70,06%. Selain analisis terhadap faktor-faktor di atas, ditemukan 4 hal penting yang harus menjadi perhatian Bank Jatim, yaitu masalah pengetahuan karyawan akan produk, profesionalisme karyawan, daya tarik cetakan yang dihasilkan dan ketepatan waktu penyerahan.

#### **DAFTAR RUJUKAN**

- Supranto, 1977, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Rineka Cipta Jakarta.
- Tjiptono F, 1998, *Manajemen Jasa*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Berry Valaire A. Parasuraman, 1990, *Delivering Quality Service*, The Free Press, New York.
- Vincent Gaspersz, 1997, *Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.



## Petunjuk Bagi Penulis

1. Naskah belum pernah diterbitkan dalam media cetak lain, panjang 10-15 halaman, dan diserahkan paling lambat 2 (dua) bulan sebelum penerbitan, dalam bentuk ketikan dengan spasi 1 di atas kertas ukuran 18 x 26 cm (margin atas 3 dan bawah 3 cm, margin kiri dan kanan 2 cm) sebanyak 1 (satu) eksemplar dan pada disket menggunakan komputer IBM PC atau yang kompatibel, memakai program pengolah kata Microsoft Word (MS WORD) dengan ukuran (*size*) font 11.
2. Tulisan yang dimuat dalam berkala ini meliputi hasil penelitian, gagasan konseptual, kajian dan terapan teori, resensi buku, serta obituari di bidang ekonomi dan bisnis.
3. Semua naskah ditulis dalam bentuk esai, disertai judul subbab (*heading*) masing-masing bagian. Peringkat judul subbab letaknya rata tepi kiri, dengan jenis huruf sebagai berikut:

PERINGKAT 1 (huruf besar semua, tebal).

Peringkat 2 (huruf besar-kecil, tebal).

Peringkat 3 (huruf besar-kecil tebal miring).

Peringkat 4 (huruf besar-kecil miring).

4. Naskah artikel meliputi: (a) judul, (b) nama penulis ( identitas penulis berupa tempat/pengalaman bekerja), (c) abstrak 80-150 kata yang berisi arahan untuk menarik minat membaca isinya; naskah berbahasa Indonesia abstraksinya dalam bahasa Inggris; naskah berbahasa Inggris abstraksinya berbahasa Indonesia, (d) kata kunci 3-5 buah, (e) pendahuluan (dapat memakai atau tidak memakai judul subbab) yang berisi latar belakang dan tujuan atau ruang lingkup tulisan, (f) kerangka teoritik, (g) pembahasan (tanpa menulis kata "pembahasan"), (h) penutup, dan (i) daftar rujukan (cantumkan yang dirujuk saja). Naskah hasil penelitian/kegiatan disajikan dengan sistematika: (a) judul (sertai sponsor/sumber dana dan tahun dilaksanakannya penelitian/kegiatan), (b) nama-nama peneliti (sertai identitas berupa tempat/pengalaman bekerja masing-masing), (c) abstrak, (d) kata kunci, (e) pendahuluan (tanpa judul) berisi pembahasan kepustakaan dan tujuan, (f) metodologi, (g) hasil, (h) pembahasan, (i) kesimpulan dan saran, (j) daftar rujukan.
5. Kutipan memakai sistem "Text Note".
6. Daftar Rujukan disajikan mengikuti tatacara seperti contoh berikut dan diurutkan secara alfabetis.

Booth, Anne (ed.), 1992, *The Oil Boom and After: Indonesian Economic Policy and Performance in the Soeharto Era*, Oxford University Press, Singapore.

Djiwandono, J. Soedrajad, 1988, "Recent Indonesia Experience in Economic Development", *The Indonesian Quarterly*, vol. XVI, no. 2. April.
7. Tatacara penulisan artikel memperhatikan aturan tentang penggunaan tanda baca dan ejaan yang dimuat dalam Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia yang Disempurnakan.