

**REKAP JURNAL ILMIAH YANG TERBIT SECARA KONSISTEN
TAHUN 2018**

No.	Nama Jurnal Ilmiah	ISSN Cetak	ISSN Online	Volume	Nomor	URL
1	Majalah Ilmiah "DIAN ILMU"	0853-2516	2620-7451	17	2	http://jurnal.stiapembangunanjember.ac.id/index.php/dianilmu/issue/view/22
				18	1	http://jurnal.stiapembangunanjember.ac.id/index.php/dianilmu/issue/view/26
2	Majalah Ilmiah "PELITA ILMU"	2656-4467	2656-8977	1	1	http://jurnal.stiapembangunanjember.ac.id/index.php/pelitailmu/issue/view/23
				1	2	http://jurnal.stiapembangunanjember.ac.id/index.php/pelitailmu/issue/view/25

Majalah Ilmiah
“DIAN ILMU”

Volume 17 Nomor 2 April 2018

ISSN : 0853-2516



SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI

“PEMBANGUNAN”

JEMBER

Majalah Ilmiah
“DIAN ILMU”

Majalah Berkala Semester
STIA “PEMBANGUNAN” Jember

SUSUNAN REDAKSI

PENERBIT	: Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi “PEMBANGUNAN” Jember
PENANGUNG JAWAB	: Ir. Hendri Suparto, M.Si Ketua STIA “PEMBANGUNAN” JEMBER
PIMPINAN REDAKSI	: Ibnu Supriyadi, S.H., M.Si
DEWAN REDAKSI	: 1. Drs. Kaskojo Ad, M.Sii 2. Siti Husnul Hotima, S.Sos, M.P 3. Asmuni, M.A.P
REDAKTUR PELAKSANA	: Dr. Nungky Viana Feranita, M.M
SEKRETARIS REDAKSI	: Alifian Nugraha, M.Si
KOMPUTASI & ILUSTRASI	: 1. Achmad Faisol, S.AB 2. Amilatus Solikhah, S.AB
ADM. & SIRKULASI	: 1. Dewi Yuliaty Ningsih, S.AB 2. Siti Mahdiatul Umroh, S.AB
ALAMAT REDAKSI	: Jl. Lumba-Lumba No. 9 Telp. (0331) 486182 Jember 68135

Majalah Ilmiah “DIAN ILMU” adalah majalah yang telah diterbitkan oleh STIA “PEMBANGUNAN” Jember sebagai media komunikasi, informasi ilmiah, serta penyampaian gagasan maupun pemikiran.

DAFTAR ISI

1. Pengaruh Pendapatan Suami, Tingkat Pendidikan, Umur dan Kesempatan Kerja terhadap Jumlah Jam Kerja Buruh Wanita pada Gudang Tembakau “GMIT” Jember (Oleh: Sovia Anggraini Setiono, Achadyah Prabawati)	1
2. Evaluasi Kebijakan Sistem Informasi Administrasi Kependudukan dalam Mewujudkan Tertib Administrasi Kependudukan di Kota Probolinggo (Oleh: Yudha Arisandy, Ardiyanto, Sasongko)	16
3. Evaluasi Dampak dan Intensitas Tanggapan Kebijakan Penataan Pedagang Kaki Lima di Kabupaten Jember (Oleh: Asmuni).....	34
4. Pengaruh Kompetensi dan Komitmen Organisasi terhadap Kinerja Pegawai (Oleh: Ferry Andre Agustian, Djoko Poernomo, Zarah Puspitaningtyas).....	48
5. Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Pengaruhnya terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Oleh: Nungky Viana Feranita, Dwi Anugrah)	65
6. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Partisipasi Pria dalam Program Keluarga Berencana di Kabupaten Jember (Studi pada Peserta KB Metode Operasi Pria di Dinas Pemberdayaan Perempuan, Perlindungan Anak dan Keluarga Berencana Kabupaten Jember) (Oleh: Zainul Arifin, Sutomo, Edy Wahyudi).....	81

**PENGARUH PENDAPATAN SUAMI, TINGKAT PENDIDIKAN,
UMUR DAN KESEMPATAN KERJA TERHADAP JUMLAH JAM
KERJA BURUH WANITA PADA GUDANG TEMBAKAU “GMIT”
JEMBER**

SOVIA ANGGRAINI SETIONO*

ACHADYAH PRABAWATI

Program Studi Administrasi Bisnis

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Pembangunan Jember

*Email: cophiaayu@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh yang signifikan variabel pendapatan keluarga, tingkat pendidikan, umur dan kesempatan kerja terhadap jumlah jam kerja buruh wanita pada Gudang Tembakau “GMIT” Jember. Metode penelitian yang dilakukan adalah deskriptif kuantitatif dengan penentuan responden secara *purposive sampling* yang berjumlah 58 orang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan perhitungan uji regresi diperoleh bahwa variabel pendapatan suami berpengaruh signifikan terhadap jumlah jam kerja sebesar 0,837. Tingkat pendidikan berpengaruh signifikan terhadap jumlah jam kerja sebesar 0,016. Umur berpengaruh signifikan terhadap jumlah jam kerja sebesar 0,017. Kesempatan kerja berpengaruh signifikan terhadap jumlah jam kerja sebesar 0,024. Berdasarkan perhitungan tersebut diketahui bahwa variabel pendapatan suami memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap jumlah jam kerja buruh wanita pada Gudang Tembakau “GMIT” Jember. Pengujian variabel independen yaitu pendapatan suami, tingkat pendidikan, umur dan kesempatan kerja secara bersama dapat menjelaskan jumlah jam kerja sebesar 0,802 atau 80,2%. Hal ini diperkuat dengan diperolehnya nilai F hitung yang signifikan yaitu sebesar 31,029.

Kata Kunci: Pendapatan Suami, Tingkat Pendidikan, Umur, Kesempatan Kerja

I. PENDAHULUAN

Peningkatan jumlah penduduk Kabupaten Jember dari tahun ke tahun menyebabkan jumlah tenaga kerja mengalami perubahan yang cepat, khususnya tenaga kerja perempuan. Kesempatan kerja bagi perempuan makin lama makin terbuka lebar serta semakin bertambah banyak secara kuantitatif, sehingga menyebabkan semakin banyaknya wanita yang masuk ke pasar kerja. Perempuan memberikan sumbangan yang besar bagi kelangsungan perekonomian dan kesejahteraan rumah tangga serta masyarakat. Dengan adanya perempuan bekerja akan dapat mengangkat kesejahteraan keluarga pekerja karena mendapat tambahan penghasilan dari hasil kerja mereka. Fenomena tersebut menunjukkan peran perempuan sebagai ibu rumah tangga dan sebagai pencari nafkah di dalam usaha meningkatkan taraf hidup keluarga.

Menurut Payaman (2001:39) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi jam kerja seseorang selain upah yaitu variabel kependudukan meliputi jenis

kelamin, umur dan tanggungan keluarga. Masing-masing kelompok umur wanita mempunyai tingkat partisipasi yang berbeda-beda tergantung status perkawinan dan tingkat pendidikan. Wanita dalam mencurahkan jam kerja untuk mencari pendapatan tambahan bertujuan untuk memperbaiki perekonomian keluarganya agar mendapatkan kehidupan yang layak, dan juga dapat membiayai kebutuhan anak-anak mereka, sehingga mereka dapat meringankan suami mereka yang berpendapatan sangat sedikit, tetapi tidak melupakan kodrat mereka sebagai seorang wanita yang harus mengurus rumah tangga, seperti mencuci, memasak, mengasuh anak dan lain-lain. Jumlah jam kerja buruh wanita pada gudang tembakau "GMIT" Jember tentunya tergantung pada jam kerja masing-masing dan seberapa besar usaha yang dijalankan. Variabel yang dapat mempengaruhi jumlah jam kerja buruh wanita adalah pendapatan suami, tingkat pendidikan, umur dan kesempatan kerja.

Pendapatan suami merupakan salah satu alasan terpenting, kenapa seorang wanita mencurahkan jamnya untuk mencari nafkah bagi keluarga, dengan mencari tambahan pendapatan selain dari pendapatan suami sehingga dapat membantu perekonomian keluarga. terpenuhi. Sedangkan umur adalah faktor yang mempengaruhi wanita dalam mencurahkan jam kerjanya, jika seorang wanita sudah berumur 18 tahun keatas, maka akan bertambah juga tanggung jawab yang harus diterima sehingga harus mencari pekerjaan agar bisa memenuhi kebutuhan baik secara pribadi maupun keluarganya. Tingkat pendidikan merupakan faktor vital bagi kehidupan seseorang, khususnya bagi wanita. Semakin

tinggi tingkat pendidikan yang diraih oleh seseorang, semakin tinggi pula jabatan dan pekerjaan didapatkan sehingga dapat meningkatkan pendapatan wanita tersebut. Selanjutnya kesempatan kerja adalah banyaknya orang yang dapat tertampung untuk bekerja pada suatu perusahaan atau suatu instansi.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian guna memperoleh hasil yang relevan dengan kondisi di lapangan, sehingga dapat diketahui “Bagaimanakah Pengaruh Pendapatan Suami, Tingkat Pendidikan, Umur dan Kesempatan Kerja Terhadap Jumlah Jam Kerja Buruh Wanita Pada Gudang Tembakau GMIT Jember?”

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pendapatan

Pendapatan adalah penerimaan dana selama satu bulan karena hasil jerih payah seseorang dalam melakukan pekerjaan. Pendapatan adalah jumlah uang yang diterima oleh perusahaan dari aktivitasnya, kebanyakan dari penjualan produk

dan/atau jasa kepada pelanggan. Bagi investor, pendapatan kurang penting dibanding keuntungan, yang merupakan jumlah uang yang diterima setelah dikurangi pengeluaran (Wikipedia).

Pendapatan suami adalah penerimaan dana selama satu bulan

untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarganya dengan hasil jerih payah suami dalam melakukan pekerjaan. Penerimaan yang diperoleh dari pendapatan suami digunakan oleh istri dalam menentukan penawaran tenaga kerjanya. Pengaruh pendapatan terhadap kehidupan seseorang sangat penting sekali, karena pendapatan digunakan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi. Apabila tingkat pendapatan lebih rendah dari tingkat kebutuhan akan mengakibatkan terjadinya ketidakseimbangan. Banyak sekali upaya yang dapat dilakukan seseorang untuk meningkatkan pendapatannya, selain memiliki pendapatan tetap biasanya banyak orang memilih untuk melakukan pekerjaan tambahan lainnya.

2.2 Pengertian Tingkat Pendidikan

Pendidikan sering diartikan sebagai usaha manusia untuk membina kepribadiannya sesuai dengan nilai-nilai di dalam masyarakat dan kebudayaan. Selanjutnya, pendidikan diartikan sebagai usaha yang dijalankan oleh

seseorang atau kelompok orang lain agar menjadi dewasa atau mencapai tingkat hidup atau penghidupan yang lebih tinggi dalam arti mental (Hasbullah, 2009:1).

Selanjutnya dijelaskan bahwa tingkat pendidikan dapat dibedakan berdasarkan tingkatan-tingkatan tertentu seperti:

1. Pendidikan dasar awal selama 9 tahun meliputi SD/ sederajat, SLTP/ sederajat.
2. Pendidikan lanjut
 - a. Pendidikan menengah minimal 3 tahun meliputi SMA atau sederajat
 - b. Pendidikan tinggi meliputi diploma, sarjana, magister, doktor dan spesialis yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi.

2.3 Pengertian Umur

Menurut Hurlock (2007:20) umur adalah waktu seseorang sejak dilahirkansampai saat hidupnya yang dinyatakan dengan tahun. Usia > 18 tahun dinamakan remaja, dimana menurut piaget secara psikologi, masa remaja adalah usia

dimanaindividu berinteraksi dengan masyarakat dewasa dan termasuk juga perubahan intelektual yang mencolok. Pada masa remaja terjadi perubahan sikap dan perilaku, sebagian besar remaja bersikap ambivalen terhadap setiap perubahan. Usia 18-40 tahun dinamakan dewasa dini dimana kemampuan mental mencapai puncaknya dalam usia 20 tahun untuk mempelajari dan menyesuaikan diri pada situasi-situasi baru seperti pada misalnya mengingat hal-hal yang pernah dipelajari, penalaran analogis dan berfikir kreatif. Pada masa dewasa ini sering mencapai puncak prestasi. Umur > 40 tahun dinamakan usia madya dini dimana pada masa tersebut pada akhirnya ditandai perubahan-perubahan jasmani dan mental pada masa ini seseorang tinggal mempertahankan prestasi yang telah dicapainya pada usia dewasa.

2.4 Pengertian Kesempatan Kerja

Menurut Sukirno (2000:68) memberikan pengertian kesempatan kerja sebagai suatu keadaan dimana semua pekerja yang ingin bekerja

pada suatu tingkat upah tertentu akan dengan mudah mendapat pekerjaan.

Jumlah penduduk sangat berpengaruh terhadap perkembangan kesempatan kerja, semakin tinggi jumlah penduduk yang termasuk dalam angkatan kerja maka kesempatan kerja yang tersedia harus semakin banyak. Luasnya kesempatan kerja ditandai dengan semakin banyaknya jumlah lapangan pekerjaan yang ditawarkan dari berbagai sektor ekonomi yang ada. Selain jumlah penduduk tingkat konsumsi juga berpengaruh terhadap penciptaan kesempatan kerja. Semakin tinggi tingkat konsumsi penduduk maka tingkat kesempatan kerja akan semakin meningkat karena peningkatan konsumsi akan diikuti oleh peningkatan permintaan tenaga kerja sehingga akan menyebabkan semakin tinggi pula kesempatan kerja.

2.5 Pengertian Jam Kerja

Jumlah jam kerja seluruh pekerjaan adalah lamanya waktu dalam jam yang digunakan untuk bekerja dari seluruh pekerjaan, tidak termasuk jam kerja istirahat resmi

dan jam kerja yang digunakan untuk hal-hal di luar pekerjaan selama seminggu yang lalu. Jam kerja adalah waktu yang ditentukan untuk melakukan pekerjaan. Harrington (2001) menjelaskan bahwa jam kerja adalah waktu yang ditentukan untuk melakukan pekerjaan, lamanya jam kerja berlebih dapat meningkatkan *human error* atau kesalahan kerja karena kelelahan yang meningkat dan jam tidur yang berkurang. Selanjutnya dijelaskan bahwa tambahan durasi pada suatu shift kerja, akan meningkatkan tingkat kesalahan. Lima kali tambahan durasi shift per bulan akan meningkatkan kelelahan 300% dan berakibat fatal.

Dijelaskan bahwa jam kerja adalah waktu untuk melakukan pekerjaan, dapat dilaksanakan siang hari dan/atau malam hari. Jam kerja bagi para pekerja di sektor swasta diatur dalam Undang-Undang No.13 tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan, khususnya pasal 77 sampai dengan pasal 85. Pasal 77 ayat 1, Undang-Undang No.13/2003 mewajibkan setiap pengusaha untuk melaksanakan ketentuan jam kerja

(UU Ketenagakerjaan, 2003). Selanjutnya dijelaskan pemerintah mewajibkan setiap pengusaha untuk melindungi jam kerja para karyawannya. Jika karena suatu hal tertentu pengusaha mengharuskan karyawannya untuk bekerja diluar jam kerja yang ditetapkan, maka wajib membayar uang lembur kepada karyawannya.

2.6 Hipotesis

Berdasarkan penelitian sebelumnya dan teori yang ada maka dapat diambil hipotesis secara parsial sebagai berikut:

1. Pendapatan suami, tingkat pendidikan, umur, dan kesempatan kerja berpengaruh signifikan terhadap jumlah jam kerja buruh wanita secara simultan.
2. Pendapatan suami berpengaruh signifikan terhadap jumlah jam kerja buruh wanita secara parsial.
3. Tingkat pendidikan berpengaruh signifikan terhadap jumlah jam kerja buruh wanita secara parsial.

4. Umur berpengaruh signifikan terhadap jumlah jam kerja buruh wanita secara parsial.

5. Kesempatan kerja berpengaruh signifikan terhadap jumlah jam kerja buruh wanita secara parsial.

III. METODE PENELITIAN

Penulis dalam hal ini mengambil lokasi penelitian di Gudang Tembakau “GMIT” Kabupaten Jember. Sedangkan waktu yang digunakan untuk mengadakan penelitian adalah selama 2 bulan yaitu : Bulan Mei-Juli 2017. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh buruh wanita yang sudah memiliki status menikah yang berjumlah 140 orang. Penentuan jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan adanya pertimbangan-pertimbangan tertentu, antara lain: (a) seluruh buruh wanita dan (b) buruh wanita yang memiliki anak. Berdasarkan perhitungan sampel diketahui bahwa pada penelitian ini peneliti mengambil sampel sebanyak 58 orang. Sampel tersebut akan peneliti gunakan sebagai responden.

Penelitian ini menggunakan jenis sekunder dan primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden dengan metode wawancara berdasarkan daftar pertanyaan yang telah disusun. Data yang dapat diperoleh secara langsung dari penelitian ini adalah pendapatan suami, umur, tingkat pendidikan, kesempatan kerja dan jam kerja. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari literatur yang berkaitan dengan penelitian. Data pada penelitian ini diperoleh Gudang Tembakau “GMIT” Jember, laporan penelitian sebelumnya dan studi pustaka.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS 18 untuk mempermudah dalam pengolahan dan analisis data. Tahapan yang dilakukan dalam data adalah:

1. Uji asumsi klasik, meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.
2. Model regresi, analisis regresi linier berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.
3. Koefisien determinasi, bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen. Nilai koefisien determinasi adalah $0 < R^2 < 1$.
4. Uji hipotesis, meliputi uji F dan uji t. Uji F digunakan untuk menguji hubungan pengaruh secara simultan atau secara bersama-sama semua variabel dependent berpengaruh terhadap variabel independen. Uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh secara parsial dari pendapatan suami, tingkat pendidikan, umur dan kesempatan kerja terhadap jumlah jam kerja. Uji t ini digunakan untuk menguji hubungan pengaruh secara parsial atau secara mandiri masing-masing variabel dependen berpengaruh terhadap variabel independen.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Berikut ini adalah hasil uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas dan uji multikolinearitas. Dari grafik hasil uji normalitas terhadap model regresi yang dapat diketahui bahwa terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Berdasarkan grafik uji normalitas dapat dikatakan bahwa model regresi layak dipakai

karena telah memenuhi asumsi normalitas.

Berdasarkan hasil analisis *Collinearity Statistic* diketahui bahwa dalam model tidak terjadi multikolinearitas. Nilai VIF dari masing-masing variabel kurang dari 10. Semakin rendah nilai dari VIF, maka akan semakin baik karena tidak terjadi korelasi antar variabel independen.

Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 6,081 + 0,837 X_1 + 0,016 X_2 + 0,017 X_3 + 0,024 X_4$$

Hasil koefisien determinasi berganda (R^2) sebesar 0,802. Hal ini berarti 80,2% perubahan jumlah jam kerja buruh wanita dipengaruhi oleh variabel pendapatan suami, tingkat pendidikan, umur, dan kesempatan kerja sedangkan sisanya sebesar 19,8% disebabkan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam persamaan regresi yang dibuat.

1. Uji Simultan (Uji F)

Hasil analisa menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $31,029 > 5,36$ maka variabel pendapatan suami, tingkat pendidikan, umur, dan kesempatan kerja secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap jumlah jam kerja pada tingkat signifikan 5%, dalam hal ini H_0 ditolak. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa pendapatan suami, tingkat pendidikan, umur, dan kesempatan kerja secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap jumlah jam kerja buruh wanita pada Gudang Tembakau "GMIT" Jember terbukti kebenarannya atau H_1 diterima.

Semakin besar nilai F_{hitung} dari variabel pendapatan suami, tingkat pendidikan, umur, dan kesempatan kerja, maka pengaruh terhadap jumlah jam kerja yang ditimbulkan akan semakin kuat.

2. Uji Parsial (Uji t)

Hasil perhitungan uji t dengan menggunakan program *SPSS for Windows* dapat diketahui besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat sebagai berikut:

- a. Pengaruh Variabel Pendapatan Suami (X_1) terhadap Jumlah Jam Kerja (Y)

Diketahui bahwa hasil regresi persamaan kedua variabel menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $2,466 > 1,658$ dan tingkat probabilitas lebih kecil dari α yaitu $0,033 < 0,05$ maka H_0 ditolak, berarti secara parsial variabel pendapatan suami (X_1) mempunyai pengaruh signifikan terhadap jumlah jam kerja (Y) di lingkungan Gudang Tembakau "GMIT"

Jember. Semakin besar nilai t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} dari variabel pendapatan suami, maka pengaruh terhadap jumlah jam kerja secara parsial yang ditimbulkan akan semakin kuat. Dengan demikian H_{a1} terbukti bahwa ada pengaruh pendapatan suami terhadap jumlah jam kerja buruh wanita pada Gudang Tembakau “GMIT” Jember.

- b. Pengaruh Variabel Tingkat Pendidikan (X_1) terhadap Jumlah Jam Kerja (Y)
- Diketahui bahwa hasil regresi persamaan kedua variabel menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $0,206 > 1,658$ dan tingkat probabilitas lebih kecil dari α yaitu $0,048 < 0,05$ maka H_0 ditolak, berarti secara parsial variabel tingkat pendidikan (X_2) mempunyai pengaruh signifikan terhadap jumlah jam kerja (Y) dilingkungan

Gudang Tembakau “GMIT” Jember. Semakin besar nilai t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} dari variabel tingkat pendidikan, maka pengaruh terhadap jumlah jam kerja secara parsial yang ditimbulkan akan semakin kuat. Dengan demikian H_{a2} terbukti bahwa ada pengaruh tingkat pendidikan terhadap jumlah jam kerja buruh wanita pada Gudang Tembakau “GMIT” Jember.

- c. Pengaruh Variabel Umur (X_1) terhadap Jumlah Jam Kerja (Y)
- Diketahui bahwa hasil regresi persamaan kedua variabel menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $2,420 > 1,658$ dan tingkat probabilitas lebih kecil dari α yaitu $0,003 < 0,05$ maka H_0 ditolak, berarti secara parsial variabel umur (X_3) mempunyai pengaruh signifikan terhadap jumlah jam kerja (Y) dilingkungan

Gudang Tembakau “GMIT” Jember. Semakin besar nilai t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} dari variabel umur, maka pengaruh terhadap jumlah jam kerja secara parsial yang ditimbulkan akan semakin kuat. Dengan demikian H_{a3} terbukti bahwa ada pengaruh umur terhadap jumlah jam kerja buruh wanita pada Gudang Tembakau “GMIT” Jember.

- d. Pengaruh Variabel Kesempatan Kerja (X_1) terhadap Jumlah Jam Kerja (Y)

Diketahui bahwa hasil regresi persamaan kedua variabel menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $2,064 > 1,658$ dan tingkat probabilitas lebih kecil dari α yaitu $0,012 < 0,05$ maka H_0 ditolak, berarti secara parsial variabel kesempatan kerja (X_4) mempunyai pengaruh signifikan terhadap jumlah jam kerja

(Y) dilingkungan Gudang Tembakau “GMIT” Jember. Semakin besar nilai t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} dari variabel kesempatan kerja, maka pengaruh terhadap jumlah jam kerja secara parsial yang ditimbulkan akan semakin kuat. Dengan demikian H_{a4} terbukti bahwa ada pengaruh kesempatan kerja terhadap jumlah jam kerja buruh wanita pada Gudang Tembakau “GMIT” Jember.

4.2 Pembahasan

Hasil uji regresi menunjukkan variabel pendapatan suami berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah jam kerja dengan koefisien regresi sebesar 0,837. Hal ini berarti variabel pendapatan suami yang diukur melalui indikator hasil jerih payah dan pemenuhan kebutuhan merupakan suatu faktor yang menentukan jumlah jam kerja buruh wanita pada Gudang Tembakau “GMIT” Jember. Hasil

jerih payah suami digunakan sebagai ukuran untuk membiayai semua kebutuhan keluarga. Sedangkan pemenuhan kebutuhan hidup digunakan sebagai ukuran untuk mengukur tercukupinya kebutuhan hidup berdasarkan pendapatan suami.

Hasil uji regresi menunjukkan variabel tingkat pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah jam kerja dengan koefisien regresi sebesar 0,016. Hal ini berarti variabel tingkat pendidikan yang diukur melalui indikator jenjang pendidikan, pendidikan formal dan ketrampilan merupakan suatu faktor yang menentukan jumlah jam kerja buruh wanita pada Gudang Tembakau "GMIT" Jember. Tingkat pendidikan menggambarkan kualitas dan kemampuan seseorang dalam melakukan pekerjaan. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka semakin baik mutu jiwa dan kemampuan dalam menjalankan pekerjaannya (semakin baik pekerjaan yang dihasilkan). Demikian juga sebaliknya semakin rendah tingkat pendidikan, maka

hasil pekerjaan tidak sesuai dengan ketentuan karena kemampuan yang rendah.

Hasil uji regresi menunjukkan variabel umur berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah jam kerja dengan koefisien regresi sebesar 0,017. Hal ini berarti variabel umur yang diukur melalui indikator rentang waktu dan produktif merupakan suatu faktor yang menentukan jumlah jam kerja buruh wanita pada Gudang Tembakau "GMIT" Jember. Umur menggambarkan rentang waktu hidup seseorang digunakan untuk mengukur kematangan seseorang dalam mengambil keputusan dalam bertanggung jawab melakukan kegiatan yang produktif. Semakin tinggi umur seseorang, maka makin besar pula rasa tanggung jawab dalam menentukan keputusan dan makin produktif kegiatan yang dilakukan. Demikian juga sebaliknya semakin rendah umur seseorang, maka rendah pula rasa tanggung jawab yang dimiliki dan berakibat kurangnya produktif kegiatan yang dilakukan.

Hasil uji regresi menunjukkan variabel kesempatan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah jam kerja dengan koefisien regresi sebesar 0,024. Hal ini berarti variabel kesempatan kerja yang diukur melalui indikator lapangan kerja dan tenaga kerja merupakan suatu faktor yang

menentukan jumlah jam kerja buruh wanita pada Gudang Tembakau “GMIT” Jember. Semakin tinggi atau besar lapangan kerja yang tersedia, maka jumlah jam kerja akan semakin meningkat. Sebaliknya semakin rendah atau sedikit lapangan kerja yang tersedia, maka jumlah kerja semakin menurun.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pendapatan suami, tingkat pendidikan, umur dan kesempatan kerja terhadap jumlah jam kerja buruh wanita pada Gudang Tembakau “GMIT” Jember dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pendapatan suami mempunyai pengaruh secara signifikan dan positif terhadap jumlah jam kerja buruh wanita pada Gudang Tembakau “GMIT” Jember. Semakin rendahnya pendapatan suami dapat memberi kesempatan untuk meningkatkan jumlah jam kerja buruh wanita pada

Gudang Tembakau “GMIT” Jember.

2. Tingkat pendidikan mempunyai pengaruh secara signifikan dan positif terhadap jumlah jam kerja buruh wanita pada Gudang Tembakau “GMIT” Jember. Hal itu menyebabkan apabila tingkat pendidikan tinggi akan menghasilkan ketrampilan yang tinggi, sehingga meningkatkan jumlah jam kerja buruh wanita pada Gudang Tembakau “GMIT” Jember.
3. Umur mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap jumlah jam kerja buruh wanita pada Gudang

Tembakau “GMIT” Jember. Dengan adanya umur yang cukup untuk bekerja dapat meningkatkan jumlah jam kerja buruh wanita pada Gudang Tembakau “GMIT” Jember.

4. Kesempatan kerja mempunyai pengaruh secara signifikan dan positif terhadap jumlah jam kerja buruh wanita pada Gudang Tembakau “GMIT” Jember. Hal ini menyebabkan apabila kesempatan kerja yang tinggi dapat meningkatkan jumlah jam kerja buruh wanita pada Gudang Tembakau “GMIT” Jember.
5. Faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap jumlah jam kerja buruh wanita pada Gudang Tembakau “GMIT” Jember adalah pendapatan suami dengan koefisien regresi paling besar.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diambil, maka dapat diambil beberapa saran sebagai berikut:

1. Dengan melihat hasil penelitian yang menunjukkan bahwa variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap jumlah jam kerja buruh wanita pada Gudang Tembakau “GMIT” Jember adalah pendapatan suami maka agar produktivitas tetap tinggi maka pekerja wanita sebaiknya tetap bekerja dengan baik meskipun pendapatan suaminya tinggi, sehingga pendapatan keluarga juga akan lebih baik dan kesejahteraan dapat meningkat.
2. Adapun keterbatasan dari penelitian ini adalah masih kurangnya kelengkapan data dari dinas terkait. Dan seluruh variabel independen yaitu pendapatan suami, tingkat pendidikan, umur dan kesempatan kerja hanya dapat mempengaruhi variabel dependen jumlah jam kerja sebesar 0,802, hal ini berarti 80,2%

dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel dalam penelitian ini. Atas dasar keterbatasan tersebut, untuk

penelitian selanjutnya diharapkan agar menambah variabel lain yang lebih variatif dari penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. PT. Rineka Cipta: Jakarta.
- BPS. 2008. *Produk Domestik Regional Bruto (PDRB)*. Jember: BPS: Jember.
- Bungin, B. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publikserta Ilmu – Ilmu Sosial Lainnya*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama. Prenada Media: Jakarta.
- Erlina. 2011. *Metode Penelitian*. USU Press: Medan.
- Kedokteran EGC: Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivarian dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Hasbullah. 2009. *Dasar – Dasar Ilmu Pendidikan*. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Hurlock, E. B. 2007. *Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Erlangga: Surabaya.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. Edisi Keempat. 2008. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Koentjoroningrat, 1997. *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: Gramedia.
- Mantra, Ida Bagoes. 2000. *Demografi Umum*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Margono. 2004. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Rineka Cipta: Jakarta.
- Neolaka, Amos. 2014. *Metode Penelitian dan Statistik*. PT. Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Payaman J. Simanjuntak. 2001. *Pengantar Ekonomi Sumber Daya Manusia Edisi 2001*. FEUI: Jakarta.
- Singarimbun, Masri & Sofian Effendi. 2006. *Metode Penelitian Survei*. Pustaka LP3ES Indonesia: Jakarta.
- Sugiyono. 2011. *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta: Bandung.
- Sumardi, M & Hans, D.E. 2005. *Sumber Pendapatan Kebutuhan Pokok dan Perilaku Menyimpang*. Rajawali: Jakarta.
- Su'ud, H.. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan V. Pena: Banda Aceh.
- Undang-Undang Republik Indonesia, Nomor 13 tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Pendidikan Nasional.

**EVALUASI KEBIJAKAN SISTEM INFORMASI ADMINISTRASI
KEPENDUDUKAN DALAM MEWUJUDKAN TERTIB ADMINISTRASI
KEPENDUDUKAN DI KOTA PROBOLINGGO**

YUDHA ARISANDY*

ARDIYANTO

SASONGKO

Jurusan Ilmu Administrasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Jember

*Email: yudhaarisandy03@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimanakah evaluasi kebijakan Sistem Informasi Administrasi Kependudukan (SIAK) dalam mewujudkan tertib administrasi kependudukan di Kota Probolinggo. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan fokus penelitian evaluasi pada sumber daya manusia dan sarana prasarana pendukung sistem informasi administrasi kependudukan.

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan *accidental sampling* kemudian teknik pengumpulan data dilakukan yaitu penelitian lapangan dengan cara melakukan wawancara secara mendalam, observasi dan dokumentasi. Fokus evaluasi kebijakan SIAK di Kota Probolinggo pada sumber daya manusia dan sarana prasarana.

Hasil penelitian diketahui bahwa evaluasi yang dilaksanakan termasuk ke dalam *on going evaluation* dan bersifat sistematis bahwa kebijakan tersebut dilaksanakan untuk mengukur dampak bagi masyarakat dan melihat tujuan itu tercapai. Pelaksanaan kebijakan SIAK di Kota Probolinggo sudah berjalan baik tetapi di Kota Probolinggo masih terdapat *duplicate record* (data ganda) yang dipengaruhi *human error* dari operator SIAK dan masyarakat serta jaringan *trouble*, *server* SIAK dan KTP-el masih terpisah yang menyebabkan permasalahan pada pelayanan administrasi kependudukan. Evaluasi yang dilaksanakan meliputi: (1) monev rutin dengan Kecamatan dan Kelurahan di Kota Probolinggo; (2) pengembangan jaringan SIAK; (3) pelatihan teknis operator SIAK; dan (4) sosialisasi kepada masyarakat Kota Probolinggo.

**Kata Kunci: Evaluasi Kebijakan, SIAK, Dinas Kependudukan dan
Pencatatan Sipil**

I. PENDAHULUAN

Ketersediaan data umum tentang penduduk yang lengkap dan akurat merupakan aspek penting dalam pembangunan kependudukan yang memberikan jaminan kepastian hukum dan perlindungan terhadap hak-hak individu masyarakat dalam kepemilikan dokumen kependudukan seperti Kartu Tanda Penduduk (KTP), Kartu Keluarga (KK), Surat Pindah dan Akta Pencatatan Sipil. Jumlah penduduk yang cukup besar dan kurangnya dukungan aspek-aspek bidang kependudukan akan mudah menyebabkan penyalahgunaan dokumen kependudukan sehingga diperlukan penataan agar administrasi kependudukan dapat tertib, akurat dan terpadu (Rusli, 1996:38). Pengelolaan dokumen kependudukan merupakan tanggung jawab Pemerintah Pusat dan Daerah sesuai dengan Undang-Undang No. 23 Tahun 2006 tentang Administrasi Kependudukan. Kebijakan kependudukan sebelum Undang-Undang No. 23 Tahun 2006 yaitu Sistem Informasi Manajemen Kependudukan (SIMDUK) pada

Tahun 1996. Kebijakan SIMDUK digunakan untuk mengelola data kependudukan seperti Kartu Keluarga, Kartu Tanda Penduduk dan Akta Kelahiran yang didasarkan pada *Internet Data Center* dimana basis center pada satu titik lokasi sehingga rentan penyalahgunaan identitas karena kurang detail dan valid dalam mengelola data kependudukan. Melihat fenomena tersebut Pemerintah Pusat mengimplementasikan kebijakan Sistem Informasi Administrasi Kependudukan (SIAK).

Pengelolaan kebijakan SIAK di daerah khususnya di Kota Probolinggo didasarkan pada Peraturan Daerah Kota Probolinggo No. 3 Tahun 2010 tentang Penyelenggaraan Administrasi Kependudukan. Kebijakan SIAK di Kota Probolinggo melalui Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Probolinggo dilaksanakan sejak tahun 2011, diharapkan untuk memberikan kemudahan dalam pelayanan administrasi kependudukan secara online dan mewujudkan tertib administrasi

kependudukan dengan kepemilikan data tunggal. Pelaksanaan kebijakan SIAK di Kota Probolinggo tidak sepenuhnya berjalan lancar, masih terdapat kendala sebagai berikut:

1. Aplikasi perekaman KTP-el kurang mendukung.
2. *Human error* dari petugas/operator dalam menggunakan *fingerprint* dan *entry* data NIK pada perekaman data KTP-el yang dapat menyebabkan *duplicate record* (data ganda).
3. Terpisahnya server SIAK dan server KTP-el.
4. *Trouble* pada jaringan SIAK.
5. *Human error* dari masyarakat yang ingin memiliki data ganda.
6. Informasi dan pemahaman masyarakat masih terbatas.

Dalam menyikapi permasalahan diatas, bahwa Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Probolinggo melaksanakan evaluasi. Evaluasi dilaksanakan untuk menilai sejauh mana kebijakan publik dapat dipertanggungjawabkan dan sejauh mana tujuan dicapai dengan melihat kesenjangan antara harapan dan kenyataan. Evaluasi kebijakan

merupakan persoalan yang berupa pengukuran serta penilaian terhadap tahap implementasi kebijakan atau terhadap hasil (*outcome*) dan dampak (*impact*) dari pelaksanaan kebijakan atau program tertentu. Menurut Edwards dalam Widodo (2011:96-110) salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan dan kegagalan kebijakan adalah komunikasi dan sumber daya manusia. Evaluasi kebijakan SIAK yang dilaksanakan oleh Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Probolinggo berfokus pada sumber daya manusia (operator dan masyarakat) dan sarana prasarana (jaringan dan server) yang diharapkan untuk mewujudkan pelayanan administrasi kependudukan berkualitas dan masyarakat Kota Probolinggo tertib dalam kepemilikan dokumen kependudukan.

Berdasarkan pemaparan tersebut maka penulis menyajikan rumusan masalah yaitu “Bagaimanakah evaluasi kebijakan Sistem Informasi Administrasi Kependudukan dalam mewujudkan tertib administrasi kependudukan di Kota Probolinggo“.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Sistem Informasi Manajemen

Menurut Murdick (1993:16), sistem informasi untuk manajemen modern bahwa sistem informasi manajemen sebagai suatu kelompok orang, seperangkat pedoman dan petunjuk, peralatan pengolah data (seperangkat elemen) memilih, menyimpan, mengolah dan mengambil kembali data (mengoperasikan data dan barang) untuk mengurangi ketidakpastian pada pengambilan keputusan (mencari tujuan bersama) dengan menghasilkan informasi untuk manajer pada waktu mereka dapat menggunakannya dengan efisien.

2.2 Kebijakan Publik

Menurut Frederickson dan Hart dalam Tangkilisan (2003:12), kebijakan publik diartikan suatu tindakan yang mengarah pada tujuan yang diusulkan oleh seseorang, kelompok atau pemerintah dalam lingkungan tertentu sehubungan dengan adanya hambatan-hambatan tertentu sambil mencari peluang-peluang untuk mencapai tujuan

untuk mewujudkan sasaran yang diinginkan.

2.3 Evaluasi Kebijakan Publik

Menurut Anderson dalam Winarno (2014:229) evaluasi kebijakan publik adalah kegiatan yang menyangkut estimasi atau penilaian kebijakan yang mencakup substansi, implementasi dan dampak atas pelaksanaan kebijakan tersebut. Evaluasi perlu dilakukan dalam setiap kegiatan, program, atau proyek yang sedang dilaksanakan dengan tujuan untuk memperoleh hasil (*outcome*) dan dampak (*impact*) atas pelaksanaan kebijakan atau program tersebut. Evaluasi dibagi kedalam tipe-tipe sebagai berikut:

1. Evaluasi dipahami sebagai kegiatan fungsional.
2. Evaluasi yang memfokuskan diri pada bekerjanya kebijakan program-program tertentu.
3. Evaluasi sistematis melihat secara objektif program kebijakan dijalankan untuk mengukur dampak bagi masyarakat dan melihat sejauh mana tujuan tersebut tercapai.

Menurut Inayatullah (1980:58) bahwa ada tiga macam evaluasi sebagai berikut:

1. *Pre-program evaluation* (evaluasi dilaksanakan sebelum program berjalan).
2. *On-going evaluation* (evaluasi dilaksanakan pada saat program berjalan).
3. *Ex-post evaluation* (evaluasi dilaksanakan setelah program tersebut selesai).

2.4 Sistem Informasi Administrasi Kependudukan

Sistem Informasi Administrasi Kependudukan (SIAK) adalah sistem informasi yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk memfasilitasi pengelolaan informasi administrasi kependudukan di tingkat penyelenggara dan instansi pelaksana sebagai satu kesatuan. Peranan SIAK dalam mewujudkan tertib administrasi kependudukan menurut Undang-Undang No. 24 Tahun 2013 adalah sebagai berikut:

1. Perekaman, pengiriman dan pengolahan data hasil

pendaftaran penduduk dan pencatatan sipil.

2. Penerbitan NIK Nasional.
3. Validasi dan verifikasi individu kependudukan untuk pelayanan publik lainnya.
4. Penyajian data dan informasi yang mutakhir bagi instansi terkait dalam rangka perencanaan pembangunan dan pelaksanaan program pemerintah.

2.5 Administrasi Pemerintahan

Administrasi pemerintahan adalah semua bentuk kegiatan yang dilakukan oleh Instansi Pemerintah dan badan hukum lain yang diberi wewenang pemerintahan untuk memenuhi kebutuhan dasar dan kepentingan seseorang atau badan hukum perdata dan penduduk dalam wilayah hukum Administrasi Negara.

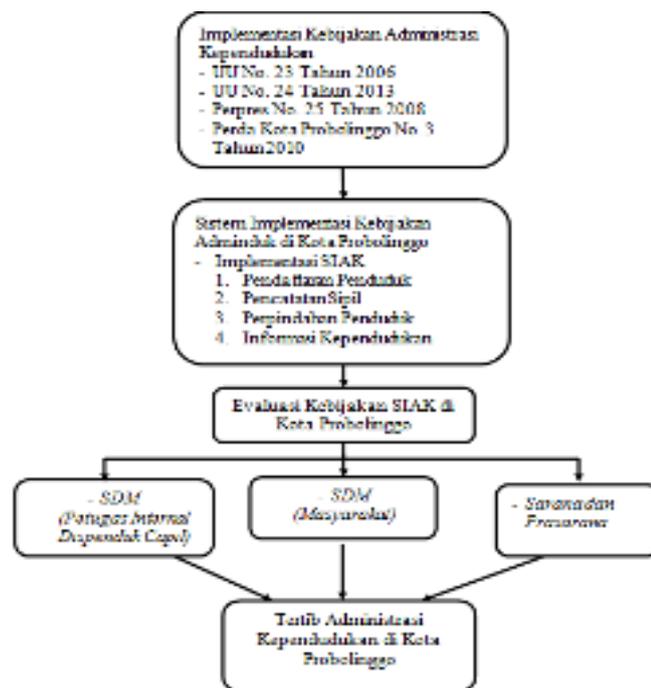
2.6 Pemerintahan Daerah

Sebagaimana tercantum dalam Undang-Undang No. 23 Tahun 2014 pasal 1 ayat 2 Pemerintahan Daerah adalah penyelenggaraan urusan pemerintahan oleh pemerintah daerah dan DPRD menurut asas

otonomi dan tugas pembantuan dengan prinsip otonomi seluas-luasnya dalam sistem dan prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia

sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

2.7 Kerangka Pemikiran



III. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian yang bersifat kualitatif bertujuan untuk menggambarkan secara tepat

sifat-sifat suatu individu, keadaan, gejala/kelompok tertentu dan atau untuk menentukan frekuensi/penyebaran suatu gejala dalam masyarakat (Koentjaraningrat, 1992:29).

2. Fokus Penelitian

No.	Fokus	Sub-Fokus	Data yang Diperlukan
	Evaluasi Kebijakan SIAK di Kota Probolinggo	- SDM yang terkait dengan petugas Dispenduk Capil dan masyarakat - Sarana dan prasarana yang mendukung seperti jaringan, server dan alat pencetak KK dan KTP-EL.	1. Laporan terkait evaluasi yang diterapkan dan bagaimana evaluasi dilaksanakan 2. Regulasi yang diterapkan 3. Data Ganda 4. Data Perekaman 5. Data KTP-EI Tercetak 6. Laporan Kependudukan 7. Jumlah Wajib KTP-EI 8. Dasar SIAK KTP-EI belum berjalan optimal 9. Profil Dispenduk Capil 10. Laporan dan arsip pertanggungjawaban pelaksanaan SIAK.

3. Instrumen Penelitian

a. Peneliti Sendiri

Disini peneliti sendiri yang dijadikan instrumen, karena peneliti sebagai perencana, pelaksana, dan pengumpul data. Peneliti berperan sebagai subjek dan sekaligus menjadi objek data penelitian.

b. Pedoman Wawancara

c. *Field Note* yaitu catatan-catatan yang berisi pokok-pokok informasi yang diperoleh peneliti selama melakukan wawancara dan pengamatan di lapangan yang bisa dikembangkan.

d. Perangkat penunjang lain yang meliputi; alat tulis menulis dan alat dokumentasi.

4. Lokasi Penelitian

Kantor Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Probolinggo dengan beberapa pertimbangan sebagai berikut:

a. Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil sudah mempunyai Peraturan Daerah Kota Probolinggo No. 3 Tahun 2010 tentang "Penyelenggaraan Administrasi Kependudukan".

b. Ditemukan jumlah data ganda di Kota Probolinggo lebih besar dibandingkan dengan Kabupaten Probolinggo meskipun jumlah keseluruhan penduduk Kabupaten Probolinggo lebih besar.

Sebagai dasar pembandingan, jika hal ini dikaitkan dengan Kabupaten Probolinggo, khususnya terkait dengan permasalahan data ganda (*duplicate error*), maka Kabupaten Probolinggo yang memiliki cakupan pelayanan dan administrasi SIAK lebih kompleks dan lebih luas, yaitu meliputi 24 Kecamatan, namun di sisi lain jumlah *duplicate error*-nya lebih kecil.

- c. Peneliti juga berasal dan berdomisili di Kota Probolinggo yang telah mengetahui situasi dan kondisi kota dimaksud. Sehingga diharapkan dalam hal pengambilan data dilapangan akan memberikan kemudahan.

5. Sumber Data

- a. Informan awal dipilih secara sengaja (*purposive*) yaitu *person* yang penulis anggap ahli menangani permasalahan administrasi kependudukan yakni petugas *Administrastor Data Base*

(ADB) dan Operator Adminduk Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Probolinggo. Dasarnya adalah dikarenakan:

- 1) Setiap tahun mendapatkan Bimtek SIAK dari Kemendagri;
- 2) Bertanggungjawab menjaga *security* (keamanan) *database*;
- 3) Penunjukan langsung oleh Kepala Dinas Kependudukan dan Capil;
- 4) Mengatur hak akses tiap-tiap operator di Kecamatan;
- 5) Menguasai IT dan jaringan.

Informan ditentukan secara *purposive* pada tahap awal dan dalam perkembangannya dilakukan teknik bola salju (*Snowball Technique*), artinya dalam melakukan penelitian, peneliti menghubungi informan tertentu secara sengaja untuk meminta keterangan padanya, kemudian akan terus

berkembang ke informan lain yang masih terkait dengan fokus penelitian sampai akhirnya diperoleh data dan informasi yang lengkap dan akhirnya mencapai, titik jenuh (Milles dan Huberman, 1992:15).

b. Peristiwa

Peristiwa yang diamati dalam hal ini adalah terkait dengan pelaksanaan kebijakan atau program SIAK, diantaranya tugas/kegiatan keseharian yang dilakukan dalam memberikan pelayanan kependudukan.

c. Dokumen

Dokumen yang relevan dengan masalah dan fokus penelitian, diantaranya berupa peraturan-peraturan dan

perundang-undangan, Petunjuk Pelaksanaan dan Petunjuk Teknis, data-data tabel terkait kependudukan, dan sebagainya.

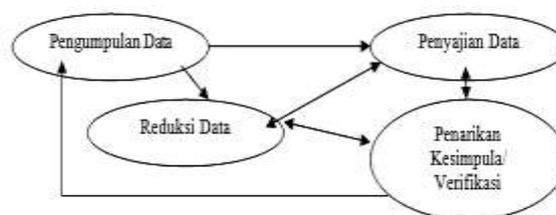
6. Teknik Pengumpulan Data

- a. Proses memasuki lokasi penelitian (*getting in*)
- b. Ketika berada di lokasi penelitian (*getting along*)
- c. Proses mengumpulkan data
 1. Wawancara mendalam (*In depth-interview*)
 2. Observasi (*pengamatan*)
 3. Dokumentasi

7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis model interaktif (*interactive model of analysis*).

Gambar 1:
Analisa Data "Model Interaktif"



Sumber: Milles&Huberman, (1992:20)

8. Keabsahan Data

- a. Derajat kepercayaan (*Credibility*)

1. Memperpanjang masa observasi

Peneliti berharap memiliki cukup waktu untuk mengenal situasi lingkungan dengan tujuan mengadakan hubungan baik dengan para informan.

2. Melakukan *debriefing*

Mendiskusikan hasil kajian dengan orang lain yang memiliki pengetahuan tentang pokok penelitian dan metode penelitian yang diterapkan.

3. Triangulasi

Mengecek kebenaran data tertentu dan membandingkannya dengan data yang diperoleh dari sumber lain, pada berbagai fase

penelitian di lapangan pada waktu yang berlainan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi.

b. Keteralihan

Untuk melakukan keteralihan peneliti mencari dan mengumpulkan data kejadian empiris dalam konteks yang sama, dalam hal ini peneliti mendeskripsikan secara rinci tentang bagaimana hasil penelitian yang ingin dicapai.

c. Ketergantungan dan kepastian

Untuk mengecek apakah hasil penelitian ini benar atau salah dengan mendeskripsikan dengan pembimbing mengenai konsep yang dihasilkan di lapangan.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan, program, proyek atau kebijakan seharusnya dilakukan pengawasan dan penilaian untuk mengetahui dan mengukur apakah suatu kegiatan/program dimaksud telah berjalan sebagaimana mestinya atau malah sebaliknya. Evaluasi juga

merupakan kegiatan yang bisa dilakukan di akhir program maupun di saat program berjalan (*on going evaluation*). Terkait dengan penelitian ini kebijakan/program SIAK masih sedang berlangsung. Evaluasi ini bersifat sistematis, yakni

hendak melihat secara obyektif program atau kebijakan SIAK yang dijalankan untuk mengukur dampak-dampaknya bagi masyarakat dan melihat sejauh mana tujuan-tujuannya telah tercapai.

1. Pelaksanaan Kebijakan SIAK di Kota Probolinggo

Dari hasil analisis data bahwa pelaksanaan SIAK di Kota Probolinggo sudah mengalami perkembangan sebagai tindak lanjut dari Undang-Undang No. 23 Tahun 2006 yang telah diubah ke Undang-Undang No. 24 Tahun 2013 dan ditindaklanjuti dengan Peraturan Daerah Kota Probolinggo No. 3 Tahun 2010 tentang Administrasi Kependudukan SIAK versi 1, 2 berkembang ke versi 3. Aplikasi SIAK di Kota Probolinggo menggunakan versi 1 sampai 2 tetapi dalam versi tersebut terdapat permasalahan yaitu ketika proses *entry* data kependudukan seperti tanggal lahir maka Nomor Induk Kependudukan (NIK) juga ikut berubah menyesuaikan dengan tanggal lahir tersebut. Aplikasi SIAK sekarang menggunakan versi baru yaitu versi 3 dimana NIK sudah

terkunci meskipun ada penggantian tanggal lahir tetapi NIK tidak mengalami perubahan dan berlaku seumur hidup. Pelayanan administrasi kependudukan jadi cepat, tersip secara digital dan sudah online.

2. Peranan Sumber Daya Manusia

Peran SDM memiliki andil yang cukup besar seperti *Administrator Data Base* (ADB) dan petugas operator untuk pekerjaan entri data SIAK. Sistem perekrutan dan penunjukan ADB didasarkan atas keputusan Walikota Probolinggo dan harus memiliki dasar kemampuan Teknologi Informasi serta menguasai jaringan. Peran ADB sangatlah penting dalam pelaksanaan kebijakan SIAK di Kota Probolinggo, selain memiliki kemampuan menguasai jaringan juga memiliki tanggung jawab untuk menjaga hak akses SIAK dan keamanan (*security*) jaringan SIAK di Kota Probolinggo.

3. Kendala dalam Pelaksanaan SIAK

Kebijakan atau program apapun tidak ada yang dalam pelaksanaannya tanpa adanya kendala. Begitu juga dengan kebijakan SIAK di Kota Probolinggo, sepanjang penggalian data terdapat beberapa kendala adalah sebagai berikut:

- a. Jaringan (*networking*)
 - 1) Gangguan jaringan biasanya dipengaruhi oleh cuaca seperti hujan dan angin.
 - 2) Server KTP-el dan server SIAK masih terpisah.
 - 3) Belum tersedianya *Web Service* yang berfungsi untuk terkoneksi dengan Satuan Kerja lain di lingkungan Pemerintah Kota Probolinggo.
 - 4) Terbatasnya alat perekaman KTP-el biometric.
- b. Kurang teliti dari operator dalam melaksanakan perekaman dan jumlah operator yang berada di Kecamatan masih terbatas.

- c. Kurangnya kesadaran sebagian masyarakat akan dokumen kependudukan seperti masyarakat akan datang dan memperbarui data kependudukannya apabila ada kepentingan tertentu saja sebagai akibat dari terbatasnya pemahaman sebagian masyarakat akan pentingnya dokumen kependudukan.

4. Evaluasi Kebijakan SIAK di Kota Probolinggo

Monitoring dan evaluasi (*monev*) yang berhubungan dengan pelaksanaan kebijakan SIAK selama ini secara berkala telah dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Evaluasi dilaksanakan secara sistematis bahwa setiap 3 bulan sekali dilaksanakan rapat *monev* dengan melibatkan Sekretaris Lurah dan Sekretaris Camat se-Kota Probolinggo. Dalam rapat ini dapat menampung segala keluhan dan permasalahan dalam pelayanan administrasi

- kependudukan baik di tingkat Kelurahan maupun tingkat Kecamatan dan segera dibuatkan solusinya agar permasalahan tersebut dapat diminimalisir.
- b. Pelatihan tenaga SIAK yaitu operator di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Probolinggo dan operator di tiap-tiap Kecamatan untuk proses pengentrian data kependudukan, pencetakan dan untuk petugas yang melaksanakan registrasi data kependudukan.
 - c. Percepatan pelayanan administrasi kependudukan seperti percepatan perekaman KTP-el, dimana warga Kota Probolinggo yang belum melaksanakan perekaman hampir 13 ribu selain itu melaksanakan pembersihan data ganda dimana di Kota Probolinggo masih terdapat data ganda yaitu dengan mengajukan Surat Dinas ke Dirjen Adminduk.
 - d. Pengembangan jaringan SIAK untuk meminimalisir data ganda dan pengembangan jaringan yang terpusat di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Probolinggo.
 - e. Sosialisasi tentang penyelenggaraan administrasi kependudukan setiap satu tahun sekali dan penyebaran informasi dengan tujuan meningkatkan pemahaman masyarakat akan pentingnya dokumen kependudukan.

5. Upaya Perbaikan untuk SIAK di Kota Probolinggo

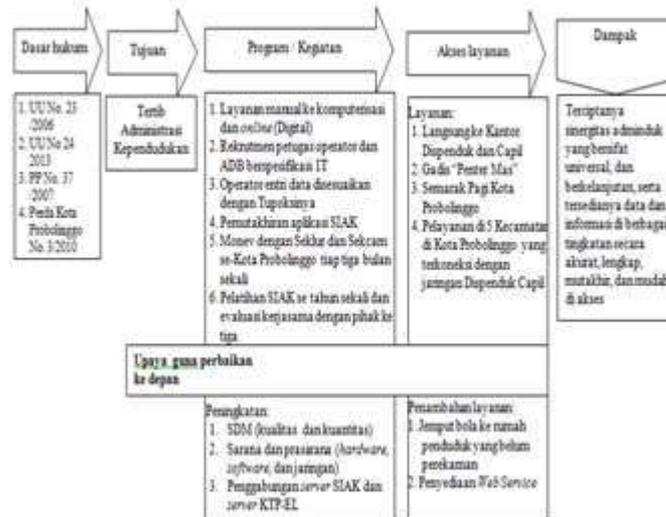
Upaya perbaikan ke depan meningkatkan pelaksanaan kebijakan SIAK oleh aparatur pemerintah, khususnya di Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Probolinggo didukung oleh partisipasi masyarakat sebagai pengguna dokumen kependudukan, perlu melakukan beberapa hal diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Percepatan pelayanan administrasi kependudukan khususnya pelayanan perekaman KTP-el dan penyebarluasan informasi melalui penambahan jam pelayanan di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Probolinggo, brosur, spanduk, pelayanan melalui wadah Gadispintermas di alun-alun Kota Probolinggo dan pelayanan percepatan perekaman SPKP setiap 2 bulan sekali di tiap-tiap Kecamatan di Kota Probolinggo
- b. Pelatihan dan bimtek bagi ADB serta operator SIAK.
- c. Peningkatan sarana dan prasarana melalui pengembangan jaringan yaitu penyediaan *Web Service* untuk terkoneksi dengan Satuan Kerja lain di lingkungan Pemerintah Kota Probolinggo dan menyiapkan *scanner* untuk arsip digital KK dan KTP-el.
- d. Menampung keluhan dan pengaduan masyarakat Kota Probolinggo melalui Radio Suara Kota Probolinggo dan *SMS Gateway*.

6. Kriteria Tertib Administrasi Kependudukan

Keadaan tertib administrasi kependudukan yang hendak dicapai oleh kebijakan SIAK, khususnya di Kota Probolinggo adalah memiliki masyarakat Kota Probolinggo memiliki dokumen kependudukan dan tunggal.

Gambar 4.1
Skema Model Evaluasi Kebijakan



Sumber: Thomas K. Cook dan Frank P. Sook, *Impact Analysis in Public Policy Research*, 1975.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Kebijakan SIAK di Kota Probolinggo melalui Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil hingga saat ini masih menyisakan pekerjaan rumah baik untuk masalah perekaman dan *duplicate record* penduduk. Penduduk yang belum melakukan perekaman mencapai 13.690, sedangkan untuk *duplicate record*-nya masih tersisa 270 penduduk. Sedangkan untuk KK sepenuhnya sudah terdata.
2. Sumbangsih atas belum tertibnya adminduk tersebut disebabkan oleh bermacam-

macam penyebab, mulai dari *implementor*, sarana dan prasarana (*hardware, software, server* dan *network*) hingga faktor *target group* (masyarakat).

3. Dari sisi *implementor* hal ini tercermin atas kurang mantapnya pemahaman atas kebijakan SIAK yang tidak memandang tertib administrasi sebagai keadaan dalam tataran secara nasional ada kepaduan administrasi kependudukan yang bersifat universal, permanen, wajib, dan berkelanjutan, serta tersedianya data dan informasi pada berbagai tingkatan secara

akurat, lengkap, mutakhir, dan mudah diakses untuk kepentingan lintas instansi. Sisi lain adalah kurangnya tenaga operator ADB dan petugas Adminduk yang dianggap kurang teliti dalam proses *entry-an* data, walaupun bisa jadi hal ini dikarenakan beban kerja yang melampaui batas dan tuntutan agar data yang ada segera *ter-entry* sehingga menyebabkan *human error*.

4. Menyangkut masalah sarana dan prasarana. Pertama adalah *hardware*, hingga saat ini pemerintah pusat masih memisahkan antara *server* SIAK dan *server* KTP-el agar memudahkan dalam pemutakhiran data kependudukan. Yang lain adalah faktor gangguan alam, cuaca, dan sebagainya yang mempengaruhi kinerja jaringan (*network*). Kedua adalah *software*, yang berfungsi mengkoneksikan data-data Dispenduk dan Capil dengan Satuan Kerja lain secara

nasional, seperti *Web Service* belum tersedia.

5. Dari unsur masyarakat (*target group*) didapati bahwa mereka umumnya tidak melakukan tertib *adminduk* secara pro-aktif, melainkan pada saat membutuhkan baik itu karena malas, bekerja di luar kota hingga luar negeri. Di sisi lain juga ada masyarakat yang tidak bisa datang untuk melakukan perekaman karena faktor sakit, lumpuh, dan sebagainya.

5.2 Saran

1. Peningkatan pemahaman SIAK bagi aparatur melalui pendidikan dan pelatihan kepada seluruh staf di jajaran Dispenduk dan Capil, jangan semata terfokus kepada operator ADB dan petugas Adminduk.
2. Guna mengurangi faktor *human error*, sebaiknya Dispenduk dan Capil Kota Probolinggo menambah staf di bidang operator ADB dan petugas Adminduk disesuaikan per kecamatan dan per kelurahan/desa atau disesuaikan

- dengan besaran dari jumlah penduduknya.
3. Pemerintah pusat seyogyanya menggabungkan antara *server* SIAK dan *server* KTP-el untuk lebih memudahkan dalam pemutakhiran data kependudukan.
 4. Perlunya disediakan *software* khusus yang berfungsi mengkoneksikan data-data Dispendum dan Capil dengan Satuan Kerja lain di wilayah Kota Probolinggo dan secara nasional, seperti *Web Service*.
 5. Seharusnya Dispendum dan Capil Kota Probolinggo juga mengakomodir kepentingan-kepentingan dari masyarakat yang benar-benar tidak bisa melakukan perekaman dikarenakan sakit, lumpuh, dan sebagainya dengan melakukan pelayanan jemput bola melalui koordinasi dengan pihak desa/kelurahan hingga Ketua RT/RW setempat.
 6. Per September 2016, instansi lain yang menawarkan pelayanan publik hendaknya memberlakukan syarat memiliki KTP-el untuk memudahkan mendapatkan layanan publik.
 7. Sosialisasi SIAK perlu dilakukan secara lebih aktif lagi dengan melibatkan media internet, disamping penyebaran-penyebaran informasi yang telah dilakukan dengan media konvensional.
 8. Percepatan penanganan pendistribusian blangko dari pusat dengan tujuan tercapainya pencetakan KTP-el di daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Inayatullah, Mathur K., 1980, *Monitoring and Evaluation of Rural Development: Some Asian Experience*, City Press Sdn. Bhd., Kuala Lumpur-Malaysia.
- Keputusan Presiden Nomor 88 Tahun 2004 tentang "Pengelolaan Administrasi Kependudukan."
- Koentjaraningrat.1992. *Metode-metode Penelitian Masyarakat*. Gramedia : Jakarta.
- Milles, Matthew B., and Huberman A. Michael, 1992, *Qualitative data Analysis*. Tjetjep Rohendi Rohidi (Penterjemah), UI Press, Jakarta.
- Murdick, Robert G., dkk., 1993, *Sistem Informasi untuk*

- Manajemen Modern*, Erlangga, Surabaya.
- Peraturan Daerah Kota Probolinggo Nomor 3 Tahun 2010 tentang “*Penyelenggaraan Administrasi Kependudukan.*”
- Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2007 tentang “*Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 23 tahun 2006 tentang Administrasi Kependudukan.*”
- Rusli, Said, 1996, *Ilmu Kependudukan*, LP3ES, Djambatan, Jakarta.
- Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang “*Pemerintahan Daerah.*”
- _____, Nomor 23 Tahun 2006 tentang “*Administrasi Kependudukan.*”
- _____, Nomor 24 Tahun 2013 tentang “*Perubahan atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2006 tentang Administrasi Kependudukan.*”
- Widodo, Joko, 2011, *Analisis Kebijakan Publik*, Bayumedia, Malang.
- Winarno, 2014, *Kebijakan Publik (Teori, Proses dan Studi Kasus)*, CAPS, Yogyakarta.

**EVALUASI DAMPAK DAN INTENSITAS TANGGAPAN KEBIJAKAN
PENATAAN PEDAGANG KAKI LIMA DI KABUPATEN JEMBER**

ASMUNI*

Program Studi Administrasi Publik
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Pembangunan Jember
*Email: asmuni.mumun01@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini memotret evaluasi dampak kebijakan penertiban dan penataan pelaku pedagang informal atau sering disebut juga Pedagang Kaki Lima (PKL). Kedua, penelitian ini juga memunculkan intensitas tanggapan dari aktor-aktor yang terlibat kebijakan tersebut sebagai item-item alasan (*argument of term*) untuk digunakan sebagai alternatif kebijakan (*policy change*) terhadap persoalan PKL. Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif, strategi pengumpulan data yaitu wawancara mendalam (*depth interview*), penelaahan terhadap dokumen tertulis, dan observasi langsung. Wawancara dilakukan kepada informan kunci dengan cara *purposive*.

Kata Kunci: Evaluasi Dampak Kebijakan, Intensitas Tanggapan Aktor Kebijakan, PKL

I. PENDAHULUAN

Perdebatan pelaku ekonomi sektor informal (baca: pedagang kaki lima) sebagai unit-unit usaha yang menggunakan tempat publik seperti bahu jalan raya adalah pertentangan antara usaha terakhir pekerjaan pada satu sisi, dan pemaksaan kehendak “secara ilegal” pada sisi yang lain. Alasan utama yang sering dikemukakan, surplus tenaga kerja sudah tidak mampu ditampung di sektor pekerjaan lain. Sementara pemaksaan “secara ilegal”, disebabkan unit usaha seperti PKL telah menciptakan persoalan baru di perkotaan, terutama penggunaan ruang atau fasilitas publik yang seharusnya diperuntukkan kepada orang banyak bukan perseorang. Persoalan PKL bukan sesuatu yang sangat sederhana untuk ditertibkan atau ditata, karena banyak faktor yang melatar-belakangi keberadaan orang berprofesi sebagai pelaku ekonomi sektor informal (PKL). Pertentangan ini, membuat cara pandang pihak yang berwenang tidak satu suara dalam melihat keberadaan pelaku ekonomi sektor informal (PKL).

Beberapa ahli melihat, keberadaan pelaku sektor informal (PKL) menjadi daya saing tinggi, disebabkan sektor informal menciptakan kelebihan hasil, ditengah-tengah lingkungan yang tidak bersahabat sekalipun. *Kedua*, meskipun tidak memperoleh iklim usaha yang baik, seperti akses permodalan yang sulit, mereka mempunyai daya tahan yang tinggi. *Ketiga*, sektor ini hanya memerlukan tenaga kerja yang sedikit sehingga tidak memerlukan modal yang besar (Todaro 2007:240).

Selain menciptakan keuntungan secara ekonomis bagi para pelaku usaha PKL, perkembangan sektor informal di perkotaan menyebabkan kondisi perkotaan rawan, lingkungan yang semakin buruk seperti polusi, kemacetan lalu lintas. Penggunaan sarana publik juga acak kali mengganggu pelaku usaha kecil dan pertokoan yang *notabene* melakukan usaha mereka secara formal. Dengan kata lain, dari sudut yang lebih holistik, keberadaan pelaku ekonomi sektor informal (PKL) ternyata bukanlah pemecah solusi masalah

(*problem solving*) dalam jangka panjang. Pertambahan jumlah pelaku ekonomi informal (PKL) yang terus menjamur secara pasti diikuti oleh migrasi penduduk ini pada gilirannya juga membuat beban baru bagi kota itu sendiri. Beban itu bisa berupa jumlah penduduk, pelayanan publik yang semakin berat dan penambahan lapangan kerja.

Keberadaan pelaku ekonomi sektor informal (PKL) yang terus tumbuh dan kapasitas kota yang semakin berkembang dan padat (*crowded*) pada gilirannya telah menempatkan pelaku ekonomi informal (PKL) bukan hanya semata pemecah masalah. Kerap kali pelaku ekonomi sektor informal mengalami ketegangan dengan banyak pihak, terutama pembuat kebijakan atau pelaksana karena banyak pelaku ini yang menggunakan sembarang tempat yang bukan semestinya. Disamping itu, pelaku ekonomi sektor informal (PKL) mengalami ketegangan dengan kelompok lain seperti pejalan kaki, pengguna jalan raya dan yang lebih besar sejatinya usaha pelaku ekonomi informal (PKL) juga mengganggu dan

merugikan pelaku ekonomi yang lain. Oleh karenanya, di banyak kesempatan di waktu yang lalu PKL selalu ingin ditertibkan atau setidaknya ditata. Dan sering kali, PKL melakukan perlawanan atau melakukan upaya pembelaan diri dari upaya penertiban dan penataan terhadap keberadaannya. Sederhananya, dari fenomena perilaku ekonomi sektor informal (PKL) adalah setiap kali mereka ditertibkan, ada kecenderungan mereka melakukan perlawanan atau menunggu kelengahan aparat untuk mendirikan lapak kembali. Tetapi yang perlu dicatat, seringkali kali penataan atau pembuatan kantong PKL belumlah cukup untuk menampung keberadaan PKL yang terus tumbuh. PKL bergerak mengikuti keramaian kota.

Perkembangan pelaku ekonomi informal (PKL) yang tidak terurus dengan baik akan menimbulkan masalah baru. Sebab pelaku ini akan terus menuntut atau setidaknya berjuang supaya keberadaan mereka diakui secara legal yakni dengan memasukkan kepentingan mereka melalui jalur kebijakan. Secara

umum keberadaan pelaku ekonomi informal (PKL) seperti dijelaskan Todaro merupakan beban tersendiri bagi sebuah kota.

Beberapa pihak menganggap keberadaan pelaku ekonomi informal (PKL) dianggap sebagai pelaku yang ilegal, oleh karenanya mereka sering diabaikan atau justru dimusuhi. Pelaku ekonomi sektor informal (PKL) mungkin diabaikan atau bahkan dimusuhi tetapi mempunyai daya tahan cukup luar biasa untuk tidak hilang atau tersingkirkan dari fenomena ekonomi perkotaan. Para pelaku ekonomi sektor informal mempunyai caranya sendiri, dengan melakukan adaptasi atau berkompromi tanpa harus kehilangan kepentingan utamanya yaitu tetap berjualan daripada melakukan konflik secara frontal. PKL jarang sekali menggunakan cara *zero some game* tetapi lebih mencari *win-win solution* dari perbedaan penilaian terhadap kebijakan yang ada. Meskipun dalam beberapa kasus terjadi perlawanan tetapi pada akhirnya pihak pelaku ekonomi sektor informal memilih berkompromi dengan aparaturnya atau

aktor kebijakan. Demikian pula, pihak aparaturnya atau aktor kebijakan sejatinya juga kurang terlihat sungguh-sungguh untuk menghilangkan keberadaan pelaku ekonomi sektor informal, dalam hal ini pedagang kaki lima (PKL).

Penjelasan sederhana dari fenomena perilaku ekonomi sektor informal (PKL) adalah setiap kali mereka ditertibkan, ada kecenderungan mereka melakukan perlawanan atau menunggu kelengahan aparat untuk mendirikan lapak kembali. Secara sistematis, pelaku ekonomi informal (PKL) menuntut atau setidaknya berjuang supaya keberadaan mereka diakui secara legal yakni dengan memaksukkan kepentingan mereka melalui jalur kebijakan.

Seperti banyak kota-kota lain di Indonesia, keberadaan pelaku ekonomi informal, termasuk PKL di Jember mengalami perubahan dari segi sosiologis dan kebijakan. Dari sebelumnya dianggap ilegal karena dianggap mengganggu ketertiban umum sampai pada akhirnya memperoleh perhatian dari perumus kebijakan pemerintah daerah. Hal

tersebut terlihat dari munculnya Peraturan Daerah No.06 tahun 2008 tentang Pedagang Kaki Lima Kabupaten Jember bab penjelasan umum:

“Dalam perkembangannya, keberadaan Pedagang kaki lima di kawasan perkotaan Kabupaten Jember telah banyak menggunakan bahu jalan, trotoar dan fasilitas umum yang dapat menimbulkan gangguan ketentraman, ketertiban, kebersihan dan kelancaran lalu lintas sehingga perlu dilakukan pengaturan agar tercipta tertib masyarakat.”

Dari pemaparan di atas perlu ditafsirkan bahwa kelahiran Perda tersebut dalam melihat keberadaan pelaku ekonomi sektor informal (PKL) sebagai fakta sosial yang tidak terbantahkan. Kelahiran Perda No. 06 tahun 2008 di Kabupaten Jember sebagai bentuk respon terhadap fakta sosial bahwa keberadaan ekonomi sektor informal (PKL) telah menjamur hampir di setiap sudut Kota Jember.

Berdasarkan pemaparan di atas, tulisan ingin melihat evaluasi dampak dari kebijakan penertiban dan penataan pelaku pedagang informal atau sering disebut juga

Pedagang Kaki Lima (PKL). Sisi lain, tulisan ini juga melihat beragam tanggapan dari aktor-aktor yang terlibat kebijakan tersebut sebagai konsekuensi dari benturan antar aktor-aktor yang terlibat.

Tulisan ini dilakukan dengan penelitian metode kualitatif. Menurut Moleong (2006: 6), penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami subjek penelitian, misalnya, perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistik, dan dengan deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Sedangkan menurut Sugiyono (2012: 1) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen), di mana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian

kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Dimana strategi pengumpulan data yang lazim digunakan dalam metode kualitatif, yaitu wawancara mendalam (*depth interview*), penelaahan terhadap dokumen tertulis, dan observasi langsung. Sementara itu, informan kunci diambil secara *purposive* dan diseleksi melalui tehnik *Snowball sampling* yang didasarkan atas subyek yang menguasai permasalahan. Dalam penelitian ini, informan yang ditentukan adalah informan yang mengacu pada kriteria yang diajukan oleh Spradley dalam Faisal (1990: 58). Kriteria informan tersebut antara lain sebagai berikut:

“Informan yang telah lama dan intensif “menyatu” dengan suatu kegiatan atau “medan aktifitas” yang menjadi sasaran atau perhatian penelitian. Informan tidak hanya sekedar tahu dan dapat memberikan informasi, tetapi juga telah menghayatinya secara sungguh sebagai akibat dari keterlibatannya (melalui

enkulturasi) yang telah cukup lama pada lingkungan atau kegiatan bersangkutan. Ini biasanya ditandai oleh kemampuan memberikan informasi yang “di luar kepada” tentang suatu yang ditanyakan. (2) Informan yang masih terlibat secara penuh atau aktif pada lingkungan kegiatan yang menjadi sasaran atau perhatian penelitian. Mereka yang sudah “pensiun” atau tidak lagi berkecimpung dalam suatu lingkungan atau kegiatan yang ia ketahui akan terbatas dan informasinya bisa tidak akurat. Terkecuali bila peneliti mempunyai tujuan lain, misalnya untuk mengetahui bagaimana pengalaman mereka dulu. (3) Informan yang mempunyai banyak waktu atau kesempatan untuk dimintai informasi. (4) Informan yang dalam memberikan informasi tidak cenderung “diolah” atau “dikemas” terlebih dahulu. Mereka masih relatif “lugu” dalam memberikan informasi. (5) Informan yang sebelumnya tergolong masih “asing” dengan peneliti sehingga peneliti dapat merasa lebih tergantung untuk “belajar” sebanyak mungkin dari subjek yang semacam “guru baru” bagi dirinya.”

II. EVALUASI DAMPAK KEBIJAKAN TERHADAP PKL

Kajian evaluasi dampak kebijakan merujuk kepada Bingham dan Felbinger dalam Lester dan

Steward (2000:128-129) evaluasi dampak, fokus pada bagaimana kebijakan berdampak kepada publik,

baik secara langsung ataupun tidak langsung. Dalam penelitian tentang penertiban dan penataan PKL ditemukan beberapa fakta baik itu yang berdampak positif maupun negatif. Secara umum, penelitian ini hanya mengkaji dampak kebijakan yang dibatasi kepada pedagang kaki lima dan pemilik toko. Sementara kepada pihak-pihak lain, seperti pejalan kaki, pengguna jalan sengaja tidak dimasukkan mengingat luasnya dampak yang ditimbulkan dari keberadaan PKL.

2.1 Dampak Terhadap Keberadaan Pedagang Kaki Lima

Secara positif keberadaan PKL mempunyai dampak yang itu menjadi daya tahan atau setidaknya nilai tawar kepada pihak sub sistem lain untuk tetap menggelar dagangannya. Secara terperinci dampak itu dapat dilihat, *pertama* peningkatan pendapatan. Pendapatan adalah banyaknya jumlah dagangan yang terjual dengan tingkat harga tertentu sebelum dikurangi modal usaha. Secara umum PKL mengalami peningkatan dalam hal pendapatan. Hal tersebut terjadi di

beberapa kawasan PKL yang berkategori strategis baik yang dilegalkan atau tidak dilegalkan. *Kedua*, Penurunan Kriminalitas dan Penggangguran. Keberadaan usaha sektor informal secara langsung atau tidak langsung mampu menurunkan tingkat kriminalitas. Tingkat kriminalitas terjadi karena sektor informal PKL mampu menyerap atau setidaknya membuka peluang usaha. Secara sederhana, adanya kantong-kantong PKL telah menciptakan tenaga kerja baru yang tidak memerlukan ketrampilan dan keahlian khusus.

Sementara dampak negatifnya dapat diuraikan sebagai berikut. *Pertama*, keberadaan PKL mengganggu keindahan dan ketertiban umum. Penilaian sebagai pihak masih dianggap mengotori keindahan sebuah kota, termasuk Kota Jember masih cukup melekat terhadap PKL. Kesan tersebut tidak dapat terhindarkan mengingat PKL terus menjamur sepanjang jalan-jalan utama kota. Keberadaannya bukan semata non permanen tetapi banyak diantara mereka semi permanen. Banyaknya PKL yang menggunakan

ruas jalan raya atau trotoar secara simultan tersebut membuat banyak pihak akhirnya maklum bahwa PKL itu tidak serta merta dianggap sebagai biang permasalahan. Keberadaan PKL yang terus menjamur seakan tidak terhindarkan setelah PKL secara terus menerus berjualan mengikuti perkembangan dan keramaian kota. *Kedua*, jual beli lapak. Besarnya cakupan bisnis PKL, yang melibatkan banyak pihak telah menumbuhkan praktik jual beli lapak PKL. Jual beli lapak tersebut terjadi terutama untuk wilayah atau lokasi yang dianggap strategis. Lokasi yang mempunyai harga cukup mahal biasanya lokasi perempatan atau jalan-jalan lebih mudah terjangkau oleh pembeli. Jual-beli lapak tersebut biasanya lebih kepada lapak PKL yang sudah berjualan. Kemudian ada pihak PKL lain yang tertarik karena dianggap menjanjikan untuk berjualan sehingga ada proses tawar-menawar harga terhadap tempat berjualan tersebut. Dan karena posisinya yang cukup strategis maka harganya menjadi cukup mahal. Proses jual-beli lapak PKL tersebut hanya terjadi antar PKL. Sementara

itu, proses jual beli lapak yang melibatkan pihak aparat pelaksana kebijakan pada penelitian ini belum tampak secara nyata. Meskipun begitu jual-beli lapak PKL ini tergolong proses jual-beli ilegal sebab yang dijual-belikan bukan hanya rombongan atau lapak tetapi tempat berjualan yang notabene merupakan tanah atau jalan publik yang kepemilikannya dimiliki negara.

2.2 Dampak Terhadap Pelaku Usaha Formal

Dampak lain dari keberadaan PKL yang menjadi *concern* kebijakan dalam penelitian ini adalah dampak kepada pelaku usaha formal. Dilema tentang kebijakan terhadap PKL ini selain menyangkut nilai lebih terhadap PKL seperti disebutkan di atas, juga berdampak kepada pihak lain yaitu pelaku usaha formal. Secara umum, penelitian ini menemukan beberapa dampak terhadap pelaku usaha formal. *Pertama*, Adanya Potensi Konflik Terselubung dengan Pemilik Toko. Potensi konflik terselubung terjadi pemilik toko dengan pelaku PKL.

Pemilik toko merupakan kelompok atau pelaku usaha yang terdampak secara langsung dari keberadaan PKL. Dampak tersebut terjadi karena secara *face to face* (berhadap-hadapan) pemilik toko dengan PKL. Secara tidak langsung konflik terselubung.

Adanya upaya membangun komunikasi yang disampaikan di atas belum secara penuh menghapus konflik kepentingan (*conflict of interest*) antara pemilik toko dengan para PKL. Sebab paguyuban PKL tidak serta merta mampu mengarahkan para anggotanya pedagang kaki lima yang ketika berjualan menutupi keberadaan pemilik toko. Anggapan tersebut dapat dilihat dari komentar PKL ketika alasan mereka berjualan di depan toko, yaitu hanya memelas, numpang hidup (*ngampong odi*). Secara politik, pemilik toko merasa cukup lemah karena dianggap bukan mayoritas yang secara *electoral* tidak berdampak. Secara sosial, pelaku usaha sektor formal (pemilik toko) dianggap bukan sebagai kelompok marginal sehingga tidak perlu dibela.

Kecenderung diam pemilik toko yang merupakan pelaku sektor formal dalam menyikapi persoalan konflik kepentingan dengan PKL bukannya berarti tidak diketahui bahwa mereka menjadi pihak dirugikan dari keberadaan PKL. Secara umum, pemilik toko sebagai pelaku sektor formal merasa tidak aman dan tidak nyaman dalam membuka usahanya.

Keberadaan PKL dan interaksinya dengan pemilik toko tidak lepas dari pusat keramaian itu sendiri. Dimana PKL yang menutupi toko tersebut lebih terjadi pada kawasan-kawasan yang memang penjagaannya longgar dari Satpol PP. Fenomena tersebut bisa dilihat di hampir semua kawasan, kecuali dikawasan area satu yaitu alun-alun dan sekitarnya. Kecenderungan diam dari pemilik toko tersebut juga menunjukkan mereka bergerak secara individu. Dengan kata lain ada tidak terorganisir dalam upaya menguatkan posisi tawar.

Kedua, Penurunan Omset Penjualan. Dampak lain dari keberadaan PKL terhadap pemilik toko adalah menurunnya omset

penjualan bagi pedagang yang berkategori pedagang kecil bukan. Keadaan yang hampir sama juga terjadi dikawasan lain seperti kawasan kampus. Dimana untuk mensiasati pembeli yang sepi pemilik membuka juga dagangan yang persis sama dengan barang dagangan yang dijual PKL. Dimana sebelumnya melarang (baca:

III. RELOKASI PKL

Salah satu cara untuk mengujudkan tujuan kebijakan terhadap keberadaan PKL adalah melakukan relokasi terhadap PKL. Dalam konteks kebijakan PKL di Kabupaten Jember, relokasi PKL menjadi muara dari semua langkah kebijakan tentang PKL. Selama kurun waktu kurang lebih tujuh tahun terakhir Pemda Jember melalui Satpol PP sebagai *leading sector* telah melakukan relokasi untuk beberapa ruas jalan. Terhitung sejak 2009 telah dilakukan dua kali usaha relokasi di dua kawasan yang berbeda yaitu PKL yang berjualan di sepanjang jalan Samanhudi dan Jalan Untung Sorapati dan PKL di sekitar

mengusir) PKL untuk tidak berjualan di depan toko tersebut karena akan juga dibuat berjualan yang seperti PKL. Secara umum dapat digarisbawahi bahwa pelaku usaha sektor formal mengalami dampak penurunan omset penjualan karena disebabkan dari keberadaan PKL yang menutupi usaha mereka.

pasar Sabtuan. Relokasi PKL jalan Samanhudi dan Jalan Untung Sorapati dilakukan pada akhri 2009 sampai awal 2010. Sementara itu, relokasi PKL di sekitar Pasar sabbuan dilakukan sekitar akhri bulan Oktober 2013. Pada kurun waktu di atas 2013 sampai 2017, keberadaan PKL terkesan untuk tidak menyebut menuduh dibiarkan. Penelitian ini melihat pembiaran tersebut lebih kepada menjaga stabilitas politik karena terkait kebutuhan politik elektoral dari pemilu legislatif, presiden dan pemilihan kepala daerah sepanjang tahun 2014 sampai 2017.

IV. INTENSITAS TANGGAPAN (ITEM-ITEM ARGUMENTASI) DARI AKTOR-AKTOR KEBIJAKAN

Menurut Howlett dan Ramesh (1995:52-59) beberapa aktor yang berpengaruh dalam proses pembuatan kebijakan, antara lain: eksekutif dan legislatif yang dihasilkan melalui pemilihan umum (*elected officials*), pejabat atau birokrat yang diangkat (*appointed officials*), kelompok kepentingan (*interest group*), organisasi peneliti (*research organizations*) dan media massa (*mass media*).

Dari pendapat di atas, dapat digaris bawahi sejatinya aktor-aktor kebijakan cukup beragam. Dalam penelitian ini, tidak semuanya diungkapkan, karena menurut pendapat penulis hanya beberapa aktor kebijakan yang relevan untuk dilihat *item of argumennt* yaitu umum (*elected officials*) yang diwakili oleh anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Jember, pejabat atau birokrat yang diangkat (*appointed officials*) dalam hal ini Satpol PP, kelompok kepentingan (*interest group*) yaitu PKL itu sendiri dan pelaku usaha formal (pemilik) tokoh. Keberadaan

banyak pihak sebagai aktor kebijakan dalam persoalan keberadaan PKL membuat masing-masing pihak mempunyai sudut pandang yang berbeda.

Namun begitu, perbedaan cara pandang tersebut sejatinya mempunyai titik temu atau setidaknya irisan dalam suatu fungsi tertentu. Seperti yang disampaikan Parson dalam Ritzer dan Goodman (2007: 121) suatu fungsi (*function*) adalah “kumpulan kegiatan yang ditujukan ke arah pemenuhan kebutuhan tertentu atau kebutuhan sistem.” Dengan menggunakan definisi ini, Parsons yakin bahwa ada empat fungsi penting diperlukan semua sistem – adaptasi/*adaptation* (A), pencapaian tujuan/*goal attainment* (G), integrasi/*integration* (I), pemeliharaan pola/*latensi* (L).

Titik temu atau irisan tersebut menjadi relevan untuk dijadikan item-item argumentasi dari semua pihak disebabkan semua aktor-aktor yang terlibat tidak serta merta meniadakan satu pihak oleh pihak lainnya antar aktor PKL. Oleh karena

itu, pada sub bab pembahasan penelitian ini akan menampilkan pandangan masing-masing pihak terkait permasalahan PKL. Item-item alasan (*argument of terms*) dari masing-masing pihak itu merupakan titik temu terhadap permasalahan dan kebijakan terhadap PKL. Item-item alasan (*argument of term*) juga bisa digunakan sebagai alternatif kebijakan (*policy change*) terhadap persoalan PKL. Item-item argumentasi tersebut diantaranya. Dari Pelaku Usaha informal PKL. *Pertama*, secara Umum PKL merasa usahanya legal setidaknya semi legal (istilah yang disampaikan oleh PKL. Hal tersebut dikarenakan keberadaan PKL di beberapa kawasan membayar distribusi. *Kedua*, PKL merasa usaha yang dilakukan merupakan satu-satunya cara bagi mereka untuk bertahan hidup. Pesan yang ingin disampaikan oleh PKL tersebut adalah supaya usaha mereka ditoleransi meskipun mengganggu ketertiban. *Ketiga*, Secara umum PKL tidak bersedia untuk dilakukan relokasi dengan alasan berdasarkan pengalaman daerah relokasi yang disiapkan untuk PKL itu sepi.

Relokasi bisa dilakukan dengan catatan tetap mengikuti keramaian, dalam konteks penelitian ini tetap berada di jantung kota Jember. *Keempat*, terkait dengan pemilik toko yang tertutupi, PKL menilai bahwa usaha mereka tidak terlalu mengganggu karena selalu membiarkan adanya *space* atau jalan supaya calon pembeli mendatangi toko tersebut.

Sementara argumentasi dari Satpol PP terkait kebijakan PKL. *Pertama*, secara umum melihat keberadaan PKL sebagai persoalan atau dengan kata lain tidak dibenarkan ketika berjualan di trotoar, emper toko, atau di bahu jalan. Proses toleransi kepada PKL ini lebih dikarenakan alasan-alasan kemanusiaan. *Kedua*, satpol PP dalam menjalankan peraturan yang ada lebih pada tindakan yang persuasif. Realitasnya Satpol PP lebih sering berkompromi daripada melakukan penegakan Perda. *Ketiga*, relokasi bisa menjadi alternatif kebijakan yang ideal. Tetapi relokasi harus pula bersentuhan dengan keramaian. Dalam pandangan Satpol PP, relokasi terkendala dengan tidak

ada aset milik pemda di jantung Kota Jember. Sehingga mau tidak mau, relokasi harus terlebih dulu didahului oleh pembebasan lahan yang diperuntukkan relokasi PKL.

Pada sisi lain, Anggota DPRD sebagai salah satu aktor pembuat kebijakan mempunyai item-item argumentasi sebagai berikut. *Pertama*, secara objektif dapat dilihat bahwa keberadaan PKL telah merugikan keberadaan pelaku sektor usaha formal. *Kedua*, Penegakkan peraturan terkait PKL harus dilakukan secara konsisten. Inkonsistensi dalam penegakkan peraturan akan menjadikan persoalan PKL akan berlarut-larut dan semakin kompleks. Penegakkan peraturan terkait PKL dimaksudkan juga untuk mengurangi nilai tawar PKL terkait politik electoral. *Ketiga*, Relokasi, untuk konteks jangka pendek bisa dilakukan dengan cara

memaksimalkan fungsi-fungsi pasar. Yaitu dengan memasukkan PKL yang berada di sekitar pasar ke dalam pasar.

Sementara itu item argumentasi atau tanggapan dari Pelaku Usaha Formal (Pemilik Toko). *Pertama*, Keberadaan PKL yang menutupi tempat usaha (toko) secara umum dianggap merugikan pemilik toko. *Kedua*, Keberadaan pemilik toko yang tidak terorganisir membuat usaha-usaha mereka dalam menekan PKL lebih kepada usaha individu. Usaha tersebut lebih meminta supaya PKL memberi jalan supaya pembeli tahu barang dagangan dalam toko tersebut. *Tiga*, penerapan perda yang ditafsirkan oleh pemilik toko sebagai relokasi harus dilakukan secara disiplin. Sebab jika PKL dibiarkan untuk menempati lokasi yang telah dikosongkan maka lambat laun PKL akan menempati kawasan tersebut.

V. KESIMPULAN

Evaluasi proses dalam penelitian menunjukkan bahwa selama hampir sepuluh tahun berjalannya kebijakan terhadap keberadaan PKL belum bisa dikatakan ideal. Hal tersebut bisa

dilihat dari perbandingan antara kondisi yang diharapkan dengan hasil kebijakan yang telah dicapai. Kondisi yang belum ideal tersebut juga bisa dilihat dari ketenttuan-

ketentuan perundang-undangan yang belum berjalan secara maksimal. Selain itu, hasil kebijakan juga melihat bahwa relokasi PKL di beberapa kawasan PKL pernah dilakukan tetapi hasilnya cukup mengecewakan. Evaluasi dampak kebijakan pada penelitian ini menunjukkan dari sisi positif diantaranya ada peningkatan pendapatan dari PKL, penurunan tingkat kejahatan. Sementara dari sisi yang kurang baik dapat dilihat dari dampaknya diantaranya keberadaan

PKL mengganggu keindahan dan ketertiban umum, jual beli lapak, muncul konflik terselubung antara PKL dengan pelaku usaha formal (Pemilik Toko), penurunan omset penjualan dari pelaku usaha formal. Aktor-aktor kebijakan secara umum mempunyai cara pandang sendiri-sendiri terhadap kebijakan PKL. Tetapi cara pandang tersebut mempunyai irisan yang menjadi titik temu diantaranya terkait relokasi, ketegasan dan kedisiplinan penegakan peraturan.

DAFTAR PUSTAKA

- Faisal, Sanapiah. 1990. *Penelitian Kualitatif: Dasar-Dasar dan Aplikasi*. Malang. YA3 Malang.
- Howlett, Michael and Ramesh, M. 1995. *Studying Public Policy: Policy Cycles and Policy Subsystem*. Toronto New York Oxford. Oxford university Press.
- Lester, James F and Stewart Jr, Joseph. 2000. *Public Policy An Evolutionary Approach, Second Edition*. Colorado. Wadsworth/Thomson Learning.
- Peraturan Daerah Kabupaten Jember Nomor 6 tahun 2008 Tentang *Pedagang Kaki Lima*.
- Ritzer, George dan Goodman, Douglas J. 2007. *Teori Sosiologi Modern. Terjemahan*. Jakarta. Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R dan D*. Bandung: Alfabeta.
- Todaro, Michael P dan Smith, Stephen C. 2007. *Pembangunan Ekonomi, Edisi Sembilan*. Surabaya: Erlangga.

**PENGARUH KOMPETENSI DAN KOMITMEN ORGANISASI
TERHADAP KINERJA PEGAWAI**

FERRY ANDRE AGUSTIAN*

DJOKO POERNOMO

ZARAH PUSPITANINGTYAS

Jurusan Ilmu Administrasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Jember

*Email: ferry.andre.fa@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian dengan judul Pengaruh Kompetensi dan Komitmen Organisasi terhadap Kinerja Pegawai bertujuan mengetahui dan menjelaskan pengaruh kompetensi dan komitmen organisasi terhadap kinerja pegawai. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kausalitas dan merupakan tipe penelitian hubungan atau asosiatif dengan menggunakan data kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, observasi, dan wawancara. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pegawai di Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Jember, sejumlah 57 orang. Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan sampel jenuh. Analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis yang diajukan adalah regresi linier berganda dengan bantuan paket software SPSS 17.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kompetensi berpengaruh terhadap kinerja pegawai. Komitmen organisasi berpengaruh terhadap kinerja pegawai.

Kata Kunci: Kompetensi, Komitmen Organisasi, Kinerja Pegawai

I. PENDAHULUAN

Dalam rangka mewujudkan pemerintahan yang bersih dan berwibawa diperlukan adanya kinerja aparatur yang bersih, profesional, kapabel dan akuntabel sehingga dapat memberikan kontribusi bagi terselenggaranya suatu *good governance*. Aparatur pemerintah harus dibuat lebih profesional, untuk meningkatkan fungsi pelayanan publiknya. Dengan profesionalisme aparatur akan bisa percaya diri (*self confident*) karena kemampuan memecahkan masalah (*problem solving*) yang selalu memihak pada kepentingan rakyat.

Gambaran mengenai kinerja aparatur pemerintah di saat masih jauh dari cita-cita yang dicanangkan oleh reformasi birokrasi. Indonesia masih menghadapi hambatan dalam rendahnya kinerja pelayanan birokrasi dan masih tingginya angka korupsi. Hal ini tergambar dari beberapa laporan kinerja pemerintahan seperti *The Global Competitiveness Report 2014-2015* (*World Economic Forum*, 2015) dimana Indonesia menempati peringkat 37 dari 140 negara, dan

laporan Bank Dunia melalui *Worldwide Governance Indicators* yang menunjukkan bahwa efektivitas pemerintahan (*Government Effectiveness*) Indonesia masih sangat rendah, dengan nilai indeks di tahun 2014 adalah – 0, 01. Selain itu Indeks Persepsi Korupsi (*The Corruption Perceptions Index*) Indonesia berdasarkan data dari *Transparency International* juga masih rendah pada nilai indeks 34 (dari nilai indeks bersih korupsi 100) dan berada pada ranking 107 dari 175 negara pada tahun 2014. Hal ini tentunya menjadi kendala karena pembangunan nasional dalam era persaingan global menuntut adanya birokrasi yang efisien, berkualitas, transparan, dan akuntabel, terutama terhadap prospek bidang investasi di Indonesia.

Keberhasilan suatu organisasi tidak luput dari peranan manajemen sumber daya manusia yang efektif dan efisien. Sumber Daya Manusia (SDM) dalam suatu organisasi merupakan faktor yang sangat menentukan dalam pencapaian tujuan organisasi baik pemerintahan

maupun organisasi. Kinerja organisasi pemerintah di sektor publik menjadi topik berbagai kajian di bidang SDM baik yang diselenggarakan oleh institusi pemerintahan, praktisi, maupun akademisi. Kinerja dalam organisasi dianggap menjadi salah satu tolak ukur dalam pencapaian tujuan organisasi.

Organisasi perlu melakukan upaya pengembangan kompetensi secara sistematis. Hasil penelitian Mc. Clelland (dalam Supiyanto, 2015) menunjukkan bahwa kompetensi berhasil memprediksi kinerja atau prestasi kerja individu dalam pekerjaan. Temuan penelitian Isnain (2012) menyatakan bahwa kompetensi berpengaruh positif terhadap kinerja pegawai. Dari pola pikir tersebut selanjutnya Wibowo (2007) mengembangkan dimensi kompetensi yang terdiri dari; pengetahuan, kemampuan, sikap, gaya kerja, kepribadian, dasar-dasar nilai sikap, kepercayaan dan gaya kepemimpinan yang akan mempengaruhi kinerja karyawan.

Komitmen organisasi yang dirasakan pegawai dapat

menimbulkan perilaku positif terhadap organisasi kerja dan memiliki andil terhadap kinerja pegawai. Hasil penelitian Harun (2016) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif komitmen organisasi terhadap kinerja pegawai. Temuan yang sama diperoleh dari penelitian Supiyanto, (2015) yang menyatakan bahwa komitmen organisasi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja karyawan, sehingga jika komitmen organisasi tinggi maka kinerja karyawan juga tinggi dan sebaliknya jika komitmen organisasi rendah maka kinerja karyawan juga rendah. Steers (dalam Handoko, 2008) menyebutkan bahwa komitmen yang kuat dapat membawa dampak positif, antara lain: peningkatan prestasi kerja, motivasi kerja, masa kerja, produktivitas kerja, dan karyawan lebih rajin masuk kerja sehingga mengurangi absensi dan menurunkan *turn over*.

Berdasarkan kutipan-kutipan dari beberapa jurnal di atas, bisa dikatakan bahwa kompetensi dan komitmen organisasi merupakan faktor yang dapat mengarah pada

pencapaian kinerja pegawai. Berdasarkan uraian di atas penelitian ini bertujuan untuk mengkaji

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kompetensi

Ada dua istilah yang muncul dari dua aliran yang berbeda tentang konsep kesesuaian dalam pekerjaan. Istilah tersebut adalah “*Competency*” (kompetensi) yaitu deskripsi mengenai perilaku, dan “*Competence*” (kecakapan) yang merupakan deskripsi tugas atau hasil pekerjaan (Palan, 2007: 5). Walau perbedaan arti kedua istilah tersebut diterima secara umum, namun penggunaannya masih sering dipertukarkan, yang menyebabkan setiap orang memiliki pengertian yang berbeda-beda. Umumnya orang menggunakan istilah kompetensi dan sejenisnya menciptakan pengertian sendiri sesuai dengan kepentingannya.

Zamkee (1982) yang dikutip oleh Palan (2007:6) mengatakan bahwa “Kompetensi (*competence*), model kompetensi dan pelatihan berbasis kompetensi merupakan kata yang bisa diartikan beragam

pengaruh kompetensi dan komitmen organisasi terhadap kinerja pegawai.

mengikuti pendefinisianya. Perbedaan makna tersebut bukan berasal dari kebodohan atau ketamakan pasar, tapi dari beberapa prosedur mendasar dan perbedaan filosofis diantara ahli yang berlomba untuk mendefinisikan dan membentuk konsep tersebut dan menetapkan model bagi pihak yang akan menggunakan kompetensi dalam upaya sehari-hari.

Kompetensi terkait dengan segala yang diketahui manusia tentang dirinya maupun lingkungannya. Hal ini diperoleh manusia melalui panca indra melalui rangkaian-rangkaian pengalaman manusia itu sendiri. Suriasumantri (2003: 104) berpendapat bahwa kompetensi merupakan khasanah kekayaan mental yang secara langsung atau tidak langsung dapat memperkaya kehidupan manusia. Dengan kompetensi manusia dapat memecahkan berbagai macam permasalahan yang dihadapinya

sehingga kompetensi itu memiliki arti yang sangat penting dalam kehidupan manusia.

2.2 Komitmen Organisasi

Robbins dan Judge (2007) mendefinisikan komitmen sebagai suatu keadaan dimana seorang individu memihak organisasi serta tujuan-tujuan dan keinginannya untuk mempertahankan keanggotaannya dalam organisasi. Sedangkan Mathis dan Jackson (dalam Sopiah, 2008: 155) mendefinisikan komitmen organisasi sebagai derajat dimana karyawan percaya dan mau menerima tujuan-tujuan organisasi dan akan tetap tinggal atau tidak akan meninggalkan organisasinya).

Steers (dalam Handoko, 2008) mendefinisikan komitmen organisasi sebagai rasa identifikasi (kepercayaan terhadap nilai-nilai organisasi), keterlibatan (kesediaan untuk berusaha sebaik mungkin demi kepentingan organisasi) dan loyalitas (keinginan untuk tetap menjadi anggota organisasi yang bersangkutan) yang dinyatakan oleh seorang pegawai terhadap

organisasinya. Steers berpendapat bahwa komitmen organisasi merupakan kondisi dimana pegawai sangat tertarik terhadap tujuan, nilai-nilai, dan sasaran organisasinya. Komitmen terhadap organisasi artinya lebih dari sekedar keanggotaan formal, karena meliputi sikap menyukai organisasi dan kesediaan untuk mengusahakan tingkat upaya yang tinggi bagi kepentingan organisasi demi pencapaian tujuan.

Keputusan Menteri
Pendayagunaan Aparatur Negara
Republik Indonesia
No.25/KEP/M.PAN/2002

menyatakan pengertian komitmen adalah keteguhan hati, tekad yang mantap, dan janji untuk melakukan atau mewujudkan sesuatu yang diyakini. Komitmen organisasi mencerminkan sejauh mana seorang individu mengidentifikasi organisasi dan tujuannya (Kreitner dan Kinicki, 2008). Menurut Robbins (2008) dalam perilaku organisasi, komitmen organisasi merupakan komponen dari perilaku. Komitmen organisasi adalah suatu keadaan dimana seorang karyawan memihak pada

suatu organisasi dan tujuan-tujuannya, serta berniat memelihara keanggotaannya itu. Keterlibatan seseorang yang tinggi dalam suatu pekerjaan berarti memihak pada pekerjaan tertentu seorang individu, sementara komitmen organisasi yang tinggi berarti memihak organisasi yang merekrut individu tersebut.

2.3 Kinerja Pegawai

Istilah kinerja sering digunakan untuk menyebut prestasi atau tingkat keberhasilan individu maupun kelompok individu. Kinerja bisa diketahui hanya jika individu atau kelompok individu tersebut mempunyai kriteria keberhasilan yang telah ditetapkan. Kriteria keberhasilan ini berupa tujuan-tujuan atau target-target tertentu yang hendak dicapai. Menurut Rivai (2005), kata kinerja merupakan terjemahan dari kata *performance* yang berasal dari kata *to perform* dengan beberapa *entries*, yaitu: (1) melakukan, menjalankan, melaksanakan (*to do or carry out, execute*); (2) memenuhi atau melaksanakan kewajiban suatu unit atau nazar (*to discharge of fulfil; as*

vow); (3) melaksanakan atau menyempurnakan tanggungjawab (*to execute or complete an understanding*) dan (4) melakukan sesuatu yang diharapkan oleh orang atau mesin (*to do what is expected of a person machine*). Hersey and Blacard (1993) dalam Robbins (2008), kinerja merupakan suatu fungsi dari motivasi dan kemampuan. Untuk menyelesaikan tugas atau pekerjaan, seseorang harus memiliki derajat kesediaan dan tingkat kemampuan tertentu. Kesediaan dan keterampilan seseorang tidaklah cukup efektif untuk mengerjakan sesuatu tanpa pemahaman yang jelas tentang apa yang dikerjakan dan bagaimana mengerjakannya.

Mangkunegara (2011) menyatakan bahwa kinerja Sumber Daya Manusia adalah istilah yang berasal dari kata *Job Performance* atau *Actual Performance* (Prestasi Kerja) yang berarti hasil kerja baik secara kualitas maupun secara kuantitas yang dicapai oleh seseorang karyawan/pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggungjawab yang

diberikan kepadanya. Selanjutnya, Sedarmayanti (2007) menyatakan bahwa kinerja adalah penggunaan sistem dalam menilai dan mengetahui apakah seorang karyawan telah melaksanakan pekerjaannya secara menyeluruh atau merupakan perpaduan hasil kerja (apa yang harus dicapai seseorang) dan kompetensi (bagaimana seseorang mencapainya).

2.4 Hubungan Kompetensi dengan Kinerja Pegawai

Kinerja dan keefektifan pegawai dalam melaksanakan tugas sangat ditentukan oleh kompetensi yang disyaratkan pada bidang pekerjaan tersebut. Kompetensi berpengaruh terhadap kinerja pegawai. Seorang pegawai yang memiliki kompetensi yang tinggi seperti pengetahuan, ketrampilan, kemampuan, dan sikap yang sesuai dengan jabatan yang diembannya selalu terdorong untuk bekerja secara efektif, efisien dan produktif. Hal ini terjadi karena dengan kompetensi yang dimiliki pegawai bersangkutan semakin mampu untuk melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya.

Kompetensi dapat berupa tujuan, perangai, konsep diri, sikap atau nilai, penguasaan masalah, atau ketrampilan kognitif maupun ketrampilan perilaku. Setiap sifat perorangan yang dapat diukur atau dihitung dengan jelas dan dapat ditunjukkan untuk membedakan secara jelas seorang perilaku unggul dari seorang perilaku efektif dari seorang pelaku yang tidak efektif. Dengan adanya kompetensi yang terampil akan menghasilkan kinerja yang baik pada pegawai. Terkait hal ini terdapat hubungan yang positif antar kompetensi dan kinerja pegawai dalam melakukan suatu pekerjaan.

Ha₁: Kompetensi berpengaruh terhadap kinerja pegawai.

2.5 Hubungan Komitmen Organisasi dengan Kinerja Pegawai

Komitmen organisasi diperlukan sebagai salah satu hal yang mempengaruhi kinerja pegawai. Komitmen organisasi pada pegawai yang tinggi biasanya akan meningkatkan kinerja yang tinggi dan sekaligus dapat menurunkan

tingkat absensi dan sebaliknya jika seorang pegawai memiliki tingkat komitmen rendah maka kinerjanya juga rendah (Nyhan, 2009).

Menurut Meyer dan Allen (1991 dalam Luthans, 2006) pada dasarnya pegawai itu ingin berkontribusi untuk mencapai tujuan organisasi dimana untuk mencapai tujuan organisasi ini telah dipengaruhi oleh sifat komitmen yang berbeda-beda sehingga tuntutan tersebut di atas menjadi semakin mendesak pada saat fleksibilitas fiskal mulai menurun seperti sekarang ini, sementara manajer pada lingkungan pemerintah memiliki kemampuan yang sangat terbatas untuk memberikan

penghargaan ekstrinsik seperti promosi dan kenaikan gaji/pangkat.

Penelitian Nasomboon (2014) dalam “*The Relationship among Leadership Commitmen Organizational Performance and Employee Engagemen*” dijelaskan bahwa pemimpin yang berkomitmen dengan organisasi, bekerja dan fokus menuju tujuan organisasi mempengaruhi nilai kinerja organisasi. Dengan demikian penelitian ini memperkuat penelitian yang menyatakan bahwa komitmen organisasi mempengaruhi kinerja pegawai.

Ha₂: Komitmen organisasi berpengaruh terhadap kinerja pegawai.

III. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan penelitian survei. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kausalitas. Dalam penelitian ini variabel tidak bebasnya adalah kinerja pegawai (Y) dan variabel bebasnya adalah kompetensi (X₁) dan komitmen organisasi (X₂). Sumber data primer yang penulis

ambil berasal dari wawancara, observasi, dan kuesioner. Sumber data sekunder diperoleh dari dokumentasi yang telah tersedia dan studi pustaka sebagai pelengkap data.

Mengenai analisis data yang digunakan oleh penulis adalah analisis kuantitatif, yaitu meyakinkan kebenaran dengan menggunakan metode statistik. Untuk menganalisis

data yang diperoleh dan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan, maka penulis menggunakan analisis regresi linier berganda (*multiple linear regression analysis*). Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh

kompetensi dan komitmen organisasi terhadap kinerja pegawai.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Kinerja Pegawai

α = Konstanta

β_{1-2} = Koefisien Regresi

X_1 = Kompetensi

X_2 = Komitmen Organisasi

e = Error

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Berdasarkan Tabel 1, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 9,790 + 0,590X_1 + 0,366X_2$$

Adapun interpretasi dari persamaan tersebut adalah:

1. Konstanta sebesar 9,790, menunjukkan besarnya kinerja pegawai (Y) pada saat variabel kompetensi dan komitmen organisasi sama dengan nol, hal ini menunjukkan bahwa kinerja pegawai masih tercapai dan bernilai positif yang disebabkan oleh faktor lain di luar model yang diteliti.

2. $b_1 = 0,590$, artinya apabila variabel kepuasan pasien (X_2) sama dengan nol, maka semakin baiknya kompetensi (X_1) akan menyebabkan semakin baiknya kinerja pegawai (Y).
3. $b_2 = 0,366$, artinya apabila variabel komitmen organisasi (X_1) sama dengan nol, maka semakin baiknya kepuasan pasien (X_2) akan menyebabkan semakin baiknya kinerja pegawai (Y).

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koef. Regresi	t _{hitung}	Sig.	Keterangan
Konstanta	9,790	1,254	0,215	-
Kompetensi	0,590	6,313	0,000	Signifikan
Komitmen Org.	0,366	3,173	0,002	Signifikan
	R Square			0,520
	F _{hitung}			29,213
	F _{sig}			0,000
	N			57

Berdasarkan hasil analisis yang bisa dilihat pada Tabel 1 diperoleh hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,520, hal ini berarti 52,0% variasi perubahan kinerja pegawai dapat dijelaskan oleh variabel kompetensi dan komitmen organisasi sedangkan sisanya sebesar 48,0% disebabkan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam persamaan regresi yang dibuat seperti gaya kepemimpinan, lingkungan kerja, budaya organisasi, dan lainnya.

Nilai F hitung sebesar 29,213 lebih besar daripada F tabel ($29,213 > 3,232$) dan nilai probabilitas (P value) $< 0,05$ atau ($0,000 < 0,05$) maka disimpulkan kompetensi dan komitmen organisasi terbukti berpengaruh secara bersama-sama dan signifikan terhadap kinerja pegawai.

Besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat sebagai berikut:

1. Pengaruh variabel kompetensi (X_1) terhadap kinerja pegawai (Y)

Hasil pengujian untuk pengaruh variabel kompetensi (X_1) terhadap kinerja pegawai (Y) diperoleh t hitung sebesar 6,313 dan lebih besar dari t tabel ($6,313 > 2,009$) dan nilai signifikansi $< \alpha$ ($0,000 < 0,05$). Karena tingkat probabilitasnya lebih kecil dari 5%, maka H_0 ditolak, berarti secara parsial variabel kompetensi mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai.

2. Pengaruh variabel komitmen organisasi (X_2) terhadap kinerja pegawai (Y)

Hasil pengujian untuk pengaruh variabel komitmen organisasi (X_2) terhadap kinerja pegawai (Y) t hitung sebesar 3,173 atau lebih besar dari t tabel (3,173 > 2,009) dan signifikansi < α (0,001 < 0,05). Karena tingkat probabilitasnya lebih kecil dari 5%, maka H_0 ditolak, berarti secara parsial variabel komitmen organisasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai.

4.2 Pembahasan

1. Pengaruh Kompetensi terhadap Kinerja Pegawai

Hasil uji regresi menunjukkan variabel kompetensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai. Sehingga, hipotesis yang menyatakan kompetensi berpengaruh terhadap kinerja pegawai pada Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Jember terbukti kebenarannya (H_{a1} diterima).

Boyatzis (dalam Sudarmanto 2009:46) mengatakan kompetensi adalah karakteristik-karakteristik yang berhubungan dengan kinerja unggul dan atau efektif di dalam pekerjaan. Dan menurut Armstrong

(Sudarmanto, 2009:46) mengatakan kompetensi adalah apa yang orang bawa pada suatu pekerjaan dalam bentuk tipe dan tingkat-tingkat perilaku yang berbeda-beda. Kompetensi menentukan aspek-aspek proses kinerja pekerjaan.

Kompetensi merupakan karakteristik individu yang mendasari kinerja atau perilaku di tempat kerja. Dari pola pikir tersebut selanjutnya Wibowo (2007: 227) mengembangkan dimensi kompetensi yang terdiri dari; pengetahuan, kemampuan, sikap, gaya kerja, kepribadian, dasar-dasar nilai sikap, kepercayaan dan gaya kepemimpinan yang akan mempengaruhi kinerja karyawan. Standar kompetensi adalah ukuran atas kemampuan seseorang yang terobservasi yang mencakup atas pengetahuan, ketrampilan, dan sikap dalam menyelesaikan suatu pekerjaan atau tugas sesuai dengan standar performa yang ditetapkan. Standar kompetensi merupakan kesepakatan tentang kompetensi yang diperlukan untuk suatu bidang pekerjaan, dengan dikuasainya standar kompetensi tersebut oleh

seseorang maka yang bersangkutan akan mampu; (1) mengerjakan suatu tugas atau pekerjaan, (2) mengelola pekerjaan tersebut agar dapat dilaksanakan, (3) mengetahui apa yang harus dilakukan jika terjadi sesuatu yang berbeda dengan rencana semula dan (4) menggunakan kemampuan yang dimilikinya untuk memecahkan masalah atau melaksanakan tugas dengan kondisi yang berbeda.

Kinerja seseorang dapat ditingkatkan apabila ada kesesuaian antara pekerjaan dan kemampuan (Robbins, 2008:83). Kemampuan individu adalah suatu faktor yang merujuk ke suatu kapasitas individu untuk mengerjakan berbagai tugas dalam suatu pekerjaan. Kompetensi menurut Spencer & Spencer (dalam Palan, 2007:6) adalah karakteristik dasar yang dimiliki oleh seorang individu yang berhubungan secara kausal dalam memenuhi kriteria yang diperlukan dalam menduduki suatu jabatan. Kompetensi kerja merupakan suatu alat yang dapat digunakan untuk mengenali kemampuan, keterampilan, pengetahuan, motivasi, dan

karakteristik pribadi yang sangat penting lainnya diperlukan untuk mencapai kinerja superior. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Spencer-Spencer (dalam Palan, 2007:6) bahwa antara kompetensi dengan kinerja mempunyai hubungan sebab akibat (*causally related*) yang sangat erat sekali. Oleh karena itu apabila pegawai ingin meningkatkan kinerjanya, seharusnya mempunyai kompetensi kerja yang sesuai dengan tugas pekerjaannya.

Kinerja dan keefektifan pegawai dalam melaksanakan tugas sangat ditentukan oleh kompetensi yang disyaratkan pada bidang pekerjaan tersebut. Kompetensi berpengaruh terhadap kinerja pegawai. Seorang pegawai yang memiliki kompetensi yang tinggi seperti pengetahuan, ketrampilan, kemampuan, dan sikap yang sesuai dengan jabatan yang diembannya selalu terdorong untuk bekerja secara efektif, efisien dan produktif. Hal ini terjadi karena dengan kompetensi yang dimiliki pegawai bersangkutan semakin mampu untuk

melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya.

Kompetensi dapat berupa tujuan, perangai, konsep diri, sikap atau nilai, penguasaan masalah, atau ketrampilan kognitif maupun ketrampilan perilaku. Setiap sifat perorangan yang dapat diukur atau dihitung dengan jelas dan dapat ditunjukkan untuk membedakan secara jelas seorang perilaku unggul dari seorang perilaku efektif dari seorang pelaku yang tidak efektif. Dengan adanya kompetensi yang terampil akan menghasilkan kinerja yang baik pada pegawai. Terkait hal ini terdapat hubungan yang positif antar kompetensi dan kinerja pegawai dalam melakukan suatu pekerjaan.

2. Pengaruh Komitmen Organisasi terhadap Kinerja Pegawai

Hasil uji regresi menunjukkan variabel komitmen organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai. Sehingga, hipotesis yang menyatakan komitmen organisasi berpengaruh

terhadap kinerja pegawai terbukti kebenarannya (Ha₂ diterima).

Komitmen organisasi merupakan usaha untuk mengidentifikasi diri dan melibatkan diri dalam organisasi dan berharap tetap menjadi anggota organisasi (Robbins, 2008). Komitmen organisasi diperlukan sebagai salah satu hal yang mempengaruhi kinerja pegawai. Komitmen organisasi pada pegawai yang tinggi biasanya akan meningkatkan kinerja yang tinggi dan sekaligus dapat menurunkan tingkat absensi dan sebaliknya jika seorang pegawai memiliki tingkat komitmen rendah maka kinerjanya juga rendah (Nyhan, 2009).

Menurut Meyer dan Allen (1991 dalam Luthans, 2006) pada dasarnya pegawai itu ingin berkontribusi untuk mencapai tujuan organisasi dimana untuk mencapai tujuan organisasi ini telah dipengaruhi oleh sifat komitmen yang berbeda-beda sehingga tuntutan tersebut di atas menjadi semakin mendesak pada saat fleksibilitas fiskal mulai menurun seperti sekarang ini, sementara manajer pada lingkungan pemerintah

memiliki kemampuan yang sangat terbatas untuk memberikan penghargaan ekstrinsik seperti promosi dan kenaikan gaji/pangkat.

Komitmen organisasi dapat dibedakan menjadi tiga hal (Cheng dan Kalleberg, 1996 dalam Sopiah, 2008) yaitu:

1) Kemauan untuk melakukan usaha yang bermanfaat bagi kepentingan organisasi.

Keinginan yang kuat untuk mempertahankan keanggotaan dalam organisasi.

Kepercayaan dan penerimaan yang kuat terhadap tujuan dan nilai.

Steers (1988 dalam Handoko, 2008) mendefinisikan komitmen organisasi sebagai rasa identifikasi (kepercayaan terhadap nilai-nilai organisasi), keterlibatan (kesediaan untuk berusaha sebaik mungkin demi kepentingan organisasi) dan loyalitas (keinginan untuk tetap menjadi anggota organisasi yang bersangkutan) yang dinyatakan oleh seorang pegawai terhadap organisasinya. Steers berpendapat bahwa komitmen organisasi merupakan kondisi dimana pegawai sangat tertarik terhadap tujuan, nilai-

nilai, dan sasaran organisasinya. Komitmen terhadap organisasi artinya lebih dari sekedar keanggotaan formal, karena meliputi sikap menyukai organisasi dan kesediaan untuk mengusahakan tingkat upaya yang tinggi bagi kepentingan organisasi demi pencapaian tujuan.

Komitmen organisasi diperlukan sebagai salah satu hal yang mempengaruhi kinerja pegawai. Komitmen organisasi pada pegawai yang tinggi biasanya akan meningkatkan kinerja yang tinggi dan sekaligus dapat menurunkan tingkat absensi dan sebaliknya jika seorang pegawai memiliki tingkat komitmen rendah maka kinerjanya juga rendah (Nyhan, 2009). Menurut Meyer dan Allen (1991 dalam Luthans, 2006) pada dasarnya pegawai itu ingin berkontribusi untuk mencapai tujuan organisasi dimana untuk mencapai tujuan organisasi ini telah dipengaruhi oleh sifat komitmen yang berbeda-beda sehingga tuntutan tersebut di atas menjadi semakin mendesak pada saat fleksibilitas fiskal mulai menurun seperti sekarang ini, sementara

manajer pada lingkungan pemerintah memiliki kemampuan yang sangat terbatas untuk memberikan penghargaan ekstrinsik seperti promosi dan kenaikan gaji/pangkat.

Komitmen organisasi merupakan sifat hubungan antara individu dengan organisasi kerja, dimana individu mempunyai keyakinan diri terhadap nilai-nilai dan tujuan organisasi kerja, adanya kerelaan untuk menggunakan usahanya secara sungguh-sungguh demi kepentingan organisasi kerja serta mempunyai keinginan yang kuat untuk tetap menjadi bagian dari organisasi kerja. Seorang karyawan yang semula kurang memiliki komitmen berorganisasi, namun setelah bekerja ternyata selain mendapat imbalan sesuai dengan ketentuan yang berlaku ada hal-hal yang menarik dan memberi

kepuasan. Hal itu akan memupuk berkembangnya komitmen berorganisasi. Apalagi jika banyak hal yang dapat memberikan kesejahteraan dan jaminan keamanan yang mendukung kegiatan kerja sehingga dapat bekerja dengan penuh semangat, lebih produktif dan efisien dalam menjalankan tugasnya.

Penelitian Nasomboon (2014) dalam *“The Relationship among Leadership Commitmen Organizational Performance and Employee Engagement”* dijelaskan bahwa pemimpin yang berkomitmen dengan organisasi, bekerja dan fokus menuju tujuan organisasi mempengaruhi nilai kinerja organisasi. Dengan demikian penelitian ini memperkuat penelitian yang menyatakan bahwa komitmen organisasi mempengaruhi kinerja pegawai.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kompetensi berpengaruh terhadap kinerja pegawai pada

Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Jember.

2. Komitmen organisasi berpengaruh terhadap kinerja pegawai pada Badan

Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah Kabupaten Jember.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian ini kiranya peneliti dapat memberikan saran, diantaranya:

1. Hasil penelitian membuktikan bahwa kompetensi dan komitmen organisasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai, oleh karena itu hendaknya instansi selalu memperhatikan hal-hal khususnya yang berkaitan dengan kompetensi dan komitmen organisasi. Berkaitan dengan kompetensi, aspek yang dinilai sudah baik sehingga perlu dipertahankan diantaranya penyelesaian pekerjaan tanpa menunggu bantuan orang lain, pemahaman pegawai atas *Standart Operational Procedure* (SOP) yang berlaku dalam bidang pekerjaan, dan kesesuaian beban pekerjaan dengan tingkat pendidikan. Sedangkan aspek yang dinilai lemah sehingga perlu diperbaiki

diantaranya pengungkapan pendapat pada saat rapat untuk pelaksanaan kegiatan, mengarahkan rekan-rekan kerja untuk menyelesaikan pekerjaan, dan berani berterus terang kepada atasan jika melakukan kesalahan kerja. Berkaitan dengan komitmen organisasi, aspek yang dinilai sudah baik sehingga perlu dipertahankan diantaranya pegawai merasa bahagia menerapkan nilai-nilai yang ada di organisasi, pegawai berusaha untuk bersikap setia atau loyal pada organisasi, dan pegawai menggabungkan diri pada organisasi tempat bekerja karena keinginannya sendiri. Sedangkan aspek yang dinilai lemah sehingga perlu diperbaiki diantaranya pegawai ingin melibatkan diri dalam upaya pencapaian tujuan organisasi, pegawai berfikir tidak akan mudah menjadi terikat dengan organisasi lain seperti pegawai terikat dengan organisasi ini, dan pegawai merasa organisasi telah mampu memberikan segala kebutuhan hidupnya.

2. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel kompetensi dan komitmen organisasi hanya mampu menjelaskan kinerja pegawai sebesar 52,0%, sehingga perlu dilakukan penelitian lanjutan dengan menggunakan variabel lain seperti budaya organisasi, gaya kepemimpinan, lingkungan kerja, dan lainnya. Sehingga diperoleh temuan yang lebih baik dalam menjelaskan kinerja pegawai.

DAFTAR PUSTAKA

- Handoko, T. Hani, 2008. *Manajemen Personalia Sumber Daya Manusia*. Edisi Kedua, Yogyakarta: Penerbit BPF.
- Kreitner dan Kinicki. 2008. *Organizational Behavior 10th Edition*. South-Western: Thomson.
- Luthans, Fred. 2006. *Perilaku Organisasi*. (Alih Bahasa V.A Yuwono, dkk), Edisi Bahasa Indonesia, Yogyakarta: ANDI.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2011. *Evaluasi Kinerja SDM*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Palan, R. 2007. *Competency Management: Teknik Mengimplementasikan Manajemen SDM Berbasis Kompetensi untuk Meningkatkan Daya Saing Organisasi*. Jakarta: PPM.
- Rivai, Veithzal. 2005. *Evaluasi Kinerja*. Bandung: Refika Utama.
- Robbins, Stephen & Timothy A. Judge. 2009. *Perilaku Organisasi I*. Jakarta: Salemba Empat.
- Robbins, Stephen. 2008. *Perilaku Organisasi*. Terjemahan: Benyamin Molan. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Sedarmayanti. 2007. *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Sopiah. 2008. *Perilaku Organisasi*, Yogyakarta: Andi.
- Sudarmanto. 2009. *Kinerja dan Pengembangan Kompetensi SDM (Teori, Dimensi Pengukuran dan Implementasi dalam Organisasi)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Suriasumantri, Jujun. 2003. *Filosafat Ilmu: Sebuah Pengantar Populer*. Jakarta. Sinar Harapan.
- Wibowo. 2007. *Manajemen Kinerja*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.

**PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
PENGARUHNYA TERHADAP PROFITABILITAS PADA PERUSAHAAN
MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

NUNGKY VIANA FERANITA*
DWI ANUGRAH

Program Studi Administrasi Bisnis
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Pembangunan Jember

*Email: nungky_viana@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap profitabilitas yang diukur menggunakan rasio *Return On Equity* (ROE) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014 dan 2015. Pengungkapan CSR merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Sumber data yang digunakan yaitu data sekunder yaitu laporan keuangan tahunan yang diperoleh dari *Indo-Exchange File* (IDX). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, sampel diambil menggunakan teknik *purposive sampling* berjumlah 27 perusahaan manufaktur dari populasi 143 perusahaan manufaktur. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh tidak signifikan terhadap profitabilitas dengan nilai $t_{hitung} <$ dari t_{tabel} yaitu $0,645 < 1,674$ dan nilai $sig > \alpha$ yaitu $0,522 > 0,05$ maka H_0 diterima yang artinya tidak ada pengaruh pengungkapan CSR terhadap profitabilitas. Nilai koefisien determinasi menunjukkan hasil sebesar 0,008 atau 0,8%, artinya 0,8% profitabilitas dapat dijelaskan oleh CSR sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lainnya seperti *financial leverage*, reputasi *auditor*, *market to book ratio*, *return on asset*, dan lainnya.

Kata Kunci: Pengungkapan CSR, Profitabilitas, Perusahaan Manufaktur

I. PENDAHULUAN

Dalam setiap badan usaha pasti tidak lepas dengan laporan aktivitas dan kondisi badan usaha baik pelaporan secara finansial maupun non finansial terutama badan usaha yang sudah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Keuangan adalah hal yang sangat penting bagi sebuah organisasi yang berorientasi pada *profit*, keuangan juga berperan penting terhadap kondisi sebuah perusahaan. Tidak salah jika perusahaan berjuang sekeras mungkin menjalankan roda bisnisnya untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dengan menekan biaya sekecil mungkin. Kondisi keuangan perusahaan dapat diukur salah satunya menggunakan rasio profitabilitas. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri. Profitabilitas merupakan faktor yang seharusnya mendapat perhatian penting karena untuk mendapat kelangsungan hidupnya, suatu perusahaan harus berada dalam keadaan yang menguntungkan.

Tanpa adanya keuntungan, maka akan sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar (Sartono, 2002).

Profitabilitas dalam sebuah badan usaha pasti selalu mengalami naik turun ada saatnya dimana perusahaan mendapatkan keuntungan yang maksimal dan ada pula akan mengalami penurunan. Ada banyak faktor yang menyebabkan profitabilitas perusahaan menurun salah satunya biaya pertanggungjawaban sosial atau yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Budaya perusahaan adalah memaksimalkan keuntungan yang dilihat dari untung atau rugi, sedangkan keikutsertaan perusahaan dalam tanggung jawab sosial justru dianggap menambah biaya karena harus mengeluarkan biaya ekstra untuk pengolahan limbah, perlindungan kesehatan dan keselamatan kerja serta lingkungan, pengawasan ketat terhadap produk agar ramah lingkungan, semuanya itu akan menambah biaya perusahaan yang akan mengurangi pembagian

keuntungan bagi investor (Lindarwati *et al.*, 2008).

Banyak perusahaan besar yang telah mengungkapkan kegiatan CSR dan telah mengeluarkan biaya untuk kegiatan CSR mulai dari kelestarian lingkungan, penggunaan energi secara efisien, kesehatan, produk yang ramah lingkungan, pengolahan limbah dan kesejahteraan masyarakat dan tenaga kerja. Biaya yang dikeluarkan tidak bisa dibilang kecil, justru kebalikannya biaya yang harus dikeluarkan sangatlah banyak.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang telah meneliti tentang pengaruh CSR terhadap profitabilitas salah satunya penelitian yang dilakukan oleh Rosdwianti *et al.*, (2016), dan Gantino (2014), yang mengatakan bahwa CSR berpengaruh terhadap profitabilitas berdasarkan rasio ROE. Sedangkan menurut Putra (2015), dan Mustafa dan Handayani (2014) mengatakan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh terhadap profitabilitas dengan rasio ROE.

Perkembangan jumlah perusahaan manufaktur yang semakin pesat tidak atau belum

didukung oleh pengawasan yang ketat, hal ini menimbulkan banyak permasalahan dalam dunia manufaktur. Sebagaimana telah diketahui perusahaan manufaktur merupakan industri yang dalam kegiatannya mengandalkan modal dari investor, oleh karena itu perusahaan manufaktur harus dapat menjaga kesehatan keuangannya. Mengingat besarnya pengaruh yang timbul bila terjadi kesulitan keuangan dan kemungkinan kebangkrutan dapat dideteksi lebih awal untuk selanjutnya menentukan arah kebijaksanaan.

Keadaan tersebut menuntut dana yang cukup bagi perusahaan manufaktur untuk bertahan dan bersaing. Salah satu cara yang diambil perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dana guna mengembangkan agar tetap dapat bersaing adalah penjualan saham perusahaan kepada masyarakat melalui pasar modal. Dibutuhkan informasi yang lengkap, akurat serta tepat waktu yang akan mendukung investor untuk mengambil keputusan secara rasional sehingga hasil yang

diperoleh sesuai dengan yang diharapkan.

Perusahaan membangun citra yang baik untuk menarik perhatian para calon investor dengan cara mengungkapkan catatan atau historis perusahaan dan laporan perusahaan termasuk mengungkapkan kegiatan CSR perusahaan, dengan tujuan untuk mendapat citra baik perusahaan di pandangan para calon investor, dengan harapan calon investor menginvestasikan modalnya kepada perusahaan baik itu calon investor dalam negeri (Penanaman Modal Dalam Negeri/PMDN) maupun calon investor asing (Penanaman Modal Asing/PMA). Selain kegiatan CSR yang dapat menarik perhatian para investor, profitabilitas juga menjadi faktor yang mendapat perhatian penting karena untuk dapat melangsungkan hidup suatu perusahaan harus berada dalam kondisi yang menguntungkan agar investor yang sudah menanamkan modalnya di perusahaan tersebut tidak menarik modalnya kembali dan investor yang belum menanamkan modal pada perusahaan akan tertarik untuk

menanamkan modal pada perusahaan yang bersangkutan (Wild *et al.*, 2005). Pada saat calon investor menanamkan modalnya pada perusahaan maka perusahaan akan mendapatkan penambahan modal sehingga dapat digunakan untuk modal perusahaan mengoperasikan produksi perusahaan yang nantinya akan mendapatkan keuntungan yang dalam jangka panjang akan menyebabkan kenaikan profitabilitas perusahaan.

Salah satu alat ukur untuk menghitung profitabilitas yaitu dengan rasio *Return On Equity* (ROE). ROE merupakan perbandingan antara laba bersih sesudah pajak dengan total ekuitas, ROE merupakan suatu pengukuran dari penghasilan yang tersedia bagi para pemilik perusahaan atas modal yang mereka investasikan di dalam perusahaan (Syafri, 2008). ROE menunjukkan kemampuan manajemen perusahaan dalam mengelola modal yang tersedia untuk mendapatkan keuntungan bagi pemegang saham. Semakin tinggi *return* maka semakin baik karena berarti dividen yang dibagikan atau

ditanamkan kembali sebagai laba

ditahan juga akan makin besar.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan adalah salah satu fungsi operasional perusahaan yang sangat penting di samping fungsi operasional lainnya seperti manajemen pemasaran, manajemen operasi, manajemen sumber daya manusia, dan lain sebagainya. Menurut Sutrisno (2003: 3), manajemen keuangan adalah semua aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan usaha-usaha mendapatkan dana perusahaan dengan biaya yang murah serta usaha untuk menggunakan dan mengalokasikan dana tersebut secara efisien.

Penerapan proses manajemen dalam bidang keuangan ini tentunya disertai dengan tujuan tertentu, yaitu agar berbagai aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan dapat berjalan dengan sebaik-baiknya sehingga manajemen dapat memaksimalkan kekayaan pemilik perusahaan dan dapat meminimalkan biaya guna pengambilan keputusan yang efektif dan efisien.

2.2 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba dalam suatu periode tertentu. Menurut Husnan (2001) bahwa profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu. Profitabilitas menggambarkan kemampuan badan usaha untuk menghasilkan laba dengan menggunakan seluruh modal yang dimiliki.

Profitabilitas juga mempunyai arti penting dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidupnya dalam jangka panjang. Profitabilitas menunjukkan apakah badan usaha tersebut mempunyai prospek yang baik di masa yang akan datang, dengan demikian setiap badan usaha akan selalu berusaha meningkatkan profitabilitasnya, karena semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu badan usaha maka kelangsungan hidup badan usaha tersebut akan lebih terjamin.

Profitabilitas dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan rasio *Return On Equity* (ROE). Hasil pengembalian ekuitas atau ROE atau rentabilitas modal sendiri merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik. Artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat.

2.3 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi perusahaan terhadap masyarakat (Rustiarini, 2010). Konsep CSR melibatkan tanggung jawab kemitraan bersama antara perusahaan, pemerintah, lembaga sumber daya masyarakat, serta komunitas setempat yang bertujuan untuk mewujudkan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan.

Sembiring (2005) menyatakan bahwa pengungkapan CSR perusahaan juga dijelaskan sebagai proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Tujuan pengungkapan CSR adalah sebagai bentuk kepedulian perusahaan baik kepada *shareholder* maupun kepada *stakeholder*. Tingkat pengungkapan informasi CSR perusahaan pada perusahaan-perusahaan yang diteliti dinilai melalui luas pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Untuk mengukur pengungkapan CSR digunakan indeks pengungkapan sosial atau CSR *index* yang merupakan luas pengungkapan relatif setiap perusahaan sampel atas pengungkapan CSR yang dilakukan.

2.4 Hubungan Pengungkapan CSR dengan Profitabilitas

Penelitian Pflieger dalam Agustin (2013) menunjukkan bahwa usaha-usaha pelestarian lingkungan oleh perusahaan akan mendatangkan

sejumlah keuntungan diantaranya adalah ketertarikan pemegang saham dan *stakeholder* terhadap keuntungan perusahaan akibat pengelolaan lingkungan yang bertanggung jawab. Hasil lain mengindikasikan bahwa pengelolaan lingkungan yang baik dapat menghindari klaim masyarakat dan pemerintah serta dapat meningkatkan keuntungan ekonomi. Sebagian perusahaan dalam industri modern juga menyadari sepenuhnya bahwa isu lingkungan dan sosial juga merupakan bagian penting dari perusahaan.

Untuk mengukur seberapa efektif perusahaan yang beroperasi sehingga menghasilkan keuntungan atau mencapai tujuan *profit* keseluruhan, terutama dalam hubungannya dengan sumber-sumber yang diinvestasikan digunakan rasio

profitabilitas ROE. ROE merupakan rasio keuntungan bersih sesudah pajak terhadap modal sendiri, yang mengukur tingkat hasil pengembalian dari modal pemegang saham (modal sendiri) yang diinvestasikan ke dalam perusahaan.

2.6 Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_a : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur

H_0 : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur.

III. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Unit analisis adalah laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2014 dan 2015. Populasi dalam penelitian ini

adalah laporan keuangan tahunan pada perusahaan manufaktur yang sudah terdaftar di BEI untuk periode waktu 2014 dan 2015 dengan jumlah 143 perusahaan manufaktur. Teknik penentuan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan

pertimbangan dan ketentuan tertentu yaitu: (1) perusahaan yang menyajikan laporan keuangan per 31 Desember 2014 sampai per 31 Desember 2015 secara lengkap dengan catatan atas laporan keuangan atau laporan keuangan berkelanjutan; (2) dalam catatan atas laporan keuangan tahunan atau laporan keuangan berkelanjutan tersebut terdapat indikator-indikator pengungkapan CSR; (3) laporan keuangan disajikan dalam mata uang rupiah; (4) perusahaan memiliki nilai buku ekuitas positif; dan (5) laba selama dua tahun berturut-turut. Berdasarkan persyaratan yang sudah ditentukan pada maka ditemukan sampel dalam penelitian ini adalah 27 perusahaan selama dua tahun menjadi 54 perusahaan manufaktur.

Variabel yang diteliti pada penelitian ini adalah pengungkapan CSR sebagai variabel (X) dan profitabilitas sebagai variabel (Y). Observasi dilakukan selama dua tahun yaitu 2014 dan 2015. Analisis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 22 untuk mempermudah dalam pengelolaan

dan analisis data. Tahapan yang dilakukan dalam data adalah:

1. Uji Asumsi Klasik, meliputi uji normalitas, uji autokorelasi, dan uji heterokedastisitas.
2. Analisis koefisien korelasi bertujuan untuk mempelajari apakah ada hubungan antara dua variabel atau lebih. Tujuan analisis korelasi adalah ingin mengetahui apakah di antara dua variabel terdapat hubungan, dan jika terdapat hubungan, bagaimana arah hubungan dan seberapa besar hubungan tersebut.
3. Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada di antara nol dan satu.
4. Analisis dalam penelitian ini menggunakan model analisis regresi sederhana yang digunakan untuk memprediksi nilai suatu variabel dependen berdasarkan nilai variabel lain.
5. Uji hipotesis yang digunakan adalah uji t. Uji t pada dasarnya

menunjukkan seberapa jauh dalam menerangkan variabel pengaruh satu variabel dependen. independen secara individual

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Asumsi Klasik

0,05 maka dapat disimpulkan bahwa

1. Uji Normalitas

data yang telah diolah berdistribusi

Berdasarkan Tabel 1, nilai Kolmogorov-Smirnov Z 1,293 dan Asymp. Sig. 0,071 lebih besar dari

normal dan lulus uji asumsi normalitas.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		0,54
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0333933
	Std. Deviation	0,13248408
Most Extreme Differences	Absolute	0,176
	Positive	0,176
	Negative	0,101
Kolmogorov-Smirnov Z		1,293
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,071

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

2. Uji Autokorelasi

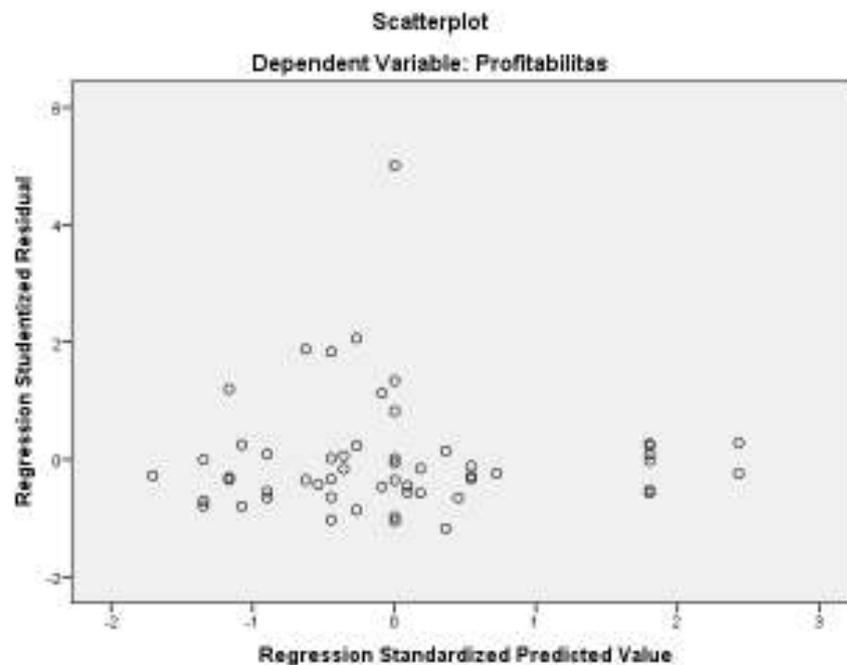
Berdasarkan hasil uji autokorelasi diperoleh nilai *Durbin-Watson* sebesar 2,125, nilai tersebut dibandingkan dengan nilai tabel yang menggunakan nilai signifikansi 5%. Jumlah sampel (n) penelitian adalah 54 dan jumlah variabel independennya 1 (k=1), maka dalam tabel *Durbin-Watson* diperoleh nilai $dL = 1,5230$ dan

nilai $dU = 1,5983$. Jika dilihat dari pengambilan keputusan termasuk $dU < d < 4 - dU$ $1,5983 < 2,125 < 4 - 1,5983 = 2,4017$. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi positif atau negatif.

3. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan grafik *scatterplot* pada Gambar 1, terlihat bahwa tidak ada pola yang jelas, titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka

0 pada sumbu Y. Sehingga dapat heterokedastisitas.
disimpulkan bahwa tidak terjadi



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

4.2 Koefisien Korelasi

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui nilai korelasi pengungkapan CSR (r) adalah 0,089. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang sangat rendah antara pengungkapan CSR dengan profitabilitas. Sedangkan arah hubungan adalah positif, dengan tingkat kesalahan atau batas

kritis lebih besar dari $\alpha = 0,05$ yaitu 0,261. Karena nilai r positif berarti semakin banyak pengungkapan CSR maka profitabilitas akan meningkat namun tidak secara signifikan, karena keduanya memiliki hubungan yang sangat rendah.

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Korelasi

		Correlations	
		Pengungkapan CSR	Profitabilitas
Pearson Correlation	Pengungkapan CSR	1,000	0,089
	profitabilitas	0,089	1,000
Sig. (1-tailed)	Pengungkapan CSR		0,261
	profitabilitas	0,261	
N	Pengungkapan CSR	54	54
	profitabilitas	54	54

4.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2) pada Tabel 3 diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,008. Hal tersebut menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen yaitu variabel pengungkapan CSR dalam menjelaskan variabel

dependen yaitu profitabilitas sebesar 0,8% sedangkan sisanya sebesar 99,2% dijelaskan oleh variabel lain selain variabel independen dalam penelitian ini. Seperti *financial leverage*, reputasi auditor, *market to book ratio*, *return on asset*, dan lainnya (Tjandra, 2014).

Tabel 3. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,089	0,008	-0,011	0,11856

a. Predictors: (Constant), CSR

b. Dependent Variable: Profitabilitas

4.4 Analisis Linier Sederhana

Tabel 4. Hasil Perhitungan Regresi Linier Sederhana

Variable	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	0,138	0,047	2,945	0,005
CSR (X)	0,075	0,116	0,645	0,522

Berdasarkan Tabel 4 diperoleh persamaan analisis regresi sederhana sebagai berikut.

$$Y = 0,138 + 0,075 X$$

Persamaan regresi tersebut mempunyai makna:

1. Konstanta = 0,138

Persamaan regresi linear sederhana diatas, konstanta menunjukkan angka 0,138. Apabila variabel independen di atas diasumsikan tetap, maka variabel dependen yang berupa profitabilitas akan naik sebesar 0,138 atau 13,8%.

2. Koefisien pengungkapan CSR = 0,075

Variabel pengungkapan CSR mempunyai pengaruh yang positif terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur berdasarkan rasio *Return On Equity* (ROE) yaitu sebesar 0,075. Artinya jika terjadi peningkatan dengan satu satuan variabel pengungkapan CSR maka akan meningkatkan profitabilitas sebesar 0,075 atau 7,5%.

4.5 Pengujian Hipotesis

Berdasarkan Tabel 4, pengaruh dari pengungkapan CSR terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2014 dan 2015 dapat dilihat dari nilai t_{hitung} dan t_{tabel} serta nilai signifikansi adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan nilai t hitung dan t tabel, nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $0,645 < 1,674$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan pengungkapan CSR terhadap profitabilitas berdasarkan rasio ROE pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.
2. Berdasarkan nilai signifikansi, nilai $sign > \alpha$ yaitu $0,522 > 0,05$ sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan pengungkapan CSR terhadap profitabilitas

berdasarkan rasio ROE pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

4.6 Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian, penelitian ini menemukan tidak adanya pengaruh yang signifikan pengungkapan CSR terhadap profitabilitas yang diukur berdasarkan ROE. Semakin tinggi indeks pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan, tidak berpengaruh signifikan pada pengambilan ekuitas atau ROE yang diperoleh perusahaan. Hal tersebut dikarenakan kegiatan CSR membutuhkan biaya dan hal tersebut akan mengurangi laba bersih perusahaan dan tentu akan mengurangi keuntungan bagi para pemegang saham dan kekayaan perusahaan.

Hasil penelitian ini berhasil mendukung teori legitimasi yang dikemukakan oleh Donovan dan Gibson (2000) yaitu profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi,

perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang keuangan perusahaan. Sebaliknya pada tingkat profitabilitas rendah mereka berharap para pengguna laporan akan membaca *good news* kinerja perusahaan.

Penelitian ini sejalan juga dengan Lindarwati *et al.*, (2008), Titisari *et al.*, (2010), dan Fauzi *et al.*, (2007) yang menjelaskan bahwa kemungkinan disebabkan isu CSR merupakan hal yang relatif baru di Indonesia sehingga menyebabkan kebanyakan investor memiliki persepsi yang rendah terhadap pengungkapan CSR hanya sebagai bagian dari iklan dan menghindari untuk memberikan informasi yang relevan. Sehingga penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Mustafa dan Handayani (2014) yang hasil penelitiannya bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap profitabilitas yang diukur dengan rasio ROE. Yang menjelaskan bahwa kegiatan CSR hanya akan mengurangi laba bersih perusahaan.

ROE dapat dipengaruhi oleh faktor lainnya, dalam penelitian Stenly (2008) menyatakan bahwa faktor-faktor lain seperti *net profit*

margin, *total asset turnover*, dan *equity multiplier* memiliki hubungan positif terhadap ROE.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada analisis data dan pembahasan, maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut:

Pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2014 dan 2015 yang diukur dengan menggunakan ROE. Hal ini dikarenakan kegiatan CSR hanya akan mengurangi laba bersih dan akan mengurangi keuntungan para pemegang saham dan kekayaan perusahaan.

5.2 Saran

Terkait dengan kekurangan dan keterbatasan dalam penelitian ini, berikut saran yang bermanfaat bagi peneliti selanjutnya:

1. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan objek penelitian. Tidak hanya berfokus pada perusahaan manufaktur namun juga jenis perusahaan lain.
2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah jumlah periode penelitian agar mendapatkan variasi data yang lebih beragam.
3. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan objek penelitian tidak pada perusahaan *Go Public* melainkan pada perusahaan tertutup (*private*).
4. Penelitian selanjutnya disarankan dalam mengukur variabel profitabilitas menggunakan proksi rasio selain ROE (*Return On Equity*).

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, H.F. 2012. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Skripsi STIESIA Surabaya.
- Anggraini, F.R.R. 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan. Simposium Nasional Akutansi IX. Padang.
- Donovon, dan Gibson, 2000. Environmental Disclosure in the Corporate Annual Report. A Longitudinal Australian. Paper for Presentation in the 6th Interdisciplinary Enviromental Association Conference. Montreal, Canada.
- Fauzi, H. Mahoney, L.S. dan Rahman, A.A. 2007. The Link Between Corporate Social Performance: Evidence from Indonesia Companies. Issues in Social and Environmental Accounting. 1(1): 149-159.
- Gantino, R. 2016. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2008-2014. Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis. 3(2):19-32.
- Husnan, S. 2001. Dasar-Dasar Teori Fortofolio dan Analisis Sekuritas. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Lindrawati, N.F. dan Budianto, J.Th. T. 2008. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan yang Terdaftar Sebagai 100 Best Corporate Citizens oleh KLD Research and Analytics. Fakultas Ekonomi Unika Widya Mandala Surabaya.
- Mustafa, C.C. dan Handayani, N. 2014. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Manufaktur. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Ilmu dan Riset Akutansi. 3 (06).
- Putra, A.S. 2015. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Profitabilitas Perusahaan. Prodi Akutansi Universitas Negeri Yogyakarta. Jurnal Nominal. Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen. 4 (02).
- Rosdwianti, M.K. dan Zahro, Z.A. 2016. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Profitabilitas Perusahaan. Jurnal Administrasi Bisnis. 38 (2).
- Rustiarini, N.W. 2010. Pengaruh Corporate Government pada Hubungan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan. Artikel Simposium Nasional Akuntansi XIII. Purwokerto.
- Sartono, A. 2002. Manajemen Keuangan: Aplikasi dan Teori. BPFE: Yogyakarta.
- Sembiring, E.R. 2005. Karakteristik Perusahaan dan

- Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. Study Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta. SNA VIII. Solo.
- Stenly, R. 2008. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Return On Equity pada Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta. Skripsi Tidak dipublikasikan. Universitas Andalas Padang.
- Sutrisno, 2003. Manajemen Keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi. Yogyakarta: Ekonisia.
- Titisari, K.H. Eko, S. Dan Doddy, S. 2010. Corporate Social Responsibility dan Kinerja Perusahaan. Simposium Nasional Akutansi XIII.
- Tjandra, G. 2014. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Manajemen Laba pada Perusahaan Manufaktur. Jurnal Bisnis dan Akuntansi. 16 (3).
- Wild, J.J.K.R.S. dan Robert, F. 2005. Financial Statement Analysis, Edisi 8, Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PARTISIPASI PRIA
DALAM PROGRAM KELUARGA BERENCANA DI KABUPATEN
JEMBER (STUDI PADA PESERTA KB METODE OPERASI PRIA DI
DINAS PEMBERDAYAAN PEREMPUAN, PERLINDUNGAN ANAK DAN
KELUARGA BERENCANA KABUPATEN JEMBER)**

ZAINUL ARIFIN*

SUTOMO

EDY WAHYUDI

Jurusan Ilmu Administrasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Jember

*Email: arifin0904@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap partisipasi pria dalam program Keluarga Berencana di Kabupaten Jember. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan merupakan jenis penelitian *explanatory research*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, kuesioner, wawancara, studi kepustakaan, dan dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini adalah semua peserta KB pria MOP yang tercatat di wilayah kerja Dinas Pemberdayaan Perempuan, Perlindungan Anak dan Keluarga Berencana (DP3AKB) Kabupaten Jember pada tahun 2014 - 2016, sejumlah 91 orang. Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan sensus. Analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis yang diajukan adalah regresi linier sederhana (*simple linear regression*) dengan bantuan paket software SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap partisipasi pria dalam Program Keluarga Berencana di lingkungan DP3AKB Kabupaten Jember. Sehingga, hipotesis yang menyatakan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap partisipasi pria dalam program Keluarga Berencana di Kabupaten Jember terbukti kebenarannya atau Ha diterima.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Partisipasi Pria, Program Keluarga Berencana

I. PENDAHULUAN

Dinas Pemberdayaan Perempuan, Perlindungan Anak dan Keluarga Berencana (DP3AKB) Kabupaten Jember mempunyai tugas melaksanakan penyusunan dan pelaksanaan kebijakan daerah yang bersifat spesifik di bidang Pemberdayaan Perempuan, Perlindungan Anak dan Keluarga Berencana, melaksanakan tugas dekonsentrasi dan tugas lainnya yang diserahkan oleh Bupati sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. DP3AKB dipimpin oleh seorang Kepala Dinas yang berkedudukan di bawah dan bertanggungjawab kepada Bupati melalui Sekretaris Daerah, salah satu tugasnya adalah memberikan pelayanan kesehatan termasuk pelayanan KB di Kabupaten Jember.

Berdasarkan data tentang target serta realisasi DP3AKB Kabupaten Jember berkaitan dengan pelayanan KB cukup baik dengan apa yang telah dicapai selama tahun 2016, namun ada beberapa sasaran target yang tidak terealisasi. DP3AKB selaku *provider* (pihak yang melayani) kegiatan layanan KB

masyarakat tentunya diharapkan dapat memberikan kinerja layanan KB yang optimal. Kurangnya pemanfaatan layanan KB yang disebabkan oleh kualitas layanan yang kurang memadai tentunya akan menjadi masalah yang besar dalam masalah kependudukan,

Penggunaan alat kontrasepsi merupakan salah satu faktor dapat menurunkan angka kelahiran. Semakin tinggi prevalensi penggunaan alat kontrasepsi, maka akan semakin rendah angka fertilitasnya. Alat kontrasepsi digunakan oleh Pasangan Usia Subur (PUS) yang berstatus menikah dan istri berusia 15 sampai 49 tahun untuk tujuan penundaan kehamilan, penjarangan kehamilan dan pembatasan (*stopping*) kehamilan (BKKBN, 2013). Pengaturan kehamilan dalam program KB dilakukan dengan menggunakan alat kontrasepsi (Kemenkes RI, 2014).

Jumlah penduduk di Kabupaten Jember menempati peringkat ke-3 di Jawa Timur dengan jumlah penduduk pada Tahun 2011 sampai 2015 terus mengalami peningkatan

setiap tahunnya dimana selama kurun waktu 5 tahun terakhir terjadi penambahan jumlah penduduk sebanyak 54.090 jiwa, sedangkan angka rata-rata laju pertumbuhan penduduk di Kabupaten Jember selama kurun waktu 2011-2015 adalah 0,58%. Kondisi tersebut mendorong Pemerintah Kabupaten Jember melalui DP3AKB Kabupaten Jember terus meningkatkan pelaksanaan program KB di Kabupaten Jember, melalui peningkatan kesertaan ber-KB.

Kabupaten Jember sesuai kondisi tahun 2014-2016 menunjukkan bahwa tingkat kesertaan ber-KB sudah cukup baik, dimana capaian peserta KB baru (PB) pada tahun 2014 sejumlah 88.734 peserta (108.09% dari PPM), tahun 2015 sejumlah 74.495 (96.08% dari PPM) dan tahun 2016 sejumlah 67.311 (114.86% dari PPM). Dari jumlah tersebut tingkat kesertaan KB pria yang menggunakan MOP pada tahun 2014 sejumlah 49 peserta (0.055% dari PB), tahun 2015 sejumlah 10 (0.013% dari PB) dan tahun 2016 sejumlah 32 (0.048% dari PB), data ini menunjukkan

bahwa tingkat kesertaan KB pria MOP di Kabupaten Jember masih sangat rendah yaitu di bawah 1% (DP3AKB Kabupaten Jember, 2016).

Di dalam pelaksanaan program KB, minat masyarakat terhadap Metode Operasi Pria (MOP) masih sangat kurang. Peserta MOP sejak program KB dicanangkan pada tahun 1970 hingga saat ini masih menunjukkan angka yang sangat sedikit. Rendahnya minat masyarakat terhadap MOP dimungkinkan dipengaruhi oleh faktor kualitas pelayanan KB yang akhirnya mempengaruhi persepsinya tentang penggunaan alat kontrasepsi, karena salah satu yang menentukan tingkat kelangsungan pemakaian kontrasepsi adalah adanya kualitas layanan yang baik. Gambaran mengenai kualitas pelayanan KB pada DP3AKB Kabupaten Jember, dapat dilihat dari masih adanya keluhan masyarakat terhadap pelayanan KB yang dapat diketahui dari hasil kritik dan saran pada Kotak Saran yang disediakan.

Hal yang paling banyak dikeluhkan masyarakat adalah prosedur dan persyaratan serta waktu pelayanan KB. Sedangkan untuk

keluhan yang berkaitan dengan kesopanan dan keramahan pegawai saat melakukan pelayanan hanya terdapat dua kritik dan saran. Berdasarkan data awal tersebut, keluhan terbanyak adalah masalah prosedur dan persyaratan yang terlalu banyak juga dinilai sebagai hal yang sering dikeluhkan masyarakat berkaitan dengan pelayanan KB. Selain itu, masalah waktu pelayanan dimana masyarakat masih merasa waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan masalah pelayanan KB dinilai masih relatif lama. Keluhan-keluhan dan kritik-kritik masyarakat peserta KB adalah cermin atau indikasi belum optimalnya kualitas layanan dari DP3AKB Kabupaten Jember. Kondisi ini tentunya akan berdampak pada partisipasi pria dalam penggunaan alat kontrasepsi MOP.

Pelayanan KB MOP di Kabupaten Jember masih relatif terbatas, dalam hal ini masyarakat yang ingin menggunakan alat kontrasepsi MOP hanya dilayani di tingkat rumah sakit yang ada di Kabupaten Jember, sedangkan puskesmas belum mampu

memberikan layanan KB tersebut. Kondisi ini menggambarkan masih belum optimalnya kedekatan pelayanan KB serta kurangnya jaringan pelayanan alat kontrasepsi MOP di Kabupaten Jember yang tentunya akan menjadi faktor penghambat bagi partisipasi pria dalam penggunaan alat kontrasepsi MOP. Selain itu, masih terbatasnya tenaga medis yang mampu memberikan pelayanan kontrasepsi MOP dan memberikan konseling mengenai penggunaan alat kontrasepsi MOP yang berdampak terhadap kemantapan pola pemakain kontrasepsi rasional yaitu yang diarahkan kepada cara cara kontrasepsi yang sesuai usia PUS dan keinginan PUS. Berbagai masalah dan keterbatasan pelayanan KB MOP yang ada di Kabupaten Jember, selanjutnya dapat dilihat pada masih rendahnya partisipasi pria dalam penggunaan alat kontrasepsi MOP yang tidak mencapai 1% dari PB yaitu 49 peserta (0.055% dari PB) pada tahun 2014, sejumlah 49 peserta (0.055% dari PB), 10 peserta (0.013% dari PB) tahun 2015, dan 32 peserta

(0.048% dari PB) tahun 2016 sejumlah 32 (0.048% dari PB) (DP3AKB Kabupaten Jember, 2016).

Pemakaian alat kontrasepsi merupakan salah satu bentuk perilaku kesehatan, banyak faktor yang mempengaruhi seorang suami dalam pemakaian alat kontrasepsi. Kurangnya pemanfaatan pelayanan karena kualitas pelayanan yang belum memadai menjadi masalah yang cukup besar khususnya pada peserta KB pria, padahal mereka adalah kelompok yang seharusnya mendapat perhatian pelayanan yang lebih baik. Banyaknya keluhan dari masyarakat selaku penerima layanan

mengindikasikan bahwa pelayanan yang diberikan oleh aparaturnya pemerintah termasuk DP3AKB Kabupaten Jember saat ini masih belum sesuai dengan harapan masyarakat, yang disebabkan karena kurangnya layanan yang memadai.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Partisipasi Pria dalam Program Keluarga Berencana di Kabupaten Jember (Studi pada Peserta KB Metode Operasi Pria di Dinas Pemberdayaan Perempuan, Perlindungan Anak dan Keluarga Berencana Kabupaten Jember).

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Program Keluarga Berencana

Program keluarga berencana adalah suatu program yang dimaksudkan untuk membantu para pasangan dan perorangan dalam mencapai tujuan kesehatan reproduksi, mencegah kehamilan yang tidak diinginkan dan mengurangi insiden kehamilan berisiko tinggi, kesakitan dan kematian, membuat pelayanan yang bermutu, terjangkau, diterima dan

mudah diperoleh bagi semua orang yang membutuhkan, meningkatkan mutu nasihat, komunikasi, informasi, edukasi, konseling dan pelayanan, meningkatkan partisipasi dan tanggung jawab pria dalam praktik KB, dan meningkatkan pemberian ASI untuk penjarangan kehamilan (ICPD dalam Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional, 2006).

Keluarga berencana adalah upaya untuk: a. mewujudkan

keluarga berkualitas melalui promosi, perlindungan, dan bantuan dalam mewujudkan hak-hak reproduksi serta penyelenggaraan pelayanan, pengaturan, dan dukungan yang diperlukan untuk membentuk keluarga dengan usia kawin yang ideal; b. mengatur jumlah, jarak dan usia ideal melahirkan anak; c. pengatur kehamilan dan; d. membina ketahanan dan kesejahteraan keluarga (Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional, 2007).

2.2 Kualitas Pelayanan Publik

Zeithaml, Parasuraman, dan Berry (1990) dalam Tjiptono (2005:131) mengemukakan konsep yang lebih kompleks yaitu bahwa kinerja pelayanan publik yang baik dapat dilihat melalui berbagai indikator yang sifatnya fisik. Penyelenggaraan pelayanan publik yang baik dapat dilihat melalui aspek fisik pelayanan yang diberikan, seperti tersedianya gedung pelayanan yang representatif, fasilitas pelayanan berupa televisi, ruang tunggu yang nyaman, peralatan pendukung yang memiliki teknologi

canggih, misalnya komputer, penampilan aparat yang menarik di mata pengguna jasa, seperti seragam dan aksesoris, serta berbagai fasilitas kantor pelayanan yang memudahkan akses pelayanan bagi masyarakat.

Dalam penelitian ini konsep yang penulis gunakan mengacu pada konsep dari Barata tersebut. Karena pelangganlah yang menilai pelayanan yang diberikan oleh pemberi layanan, apakah layanan tersebut sesuai dengan harapannya bahkan melebihi dari harapan mereka. Ada 2 faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yang diungkapkan menurut Parasuraman, *et. al.* (dalam Nasution, 2004:47) yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan (*expected service*) maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan maka kualitas jasa yang dipersepsikan buruk. Dengan

demikian, baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

2.3 Partisipasi

Partisipasi merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan keterlibatan warga komunitas dalam lingkungannya. Menurut Davis dan Newtorm (1993) dalam Remiswal (2013: 30) bahwa partisipasi adalah keterlibatan mental dan emosional orang-orang dalam situasi kelompok yang mendorong mereka memberikan kontribusi pada tujuan kelompok dan berbagai tanggung jawab untuk mencapainya. Sedangkan menurut Taliziduhu (1990) dalam Remiswal (2013: 30) menganggap partisipasi sebagai kesediaan untuk membantu keberhasilannya setiap program dengan kemampuan setiap orang tanpa mengorbankan diri sendiri.

Dengan demikian partisipasi ini merupakan keterlibatan/keikutsertaan seseorang dalam suatu program tanpa adanya paksaan. Partisipasi pria/suami dalam keluarga berencana

adalah tanggung jawab pria dalam bentuk partisipasinya untuk ber-KB serta berperilaku seksual yang sehat dan aman bagi dirinya, pasangan dan keluarga (Selviani, 2010: 9).

2.4 Hubungan Kualitas Pelayanan dan Partisipasi KB

Menurut Bertrand (1994) bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi partisipasi seseorang dalam keikutsertaannya dalam program keluarga berencana adalah output pelayanan yang meliputi akses, kualitas pelayanan dan image. Apabila layanan sudah memuaskan masyarakat maka hal tersebut dapat meningkatkan dan mempertahankan partisipasi masyarakat dalam program Keluarga Berencana.

Terbatasnya akses pelayanan KB pria dan kualitas pelayanan KB pria yang belum memadai juga merupakan aspek yang mempengaruhi rendahnya partisipasi pria dalam Keluarga Berencana (BKKBN, 2007)

Bruce (1990) menjelaskan bahwa dampak dari kualitas pelayanan adalah pengetahuan klien, kepuasan klien, kesehatan klien,

penggunaan kontrasepsi dan kelangsungannya (partisipasi). Kualitas yang diterima oleh klien menjadi fokus pokok untuk menilai kualitas pelayanan

Kelangsungan pemakaian kontrasepsi yang mencerminkan pemakaian alat kontrasepsi yang berlangsung secara terus menerus. Dalam hal mencapai kelangsungan pemakaian kontrasepsi ini dibutuhkan pelayanan keluarga berencana (KB) yang berkualitas. Pentingnya kualitas pelayanan dalam pemberian pelayanan keluarga berencana (KB) atau kesehatan reproduksi (KR) lebih ditegaskan pada Konferensi Internasional tentang Kependudukan dan Pembangunan yang diadakan pada tahun 1994 di Kairo. Titik berat dalam konferensi ini adalah mengganti upaya keluarga berencana menjadi pendekatan “kesehatan reproduktif” yang lebih komprehensif yang menekankan pada pelayanan keluarga berencana yang berkualitas yang berorientasi pada klien sehingga membuat klien mampu membuat pilihan sesuai informasi yang didapat.

Banyak program yang telah mengubah fokusnya dari jumlah klien yang menjadi pelayanan yang lebih baik terhadap kebutuhan klien. Kualitas pelayanan yang meningkat merupakan hal yang sangat penting bagi klien sebagai pihak pertama yang mendapat manfaat dari pelayanan yang lebih baik dan yang akan lebih terdorong untuk memenuhi kebutuhan reproduksinya sebagai hasil dari pelayanan berkualitas yang diterimanya (kelangsungan pemakaian kontrasepsi). Salah satu elemen kualitas pelayanan keluarga berencana adalah informasi yang diberikan kepada klien dan mekanisme *follow-up* dan kontak kembali (Jain, 1989). Salah satu pelayanan yang tersedia dalam program KB adalah pelayanan kontrasepsi. Pelayanan kontrasepsi akan berhasil dengan baik bila masyarakat mengenal berbagai jenis kontrasepsi yang tersedia. Akan tetapi pengenalan berbagai jenis kontrasepsi ini cukup sulit karena hal ini menyangkut pola pengambilan keputusan dalam masyarakat itu sendiri. Proses pengambilan

keputusan untuk menerima suatu inovasi meliputi empat tahap yaitu tahap pengetahuan (*knowledge*), tahap persuasi (*persuasion*), tahap pengambilan keputusan (*decision*), dan tahap konfirmasi (*confirmation*). Kualitas pelayanan keluarga berencana merupakan salah satu elemen yang penting dalam mencapai pemakaian alat kontrasepsi yang berlangsung lama (*lestari*).

2.5 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan di atas dan didukung

oleh beberapa teori maupun kerangka pemikiran, maka diajukan hipotesis sebagai berikut.

H_0 = Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap partisipasi pria dalam program Keluarga Berencana di Kabupaten Jember.

H_a = Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap partisipasi pria dalam program Keluarga Berencana di Kabupaten Jember.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sedangkan jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai *explanatory research*. Obyek dalam penelitian ini adalah faktor kualitas pelayanan KB dan pengaruhnya terhadap partisipasi pria dalam program KB di Kabupaten Jember, faktor yang dimaksud adalah kualitas pelayanan KB sebagai variabel independen, serta partisipasi pria dalam program KB sebagai variabel dependen. Penelitian ini

dilakukan di wilayah kerja DP3AKB Kabupaten Jember dengan pertimbangan DP3AKB Kabupaten Jember merupakan salah satu instansi di bawah naungan Pemerintah Kabupaten Jember yang diberi wewenang melaksanakan program KB sehingga memiliki informasi yang dinilai relevan berkaitan dengan partisipasi pria dalam program Keluarga Berencana di Kabupaten Jember.

Populasi dari penelitian ini adalah semua peserta KB pria MOP

yang tercatat di wilayah kerja DP3AKB Kabupaten Jember pada tahun 2014 - 2016. Dalam hal ini peserta KB pria yang menggunakan alat kontrasepsi MOP yang menjadi populasi tersebut sebanyak 91 orang. penelitian ini merupakan penelitian populasi yaitu meneliti seluruh populasi yang ada meliputi

seluruh peserta KB pria yang menggunakan alat kontrasepsi MOP yang tercatat di wilayah kerja DP3AKB Kabupaten Jember pada tahun 2014 - 2016 sebanyak 91 orang. Data yang telah dikumpulkan dianalisis dengan menggunakan alat analisis statistik yakni aregresi linier sederhana (*simple linear regression*).

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Berdasarkan Tabel 1, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -10,458 + 0,362 X + e$$

Analisis atas hasil analisis tersebut dapat dinyatakan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar -10,458, menunjukkan besarnya partisipasi pria dalam program KB pada saat kualitas pelayanan sama dengan nol yaitu sebesar -10,458. Dalam hal ini partisipasi

pria dalam program KB akan mengalami penurunan tanpa variabel kualitas pelayanan yang disebabkan oleh faktor lain.

2. $b_1 = 0,362$, artinya semakin baiknya kualitas pelayanan maka akan menyebabkan peningkatan partisipasi pria dalam program KB dan sebaliknya apabila kualitas pelayanan semakin buruk maka variabel partisipasi pria dalam program KB akan mengalami penurunan.

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Variabel	Koef. Regresi	t_{hitung}	Sig.	Keterangan
Konstanta	-10,458	-4,379	0,000	-
X	0,362	10,321	0,000	Signifikan

Hasil perhitungan uji t dengan menggunakan program *SPSS for Windows* dapat dilihat pada Tabel 1.

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan lebih besar dari

t_{tabel} yaitu sebesar $10,321 > 2,006$ dan tingkat probabilitas $< \alpha$ yaitu $0,000 < 0,05$. Karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan tingkat probabilitasnya lebih kecil dari 5%, maka H_0 ditolak, berarti variabel kualitas pelayanan (X) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap partisipasi pria dalam program KB (Y). Sehingga, hipotesis yang menyatakan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap partisipasi pria dalam program KB di Kabupaten Jember terbukti kebenarannya atau H_a diterima.

4.2 Pembahasan

Tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan secara umum responden menyatakan bahwa kualitas pelayanan di DP3AKB Kabupaten Jember sudah dinilai baik. Baiknya kualitas pelayanan dapat dilihat dari tanggapan responden yang menyatakan kondisi ruang operasi pelayanan KB MOP di Kabupaten Jember memadai, kondisi fasilitas peralatan operasi pelayanan KB MOP di Kabupaten Jember memadai, jumlah dokter ahli yang melayani MOP di Kabupaten Jember

kurang mencukupi, penampilan petugas pelayanan KB di Kabupaten Jember kurang rapi, ketersediaan obat dinilai lengkap dan mencukupi, adanya ruang tunggu yang sangat memadai, petugas pelayanan KB MOP di Kabupaten Jember mampu melakukan pekerjaan dengan baik, petugas pelayanan KB MOP di Kabupaten Jember memiliki konsistensi kinerja yang sangat baik, petugas pelayanan KB MOP di Kabupaten Jember dapat dipercaya, informasi pelayanan KB MOP di Kabupaten Jember dinilai akurat, prosedur pelayanan KB MOP di Kabupaten Jember dinilai cepat dan tidak berbelit-belit, petugas pelayanan KB MOP di Kabupaten Jember kurang cepat tanggap dalam memberikan pelayanan, petugas pelayanan KB di Kabupaten Jember selalu tanggap dalam menangani keluhan peserta KB MOP, petugas pelayanan KB MOP di Kabupaten Jember memiliki kemampuan yang baik dalam memberikan informasi, petugas pelayanan KB di Kabupaten Jember tanggap dalam menangani keluhan peserta KB MOP pasca pelayanan operasi, petugas

pelayanan KB MOP di Kabupaten Jember mampu memberikan jaminan keberhasilan pelaksanaan KB MOP, petugas pelayanan KB MOP di Kabupaten Jember memberikan jaminan kesembuhan pasca pelayanan Operasi KB MOP, petugas pelayanan KB MOP di Kabupaten Jember mampu mengatasi keluhan pasca pelayanan KB MOP, petugas pelayanan KB MOP di Kabupaten Jember memiliki pemahaman dan pengetahuan KB yang baik, masyarakat sangat mudah untuk mendapatkan akses terhadap petugas pelayanan KB MOP di Kabupaten Jember, petugas pelayanan KB MOP di Kabupaten Jember selalu bersikap sama kepada setiap peserta KB MOP, petugas pelayanan KB MOP di Kabupaten Jember selalu memberikan perhatian kepada setiap peserta KB MOP, petugas pelayanan KB MOP di Kabupaten Jember selalu bersikap sabar dalam memberikan pelayanan kepada peserta KB MOP, dan petugas pelayanan KB MOP di Kabupaten Jember selalu bersikap ramah dalam memberikan pelayanan kepada peserta KB MOP.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, dimensi kualitas pelayanan pada DP3AKB Kabupaten Jember yang dinilai paling baik adalah dimensi kehandalan dengan rata-rata sebesar 2,98 dan selanjutnya dimensi empati dengan rata-rata sebesar 2,84. Sedangkan dimensi kualitas pelayanan pada DP3AKB Kabupaten Jember yang dinilai rendah adalah dimensi daya tanggap dengan rata-rata sebesar 2,67 serta dimensi bukti fisik dengan rata-rata sebesar 2,75.

Begitu juga dengan tanggapan responden terhadap variabel partisipasi pria dalam program KB di DP3AKB Kabupaten Jember yang dinilai baik. Baiknya partisipasi pria dalam program KB dapat dilihat dari tanggapan responden yang menyatakan peserta KB menyadari pentingnya program KB dan penggunaan alat kontrasepsi, peserta KB mencari informasi dan mengikuti penyuluhan dalam menggunakan alat kontrasepsi, peserta KB mempertimbangkan semua masukan dalam memilih alat kontrasepsi, keputusan memilih alat kontrasepsi yang digunakan saat ini sudah sesuai,

dan saat ini peserta KB sangat yakin bahwa keputusan menggunakan alat kontrasepsi merupakan keputusan yang tepat.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, aspek partisipasi pria dalam program KB yang dinilai sudah baik diantaranya peserta KB menyadari pentingnya program KB dan penggunaan alat kontrasepsi dengan rata-rata sebesar 2,89. Sedangkan aspek yang dinilai lemah adalah peserta KB mempertimbangkan semua masukan dalam memilih alat kontrasepsi dengan rata-rata sebesar 2,74.

Hasil uji t menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap partisipasi pria dalam program KB pada DP3AKB Kabupaten Jember. Hasil penelitian ini sesuai dan mendukung temuan penelitian Sari (2012), yang menyatakan bahwa terdapat hubungan antara kualitas pelayanan keluarga berencana dengan kelangsungan pemakaian kontrasepsi hormonal (pil dan suntikan) dan terdapat interaksi antara variabel kualitas pelayanan keluarga berencana dengan

keputusan menggunakan alat/cara KB serta interaksi antara kualitas pelayanan KB dengan keinginan mempunyai anak.

Pelayanan publik merupakan kegiatan atau serangkaian kegiatan dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat yang dilakukan oleh penyelenggara pelayanan publik. Menurut Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik (UU No. 25 Th. 2009) penyelenggara pelayanan publik adalah setiap institusi penyelenggara negara, korporasi, lembaga independen yang dibentuk berdasarkan undang-undang untuk kegiatan pelayanan publik, dan badan hukum lain yang dibentuk semata-mata untuk kegiatan pelayanan publik. Penyelenggara pelayanan publik setidaknya terdiri atas: (1) organisasi penyelenggara pelayanan publik yang terdiri atas satuan kerja penyelenggara pelayanan publik yang berada dilingkungan institusi penyelenggara negara, korporasi, lembaga independen yang dibentuk berdasarkan undang-undang untuk kegiatan pelayanan publik, dan

badan hukum lain yang dibentuk semata-mata untuk kegiatan pelayanan publik; dan (2) pelaksana pelayanan publik terdiri atas pejabat, pegawai, petugas, dan setiap orang bekerja didalam organisasi penyelenggara yang bertugas melaksanakan tindakan atau serangkaian kegiatan pelayanan publik. Sedangkan masyarakat yang terdiri atas seluruh pihak, baik warga negara maupun penduduk sebagai orang perseorangan, kelompok, maupun badan hukum yang berkedudukan sebagai penerima manfaat pelayanan publik, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Pemakaian alat kontrasepsi merupakan salah satu bentuk perilaku kesehatan. Akses terhadap pelayanan keluarga berencana yang berkualitas merupakan suatu unsur penting dalam upaya mencapai pelayanan kesehatan reproduksi. Lovelock dan Wright dalam penelitian mengenai kualitas mengidentifikasi lima dimensi kualitas pelayanan terdiri dari *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*. Berbicara

mengenai kualitas pelayanan, ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani saja (*provider*) tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani (*akseptor*), karena merekalah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya (Bharata. 2004).

Layanan yang berkualitas dan memuaskan perlu dilakukan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap keikutsertaannya dalam program KB. Apabila layanan sudah memuaskan masyarakat maka hal tersebut dapat meningkatkan dan mempertahankan partisipasi masyarakat dalam program KB.

Banyak program yang telah mengubah fokusnya dari jumlah klien yang menjadi pelayanan yang lebih baik terhadap kebutuhan klien. Kualitas pelayanan yang meningkat merupakan hal yang sangat penting bagi klien sebagai pihak pertama yang mendapat manfaat dari pelayanan yang lebih baik dan yang akan lebih terdorong untuk memenuhi kebutuhan reproduksinya

sebagai hasil dari pelayanan berkualitas yang diterimanya (kelangsungan pemakaian kontrasepsi). Salah satu elemen kualitas pelayanan keluarga berencana adalah informasi yang diberikan kepada klien dan mekanisme *follow-up* dan kontak kembali (Jain, 1989). Salah satu pelayanan yang tersedia dalam program KB adalah pelayanan kontrasepsi. Pelayanan kontrasepsi

akan berhasil dengan baik bila masyarakat mengenal berbagai jenis kontrasepsi yang tersedia. Akan tetapi pengenalan berbagai jenis kontrasepsi ini cukup sulit karena hal ini menyangkut pola pengambilan keputusan dalam masyarakat itu sendiri. Kualitas pelayanan KB merupakan salah satu elemen yang penting dalam mencapai pemakaian alat kontrasepsi yang berlangsung lama (lestari).

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil analisis regresi linier sederhana yang menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap partisipasi pria dalam program KB yang dihitung dengan program SPSS menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap partisipasi pria dalam program KB di lingkungan DP3AKB Kabupaten Jember. Sehingga, hipotesis yang menyatakan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap partisipasi pria dalam program Keluarga Berencana di Kabupaten Jember terbukti kebenarannya atau H_a diterima.

Hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0,362 yang artinya apabila variabel kualitas pelayanan mengalami peningkatan sebesar 1%, maka variabel partisipasi pria dalam program KB akan mengalami peningkatan sebesar 0,362% dan sebaliknya apabila variabel kualitas pelayanan mengalami penurunan sebesar 1%, maka variabel partisipasi pria dalam program KB akan mengalami penurunan sebesar 0,362%.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian ini kiranya peneliti dapat memberikan saran, diantaranya:

1. Hasil penelitian membuktikan bahwa faktor kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap partisipasi pria dalam program KB, oleh karena itu hendaknya instansi dalam hal ini DP3AKB Kabupaten Jember selalu memperhatikan dan mempertahankan faktor-faktor kualitas pelayanan yang sudah dinilai baik seperti petugas pelayanan memiliki konsistensi kinerja yang sangat baik, adanya ruang tunggu yang sangat memadai, dan informasi pelayanan KB MOP dinilai akurat, serta meningkatkan faktor-faktor kualitas pelayanan

yang sudah dinilai kurang baik seperti jumlah dokter ahli yang melayani MOP kurang mencukupi, petugas pelayanan KB MOP kurang cepat tanggap dalam memberikan pelayanan, dan penampilan petugas pelayanan KB MOP kurang bersih dan kurang rapi.

2. Dalam penelitian ini peneliti hanya dapat berinteraksi langsung dengan sebagian responden dalam pengisian kuesioner karena keterbatasan waktu penelitian, sehingga bagi penelitian selanjutnya hendaknya peneliti dapat berinteraksi langsung dengan semua responden dalam pengisian kuesioner untuk mendapatkan data yang lebih obyektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Bharata, Adya Atep. 2004. *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- Bertrand, J.T., Magnani, R.J., and Rutenberg, N. 1994, *Handbook of Indicator for Family Planning Program Evaluation*, Usaid Contract Number : DPE-3060-C-00-1054-00.
- Bruce, J. 1990 *Fundamental Elements of the Quality of Care, A Simple Frams Work, Studies ini Family Planning*.

- BKKBN. 2005. *Keluarga Berencana dan Kesehatan Reproduksi*. Jakarta: BKKBN.
- BKKBN. 2008. *Keluarga Berencana dan Kesehatan Reproduksi*. Jakarta: BKKBN.
- BKKBN. 2012. *Pelayanan Kontrasepsi*. Jakarta: BKKBN.
- BPS, BKKBN, Kemenkes, dan ICF International. 2013. *Survei Demografi Kesehatan Indonesia 2012*. Jakarta: BPS, BKKBN, Kemenkes, dan ICF International.
- BPS. 2013. *Sensus Penduduk Indonesia*. Jakarta, Indonesia. Biro Pusat Statistik.
- Bruce, Judith. 1990. *Fundamental Elements of the Quality of Care: A Simple Framework*. <www.jstor.org>. (diakses 20 September 2017)
- Dwiyanto, Agus, Faturochman, dan Hisyam syafioedin. 2006. *Penduduk dan Pembangunan*. Yogyakarta: Aditya Media.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Isbandono, Prasetyo. 2009. *Loyalitas Pelanggan: Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan pada Rumah Sakit Umum Syaiful Anwar Malang*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen* Vol.1 No.2.
- Kemenkes RI. 2013. *Rencana Aksi Nasional Pelayanan Keluarga Berencana Tahun 2014-2015*. Jakarta: Kemenkes RI.
- Kemenkes RI. 2013. *Riset Kesehatan Dasar 2012*. Jakarta: Kemenkes RI.
- Kemenkes RI. 2014. *Profil Kesehatan Indonesia Tahun 2013*. Jakarta: Kemenkes RI.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Manajemen Pemasaran*. Edisi II. Jakarta: PT. Indeks.
- Lovelock, Christopher H dan Lauren K. Wright. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Indeks.
- Nasution. M. Nur. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Remiswal. 2013. *Menggugah Partisipasi Gender Di Lingkungan Komunitas Lokal*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sekaran, Uma. 2006, *Metodologi Penelitian untuk Bisnis, Edisi 4, Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Seviani, Evi. 2010. *Diktat PIM III BKKBN Angkatan 1 Tahun 2010*. Jakarta: BKKBN.
- Singarimbun, M. dan Effendi, S. 2006. *Metode Penelitian Survei*, Cetakan. Kedelapanbelas. Jakarta: Penerbit Pustaka LP3ES.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : ANDI.

Majalah Ilmiah
“DIAN ILMU”

Volume 18 Nomor 1 Oktober 2018

ISSN : 0853-2516



SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI

“PEMBANGUNAN”

JEMBER

Majalah Ilmiah
“DIAN ILMU”

Majalah Berkala Semester
STIA “PEMBANGUNAN” Jember

SUSUNAN REDAKSI

PENERBIT	: Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi “PEMBANGUNAN” Jember
PENANGUNG JAWAB	: Ir. Hendri Suparto, M.Si Ketua STIA “PEMBANGUNAN” JEMBER
PIMPINAN REDAKSI	: Ibnu Supriyadi, S.H., M.Si
DEWAN REDAKSI	: 1. Drs. Kaskojo Ad, M.Sii 2. Siti Husnul Hotima, S.Sos, M.P 3. Asmuni, M.A.P
REDAKTUR PELAKSANA	: Dr. Nungky Viana Feranita, M.M
SEKRETARIS REDAKSI	: Alifian Nugraha, M.Si
KOMPUTASI & ILUSTRASI	: 1. Achmad Faisol, S.AB 2. Amilatus Solikhah, S.AB
ADM. & SIRKULASI	: 1. Dewi Yuliaty Ningsih, S.AB 2. Siti Mahdiatul Umroh, S.AB
ALAMAT REDAKSI	: Jl. Lumba-Lumba No. 9 Telp. (0331) 486182 Jember 68135

Majalah Ilmiah “DIAN ILMU” adalah majalah yang telah diterbitkan oleh STIA “PEMBANGUNAN” Jember sebagai media komunikasi, informasi ilmiah, serta penyampaian gagasan maupun pemikiran.

DAFTAR ISI

1. Implementasi Peraturan Daerah Kabupaten Jember Nomor 6 Tahun 2008 tentang Pedagang Kaki Lima (Oleh: Rahmawati Darmaningsih, Himawan Bayu Patriadi, Edy Wahyudi).....	1
2. Strategi Promosi Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Al Qodiri (Oleh: Sampir Andrean Sukoco).....	20
3. Pengaruh Kapabilitas Pemasaran, Keunggulan Bersaing dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja UKM (Usaha Kecil dan Menengah) di Kabupaten Lumajang (Oleh: Mohammad Hoiron, Edy Wahyudi, Zarah Puspitaningtyas).....	37
4. Peran Keunggulan Bersaing dalam Memediasi Dampak Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM (Oleh: Nungky Viana Feranita, Hendra Aris Setiawan)	54
5. Pengaruh Motivasi Kerja dan Insentif terhadap Kinerja Aparatur Pemerintah Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember (Oleh: Rizc Ditya Purba Tandri, Sasongko, Zarah Puspitaningtyas)	71
6. Pengaruh Lingkungan Kerja dan Gaya Kepemimpinan terhadap Kinerja Karyawan pada Perusahaan Cuci Sarang Burung Walet Mangli Jaya (Oleh: Alifian Nugraha, Winarti Ningsih).....	90

**IMPLEMENTASI PERATURAN DAERAH KABUPATEN JEMBER
NOMOR 6 TAHUN 2008 TENTANG PEDAGANG KAKI LIMA**

**RAHMAWATI DARMANINGSIH
HIMAWAN BAYU PATRIADI
EDY WAHYUDI***

Program Studi Magister Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember
*Email: edydata75@gmail.com

ABSTRAK

Tulisan ini membahas tentang administrasi publik khususnya tentang implementasi kebijakan publik. Kasus yang akan diteliti adalah permasalahan Pedagang Kaki Lima.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah kualitatif. Metode kualitatif digunakan dengan pertimbangan bahwa peneliti bermaksud untuk mendeskripsikan atau memperoleh gambaran secara leluasa tentang Implementasi Peraturan Daerah Kabupaten Jember Nomor 6 Tahun 2008. Lokasi penelitian di Kabupaten Jember tepatnya tiga kecamatan kota yaitu Kecamatan Kaliwates, Kecamatan Sumpalsari, dan Kecamatan Patrang.

Implementasi Peraturan Daerah Kabupaten Jember Nomor 6 Tahun 2008 tentang Pedagang Kaki Lima dikatakan kurang berhasil, karena masih ada pedagang kaki lima yang kembali ketempat semula setelah direlokasi ataupun mereka tidak mau pindah secara sukarela meskipun sudah disediakan tempat relokasinya sehingga memaksa aparat Satuan Polisi Pamong Praja beserta Tim

Penataan pedagang kaki lima mengambil langkah represif.

Penyebab terjadinya hal tersebut adalah belum tersedianya tempat relokasi dengan segala aksesnya, yang menjadi tanggung jawab Dinas Cipta Karya dan Tata Ruang, dan belum diadakan pelatihan-pelatihan kepada pedagang kaki lima agar dagangan mereka lebih menarik tampilan maupun rasanya, ini menjadi tanggung jawab Dinas Perindustrian dan Perdagangan.

Kata Kunci: Pedagang Kaki Lima, Satuan Pamong Praja, Peraturan Daerah, Dinas Cipta Karya dan Tata Ruang

I. PENDAHULUAN

Pedagang Kaki Lima (PKL) adalah fenomena besar di Indonesia baik di kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, dan Semarang maupun di kota-kota kecil layaknya Banyuwangi, Situbondo dan Jember. Keberadaan PKL sebagai sektor informal merupakan bagian yang sebenarnya memiliki ketahanan cukup handal dibandingkan sektor-sektor usaha lainnya. Terbukti di saat sektor-sektor usaha lain tersingkir akibat badai krisis moneter, justru sektor ini tumbuh dan berkembang hampir di setiap kota.

Kehadiran para PKL disatu sisi diharapkan membuat perputaran roda perekonomian berjalan lancar dan mengurangi angka pengangguran. Namun disisi yang lain kehadirannya menimbulkan berbagai macam masalah, karena para PKL menempati ruang publik untuk berjualan sehingga aktivitas dan kenyamanan masyarakat terganggu. Masalah lain yang tidak kalah pentingnya adalah mereka berjualan untuk pemenuhan kebutuhan atau mencari nafkah bagi keluarga, dengan kata lain kegiatan ini

dilakukan karena menyangkut masalah perut. Meskipun demikian, keberadaan PKL mempunyai tingkat kerentanan yang cukup tinggi manakala tidak mendapatkan penanganan yang serius dari pemerintah.

Sektor informal biasanya digunakan untuk menunjukkan aktivitas ekonomi berskala kecil dan sering mengalami banyak kesulitan untuk menjalin hubungan secara resmi. Sektor informal yang dimaksud disini adalah suatu kegiatan berskala kecil yang bertujuan untuk mendapatkan kesempatan kerja. Pada umumnya elemen yang termasuk dalam sektor ini adalah yang berpendidikan kurang, kurang terampil dan kebanyakan merupakan para pendatang dengan cara berdagang kecil-kecilan atau kita biasa sebut dengan nama PKL.

Lokasi berjualan PKL selalu menempati lahan atau ruang publik misalnya trotoar, bahu jalan, taman-taman kota, tempat-tempat disekitar pusat perbelanjaan, kawasan perkantoran, tempat-tempat yang

ramai dikunjungi orang dan tempat-tempat strategis lainnya. Jika satu pedagang tidak langsung ditertibkan maka hampir bisa dipastikan pedagang yang lain akan bermunculan bagai jamur dimusim hujan. Ini semua akan menimbulkan gesekan-gesekan diantara PKL dengan aparat Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP), dan antara PKL dengan masyarakat sebagai pemanfaat ruang publik.

Dasar pertimbangan pembentukan peraturan daerah tersebut, bahwa pertama, PKL sebagai individu warga masyarakat perlu diberikan kesempatan untuk mengembangkan usahanya dalam rangka mendukung perkembangan ekonomi sektor informal. Kedua, dalam perkembangannya, keberadaan PKL di kawasan perkotaan Kabupaten Jember telah menggunakan bahu jalan, trotoar atau fasilitas umum yang dapat menimbulkan gangguan ketentraman, ketertiban, kebersihan lingkungan, dan kelancaran lalu lintas sehingga perlu dilakukan pembinaan dan pengawasan yang terarah agar tercipta tertib sosial.

Untuk itu dalam rangka pembinaan dan pengawasan terhadap PKL secara terarah dan terciptanya tertib sosial maka Satpol PP sebagai kepanjangan tangan pemerintah daerah dalam penegakan peraturan daerah dan penyelenggaraan ketertiban umum dan ketenteraman masyarakat yang kemudian bekerja sama dengan unsur pemerintah dan masyarakat yang selalu berpedoman pada Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 41 Tahun 2012 tentang Pedoman Penataan dan Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima, Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2008 tentang Pedagang Kaki Lima Kabupaten Jember dan Peraturan Bupati Nomor 36 Tahun 2009 tentang Penataan Pedagang Kaki Lima Kabupaten Jember. Permasalahan tentang PKL telah dituangkan dalam Dokumen Pelaksanaan Anggaran (DPA) SKPD Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Jember dalam program Pemeliharaan Kantrantibmas dan Pencegahan Tindak Kriminal, ada dua kegiatan didalamnya yaitu: a) Pemantauan pelanggaran perda; dan

b) Pengamanan pejabat dan Asset Pemkab.

Masalah PKL di Kabupaten Jember adalah jumlahnya yang semakin lama semakin bertambah (saat ini PKL yang berada di wilayah kota berjumlah sekitar 1.211 PKL terbagi dalam dua shift yaitu siang dan malam), yang tersebar di di Jl Gajah Mada, Jl Talangsari, Jl Trunojoyo, Jl HOS Cokroaminoto, Jompo (Kecamatan Kaliwates) Jl Panjaitan, Jl Jawa, Jl Riau, Jl Kalimantan, Jl Sumatra, Jl Sumatra, Jl Mastrip, Jl Ciliwung, Jl Bengawan Solo, Jl Letjen Suprpto, Jl Letjen S. Parman (Kecamatan Sumbersari) Jl PB. Sudirman, Jl Moh. Sroedji, Jl Nusa Indah, Jl Wijaya Kusuma, Jl Anggrek, Jl Kacapiring, Jl Cempaka, Jl Slamet Riyadi (Kecamatan Patrang) (Sumber : wawancara dengan Kasubbid Pembinaan, Pengawasan dan Penyuluhan Satpol PP Kabupaten Jember, tanggal 2 Oktober 2015).

Masalah PKL bukan hanya masalah Satpol PP sebagai *leading sector*-nya, melainkan berkaitan dengan banyak instansi lain yang terlibat di dalamnya, oleh karena itu

dibutuhkan sinergisitas dengan instansi lain dan untuk mewujudkan sinergisitas tersebut maka dibentuklah Tim Penataan dan Pembinaan Pedagang Kaki Lima (PKL) Kabupaten Jember dengan harapan menjadi salah satu solusi dalam rangka penataan dan pembinaan PKL kabupaten Jember. Tim penataan dan pembinaan PKL Kabupaten Jember berdasarkan Keputusan Bupati Jember Nomor 188.45/107/012/2015 yang terdiri dari unsur pemerintahan dan masyarakat yaitu Muspida, Wakil Bupati, Sekretaris Kabupaten, Asisten Pemerintahan, Kepala Satuan Polisi Pamong Praja, Kepala DPU Bina Marga, Kepala DPU Cipta Karya dan Tata Ruang, Kepala Dinas Perhubungan, Kepala Dinas Pasar, Kepala Bagian Hukum, Kepala Bagian Humas, Kabag Operasional Polres Jember, Perwira Seksi Operasional Kodim 0824, Kabid Penegakan Perundang-undangan Satpol PP, Kasi Pembinaan, Pengawasan dan Penyuluhan Satpol PP.

Adapun tugas dari tim penataan dan pembinaan PKL antara lain:

melakukan penataan dan penertiban terhadap PKL yang permanen dan/atau tidak permanen dibadan jalan dan/atau trotoar; melakukan penataan dan penertiban bagi PKL baru; melakukan evaluasi dan pengawasan secara berkala terhadap PKL di wilayah kabupaten Jember

yang telah dilakukan pembinaan, penataan dan penertiban; mengantisipasi agar tidak muncul PKL baru; menindak dan menertibkan secara berkala bagi PKL yang telah dibina, ditata dan/atau ditertibkan tetapi masih tetap melakukan pelanggaran.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Kebijakan publik merupakan kebijakan yang mengikat bagi publik sehingga kebijakan publik tersebut dibuat oleh lembaga yang memiliki kuasa atau kewenangan dalam membuat kebijakan publik. Lembaga tersebut dalam membuat kebijakan publik juga tetap harus memperhatikan keinginan publik karena kewenangan yang mereka miliki merupakan mandat dari publik atau rakyat. Dalam suatu pemerintahan yang baik atau *good governance*, pemerintah harus bisa membuat suatu kebijakan publik yang mencerminkan kepentingan rakyat banyak, sehingga rakyat dalam hal ini tidak merasa dirugikan atas lahirnya kebijakan publik itu sendiri.

Definisi kebijakan publik menurut Chief J.O (dalam Wahab, 2005:5) adalah suatu tindakan bersanksi yang mengarah pada tujuan tertentu yang diarahkan pada suatu masalah tertentu yang saling berkaitan yang mempengaruhi sebagian besar warga masyarakat. Jadi kebijakan publik merupakan keputusan politik yang dibuat dan dikembangkan oleh pemerintah dan memiliki karakteristik sebagai keputusan politik yang dirumuskan oleh yang berwenang atau yang memiliki otoritas. Menurut Easton (dalam Agustino, 2006:42) yang disebut sebagai otoritas dalam sistem politik adalah para senior, kepala tertinggi, eksekutif, legislatif, para hakim, administrator, penasehat, para raja, dan sebagainya. Selain itu

Easton juga menyebutkan bahwa mereka yang berotoritas dalam system politik guna memformulasikan kebijakan publik itu adalah orang-orang yang terlibat dalam urusan sistem politik sehari-hari dan mempunyai tanggung jawab atas suatu masalah tertentu, dimana pada satu titik mereka diminta untuk mengambil keputusan di kemudian hari yang diterima serta mengikat sebagian besar anggota masyarakat selama waktu tertentu. Jadi suatu kebijakan publik dibuat dari tahapan-tahapan yang diawali dengan formulasi kebijakan, implementasi, hingga pada evaluasi kebijakan.

Implementasi merupakan salah satu tahap dalam proses kebijakan publik dan dilaksanakan setelah sebuah kebijakan dirumuskan dengan tujuan yang jelas. Matter dan Horn (dalam Agustino, 2006:139) merumuskan definisi implementasi kebijakan yaitu tindakan-tindakan yang dilakukan baik oleh individu-individu atau pejabat-pejabat atau kelompok-kelompok pemerintah atau swasta yang diarahkan pada tercapainya tujuan-tujuan yang telah

digariskan dalam keputusan kebijakan. Mazmanian dan Sabatier mengemukakan bahwa implementasi kebijakan adalah pelaksanaan keputusan kebijakan dasar biasanya dalam bentuk undang-undang namun dapat pula berbentuk perintah-perintah atau keputusan-keputusan eksekutif yang penting atau keputusan badan peradilan, dan keputusan itu mengidentifikasi masalah yang ingin diatasi, menyebutkan secara tujuan atau sasaran yang ingin dicapai dan berbagai cara untuk menstrukturkan atau mengatur proses implementasinya.

Dari definisi tersebut maka dapat dimaknai bahwa yang dimaksud dengan implementasi kebijakan meliputi kegiatan atau aktivitas yang memiliki tujuan atau sasaran kebijakan serta memiliki hasil dari kegiatan tersebut. Rangkaian kegiatan tersebut mencakup persiapan seperangkat peraturan lanjutan yang merupakan interpretasi dari kebijakan tersebut. Misalnya dari sebuah undang-undang muncul sejumlah peraturan pemerintah, keputusan presiden,

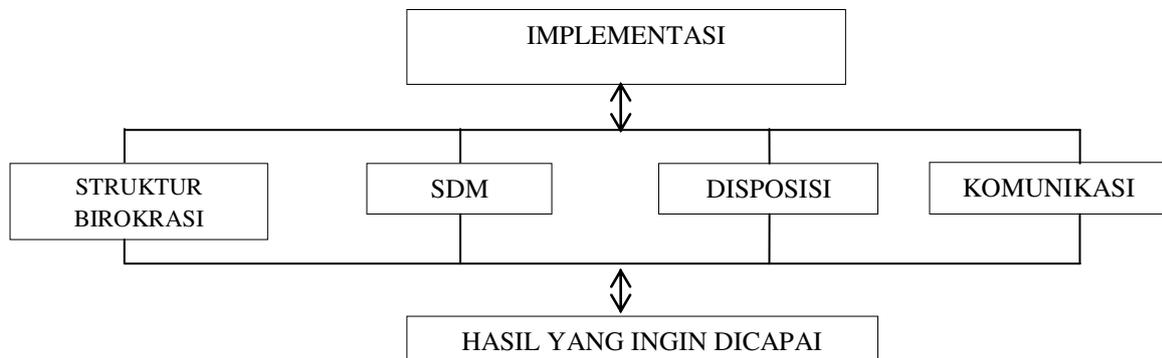
maupun peraturan daerah, menyiapkan sumberdaya guna menggerakkan implementasi termasuk di dalamnya sarana dan prasarana, sumber daya keuangan, dan tentu saja siapa yang bertanggungjawab melaksanakan kebijakan tersebut, serta bagaimana mengantarkan kebijakan secara konkrit ke masyarakat. Implementasi kebijakan pada prinsipnya adalah cara agar sebuah kebijakan dapat mencapai tujuannya, tidak lebih dan kurang.

Untuk mengimplementasikan kebijakan publik maka ada dua pilihan langkah yang ada, yaitu langsung mengimplementasikan dalam bentuk program program atau melalui formulasi kebijakan *derivate* atau turunan dari kebijakan tersebut. Sebagaimana yang pernah dikemukakan oleh Grindle (dalam Agustino, 2006:154) bahwa keberhasilan implementasi diukur dari prosesnya dengan mempertanyakan apakah pelaksanaan program sesuai dengan yang telah ditentukan yaitu melihat pada *action* program dari individual *project* dan yang kedua apakah

tujuan program tersebut tercapai. Kebijakan publik dalam bentuk undang-undang atau peraturan daerah adalah jenis kebijakan yang memerlukan kebijakan publik penjelas atau sering diistilahkan sebagai peraturan pelaksanaan. Kebijakan public yang bisa langsung dioperasikan antara lain keputusan presiden, instruksi presiden, keputusan menteri, keputusan kepala daerah, keputusan kepala dinas, dan lain-lain (Nugroho DW, 2004:158-160). Jadi implementasi kebijakan merupakan suatu upaya untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu dengan sarana-sarana tertentu dan dalam urutan waktu tertentu. Proses implementasi kebijakan publik baru dapat dimulai apabila tujuan-tujuan kebijakan publik telah ditetapkan, program-program telah dibuat dan dana telah dialokasikan untuk pencapaian tujuan kebijakan tersebut.

Dari empat model, terdapat dua model yang bisa menjelaskan mengenai Implementasi Peraturan Daerah Kabupaten Jember Nomor 6 Tahun 2008 terkait penataan PKL yaitu model George C. Edward III

dan model Donald S. Van Meter dan Carl E. Van Horn.

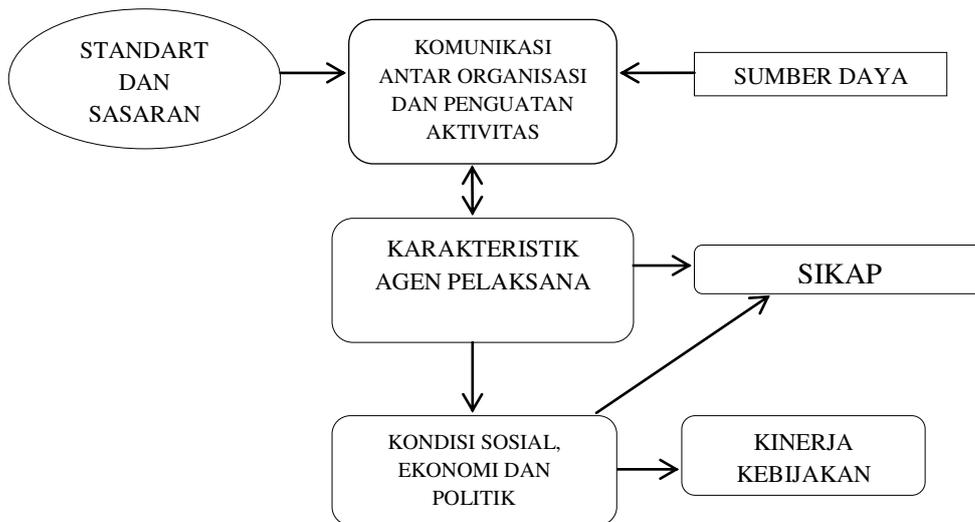


Gambar 1. Model Kebijakan Implementasi menurut George Edward III dalam Agustino (2006:156)

Dari Model Kebijakan Implementasi menurut Edward yang terlihat dalam Gambar 1 dapat dijelaskan bahwa terjadi hubungan timbal balik/saling mempengaruhi antara implementasi kebijakan publik dengan struktur birokrasi, sumber daya manusia (SDM), disposisi dan komunikasi. Keempat komponen yang disebut belakangan menjadi faktor penentu diputuskannya kebijakan publik. Sebaliknya, kebijakan publik yang telah diputuskan tersebut akan mempengaruhi cara kerja struktur birokrasi, SDM, disposisi, dan komunikasi.

Keempat komponen yang menjadi faktor penentu diputuskannya kebijakan publik

antara lain struktur birokrasi, SDM, disposisi, dan komunikasi. Dikatakan sebagai faktor penentu karena struktur birokrasi yang terlalu panjang akan menimbulkan birokrasi yang rumit dan kompleks hal ini akan menyebabkan jalannya organisasi tidak fleksibel dan melemahkan pengawasan. Sumber daya yang bagus dan berkualitas akan mempermudah dan mempercepat dalam melaksanakan kebijakan. Disposisi yang baik dan jelas akan memudahkan pelaksana kebijakan dalam menjalankan tugas. Komunikasi yang baik harus dibangun dengan cara komunikasi dua arah, agar semua informasi dapat diterima dengan baik dan cepat mendapat respon balik oleh implementor.



Gambar 2. Model Implementasi Kebijakan menurut Van Meter dan Van Horn dalam Subarsono (2005)

Dari Model Implementasi Kebijakan menurut Van Meter dan Van Horn yang terlihat dalam Gambar 2 dapat dijelaskan bahwa komunikasi antar organisasi dan penguatan aktivitas yang akan dilakukan dipengaruhi oleh *strandart* dan sasaran kebijakan yang telah ditentukan serta sumber daya yang tersedia. Namun, komunikasi dan penguatan aktivitas dimaksud juga saling mempengaruhi dengan karakteristik agen pelaksananya. Hubungan dua arah ini tidak dapat dihindarkan karena sama-sama menentukan.

Selanjutnya, karakteristik agen pelaksana akan menentukan seperti apa sikap pelaksana di lapangan dalam mengimplementasikan kebijakan. Selain itu, karakteristik dimaksud akan kondisi sosial, ekonomi, dan politik sebagai dampak langsung cara kebijakan diimplementasikan. Kemudian, kondisi sosial, ekonomi, dan politik yang ada akan menentukan sikap pelaksana dalam menjalankan kebijakan di lapangan. Sebagai hasil akhir, kondisi tersebut menunjukkan kinerja kebijakan.

III. METODE PENELITIAN

Penggunaan metode penelitian berfungsi sebagai pemandu peneliti bagaimana melakukan penelitian tersebut. Pada dasarnya seseorang melakukan penelitian bertujuan untuk memahami kejadian, situasi atau keadaan khusus yang terjadi di dalam masyarakat. Selain itu penelitian juga bertujuan untuk mencari jalan keluar atau pemecahan masalah serta kegunaan tertentu. Jadi metode penelitian harus dilakukan dengan baik dan benar agar hasilnya pun dapat diterima secara ilmiah.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah kualitatif. Metode kualitatif digunakan dengan pertimbangan bahwa peneliti bermaksud untuk mendeskripsikan atau memperoleh gambaran secara leluasa tentang Implementasi Peraturan Daerah Kabupaten Jember Nomor 6 Tahun 2008. Metode kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2005:4).

Pendapat lainnya mengungkapkan bahwa metode

penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna dan pada generalisasi (Sugiyono, 2005:1). Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif fenomenologis. Dikatakan demikian karena pendekatan kualitatif pada penelitian ini mempunyai ciri-ciri antara lain mempunyai *setting* yang aktual, peneliti adalah instrumen kunci, data biasanya bersifat deskriptif, menekankan kepada proses analisis datanya bersifat induktif, dan *meaning* (pemaknaan) tiap *even* adalah merupakan perhatian yang esensial dalam penelitian kualitatif (Bogdan dan Biklen. 1982). Dikatakan fenomenologi karena sesuai dengan tujuan penelitian yaitu mendeskripsikan peristiwa sosial. Selain itu karena dapat mengungkapkan peristiwa-peristiwa

riil di lapangan. Juga dapat mengungkapkan nilai-nilai yang tersembunyi (*hidden value*), lebih peka terhadap informasi-informasi yang bersifat deskriptif dan berusaha mempertahankan keutuhan obyek

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kecamatan Kaliwates secara administratif dibagi menjadi 7 kelurahan. antara lain Kelurahan Mangli, Sempusari, Kaliwates, Tegal Besar, Jember Kidul, Kepatihan dan Kebon Agung. Jumlah penduduk tahun 2014 sebanyak 114.525 jiwa terdiri dari perempuan sebanyak 58.943 jiwa dan laki-laki sebanyak 55.582 jiwa. Sedangkan penduduk usia produktif yaitu antara usia 15-64 tahun sebesar 76.655 jiwa, angkatan kerja yang begitu banyak jelas membutuhkan lapangan pekerjaan yang luas selain sektor pertanian yaitu sektor perdagangan. Sektor perdagangan maju pesat disebabkan adanya pusat perdagangan baru dan besar antara lain adanya Johar Plasa, Mutiara Plasa, Pasar Tanjung, *Carrefour*, Roxy Square, Nico, Rien Collection. Hal ini menjadi sebab pertumbuhan

yang diteliti. Lebih tegasnya peneliti akan menemukan jawaban yang logis terhadap apa yang sedang menjadi pusat perhatian dalam penelitian (Bungin, 2007).

di sektor lainnya yaitu sektor informal yang biasa kita sebut dengan PKL. Keadaan ini sudah menjadi suatu hal yang saling berkaitan antara keberadaan pusat-pusat perbelanjaan dengan pertumbuhan PKL disekitar pusat perbelanjaan tersebut.

Keberadaan PKL semakin meningkat di Kecamatan Kaliwates yaitu antara tahun 2013 sampai tahun 2014 mengalami penambahan sebanyak 55 orang PKL, namun dalam tahun 2014 sampai tahun 2015 mengalami penurunan sebanyak 208 PKL. Ini semua disebabkan adanya relokasi PKL di seputaran pasar tanjung yang dilakukan aparat Satpol PP Kabupaten Jember.

Peningkatan jumlah PKL bisa juga disebabkan adanya 1 (satu) perguruan tinggi negeri dan 2 (dua) swasta, dengan jumlah mahasiswa

9.091 orang, mereka ada yang berasal dari luar kota Jember dan indekost di Jember, Kecamatan Sumbersari terdiri dari 7 kelurahan yaitu Kelurahan Kranjangan, Kelurahan Wirolegi, Kelurahan Karangrejo, Kelurahan Kebonsari, Kelurahan Sumbersari, Kelurahan Tegalgede dan Kelurahan Antirogo dengan jumlah penduduk sebanyak 129.302 jiwa terdiri dari perempuan sebanyak 65.957 jiwa dan laki-laki sebanyak 62.979 jiwa di tahun 2013. Dilain pihak jumlah penduduk yang terbanyak berada pada kelompok umur 20-24 tahun yang merupakan umur produktif yaitu sebanyak 16.662 jiwa. Sedangkan lapangan pekerjaan tidak mencukupi, hal ini menyebabkan terjadi perubahan mata pencaharian utama penduduk ke sektor lainnya yaitu sektor perdagangan dan sektor informal lainnya sebagai PKL.

PKL di kecamatan Sumbersari dari tahun 2013 sampai tahun 2015 bertambah sebanyak 116 orang, terutama di seputaran kampus yaitu bertambah sebanyak 62 orang PKL, ini disebabkan adanya Perguruan Tinggi Negeri dan Swasta sebanyak

8 buah antara lain Universitas Jember (Unej), Universitas Muhammadiyah (Unmuh), Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Mandala, Universitas Moh. Sroeji (Moser), IKIP PGRI, POLIJE, Akademi Akutansi PGRI dan Akademi Pariwisata Unmuh. Keadaan inilah yang memunculkan kreativitas orang-orang seputaran kampus maupun orang-orang luar kecamatan Sumbersari untuk berjualan makanan dan minuman untuk memenuhi segala kebutuhan para mahasiswa.

Kecamatan Patrang secara administratif terbagi dalam 8 Kelurahan, yaitu Kelurahan Gebang, Jember Lor, Patrang, Baratan, Bintoro, Slawu, Jumerto dan Banjarsengon, dengan jumlah penduduk tahun 2014 sejumlah 96.732 jiwa, sedangkan usia produktif yaitu antara usia 15-64 tahun sebesar 89.605 jiwa. Angkatan kerja yang begitu banyak jelas membutuhkan lapangan pekerjaan, sedangkan lapangan pekerjaan tidak tersedia sehingga mereka beralih ke sektor informal

yang tidak membutuhkan modal yang besar yaitu menjadi PKL.

Keberadaan PKL semakin meningkat dari 199 orang ditahun 2013 menjadi 245 ditahun 2015, jadi bertambah sebanyak 46 orang, terutama di yaitu di Jalan Panglima Sudirman, Jalan Dr. Soebandi, Jalan Kenanga, dan Jalan Kaca Piring. Bertambah PKL ini disebabkan adanya Rumah Sakit Umum Dr. Soebandi, jalan utama yang banyak dilalui oleh pembeli dan adanya perguruan tinggi swasta sebanyak 2

buah yaitu Akademi Kebidanan dan Sekolah Tinggi Pertanian.

Untuk mendapatkan data yang akurat tentang PKL di tiga kecamatan kota yaitu kecamatan Kaliwates, kecamatan Sumbersari dan kecamatan Patrang, maka peneliti perlu untuk membandingkan jumlah PKL di tiga kecamatan kota tersebut guna memperoleh perbandingan yang jelas dan akurat yaitu data PKL mulai tahun 2013 sampai dengan tahun 2015.

Tabel 1. Data Jumlah PKL di Kabupaten Jember (Kecamatan Kota) Tahun 2013 s/d Tahun 2015

No	Lokasi	Tahun 2013	Tahun 2014	Tahun 2015	Persentase
1.	Kecamatan Kaliwates	499	554	346	18,1 %
2.	Kecamatan Sumbersari	496	551	612	10,47 %
3.	Kecamatan Patrang	199	221	245	10,36 %

Sumber: diolah dari laporan kecamatan dan Satpol PP Kabupaten Jember (2015)

Seperti yang terlihat dari Tabel 1 diatas dapat dibandingkan jumlah PKL dari tahun 2013 hingga tahun 2015 jumlahnya cenderung mengalami peningkatan yang cukup signifikan, terutama di dua kecamatan kota yaitu Kecamatan Sumbersari dan Kecamatan Patrang. Sedangkan PKL di Kecamatan Kaliwates menurun, disebabkan adanya penertiban yang dilakukan

oleh aparat Satpol PP disekitar Pasar Tanjung (Jalan Dr. Wahidin, Jalan Samanhudi, dan Jalan Untung Suropati) dan telah direlokasi ke Pasar Bungur, Pasar Tegalbesar, Pasar Sukorejo, Pasar Gebang dan Pasar Kreongan.

Peningkatan jumlah PKL yang cukup drastis terjadi di kecamatan Sumbersari dari 496 PKL di tahun 2013 menjadi 612 PKL di tahun

2015, kenaikan sebesar 116 PKL atau sebesar 10,47 %. Hal ini disebabkan adanya peningkatan angkatan kerja yang terus bertambah sedangkan lapangan pekerjaan tidak memadai sehingga mereka memilih bekerja dijalur informal menjadi seorang PKL. Sektor informal menjadi pilihan karena tidak membutuhkan modal yang besar dan bisa juga dengan modal sendiri dan tidak membutuhkan tempat yang permanen. Peningkatan jumlah PKL bisa juga disebabkan oleh banyaknya perguruan tinggi di kecamatan Sumbersari yang disertai dengan banyaknya mahasiswa yang datang dari luar kabupaten Jember, sehingga mereka indekost atau menyewa

rumah untuk tempat tinggal. Keberadaan mahasiswa yang indikost atau menyewa rumah tidak mempunyai waktu luang untuk memasak makanannya sendiri yang pada akhirnya mereka membeli makanan diluar. Peluang inilah yang dimanfaatkan oleh PKL untuk berjualan diseputar kampus.

Berkaitan dengan jumlah PKL yang terus meningkat, salah satu sebab karena adanya perguruan tinggi baik negeri maupun swasta yang ada di tiga kecamatan kota yaitu Kecamatan Kaliwates, Kecamatan Sumbersari dan Kecamatan Patrang, maka disajikan data tabel sebagai berikut:

Tabel 2. Data Perguruan Tinggi dan Jumlah Mahasiswa di Tiga Wilayah Kecamatan Kota s/d Tahun 2015

No	Lokasi	Jumlah Perguruan Tinggi	Jumlah Mahasiswa	Persentase
1.	Kecamatan Kaliwates	3	9.091	13,06
2.	Kecamatan Sumbersari	8	59.626	85,68
3.	Kecamatan Patrang	2	878	1,26
Jumlah Keseluruhan		13	69.595	100

Sumber: Kabupaten Jember dalam angka (2015)

Melanjutkan analisa pada tabel sebelumnya tentang jumlah PKL yang cenderung meningkat, maka Tabel 2 menunjukkan salah satu sebab mengapa PKL cenderung

mengalami peningkatan karena adanya perguruan tinggi baik negeri maupun swasta yang ada di tiga kecamatan kota. Kalau kita lihat dari tiga kecamatan kota yang paling

banyak perguruan tingginya adalah kecamatan Sumbersari sebanyak 8 perguruan tinggi antara lain Universitas Jember (Unej), POLIJE (PTN) dan Universitas Muhammadiyah (Unmuh), Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Mandala, Universitas Moh. Sroeji (Moser), IKIP PGRI, Akademi Akutansi PGRI dan Akademi Pariwisata Unmuh (PTS) dengan jumlah mahasiswa sebanyak 59.626 orang atau sebesar 85,68% dan yang terbanyak adalah mahasiswa dari Universitas Jember sebanyak 32.627 orang atau sebesar 54,72% dengan perincian mahasiswa asal Jember sebanyak 10.784 orang atau sebesar 33,05% dan yang berasal dari luar Jember sebanyak 21.843 orang atau sebesar 66,95%.

Berdasarkan data tersebut dapat dianalisa bahwa mahasiswa dari luar kabupaten Jember jelas memerlukan tempat tinggal selama mereka ada di Jember, yaitu dengan jalan indekost atau menyewa rumah, mereka tidak memasak makanannya sendiri karena sibuk, tidak ada waktu dan mereka memilih praktisnya saja dengan jalan membeli, jadi mereka membutuhkan

makan tiga kali sehari. Keadaan seperti ini menjadi peluang bagi para PKL untuk berjualan makanan siap saji, murah dan terjangkau oleh mahasiswa di seputaran kampus. Oleh sebab itu PKL di seputaran kampus Unej selalu bertambah setiap tahunnya dan keadaan ini kalau tidak ditata dan ditertibkan akan banyak menimbulkan gesekan kepentingan. PKL kebanyakan berjualan dipingir jalan yang memakan bahu jalan, dengan pertimbangan mudah dijangkau oleh para mahasiswa tanpa turun dari kendaraannya dan hal ini membahayakan keselamatan para pembelinya dan pada akhirnya menimbulkan kemacetan lalu lintas.

Pada prinsipnya pendukung utama keberhasilan program dan kegiatan dalam proses komunikasi adalah adanya regulasi atau aturan yang dapat menjawab dinamika masyarakat, serta adanya solusi yang dapat mengakomodir kepentingan pemerintah, masyarakat serta PKL. Komunikasi dalam implementasi kebijakan mencakup beberapa dimensi penting yaitu transformasi informasi (*transimisi*), kejelasan

informasi (*clarity*) dan konsistensi informasi (*consistency*). Aspek komunikasi akan memuat berbagai berbagai macam kejadian yang diamati penulis dilapangan terkait dengan implementasi peraturan daerah Kabupaten Jember tentang PKL.

Para PKL di tiga kecamatan kota yaitu Kecamatan Kaliwates, Kecamatan Sumpalsari dan Kecamatan Patrang sudah memahami dan mengerti akan tugas Satpol PP dalam melakukan komunikasi dengan mereka, namun

masih ada atau tetap melanggar aturan itu lebih disebabkan oleh kesadaran mereka akan ketertiban, keindahan dan kebersihan kota sangat kurang sekali, dan bukan berarti proses komunikasi tidak berhasil karena setidaknya dengan komunikasi yang dilakukan oleh aparat Satpol PP dapat mencegah adanya pelanggar baru, mengurangi pelanggar yang ada. Hal ini menjelaskan bahwa para PKL sebenarnya mengetahui bahkan memahami peraturan daerah yang ada.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Implementasi Peraturan Daerah Kabupaten Jember Nomor 6 Tahun 2008 tentang PKL dikatakan kurang berhasil, karena masih ada PKL yang kembali ketempat semula setelah direokasi ataupun mereka tidak mau pindah secara sukarela meskipun sudah disediakan tempat relokasinya sehingga memaksa aparat Satpol PP beserta Tim Penataan PKL mengambil langkah represif.

Hasil temuan dari kurang berhasilnya Implementasi Peraturan Daerah Kabupaten Jember Nomor 6

Tahun 2008 tentang PKL dan untuk menjelaskan permasalahan itu dengan menggunakan teori Model Kebijakan Implementasi menurut George Edward III dan Model Implementasi Kebijakan menurut Van Meter dan Van Horn dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Dalam aspek komunikasi menunjukkan sosialisasi sudah dilakukan secara optimal oleh aparat Satpol PP Kabupaten Jember, namun sering kali sudah apriori atau ada kecurigaan dari

PKL. Jadi komunikasi tidak terjalin dengan baik antara aparat Satpol PP, maunya menyampaikan penertiban dengan baik, tetapi para PKL sudah melakukan tindakan yang berakibat terjadi bentrokan.

2. Dalam aspek SDM, aparat Satpol PP dari segi tingkat pendidikan kurang, karena masih ada yang lulusan tingkat SD dan SMP yang mana ini tidak sesuai dengan kualifikasi yang tertuang di Peraturan Pemerintah Nomor 6 Tahun 2010 yang seharusnya minimal pendidikan SMA. Keadaan seperti ini terjadi karena Satpol PP tidak merekrut pegawai sendiri, melainkan direkrut oleh Badan Kepegawaian Daerah Kabupaten Jember.
3. Dalam aspek karakteristik agen/badan-badan pelaksana difokuskan pada aparatur Satpol yaitu Kasatpol PP. Kasatpol PP sudah mendapat dukungan dari pembuat kebijakan yaitu Bupati dan DPRD secara otomatis dengan dikeluarkannya Peraturan Daerah Kabupaten Jember

Nomor 6 Tahun 2008 tentang PKL. Namun kenyataan dilapangan masih saja ada kendala- kendala yang dihadapi oleh aparat Satpol PP dalam menjalankan tugas.

4. Dalam aspek kondisi sosial, ekonomi dan politik yang berkaitan dengan kondisi lingkungan, kalau dilihat dari fakta yang ada tingkat potensi konflik sosial kemasyarakatan di Kabupaten Jember bisa dibilang kondusif. Namun yang menjadi penyebab PKL berjulan bukan karena faktor aman dan tidak aman, melainkan karena tuntutan ekonomi atau masalah perut.

Saran yang akan peneliti sampaikan berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan berkenaan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan yaitu Implementasi Peraturan Daerah Kabupaten Jember Nomor 6 Tahun 2008 tentang PKL, maka saran-saran yang peneliti diberikan sebagai berikut:

1. Bagi Pemerintah Daerah
Sebelum melakukan penataan dan penertiban PKL, ada tiga hal yang harus disinergikan antara

beberapa organisasi perangkat daerah, karena masalah PKL bukan hanya masalah Satpol PP saja melainkan ada beberapa dinas yang saling berkaitan. Tiga hal yang harus disiapkan sebelum melakukan penataan dan penertiban pedagang kaki lima yaitu: a) Ada penataannya yaitu menyediakan tempat relokasi dengan segala aksesnya, yang menjadi tanggung jawab Dinas Cipta Karya dan Tata Ruang; b) Ada pemberdayaan yaitu memberikan pelatihan-pelatihan kepada PKL agar dagangan mereka lebih menarik tampilan maupun rasanya, ini menjadi tanggung jawab Dinas Perindustrian dan Perdagangan; dan c) Setelah kedua hal tersebut dipenuhi baru ada penertiban, yang ini menjadi tugas Satpol PP. Kalau ketiga hal itu bisa disinergikan maka tidak akan ada lagi PKL yang akan kembali ketempat semula mereka berdagang.

2. Bagi Satuan Polisi Pamong Praja
 - a. Bila mana sudah dilakukan penataan hendaknya faktor

pengawasan dengan jalan patroli rutin harus lebih ditingkatkan dan dilakukan secara berkesinambungan.

- b. Bila ada satu PKL yang tumbuh dan menempati area publik, hendaknya langsung ditertibkan agar tidak menjadi beban dikemudian hari.

3. Bagi Persatuan Pedagang

- a. Hendaknya selalu disiplin dan mentaati pada peraturan yang berlaku.
- b. Selalu mencari rejeki dengan cara yang benar dan jalan yang benar tanpa menimbulkan masalah bagi masyarakat.
- c. Pendewasaan cara berpikir masyarakat modern yang selalu taat peraturan dan menjunjung tinggi hak-hak orang lain.

4. Bagi Masyarakat

Hendaknya jangan membeli pada PKL yang berjualan di area publik, agar menjadi pelajaran bagi para PKL, bahwa mereka itu salah dan melanggar peraturan yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustino, Leo. 2006. *Politik dan Kebijakan Publik*. Bandung: AIPI.
- Alisyahbana. 2005. *Marginalisasi Sektor Informal Perkotaan*. Surabaya: ITS Press.
- Dwijowijoto, Riant Nugroho. 2004. *Kebijakan Publik Formulasi, Implementasi, dan Evaluasi*. Jakarta: Gramedia.
- _____. 2008. *Public Policy*. Jakarta: PT. Elexmedia Komputindo.
- Kartono, dkk. 1980. *Pedagang Kaki Lima*. Bandung: Universitas Katholik Parahiyangan.
- Manning, Chris dan Tajuddin Noer Effendi (eds.). 2001. *Urbanisasi, Pengangguran dan Sektor Informal di Kota*. Jakarta: Gramedia.
- Mazumdar, Dipak. 1985. "Sektor Informal dan Kota di Dunia Ketiga", dalam Manning dan Tajuddin Noer Effendi (eds.), *Urbanisasi, Pengangguran dan Sektor Informal di Kota*. Jakarta: Gramedia.
- R, Nugroho. 2005. *Public Policy*. Jakarta: Gramedia.
- Soehino. 1998. *Hukum Tata Negara (Penyusunan dan Penetapan Peraturan Daerah)*. Yogyakarta: Liberty.
- Subarsono, AG. 2005. *Analisis Kebijakan Publik (Konsep, Teori, dan Aplikasi)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sunggono, Bambang. 1994. *Hukum dan Kebijakan Administrasi Publik*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Susanto. 2013. *Masalah Pedagang Kaki Lima di Bandung dan penertibannya melalui operasi Tibum 1980*. Bandung: Universitas Katolik Parahiyangan.
- Wahab, Solichin Abdul. 1997. *Analisis Kebijaksanaan dari Formulasi ke Implementasi Kebijakan Negara*. Jakarta: Bumi Aksara.
- _____. 2005. *Analisis Kebijaksanaan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Winarno, Budi. 2002. *Kebijakan dan Proses Kebijakan Publik*. Yogyakarta: Media Pressindo.

STRATEGI PROMOSI AIR MINUM DALAM KEMASAN (AMDK) AL QODIRI

SAMPIR ANDREAN SUKOCO*

Program Studi Ilmu Administrasi Niaga
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Pembangunan Jember
*Email: andresukocostia@gmail.com

ABSTRAK

Promosi merupakan usaha yang dapat dilakukan untuk mempengaruhi, menciptakan permintaan atas produk dengan tujuan menciptakan daya tarik yang cepat terhadap pelanggan. Promosi akan berjalan dengan baik apabila pesan yang disampaikan sesuai dengan keinginan para pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi yang dilakukan PT Tujuh Impian Bersama. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif studi kasus dengan cara mendeskripsikan apa yang dilakukan perusahaan dalam strategi promosi yaitu program pemberian hadiah untuk menarik pelanggan baru maupun pelanggan lama. Teknik penentuan informan menggunakan metode purposive, informan untuk penelitian ini berjumlah 3 orang yang dipilih peneliti karena memiliki kompetensi dibidangnya. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan triangulasi. Metode analisis data dilakukan dengan tiga cara yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Kesimpulan yang didapat dalam penelitian ini adalah PT Tujuh Impian Bersama menggunakan strategi promosi undian berhadiah untuk meningkatkan penjualan air minum dalam kemasan al qodiri yang dilakukan satu tahun sekali.

Kata Kunci: Strategi, Promosi, AMDK Al Qodiri

I. PENDAHULUAN

Bisnis merupakan kegiatan yang ada pada aktivitas kita sehari-hari. Produk-produk yang kita gunakan dalam kehidupan sehari-hari merupakan kegiatan bisnis yang dilakukan oleh pencipta produk atau orang-rang yang melakukan bisnis. Produk bisnis selalu kita pakai, seperti contoh dimulai dari bangun tidur kita minum air menggunakan air minum dalam kemasan, mandi menggunakan sabun mandi, berangkat bekerja menggunakan kendaraan. Semua itu merupakan hasil dari kegiatan bisnis yang kita konsumsi.

Manusia merupakan makhluk sosial yang membutuhkan orang lain untuk bertahan hidup termasuk untuk kegiatan bisnis. Kita bukan pencipta produk, tetapi minimal kita menggunakan dari hasil-hasil produksi orang lain. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa kita masuk dalam kegiatan bisnis walaupun kita hanya sebagai konsumen. Bisnis memiliki syarat sederhana yaitu adanya produk yang di tawarkan atau dihasilkan, dan terdapat orang-orang yang membeli dari produk tersebut.

Kita menyadari bahwa semakin lama kegiatan bisnis semakin diminati. Kegiatan bisnis atau berbisnis dianggap bisa memberikan kepuasan material dan non materi. Lapangan pekerjaan yang terbatas dan angka pemutusan hubungan kerja yang semakin tinggi menjadikan bisnis menjadi alternatif yang sangat digemari. Memang ada yang sukses dengan kegiatan bisnisnya tapi juga ada yang belum sukses (Suhendi & Sasangka, 2014:1).

Bisnis memang tidak terlepas dari persaingan-persaingan yang keras. Terlebih saat ini dunia bisnis memang semakin digemari. Fenomena yang ada saat ini banyak pegawai-pegawai perusahaan yang keluar/mengundurkan diri dari perusahaannya untuk membuka bisnis sendiri. Tidak sedikit juga yang akhirnya menjadi sukses.

Negara yang semakin maju tentu memiliki kualitas sumber manusia yang terdidik, dan banyak pula orang yang menganggur, maka semakin dirasakan pentingnya dunia wirausaha. Pembangunan akan lebih

berhasil jika ditunjang oleh wirausahawan yang dapat membuka lapangan kerja karena kemampuan pemerintah sangat terbatas. Pemerintah tidak akan mampu menggarap semua aspek pembangunan karena sangat banyak membutuhkan anggaran belanja, personalia, dan pengawasan. Oleh sebab itu, wirausaha merupakan potensi pembangunan, baik dalam jumlah maupun dalam mutu wirausaha itu sendiri. Suatu pernyataan yang bersumber dari PBB menyatakan bahwa suatu negara akan mampu membangun apabila memiliki wirausahawan sebanyak 2% dari jumlah penduduknya. Jadi, jika negara kita berpenduduk 200 juta jiwa, maka wirausahannya harus lebih kurang sebanyak 4 juta (Alma, 2013:1).

Perusahaan-perusahaan baru banyak mulai bermunculan dengan produk masing-masing yang ditawarkan. Fenomena tersebut menarik untuk dikaji, baik dari sisi produk, harga, dan strategi promosinya. Perusahaan berlomba-lomba menjalankan strateginya untuk menarik hati konsumen. Konsumen

saat ini semakin diuntungkan karena dapat memilih dengan leluasa macam-macam produk yang ditawarkan sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Bertolak belakang dengan keuntungan yang diperoleh konsumen, saat ini perusahaan akan semakin bekerja keras untuk menghadapi pesaing-pesaing baru.

Strategi bersaing yang tepat adalah cara bagi perusahaan untuk mendapatkan dan mempertahankan konsumen. Promosi merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan. Promosi yang sesuai dengan minat konsumen akan menimbulkan efek pembelian suatu produk. Pada saat ini, rata-rata semua perusahaan bisnis banyak yang sudah melakukan strategi promosi untuk menawarkan produknya.

Pemasaran yang berdaya saing merupakan wujud kesuksesan sebuah strategi pemasaran. Sebagai sebuah entitas, ada kesamaan antara individu, organisasi, dan perusahaan, masing-masing memiliki kebutuhan yang besar untuk menjaga keberlanjutannya. Daya saing sangat diperlukan oleh setiap entitas berada

yang dalam keadaan saling berkompetisi ketat dengan para kompetitor. Masing-masing harus memiliki keunggulan yang dapat menjadi bahan pertimbangan (Purwanto, 2012 : 3).

Produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) di Indonesia dewasa ini semakin berkembang, tentu masing-masing perusahaan AMDK akan bekerja keras dalam memenangkan persaingan. Belum lagi ditambah AMDK lokal yang banyak bermunculan dengan harga yang sangat terjangkau. Perusahaan AMDK lokal juga sudah tidak sedikit yang melakukan strategi-strategi pemasaran yang sangat baik. Bisnis AMDK semakin tumbuh karena kebutuhan air minum semakin meningkat seiring dengan pertumbuhan penduduk. Perusahaan yang menggarap bisnis air minum dalam kemasan pun semakin banyak dan terus melakukan ekspansi untuk memperluas jaringan pasar-pasar produknya (Juniar, 2010 : 39).

Produk AMDK dahulu yang kita kenal mungkin hanya air minum dalam kemasan merek Aqua. Kemunculan AMDK pertama di

Indonesia tidak lepas dari sejarah produk bermerek Aqua. Sebab Aqua menjadi produk AMDK pertama yang diproduksi di Indonesia. Aqua adalah salah satu brand AMDK yang cukup terkenal dan mampu menjadi raja untuk produk-produk AMDK. Aqua ini di produksi oleh Aqua Golden Missisipi di Indonesia dari tahun 1973. Pemilik Aqua adalah Tirta Utomo, sebelum di akuisisi oleh Danone pada tahun 1998. Kesuksesan Aqua tidak hanya menggema di dalam negeri saja, tapi juga beberapa negara tetangga seperti Malaysia, Thailand, Singapura, Australia, dan lain-lain. Aqua sempat dinobatkan sebagai merk AMDK terbesar di Asia Pasifik, dan juga AMDK nomor dua terbesar di dunia (Afram, 2012: 223).

Produk AMDK di Kabupaten Jember yang baru-baru ini mulai dikenal masyarakat Jember adalah AMDK AL Qodiri yang diproduksi oleh PT Tujuh Impian Bersama. Perusahaan ini beroperasi sejak tahun 2012. AMDK Al Qodiri terus mengalami perkembangan dari yang semula hanya ditujukan untuk pemenuhan kebutuhan air minum

Jamaah Pengajian Manakib di Pondok Pesantren Al Qodiri menjadi jauh lebih luas dengan melayani konsumen umum.

AMDK Al Qodiri sudah banyak tersedia di banyak toko. Produk AMDK Al Qodiri sudah tersebar diberbagai Kabupaten diantaranya Jember, Lumajang, Banyuwangi, Bondowoso, dan Situbondo. AMDK Al Qodiri juga mampu menembus sebagian wilayah Jawa Timur yaitu Pasuruan, Madura dan wilayah Bali, bahkan produk ini sudah masuk dalam ritel Indomart dan Alfamart seluruh Karisidenan Besuki. Satu-satunya produk AMDK lokal Jember yang masuk Indomart dan Alfamart di Karisidenan Besuki. Harganya juga cukup terjangkau, lebih murah dibandingkan beberapa produk AMDK yang sudah skala Nasional. Harga yang lebih murah tersebut, tentu produk AMDK Al Qodiri

menjadi pesaing lokal yang di perhitungkan oleh produk AMDK skala Nasional.

PT Tujuh Impian Bersama selaku perusahaan yang memproduksi AMDK Al Qodiri selalu menunjukkan eksistensinya dalam kegiatan promosi jika dilihat dari strategi penjualannya. Berkembangnya perusahaan tentu diikuti oleh strategi pemasaran yang baik. Khususnya strategi promosi yang dilakukan. Uraian tersebut menjadi latar belakang dilakukannya penelitian Strategi Promosi Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Al Qodiri.

Berdasarkan latar belakang uraian permasalahan diatas, maka yang menjadi pokok masalah adalah: “Bagaimana strategi promosi Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Al-Qodiri yang dilakukan oleh PT Tujuh Impian Bersama”.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Strategi

Seseorang yang terlibat dalam bisnis, khususnya pemasaran, tentunya akan berhadapan dengan lingkungan persaingan yang amat

dinamis. Perubahan lingkungan yang dinamis ini seringkali gagal diantisipasi dengan baik oleh para pelaku bisnis, sehingga banyak sekali perusahaan yang punya nama besar

berjatuhan karena gagal mengantisipasinya. Sebelum masuk lebih jauh dalam pembahasan tentang strategi pemasaran, maka perlu terlebih dahulu dipahami tentang makna strategi itu sendiri. Strategi sebagai sebuah kosa kata pada mulanya berasal dari bahasa Yunani, yaitu “strategia” atau sering disebut sebagai strategos. Kata strategos ini berasal dari kata “stratos” yang berarti militer dan “ag” yang artinya memimpin (Purnomo dan Zulkieflimansyah, 2005: 8).

Kusdi (2011: 86) mendefinisikan strategi sebagai penetapan berbagai tujuan dan sasaran jangka panjang yang bersifat mendasar bagi sebuah organisasi, yang selanjutnya dikembangkan melalui perencanaan aktivitas dan pengalokasian sumber daya yang diperlukan guna mencapai sasaran-sasaran tersebut. Strategi dapat berupa perencanaan yang detail dan sistematis di awal kegiatan (*planning mode*), tetapi dapat pula berupa proses evolusioner secara bertahap sesuai dengan kondisi dan situasi yang dihadapi organisasi.

Strategi harus dirancang secara kreatif, dengan menggali segala sesuatu di balik fakta dan menyusunnya ke arah gagasan kreatif yang mampu menciptakan penjualan. Strategi kreatif bukan semata-mata proses logika, tetapi juga menyangkut seni. Namun demikian, untuk memperoleh strategi yang dapat di gunakan, strategi harus dibuat berdasarkan fakta. Strategi harus dirancang secara kreatif, dengan menggali segala sesuatu di balik “*insight*” dan menyusunnya ke arah gagasan kreatif, seperti bentuk kreativitas berupa suatu tindakan yang merupakan hasil pemikiran yang sadar maupun setengah sadar yang berupa pengetahuan, logika, imajinasi, dan intuisi. Secara sederhana, merencanakan strategi kreatif pemasaran adalah proses membuat strategi untuk mencapai tujuan. Tujuan pokok strategi kreatif periklanan atau pemasaran adalah agar pemasaran dapat membentuk komunikasi pemasaran yang lebih kreatif sehingga berhasil meraih tujuan sebagaimana yang di harapkan secara maksimal (Kertamukti, 2015: viii).

Purwanto (2012) berpendapat bahwa strategi memiliki determinan-determinan umum yang terdiri dari komponen-komponen yang dibahas, yaitu:

1. Tujuan dan sasaran, perlu dipahami bahwa tujuan berbeda dengan sasaran. Harvey mencoba menjelaskan keduanya, bahwa *organizational goals* adalah keinginan yang hendak dicapai di waktu yang akan datang, yang digambarkan secara umum dan relatif tidak mengenal batas waktu, sedangkan *organizational objectives* adalah pernyataan yang sudah mengarah pada kegiatan untuk mencapai *goals* karena lebih terikat waktu, dapat diukur dan dapat dijumlah atau dihitung.
2. Lingkungan, harus disadari bahwa organisasi tidak hidup dalam isolasi. Seperti halnya manusia organisasi juga digerakkan oleh manusia yang senantiasa

berinteraksi dengan lingkungannya, dalam arti saling mempengaruhi.

3. Kemampuan internal, kemampuan internal oleh Shirley digambarkan sebagai apa yang dapat dibuat (*can do*) karena kegiatan akan terpusat pada kekuatan.
4. Kompetisi, kompetisi ini tidak dapat diabaikan dalam merumuskan strategi.
5. Pembuat strategi, ini juga penting karena menunjuk siapa yang kompeten membuat strategi.
6. Komunikasi, para penulis secara implisit menyadari bahwa melalui komunikasi yang baik, strategi bisa berhasil.

2.2 Promosi

Promosi adalah kegiatan komunikasi persuasif. Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak pernah bisa lepas dari kegiatan-kegiatan persuasi, hal ini karena seseorang memiliki keinginan atau maksud-maksud tertentu yang terkadang melibatkan suatu kegiatan

persuasi untuk dapat mempengaruhi bahkan mengajak orang lain untuk sepakat dan mau melakukan maksud dan keinginannya tersebut. Komunikasi persuasif menurut Barata (2003: 70) adalah penyampaian pesan terhadap khalayak banyak dengan tujuan (membujuk, merayu, mengajak) untuk mengikuti apa yang di sampaikan. Biasanya komunikasi persuasif mudah kita ditemui pada iklan.

Perusahaan saling berkompetisi untuk menguasai pangsa pasar yang ada, yaitu dengan cara membuat perencanaan pemasaran yang baik demi mendapat pencitraan yang positif di benak konsumen. Pihak manajemen di masing-masing perusahaan juga dituntut agar dapat meningkatkan dan mempertahankan pelanggan yang ada. Selain itu keberhasilan perusahaan dalam mencapai kinerja yang optimal secara terus-menerus ditentukan oleh seberapa besar perusahaan mampu untuk berinovasi agar dapat terus bertahan dan berkompetisi dalam dunia bisnis. Strategi pemasaran yang tepat dan terencana bukan

hanya diterapkan di perusahaan besar tetapi industri rumahan juga menetapkan strategi yang sama konsumen, kualitas produk, serta penyampaian tentang keunggulan produk yang dihasilkan dalam bentuk promosi untuk menciptakan kepuasan di benak konsumen (Lasander, 2013: 29).

Marwanto dalam bukunya (2015: 24) menjabarkan kelima bentuk promosi diantaranya:

1. *Promotion by product* (promosi dengan produk), sebagai contoh, beli dua gratis satu, laundry lima kali gratis laundry satu kali.
2. *Promotion by material* (promosi dengan uang), sebagai contohnya voucher potongan harga, harga grosir, dan lain-lain.
3. *Promotion by customer satisfaction* (promosi dengan kepuasan pelanggan), sebagai contoh, garansi diperpanjang, garansi purna jual, bisa ditukar bila kurang puas.
4. *Promotion by achievement* (promosi dengan prestasi)

sebagai contoh, dalam kemasan produk di cantumkan sertifikat ISO, standart SNI, penerima penghargaan rekor MURI, dan lain sebagainya.

5. *Promotion by recognition* (promosi dengan pengakuan) sebagai contohnya adalah sertifikat halal, penjualan terlaris, dan lain sebagainya.

Kegiatan promosi menurut Suwarno (2011: 196) adalah usaha mempengaruhi konsumen, untuk menciptakan permintaan atas produk, kemudian dipelihara dan dikembangkan, yang merupakan salah satu dari acuan/bauran pemasaran (*marketing mix*) sehingga dapat meningkatkan penjualan dan *share* pasar, serta mempertahankan ketenaran merk/*brand*. Tidak terlepas dari kebijakan *marketing mix* lainnya sebagai satu kesatuan dan merupakan penggunaan kombinasi yang terdapat dalam unsur-unsur peralatan promosi, terdiri dari:

1. *Advertising* (Periklanan)

Merupakan suatu bentuk penyajian dan promosi gagasan, barang, atau jasa yang dibiayai oleh suatu sponsor tertentu, bersifat non personal dan menggunakan media, seperti radio, televisi, surat kabar, dan lain-lain. Periklanan merupakan alat utama bagi produsen untuk mempengaruhi konsumennya.

2. *Personal Selling* (Penjualan Pribadi)

Merupakan penyajian secara lisan dalam suatu pembicaraan dengan seseorang atau lebih calon pembeli dengan tujuan agar dapat terealisasinya penjualan. *Personal selling* bersifat penuh dengan interaksi, dan adanya tanggapan langsung dari komunikator dan komunikan. Penjualan pribadi merupakan kegiatan perusahaan untuk melakukan kontak langsung dengan calon konsumennya.

Jenis kegiatan personal selling antara lain : *door to door selling*, *telephone selling*, dan *direct selling*.

3. *Sales Promotion* (Promosi Penjualan)

Merupakan segala kegiatan pemasaran selain personal selling, advertensi, dan publisitas, yang merangsang pembelian oleh konsumen dan keefektifan agen seperti pemasaran, pertunjukan, demonstrasi dan segala usaha penjualan yang tidak dilakukan secara teratur atau kontinyu. Promosi penjualan dapat dikatakan kegiatan perusahaan untuk menjajakan produk yang dipasarkan sedemikian rupa sehingga konsumen akan mudah untuk melihatnya dan bahkan dengan cara penempatan dan pengaturan tertentu, maka produk tersebut akan menarik perhatian konsumen.

4. Publisitas

Merupakan usaha untuk merangsang permintaan dari

suatu produk secara non personal dengan membuat, baik berupa berita bersifat komersial tentang produk tersebut di dalam media tercetak atau tidak, maupun hasil wawancara yang disiarkan dalam media tersebut. Publisitas merupakan cara yang biasa digunakan juga oleh perusahaan untuk membentuk pengaruh secara tidak langsung kepada konsumen, agar mereka menjadi tahu, dan menyenangi produk yang dipasarkannya, hal ini berbeda dengan promosi dimana didalam melakukan publisitas perusahaan tidak melakukan hal yang bersifat komersial. Publisitas merupakan alat promosi yang mampu membentuk opini masyarakat secara tepat, sehingga sering disebut sebagai usaha untuk mensosialisasikan atau memasyarakatkan suatu objek tertentu.

III. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Berdasarkan permasalahan dan tinjauan peneliti, maka tipe penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif pendekatan studi kasus dengan data deskriptif. Moleong (2016 : 11) yang menjelaskan bahwa data deskriptif sebagai, “Data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka”. Dengan demikian data dalam penelitian ini sebagian besar berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, dan dokumen resmi lainnya yang berhubungan dengan bentuk promosi AMDK AL-Qoodiri.

2. Penentuan Informan

Menurut Sugiyono (2015: 53) dalam penelitian kualitatif, teknik sampling yang dapat digunakan adalah *purposive sampling*. Metode ini merupakan teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek atau situasi sosial

yang diteliti. Informan dalam penelitian ini terdiri dari 3 informan diantaranya kepala divisi bisnis, kepala departemen sales & distribusi, dan kepala departemen marketing.

3. Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2016: 62) menyebutkan bahwa tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standart data yang di tetapkan. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara. Dalam tahap ini langkah-langkah yang dilakukan penulis adalah sebagai berikut :

- a. Observasi
- b. Wawancara
- c. Dokumentasi
- d. Triangulasi

4. Analisis Data

Analisis data kualitatif menurut Bogdan dan Biklen yang disitir Moleong (2016 : 248) adalah, upaya bekerja dan mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan

menemukan pola yang penting dan yang dipelajari. Penelitian ini nantinya menggunakan analisis yang terdiri dari tiga alur yang terjadi

secara bersamaan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Sejarah dan Perusahaan

Identitas perusahaan (*corporate identity*) adalah suatu cara atau suatu hal yang memungkinkan suatu perusahaan dikenal dan dibedakan dari perusahaan-perusahaan lainnya. Identitas perusahaan tersebut harus diciptakan melalui suatu rancangan desain khusus yang meliputi segala hal khas/unik berkenaan dengan perusahaan yang bersangkutan secara fisik. Desain tersebut, memiliki wujud sedemikian rupa sehingga dapat mengingatkan khalayak akan perusahaan tertentu. Identitas perusahaan memiliki elemen-elemen utama yang meliputi warna, bentuk bangunan, tipe logo, atribut, sampai dengan seragam dan pakaian resmi perusahaan. Identitas perusahaan sesungguhnya merupakan salah satu bentuk tertua dari komunikasi yang didasarkan pada suatu rancangan tertentu dan senantiasa terarah pada

tujuan-tujuannya. (Jefkins, 1995: 296).

Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Al Qodiri diproduksi oleh PT Tujuh Impian Bersama. Perusahaan ini beroperasi sejak tahun 2012. AMDK Al Qodiri terus mengalami perkembangan dari yang semula hanya ditujukan untuk pemenuhan kebutuhan air minum Jamaah Pengajian Manakib di Pondok Pesantren Al Qodiri menjadi jauh lebih luas dengan melayani konsumen umum. AMDK Al Qodiri adalah produk dibawah pengelolaan Manajemen CV Seven Dream Air Al Qodiri yang dalam kurun waktu 5 tahun ini terus mengalami pengembangan. Pada mulanya perusahaan ini berbentuk CV dan tahun 2015 sudah berganti menjadi PT, yaitu PT Tujuh Impian Bersama.

Perkembangan tersebut tidak terlepas dari adanya tuntutan sehingga manajemen terus berusaha

meningkatkan kapasitas produksi dan layanan kepada konsumen dengan salah satunya peningkatan status badan usaha menjadi PT Tujuh Impian Bersama.

Inovasi dan kualitas produk yang menjadi fokus utama membuat produk AMDK Al Qodiri diterima oleh masyarakat Jember dan bahkan pada perkembangannya saat ini telah mencapai Karisidenan Besuki dan sekitarnya. Keseriusan tersebut dijawab oleh perusahaan PT Tujuh Impian Bersama dengan kemudian melanjutkan perkembangan dalam rangka meningkatkan mutu produk dan layanan kepada pelanggan dengan diperolehnya Sertifikat Manajemen Mutu ISO 9001 :2008 pada tahun 2016.

4.2 Strategi Promosi AMDK Al Qodiri

Promosi merupakan strategi utama untuk mengenalkan AMDK AL Qodiri terhadap konsumen. Strategi promosi selalu digunakan sebagai salah satu cara untuk meningkatkan permintaan atau penjualan AMDK Al Qodiri, selain itu promosi adalah kegiatan yang

dijadikan cara PT Tujuh Impian Bersama untuk berkomunikasi langsung dengan konsumen maupun calon konsumen. Rusdiyanto selaku Kepala Divisi Bisnis PT Tujuh Impian Bersama menyatakan bahwa promosi adalah alat untuk menarik pelanggan.

Slamet Suchyo selaku General Manager PT Tujuh Impian Bersama juga membuat pernyataan yang sama tentang fungsi dari promosi, yaitu agar produk dapat diterima disisi masyarakat. Promosi merupakan alat yang efektif untuk melakukan persuasif pada masyarakat. Semakin gencar melakukan promosi maka produk AMDK Al Qodiri semakin dikenal dan diharapkan meningkatkan penjualan.

Tantangan terbesar dalam menyusun strategi promosi yang kreatif dan membuat program promosi dalam bentuk suatu komunikasi adalah menentukan strategi dan program promosi mana yang paling efektif untuk menghasilkan dampak yang besar terhadap penjualan produk. PT Tujuh Impian Bersama selaku perusahaan yang memproduksi AMDK Al

Qodiri juga demikian. Menentukan strategi promosi untuk memenangkan persaingan.

Alat promosi sangat beraneka ragam, salah satunya adalah dengan promosi penjualan. Promosi penjualan berkaitan dengan insentif dan hadiah untuk membuat para pelanggan tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Alat promosi penjualan ini sifatnya relatif untuk jangka pendek jika dibandingkan dengan strategi penggunaan iklan yang memiliki jangka waktu yang lebih panjang. PT Tujuh Impian Bersama menggunakan strategi promosi penjualan untuk mendongkrak penjualan. Strategi tersebut berupa undian.

Konsumen membeli produk pada dasarnya adalah karena kebutuhan, tetapi tidak dipungkiri bahwa strategi promosi yang tepat akan dapat merayu konsumen untuk membeli produk. Konsumen yang awalnya tidak tertarik untuk membeli suatu produk bisa terbujuk oleh promosi yang menarik perhatian. Artinya adalah tendensi pembelian, terjadi tidak hanya karena kebutuhan bagi konsumen, tetapi juga seringkali disebabkan oleh penyertaan penawaran yang memberikan nilai tambah bagi pelanggan. PT Tujuh Impian Bersama melakukan strategi promosi tersebut.

Promosi penjualan (undian) yang dilakukan yaitu program berhadiah. Hadiah yang ditawarkan dapat dilihat pada tabel.

Tabel 1. Program Undian Berhadiah

No	Jumlah Hadiah	Jenis Hadiah
1	17	Paket Umroh / Singapura (boleh pilih)
2	17	Motor Matic
3	17	TV LED 24"
4	17	Emas Murni 24 karat
5	1.700	Voucher Diskon

Sumber : PT Tujuh Impian Bersama, 2017

Hadiah yang ditawarkan ada 5 jenis, yaitu paket umroh/jalan-jalan ke Singapura. Total untuk jenis ini

ada 17. Jenis undian yang kedua adalah pemenang akan mendapatkan 17 motor matic. PT Tujuh Impian

Bersama menawarkan undian ketiga TV LED dengan jumlah yang sama yaitu 17 buah. Untuk jenis hadiah yang keempat PT Tujuh Impian Bersama menawarkan Emas Murni 24 karat, sedangkan untuk hadiah terakhir adalah 1700 Voucher Diskon.

Paket undian tersebut dalam satu tahun dilakukan dengan periode pengundian 3 bulan sekali, Tujuan dilakukan program undian ini dengan periode pengundian 3 bulan sekali adalah dengan pertimbangan mengikuti ritme pasar yang dinilai produk yang dikeluarkan di pasaran bisa terjual dan terkumpul kembali berupa kupon undian dalam jangka waktu 3 bulan. Selain itu menyesuaikan dengan penetrasi pasar yang tujuannya meningkatkan pasar, mempertahankan pasar yang sudah ada atau stabilitas pasar, serta merupakan bentuk kampanye produk yang konsisten.

Penggunaan strategi promosi penjualan ini dapat menarik langsung konsumen untuk membeli dan mengikuti program promosi tersebut terutama pelanggan setia AMDK Al Qodiri. Selain itu, strategi yang

dirancang adalah agar orang yang tidak ingin membeli diharapkan tertarik karena program undian tersebut. Oleh karena itu, aktivitas promosi penjualan tersebut secara langsung akan memberikan dampak membentuk keramaian (*traffic builder*), dan juga membuka ruang bagi pelanggan baru sekaligus menjadi sarana membentuk referensi pada pelanggan setia.

Undian mendorong konsumen potensial bersaing memperebutkan hadiah atau mencoba beradu peluang dengan menyerahkan nama untuk diundi dalam memperebutkan hadiah. Undian baik sekali untuk menarik sejumlah besar peserta dan ketertarikan yang luas terhadap produk AMDK Al Qodiri karena tidak membutuhkan keterampilan untuk mengikuti undian. Berbeda dengan kontes yang mana peserta harus memiliki keunggulan tersendiri, maka undian sifatnya adalah peruntungan. Siapapun bisa mendapatkan hadiah tanpa harus memiliki keterampilan tertentu. Hal inilah yang menjadi daya tarik dari program undian berhadiah yang

dilakukan oleh PT Tujuh Impian Bersama.

Penjualan dari AMDK Al Qodiri juga terus mengalami kenaikan. Menurut Rusdiyanto selaku Kepala Divisi Bisnis Tujuh Impian Bersama, bahwa analisis pada tahun 2017 total penjualan dari bulan per bulan rata-

rata mengalami kenaikan kisaran 3%-6% hingga tutup tahun. Maka dilihat dari fenomena tersebut, dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa proram undian berhadiah sangat efektif untuk meningkatkan penjualan AMDK Al Qodiri.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

PT Tujuh Impian Bersama menggunakan strategi promosi dengan bentuk undian berhadiah. Hadiah yang ditawarkan memiliki lima jenis, yaitu paket umroh/jalan-jalan ke Singapura, Motor matic, TV LED, Emas 24 Karat, dan Voucher Diskon. Paket undian tersebut dalam satu tahun dilakukan dengan periode pengundian 3 bulan sekali.

Strategi promosi ini digunakan oleh PT Tujuh Impian Bersama untuk menarik konsumen membeli AMDK Al Qodiri. Hadiah yang ditawarkan memiliki daya tarik yang kuat untuk merayu pelanggan membeli produk AMDK Al Qodiri. Disisi lain, strategi ini juga bertujuan untuk mempertahankan pelanggan

lama agar tidak pindah ke produk AMDK lain.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang diperoleh, maka masukan yang dapat direkomendasikan terkait dengan strategi promosi air minum dalam kemasan (AMDK) Al Qodiri adalah dengan menggunakan promosi jenis-jenis lain. Promosi jenis lain dapat dijadikan strategi tambahan yang pada akhirnya untuk meningkatkan penjualan, seperti beli AMDK Al Qodiri ukuran botol 1500 ml mendapat hadiah gratis AMDK Al Qodiri cup 120 ml. Saran ini hanya merupakan argumen peneliti, karena bagaimanapun strategi apa yang dilakukan merupakan

kewenangan PT Tujuh Impian Bersama.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2014. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Arfam. 2012. 101 Imperium Business Idea. Yogyakarta: Buku Pintar.
- Barata, Atep. 2003. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Jefkins, Frank. 1995. Periklanan. Edisi Ketiga, Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Juniar, Asrid. 2010. Studi Kelayakan Pendirian Pabrik Air Minum Dalam Kemasan PDAM Kabupaten Hulu Sungai Utara Ditinjau Dari Aspek Keuangan. *Jurnal Fakultas Ekonomi Lambung Mangkurat Banjarmasin*, Vol. 11, No. 1 pp. 39-45.
- Kertamukti, Rama. 2015. *Strategi Kreatif Dalam Periklanan*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.
- Kusdi. 2011. *Teori Organisasi dan Administrasi*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Marwanto, Aris. 2015. *Marketing Sukses*. Yogyakarta : Kobis
- Moleong, Lexy J. Metodologi Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Purnomo, Setiawan dan Zulkiflimansyah. 2005. *Manajemen Strategi*. Jakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Purwanto. 2012. *Marketing Strategic Meningkatkan Pangsa Pasar & Daya Saing*. Jakarta : Platinum.
- Sugiyono. 2016. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Suwarno. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa Perusahaan Pelayaran*. Semarang : Indoprint.

**PENGARUH KAPABILITAS PEMASARAN, KEUNGGULAN BERSAING
DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA UKM (USAHA
KECIL DAN MENENGAH) DI KABUPATEN LUMAJANG**

MOHAMMAD HOIRON*

EDY WAHYUDI

ZARAH PUSPITANINGTYAS

Program Studi Magister Ilmu Administrasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Jember

*Email: mohammad.hoiron@yahoo.com

ABSTRAK

Kinerja perusahaan yang optimal dipengaruhi oleh beberapa aspek yang ada di dalam organisasi perusahaan, diantaranya adalah unsur kapabilitas pemasaran, keunggulan bersaing dan budaya organisasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kapabilitas pemasaran, keunggulan bersaing dan budaya organisasi terhadap kinerja UKM (Usaha Kecil dan Menengah) di Kabupaten Lumajang, secara parsial. Penelitian ini meliputi sektor batik, meubel kayu, perhiasan emas dan keripik pisang. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma kuantitatif bersifat *explanatory*. Populasi berjumlah 148 UKM, teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *random sampling* sehingga diperoleh responden yang berjumlah 109 UKM dijadikan sampel penelitian dan responden penelitian. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, kuesioner dan studi kepustakaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa secara parsial variabel kapabilitas pemasaran, keunggulan bersaing dan budaya organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM.

Kata Kunci: Kapabilitas Pemasaran, Keunggulan Bersaing, Budaya Organisasi, Kinerja UKM

I. PENDAHULUAN

Peningkatan kegiatan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia merupakan salah satu prioritas dalam pembangunan ekonomi nasional. Hal ini selain karena usaha tersebut merupakan tulang punggung sistem ekonomi kerakyatan yang tidak hanya ditujukan untuk mengurangi masalah kesenjangan antar golongan pendapatan dan antar pelaku usaha, ataupun pengentasan kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja. Lebih dari itu, pengembangannya mampu memperluas basis ekonomi dan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam mempercepat perubahan struktural, yaitu meningkatnya perekonomian daerah dan ketahanan ekonomi nasional.

Hal yang harus diperhatikan dalam perkembangan UKM adalah kinerja UKM, karena merupakan salah satu aspek yang berperan penting dalam kemajuan UKM adalah kinerja. Kinerja UKM dianggap menjadi salah satu tolak ukur dalam pencapaian tujuan perusahaan. Peningkatan kinerja akan membawa kemajuan bagi

perusahaan untuk dapat bertahan dalam suatu persaingan kerja yang memiliki banyak tantangan dan tidak stabil. Upaya-upaya untuk meningkatkan kinerja dalam perusahaan merupakan tantangan bagi manajemen organisasi, karena keberhasilan untuk mencapai tujuan dan kelangsungan hidup organisasi tergantung pada kualitas kinerja sumber daya manusia yang ada didalamnya. Terdapat beberapa variabel yang dapat mempengaruhi peningkatan kinerja perusahaan. Pertama kapabilitas pemasaran, Urban (1991:79) yang menyatakan bahwa keberhasilan suatu organisasi dalam mencapai kinerja pemasarannya tergantung sejauh mana organisasi tersebut mampu menerapkan strategi pemasaran yang tepat pada konsumen sasarnya. Kedua, keunggulan bersaing, Porter (2007:15) menjelaskan bahwa strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing guna untuk memenangkan persaingan dan meningkatkan kinerja dan; ketiga, budaya organisasi. Soedjono (2005:23) menyatakan

bahwa budaya organisasi merupakan nilai-nilai yang berkembang dalam suatu organisasi, di mana nilai-nilai tersebut digunakan untuk mengarahkan perilaku anggota-anggota organisasi untuk meningkatkan kinerja organisasi.

Kapabilitas pemasaran, keunggulan bersaing dan budaya organisasi memiliki hubungan yang cukup erat. Setiap UKM harus memiliki kapabilitas pemasaran yang baik untuk menghasilkan keuntungan bagi UKM dan meningkatkan kinerja UKM. Untuk mencapai kapabilitas pemasaran dan kinerja organisasi yang baik dibutuhkan keunggulan bersaing yang harus dimiliki oleh UKM sehingga menghasilkan kinerja tinggi bagi UKM. Selain itu dari segi budaya organisasi juga perlu, fungsi

budaya yang memberikan satu set nilai untuk penetapan prioritas dan arah bagaimana melakukan sesuatu dalam kelompok atau organisasi. Budaya juga berfungsi sebagai fasilitator tumbuhnya komunitas bersama sebagai mekanisme pembuat makna dan kendali yang memandu dan membentuk sikap serta perilaku anggota organisasi sehingga dengan terbentuknya budaya organisasi yang baik akan menghasilkan kinerja yang tinggi bagi UKM. Oleh sebab itu, berdasarkan latar belakang diatas, peneliti meneliti tentang “Pengaruh Kapabilitas Pemasaran, Keunggulan Bersaing dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja UKM di Kabupaten Lumajang”.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Manajemen Strategi

Menurut Heene (2010:76), manajemen strategi adalah suatu proses dari pengidentifikasian, pemilihan, dan pengimplementasian aktivitas-aktivitas yang dapat memperbaiki kinerja jangka panjang dari organisasi, melalui penentuan

arah disertai melanjutkan komitmen ataupun penyesuaian antara keterampilan internal dengan sarana-sarana dari organisasi berikut pula dengan lingkungan yang berubah evolutif dimana organisasi itu beroperasi.

Sedangkan menurut David (2009:5) manajemen strategis dapat didefinisikan sebagai ilmu tentang perumusan, pelaksanaan dan evaluasi keputusan-keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya. Dapat disimpulkan bahwa manajemen strategis adalah cara atau upaya merumuskan strategi untuk menyesuaikan organisasi dengan lingkungan baik internal maupun eksternal, serta memastikan bahwa implementasi strategi berjalan dengan baik.

2.2 Kapabilitas Pemasaran

Sumber daya adalah faktor produksi yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuannya. Sedangkan kapabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk mengelola sumber dayanya untuk tujuan akhir yang diinginkan. *Resource Based View* (RBV) yang dikemukakan oleh Wernerfelt (1984) menyatakan bahwa organisasi atau perusahaan adalah sekumpulan sumberdaya (*resources*) untuk membangun kapabilitas (*capabilities*) sebagai sumber untuk

mencapai kinerja bisnis yang superior (*superior performance*). Untuk mencapai kinerja pemasaran, perusahaan harus dapat mengelola sumber daya dan kapabilitas pemasarannya dengan baik. Kapabilitas pemasaran (*marketing capabilities*) adalah seperangkat sumber daya dan keterampilan dalam bidang pemasaran yang merupakan hasil dari proses akumulasi pengetahuan dan integrasi dengan nilai-nilai dan norma-norma yang dikembangkan melalui proses organisasi.

Kapabilitas pemasaran adalah kemampuan perusahaan dalam melakukan berbagai fungsi pemasaran. Variabel kapabilitas pemasaran diukur dengan enam indikator Tzokas (2001):

1. Penelitian Pasar (*marketing research*)
2. Relationship/Distribusi
3. Penetapan Harga (*pricing*)
4. Pengembangan Produk
5. Promosi/Komunikasi Pemasaran
6. Manajemen Pemasaran

2.3 Keunggulan Bersaing

Menurut Saladin (2004:68) keunggulan bersaing adalah apabila suatu perusahaan berhasil mengkonsentrasikan pada suatu segmen pasar tertentu yang cukup luas. Sedangkan Porter (2008:4) menyatakan bahwa keunggulan bersaing adalah suatu kemampuan perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis diatas laba yang mampu diraih oleh pesaing di pasar dalam industri yang sama. Jadi dapat disimpulkan bahwa keunggulan bersaing adalah suatu kemampuan perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis diatas laba yang mampu diraih oleh pesaing di pasar dalam industri yang sama.

Porter (2007:15) mengemukakan tiga strategi umum, yaitu:

1. *Low Cost* (Keunggulan biaya menyeluruh): strategi yang mengandalkan keunggulan biaya yang relatif rendah dalam menghasilkan barang dan jasa.
2. *Diferensiasi*: Kemampuan untuk menghasilkan barang dan jasa unik dan memiliki

nilai lebih dalam bentuk kualitas, sifat-sifat khusus/ciri khas dan pelayanan lainnya.

3. *Fokus*: Fokus berarti membuat produk dan menyediakan jasa yang memenuhi keperluan sejumlah kelompok kecil konsumen.

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Porter (2007:15) peneliti menggunakan teori yang umum digunakan yaitu: *Low Cost* (keunggulan biaya menyeluruh) dan *Diferensiasi*.

2.4 Budaya Organisasi

Budaya organisasi didefinisikan sebagai nilai-nilai dan norma-norma yang dikembangkan dalam organisasi dan dijadikan pedoman tingkah laku bagi anggota-anggotanya untuk mengatasi masalah adaptasi eksternal dan integrasi internal (Mangkunegara, 2005:113). Budaya organisasi merupakan sistem makna bersama yang dianut oleh anggota-anggota yang membedakan suatu organisasi dengan organisasi lainnya (Robbins, 2006:121). Berdasarkan definisi dari

beberapa ahli dapat ditarik kesimpulan bahwa budaya organisasi merupakan suatu nilai atau norma dalam cara berpikir, berpersepsi dan berperilaku yang dijalankan oleh anggota organisasi dan biasanya akan diajarkan kepada anggota yang baru. Sehingga dapat dikatakan bahwa budaya organisasi adalah suatu kebiasaan yang dijalankan atau diterapkan dalam suatu organisasi.

Peneliti ini menggunakan indikator yang dikemukakan oleh Robbins dalam Purnamie (2014:58) yaitu: *Innovation* (inovasi), *Attention to detail* (perhatian terhadap detail), *Outcome orientation* (orientasi hasil), *People orientation* (orientasi orang), dan *Team orientation* (orientasi tim).

2.5 Kinerja Perusahaan

Kinerja merupakan konsep untuk mengukur prestasi suatu produk atau perusahaan (Permadi, 1998). Kinerja merupakan konstruk atau faktor yang umum digunakan untuk mengukur dampak dari sebuah strategi perusahaan. Sitorus (2004) menyatakan bahwa kualitas kinerja perusahaan yang ditunjang oleh

pemahaman terhadap konsumen dan keunggulan produk baru merupakan faktor-faktor yang dapat meningkatkan kesuksesan produk baru yang berhubungan dengan penciptaan superior value bagi konsumen. Terciptanya superior value bagi konsumen merupakan batu loncatan bagi suatu perusahaan untuk meningkatkan kinerja pemasarannya.

Ferdinand (2000) mengemukakan kinerja perusahaan merupakan faktor yang umum digunakan untuk mengukur dampak dari sebuah strategi perusahaan. Strategi perusahaan selalu diarahkan untuk menghasilkan kinerja perusahaan seperti volume penjualan, porsi pasar dan tingkat pertumbuhan penjualan maupun kinerja keuangan. Jadi secara umum kinerja perusahaan diartikan sebagai konstruk atau faktor yang umum digunakan untuk mengukur dampak dari sebuah strategi perusahaan bisa dilihat dari volume penjualan, porsi pasar dan tingkat pertumbuhan penjualan maupun keuntungan.

Menurut Dermott dan Prajogo (2010), kinerja perusahaan terutama UKM dapat diukur dengan:

1. Pangsa pasar
2. Penjualan
3. Keuntungan

2.6 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan teori-teori yang dikemukakan dalam penelitian ini, maka akan muncul suatu hipotesis.

III. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah paradigma kuantitatif bersifat *explanatory*. Penelitian ini dilakukan pada beberapa sektor UKM di Kabupaten Lumajang yaitu pada UKM batik, meubel/furniture, kerajinan emas, dan kripik pisang. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah beberapa sektor pelaku UKM di Kabupaten Lumajang yang berjumlah 148 pelaku UKM. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel menggunakan rumus slovin sehingga ditemukan sampel sebanyak 109 orang, kemudian untuk menentukan sampel/responden dilakukan dengan cara *random*

Hipotesis dalam penelitian adalah sebagai berikut.

H₁: kapabilitas pemasaran berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

H₂: keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

H₃: budaya organisasi berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

sampling, dimana untuk menentukan responden dilakukan secara acak sehingga ditemukan 109 responden (Pelaku UKM di kabupaten Lumajang). Jenis dan sumber data dalam penelitian ini adalah data primer berupa kuesioner dan observasi, sedangkan data sekunder berupa dokumentasi data dari Pelaku UKM di Kabupaten Lumajang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner, observasi dan studi kepustakaan. Tahap pengolahan data dengan pemeriksaan data, pengkodean dan tabulasi.

1. Identifikasi Variabel

Variabel independent atau variabel bebas (X) dalam penelitian ini ada 3, yaitu: Kapabilitas Pemasaran (X_1), Keunggulan bersaing (X_2), dan Budaya Organisasi (X_3). Sedangkan variabel dependent atau variabel terikat satu yaitu Kinerja Perusahaan (Y).

2. Instrument dan Skala Pengukuran

Intrument penelitian dalam penelitian ini adalah kuesioner dalam bentuk pernyataan dengan menggunakan skala likert 1-5 sebagai skala pengukuran.

3. Uji validitas dan Reliabilitas Instrument Penelitian

a. Uji validitas dengan menggunakan rumus *product moment*.

b. Uji reliabilitas menggunakan *Cronbach alpha*.

4. Metode Analisis Data

Analisis regresi linear berganda dengan menggunakan *SPSS*.

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji normalitas;

b. Uji multikolinearitas;

c. Uji heteroskedastisitas.

6. Analisis Regresi Linear Berganda

Bentuk persamaan regresi berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e.$$

7. Uji Hipotesis menggunakan uji parsial (Uji t).

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas dapat diketahui bahwa masing-masing indikator yang digunakan baik dalam variabel independen (kapabilitas pemasaran, keunggulan bersaing dan budaya organisasi) maupun variabel dependen (kinerja perusahaan) mempunyai nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel.

Hal ini berarti indikator-indikator yang digunakan dalam variabel penelitian ini layak atau valid digunakan sebagai pengumpul data.

4.2 Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel, karena

memiliki nilai *Cronbach Alpha* (α) (0,765) lebih besar dari 0,60.

4.3 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji dengan *Kolmogrov-Smirnov*. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah data variabel operasional dalam model empiris yang diuji berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Ketentuan pengujian *Kolmogrov-Smirnov* adalah apabila tingkat signifikansi (*Asym 2-tailed*) variabel penelitian lebih besar dari 0,05 maka data berdistribusi normal. Sebaliknya, apabila tingkat signifikansi (*Asym 2-tailed*) kurang dari 0,05, maka data berdistribusi tidak normal. Hasil dari perhitungan *Kolmogorov Smirnov Test* dalam penelitian ini didapatkan nilai *Asym 2-tailed* sebesar 0.200 > 0,05) hasil ini

menunjukkan data berdistribusi normal.

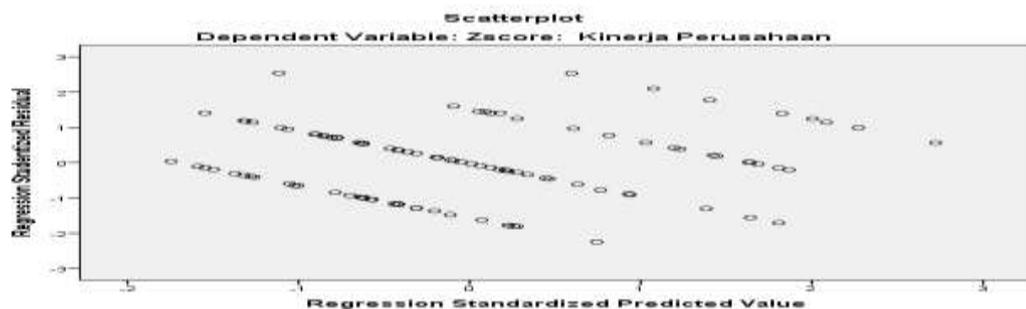
2. Uji Multikolinearitas

Berarti terjadi interkorelasi antar variabel bebas yang menunjukkan adanya lebih dari satu hubungan linier yang signifikan. Apabila koefisien korelasi variabel yang bersangkutan nilainya terletak di luar batas-batas penerimaan (*critical value*) maka koefisien korelasi bermakna dan terjadi multikolinearitas. Apabila koefisien korelasi terletak didalam batas-batas penerimaan maka koefisien korelasinya tidak bermakna dan tidak terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai $VIF \geq 10$, dan memiliki nilai *Tolerance* < 0.10. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa nilai toleransi > 0.10, sementara nilai $VIF < 10$ sehingga data tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari satu pengamatan ke

pengamatan yang lain. Secara ringkas hasil uji normalitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Hasil analisis dari grafik *scatterplots* pada Gambar diatas terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

4.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Model persamaan regresi linier berganda yang didapat dalam penelitian ini.

$$Y = - 0,821 + 0,468 X_1 + 0,491 X_2 + 0,909 X_3 + e$$

4.5 Uji Parsial (Uji t)

1. Pengaruh Variabel Kapabilitas Pemasaran (X_1) terhadap Kinerja Perusahaan (Y)

Dari hasil analisis data diperoleh nilai signifikansi sebesar $0.000 < \alpha = 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima berarti secara parsial kapabilitas pemasaran (X_1) berpengaruh secara signifikan (nyata) terhadap kinerja perusahaan.

2. Pengaruh Variabel Keunggulan Bersaing (X_2)

terhadap Kinerja Perusahaan (Y)

Dari hasil analisis data diperoleh nilai signifikansi sebesar $0.003 < \alpha = 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima berarti secara parsial keunggulan bersaing (X2) berpengaruh secara signifikan (nyata) terhadap kinerja perusahaan.

3. Pengaruh Variabel Budaya Organisasi (X₃) terhadap Kinerja Perusahaan (Y)

Dari hasil analisis data diperoleh nilai signifikansi sebesar $0.000 < \alpha = 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima berarti secara parsial budaya organisasi kerja (X₃) berpengaruh secara signifikan (nyata) terhadap kinerja perusahaan.

4.6 Pembahasan

1. Pengaruh Kapabilitas Pemasaran terhadap Kinerja Perusahaan

Hasil pengujian dan analisis data menunjukkan bahwa kapabilitas pemasaran berpengaruh signifikan dan

positif. Artinya apabila variabel kapabilitas pemasaran (X1) mengalami kenaikan maka variabel Kinerja organisasi (Y) juga akan mengalami kenaikan. Sedangkan apabila variabel kapabilitas pemasaran (X1) mengalami penurunan maka variabel Kinerja organisasi (Y) juga akan turun. Berdasarkan hasil kuisioner pelaku UKM di Kabupaten Lumajang rata-rata distribusi jawaban responden berada pada kategori setuju berkaitan dengan kapabilitas pemasaran mencapai 79%. Hal tersebut memiliki arti bahwa semakin baik kapabilitas pemasaran dalam perusahaan maka akan meningkatkan kinerja perusahaan. Variabel kapabilitas pemasaran dalam penelitian ini diukur melalui 4 (Empat) indikator yaitu penelitian pasar, penetapan harga, pengembangan produk dan promosi. Indikator tersebut merupakan suatu faktor yang akan mempengaruhi kinerja perusahaan.

Dari beberapa item pernyataan dalam kuisioner yang

memiliki kontribusi paling besar terhadap kinerja UKM adalah berkaitan dengan pernyataan menentukan harga sesuai dengan harga pesaing mencapai 82.6%. Sedangkan pernyataan yang memiliki kontribusi paling rendah yaitu perusahaan mengamati target pasar yang ada, mencapai 72.5%. Hal ini mengindikasikan bahwa UKM menyesuaikan harga dengan para kompetitornya akan tetapi dalam segi pengamatan pasar yang ada masih belum maksimal.

Menurut Day, (1994) perkembangan yang baik tentang kemampuan pemasaran sangat penting untuk kegiatan pemasaran dalam usaha pengumpulan informasi tentang kebutuhan pasar dan pemilihan segmentasi target pasar (pasar kegiatan perencanaan); pengembangan layanan baru untuk memenuhi kebutuhan segmen yang ditargetkan (melalui kegiatan pengembangan produk); harga jasa/produk dan layanan

komunikasi manfaat yang ditawarkan kepada target pasar. Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Halim (2012) menunjukkan bahwa kapabilitas pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran. Begitu juga dengan hasil penelitian oleh Alexander (2008) menunjukkan bahwa kapabilitas pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Perusahaan.

2. Pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Perusahaan

Hasil pengujian dan analisis data menunjukkan bahwa keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja organisasi UKM di Kabupaten Lumajang. Artinya apabila variabel Keunggulan bersaing (X_2) mengalami kenaikan maka variabel Kinerja organisasi (Y) juga akan mengalami kenaikan. Sedangkan apabila variabel

Keunggulan bersaing (X2) mengalami penurunan maka variabel kinerja organisasi (Y) juga akan turun. Berdasarkan hasil kuisioner pelaku UKM di Kabupaten Lumajang rata-rata distribusi jawaban responden berada pada kategori setuju berkaitan dengan keunggulan bersaing mencapai 78.3%. Hal tersebut memiliki arti bahwa semakin baik keunggulan bersaing yang dimiliki perusahaan maka akan meningkatkan kinerja perusahaan. Variabel keunggulan bersaing dalam penelitian ini diukur melalui 2 (Dua) indikator yaitu keunggulan biaya dan diferensiasi. Indikator tersebut merupakan suatu faktor yang akan mempengaruhi kinerja perusahaan.

Dari beberapa item pernyataan dalam kuisioner tentang keunggulan bersaing yang memiliki kontribusi paling besar terhadap kinerja UKM adalah berkaitan dengan pernyataan pendistribusian

produk kepada konsumen lebih terjangkau mencapai 81.7%. Sedangkan pernyataan yang memiliki kontribusi paling rendah yaitu menggunakan bahan baku yang lebih berkualitas mencapai 74.3%. Hal ini mengindikasikan bahwa UKM cukup efektif dalam pendistribusian produknya akan tetapi dalam segi pemilihan bahan baku yang berkualitas masih perlu dimaksimalkan.

Hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Kottler dan Armstrong (2005:322) keunggulan bersaing adalah suatu keunggulan diatas pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih kepada konsumen, baik melalui harga yang lebih rendah atau dengan menyediakan lebih banyak manfaat yang mendukung penetapan harga lebih mahal. Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Meike Supranoto (2009) membuktikan adanya pengaruh positif dan signifikan

antara keunggulan bersaing terhadap kinerja perusahaan.

3. Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Kinerja Perusahaan

Hasil pengujian dan analisis data menunjukkan bahwa budaya organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja organisasi UKM di Kabupaten Lumajang. Artinya apabila variabel Budaya organisasi (X_3) mengalami kenaikan maka variabel Kinerja organisasi (Y) juga akan mengalami kenaikan. Sedangkan apabila variabel Budaya organisasi (X_3) mengalami penurunan maka variabel Kinerja organisasi (Y) juga akan turun. Berdasarkan hasil kuisioner pelaku UKM di Kabupaten Lumajang rata-rata distribusi jawaban responden berada pada kategori setuju berkaitan dengan budaya organisasi mencapai 76.6%. Hal tersebut memiliki arti bahwa semakin baik budaya organisasi dalam perusahaan maka akan

meningkatkan kinerja perusahaan. Variabel budaya organisasi dalam penelitian ini diukur melalui 5 (lima) indikator yaitu inovasi, perhatian pada hal detail, orientasi pada hasil, orientasi pada orang, dan orientasi pada tim. Indikator tersebut merupakan suatu faktor yang akan mempengaruhi kinerja perusahaan.

Dari beberapa item pernyataan dalam kuisioner yang memiliki kontribusi paling besar terhadap kinerja UKM adalah berkaitan dengan pernyataan menghormati atasan atau orang yang lebih berpengalaman dalam perusahaan mencapai 83.49%. Sedangkan pernyataan yang memiliki kontribusi paling rendah yaitu memperhatikan tiap detail pekerjaan yang dilakukan mencapai 73.39%. Hal ini mengindikasikan bahwa budaya dalam organisasi UKM menghormati atasan atau orang yang lebih berpengalaman akan tetapi perhatian terhadap tiap detail pekerjaan masih perlu ditingkatkan.

Hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Boyne and Dahya (2002) mengungkapkan bahwa budaya organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja organisasi. Sedangkan Daniel R. and Aneil (1995) menyatakan bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara budaya organisasi dengan efektivitas kinerja organisasi. Hasil penelitian relevan dilakukan oleh Lazuardy, Away dan Majid

(2014) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan baik langsung maupun melalui variabel intervening dari variabel kepemimpinan, budaya organisasi terhadap kinerja perusahaan. Begitu juga dengan hasil penelitian oleh Sylvie Laforet (2016) menunjukkan bahwa Budaya Organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Perusahaan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kapabilitas pemasaran berpengaruh terhadap kinerja UKM di Lumajang. Hal ini berarti bahwa semakin mampu perusahaan dalam melakukan pemasaran maka akan semakin meningkatkan kinerja perusahaan.
2. Keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja

UKM di Lumajang. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan pada keunggulan bersaing maka akan diikuti dengan peningkatan kinerja perusahaan.

3. Budaya organisasi berpengaruh terhadap kinerja UKM di Lumajang. Hal ini menjelaskan bahwa kemampuan pelaku UKM dalam menerapkan budaya organisasi maka akan semakin meningkatkan kinerja perusahaan.

5.2 Saran

Hasil dari penelitian ini peneliti dapat memberikan beberapa saran diantaranya:

1. Kapabilitas pemasaran, keunggulan bersaing serta budaya organisasi memiliki pengaruh terhadap kinerja sehingga pelaku UKM perlu mempertahankan aspek-aspek tersebut agar tujuan usaha dapat tercapai. Meskipun demikian terdapat beberapa hal yang perlu menjadi koreksi bagi pelaku usaha berkaitan dengan

pengamatan target pasar yang ada, penggunaan bahan baku yang lebih berkualitas dan memperhatikan tiap detail pekerjaan yang dilakukan.

2. Bagi penelitian selanjutnya, hendaknya menambahkan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti kepemimpinan, kompetensi, dan lingkungan kerja agar dapat mengetahui faktor lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexander Steve, Strete Dennis, dan Mary Jane. 2004. *Laboratory Exercises In Organismal and Molecular Microbiology*. New York: Mc-Graw Hill.
- Boyne, George. 2006. *Public Service Performance*. Cambridge University Press.
- Daniel, Goleman. 1995. *Emotional Intelligence*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- David, F.R. 2009. *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Day, R. A. dan A. L. Underwood. 2002. *Analisis Kimia Kuantitatif*. Edisi Keenam. Jakarta. Penerbit Erlangga. Hal 394, 396-404
- Demirbag, M., Tatoglu, E., Tekinkus, M. dan Zaim, S. 2006. An Analysis Of The Relationship Between TQM Implementation and Organizational Performance Evidence From Turkish SMEs. *Journal Of Manufacturing Technology Management*, 17(6), 829-847.
- Dermott dan Prajogo. 2010. Service Innovation and Performance in SMEs. *International Journal of Operations & Production Management*. Vol. 32 No. 2, 2012 pp. 216-237. Emerald Group Publishing Limited 0144-3577.

- Ferdinand, Augusty. 2000. *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Halim Abdul. 2012. *Akuntansi Sektor Publik : Teori, Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Heene. 2010. *Manajemen Strategik Keorganisasian Publik*. Jakarta: PT Refika Aditama.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2005. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi Kesembilan, Jilid 2, dialihbahasakan oleh Alexander Sindoro. Jakarta: Indeks
- Laforet, Sylvie. 2016. *Effects of Organisational Culture on Organisational Innovation Performance in Family Firms*.
- Lazuardi, Away dan Majid. 2016. *Akses Pelayanan Puskesmas Setelah Kebijakan Pelayanan Kesehatan Gratis di Kota Lubuk Linggau*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada..
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2005. *Sumber Daya Manusia perusahaan. Remaja Rosdakarya: Bandung*
- Permadi, Dadi. 1998. *Kepemimpinan Mandiri Kepala Sekolah*. Bandung: PT Sarana Panca Karya.
- Porter, Michael E. 2007. *Strategi Bersaing (Competitive Strategy)*. Tangerang: Kharisma Publishing Group.
- Purnamie, Titisari. 2014. *Peranan Organizational Citizenship Behavioral Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan*. Jakarta: Mitra Wicana Media.
- Robbins, Stephen. 2006. *Perilaku Organisasi*. Prentice Hall. Edisi Kesepuluh. Vol.7, No.1
- Saladin, Djaslim. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya..
- Sitorus, J. Purwandari. Luwin, E. D. Rina, W. Suharno. 2006. *Kajian Model Deteksi Perubahan Penutupan Lahan Menggunakan Data. Inderaja untuk Aplikasi Perubahan Lahan Sawah. Bidang Pengembangan Pemanfaatan Inderaja Pusbangja Lapan*.
- Supranoto, Meike. 2009. *Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing Produk Melalui Orientasi Pasar, Inovasi, Dan Orientasi Kewirausahaan Dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi Empiris Pada: Industri Pakaian Jadi Skala Kecil Dan Menengah Di Kota Semarang)*. Tesis. Universitas Diponegoro.
- Tzokas, N., Carter, S., dan Kyriazopoulos, P . 2001. *Marketing and Entrepreneurial Orientation in Small Firms. Enterprise and Innovation Management Studies*, 2(1), 19–33.
- Urban, Glen dan Star, Steven. 1991. *Advanced Marketing Strategy: Phenomena, Analysis, and Decisions*. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Wernerfelt, B. 1984. *A Resource-Based View of the Firm*. *Strategic Management Journal*, [e-journal] 5(2).

**PERAN KEUNGGULAN BERSAING DALAM MEMEDIASI DAMPAK
ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP
KINERJA UMKM**

NUNGKY VIANA FERANITA*

HENDRA ARIS SETIAWAN

Program Studi Ilmu Administrasi Niaga

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Pembangunan Jember

*Email: nungky_viana@yahoo.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM secara langsung maupun tidak langsung dengan keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan *explanatory* (sebab akibat). Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM sektor manufaktur di Kecamatan Tempurejo yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Jember sebesar 32 unit usaha. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *sampling jenuh* atau teknik sensus. Sampel sebanyak 32 unit usaha. Metode analisis adalah analisis jalur (*path analysis*) dengan menggunakan *software* IBM SPSS 22. Secara keseluruhan, tujuh hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini terdapat empat hipotesis diterima dan tiga hipotesis ditolak. Hasil pengujian hipotesis pengaruh langsung menunjukkan bahwa terdapat dua jalur yang berpengaruh signifikan, yaitu orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing dan keunggulan bersaing terhadap kinerja usaha. Hasil pengujian hipotesis pengaruh tidak langsung menunjukkan bahwa terdapat dua jalur yang berpengaruh signifikan, yaitu orientasi pasar terhadap kinerja usaha melalui keunggulan bersaing dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha melalui keunggulan bersaing.

Kata Kunci: Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Keunggulan Bersaing, Kinerja UMKM.

I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu kekuatan pendorong terdepan dalam pembangunan ekonomi di Indonesia. Gerak sektor UMKM amat vital untuk menciptakan pertumbuhan dan lapangan pekerjaan. UMKM mampu menciptakan lapangan pekerjaan lebih cepat dibandingkan sektor usaha besar. UMKM juga cukup terdiversifikasi serta memberikan kontribusi penting dalam ekspor dan perdagangan sehingga menjadi salah satu penyokong devisa negara walaupun kontribusi UMKM jauh lebih kecil jika dibandingkan dengan kontribusi usaha besar.

Perkembangan dan kontribusi UMKM dalam perekonomian Indonesia tidak dapat diragukan lagi. Jumlah UMKM dan sumbangan Produk Domestik Bruto (PDB) UMKM di Indonesia dari tahun ke tahun selalu mengalami peningkatan. Eksistensi dan peran UMKM pada tahun 2013 mencapai 57,8 juta unit usaha. Kontribusi UMKM dalam pembentukan PDB Nasional selalu meningkat sampai dengan tahun

2013 sebesar Rp 1.536.918,8 Miliar (Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia).

Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) diberlakukan pada akhir 2015 membawa bebarapa tantangan bagi UMKM di Indonesia, antara lain: 1) pola pikir dari masyarakat Indonesia yang masih cenderung untuk membeli produk dari luar negeri dibandingkan dari dalam negeri; 2) keterbatasan akses finansial karena pihak perbankan ragu untuk memberikan kredit kepada UMKM; 3) keterbatasan akses pasar karena kurangnya pemanfaatan teknologi oleh UMKM; 4) kegiatan penelitian dan pengembangan produk yang masih rendah; dan 5) pelaku UMKM masih banyak yang belum memiliki perencanaan bisnis yang matang. Tantangan tersebut menuntut UMKM untuk lebih meningkatkan kinerjanya.

Penelitian ini berfokus pada pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM baik secara langsung maupun tidak langsung dengan

keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi. Banyak penelitian yang ada bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel ini terhadap kinerja UMKM secara langsung. Beberapa bukti empiris menunjukkan bahwa kinerja UMKM ditentukan oleh beberapa faktor yaitu orientasi pasar (Merakati *et al.*, 2017) dan orientasi kewirausahaan (Witjaksono, 2014; Febriatmoko dan Raharjo, 2015; Sumiati, 2015; Merakati *et al.*, 2017).

Namun, beberapa penelitian diarahkan untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel ini terhadap kinerja UMKM melalui keunggulan bersaing karena bukti empiris menunjukkan bahwa keunggulan bersaing mampu memengaruhi kinerja UMKM (Witjaksono, 2014; Febriatmoko dan Raharjo, 2015). Keunggulan bersaing dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya yaitu orientasi pasar (Febriatmoko dan Raharjo, 2015; Syukron dan Ngatno, 2016) dan orientasi kewirausahaan (Witjaksono, 2014; Syukron dan Ngatno, 2016). Penelitian sebelumnya telah menemukan bahwa

ada beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM melalui keunggulan bersaing, seperti orientasi pasar (Febriatmoko dan Raharjo, 2015; Merakati *et al.*, 2017) dan orientasi kewirausahaan (Merakati *et al.*, 2017).

Dibandingkan dengan 38 Kabupaten/Kota di Jawa Timur, Kabupaten Jember merupakan daerah yang cukup potensial karena memiliki jumlah UMKM tertinggi, yaitu sebesar 424 ribu yang terdiri atas sektor pertanian sebesar 243 ribu dan sisanya 181 ribu dari sektor non pertanian (Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur). Tempurejo merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Jember dengan jumlah UMKM sebanyak 71 unit usaha, yang terdiri dari tujuh sektor yaitu sektor perdagangan, makanan, meubel, kerajinan, konveksi, pertanian dan peternakan. Jumlah UMKM di Kecamatan Tempurejo pada tahun 2016 menempati posisi ke-13 terendah di Kabupaten Jember (Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Jember).

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan dengan

beberapa pelaku UMKM, didapatkan beberapa permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku usaha, diantaranya pendapatan mereka cenderung mengalami pasang surut yang disebabkan oleh banyaknya pesaing yang masuk dan masuknya pengusaha besar yang bermodal besar, meskipun sudah diadakan varian produk.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Manajemen Strategi

David (2009) mengemukakan bahwa manajemen strategi adalah seni dan ilmu untuk 'formulasi-implementasi dan evaluasi' keputusan-keputusan yang bersifat lintas fungsional, yang digunakan sebagai panduan tindakan bagi fungsi Sumber Daya Manusia (SDM), pemasaran keuangan, produksi, dan lain-lain agar organisasi dapat mencapai tujuannya. Keputusan-keputusan yang bersifat lintas fungsional inilah yang dapat ditafsirkan sebagai strategi. Manajemen strategi adalah kumpulan keputusan dan tindakan yang menghasilkan perumusan dan penerapan strategi yang didesain

Berdasarkan uraian permasalahan dan juga hasil penelitian terdahulu, maka peneliti tertarik untuk meneliti peran keunggulan bersaing dalam memediasi dampak dari orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM sektor manufaktur di Kecamatan Tempurejo Jember.

untuk mencapai sasaran organisasi (Pearce dan Robinson, 2013).

Manajemen strategi sektor bisnis telah berkembang melalui tiga paradigma utama yaitu *Market-Based View* (MBV), *Resource-Based View* (RBV) dan *Dynamic Capabilities Theory*. Teori MBV lebih berorientasi ke luar perusahaan yang berlandaskan konsep *Competitive Force Model* yang dikembangkan oleh Porter (1980). Teori RBV lebih berorientasi ke dalam perusahaan yang berasumsi bahwa perusahaan bersaing berdasarkan sumber daya dan kemampuan (Barney, 1991). Menurut Teece (2009), kemampuan dinamis adalah kemampuan

perusahaan untuk mengintegrasikan, membangun, dan mengkonfigurasi ulang kompetensi internal dan eksternal untuk mengatasi perubahan lingkungan yang cepat.

2.2 Orientasi Pasar

Ruekert (1992) memandang orientasi pasar sebagai proses budaya, perilaku, dan kegiatan yang terkait dengan menciptakan dan memuaskan pelanggan dengan terus menilai kebutuhan mereka serta ingin meningkatkan kinerja bisnis. Menurut Keskin (2006), orientasi pasar harus dikonseptualisasikan sebagai:

1. Pengumpulan informasi yang sistematis tentang pelanggan dan pesaing (baik saat ini dan potensial).
2. Analisis sistematis informasi untuk tujuan mengembangkan pengetahuan pasar.
3. Penggunaan sistematis dari pengetahuan untuk memandu strategi, pengakuan, pemahaman, penciptaan, pemilihan,

implementasi dan modifikasi.

2.3 Orientasi Kewirausahaan

McDougall dan Oviatt (2000) mendefinisikan orientasi kewirausahaan sebagai kombinasi perilaku inovatif, proaktif dan pengambilan risiko yang dimaksudkan untuk menciptakan nilai dalam organisasi. Suatu organisasi dapat memiliki struktur kewirausahaan, dan anggota suatu organisasi bisa berwirausaha, dan masing-masing saling melengkapi untuk memberikan sinergi. Ciri dari suatu organisasi wirausaha menurut Ndubisi dan Agarwal (2014) yaitu:

1. Proaktif dalam memperoleh informasi tentang pelanggan dan pesaing.
2. Mengimplementasikan respons yang mencakup beberapa tingkat risiko dan ketidakpastian.
3. Memungkinkan tim memiliki tingkat otonomi yang memadai.

2.4 Keunggulan Bersaing

Kotler dan Armstrong (2008) berpendapat bahwa keunggulan bersaing merupakan suatu keunggulan di atas pesaing yang dapat diperoleh dengan menawarkan nilai lebih kepada konsumen, baik melalui harga yang lebih rendah maupun dengan menyediakan manfaat yang lebih banyak untuk mendukung penetapan harga lebih mahal. Indikator yang digunakan untuk mengukur keunggulan bersaing dalam penelitian ini berdasarkan teori Porter (2008) tentang kemampuan yang harus dimiliki perusahaan untuk mencapai keunggulan bersaing dari sudut keunikan. Kemampuan tersebut meliputi:

1. Kemampuan finansial dan ekonomis.
2. Kemampuan menciptakan produk strategik.
3. Kemampuan teknologi dan proses
4. Kemampuan organisasi.

2.5 Kinerja Usaha

Menurut Bititci (2015), kinerja adalah efisiensi dan/atau efektivitas

suatu tindakan. Efisiensi adalah jumlah sumber daya yang digunakan tindakan untuk memberikan hasil/output. Efektivitas adalah sejauh mana hasil dari suatu tindakan memenuhi

harapan/persyaratan/spesifikasi kita. Terdapat beberapa model untuk pengukuran kinerja. Secara umum terdiri atas kinerja keuangan dan non-keuangan. Pengukuran kinerja perusahaan juga dapat dilakukan di lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Indikator pengukuran kinerja usaha yang digunakan dalam penelitian ini menurut Zaenal (2012) yaitu:

1. Pertumbuhan keuntungan
2. Pertumbuhan jumlah pelanggan
3. Penjualan
4. Pertumbuhan jumlah aset.

2.6 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Berbagai negara memiliki definisi yang berbeda-beda mengenai UMKM. Di Indonesia, beberapa lembaga atau instansi bahkan Undang-Undang (UU) memberikan definisi UMKM. Badan Pusat

Statistik (BPS) memberikan definisi UMKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja. UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah mendefinisikan UMKM berdasarkan kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan. Sebagai acuan utama definisi UKM, kajian ini mengacu pada BPS dan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 yaitu:

1. Memiliki jumlah tenaga kerja maksimal 99 orang.
2. Memiliki kekayaan bersih maksimal Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah).
3. Memiliki hasil penjualan tahunan maksimal Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

2.7 Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan *explanatory*. Unit analisis penelitian adalah organisasi

H₁ : Orientasi pasar berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

H₂ : Orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

H₃ : Orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

H₄ : Orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

H₅ : Orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja UMKM melalui keunggulan bersaing.

H₆ : Orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja UMKM melalui keunggulan bersaing.

H₇ : Keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

yang diwakili pemilik/pimpinan/manajer UMKM. Lokasi penelitian yaitu UMKM di Kecamatan Tempurejo yang terdaftar

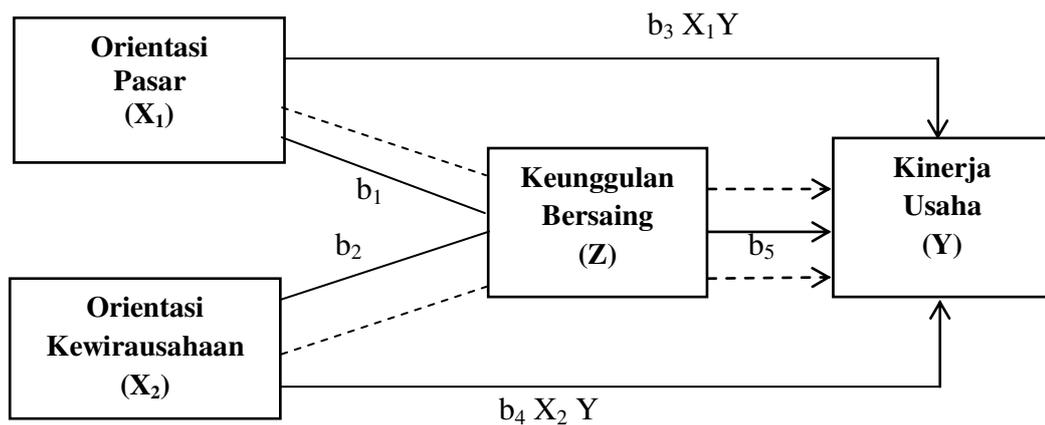
pada Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Jember.

Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM sektor manufaktur sebanyak 32 unit usaha yang terdiri dari sektor makanan, meubel, kerajinan dan konveksi. Sampel dalam penelitian ini adalah 32 unit usaha. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik sensus atau sampel jenuh.

Sumber data primer diperoleh dari hasil kuesioner yang isi oleh pimpinan UMKM, sedangkan data sekunder diperoleh dari Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Jember.

Sedangkan variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi variabel independen (X) yaitu orientasi pasar (X_1) dan orientasi kewirausahaan (X_2), variabel mediasi (Z) yaitu keunggulan bersaing, serta variabel dependen (Y) yaitu kinerja UMKM.

Analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif meliputi deskripsi responden, kemudian analisis inferensial yaitu analisis jalur (*path analysis*). Berikut model analisis jalur yang digunakan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung variabel independen terhadap variabel dependen:



Gambar 1. Model Analisis Jalur

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil uji validitas, seluruh item variabel memiliki nilai koefisien lebih dari 0,3494. Berdasarkan hasil uji reliabilitas, nilai koefisien cronbach Alpha seluruh variabel lebih dari 0,6. Sehingga item pernyataan seluruh variabel valid dan reliabel.

Deskripsi umum responden berdasarkan jenis kelamin, umur, status perkawinan, pendidikan terakhir, dan lama menjalankan usaha menunjukkan responden laki-laki sebesar (65,5%), umur responden antara 31-40 tahun sebesar (50,0%), keseluruhan responden menikah (100%), mayoritas responden lulusan SMP (50,0%), dan 62,5 % telah menjalankan usaha selama 4-5 tahun.

Data yang diperoleh kemudian dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, heteroskedastisitas, dan uji multikolinieritas. Berdasarkan hasil uji normalitas data penelitian berdistribusi normal (*Asymp. Sign* lebih dari 0,05). Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas, data

penelitian bebas heteroskedastisitas ($t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai *sign.* > 0,05). Berdasarkan hasil uji multikolinieritas, data penelitian tidak terjadi multikolinieritas (nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10).

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat nilai koefisien jalur yang telah terstandar dari variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut.

1. Orientasi Pasar (X_1) → Keunggulan Bersaing (Z).
Orientasi pasar memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing (Beta = 0,578; sig = 0,006). Artinya peningkatan atau penurunan tingkat orientasi pasar, akan mampu meningkatkan atau menurunkan keunggulan bersaing.
2. Orientasi Kewirausahaan (X_2) → Keunggulan Bersaing (Z).
Orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing (Beta =

0,155; sig = 0,436). Artinya peningkatan atau penurunan tingkat orientasi kewirausahaan, belum mampu untuk meningkatkan atau menurunkan keunggulan bersaing.

3. Orientasi Pasar (X_1) → Kinerja Usaha (Y).

Orientasi pasar memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kinerja usaha (Beta = 0,074; sig = 0,595). Artinya peningkatan atau penurunan tingkat orientasi pasar, belum mampu untuk meningkatkan atau menurunkan kinerja usaha.

4. Orientasi Kewirausahaan (X_2) → Kinerja Usaha (Y).

Orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh negatif

namun tidak signifikan terhadap kinerja usaha (Beta = -0,049; sig = 0,689). Artinya peningkatan atau penurunan tingkat orientasi kewirausahaan, belum mampu untuk meningkatkan atau menurunkan kinerja usaha.

5. Keunggulan Bersaing (Z) → Kinerja Usaha (Y).

Keunggulan Bersaing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha (Beta = 0,880; sig = 0,000). Artinya peningkatan atau penurunan tingkat keunggulan bersaing, akan meningkatkan atau menurunkan kinerja usaha.

Tabel 1 menunjukkan nilai koefisien jalur pengaruh langsung dan besarnya signifikansi.

Tabel 1. Koefisien Jalur Pengaruh Langsung

Hipotesis	Variabel	Koefisien Jalur (p)	Signifikansi	Keterangan
H ₁	Orientasi pasar → keunggulan bersaing	0,578	0,006	Diterima
H ₂	Orientasi kewirausahaan → keunggulan bersaing	0,155	0,436	Ditolak
H ₃	Orientasi pasar → kinerja usaha	0,074	0,595	Ditolak
H ₄	Orientasi kewirausahaan → kinerja usaha	-0,049	0,689	Ditolak
H ₇	Keunggulan bersaing → kinerja usaha	0,880	0,000	Diterima

Sumber: data diolah (2018)

Berdasarkan Tabel 1 juga dapat diketahui untuk mencari pengaruh tidak langsung dan total pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan perhitungan sebagai berikut.

1. Pengaruh variabel orientasi pasar (X_1) terhadap variabel kinerja usaha (Y)

Pengaruh langsung X_1 terhadap Y = 0,074

Pengaruh tidak langsung X_1 terhadap Y = $0,578 \times 0,880 = 0,509$

Total pengaruh X_1 terhadap Y = $0,074 + 0,509 = 0,583$

2. Pengaruh variabel orientasi kewirausahaan (X_2) terhadap variabel kinerja usaha (Y)

Pengaruh langsung X_2 terhadap Y = -0,049

Pengaruh tidak langsung X_2 terhadap Y = $0,155 \times 0,880 = 0,136$

Total pengaruh X_2 terhadap Y = $-0,049 + 0,136 = 0,087$

Tabel 2. Koefisien Jalur Pengaruh Tidak Langsung

Hipotesis	Variabel	Koefisien Jalur (p)	Keterangan
H ₅	Orientasi Pasar (X_1) → Keunggulan Bersaing (Z) → Kinerja Usaha (Y)	0,509	Diterima
H ₆	Orientasi Kewirausahaan (X_2) → Keunggulan Bersaing (Z) → Kinerja Usaha (Y)	0,136	Ditolak

Sumber: data diolah (2018)

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui nilai pengaruh tidak langsung variabel independen terhadap variabel dependen. Interpretasi dari Tabel 2 dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Orientasi Pasar (X_1) → Keunggulan Bersaing (Z) → Kinerja Usaha (Y)

Orientasi pasar memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja usaha melalui keunggulan bersaing yaitu sebesar (0,509), hal ini berarti H₅

diterima. Artinya apabila orientasi pasar meningkat, maka hal tersebut akan meningkatkan kinerja usaha melalui keunggulan bersaing. Jika dibandingkan pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja usaha secara langsung (lihat Tabel 1), maka dapat disimpulkan bahwa orientasi pasar tidak berpengaruh secara langsung terhadap kinerja usaha, tetapi berpengaruh secara tidak langsung (melalui variabel mediator keunggulan bersaing) terhadap kinerja usaha.

2. Orientasi Kewirausahaan (X_2) → Keunggulan Bersaing (Z) → Kinerja Usaha (Y)

Orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja usaha melalui keunggulan bersaing yaitu sebesar (0,136), hal ini berarti H_6 diterima. Artinya apabila orientasi kewirausahaan meningkat, maka hal tersebut akan meningkatkan kinerja usaha melalui keunggulan bersaing. Jika dibandingkan pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha secara langsung (lihat Tabel 1), maka

dapat disimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh secara langsung terhadap kinerja usaha, tetapi berpengaruh secara tidak langsung (melalui variabel mediator keunggulan bersaing) terhadap kinerja usaha.

4.2 Pembahasan

Hasil studi menunjukkan hipotesis 1 (H_1), yang menyatakan orientasi pasar berpengaruh terhadap keunggulan bersaing, diterima. Penelitian ini menemukan orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Dengan demikian dapat dikatakan orientasi pasar (pengumpulan dan penggunaan informasi pasar, pengembangan strategi berorientasi pasar, dan implementasi strategi berorientasi pasar) merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keunggulan bersaing. Pada perspektif empiris, hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Febriatmoko dan Raharjo (2015) dan Syukron dan Ngatno (2016).

Hasil studi menunjukkan hipotesis 2 (H₂), yang menyatakan orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing, ditolak. Penelitian ini menemukan orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Dengan demikian dapat dikatakan orientasi kewirausahaan (proaktif, pengambilan risiko, dan otonomi) belum cukup mampu untuk meningkatkan keunggulan bersaing. Pada perspektif empiris, hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Febriatmoko dan Raharjo (2015), tetapi tidak mendukung hasil penelitian Witjaksono (2014) dan Syukron dan Ngatno (2016).

Hasil studi menunjukkan hipotesis 3 (H₃), yang menyatakan orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja usaha, ditolak. Penelitian ini menemukan orientasi pasar tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Dengan demikian dapat dikatakan orientasi pasar (pengumpulan dan penggunaan informasi pasar, pengembangan strategi berorientasi pasar, dan

implementasi strategi berorientasi pasar) belum cukup mampu untuk meningkatkan kinerja usaha. Pada perspektif empiris, hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Febriatmoko dan Raharjo (2015), tetapi tidak mendukung hasil penelitian Merakati *et al.* (2017).

Hasil studi menemukan hipotesis 4 (H₄), yang menyatakan orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja usaha, ditolak. Penelitian ini menemukan orientasi kewirausahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja usaha. Dengan demikian dapat dikatakan orientasi kewirausahaan (proaktif, pengambilan risiko, dan otonomi) belum cukup mampu untuk meningkatkan kinerja usaha. Pada perspektif empiris, hasil penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian Witjaksono (2014), Febriatmoko dan Raharjo (2015), Sumiati (2015), dan Merakati *et al.* (2017).

Hasil studi menunjukkan hipotesis 5 (H₅), yang menyatakan orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja usaha melalui keunggulan bersaing, diterima. Penelitian ini

menemukan orientasi pasar berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja usaha melalui variabel keunggulan bersaing. Dengan demikian kontribusi yang diberikan keunggulan bersaing mampu menjadi mediasi yang memberikan pengaruh antara orientasi pasar terhadap kinerja usaha. Pada perspektif empiris, hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Febriatmoko dan Raharjo (2015) dan Merakati *et al.* (2017).

Hasil studi menunjukkan hipotesis 6 (H_6), yang menyatakan orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja usaha melalui keunggulan bersaing, diterima. Penelitian ini menemukan orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha melalui keunggulan bersaing. Dengan demikian kontribusi yang

diberikan keunggulan bersaing mampu menjadi mediasi yang memberikan pengaruh antara orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha. Pada perspektif empiris, hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Merakati *et al.* (2017).

Hasil studi menunjukkan hipotesis 7 (H_7), yang menyatakan keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja usaha, diterima. Penelitian ini menemukan keunggulan bersaing berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Dengan demikian dapat dikatakan keunggulan bersaing salah satu faktor yang memengaruhi kinerja usaha. Pada perspektif empiris, hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Witjaksono (2014) dan Febriatmoko dan Raharjo (2015).

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menguji dan menganalisis pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing dan

kinerja usaha baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 32 UMKM sektor manufaktur (sektor makanan,

kerajinan, konveksi, dan meubel) di Kecamatan Tempurejo Kabupaten Jember. Data yang sudah terkumpul kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis Jalur (*path analysis*). Secara keseluruhan, dari tujuh hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini terdapat empat hipotesis yang diterima dan tiga hipotesis yang ditolak. Berdasarkan pembahasan hasil penelitian, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Orientasi pasar berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing.
2. Orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.
3. Orientasi pasar tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha.
4. Orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha.
5. Orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja usaha melalui keunggulan bersaing.
6. Orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja usaha melalui keunggulan bersaing.

7. Keunggulan bersaing berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha.

5.2 Saran

Berdasarkan keterbatasan penelitian, saran-saran yang dapat diajukan untuk penelitian yang akan datang dapat diuraikan sebagai berikut.

1. Penelitian selanjutnya mungkin bisa mengambil kelompok unit usaha yang lebih spesifik sehingga mampu menjelaskan karakteristik masing-masing unit usaha.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan sampel yang lebih banyak dan mencakup daerah yang lebih luas dengan keragaman (homogenitas) tinggi sehingga hasilnya dapat digeneralisasi secara nasional.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan menambahkan variabel lain yang berpengaruh terhadap keunggulan bersaing dan kinerja usaha seperti variabel strategi bersaing dan inovasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Barney, J. B. 1991. Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*. 17(1): 99-120.
- Bititci, U. S. 2015. *Managing Business Performance: The Science and The Art*. Chichester: John Wiley & Sons Ltd.
- David, F. R. 2009. *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Febriatmoko, B. dan Raharjo, S. T. 2015. Meningkatkan Kinerja Bisnis melalui Keunggulan Bersaing Kuliner Khas Semarang (Studi pada Sentra Usaha Mikro Lumpia, Bandeng Presto dan Wingko di Kota Semarang). *2nd Conference in Business, Accounting, and Management*, Universitas Islam Sultan Agung. 2(1): 139-144.
- Keskin, H. 2006. Market orientation, learning orientation, and innovation capabilities in SMEs: An extended model. *European Journal of Innovation Management*. 9(4): 396-417.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- McDougall, P.P. dan Oviatt, B.M. 2000. International entrepreneurship: the intersection of two research paths. *Academy of Management Journal*. 43(5): 902-908.
- Merakati, I. Rusdarti, dan Wahyono. 2017. Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Orientasi Kewirausahaan melalui Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran. *Journal of Economic Education*. 6(2): 114-123.
- Ndubisi, N. O. dan J. Agarwal. 2014. Quality performance of SMEs in a developing economy: Direct and indirect effects of service innovation and entrepreneurial orientation. *Journal of Business & Industrial Marketing*. 29(6): 454-468.
- Pearce, J. A. dan R. B. Robinson. 2013. *Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Porter, M. 1980. *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: The Free Press.
- _____. 2008. *Strategi Bersaing (Competitive Strategi)*. Tangerang: Karisma Publishing Grup.
- Ruekert, R.W. 1992. Developing a market orientation: an organizational strategy perspective. *International Journal of Research in Marketing*. Vol. 9: 224-245.
- Sumiati. 2015. Pengaruh Strategi Orientasi Wirausaha dan Orientasi Pasar Pengaruhnya terhadap Kinerja Perusahaan UMKM di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*. 1(1): 31-44.
- Syukron, M. Z. dan Ngatno. 2016. Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing UMKM Jenang di Kabupaten Kudus.

- Jurnal Administrasi Bisnis*.
5(1): 24-34.
- Teece, D. J. 2009. *Dynamic Capabilities and Strategic Management*. New York: Oxford University Press Inc.
- Witjaksono, H. P. 2014. Analisis Orientasi Kewirausahaan dan Sumber Daya Internal Perusahaan terhadap Kinerja melalui Keunggulan Bersaing (Studi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Furniture Kabupaten Jepara). *Jurnal Bisnis STRATEGI*. 23(1): 82-110.
- Zaenal, A. 2012. *UMKM Sebagai tulang Punggung Perekonomian Nasional*. Bandung: Alfabeta.

**PENGARUH MOTIVASI KERJA DAN INSENTIF TERHADAP KINERJA
APARATUR PEMERINTAH KECAMATAN AMBULU
KABUPATEN JEMBER**

**RIZC DITYA PURBA TANDRI
SASONGKO**

ZARAH PUSPITANINGTYAS*

Program Studi Magister Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember

*Email: zp.zarahpuspita@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui dan menjelaskan pengaruh motivasi kerja dan insentif terhadap kinerja aparatur pemerintah kecamatan. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kausalitas dan merupakan tipe penelitian hubungan atau asosiatif dengan menggunakan data kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, observasi, wawancara dan dokumentasi.. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pegawai kecamatan dan desa-desa di Wilayah Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember sejumlah 113 orang. Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan sampel 53 orang. Analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis yang diajukan adalah regresi linier berganda dengan bantuan paket software *SPSS 16 For Windows*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial motivasi kerja berpengaruh terhadap kinerja aparatur pemerintah kecamatan, sedangkan insentif tidak berpengaruh terhadap kinerja aparatur pemerintah kecamatan.

Kata Kunci: Motivasi Kerja, Insentif, Kinerja.

I. PENDAHULUAN

Terselenggaranya *Good Governance* merupakan persyaratan bagi setiap pemerintahan untuk mewujudkan aspirasi masyarakat dalam mencapai tujuan serta cita-cita bangsa bernegara. Kedudukan dan peranan pegawai/karyawan sebagai Aparatur Sipil Negara (ASN) sangatlah penting dalam kelancaran pemerintahan, pelayanan publik, dan pembangunan nasional.

Gambaran mengenai kinerja aparatur pemerintah di saat masih jauh dari cita-cita yang dicanangkan oleh reformasi birokrasi. Indonesia masih menghadapi hambatan dalam rendahnya kinerja pelayanan birokrasi dan masih tingginya angka korupsi. Hal ini tergambar dari beberapa laporan kinerja pemerintahan seperti *The Global Competitiveness Report 2014-2015* (World Economic Forum, 2015) dimana Indonesia menempati peringkat 37 dari 140 negara, dan laporan Bank Dunia melalui *Worldwide Governance Indicators* yang menunjukkan bahwa efektivitas pemerintahan (*Government Effectiveness*) Indonesia masih

sangat rendah, dengan nilai indeks di tahun 2014 adalah -0,01. Selain itu Indeks Persepsi Korupsi (*The Corruption Perceptions Index*) Indonesia berdasarkan data dari *Transparency International* juga masih rendah pada nilai indeks 34 (dari nilai indeks bersih korupsi 100) dan berada pada ranking 107 dari 175 negara pada tahun 2014. Hal ini tentunya menjadi kendala karena pembangunan nasional dalam era persaingan global menuntut adanya birokrasi yang efisien, berkualitas, transparan, dan akuntabel, terutama terhadap prospek bidang investasi di Indonesia.

Kinerja organisasi pemerintah di sektor publik menjadi topik berbagai kajian di bidang sumber daya manusia baik yang diselenggarakan oleh institusi pemerintahan, praktisi, maupun akademisi. Kinerja dalam organisasi dianggap menjadi salah satu tolak ukur dalam pencapaian tujuan organisasi. Kinerja adalah hasil atau tingkat keberhasilan seseorang secara keseluruhan selama periode tertentu dalam melaksanakan tugas dibandingkan dengan berbagai

kemungkinan, seperti standar hasil kerja, target atau sasaran maupun kriteria yang ditentukan terlebih dahulu dan telah disepakati bersama (Rivai dan Basri, 2005).

Kinerja dalam menjalankan fungsinya tidak berdiri sendiri, tetapi berhubungan dengan kemampuan dan motivasi kerja. Oleh karena itu menurut Davis dalam Mangkunegara, (2007), ada dua faktor utama yang mempengaruhi kinerja individu yakni kemampuan (*ability*), dan motivasi kerja (*motivation*) individu tersebut. Kemampuan individual tergantung dari tingkat pengetahuan (*knowledge*) yang dimiliki, latar belakang pendidikan, dan keterampilan (*skill*) yang dikuasai. Sedangkan motivasi kerja individual tergantung sikap (*attitude*) sebagai motivasi dasar dan lingkungan yang mempengaruhi motivasi tersebut.

Motivasi kerja terkait dengan segala yang diketahui manusia tentang dirinya maupun lingkungannya. Hal ini diperoleh manusia melalui panca indra melalui rangkaian-rangkaian pengalaman manusia itu sendiri. Dengan motivasi

kerja yang tinggi maka manusia akan dapat menyelesaikan berbagai macam permasalahan yang dihadapinya sehingga motivasi itu memiliki arti yang sangat penting dalam kehidupan manusia.

Hasil penelitian Mc. Clelland dalam Supiyanto, (2015) menunjukkan bahwa motivasi berhasil memprediksi kinerja atau prestasi kerja individu dalam pekerjaan. Motivasi terkait dengan peran sumber daya manusia dalam organisasi mempunyai arti yang sama pentingnya dengan pekerjaan itu sendiri, mengingat pentingnya peran sumber daya manusia dalam organisasi. Dengan motivasi yang tinggi yang dimiliki oleh sumber daya manusia dalam suatu organisasi tentu hal ini akan menentukan kualitas sumber daya manusia yang dimiliki yang pada akhirnya akan menentukan kualitas kompetitif organisasi itu sendiri.

Insentif sebagai sarana motivasi yang mendorong para pegawai untuk bekerja dengan kemampuan yang optimal, yang dimaksudkan sebagai pendapatan ekstra di luar gaji atau upah yang telah ditentukan.

Pemberian insentif dimaksudkan agar dapat memenuhi kebutuhan para pegawai dan keluarga mereka. Menurut Mangkunegara (2009), mengemukakan bahwa insentif adalah suatu bentuk motivasi yang dinyatakan dalam bentuk uang atas dasar kinerja yang tinggi dan juga merupakan rasa pengakuan dari pihak organisasi terhadap kinerja karyawan dan kontribusi terhadap organisasi. bahwa insentif merupakan penghargaan dalam bentuk uang yang diberikan oleh suatu organisasi atau tempat bekerja kepada karyawannya atas dasar prestasi kerja yang tinggi atau bekerja melampaui standar yang telah ditentukan. Oleh karenanya insentif dapat menciptakan dorongan pada seseorang agar mau bekerja dengan baik dan agar lebih dapat mencapai tingkat kinerja yang lebih tinggi sehingga dapat membangkitkan gairah kerja dan motivasi seorang pegawai, jadi seseorang mau bekerja dengan baik apabila dalam dirinya terdapat motivasi yang kuat.

ASN diharapkan mempunyai motivasi kerja yang tinggi bekerja

dengan disiplin dalam melayani masyarakat yang membutuhkan. Pegawai yang memiliki motivasi yang tinggi akan lebih patuh dengan peraturan, perintah, mempergunakan dan merawat alat kerja dengan baik, tepat waktu, menghindari absen. Namun kenyataannya untuk memiliki sumber daya manusia yang berkualitas dan berpartisipasi tinggi bukanlah hal yang mudah. Hal tersebut berkaitan dengan sikap mental negatif yang dimiliki pegawai pemerintah. Mendukung asumsi tersebut McGregor dalam Robbins, (2008) mengemukakan pada dasarnya setiap manusia suka akan kebebasan dan tidak mau diperintah, kurang suka memikul tanggungjawab, tidak mau bekerjasama, suka mementingkan diri sendiri, mau bekerja yang ringan dengan penghasilan yang besar, seringkali pegawai melakukan pelanggaran misalnya, malas mengikuti rapat, terlambat datang di tempat kerja, atau menunda-nunda pekerjaan, kesemuanya mengarah pada persepsi kinerja organisasi yang rendah.

Motivasi kerja yang tinggi dalam organisasi dapat menimbulkan perilaku positif terhadap organisasi kerja dan memiliki andil terhadap kinerja pegawai. Memotivasi pegawai secara terus menerus akan mampu meningkatkan kualitas kinerja pegawai. Dalam suatu organisasi, memotivasi aparat dianggap sebagai salah satu tugas yang paling sulit dilakukan baik kepada aparat dalam jabatan manajerial maupun dalam jabatan non manajerial agar mereka dapat melaksanakan pekerjaannya sesuai dengan cara yang menyebabkan bahwa standar-standar hasil pekerjaan yang diekspektasi dapat dilampau.

Hasil penelitian Kusuma dkk (2015) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif insentif terhadap motivasi dan kinerja pegawai. Mengacu pada hasil tersebut, pimpinan hendaknya dapat terus meningkatkan motivasi kerja kepada pegawai. Kondisi ini mencerminkan bahwa tekad yang mencerminkan kemauan bekerja keras dan fokus pada tujuan organisasi merupakan faktor pembentuk dorongan yang

utama sehingga dalam upaya meningkatkan kinerja pegawai, peningkatan tekad ini perlu mendapat prioritas oleh pimpinan. Temuan yang sama diperoleh dari penelitian Khairati, Rusda, (2013), yang menyatakan bahwa motivasi kerja berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja karyawan, sehingga jika motivasi kerja dalam organisasi tinggi maka kinerja karyawan juga tinggi dan sebaliknya jika motivasi kerja dalam organisasi rendah maka kinerja karyawan juga rendah.

Berdasarkan kutipan-kutipan dari beberapa jurnal di atas, bisa dikatakan bahwa motivasi kerja dan insentif merupakan faktor yang dapat mengarah pada pencapaian kinerja pegawai. Seorang pegawai yang memiliki motivasi yang tinggi seperti pengetahuan, ketrampilan, kemampuan, dan sikap yang sesuai dengan jabatan yang diembannya selalu terdorong untuk bekerja secara efektif, efisien dan produktif. Hal ini terjadi karena dengan motivasi yang dimiliki pegawai bersangkutan semakin mampu untuk melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya. Insentif yang diberikan

organisasi kepada pegawai biasanya akan meningkatkan kinerja yang tinggi dan sekaligus dapat menurunkan tingkat absensi dan sebaliknya jika seorang pegawai memiliki kinerja juga rendah, maka pegawai tersebut tidak akan mendapatkan insentif. Pegawai yang akan memiliki motivasi kerja yang tinggi sedikit kemungkinan untuk mereka terlibat dalam hal yang dapat merugikan organisasi karena memiliki rasa loyalitas yang tinggi

dan selanjutnya dengan loyalitas yang tinggi, pegawai akan menunjukkan kinerja lebih baik. Mengacu pada argumen tersebut, penelitian ini memfokuskan pada motivasi kerja dan insentif serta pengaruhnya terhadap kinerja pegawai. Berdasarkan uraian di atas penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh motivasi kerja dan insentif terhadap kinerja pegawai.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Motivasi Kerja

Gray dan Starke dalam Winardi, (2001) mengemukakan definisi sebagai berikut “Motivasi adalah hasil proses-proses, yang bersifat internal atau eksternal bagi seseorang individu, yang menimbulkan sikap antusias dan persistensi untuk mengikuti arah tindakan-tindakan tertentu. Selanjutnya teori motivasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Mc. Clelland dalam Thoha (1999) ada tiga kebutuhan yaitu; (1) Kebutuhan akan prestasi, maksudnya rasa tanggung jawab yang tinggi, cenderung menetapkan

tingkat kesulitan tugas yang moderat dan menghitung resikonya dan memiliki keinginan yang kuat untuk memperoleh umpan balik atau tanggapan atas pelaksanaan atas tugasnya; (2) Kebutuhan akan afiliasi, maksudnya adalah merupakan suatu keinginan untuk melakukan hubungan bersahabat dan hangat dengan orang lain; dan (3) Kebutuhan akan kekuasaan, maksudnya adalah kebutuhan untuk mempengaruhi dan mengendalikan orang lain dan bertanggung jawab kepadanya.

2.2 Insentif

Menurut pendapat-pendapat para ahli dapat penulis simpulkan bahwa terdapat kesamaan, bahwa insentif merupakan penghargaan dalam bentuk uang yang diberikan oleh suatu organisasi atau tempat bekerja kepada karyawannya atas dasar prestasi kerja yang tinggi atau bekerja melampaui standar yang telah ditentukan. Oleh karenanya insentif dapat menciptakan dorongan pada seseorang agar mau bekerja dengan baik dan agar lebih dapat mencapai tingkat kinerja yang lebih tinggi sehingga dapat membangkitkan gairah kerja dan motivasi seorang pegawai, jadi seseorang mau bekerja dengan baik apabila dalam dirinya terdapat motivasi yang kuat.

Dari beberapa teori insentif tersebut diatas yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori insentif dari Hasibuan (2001), yang menyatakan lima aspek yang digunakan untuk mengukur insentif, yaitu sebagai berikut; (1) Kinerja; (2) Lama kerja; (3) Senioritas; (4) Kebutuhan; (5) Keadilan dan kelayakan.

2.3 Kinerja

Istilah kinerja sering digunakan untuk menyebut prestasi atau tingkat keberhasilan individu maupun kelompok individu. Kinerja bisa diketahui hanya jika individu atau kelompok individu tersebut mempunyai kriteria keberhasilan yang telah ditetapkan. Kriteria keberhasilan ini berupa tujuan-tujuan atau target-target tertentu yang hendak dicapai.

Milner dalam Sutrisno (2011), mengemukakan ada lima aspek yang digunakan untuk mengukur dari kinerja, yaitu sebagai berikut: (1) Kualitas, kualitas kerja diukur dari persepsi karyawan terhadap kualitas pekerjaan yang dihasilkan serta kesempurnaan tugas terhadap keterampilan dan kemampuan karyawan; (2) Kuantitas, merupakan jumlah yang dihasilkan dinyatakan dalam istilah seperti jumlah unit, jumlah siklus aktivitas yang diselesaikan; (3) Ketepatan waktu, merupakan tingkat aktivitas diselesaikan pada awal waktu yang dinyatakan, dilihat dari sudut koordinasi dengan hasil output serta memaksimalkan waktu yang tersedia

untuk aktivitas lain; (4) Efektivitas, merupakan tingkat penggunaan sumber daya organisasi (tenaga, uang, teknologi, bahan baku) dimaksimalkan dengan maksud menaikkan hasil dari setiap unit dalam penggunaan sumber daya; (5) Kemandirian, merupakan tingkat seorang karyawan yang nantinya akan dapat menjalankan fungsi kerja dan komitmen kerja.

2.4 Organisasi

Organisasi menurut Stoner (2012) adalah suatu pola hubungan-hubungan orang-orang di bawah pengarahan manajer (pimpinan) untuk mengejar tujuan bersama. Selanjutnya organisasi menurut Bernard (2010) merupakan suatu sistem aktivitas kerja sama yang dilakukan oleh dua orang atau lebih. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa organisasi merupakan sekumpulan orang-orang yang disusun dalam kelompok-kelompok, yang bekerjasama untuk mencapai tujuan bersama, dan atau organisasi adalah sistem kerjasama antara dua orang atau lebih, atau organisasi adalah setiap bentuk

kerjasama untuk pencapaian tujuan bersama, organisasi adalah struktur pembagian kerja dan struktur tata hubungan kerja antara sekelompok orang pemegang posisi yang bekerjasama secara tertentu untuk bersama-sama mencapai tujuan tertentu.

2.5 Hubungan Antar Variabel

1. Hubungan Motivasi Kerja dengan Kinerja Pegawai

Menurut Mangkunegara (2000) yang mencuplik dari Mc. Cellend seseorang yang mempunyai kinerja maksimal jika memiliki motif yang tinggi, motif yang dimiliki seorang harus ada dalam diri sendiri dan lingkungan kerja. Selanjutnya Gibson yang diikuti oleh Notoadmodjo (2009) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku dan kinerja adalah: (1) Faktor individu (internal) meliputi pemahaman terhadap pekerjaannya, pengalaman kerja, latar belakang keluarga, tingkat sosial ekonomi, dan faktor demografi (umur, jenis kelamin,

etnis dan sebagainya; (2) Faktor organisasi (eksternal) meliputi sumber daya manusia, kepemimpinan, desain pekerjaan dan struktur organisasi; dan (3) Faktor psikologis, meliputi persepsi terhadap pekerjaan, sikap terhadap pekerjaan, motivasi dari dalam diri individu masing-masing kepribadian. Dari dua pendapat pakar tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa hubungan motivasi kerja dengan kinerja adalah sangat erat dan kuat, karena menyangkut pada diri pribadi masing-masing, dengan kata lain baik motivasi kerja maupun kinerja ada dalam pribadi setiap pegawai atau karyawan. Kinerja dan keefektifan pegawai dalam melaksanakan tugas sangat ditentukan oleh motivasi kerja yang disyaratkan pada bidang pekerjaan tersebut. Motivasi kerja berpengaruh terhadap kinerja pegawai. Seorang pegawai yang memiliki motivasi yang tinggi seperti pengetahuan, ketrampilan, kemampuan, dan sikap yang sesuai dengan jabatan

yang diembannya selalu terdorong untuk bekerja secara efektif, efisien dan produktif. Hal ini terjadi karena dengan motivasi yang dimiliki pegawai bersangkutan semakin mampu untuk melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya. Setiap sifat perorangan yang dapat diukur atau dihitung dengan jelas dan dapat ditunjukkan untuk membedakan secara jelas seorang perilaku unggul dari seorang perilaku tidak efektif. Dengan adanya motivasi yang akan menghasilkan kinerja yang baik pada pegawai. Terkait hal ini terdapat hubungan yang positif antar motivasi dan kinerja pegawai dalam melakukan suatu pekerjaan.

H₁: Motivasi kerja berpengaruh terhadap kinerja pegawai.

2. Hubungan Insentif dengan Kinerja Pegawai

Heidjrachman (2000) mengemukakan insentif merupakan daya tarik yang

menyebabkan seseorang melakukan sesuatu karena bisa mendapatkan imbalan yang memuaskan kebutuhan. Hubungan yang paling jelas antara kompensasi dan prestasi kerja adalah melalui sistem insentif seperti yang dikemukakan Handoko (1998) menyatakan sistem insentif pada umumnya digunakan untuk menggambarkan rencana-rencana pembayaran upah yang dikaitkan secara langsung atau tidak langsung dengan berbagai standar produktivitas/kerja karyawan atau profitabilitas organisasi atau kedua kriteria tersebut. Oleh karena itu, para karyawan yang bekerja dibawah sistem insentif finansial berarti prestasi kerja mereka menentukan, secara keseluruhan atau sebagian penghasilan mereka. Dari pendapat tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa dalam memberikan insentif

organisasi harus mengetahui kebutuhan karyawan masing-masing. Dengan adanya kebutuhan, seseorang akan termotivasi melakukan pekerjaan, ini berarti dapat membantu dalam upaya memenuhi kebutuhannya. Apabila karyawan merasa kebutuhannya dapat terpenuhi dalam melakukan suatu pekerjaan, maka ia dapat termotivasi untuk bekerja lebih baik dan secara otomatis berarti kinerjanya meningkat. Pada hakekatnya insentif dapat mendorong karyawan bekerja lebih baik dengan memanfaatkan unsur-unsur kerja yang lebih optimal, karena terdorong keinginan untuk memperoleh insentif yang lebih tinggi. Hal ini dapat diperoleh apabila karyawan memenuhi target yang ditetapkan organisasi.

H₂: Insentif berpengaruh terhadap kinerja pegawai.

III. METODE PENELITIAN

1. Tipe Penelitian

Metode penelitian ini yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan penelitian survei. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kausalitas.

2. Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah motivasi kerja (X1) dan insentif (X2) serta variabel terikatnya adalah kinerja (Y).

3. Sumber dan Jenis Data

Di dalam melaksanakan penelitian ini sumber data primer yang penulis ambil berasal dari wawancara, observasi, dan kuesioner. Sumber data sekunder adalah data kedua setelah data primer (tidak diperoleh secara langsung), yang dalam penelitian ini penulis peroleh dari dokumentasi yang telah tersedia dan studi pustaka sebagai pelengkap data.

4. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu: kuesioner, observasi, wawancara, studi kepustakaan, dan dokumentasi.

5. Teknik Analisis Data

Mengenai analisis data yang digunakan oleh penulis adalah analisis kuantitatif, yaitu meyakinkan kebenaran dengan menggunakan metode statistik. Data yang telah dikumpulkan dianalisis dengan menggunakan alat analisis statistik yakni analisis regresi linear berganda (*multiple linear regression analysis*).

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Kinerja Pegawai

α = Konstanta

β_{1-2} = Koefisien Regresi

X1 = Motivasi kerja

X2 = Insentif

e = Error

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan pengujian diperoleh hasil yang dapat disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koef. Regresi	t _{hitung}	Sig.	Keterangan
Konstanta	21,220	3,860	0,000	-
Motivasi	0,962	6,194	0,000	Signifikan
Insentif.	0,330	1,558	0,126	Tidak signif.
	R Square			0,609
	F _{hitung}			38,920
	F _{sig}			0,000
	N			53

Sumber: Data diolah tahun 2017

Berdasarkan Tabel 1 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 21,220 + 0,962X_1 + 0,330X_2$$

$$\text{Kinerja} = 21,220 + 0,962 \text{ motivasi} + 0,330 \text{ insentif}$$

Hal ini dapat diartikan bahwa:

- Konstanta 21,220 dapat diartikan bahwa tanpa dipengaruhi oleh segala variabel maka variabel kinerja sudah mempunyai besaran senilai 21,220.
- Konstanta 0,962 yang mendampingi X_1 dapat diartikan bahwa dengan peningkatan 1 satuan variabel motivasi maka akan mengakibatkan

meningkatnya kinerja sebesar 0,962 satuan.

- Konstanta 0,330 yang mendampingi X_2 dapat diartikan bahwa dengan peningkatan 1 satuan variabel insentif maka akan mengakibatkan meningkatnya kinerja sebesar 0,330 satuan.

4.2 Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

Dari hasil analisa SPSS Tabel 1 menunjukkan bahwa determinasi yang ditunjukkan dengan R Square mempunyai angka 0,609. Hal ini dapat diartikan bahwa motivasi dan insentif berpengaruh sebesar 60,9% terhadap kinerja. Sementara

Adjusted R Square menunjukkan angka 0,593 yang dapat diartikan bahwa kinerja dipengaruhi sebesar 40.7% oleh faktor-faktor lain diluar penelitian. Faktor-faktor lain tersebut dapat berupa (kompetensi, komitmen organisasi, budaya organisasi, dan lain-lain).

4.3 Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat sebagai berikut:

1. Pengaruh variabel motivasi (X1) terhadap kinerja pegawai (Y)

Hasil analisis data menunjukkan bahwa t hitung untuk motivasi sebesar 6,194 yang lebih besar dari 2,006 yang merupakan besarnya t tabel dengan 53 responden sampel serta α 0,025 yaitu tingkat kesalahan 5%. Hal ini dapat diartikan bahwa menerima H_a dan menolak H_0 . Atau dapat dikatakan bahwa motivasi berpengaruh terhadap kinerja. Apalagi dengan nilai signifikansi

sebesar 0,000 yang kurang dari derajat kesalahan sebesar 5% atau 0,05. Hal ini dapat diartikan bahwa motivasi berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja.

2. Pengaruh variabel insentif (X2) terhadap kinerja pegawai (Y)

Hasil analisis data menunjukkan bahwa t hitung untuk insentif sebesar 1,558 yang lebih kecil dari 2,006 yang merupakan besarnya t tabel dengan 53 responden sampel serta α 0,025 yaitu tingkat kesalahan 5%. Hal ini dapat diartikan bahwa menerima H_0 dan menolak H_a . Atau dapat dikatakan bahwa insentif tidak berpengaruh terhadap kinerja. Apalagi dengan nilai signifikansi sebesar 0,126 yang lebih dari derajat kesalahan sebesar 5% atau 0,05. Hal ini dapat diartikan bahwa insentif tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja.

4.4 Pembahasan

1. Pengaruh Motivasi Kerja terhadap Kinerja Pegawai

Hasil pengujian dan analisis data menunjukkan motivasi berpengaruh signifikan dan positif. Artinya apabila nilai variabel motivasi (X1) mengalami kenaikan maka nilai variabel kinerja organisasi (Y) juga akan mengalami kenaikan. Berdasarkan hasil kuesioner dari Aparatur Pemerintahan Kecamatan Ambulu di Kabupaten Jember rata-rata distribusi jawaban responden berada pada kategori setuju berkaitan dengan motivasi sebesar 6,194. Hal tersebut memiliki arti bahwa semakin baik motivasi dalam pemerintahan maka akan meningkatkan kinerja pemerintahan. Variabel motivasi dalam penelitian ini diukur melalui tiga indikator yaitu kebutuhan akan prestasi, kebutuhan akan afiliasi, dan kebutuhan akan kekuasaan. Indikator tersebut merupakan suatu faktor yang akan

mempengaruhi kinerja pemerintahan.

Jika ketiga indikator motivasi diurutkan dari yang memberikan pengaruh terbesar pada kinerja pemerintahan, maka indikator yang memiliki pengaruh terbesar dalam kategori jawaban baik adalah kebutuhan akan prestasi dengan nilai skor 55,85%. Dengan presentase skor yang berbeda tiap itemnya. Jika diurutkan pada pernyataan yang paling tinggi yaitu pada bagaimana respon masyarakat terhadap pelayanan kepada masyarakat. Hal ini berarti bahwa jika pemberian motivasi yang baik maka diharapkan pelayanan terhadap masyarakat semakin baik.

Indikator kebutuhan akan afiliasi mempunyai nilai skor 45,29% pernyataan yang paling tinggi yaitu pada pernyataan pekerjaan sesuai harapan masyarakat. Pernyataan ini berarti bahwa pekerjaan yang dilakukan Aparatur Kecamatan dinilai oleh masyarakat.

Selanjutnya indikator kebutuhan akan kekuasaan dengan nilai skor 39,63%. urutan pernyataan yang paling banyak menjawab dalam kategori baik yaitu penguasaan peralatan yang ada di Pemerintahan Kecamatan. Pernyataan ini berarti semakin banyak peralatan yang dikuasai maka semakin baik pula kinerja Aparatur Pemerintahan.

2. Pengaruh Insentif terhadap Kinerja Pegawai

Hasil pengujian dan analisis data menunjukkan insentif tidak berpengaruh signifikan dan negatif. Artinya apabila nilai variabel insentif (X₂) mengalami penurunan maka nilai variabel kinerja aparatur pemerintahan (Y) juga akan mengalami penurunan. Berdasarkan hasil kuesioner dari Aparatur Pemerintahan Kecamatan Ambulu di Kabupaten Jember rata-rata distribusi jawaban responden berada pada kategori sedang berkaitan dengan insentif

sebesar Ha 1,558, yang memiliki arti bahwa semakin tinggi nilai variabel insentif dalam pemerintahan maka nilai variabel kinerja pemerintahan cenderung sedang atau konstan. Variabel insentif dalam penelitian ini diukur melalui lima indikator yaitu kinerja, lama bekerja, senioritas, kebutuhan hidup dan keadilan atau kelayakan. Indikator tersebut merupakan suatu faktor yang akan mempengaruhi kinerja pemerintahan.

Jika kelima indikator insentif diurutkan dari kategori sangat buruk atau yang tidak memberikan pengaruh terbesar pada kinerja pemerintahan, maka indikator yang memiliki pengaruh terbesar dalam kategori jawaban sangat buruk adalah kinerja dengan nilai skor 83,00 %, dengan presentase skor yang berbeda tiap itemnya. Jika diurutkan pada pernyataan yang paling tinggi yaitu pada *Standart Operational Procedure* (SOP) dalam melakukan pelayanan terhadap masyarakat. Hal ini

berarti bahwa pemberian insentif masih belum mampu memaksimalkan kinerja Aparatur Pemerintahan sesuai SOP.

Indikator selanjutnya yaitu lama bekerja mempunyai nilai skor 26,42 %, dengan pernyataan kategori sangat buruk yaitu pemberian insentif antara yang sudah lama bekerja dengan yang baru tidak seimbang. Pernyataan ini berarti bahwa pemberian insentif kurang merata antara aparatur yang bekerja lama dengan yang baru bekerja. Indikator senioritas dengan nilai skor 7,55 %, dengan menjawab dalam kategori sangat buruk yaitu pernyataan mengenai pengalaman dalam bekerja.

Pernyataan ini berarti semakin banyak pengalaman dalam bekerja semakin besar berpeluang mendapat insentif. Indikator kebutuhan hidup dengan nilai skor 1,88 %, dalam kategori sangat buruk yaitu mengenai pemberian insentif sebagai kebutuhan sehari-hari. Pernyataan ini berarti pemberian insentif dipandang sebagai kebutuhan sehari-hari. Indikator keadilan dan kelayakan dengan nilai skor 11,32 % dalam kategori pernyataan sangat buruk yakni mengenai pemerataan insentif bagi senior dengan junior atau yang baru bekerja. Pernyataan ini berarti insentif yang diterima senior berbeda dengan junior atau yang baru bekerja.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan tersebut diatas maka dapat disimpulkan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Motivasi kerja berpengaruh terhadap kinerja. Hal ini bisa

dibuktikan dari hasil uji regresi berganda yang menunjukkan pengaruh yang positif antara motivasi kerja dengan model yang searah yang artinya apabila nilai motivasi kerja naik maka

- nilai kinerja akan naik secara signifikan.
2. Insentif tidak berpengaruh terhadap kinerja. Hal ini bisa dibuktikan dari hasil regresi berganda dari jawaban responden yang menunjukkan pengaruh yang negatif antara insentif dengan kinerja yang artinya apabila nilai insentif naik maka nilai kinerja cenderung konstan atau turun.
 3. Adapun beberapa alasan mengapa insentif tidak berpengaruh dalam kinerja Aparatur Pemerintahan Ambulu Kabupaten Jember antara lain:
 - a. Pemberian insentif tidak diberikan setiap harinya atau tidak rutin diberikan.
 - b. Insentif diberikan hanya pada saat tertentu dan di waktu yang telah ditentukan.
 - c. Pemberian insentif hanya diberikan pada orang-orang yang telah ditentukan oleh pimpinan.
 - d. Insentif didalam budaya organisasi publik tidak mengutamakan mencari keuntungan melainkan *public service* atau pelayanan terhadap masyarakat.
 - e. Pembagian insentif yang belum merata antara yang diterima oleh yang lama bekerja dengan yang baru bekerja.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut di atas, saran yang penulis sampaikan sebagai berikut:

1. Motivasi kerja perlu ditingkatkan terus oleh pimpinan, agar pekerjaan yang diharapkan oleh organisasi dapat tercapai dengan baik.
2. Dalam memotivasi kerja diharapkan para Aparatur Pemerintahan bisa memaksimalkan kinerjanya baik dari segi pelayanan masyarakat maupun dari kinerja organisasi.

3. Insentif yang diberikan kepada bawahan harus merata, jangan hanya pegawai itu saja yang mendapatkan insentif.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- As'ad, Moh. 2003. *Psikologi Industri*. Yogyakarta: Lyberty.
- Anoraga dan Suyati, 1995, *Psikologi Industri*, PT. Dunia Pustaka Jaya: Jakarta.
- Handoko, Hani, 2008. *Manajemen Personalia Sumber Daya Manusia*. Edisi Kedua, Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- Handoko, Hani, 1998, *Manajemen Suatu Pengantar*, Jakarta: Ghalia.
- Hasibuan, Malayu, 1999, *Organisasi dan Motivasi*, Bandung: Bumi Aksara.
- Hasibuan, Malayu. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Gunung Agung.
- Heidjrachman, 2000, *Manajemen Personalia*, Ed. 4, Yogyakarta: BPFE UGM.
- Koentjaraningrat. 2007. *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Luthans, Fred. 2006. *Perilaku Organisasi*. (Alih Bahasa V.A Yuwono, dkk), Edisi Bahasa Indonesia, Yogyakarta: ANDI.
- Mangkunegara, 2007. *Evaluasi Kinerja*, Bandung: PT. Refika Aditama.
- Mangkunegara, 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, PT Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2011. *Evaluasi Kinerja SDM*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Mangkunegara, Anwar Prabu, 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Notoadmodjo, 2009, *Pengembangan Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Panggabean, 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Rivai & Ella Jauvani, 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan, Edisi Kedua*, Jakarta: PT. Remaja Grafindo Persada.
- Rivai, Veithzal dan Ahmad Fawzi Mohd Basri. 2005. *Performance Appraisal*. Cetakan Pertama. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rivai, Veithzal. 2005. *Evaluasi Kinerja*. Bandung: Refika Utama.
- Robbins, Stephen. 2008. *Perilaku Organisasi*. Terjemahan: Benyamin Molan. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Sedarmayanti. 2007. *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. Bandung: CV. Mandar Maju.

- Subarsono, A. G. 2005. *Analisis Kebijakan Publik (Konsep, Teori dan Aplikasi)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Administrasi dilengkapi dengan Metode R & D*, Bandung: Alfabeta.
- Siagian, Sondang P, 2002. *Kiat Meningkatkan Produktivitas Kerja*, Asdi Mahasatya: Jakarta.
- Sutrisno, Edy, 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana.
- Sutrisno, Edy, 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Timpe, A Dale. 2004. *Seri Manajemen Sumber Daya Manusia (Kineja/ Performance, Cet. 4)*. Jakarta: PT Elek Media Komputindo.
- Wibowo. 2007. *Manajemen Kinerja*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Yani, M., 2012, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Mitra Wacana Media.

**PENGARUH LINGKUNGAN KERJA DAN GAYA KEPEMIMPINAN
TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PERUSAHAAN CUCI
SARANG BURUNG WALET MANGLI JAYA**

ALIFIAN NUGRAHA*

WINARTI NINGSIH

Program Studi Ilmu Administrasi Niaga

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Pembangunan Jember

*Email: iandgrahasaputra@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lingkungan kerja dan gaya kepemimpinan terhadap kinerja karyawan pada perusahaan cuci sarang burung walet Mangli Jaya. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yaitu suatu bentuk pengumpulan data yang bertujuan menggambarkan dan menekankan analisisnya pada data data numerik atau angka guna menguraikan suatu keadaan atau masalah dari objek yang diteliti. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan Perusahaan Cuci Sarang Burung Walet Mangli Jaya kec. Kaliwates Jember yang berjumlah 31 orang. Mengingat jumlah populasi yang tersedia dalam penelitian ini kecil, maka penelitian ini mengobservasi semua anggota jadi semua populasi dijadikan sampel penelitian. Berdasarkan masalah yang timbul, tujuan penelitian, dan hasil analisis, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: Koefisien determinasi dinyatakan nilai Adjusted R Square adalah 0,704 atau 70,4%. Regresi berganda dengan persamaan $Y = 3,967 + 0,136X_1 + 0,080X_2 + 0,704$ artinya tanpa dipengaruhi apapun maka kinerja karyawan mempunyai nilai konstanta positif sebesar 3,967. Dengan peningkatan satu variabel X_1 maka akan meningkatkan kinerja karyawan sebesar 0,136 satuan. Dengan peningkatan satu variabel X_2 maka akan meningkatkan kinerja karyawan sebesar 0,080 satuan. Uji secara simultan lingkungan kerja dan gaya kepemimpinan berpengaruh terhadap kinerja karyawan di Perusahaan Cuci Sarang Burung Walet Mangli Jaya kec. Kaliwates Jember. Uji secara parsial hanya satu variabel yang berpengaruh terhadap kinerja karyawan, yaitu variabel gaya kepemimpinan

Kata Kunci: Karyawan, Kinerja, Gaya Kepemimpinan

I. PENDAHULUAN

Kinerja karyawan dalam perusahaan memiliki peranan penting dalam mencapai tujuan perusahaan, dengan karyawan yang memiliki kesadaran, kesetiaan, disiplin dan bertanggung jawab atas segala tugas pekerjaan yang diberikan dan dikerjakan sesuai dengan standar maka kinerja perusahaan keseluruhan akan meningkat.

Di dalam perusahaan, sumber daya manusia merupakan salah satu unsur yang terpenting dalam suatu perusahaan. Kemajuan sebuah perusahaan ditentukan oleh kinerja dan keefektifan para karyawan dalam menjalankan tugas pokoknya. Setiap perusahaan mengharapkan karyawan yang bekerja mampu melaksanakan tugas secara efektif dan efisien. Tujuannya agar perusahaan dapat terus meningkatkan daya saing terhadap perusahaan lainnya.

Perusahaan dan karyawan adalah dua pihak yang saling membutuhkan. Menurut Mangkunegara (2010) banyak faktor yang mempengaruhi kinerja, antara lain: motivasi, kepemimpinan, lingkungan kerja, intensif,

komunikasi, budaya kerja, kedisiplinan, pendidikan dan pelatihan. Kinerja karyawan dapat diartikan hasil secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.

Setiap pemimpin pada dasarnya memiliki perilaku yang berbeda dalam memimpin para pengikutnya, perilaku para pemimpin itu disebut dengan gaya kepemimpinan.

Tugas pemimpin sebuah perusahaan untuk menciptakan kegiatan yang bertujuan melalui visi, misi, strategi organisasi yang disiapkan sebagai sarana untuk mencapai tujuan organisasi. Pemimpin dalam suatu organisasi dituntut untuk memilih gaya kepemimpinan, seorang pemimpin harus memperhatikan faktor-faktor seperti faktor dari pemimpin itu sendiri, faktor yang ada pada bawahan, dan faktor lingkungan atau situasi dan kondisi yang ada disekitar organisasi.

Berhasil tidaknya perusahaan atau organisasi dalam mencapai

tujuan selain bergantung pada kepemimpinan dan gaya kepemimpinan juga bergantung pada kualitas sumber daya manusianya, yang ditunjukkan melalui tingkat kedisiplinan kerja.

Kinerja pegawai bukan hanya merupakan hasil kerja yang dicapai seorang dalam melaksanakan tugas yang dibebankan tetapi disiplin kerja pegawai dan perilaku kerja pegawai. Pegawai dapat bekerja dengan baik bila memiliki kinerja yang tinggi sehingga dapat menghasilkan kerja yang baik.

Perusahaan Cuci Sarang Burung Walet Mangli Jaya kec. Kaliwates Jember merupakan perusahaan milik perorangan yang bergerak dibidang jasa perdagangan sarang burung walet dan kondisi nyata melakukan kegiatan aktivitas dibidang ekspor, perusahaan ini kaitannya dengan pemasaran sudah menjangkau ekspor di negara China, namun dalam pengirimannya menggunakan pihak kedua di surabaya. Perusahaan Cuci Sarang Burung Walet Mangli Jaya kec. Kaliwates Jember mempunyai 31 karyawan yang semuanya adalah perempuan sehingga setiap karyawan

memiliki keterampilan yang berbeda. Di perusahaan ini karyawan dibagi menjadi 2 bagian yaitu bagian pembersihan berjumlah 25 orang dan bagian cetak 6 orang.

Berdasarkan hasil observasi pada perusahaan Cuci Sarang Burung Walet Mangli Jaya kec. Kaliwates Jember didapatkan beberapa permasalahan yang di hadapi oleh para karyawan, diantaranya pada lingkungan kerja fisik berupa penerangan ditempat kerja, karena diperusahaan ini menggunakan penerangan lampu sehingga ketika listrik padam para karyawan tidak dapat membersihkan sarang burung walet karena kurangnya fasilitas generator yang ada di perusahaan, selain itu sirkulasi udara di perusahaan kurang dikarenakan jendela sedikit dan hanya memiliki 2 kipas angin, hal ini dapat menghambat para karyawan dalam menyelesaikan pekerjaannya ketika cuaca panas karena sirkulasi udara tidak lancar. Untuk lingkungan kerja non fisik berupa hubungan yang harmonis antar karyawan yang masih ada kendala dikarenakan sistem kerja borongan dan perbedaan

kinerja masing-masing karyawan sehingga terjadi persaingan antara para karyawan, walaupun perusahaan sudah memberi insentif sebagai penunjang semangat kerja karyawan namun tidak semua karyawan mempunyai kesempatan untuk maju dikarenakan setiap karyawan memiliki kreatifitas dan kecekatan dalam bekerja yang berbeda sehingga dapat menentukan pendapatan insentif yang diterima.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen sumber daya manusia merupakan suatu bidang manajemen yang khusus mempelajari hubungan dan peranan manusia dalam organisasi perusahaan. Beberapa pendapat para ahli tentang definisi manajemen sumber daya manusia, antara lain menurut Hasibuan (2001:10) adalah ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien, membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan dan masyarakat.

Hal-hal tersebut yang membuat kinerja karyawan menurun.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengambil judul **“Pengaruh Lingkungan Kerja dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Cuci Sarang Burung Walet Mangli Jaya kec. Kaliwates Jember”**.

2.2 Fungsi-Fungsi Pokok Manajemen Sumber Daya Manusia

Fungsi operasional manajemen sumber daya manusia menurut Jiwanto (1985:11) adalah memperoleh jenis karyawan yang tepat dan jumlah karyawan yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan organisasi. Lain halnya, fungsi manajemen sumber daya manusia sama halnya dengan fungsi yang ada dalam manajemen sendiri, seperti apa yang dikemukakan G. Terry dalam bukunya *Principle of Management* yang menyatakan bahwa, fungsi manajemen meliputi

Planning, Organizing, Actuating dan Controlling (POAC).

2.3 Kepemimpinan

Kepemimpinan berarti kemampuan dan kesiapan yang dimiliki oleh seseorang untuk dapat mempengaruhi, mendorong, mengajak, menuntun, menggerakkan, dan mengarahkan orang atau kelompok agar menerima pengaruh tersebut dan selanjutnya berbuat sesuatu yang dapat membantu tercapainya suatu tujuan tertentu yang telah ditetapkan.

Pada dasarnya kepemimpinan meliputi proses mempengaruhi dalam menentukan tujuan organisasi atau instansi, memotivasi perilaku bawahan untuk mencapai tujuan, mempengaruhi untuk perbaikan kelompok. Hal tersebut dapat dilihat dari keberhasilan seorang pemimpin dalam menggerakkan orang lain dalam mencapai tujuan.

2.4 Teori Kepemimpinan

Teori kepemimpinan yang dikemukakan oleh Veitzhal Rivai, Deddy Mulyadi (2012:7) mengemukakan bahwa teori yang

berusaha untuk mengidentifikasi karakteristik khas (fisik, mental, kepribadian) yang dikaitkan dengan keberhasilan kepemimpinan. Teori mengenai kepemimpinan dapat digolongkan kedalam dua pendekatan utama, yaitu:

1. Pendekatan Sifat
2. Pendekatan Kepribadian Perilaku

2.5 Tipe Kepemimpinan

Kepimpinan di dalam melaksanakan fungsi-fungsinya, maka akan berlangsung aktivitas kepemimpinan. Apabila aktivitas dapat dicapai dan sesuai dengan rencana maka akan terlihat gaya kepemimpinan dengan polanya masing-masing. Veitzhal Rivai (2012:42) mengemukakan gaya kepemimpinan memiliki tiga pola dasar, yaitu:

1. Gaya kepemimpinan yang berpola pada kepentingan pelaksanaan tugas
2. Gaya kepemimpinan yang berpola pada pelaksanaan hubungan kerja sama.
3. Gaya kepemimpinan yang berpola pada kepentingan hasil yang dicapai.

2.6 Lingkungan Kerja

Lingkungan kerja adalah lingkungan yang berada disekitar pegawai karena mereka bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama. Masalah lingkungan kerja perlu diperhatikan karena akan berdampak, dalam proses produktivitas.

Lingkungan kerja adalah tempat dimana pegawai melakukan aktivitas setiap harinya. Lingkungan kerja yang kondusif memberikan rasa aman dan memungkinkan pegawai bekerja dengan optimal. Jika pegawai menyenangi lingkungan kerja dimana dia bekerja, maka pegawai tersebut merasa nyaman di tempat kerjanya dan melakukan aktivitas sehingga waktu kerja dipergunakan secara efektif.

2.7 Kinerja Pegawai

Kinerja pegawai memiliki peran yang sangat penting dalam melaksanakan setiap pekerjaan dengan harapan tercapainya tujuan perusahaan. Tujuan perusahaan akan sulit untuk dicapai apabila banyak pegawai yang tidak menyelesaikan pekerjaan dengan baik dan tidak tepat waktu hal ini akan merugikan perusahaan.

Tujuan evaluasi kinerja adalah untuk memperbaiki dan meningkatkan kinerja organisasi melalui peningkatan kinerja Sumber Daya Manusia (SDM) organisasi, dalam penilaian kinerja tidak hanya semata-mata menilai hasil fisik tetapi pelaksanaan pekerjaan secara keseluruhan yang menyangkut berbagai bidang seperti kemampuan, kerajinan, disiplin, hubungan kerja, atau hal-hal khusus sesuai dengan bidang dan tugasnya semua layak untuk dinilai.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yaitu suatu

bentuk pengumpulan data yang bertujuan menggambarkan dan menekankan analisisnya pada data data numerik atau angka guna

menguraikan suatu keadaan atau masalah dari objek yang diteliti. Unit analisis dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan di Perusahaan Cuci Sarang Burung Walet Mangli Jaya kec. Kaliwates Jember.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini lokasi yang dipilih menjadi objek penelitian adalah Perusahaan Cuci Sarang Burung Walet Mangli Jaya yang beralamat di Jl. Otto Iskandar Dinata No. 22-23 Mangli kec. Kaliwates Jember. Operasional penelitian dilakukan selama 3 bulan pada bulan Agustus – Desember 2018.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan Perusahaan Cuci Sarang Burung Walet Mangli Jaya kec. Kaliwates Jember yang berjumlah 31 orang. Mengingat jumlah populasi yang tersedia dalam penelitian ini kecil, maka penelitian ini mengobservasi semua anggota jadi semua populasi dijadikan sampel penelitian. Teknik pengambilan

sampel dengan menggunakan metode sampel jenuh.

3.4 Definisi Operasional

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini perlu diidentifikasi terlebih dahulu agar tidak terdapat perbedaan cara pandang terhadap variabel penelitian. Variabel yang diidentifikasi sebagai variabel bebas adalah Lingkungan Kerja (X_1) dan Gaya Kepemimpinan (X_2). Sedangkan variabel terikat adalah Kinerja Karyawan (Y).

1. Variabel Bebas/*Independent Variable* (X)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2013:43).

a. Lingkungan Kerja (X_1)

Lingkungan kerja adalah keseluruhan alat perkakas dan bahan yang dihadapi, lingkungan sekitarnya dimana seseorang bekerja, metode kerjanya, serta pengaturan kerjanya baik sebagai perseorangan maupun sebagai kelompok, dapat ditarik

kesimpulannya bahwa kondisi lingkungan kerja yang baik akan menunjang produktivitas karyawan yang pada akhirnya berdampak pada kenaikan tingkat kinerja karyawan.

b. Gaya Kepemimpinan

Teori kepemimpinan yang dikemukakan oleh Veitzhall Rivai, Deddy Mulyadi (2012:7) mengemukakan bahwa teori yang berusaha untuk mengidentifikasi karakteristik khas (fisik, mental, kepribadian) yang dikaitkan dengan keberhasilan kepemimpinan. Teori

2. Variabel Terikat/*Dependent Variable* (Y)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang terjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2013:43). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kinerja karyawan (Y).

Kinerja adalah hasil kerja (*output*) baik kualitas maupun

kuantitas yang dicapai karyawan dalam melaksanakan pekerjaan sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.

3.5 Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Data dalam penelitian ini menggunakan data interval, dikarenakan menggunakan skala likert.

2. Sumber Data

Ada dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer pada penelitian ini adalah hasil kuisisioner yang langsung dibagikan dan di isi oleh seluruh karyawan di Perusahaan Cuci Sarang Burung Walet Mangli Jaya Kec. Kaliwates Jember.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2013).

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Validitas

Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, n dalam penelitian ini adalah jumlah sampel. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 31 dan besarnya df dapat dihitung $31-2=29$. Dengan $df=29$ dan pada taraf signifikan 95 % atau α 5% diperoleh $r_{tabel} = 0,3550$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai positif maka item pertanyaan atau indikator dinyatakan valid (Ghozali, 2013:45).

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Ket.
Lingkungan Kerja	Q1	0,824	0,3550	Valid
	Q2	0,826	0,3550	Valid
	Q3	0,814	0,3550	Valid
Kepemimpinan	Q1	0,905	0,3550	Valid
	Q2	0,887	0,3550	Valid
	Q3	0,914	0,3550	Valid
Kinerja Karyawan	Q1	0,967	0,3550	Valid
	Q2	0,455	0,3550	Valid
	Q3	0,959	0,3550	Valid

Sumber : Data diolah (2018)

Berdasarkan Tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai dari r_{hitung} keseluruhan item yang diuji bernilai positif dan lebih besar daripada nilai r_{tabel} . Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini lolos dalam uji validitas dan dinyatakan valid.

4.2 Uji Realibilitas

Reliabilitas melalui perhitungan SPSS diukur dengan uji statistik *Cronbach Alpha*, variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,6$.

Tabel 2. Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Lingkungan Kerja	0,749	Reliabel
Kepemimpinan	0,885	Reliabel
Kinerja Usaha	0,777	Reliabel

Sumber: Data diolah (2018)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai *Cronbach Alpha seluruh Item variabel* $> 0,6$. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

4.3 Uji Asumsi Klasik

Analisis yang dilakukan untuk menilai apakah di dalam sebuah model regresi linear Ordinary Least Square (OLS) terdapat masalah-masalah asumsi klasik.

1. Uji Normalitas

Tabel 3. Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
Kolmogorov-Smirnov Z	0,149
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,079

Sumber : Data diolah (2018)

Dapat diketahui nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* adalah 0,149 dan nilai *Asymp. Sig.* = 0,079 lebih besar dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa data yang telah diolah memiliki nilai residual normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Salah satu cara untuk mendeteksi adalah dengan uji glejser, dengan kriteria pengujian jika semua variabel bernilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai $sig. > 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas, namun jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai $sig. < 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas. Dan t_{tabel} diperoleh dari $df=n-k$ atau $31-3=28$ maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,701.

Tabel 4. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	t_{hitung}	Sig.	Keterangan
Lingkungan Kerja	1,459	0,156	Bebas Heteroskedastisitas
Kepemimpinan	1,143	0,263	Bebas Heteroskedastisitas

Sumber : Data diolah (2018)

3. Uji Multikolinearitas

Apabila nilai *Tolerance* $< 0,10$ dan nilai *VIF* > 10 , maka terjadi multikolinearitas. Tetapi apabila nilai *Tolerance* $> 0,10$ dan nilai *VIF* < 10 , maka tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 5. Uji Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Lingkungan Kerja	0,514	1,945	Bebas Multikolinearitas
Kepemimpinan	0,514	1,945	Bebas Multikolinearitas

Sumber : Data diolah (2018)

4.4 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *Adjusted R Square* sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 6. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^a				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.634 ^b	.402	.360	1.72843

a. Predictors: (Constant), Kepemimpinan, Lingkungan Kerja
b. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Sumber : Data diolah (2018)

Diketahui nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,402 atau 40,2% yang berarti bahwa sumbangan atau kontribusi dari variabel Lingkungan Kerja (X_1) dan Kepemimpinan (X_2) terhadap Kinerja Karyawan (Y) sebesar 0,402. Sedangkan sisanya dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$e = 1 - R^2$$

$$e = 1 - 0,402$$

$$e = 0,598 \text{ atau } 59,8\% \text{ (nilai } e_1)$$

Angka 59,8% mempunyai makna besarnya faktor lainnya yang tidak diterangkan pada penelitian ini.

4.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Tabel 7. Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	Partial	
1 (Constant)	1,685	1,820			,307
Lingkungan Kerja	,008	,204	,000	,032	,875
Kepemimpinan	,616	,191	,830	,320	,004

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Sumber : Data diolah (2018)

Dari Tabel diatas dapat diperoleh persamaan regresi $Y = 1,685 + 0,008X_1 + 0,616X_2$, dari persamaan tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Konstanta (a) = 1,685

Nilai konstanta positif sebesar 1,820, tanda positif menunjukkan hubungan yang searah. Artinya jika lingkungan kerja (X_1) dan kepemimpinan (X_2) dikontrol (dianggap konstan), maka variabel kinerja Karyawan (Y) akan naik.

2. Koefisien Lingkungan kerja (X_1) = 0,008

Variabel lingkungan kerja (X_1) memiliki pengaruh positif terhadap kinerja karyawan (Y) yaitu sebesar 0,008. Tanda positif menunjukkan hubungan yang searah. Artinya, jika lingkungan kerja (X_1) naik dan kepemimpinan (X_2) dikontrol (dianggap konstan), maka kinerja karyawan (Y) akan naik.

3. Koefisien Kepemimpinan (X_2) = 0,616

Variabel kepemimpinan (X_2) memiliki pengaruh positif terhadap kinerja karyawan (Y) yaitu sebesar 0,616. Tanda positif menunjukkan hubungan yang searah. Artinya, jika kepemimpinan (X_2) dan lingkungan kerja (X_1) dikontrol (dianggap konstan), maka kinerja karyawan akan naik.

4.6 Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{Tabel} . Untuk *degree of freedom* (df_1) = k-1, df_2 = n-k. besarnya df adalah $df_1 = 3-1 = 2$, $df_2 = 31-3 = 28$, pada taraf signifikan 95 % atau alpha

(α) 5% diperoleh nilai F_{tabel} model I = 3,32.

Tabel 8. Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	96,288	2	28,143	9,420	.001 ^b
	Residual	83,648	28	2,987		
	Total	139,936	30			

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

b. Predictors: (Constant), Kepemimpinan, Lingkungan Kerja

Sumber : Data diolah (2018)

Dapat dilihat bahwa nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, yaitu $9,420 > 3,32$ dengan nilai signifikansi 0,01. Dengan nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ dan nilai signifikannya $< 0,05$, hal ini berarti H_a diterima. Artinya variabel lingkungan kerja dan kepemimpinan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja karyawan

4.7 Uji t (Parsial)

Kriteria pengujian dengan tingkat signifikansi (α) = 0,05 ditentukan sebagai berikut:

Tabel 9. Uji t

Variabel	t _{tabel}	t _{hitung}	Sig.	Keterangan
Lingkungan Kerja	1,701	0,032	0,975	Ditolak
Kepemimpinan	1,701	3,090	0,004	Diterima

- Apabila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- Apabila $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak
- t_{tabel} diperoleh dengan derajat bebas (df) : $df = n - k$

- t_{tabel} model I : $31 - 3 = 28$
maka diperoleh nilai $t_{\text{tabel}} = 1,701$.

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan yaitu pengaruh lingkungan kerja dan gaya kepemimpinan terhadap kinerja karyawan di perusahaan cuci sarang burung walet mangli jaya kec. Kaliwates Jember, kabupaten Jember, dapat diketahui bahwa hipotesis 1 diterima, artinya lingkungan kerja dan gaya kepemimpinan secara simultan berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Hal ini terjadi karena karyawan terlibat secara langsung dalam suasana lingkungan kerja yang ada di perusahaan dan pemberian insentif yang diterima oleh karyawan. Hasil penelitian ini mendukung teori dari Sedarmayanti (2001) yang menyatakan bahwa lingkungan kerja adalah keseluruhan alat perkakas dan bahan yang dihadapi, lingkungan sekitarnya dimana seseorang bekerja, metode kerjanya, serta pengaturan kerjanya baik sebagai perseorangan maupun

sebagai kelompok, dapat ditarik kesimpulannya bahwa kondisi lingkungan kerja yang baik akan menunjang produktivitas karyawan yang pada akhirnya berdampak pada kenaikan tingkat kinerja karyawan, serta menurut Sarwoto (2010), gaya kepemimpinan merupakan perangsang ataupun pendorong yang diberikan dengan sengaja kepada para pekerja agar dalam diri mereka timbul semangat yang lebih besar untuk berprestasi bagi organisasi.

Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa hipotesis 1 ditolak, artinya variabel lingkungan kerja tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan di perusahaan cuci sarang burung walet mangli jaya kec. Kaliwates Jember. Hal ini bertentangan dengan teori Mangkunegara (2004) yang menyatakan lingkungan kerja mempunyai hubungan yang sangat erat terhadap kinerja karyawan, motif berprestasi yang perlu dimiliki oleh karyawan harus ditumbuhkan dari dalam diri sendiri dan dari lingkungan kerja, karena motif berprestasi yang ditumbuhkan dari dalam diri sendiri akan membentuk

suatu kekuatan diri dan jika situasi lingkungan kerja turut menunjang maka pencapaian kinerja akan lebih mudah. Berdasarkan penjelasan dan hasil yang didapat dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam penelitian ini responden atau karyawan di perusahaan cuci sarang burung walet mangli jaya tidak memperhatikan variabel lingkungan kerja dalam menjalankan pekerjaan dikarenakan lingkungan kerja itu sendiri sudah terlalu melekat pada karyawan sehingga tidak disadari, Penelitian ini tidak mendukung penelitian yang telah dilakukan Dori Mittra Candana (2018), Lia Cahya Ningtyas N, dkk, (2013) dan Siti Lilatul Iklima (2017). yang menyatakan bahwa secara parsial faktor lingkungan kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan.

Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa hipotesis 1 diterima, artinya variabel gaya kepemimpinan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan di perusahaan cuci sarang burung walet mangli jaya kec. Kaliwates Jember.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan masalah yang timbul, tujuan penelitian, dan hasil analisis, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Koefisien determinasi (R^2) dinyatakan nilai *Adjusted R Square* adalah 0,704 atau 70,4%. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja karyawan dipengaruhi oleh semua faktor lingkungan kerja dan gaya kepemimpinan sebesar 0,704 atau 70,4%, sementara faktor yang tidak masuk dalam penelitian sebesar 29,6%.

Regresi berganda dengan persamaan

$$Y=3,967+0,136X_1+0,080X_2+0,704$$

artinya tanpa dipengaruhi apapun maka kinerja karyawan mempunyai nilai konstanta positif sebesar 3,967. Dengan peningkatan satu variabel X_1 maka akan meningkatkan kinerja karyawan sebesar 0,136 satuan. Dengan peningkatan satu variabel X_2 maka akan meningkatkan kinerja karyawan sebesar 0,080 satuan.

Uji secara simultan mempunyai $F_{hitung} (7,322) > F_{tabel} (3,39)$ dan nilai signifikansi sebesar 0,003 lebih

kecil dari 0,05, artinya secara simultan lingkungan kerja dan gaya kepemimpinan berpengaruh terhadap kinerja karyawan di Perusahaan Cuci Sarang Burung Walet Mangli Jaya kec. Kaliwates Jember.

Uji secara parsial hanya satu variabel yang berpengaruh terhadap kinerja karyawan, yaitu variabel insentif yang mempunyai nilai $t_{hitung} (3,665) > t_{tabel} (1,701)$ dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$, hal ini menunjukkan bahwa faktor gaya kepemimpinan berpengaruh secara parsial terhadap kinerja karyawan di Perusahaan Cuci Sarang Burung Walet Mangli Jaya kec. Kaliwates Jember.

5.2 Saran

Berdasarkan keterbatasan penelitian, maka saran yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

1. Diharapkan pihak perusahaan dapat meningkatkan pelayanan terhadap lingkungan kerja fisik, karena variabel lingkungan kerja mempengaruhi kinerja karyawan, diantaranya yaitu dengan sirkulasi udara dan

- penerangan yang memadai.
2. Untuk seluruh karyawan hendaknya memperbaiki hubungan yang belum harmonis agar hubungan yang ada dalam perusahaan selalu harmonis.
 3. Mengingat variabel bebas dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi kinerja karyawan diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain yang merupakan variabel lain diluar variabel yang sudah masuk dalam penelitian ini seperti motivasi karyawan, dukungan atasan terhadap bawahan dan keberadaan pekerjaan.

DAFTAR PUSTAKA

- A.A. Anwar Prabu Mangkunegara, (2002), Manajemen Sumber Daya Manusia, PT. Remaja Rosda Karya. Bandung.
- _____, 2004, Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan, Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- _____. 2005. Manajemen Sumber daya Manusia Perusahaan. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Agus Dharma. 2001. Manajemen Supervisi. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Arikunto, S. 2002. Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- _____. 2006. Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Bumi Aksara.
- Gomes, Faustino Cardoso. 2003. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Andi Offset.
- _____. 2010. Manajemen Sumber Daya Manusia. Andi Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2001. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi Ketujuh. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Herman, Sofyandi. 2008. Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Hasibuan, Malayu. 2001. Manajemen Sumber Daya Manusia: Pengertian Dasar, Pengertian, dan Masalah. Jakarta: PT. Toko Gunung Agung.

- _____. 2012. "Manajemen Sumber Daya manusia". Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Isyandi, B, 2004. Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Perspektif Global. Pekanbaru. Unri Press.
- Ir. M. Iqbal Hasan, M.M., 2005, "Pokok – Pokok Materi Statistik 2 ", PT Bumi Aksara, Jakarta, Cetakan ketiga.
- Justin.T.Sirait, 2006. Memahami Aspek-aspek Pengelolaan Sumber Daya Manusia dalam Organisasi. Gramedia Widiasarana Indonesia. Jakarta.
- Mayangsari, Lia. 2013. Pengaruh Pemberian Insentif Terhadap Kinerja Karyawan Di Departemen Penjualan Pt. Pusri. Skripsi Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan Universitas Sriwijaya Fakultas Ekonomi.
- Nuraini, T. 2013. Manajemen Sumber Daya Manusia. Pekanbaru: Yayasan Aini Syam.
- Panggabean, Mutiara S, (2002). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta :Ghalia Indonesia.
- Rivai, Veithzal. 2004, "Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan, Cetakan Pertama, Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.
- _____. 2009. Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan Dari Teori ke Praktik. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sarwoto. (2010). Dasar-Dasar Organisasi Dan Manajemen. Cetakan Keenambelas. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Sedarmayanti. 2001. Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja. Bandung: Mandar Maju.
- _____. (2004). Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja. Bandung: Mandar Maju.
- _____. (2013). Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung: Refika Aditama.
- Setiyawan, Budi dan Waridin. 2006. Pengaruh Disiplin Kerja Karyawan Dan
- Soetjipto, Budi W, Paradigma Baru Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: Amara Book. 2008.
- Sutrisno, Edy. 2015. Manajemen Sumber Daya Manusia (Cetakan ke tujuh). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono. 2006. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2009, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung : Alfabeta.
- _____. 2012. Metode Penelitian Bisnis. Bandung : Alfabeta.
- _____. 2013. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Usman, Husaini. 2003. Metodologi Penelitian Sosial. Jakarta: Bumi Aksara.

VOLUME 1 NOMOR 1 JUNI 2018

MAJALAH ILMIAH



SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI

“PEMBANGUNAN” JEMBER

2018

MAJALAH ILMIAH “PELITA ILMU”
MAJALAH BERKALA SEMESTER
STIA “PEMBANGUNAN” JEMBER

SUSUNAN REDAKSI

Penerbit : Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi
“Pembangunan” Jember

Penanggung Jawab : Ir Hendri Suparto, M.Si
Ketua STIA Pembangunan Jember

Pimpinan Redaksi : Dr. Nungky Viana Feranita, ST, MM

Dewan Redaksi : 1. Siti Husnul Hotima, S.Sos, MP
2. Ibnu Supriyadi, SH, M.Si
3. Alifian Nugraha, S.AB, M.Si

Redaktur Pelaksana : Rohim, M.Si

Sekretaris Redaksi : Sampir Andrean Sucoko, M.Si

Komputasi dan Ilustrasi : 1. Achmad Faisol, S.AB
2. Amilatus Solikhah, S.AB

Adm dan Sirkulasi : 1. Dewi Yuliaty Ningsih, S.AB
2. Siti Mahdiatul Umroh, S.AB

Alamat Redaksi : Jl. Lumba-lumba No.9 Telp (0331)
486182, Jember 68135

Majalah Ilmu “Pelita Ilmu” adalah majalah ilmiah yang diterbitkan oleh STIA “Pembangunan” Jember sebagai majalah pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh Dosen STIA “Pembangunan” Jember.

PRAKATA

Dengan ucapan syukur Kepada Allah SWT, pada bulan Juni 2018 Majalah Ilmiah “Pelita Ilmu” yang merupakan salah satu Jurnal Elektronik Bagian Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat STIA Pembangunan Jember. Terbitan Vol. 1 No. 1 Juni 2018 memuat enam buah artikel dari pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Dosen-Dosen dari Progam Studi Ilmu Administrasi Bisnis dan dari Progam Studi Ilmu Administrasi Publik.

Semoga dengan diterbitkannya Majalah Ilmiah “Pelita Ilmu” volume pertama ini menjadikan seluruh civitas akademika di lingkungan STIA Pembangunan Jember semakin meningkatkan kualitas publikasi ilmiah dan pengabdian bagi masyarakat. Tiada gading yang tidak retak, hasil dari publikasi ini masih jauh dari standar yang diharapkan untuk terbitan Jurnal Elekntronik, akan tetapi kami dari segenap Tim Redaksi akan terus untuk meningkatkan kinerja dalam publikasi Majalah Ilmiah Pelita Ilmu secara konsisten.

Jember, Juni 2018

Tim Redaksi

DAFTAR ISI

1. Media Sosial Sarana Promosi membuat Bisnis Semakin Laris (Oleh : Siti Husnul Hotima)	1
2. Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Usaha Kecil Dan Usaha Menengah (UMKM) Di Desa Sruni Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember (Oleh : Ibnu Supriyadi)	11
3. Edukasi Internet Sehat dan Aman (Oleh : Alifian Nugraha)	22
4. Peran Pemerintah Desa Dalam Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) (Oleh : Rohim)	33
5. Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Lerang (Lele Ladrang) Khas Sruni (Oleh : Sampir Andrean Sucoko)	45
6. Pengembangan Badan Usaha Milik Desa Berbasis Potensi Desa Dan Ekonomi Kreatif (Oleh: Setyowati Karyaningtyas)	55

**MEDIA SOSIAL SARANA PROMOSI
MEMBUAT BISNIS SEMAKIN LARIS**

Siti Husnul Hotima
Program Studi Ilmu Administrasi Niaga
STIA Pembangunan Jember
*Email: Sitihusnulhotima@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang semakin canggih saat ini menyebabkan masyarakat Indonesia tidak lagi dapat untuk melepaskan diri dari kegiatan komunikasi berbasis internet terlebih untuk memasarkan produk atau jasa. Suatu usaha yang dilakukan untuk melakukan pemasaran produk atau jasa dengan menggunakan media internet dapat disebut juga e-marketing. Meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia dipastikan dapat meningkatkan penjualan suatu perusahaan atau bisnis. Keberhasilan dalam sebuah iklan atau promosi yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat terhadap Informasi Layanan Pendidikan di jejaring sosial sangat bergantung pada kemasan tampilan yang menarik dan berita yang disampaikan. Pencapaian keberhasilan tujuan promosi tersebut akan membutuhkan tindakan yang berkesinambungan dan tepat sasaran. Banyaknya pengguna media sosial menumbuhkan kepentingan baru yaitu berpromosi. Keunggulan promosi melalui Instagram adalah cakupannya luas karena media sosial menggunakan fasilitas online dan terhubung dimanapun.

Kata kunci : Sosial Media, Promosi, Pemasaran.

I. Analisis Situasi

Kegiatan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh individu maupun kelompok atau badan usaha. Biasanya UMKM kebanyakan dikelola oleh perorangan dan melibatkan keluarga. Selain itu, UMKM berperan dalam menyediakan lapangan pekerjaan, pencipta pasar baru dan inovasi, pemain penting dalam pengembangan kegiatan ekonomi lokal dan pemberdaya masyarakat, serta kedudukannya sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi di berbagai sektor (Tedjasuksmana, 2015).

Seiring dengan makin berkembangnya teknologi, media sosial kini memiliki peran penting dalam hampir setiap aspek kehidupan. Apa yang dapat dilakukan pemilik usaha *offline* maupun *online* terkait tren ini? Mereka menggunakannya sebagai alat pemasaran. Banyak pemilik usaha memanfaatkan media sosial gratis seperti Facebook, Instagram, dan Twitter untuk

mempromosikan produk dan mendapatkan pembeli. Awalnya, mereka mengumpulkan pengikut (*follower*) di berbagai media sosial. Kemudian, secara konsisten mereka memuat produk-produk yang dijual sehingga dapat dilihat oleh para *followers* di media sosial.

Salah satu potensi yang dapat dimanfaatkan UMKM adalah potensi teknologi informasi saat ini. Teknologi informasi menawarkan banyak manfaat bagi UKM untuk meningkatkan produktivitas dan pemasarannya. Selain itu jugameningkatkan kesempatan UKM untuk bekerjasama dengan pengusaha lainnya (Neti, 2011). Salah satu teknologi informasi yang sedang berkembang pesat dan angat berpotensi untuk mendorong kinerja UKM adalah media sosial. Media sosial memiliki potensi menghubungkan banyak orang dengan mudah dan gratis (Edosomwan & Seymour, 2011).

Saat ini dapat dilihat dari data yang disampaikan oleh perusahaan penyedia situs jual beli online, dimana situs internet Kaskus

mengklaim bahwa jumlah transaksi mencapai Rp. 575 Miliar perbulan, Olx Rp. 300 Miliar perbulan. Belum lagi pelaku jual beli online melalui media sosial yang saat ini menjadimedia paling ampuh untuk dijadikan media pemasaran. Upright Decission menyampaikan bahwa rata-rata transaksi online di Indonesia didominasi olehsosial media Facebook sekitar (50%), Kaskus (14%), Twitter (12%), Wordpress(5%), LinkedIn (2%), dan sisanya 17% menggunakan sosial media lainnya. Untuk media sosial yang mulai banyak digunakan saat ini adalah Instagram, hal ini dikarenakan Instagram merupakan salah satu media terbesar saat ini yang paling banyak digunakan oleh pengguna di seluruh dunia (Lumpur & Lumpur, 2015).

Namun dalam berbisnis diperlukannya sebuah data untuk memilih media sosial yang sesuai dengan bidang UMKM masing-masing karena untuk setiap media sosial memiliki pengguna dengan karakteristik yang berbeda (Technologies,2012).

Di sisi lain Konsumen merupakan pangsa pasar yang dapat menciptakan penjualan dan keuntungan bagi pengusaha atau pengrajin. Jika jumlah konsumen perusahaan semakin meningkat maka penjualan dan keuntungan perusahaan semakin meningkat dan sebaliknya. Konsumen sebagai pangsa pasar merupakan indikasi bagi perusahaan yang ingin dapat tetap bertahan dalam industri. Dengan demikian, pangsa pasar merupakan kunci untuk mencapai kesuksesan dalam dunia bisnis. Pangsa pasar sebagai bagian pasar yang dapat diraih oleh perusahaan dan menjadi salah satu indikator peningkatan kinerja pemasaran perusahaan. Perusahaan mendapatkan pangsa pasar merupakan pekerjaan yang tidak mudah.Konsumen sebagai pangsa pasar selalu memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda-beda serta terus berubah yang mengakibatkan konsumen dapat berganti-ganti produk dan merek. Berbagai strategi mempertahankan pelanggan perlu dipikirkan perusahaan karena mencari pelanggan baru jauh lebih

mahal daripada mempertahankan pelanggan lama (Kotler et al, 2006) salah satu untuk mempertahankan pelanggan adalah dengan melakukan promosi.

Sosial media sejatinya memang sebagai media sosialisasi dan interaksi, serta menarik orang lain untuk melihat dan mengunjungi tautan yang berisi informasi mengenai produk dan lain-lain. Jadi wajar jika keberadaannya dijadikan sebagai media pemasaran yang paling mudah dan murah oleh UMKM. Hal inilah yang akhirnya menarik para pelaku UMKM untuk menjadikan sosial media sebagai media promosi andalan dengan ditopang oleh website atau blog. Bahkan tidak jarang para pelaku UMKM hanya memiliki media sosial saja namun tetap eksis dalam persaingan.

Promosi adalah usaha mempengaruhi konsumen, menciptakan permintaan atas produk, dan merupakan salah satu acuan dari bauran pemasaran sehingga dapat meningkatkan penjualan dan share pasar, serta menjadi strategi untuk mempertahankan ketenaran

merk/brand. Cara-cara tersebut dapat dilakukan dengan bauran promosi yang terdiri dari Periklanan, Penjualan Personal, Promosi Penjualan, Publikasi, dan Pemasaran Langsung.

II. Landasan Teori

Usaha budidaya ikan lele merupakan usaha yang mudah dijalankan, dalam merencanakan bisnis budidaya ikan lele, kami berencana ingin membudidayakan ikan lele di sekitar rumah saya (hadi) yang berada di jalan perjuangan 3, karena mempunyai halaman yang cukup luas untuk membuat kolam, serta agar dapat mengawasi perkembangan ikan dengan baik. Jenis ikan lele yang kami budidaya adalah jenis ikan lele sangkuriang. Jenis Lele sangkuriang adalah ikan budidaya air tawar yang sangat populer. Lele disukai konsumen karena berdaging lunak, sedikit tulang, tidak berduri, dan murah. Dari sisi budidaya, lele relatif tidak memerlukan banyak perawatan dan memiliki masa tunggu panen yang singkat. Peluang usaha budidaya ikan lele merupakan salah satu peluang usaha yang cukup diperhitungkan

saat ini. Apabila diperhatikan banyak terdapat penjual pecel lele yang memerlukan pasokan ikan lele setiap harinya, hal inilah yang membuat permintaan ikan tersebut menjadi semakin tinggi di pasaran dan membuka potensi peluang bisnis yang cukup menjanjikan. Ternak ikan lele relatif lebih mudah apabila dibandingkan dengan ikan air tawar lainnya seperti ikan mas atau mujair karena lebih tahan terhadap penyakit maupun kondisi lingkungan. dalam usaha ternak atau budidaya lele semakin menginspirasi banyak orang untuk ikut terjun dan berharap meraih kesuksesan dalam usaha ini. Ditambah lagi dengan semakin banyaknya informasi dari beberapa media tentang peluang usaha budidaya ikan lele yang semakin menjanjikan karena pasarnya yang luas dan permintaan akan ikan lele yang terus meningkat, bahkan belakangan ini telah ramai dibicarakan bahwa ikan lele akan ikut andil dalam komoditi ekspor, dikarenakan ada beberapa negara yang memang sangat membutuhkan pasokan ikan lele.

Dengan melihat perkembangan jaman yang semakin pesat dan kemutakhiran teknologi kita bisa membedakan beberapa Pemasaran yang dilihat dari segi Offline dan Online untuk memasarkan produk atau mencari dan mempertahankan pelanggan.

III. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Harus diakui berbisnis lele termasuk jenis lele yang menguntungkan dan potensial untuk dijalankan. Mengingat ikan lele termasuk ikan yang tidak rewel dan mudah untuk dirawat serta dibiarkan. Ikan lele juga tergolong pemakan segala jadi tidak sulit untuk masalah pakan. Kalaupun ada kesulitan, biasanya adalah cara pemasaran ikan lele. Pada skala usaha kecil/rumahan, memang tidak sulit menjala ikan lele hasil panen. Kadang tanpa perlu repot dengan pemasaran, Anda sudah bisa menjualnya dengan cukup memasang plang, "Jual Lele Segar" tepat didepan rumah.

Tetapi tidak sederhana itu kalau Anda menjalankan bisnis skala besar, banyaknya produksi lele yang anda hasilkan dan kadang ukuran

yang bervariasi membuat anda harus cukup seksama memperhatikan aspek pemasaran. Lalu bagaimana cara pemasaran ikan lele yang sekiranya akan efektif memaksimalkan penjualan ikan?. Berikut beberapa cara atau tips yang biasa anda gunakan untuk usaha lele yang anda kembangkan:

1. Penawaran ke penjaja pecel lele
Rasanya memang ini cara yang paling cepat Anda temukan dalam benak anda ketika anda merencanakan cara pemasaran ikan lele yang anda panen. Seolah sajian pecel lele sajian rakyat seribu ummat, yang selalu digemari di segala kawasan dan di segala kalangan. Anda bisa menawarkan jalinan kerja sama untuk suplai lele bagi penjaja pecel lele. Yang penting anda membagi kolam sedemikian rupa sehingga anda bisa memastikan ada kesinambungan panen untuk memenuhi permintaan ini.
2. Penawaran sebagai Supplier Pasar
Lele tidak hanya banyak dijual sebagai sajian kaki lima, tetapi

juga termasuk sajian yang banyak digemari rumah tangga. Ikan lele dengan rasa gurih, murah meriah dan mengandung nutrisi tinggi termasuk jenis ikan dengan permintaan tertinggi di pasar. Anda bisa menawarkan diri sebagai suplier bagi pedagang di pasar. Kadang untuk pemasaran ini, Anda harus bersiasat untuk mengalahkan suplier lama, atau setidaknya bisa mendapat bagian dari permintaan yang ada di pasar.

3. Temukan Produsen makanan berbahan lele
Belakangan ini mulai banyak pelaku usaha menjalankan bisnis makanan dengan bahan baku lele. Mulai dari bisnis produksi abon lele, dendeng lele, sampai sionay lele, dan nugget lele. Temukan produsen dan tawarkan jalinan kerja sama dengan mereka. Bagi para pelaku usaha ini, kesinambungan suplai bahan baku sangat penting untuk perkembangan usaha mereka. Bekerjasama dengan produsen

makanan olahan berbahan lele merupakan salah satu cara pemasaran ikan lele.

4. Bekerjasama dengan pengepul
Cara paling praktis dalam memasarkan ikan lele hasil panen adalah bekerjasama dengan pengepul. Perhatikan penawaran harga yang mereka lemparkan, bila perlu temukan beberapa tawaran pengepul supaya anda bisa menemukan harga terbaik untuk lele yang Anda Panen.
5. Olah Sendiri
Bagian tersulit bila pemasaran ikan lele yang beratnya sudah berlebihan. Kadang pemilik merasa kesulitan untuk menjual ikan lele. Anda bisa membangun usaha sendiri usaha pengolahan lele menjadi aneka hidangan sesuai dengan kemampuan Anda seperti nugget lele, kerupuk lele, kerupuk kulit lele, abon lele dan sebagainya.
Pasarkan melalui pasar terdekat atau via onlinen untuk mempercepat penjualan.
6. Kerjasama dengan Restoran

Selain menjalin kerjasama dengan usaha kaki lima Anda juga bisa mengembangkan pasar ikan lele hasil panen Anda ke pasar lebih elit dengan menyentuh pasar restoran. Ada banyak restoran yang mengolah lele sebagai salah satu sajian mereka. Biasanya tuntutan mereka sangat tinggi tentang kualitas dan ukuran, tetapi siap membayar lebih layak untuk tiap kg.

7. Kerjasama dengan Supermarket.
Pasar lele ini sangat luas, dan digemari segala kalangan. Jadi tidak aneh kalau ikan lele juga ada di supermarket. Tentu dengan ketentuan yang lebih ketat, dengan cara pemasaran ikan lele Anda bisa mendapatkan harga yang lebih baik dan menguntungkan.

VII. Khalayak Sasaran

Berdasarkan hasil yang diperoleh, baik dari pengembangan bibit lele, memproduksi ledrang (lele ladrang) serta berbagai macam motif kain Shibori. Dan untuk mencapai kesempurnaan pengembangan

produk dan strategi pemasaran disarankan:

1. Dibutuhkan semangat dan keberanian untuk terus melakukan inovasi. Oleh karena itu pengusaha lele dan pengrajin kain batik shibori perlu terus memompa semangat dan jangan pernah berhenti melakukan inovasi.
2. Membuka wawasan dengan banyak melihat referensi dan selera masyarakat terkini untuk menjadi sumber ide pengembangan motif.
3. Dilihat dari karakteristik usia konsumen yang paling banyak menyatakan sangat tertarik adalah konsumen dengan usia dewasa maka sebaiknya rancangan disain motif dibuat yang lebih elegan yaitu garis-garisnya simpel namun indah.

Memasarkan produk dagangan baik berupa barang ataupun jasa saat ini tidak terpaku dengan cara offline. Saat ini berjualan on line menjadi alternatif lain dan berpeluang besar usaha bisnis dan perniagaan di era

digital dengan dukungan teknologi mutakhir.

Konsumen semakin tertarik menemukan serta mencari barang atau jasa yang dicarinya, sebab, cara bertransaksi sudah dibuat semakin mudah.

Selling Online dengan cara menjual barang melalui internet menjadi profesi alternatif dalam rangka meminimalisir angka pengangguran di Indonesia. Menjual dengan cara online sangat mudah dilakukan oleh siapapun, dengan cost biaya yang nyaris tanpa modal.

VIII. Evaluasi Kegiatan

Dalam satu usaha, pemasaran merupakan hal yang sangat penting, demikian juga halnya dalam pemasaran lele, namun sangat disayangkan jika kegagalan pemasaran produksi lele terjadi karena faktor usaha pemasaran yang kurang atau memang belum menjalankan strategi pemasaran lele secara maksimal, Peluang pemasaran lele sangat besar, ini bukan sekedar slogan atau propaganda, telah banyak survey dan riset-riset pemasaran dilakukan oleh orang-orang yang memang ahli dibidangnya,

kebutuhan masyarakat akan lele konsumsi memang semakin meningkat, Sebelum membahas tata cara pemasaran lele, yang pertama kita lakukan adalah mengetahui sasaran atau target pasar ikan lele konsumsi, mungkin telah banyak diinformasikan bahwa terdapat beberapa target pasar untuk ikan lele konsumsi, diantaranya adalah ; warung pecel lele, warteg, rumah-rumah makan lainnya atau bahkan resto-resto yang sudah mulai menawarkan menu special ikan lele, ditambah lagi belakangan ini semakin banyak berkembang tempat-tempat usaha yang mengelola daging ikan lele atau yang lebih dikenal dengan istilah lele olahan, mulai dari baso lele sampai dengan lele presto, ini baru target pemasaran lele secara umum, namun untuk orang-orang yang ingin melakukan pemasaran lele hal ini jangan dianggap remeh, dari tempat-tempat inilah sebetulnya daya serap kebutuhan lele sangat tinggi.

1. Menetapkan produk barang dengan strategi bisnis pemasaran, dari mana barang yang akan dijual. Bila

memiliki produksi sendiri, maka harus dapat menghitung jumlah barang yang akan dijual perminggu atau perbulan. Lalu kemana strategi pemasaran akan kita lakukan.

2. Membuat portal toko online sederhana dan gratis. Yang berisi penjelasan mengenai barang yang akan kita jual, sertakan pula nomor kontak penjual, cara bertransaksi dan kalau perlu supaya lebih meyakinkan tampilkan biodata.
3. Promosikan kedia jejaring media sosial. Baik Facebook, Twitter, WhatsApp, dan sebagainya. Dengan tujuan untuk menarik pengunjung untuk datang ke toko online yang telah dibuat. Bila calon pengunjung atau konsumen tertarik dengan diskripsi barang yang telah diposting, maka secara otomatis akan menelpon pada nomor kontak yang tercantum diatas.
4. Aktif mempromosikan barang, tampilkan secara

jelas, dan harus memperhatikan etika bisnis dalam menulis promosi barang.

5. Memberikan layanan maksimal kepada calon konsumen, cara yang dilakukan selayaknya seperti berjualan offline yaitu memberikan pelayanan dan kenyamanan serta keamanan bagi calon pelanggan. Ketika ada penelpon masuk menanyakan barang yang telah kita pajang, berikan penjelasan dengan santun, jelas dan tidak berbelit-belit. Berikan pilihan bertransaksi secara mudah dan aman.

Demikian tips menjual produk dengan menggunakan media sosial dengan menjual produk secara online agar barang yang kita tawarkan dapat laku keras dipasaran, Semoga dengan online ini dapat menginspirasi untuk memulai usaha dengan berjualan online produk lele dan kain shibori, dan dapat berkompetisi di dunia bisnis yang lebih luas. Amin.

DAFTAR PUSTAKA

Pojok Bisnis. cara memasarkan ikan lele dengan jitu. <http://www.pojokbisnis.com/pemasaran/7-cara-pemasaran-ikan-lele-dengan-jitu> diunduh tanggal 16 Juli 2018. Jam 13.00

Blogspot. Tips mudah belajar menjual barang, <http://tip-bisnis.blogspot.com/2013/12/tips-mudah-belajar-menjual-barang.html> diunduh tanggal 16 Juli 2018. Jam 13.00

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, USAHA KECIL
DAN USAHA MENENGAH (UMKM) DI DESA SRUNI KECAMATAN
JENGGAWAH KABUPATEN JEMBER**

Ibnu Supriyadi
Progam Studi Ilmu Administrasi Negara
STIA Pembangunan Jember
*Email: IbnuSupriyadi@gmail.com

ABSTRAK

Peluang bisnis dengan modal kecil yang sangat menguntungkan dan usaha yang menjanjikan penghasilan besar, cocok untuk pemula yang ingin sukses merintis wirausaha, tentunya tidak terlepas dari cara atau strategi anda dalam menentukan target konsumen yang harus dibidik dengan tepat. Menyimak sekilas tentang pertumbuhan Usaha kecil Menengah (UKM) di Indonesia saat ini memang mempunyai peranan penting, dan telah banyak memberikan kontribusi yang cukup besar dalam meningkatkan perekonomian serta pembangunan negara. Sehingga bentuk peluang bisnis dan usaha yang paling sesuai bagi pemilik modal kecil sebaiknya lebih mengedepankan kreatifitas, karena hal ini bertujuan agar mereka tetap mampu bersaing pada era ekonomi global seperti sekarang ini bahkan sampai masa yang akan datang. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) terus didorong oleh pemerintah agar tumbuh dan berkembang melalui Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah. Usaha yang dilakukan pemerintah antara lain membantu promosi lewat pameran, serta menjalin kerjasama dengan marketplace. Namun pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) masih menghadapi banyak kendala di berbagai sektor sehingga peluang pasar yang diperoleh belum begitu tinggi.

Kata kunci: UMKM, Modal, Pertumbuhan.

I. Analisis Situasi

Salah satu permasalahan yang dihadapi UKM adalah aspek permodalan. Lambannya akumulasi kapital di kalangan pengusaha mikro, kecil dan menengah, merupakan salah satu penyebab lambannya laju perkembangan usaha dan rendahnya surplus usaha di sektor usaha mikro, kecil dan menengah. Faktor modal juga menjadi salah satu sebab tidak munculnya usaha-usaha baru diluar sektor ekstratif. Oleh sebab itu dalam pemberdayaan UKM pemecahan dalam aspek modal ini penting dan memang harus dilakukan.

Yang perlu dicermati dalam usaha pemberdayaan UKM melalui aspek permodalan ini adalah:

- (1). Bagaimana pemberian bantuan modal itu tidak menimbulkan ketergantungan;
- (2) Bagaimana pemecahan aspek modal ini dilakukan melalui penciptaan system yang kondusif baru usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah untuk mendapatkan akses di lembaga keuangan;
- (3) Bagaimana skema penggunaan atau kebijakan pengalokasian modal

ini tidak terjebak pada perekonomian subsistem.

Tiga hal ini penting untuk dipecahkan bersama. Inti pemberdayaan adalah kemandirian masyarakat. Pemberian hibah modal kepada masyarakat, selain kurang mendidik masyarakat untuk bertanggungjawab kepada dirinya sendiri, juga akan dapat mendistorsi pasar uang. Oleh sebab itu, cara yang cukup elegan dalam memfasilitasi pemecahan masalah permodalan untuk usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah, adalah dengan menjamin kredit mereka di lembaga keuangan yang ada. Cara ini selain mendidik mereka untuk bertanggungjawab terhadap pengembalian kredit, juga dapat menjadi wahana bagi mereka untuk terbiasa bekerjasama dengan lembaga keuangan yang ada, serta membuktikan kepada lembaga keuangan bahwa tidak ada alasan untuk diskriminatif dalam pemberian pinjaman.

Kredit perbankan lebih banyak terkonsentrasi pada kredit korporasi dan juga konsumsi dan hanya segelintir kredit yang disalurkan ke

sector usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Oleh karena itu untuk meningkatkan kapasitas UKM ini, perbankan harus menjadikan sector ini sebagai pilar terpenting perekonomian dalam negeri. Bank diharapkan tidak lagi hanya memburu perusahaan-perusahaan yang telah mapan, akan tetapi juga menjadi pelopor untuk mengembangkan potensi perekonomian dengan menumbuhkan wirausahawan melalui dukungan akses permodalan bagi pengembangan usaha baru di sector UKM. Perbankan harus meningkatkan kompetensinya dalam memberdayakan usaha kecil-menengah dengan memberikan solusi total mulai dari menjaring wirausahawan baru potensial, membina hingga menumbuhkannya. Pemberian kredit inilah satu mata rantai dalam pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah secara utuh.

II. Landasan Teori

Menurut Sri Winarni (2006) Pada umumnya, usaha kecil mempunyai ciri antara lain sebagai

berikut (1) Biasanya berbentuk usaha perorangan dan belum berbadan hukum perusahaan, (2) Aspek legalitas usaha lemah, (3) Struktur organisasi bersifat sederhana dengan pembagian kerja yang tidak baku, (4) Kebanyakan tidak mempunyai laporan keuangan dan tidak melakukan pemisahan antara kekayaan pribadi dengan kekayaan perusahaan, (5) Kualitas manajemen rendah dan jarang yang memiliki rencana usaha, (6) Sumber utama modal usaha adalah modal pribadi, (7) Sumber Daya Manusia (SDM) terbatas, (7) Pemilik memiliki ikatan batin yang kuat dengan perusahaan, sehingga seluruh kewajiban perusahaan juga menjadi kewajiban pemilik.

Badan Pusat Statistik (2003) di dalam Sri Winarni (2006) mengidentifikasi permasalahan umum yang dihadapi oleh UMKM adalah (1) Kurang permodalan, (2) Kesulitan dalam pemasaran, (3) Persaingan usaha ketat, (4) Kesulitan bahan baku, (5) Kurang teknis produksi dan keahlian, (6) Keterampilan manajerial kurang, (7) Kurang pengetahuan manajemen

keuangan, dan (8) Iklim usaha yang kurang kondusif (perijinan, aturan/perundangan)

Hasil penelitian kerjasama Kementerian Negara KUKM dengan BPS (2003) di dalam Sri Winarni (2006) menginformasikan bahwa UKM yang mengalami kesulitan usaha 72,47 %, sisanya 27,53 % tidak ada masalah. Dari 72,47 % yang mengalami kesulitan usaha tersebut, diidentifikasi kesulitan yang muncul adalah (1) Permodalan 51,09 %, (2) Pemasaran 34,72 %, (3) Bahan baku 8,59 %, (4) Ketenagakerjaan 1,09 %, (5) Distribusi transportasi 0,22% dan (6) Lainnya 3,93 %.

Persentase kesulitan yang dominan dihadapi UMKM terutama meliputi kesulitan permodalan (51,09%). Lebih lanjut disebutkan bahwa dalam mengatasi kesulitan permodalannya diketahui sebanyak 17,50 % UKM menambah modalnya dengan meminjam ke bank, sisanya 82,50 % tidak melakukan pinjaman ke bank tetapi ke lembaga Non bank seperti Koperasi Simpan Pinjam (KSP), perorangan, keluarga, modal ventura, lainnya.

Sedangkan permasalahan yang dihadapi UMKM dalam mendapatkan kredit modal usaha antara lain adalah (1) Prosedur pengajuan yang sulit 30,30 %, (2) Tidak berminat 25,34 %, (3) Pelaku UMKM Tidak punya agunan 19,28 %, (4) UMKM yang tidak tahu prosedur 14,33 %, (5) Suku bunga tinggi 8,82 %, (6) Proposal ditolak (1,93 %).

Menurut Sri Winarti (2004) dengan mempertimbangkan peran penting UMKM dalam berbagai aspek perekonomian dan dalam upaya percepatan pemulihan kegiatan ekonomi, Bank Indonesia memberikan dukungan dalam pengembangan UMKM. Dukungan Bank Indonesia ini termasuk juga dalam rangka mendorong pulihnya fungsi intermediasi perbankan dan menciptakan kondisi perbankan yang sehat.

Dalam rangka mendukung pemberdayaan dan pengembangan UMKM terutama dalam mendorong penyaluran kredit kepada UMKM, upaya Bank Indonesia antara lain melalui penerapan kebijakan kredit, pemberian bantuan teknis kepada

UMKM melalui Konsultan Keuangan Mitra Bank, penelitian mengenai pola pembiayaan kepada UMKM, penyediaan sistem informasi pembiayaan usaha kecil dan pemberian bantuan teknis.

III. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Usaha mendorong produktivitas dan mendorong tumbuhnya usaha, tidak akan memiliki arti penting bagi masyarakat, kalau hasil produksinya tidak dapat dipasarkan, atau walaupun dapat dijual tetapi dengan harga yang amat rendah. Oleh sebab itu komponen penting dalam usaha pemberdayaan UKM adalah pembangunan prasarana produksi dan pemasaran. Tersedianya prasarana pemasaran dan atau transportasi dari lokasi produksi ke pasar, akan mengurangi rantai pemasaran dan pada akhirnya akan meningkatkan penerimaan pengusaha mikro, pengusaha kecil dan pengusaha menengah. Artinya dari sisi pemberdayaan ekonomi, maka pembangunan prasarana mendukung untuk desa lebih maju,

dan ini memang strategis. Oleh karenanya semakin cepat dan mudah penyaluran hasil produksi ke pasar juga membuka peluang memperoleh konsumen yang lebih banyak.

IV. Tujuan dan Manfaat Program

Usaha yang digerakan secara sendiri-sendiri membawa dampak lambatnya akumulasi modal. Jika berjalan sendiri, anda tidak mungkin dapat mengendalikan distribusi hasil produksi dan bahan mentah. Mau tidak mau, pasokan bahan baku ditentukan oleh pemasok, bukan anda selaku pengusaha. Berbeda jika UKM yang ada di satu lingkungan dengan produk yang sejenis dijadikan satu wadah kelompok usaha. Strategi pengembangan UKM ini memungkinkan pengusaha mikro, pengusaha kecil dan menengah mempunyai kekuatan untuk mengendalikan distribusi.

Pembentukan kelompok atau organisasi juga dapat diarahkan untuk memperoleh akses modal ke lembaga keuangan dan membangun skala usaha yang lebih besar dan menguntungkan. Membentuk kelompok juga akan

mempermudah jalinan kemitraan dengan pihak lain. Dengan adanya persatuan kelompok, maka pemberdayaan masyarakat juga akan tercapai.

V. Deskripsi Program

Sumber Daya Manusia adalah merupakan factor penting bagi setiap usaha termasuk juga di sector usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Keberhasilan industry skala kecil untuk menembus pasar global atau menghadapi produk-produk impor di pasar domestic ditentukan oleh kemampuan pelaku-pelaku dalam industry kecil tersebut untuk mengembangkan produk-produk usahanya sehingga tetap eksis. Kelemahan utama pengembangan usaha kecil menengah di Indonesia adalah karena kurangnya ketrampilan sumber daya manusia, dan manajemen yang relative masih tradisional.

Oleh karena itu manajemen pengelolaan dan pengembangan UKM harus dibenahi, disini pemerintah perlu meningkatkan pelatihan , workshop bagi UKM baik

dalam aspek kewiraswastaan, administrasi dan pengetahuan serta ketrampilan dalam pengembangan usaha. Peningkatan kualitas SDM dilakukan melalui berbagai cara seperti pendidikan, pelatihan, seminar dan loka karya, on the job training, pemagangan dan kerjasama usaha. Selain itu juga perlu diberi kesempatan untuk menerapkan hasil pelatihan di lapangan untuk mempraktekkan teori melalui perkembangan kemitraan rintisan.

Salah satu bentuk pengembangan sumber daya manusia di sector UKM adalah pendampingan. Pendampingan UKM memang perlu dan penting. Tugas utama pendamping ini adalah memfasilitasi proses belajar atau refleksi dan menjadi mediator untuk penguatan kemitraan baik antara usaha mikro, usaha kecil, maupun usaha menengah dengan usaha besar. Yang perlu dipikirkan bersama adalah mengenai siapa yang paling efektif menjadi pendamping masyarakat. Oleh karena itu untuk menjamin keberlanjutan pendampingan, sudah saatnya untuk dipikirkan pendamping institusi itu, bukan

pendamping yang sifatnya sementara.

VI. Pelaksanaan Program

Upaya mengembangkan jaringan usaha ini dapat dilakukan dengan berbagai macam pola jaringan misalnya bentuk jaringan sub kontrak maupun pengembangan kluster. Pola-pola jaringan semacam ini sudah terbentuk, akan tetapi dalam realisasinya masih belum berjalan optimal. Pola jaringan usaha melalui sub kontrak dapat dijadikan sebagai alternatif bagi eksistensi UKM di Indonesia. Meskipun sayangnya banyak industri kecil yang justru tidak memiliki jaringan sub kontrak dan keterkaitan dengan perusahaan-perusahaan besar sehingga eksistensinya pun menjadi sangat rentan. Sedangkan pola pengembangan jaringan melalui pendekatan kluster, diharapkan menghasilkan produk oleh produsen yang berada di dalam klaster bisnis sehingga mempunyai peluang untuk menjadi produk yang mempunyai keunggulan kompetitif dan dapat bersaing di pasar global.

Selain jaringan usaha, jaringan pemasaran juga menjadi salah satu kendala yang selama ini juga menjadi faktor penghambat bagi UKM untuk berkembang. Upaya pengembangan jaringan pemasaran dapat dilakukan dengan berbagai macam strategi misalnya, kontak dengan berbagai pusat-pusat informasi bisnis, asosiasi-asosiasi dagang baik di dalam maupun di luar negeri, pendirian dan pembentukan pusat-pusat data bisnis UKM serta pengembangan situs-situs UKM di seluruh kantor perwakilan pemerintah di luar negeri.

Penguatan ekonomi rakyat melalui pemberdayaan UKM, tidak berarti mengalienasi pengusaha besar atau kelompok ekonomi kuat. Karena pemberdayaan memang bukan menegaskan yang lain, tetapi *give power to everybody*. Pemberdayaan masyarakat dalam bidang ekonomi adalah penguatan bersama, dimana yang besar hanya akan berkembang kalau ada yang kecil dan menengah, dan yang kecil akan berkembang kalau ada yang besar dan menengah.

Daya saing yang tinggi hanya ada jika ada keterkaitan antara yang

besar dengan yang menengah dan kecil. Sebab hanya dengan keterkaitan produksi yang adil, efisiensi akan terbangun. Oleh sebab itu, melalui kemitraan dalam bidang permodalan, kemitraan dalam proses produksi, kemitraan dalam distribusi, masing-masing pihak akan diberdayakan.

VII. Khalayak Sasaran

Perkembangan usaha kecil menengah akan sangat ditentukan dengan ada atau tidaknya iklim bisnis yang menunjang perkembangan UKM. Persoalan yang selama ini terjadi iklim bisnis kurang kondusif dalam menunjang perkembangan usaha seperti terlihat dengan masih rendahnya pelayanan publik, kurangnya kepastian hukum dan berbagai peraturan daerah yang tidak pro bisnis, merupakan bukti adanya iklim yang kurang kondusif. Oleh karena perbaikan iklim bisnis yang lebih kondusif dengan melakukan reformasi dan deregulasi perijinan bagi UKM merupakan salah satu strategi yang tepat untuk mengembangkan UKM. Dalam hal ini perlu ada upaya untuk

memfasilitasi terselenggaranya lingkungan usaha yang efisien secara ekonomi, sehat dalam persaingan dan non diskriminatif bagi kelangsungan dan peningkatan kinerja UKM. Selain itu perlu ada tindakan untuk melakukan penghapusan berbagai pungutan yang tidak tepat, keterpaduan kebijakan lintas sektoral, serta pengawasan dan pembelaan terhadap praktek-praktek usaha yang tidak sehat dan di dukung penyempurnaan perundang-undangan serta pengembangan kelembagaan.

VIII. Evaluasi Kegiatan

Melihat paparan di atas, maka dapat dikatakan bahwa kesulitan yang dihadapi UMKM dalam antara lain adalah : (1) Kurang permodalan, (2) Kesulitan dalam pemasaran, (3) Persaingan usaha ketat, (4) Kesulitan bahan baku, (5) Kurang teknis produksi dan keahlian, (6) Keterampilan manajerial kurang, (7) Kurang pengetahuan manajemen keuangan, dan (8) Iklim usaha yang kurang kondusif (perijinan, aturan/perundangan).

Sedangkan permasalahan yang mendasar yang umumnya dihadapi

oleh UMKM dalam mendapatkan permodalan usaha adalah karena prosedur pengajuan yang sulit, tidak adanya agunan, ketidaktahuan tentang prosedur dan suku bunga tinggi. Dari beberapa permasalahan yang disebutkan di atas, yang menjadi masalah internal hanyalah faktor ketidaktahuan tentang prosedur sedangkan faktor lainnya adalah faktor eksternal (sisi kreditor).

Jika dilihat dari sisi kreditor (pemodal atau lembaga pembiayaan), untuk melindungi resiko kredit, menuntut adanya kegiatan bisnis yang dijalankan dengan prinsip-prinsip manajemen modern, ijin usaha resmi serta adanya jaminan (collateral). Perbedaan persfektif antara permasalahan yang dihadapi UMKM dengan ketentuan yang harus ditaati oleh lembaga penyalur kredit inilah yang menjadi alasan mendasar mengapa para pelaku UMKM masih menemui kesulitan dalam mendapatkan kredit modal usaha.

Melihat kebijakan dan bantuan teknis Bank Indonesia yang sudah ada, maka ada beberapa upaya yang

dapat dilakukan dalam rangka memberikan kemudahan bagi UMKM dalam mendapatkan kredit modal usaha, antara lain :

a. Mengoptimalkan peran Konsultan Keuangan Mitra Bank (KKMB) Konsultan Keuangan Mitra Bank (KKMB) adalah lembaga atau bagian dari lembaga yang memberikan layanan pengembangan usaha dalam rangka meningkatkan kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Lembaga tersebut berbadan hukum dan bukan lembaga keuangan serta dapat memperoleh fee dari jasa layanannya. Jasa yang diberikan adalah jasa konsultansi dalam hal manajemen/analisis keuangan agar terjadi kemitraan dengan bank atau terjadinya penyaluran dana bank kepada UMKM tersebut. Dalam hal ini termasuk pendampingan pada saat menyusun proposal kredit, menghubungkan ke lembaga pembiayaan/bank dan melakukan monitoring sejak saat pencairan kredit sampai pada pelunasan kredit sesuai jangka waktu yang diperjanjikan.

Fungsi dan tanggung jawab KKMB adalah melakukan pembinaan dan pengembangan terhadap UMKM. Pembinaan disini dimaksudkan adalah merupakan satu kesatuan proses yang di dalamnya mencakup tiga unsur yaitu menumbuhkan, memelihara dan meembangkan. Proses pelaksanaan pembinaan oleh KKMB dilakukan secara partisipatif, bahwa segala sesuatu yang berhubungan dengan pembinaan (materi, metode dll) harus selalu bertumpu pada kebutuhan UMKM, oleh karenanya hubungan kerja antara KKMB dengan UMKM bukanlah sebagai atasan dan bawahan atau hubungan antara pembina dengan yang dibina. Hubungan yang terjalin adalah sejajar dan KKMB disini berperan sebagai motivator bagi UMKM.

Bentuk kegiatan pembinaan dan pengembangan disini adalah melakukan pendampingan terhadap UMKM dengan memberikan bantuan teknis berupa pelatihan sesuai kebutuhan, arahan dan konsultasi. Untuk melakukan kegiatan tersebut seorang KKMB dalam pelaksanaannya di lapangan

berpedoman pada beberapa langkah sebagai berikut :

1. Melakukan identifikasi pada calon nasabah UMKM di wilayah/sentra/populasi usaha;
2. Menentukan kelompok bila memperoleh calon nasabah mikro dalam rangka efisiensi;
3. Menyusun proposal kredit (usaha mikro) atau Kelayakan usaha (usaha kecil dan menengah);
4. Menghubungkan nasabah UMKM tersebut dengan perbankan;
5. Melakukan monitoring dan pendampingan pasca penerimaan kredit

Diharapkan dengan adanya optimalisasi peran dari KKMB, persyaratan dan prosedur yang ditetapkan oleh Lembaga penyalur kredit, tidak lagi menjadi kendala bagi UMKM dalam mendapatkan kredit modal usaha. Keberhasilan dari pendekatan ini akan nampak dari meningkatnya jumlah UMKM yang bankable dan memperoleh kredit modal usaha, dan mampunya KKMB beroperasi secara bisnis (saling

menguntungkan) sehingga dapat membiayai dirinya sendiri

DAFTAR PUSTAKA

Aminudin Aziz, Fathul, 2012.
Manajemen Dalam Perspektif Islam, Majenang :Pustaka ELBayan.

Arikunto, Suharsimi. 2000.
Manajemen Penelitian . Jakarta : Rineka Cipta.

Adam, Muhammad. 2015. Ma, 2017)
Majemen Pemasaran Jasa, Bandung : Alfabeta.

Azrul Tanjung, Muhammad. 2017.
Koprasi dan UMKM sebagai Fondasi Perekonomian

Budiarto, Rachmawan, dkk. 2016.
Pengembangan UMKM Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis Yogyakarta : Gadjah Mada University Press.

EDUKASI INTERNET SEHAT DAN AMAN

Alifian Nugraha
Progam Studi Ilmu Administrasi Bisnis
STIA Pembangunan Jember
*Email: iandgrahasaputra@gmail.com

ABSTRAK

Di zaman modern ini, internet sudah menjadi hal yang wajar, bahkan wajib. Apalagi di kalangan pendidikan. Zaman ini, sudah menjadi dunianya teknologi. Dimana apapun bisa dipermudah dengan yang namanya teknologi. Internet sebagai sumber informasi, banyak memberikan kemudahan. Apapun yang kita butuhkan bisa kita dapatkan melalui Internet. Akan tetapi, semakin berkembangnya Internet, dampak buruknyapun semakin terlihat saat ini. Apalagi yang berhubungan dengan pendidikan. Sudah banyak aksi- aksi penyimpangan melalui internet yang berhubungan dengan dunia pendidikan. Internet sudah tidak digunakan sebagaimana mestinya. Pelajar maupun mahasiswa banyak yang menyalahgunakan kemudahan yang diberikan internet. Tidak hanya pelajar dan mahasiswa, dosen dan gurupun banyak yang melakukan penyimpangan melalui media yang satu ini. Orientasi informasi yang dicari sudah bukan lagi yang berkaitan dengan pendidikan. Akan tetapi lebih banyak menekankan pada hiburan saja. Banyak sekali sebenarnya kasus- kasus yang diakibatkan dari pemanfaatan Internet yang tidak baik. Sehingga diperlukan solusi atau cara- cara untuk menghindari dari dampak negative dari Internet. Dan juga diperlukan dukungan dari lingkungan keluarga, lingkungan pendidikan, maupun lingkungan masyarakat untuk melakukan proteksi tersebut.

Kata Kunci: Edukasi, Internet, Aman.

I. Analisis Situasi

Teknologi selalu berkembang dan mengalami kemajuan sehingga semakin memudahkan manusia untuk beraktivitas, salah satu contoh kemajuan teknologi yang paling terlihat yaitu berkembangnya internet. Munculnya internet ini mempengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam bidang pendidikan. Masuknya internet dalam bidang pendidikan tentunya juga akan membawa dampak bagi para pelajar. Dampak tersebut dapat berupa dampak positif ataupun negatif.

Seiring perkembangan dan kemajuan teknologi, kini mulai muncul media atau sarana-sarana baru di bidang pendidikan, yang diharapkan dapat mempermudah guru dan siswa untuk mengakses informasi yang mereka butuhkan. Dengan adanya perkembangan teknologi terutama internet, pelajar dapat mengakses materi di manapun mereka berada. Namun tanpa disadari adanya berbagai kemudahan ini disalah gunakan oleh oknum-oknum tertentu, yang justru dapat merusak moral dan mental pelajar sebagai generasi penerus.

“Generasi muda adalah tulang punggung Bangsa dan Negara” merupakan istilah yang sering kita dengar sehari-hari. Perubahan-

perubahan yang terjadi dalam lingkungan sosial saat ini memerlukan panutan dan contoh yang dapat membawa masyarakat kita ke arah yang lebih baik. Terlebih lagi di era reformasi ini, generasi muda dituntut untuk lebih berpartisipasi dalam membangun masyarakat Indonesia.

Teknologi diyakini sebagai alat pengubah. Hasil temuan teknologi tersebut kemudian dimanfaatkan dalam aktivitas kehidupan manusia. Teknologi semakin berkembang, sebagai seorang pendidik tentu sudah seharusnya kita memberikan yang terbaik dan terbaru bagi anak didik kita. Jika mereka tidak mengenal teknologi, kelak mereka akan tertinggal dalam peradabannya. Namun, teknologi tentu memiliki banyak dampak positif maupun negatif dalam perkembangannya.

Hadirnya internet yang merupakan pengembangan teknologi komunikasi dan informasi, maka semakin mudah mengakses berbagai informasi secara internasional. Perkembangan teknologi yang semakin modern dan canggih ini bukan hanya member manfaat bagi penggunanya tapi juga menimbulkan pengaruh yang negative bagi penggunanya, terutama bagi kalangan anak-anak di usia dini. Informasi-informasi atau situs-situs yang dapat diakses dari internet ada

yang bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan tapi ada juga yang dapat merusak mental dari kalangan anak-anak di usia dini yaitu situs-situs porno.

Dengan adanya internet yang dapat mempengaruhi sisi baik dan sisi jelek dari pengguna internet terutama dikalangan pelajar, maka dapat menarik perhatian ini, sekaligus menganalisis dampak positif dan dampak negative internet terhadap pelajar.

Sekarang ini banyak orang yang tahu memainkan komputer termasuk orang dewasa ataupun anak-anak di usia dini namun penggunaannya masih kurang efisien, karena hanya memanfaatkan keunggulan komputer tersebut sebagai media untuk permainan dan belum mengetahui dampak-dampak apakah yang nanti akan terjadi.

II. Landasan Teori

a. Definisi Internet

Internet merupakan singkatan dari *interconnected networking* yang berarti jaringan komputer yang saling terhubung antara satu komputer dengan komputer yang lain yang membentuk sebuah jaringan komputer di seluruh dunia, sehingga dapat saling berinteraksi, berkomunikasi, saling bertukar informasi atau tukar menukar data.

Secara fisik, internet dapat digambarkan seperti jaring-jaring yang menyerupai jaring laba-laba yang menyelimuti bumi yang terhubung melalui titik-titik (node). Node dapat berupa komputer maupun peralatan (*peripheral*) lainnya.

Istilah internet berasal dari bahasa Latin “inter”, yang berarti “antara”. Secara kata per kata internet berarti jaringan antara atau penghubung. Memang itulah fungsinya, internet menghubungkan berbagai jaringan yang tidak saling bergantung pada satu sama lain sedemikian rupa, sehingga mereka dapat berkomunikasi. Sistem apa yang digunakan pada masing-masing jaringan tidak menjadi masalah, apakah sistem DOS atau UNIX.

Sementara jaringan lokal biasanya terdiri atas komputer sejenis (misalnya DOS atau UNIX), internet mengatasi perbedaan berbagai sistem operasi dengan menggunakan “bahasa” yang sama oleh semua jaringan dalam pengiriman data. Pada dasarnya inilah yang menyebabkan besarnya dimensi internet.

Dengan demikian, definisi internet ialah “jaringannya jaringan”, dengan menciptakan kemungkinan komunikasi antar jaringan di seluruh dunia tanpa bergantung kepada jenis komputernya.

b. Manfaat internet**b.1 Manfaat Internet Bagi Pelajar dan Pendidikan**

Berikut ini adalah beberapa manfaat atau juga kegunaan internet untuk pelajar dan juga dunia pendidikan:

1. Sumber Informasi Segala Jenis Ilmu Pengetahuan.
2. Pelatihan dan Pembelajaran Online.
3. Pengumuman Online
4. Membaca Buku Digital atau Akses Perpustakaan Online
5. Sarana Berbagi Ilmu
6. Ruang Tanya Jawab
7. Publikasi Karya
8. Memperluas Pengetahuan dan Pergaulan
9. Membantu Penguasaan Bahasa Asing
10. Mendukung Pembelajaran Mandiri / Otodidak

b.2 Manfaat Internet Secara Umum

Selain bagi pelajar dan dunia pendidikan. Ada juga manfaat internet di bidang ekonomi, bisnis, pertanian yang dirangkum menjadi beberapa bagian berikut ini:

1. Media Untuk Berkomunikasi dan Berosialisasi
2. Media Pertukaran Data
3. Sarana Hiburan

4. Sarana Untuk Mendapatkan Uang
5. Sarana Untuk Menyalurkan Hobi.
6. Efektifitas dan Efisiensi Pekerjaan
7. Media Promosi
8. Tempat Untuk Mengeluarkan Pendapat
9. Mencari Ide
10. Membangun dan Memperluas Bisnis
11. Belanja Online atau Transaksi Online
12. Menambah Wawasan

c. Dampak positif dan dampak negatif internet**c.1 Dampak Positif**

1. Internet sebagai media komunikasi merupakan fungsi internet yang paling banyak digunakan dimana setiap pengguna internet dapat berkomunikasi dengan pengguna lainnya dari seluruh dunia.
2. Media pertukaran data : dengan menggunakan email, newsgroup, ftp dan www (world wide web : jaringan situs-situs web) para pengguna internet di seluruh dunia dapat saling bertukar informasi dengan cepat dan murah.
3. Media untuk mencari informasi atau data :

perkembangan internet yang pesat, menjadikan www sebagai salah satu sumber informasi yang penting dan akurat.

4. Kemudahan memperoleh informasi: kemudahan untuk memperoleh informasi yang ada di internet banyak membantu manusia sehingga manusia tahu apa saja yang terjadi. Selain itu internet juga bisa digunakan sebagai lahan informasi untuk bidang pendidikan, kebudayaan, dan lain-lain.

5. Kemudahan bertransaksi dan berbisnis dalam bidang perdagangan :
Dengan kemudahan ini, membuat kita tidak perlu pergi menuju ke tempat penawaran/penjualan karena dapat di lakukan lewat internet.

c.2 Dampak Negatif :

1. Pornografi

Anggapan yang mengatakan bahwa internet identik dengan pornografi, memang tidak salah. Dengan kemampuan penyampaian informasi yang dimiliki internet, pornografi pun merajalela. Untuk mengantisipasi hal ini, para produsen browser melengkapi program mereka dengan kemampuan untuk memilih jenis home-page yang dapat di-akses. Di internet terdapat gambar-gambar

pornografi dan kekerasan yang bisa mengakibatkan dorongan kepada seseorang untuk bertindak kriminal.

2. *Violence and Gore*

Kekejaman dan kesadisan juga banyak ditampilkan. Karena segi bisnis dan isi pada dunia internet tidak terbatas, maka para pemilik situs menggunakan segala macam cara agar dapat menjual situs mereka. Salah satunya dengan menampilkan hal-hal yang bersifat tabu.

3. Penipuan

Hal ini memang merajalela di bidang manapun. Internet pun tidak luput dari serangan penipuan. Cara yang terbaik adalah tidak mengindahkan hal ini atau mengkonfirmasi informasi yang Anda dapatkan pada penyedia informasi tersebut.

4. *Carding*

Karena sifatnya yang *real time* (langsung), cara belanja dengan menggunakan Kartu kredit adalah carayang paling banyak digunakan dalam dunia internet. Para penjahat internet pun paling banyak melakukan kejahatan dalam bidang ini. Dengan sifat yang terbuka, para penjahat mampu mendeteksi adanya transaksi (yang menggunakan Kartu Kredit) on-line

dan mencatat kode Kartu yang digunakan. Untuk selanjutnya mereka menggunakan data yang mereka dapatkan untuk kepentingan kejahatan mereka.

5. Perjudian

Dampak lainnya adalah meluasnya perjudian. Dengan jaringan yang tersedia, para penjudi tidak perlu pergi ke tempat khusus untuk memenuhi keinginannya. Anda hanya perlu menghindari situs seperti ini, karena umumnya situs perjudian tidak agresif dan memerlukan banyak persetujuan dari pengunjungnya.

6. Mengurangi sifat sosial manusia karena cenderung lebih suka berhubungan lewat internet daripada bertemu secara langsung (*face to face*). Dari sifat sosial yang berubah dapat mengakibatkan perubahan pola masyarakat dalam berinteraksi. Kejahatan seperti menipu dan mencuri dapat dilakukan di internet (kejahatan juga ikut berkembang). Bisa membuat seseorang kecanduan, terutama yang menyangkut pornografi dan dapat menghabiskan uang karena hanya untuk melayani kecanduan tersebut

d. Cara Cerdas dan Bijak Berinternet

1) Sesuaikan Kebutuhan

Penggunaan internet yang efektif adalah yang sejalan sesuai dengan kebutuhan. Misalnya sebagai seorang pelajar, internet seharusnya menjadi gudang informasi untuk mengembangkan ilmu pengetahuan. Seorang pebisnis memanfaatkan internet sebagai media komunikasi untuk mempromosikan produknya. Dengan cara seperti itu Internet akan menjadi teknologi yang mendorong perkembangan sumber daya manusia. Peran aktif orang tua dalam mengawasi anaknya berinternet ria juga sangat dibutuhkan, mengingat bahwa informasi yang diakses harus disesuaikan dengan usia. Anak kecil yang sudah mengenal internet harus diawasi mengingat internet menyediakan beragam jenis informasi yang tidak sehat untuk dikonsumsi oleh semua jenis usia.

2) Mengatur Waktu

Tidak bisa dipungkiri bahwa banyak orang yang betah menghabiskan waktunya untuk berinternet ria sampai berjam-jam. Internet memiliki efek candu yang cukup kuat untuk mendidik orang jadi pemalas. Pola hidup menjadi tidak teratur sebagai salah satu tanda orang kecanduan internet. Selain itu kecenderungan orang yang banyak menghabiskan waktunya di dunia maya akan terlihat pasif ketika berkomunikasi di dunia nyata. Jarangnya melakukan komunikasi verbal membuat seseorang pecandu internet akan terlihat kaku berinteraksi dengan orang-orang di sekelilingnya. Oleh sebab itu untuk mengefisienkan fungsi internet seseorang harus dituntut untuk mengatur waktu. Kapan jam online yang pas misalnya, sebab terkadang kita menemukan orang sedang berinteraksi melalui jejaring sosial seperti facebook dan twitter justru ketika jam-jam kantor.

3) Memasang Software Proteksi

Untuk usaha seperti warnet, menggunakan software-software proteksi untuk memblokir situs-situs yang berbau porno dan tidak bermanfaat termasuk langkah-langkah cerdas dan bijak. Tapi kenyataannya, tidak sedikit warnet-warnet yang justru memasang software bajakan bahkan tidak memasangnya sama sekali. Akibatnya, lalu lintas internet jadi serba bebas tak kenal aturan. Apalagi situs porno yang seperti menyungai, membuat pengguna internet bebas berselancar ria. Ketegasan dari pemerintah pusat maupun pemerintah setempat sangat dibutuhkan untuk menangani kasus-kasus pelik seperti ini.

e. Hal-hal yang Perlu Dilakukan

1) *Filtering*

- a) Bekali diri dengan pengetahuan baik dan buruk (norma, agama, hukum).
- b) Menjaga dan menyaring internet dari semua konten yang tidak sehat.

- c) Mengajak orang-orang di sekitar melakukan hal-hal positif dengan internet.

2) *Connecting*

- a) Mengoptimalkan teknologi untuk memperlancar informasi dan memperluas jaringan.
- b) Menambah teman dan menggali manfaatnya.
- c) Menyambung kembali hubungan baik dengan keluarga dan teman lama.

3) *Sharing*

Berbagi wawasan dan pengalaman yang dimiliki dari dan di dunia nyata, dari hal yang sederhana dan bermanfaat pada diri sendiri dan orang lain.

4) *Caring*

- a) Menjadikan aktivitas internet yang sadar dan peduli dengan perkembangan jaman dan permasalahan sosial.
- b) Menjalin, menggalang, mengumpulkan, mengimbau orang di sekitar untuk ikut sama-sama peduli.

f. **Keamanan Menggunakan Internet**

- a) Menggunakan password yang unik dan menarik namun mudah diingat.
- b) Hindari menggunakan password umum.
- c) Jangan simpan user dan password di kertas, komputer, atau handphone.
- d) Jangan lupa keluar (log out) selesai menggunakan akun situs.
- e) Ganti password secara rutin.
- f) Hindari merespon/membalas email dari orang yang belum dikenal.
- g) Hindari membuka link situs yang ditawarkan oleh e-mail yang tidak kita kenal pengirimnya.
- h) Hindari memberi alamat email pribadi ke sembarang orang.

III. **Identifikasi dan Perumusan Masalah**

Dari uraian di atas, muncul berbagai permasalahan sebagai berikut: “Bagaimana upaya yang dilakukan dalam rangka memberikan pemahaman kepada anak-anak, orang tua dan guru mengenai pentingnya penggunaan internet yang sehat dan aman sehingga dapat mengatasi bahaya yang mengancam dari konten-konten negatif yang ada?”.

IV. Tujuan dan manfaat program

Program "Edukasi Internet Sehat dan Aman" memiliki tujuan yaitu sebagai berikut:

- i. Meningkatkan pemahaman, kesadaran dan ketertarikan anak-anak, orang tua dan guru akan pentingnya edukasi internet sehat dan aman untuk anak.
- ii. Meningkatkan pengetahuan anak-anak, orang tua dan guru akan pemanfaatan aplikasi edukasi internet atau aplikasi yang aman untuk anak.
- iii. Memberikan pengetahuan anak-anak, orang tua dan guru tentang aplikasi internet dan penggunaan aplikasi pendukung untuk internet sehat dan aman.

Dengan demikian, internet banyak memiliki kelebihan dan kekurangan dalam penggunaannya, tergantung dari pengguna internet. Peran orang tua dan guru adalah sangat penting bagi anak-anak dalam penggunaan internet sejak dini perlu di berikan informasi baik cara-cara, larangan-larangan dan mencari data yang sesuai dengan kebutuhan.

V. Deskripsi Program

V.1 Bentuk Kegiatan

Program "Edukasi Internet Sehat dan Aman" memiliki kegiatan yaitu sebagai berikut:

- 1) Sosialisasi Edukasi Internet Sehat dan Aman di Kecamatan Jenggawah, yaitu Desa Jatisari yang akan dilaksanakan pada hari Kamis, 19 Juli 2018 Pukul 09.00-12.00. Sosialisasi di PAUD Apel 73, Desa Jatisari dilakukan dengan metode pemaparan materi dan diskusi kepada wali murid dan guru-guru paud.

V.I Target Grup

Program Sosialisasi Edukasi Internet Sehat dan Aman ini merupakan program sosialisasi yang dilaksanakan dengan melibatkan wali murid, kelompok masyarakat dan guru-guru paud.

V.II Target Pencapaian

Program Sosialisasi Edukasi Internet Sehat dan Aman memiliki target pencapaian salah satunya:

- 1) Target pencapaian sosialisasi, adalah meningkatnya pemahaman dan ketertarikan melibatkan wali murid, kelompok masyarakat dan guru-guru paud terhadap pemahaman internet sehat dan aman.

- 2) Target pencapaian sosialisasi Edukasi Internet Sehat dan Aman adalah 50 pendaftar.

Sasaran Penyebaran : Wali murid, kelompok masyarakat dan guru-guru paud.

VI. Pelaksanaan Program

VI.I Pelaksanaan Sosialisasi

Pelaksanaan sosialisasi dilaksanakan untuk meningkatkan pemahaman, kesadaran dan ketertarikan ketertarikan wali murid, kelompok masyarakat dan guru-guru paud terhadap pemahaman internet sehat dan aman. Artinya, sosialisasi ini menjadi faktor pendukung utama untuk kesuksesan program pemerintah dalam melindungi dan mendidik siswa-siswi sejak dini terhadap konten negatif di internet. Sosialisasi dilakukan dengan dua model yaitu temu warga dan model penyebaran pamflet. Adapun rincian sosialisasi diuraikan sebagai berikut:

1. Desa Jatisari

Model sosialisasi : Presentasi dan diskusi
 Hari/tanggal : Kamis, 19 Juli 2017
 Pukul : 10.00 – 12.00
 Tempat : PAUD Apel 73, Jatisari, Jenggawah
 Pemateri : Alifian Nugraha, M.Si
 Jumlah peserta : 35 Orang

VI.II Pelaksanaan Program

Program Edukasi Internet Sehat dan Aman dilaksanakan pada Kamis, 19 Juli 2017 pukul 09.00-12.00 bertempat di PAUD Apel 73, Jatisari, Kecamatan Jenggawah. Pendaftar sosialisasi tercatat sebanyak 50 orang dengan kehadiran peserta 35 orang. Dari 50 orang tersebut, ternyata tidak semuanya hadir untuk sosialisasi, karena beberapa alasan, yaitu sebagai berikut:

1. Beberapa peserta tidak bisa hadir dikarenakan sibuk bekerja.
2. Beberapa peserta tidak hadir tanpa alasan.

Pada pelaksanaan program berlangsung, peserta sosialisasi yang hadir akan diberikan materi terkait sosialisasi “Edukasi Internet Sehat dan Aman”. Agar wali murid dan guru mengerti apa pentingnya internet sehat dan aman. Setelah peserta mengikuti sosialisasi, panitia akan memberikan

sejumlah materi terkait internet sehat dan aman.

Dari pencapaian pelaksanaan program tersebut, diharapkan masyarakat memahami arti penting internet sehat dan aman untuk anak-anak. Diharapkan untuk kedepannya setelah pelaksanaan sosialisasi ini, wali murid dan guru dapat mendidik dan menjaga anak-anaknya dari internet dengan konten negatif.

VII. Khalayak Sasaran

Kegiatan penyuluhan ini diikuti oleh 35 peserta diantaranya wali murid sekolah dasar setempat dan guru di Desa Jatisari, Kecamatan Jenggawah,

Kabupaten Jember dengan harapan wali murid tersebut dapat melanjutkan informasi tentang pentingnya penggunaan internet yang sehat dan aman kepada anak-anak di lingkungannya.

VIII. Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan ini dilakukan dengan pemantauan setelah pelaksanaan kegiatan penyuluhan ini, yaitu semakin banyaknya siswa yang memahami pentingnya penggunaan internet yang sehat dan aman sehingga dapat mengatasi bahaya yang mengancam dari konten-konten negatif yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Kominfo. (2015). Kemkominfo: Pengguna Internet di Indonesia Capai 82 Juta. Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. <http://kominform.go.id>. (Online).
- Lewis, M, Miller, P, and Buchalter A.R. (2009). Internet Crimes Against Children: An Annotated Bibliography of Major Studies. Library of Congress-Federal Research Division.
- Setyawan, D. (2014). KPAI: 13.000 Anak Rentan Jadi Korban Prostitusi "Online". <http://www.kpai.go.id/berita/kpai-13-000-anak-rentan-jadi-korban-prostitusi-online/>.
- Widiastuti. D, dan Sekartini R. (2015). Deteksi Dini, Faktor Risiko, dan Dampak Perlakuan Salah pada Anak. *Jurnal Sari Pediatri*. Vol 7. 2. Hal 105-112.
- Yacub, M. (2005). *Orangtua Bijaksana dan Generasi Penerus yang Sukses*. Medan: Yayasan Madera.

**PERAN PEMERINTAH DESA DALAM PENGELOLAAN BADAN
USAHA MILIK DESA (BUMDES)**

Rohim

Progam Studi Ilmu Administrasi Negara

STIA Pembangunan Jember

*Email: rohim@gmail.com

ABSTRAK

Badan Usaha Milik Desa yang selanjutnya disebut BUMDes merupakan salah satu alternatif untuk meningkatkan ekonomi di pedesaan. Tetapi sayangnya kedudukan BUMDES belum sepenuhnya diatur secara lengkap dalam peraturan perundang-undangan yang ada. Permasalahan lain yang lebih kompleks adalah dalam hal memilih bentuk badan hukum yang tepat bagi pendirian BUMDes. Pembangunan berbasis ekonomi di desa sudah sejak lama dijalankan oleh pemerintah. Badan Usaha Milik Desa merupakan lembaga ekonomi d tingkat desa bertujuan untuk mengelola potensi desa serta mensejahterakan masyarakat desa yang dikelola oleh Pemerintah Desa bersama masyarakat. Pembentukan Badan Usaha Milik Desa dilakukan berdasarkan aspirasi masyarakat dan pemerintah desa melalui Musyawarah Desa.

Kata kunci: BUMDes, ekonomi pedesaan, badan hukum

I. Analisis Situasi

Salah satu “Nawa Cita” agenda prioritas Presiden Jokowi yaitu membangun Indonesia dari pinggiran dengan memperkuat daerah-daerah dan desa dalam kerangka negara kesatuan. Dalam hal ini Pemerintah membangun negara dimulai dari desa-desa, yang mana Pemerintah bertujuan membangun kemandirian, termasuk pembangunan pedesaan. Hal tersebut dapat dicapai melalui program pemberdayaan masyarakat yang tujuannya untuk meningkatkan produktivitas dan keanekaragaman usaha pedesaan, ketersediaan sarana dan fasilitas untuk mendukung ekonomi pedesaan, membangun dan memperkuat institusi yang mendukung rantai produksi dan pemasaran, serta mengoptimalkan sumber daya sebagai dasar pertumbuhan ekonomi pedesaan. Dengan adanya kegiatan perekonomian di desa diharapkan bisa memberi peluang bagi kemampuan daerah dan pedesaan sebagai tulang punggung ekonomi regional maupun tingkat nasional.

Maju atau tidaknya ekonomi negara kita dapat tercapai jika iklim ekonomi yang ada di masing-masing provinsi maupun kabupaten berjalan dengan baik. Kemajuan ekonomi di sebuah daerah kota atau kabupaten dapat tercapai dengan adanya sumbangsih dari geliat ekonomi pedesaan yang kuat yang mana akan berimbas pada kesejahteraan masyarakat didesa maupun luas. Hal ini akan menjamin penyelenggaraan pemerintahan yang baik untuk diterapkan di semua tingkat pembangunan dan keputusan berdasarkan kebutuhan nyata dari masyarakat. Pembangunan pedesaan merupakan salah satu cara dalam upaya mengentaskan kemiskinan di Indonesia.

Desa Jatimulyo merupakan salah satu desa baru yang merupakan pecahan Desa Jatisari Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember, yang mana sebelumnya merupakan sebuah Dusun yang bernama Dusun Darungan. Dusun ini memiliki luas wilayah dan jumlah penduduk serta potensi baik potensi sumber daya manusia maupun sumber daya alamnya memenuhi syarat untuk

menjadi sebuah Desa. Maka pada tahun 1998 Dusun Darungan bisa menjadi desa yang mandiri dengan nama Desa Persiapan Jatimulyo yang terdiri dari dua Dusun yaitu Dusun Darussalam dan Dusun Bringinsari. Pada tanggal 11 Oktober 1999 Desa Jatimulyo resmi menjadi Desa Definitif sesuai dengan Surat Keputusan Gubernur Jawa Timur Nomor 98 Tahun 1999 dengan nama Desa Jatimulyo.

Sebagai desa baru, Pemerintah Desa Jatimulyo berusaha membangun desanya dari nol untuk memenuhi dan melayani kebutuhan masyarakatnya. BUMDesa Jatimulyo dibentuk sejak tahun 2014 ketika pemerintah Kabupaten Jember *bergeliat* ke kecamatan-kecamatan dengan mengundang Kepala Desa, Sekretaris Desa, Ketua BPD, dan Ketua LPM yang ada di seluruh Kabupaten Jember dengan melakukan kegiatan “Sosialisasi dan Fasilitasi Pembentukan BUMDesa”. Jadi dapat dikatakan bahwa BUMDesa Jatimulyo asal dibentuk tanpa melakukan kajian potensi dan kebutuhan desa, padahal langkah awal yang harus dilakukan sebuah

desa ketika ingin membentuk BUMDesa adalah melakukan kajian potensi dan kebutuhan desa.

Hal ini sesuai dengan amanah Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah yang menyebutkan bahwa “Desa dapat mendirikan badan usaha sesuai dengan potensi dan kebutuhan desa”. Pentingnya pendirian BUMDes ini juga dijelaskan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 2005 tentang Desa, yang menyatakan bahwa “untuk meningkatkan pendapatan desa dan masyarakat, Pemerintah Desa dapat mendirikan BUMDesa sesuai dengan kebutuhan dan potensi desa”. Amanah dalam dua regulasi ini menyatakan bahwa pembentukan BUMDesa harus didasarkan pada kebutuhan, potensi, dan kapasitas desa untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Perencanaan dan pembentukan BUMDesa atas prakarsa masyarakat desa. BUMDesa juga didirikan berdasarkan kebutuhan dan potensi desa yang merupakan prakarsa masyarakat desa, artinya usaha yang kelak akan diwujudkan adalah digali dari

keinginan dan hasrat untuk menciptakan sebuah kemajuan di dalam masyarakat. Sebuah BUMDesa bisa bertahan ketika dia mampu mensuplai dan memenuhi kebutuhan masyarakat desa tersebut seiring perubahan jaman.

II. Landasan Teori

Sejak bergulirnya Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa, jargon “*Membangun Desa*” berubah menjadi “*Desa Membangun*” karena sejak adanya Undang-Undang ini desa mempunyai wewenang yang besar untuk membangun dan mengelola sumberdaya yang dimiliki untuk kesejahteraan masyarakatnya. Adanya pemberian otonomi desa juga semakin memberikan ruang yang luas bagi desa untuk lebih maju dan meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya. Hal tersebut semakin didukung oleh pemerintah dengan keluarnya Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2015 yang menyebutkan bahwa: “desa mempunyai wewenang untuk mengatur sumber daya dan arah pembangunan”. Hal tersebut

membuka peluang desa untuk otonom dalam pengelolaan baik pemerintahan maupun sumber daya ekonominya. Jadi jelas sekali bahwa pemberian otonomi desa memberikan kekuasaan yang besar pada desa dan menuntut desa untuk bisa menggunakan segala sumberdaya yang dimiliki untuk peningkatan kesejahteraan masyarakatnya.

Menurut Peraturan Pemerintah Pasal 78 Ayat 1 Nomor 72 Tahun 2005 tentang Desa dijelaskan bahwa: “Badan Usaha Milik Desa yang selanjutnya disebut BUMDes adalah suatu lembaga atau badan perekonomian desa yang berbadan hukum dibentuk dan dimiliki oleh Pemerintah Desa, dikelola secara ekonomis mandiri dan profesional dengan modal seluruhnya atau sebagian besar merupakan kekayaan desa yang dipisahkan. Pengertian BUMDes juga disebutkan dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Otonomi Daerah. Dalam Undang-Undang ini dijelaskan bahwa BUMDesa adalah “badan usaha yang seluruh atau sebagian

besar modalnya dimiliki oleh desa melalui penyertaan langsung yang berasal dari kekayaan desa yang dipisahkan guna mengelola aset, jasa pelayanan, dan usaha lain untuk sebesar-besarnya kesejahteraan masyarakat desa”.

BUMDes Jatimulyo yang dibentuk tanpa adanya kajian potensi dan kebutuhan desa tentunya berimplikasi pada tidak berkembangnya usaha BUMDes itu sendiri. Oleh karena itu, pada kegiatan ini kita memberikan rekomendasi kebijakan baik kepada Pemerintah Desa Jatimulyo maupun Pengelola BUMDes untuk mengembangkan BUMDesnya sesuai dengan potensi Sumber Daya Alam (SDA) dan Sumber Daya Manusia (SDM) serta apa yang menjadi kebutuhan desa. Pembentukan BUMDesnantinya bertujuan untuk menyerap tenaga kerja yang berasal dari masyarakat desa itu sendiri, meningkatkan kreatifitas serta peluang usaha ekonomi produktif mereka yang berpenghasilan rendah.

a. Pengertian Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)

Pengertian BUMDes atau Badan Usaha Milik Desa menurut Permendagri No. 39 Tahun 2010 tentang BUMDes adalah usaha desa yang dibentuk/didirikan oleh pemerintah desa yang kepemilikan modal dan pengelolaannya dilakukan oleh pemerintah desa dan masyarakat. Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) adalah lembaga usaha desa yang dikelola oleh masyarakat dan pemerintah desa dalam upaya memperkuat perekonomian desa dan dibentuk berdasarkan kebutuhan dan potensi desa.

Lahirnya Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) merupakan perwujudan dari amanat UU Nomor 6 Tahun 2014 pada Pasal 87 yang menyatakan bahwa BUMDes dibentuk atas dasar semangat kekeluargaan dan kegotongroyongan untuk mendayagunakan segala potensi ekonomi, kelembagaan perekonomian, serta potensi sumber daya alam dan sumber daya manusia dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa.

Keberadaan BUMDes ditengah-tengah masyarakat desa dapat menjalankan usaha di bidang ekonomi maupun pelayanan umum yang di dalam kegiatannya tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, namun berorientasi untuk mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat desa.

Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 2005 tentang Desa menyatakan bahwa untuk meningkatkan pendapatan desa dan masyarakat, pemerintah desa dapat mendirikan Badan Usaha Milik Desa sesuai dengan kebutuhan dan potensi desa. Hal tersebut berarti pembentukan BUMDes didasarkan pada kebutuhan, potensi sumber daya manusia maupun alam, dan kapasitas desa, sebagai upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat. Perencanaan dan pembentukan BUMDes adalah atas prakarsa masyarakat desa. BUMDes didirikan berdasarkan kebutuhan dan potensi desa yang merupakan prakarsa masyarakat desa. Artinya usaha yang kelak akan diwujudkan adalah digali dari keinginan dan hasrat untuk

menciptakan sebuah kemajuan di dalam masyarakat desa.

b. Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat

Visi pembangunan yang mengutamakan manusia sangat relevan karena adanya pergeseran peranan pemerintah dalam konteks pembangunan, yang pada hakekatnya dilaksanakan oleh masyarakat. Sejak perencanaan hingga implementasi dan pemanfaatannya, peranan masyarakat yang menonjol. Peran itu lebih efektif apabila masyarakat juga berperan dalam penggunaan alokasi anggaran. Korten (1988:242-245) mengemukakan bahwa pembangunan itu sendiri haruslah merupakan suatu proses belajar, yaitu maksudnya peningkatan kemampuan masyarakat, baik secara individual maupun kolektif yang tidak hanya menyesuaikan diri pada perubahan, melainkan juga untuk mengarahkan perubahan itu sehingga sesuai dengan tujuannya sendiri.

Midgley (1995:78-79) mengemukakan ada beberapa aspek dalam pembangunan desa, diantaranya mementingkan proses dan adanya intervensi. Dua hal

tersebut perlu disoroti karena terkait dengan konsep pemberdayaan. Suatu program pembangunan yang hanya mementingkan hasilnya untuk dipersembahkan pada masyarakat justru mengingkari martabat masyarakat, karena hal tersebut menghambat masyarakat untuk berperan serta dalam proses. Sedangkan intervensi dimaksudkan bahwa dalam pencapaian perubahan sosial dengan pemerataan kesejahteraan bagi semua penduduk tidak terlepas dari campur tangan pemerintah, karena pemerintah yang menguasai berbagai sumber daya (*Strategies for Social Development by Governments*).

Inti dari pembangunan masyarakat yang benar yaitu masyarakat menjadi subyek atau pelaku karena masyarakat memiliki kedaulatan dan kebebasan dalam menentukan pilihan-pilihan dalam hidupnya yang lebih khas dan berdasarkan kearifan lokal (*local wisdom*). Masyarakat dapat berpartisipasi dalam berbagai kegiatan pembangunan desa. Mereka dapat menggali dan menggerakkan segala potensi yang dimilikinya

untuk dapat turut serta mewarnai hasil pembangunan yang diharapkan akan lebih sesuai dengan kebutuhan nyata masyarakat. Namun yang terpenting adalah bagaimana mengakomodir semua aspek, diantaranya yaitu: aspek sosial, ekonomi, kultural dalam proses pemberdayaan masyarakat, disamping aspek politik.

c. Kelembagaan dan Peran Kelembagaan

Menurut Mubyarto (1989), yang dimaksud lembaga adalah organisasi atau kaedah-kaedah baik formal maupun informal yang mengatur perilaku dan tindakan anggota masyarakat tertentu baik dalam kegiatan-kegiatan rutin sehari-hari maupun dalam usahanya untuk mencapai tujuan tertentu.

Peran kelembagaan sangat penting dalam mengatur sumberdaya dan distribusi manfaat, untuk itu unsur kelembagaan perlu diperhatikan dalam upaya peningkatan potensi desa guna menunjang pembangunan desa. Dengan adanya kelembagaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) maka ekonomi desa sangat terbantu dalam

hal mengatur silang hubungan antar pemilik input dalam menghasilkan output ekonomi desa dan dalam mengatur distribusi dari output tersebut.

d. Dampak Kebijakan Publik

Dampak kebijakan adalah keseluruhan efek yang ditimbulkan oleh suatu kebijakan dalam kondisi kehidupan nyata (Dye, 1981). Menurut sebagian pakar (Dye, 1981), terdapat sejumlah dampak kebijakan yang perlu diperhatikan di dalam evaluasi kebijakan, yakni :

- a. Dampak kebijakan terhadap situasi atau kelompok target.
- b. Dampak kebijakan terhadap situasi atau kelompok lain selain situasi atau kelompok target
- c. Kebijakan mungkin akan mempunyai dampak pada keadaankeadaan sekarang dan keadaan di masa yang akan datang yang akan berpengaruh pada kelompok sasaran maupun di luar sasaran.
- d. Evaluasi juga menyangkut unsur yang lain, yakni biaya langsung yang dikeluarkan

untuk membiayai program-program kebijakan publik sehingga kebijakan tersebut dapat terlaksana sedemikian rupa.

- e. Biaya tidak langsung kebijakan , yang mencakup kehilangan peluang melakukan kegiatan-kegiatan lainnya. Biaya tersebut sering tidak diperhitungkan dalam melakukan evaluasi kebijakan publik karena sebagian tidak dapat dikuantifikasi.

II. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Dari uraian di atas, maka yang menjadi rumusan masalah adalah sebagai berikut:

“Bagaimana peran pemerintah desa dalam meningkatkan perekonomian masyarakat desa melalui Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) ?”

III. Tujuan Kegiatan

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini bertujuan untuk:

- a. Meningkatkan kesadaran Pemerintah Desa dan pengelola

Badan Usaha Milik Desa terkait pentingnya BUMDES.

- b. Membentuk suasana yang harmonis antara Pemerintah Desa dengan Pengelola BUMDES.

IV. Manfaat Kegiatan

Adapun manfaat yang dapat diperoleh setelah berlangsungnya kegiatan pelatihan ini adalah:

- a. Terbentuknya BUMDES Yang Profesional dan Mandiri Menuju Masyarakat Sejahtera.
- b. Menumbuhkan jiwa kewirausahaan di masyarakat.

V. Deskripsi Program

Berdasarkan keadaan geografis, Desa Jatimulyo Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember berpotensi untuk dijadikan sebagai “Desa Wisata” seperti Desa Ponggok Kecamatan Polanharjo Kabupaten Klaten. Hal ini dikarenakan Desa Jatimulyo memiliki kanal atau aliran sungai yang panjang mengelilingi Desa Jatimulyo yang sangat prospek untuk dilakukan pengecatan, penanaman bunga, bahkan diberi perahu *gethek* untuk dijadikan

sebuah destinasi wisata. Selain itu, jembatan gantung yang berada di Dusun Darusalam juga berpotensi untuk dijadikan tempat selfie dengan menambahkan aksesoris pengecatan, penanaman bunga yang digantung, maupun penambahan lampion atau payung-payung layaknya Bee Jay Bakau Resort (BJBR) yang ada di Kota Probolinggo sebagai yang digemari masyarakat baik dari dalam maupun luar Kabupaten Probolinggo sebagai tempat selfie. Banyaknya masyarakat yang lalu lintas di jembatan ini dengan sendirinya akan berhenti dan melakukan selfie. Orang yang melakukan selfie ini nantinya yang akan membantu Pemerintah Desa Jatimulyo untuk memperkenalkan destinasi wisata ini melalui media sosial, baik facebook, instagram, grup whatsapp, maupun media lainnya. Cara inilah yang paling ampuh sebagai sarana pemasaran destinasi yang ada di Jatimulyo tanpa mengeluarkan biaya yang tinggi.

Sentra lain yang juga merupakan potensi Desa Jatimulyo adalah kerajinan bambu yang dikelola oleh Bapak Mistar.

Kerajinan bambu ini dijadikan tempeh, tempat vas bunga, kursi, gazebo, dan lain sebagainya. Kerajinan ini sebelumnya telah berhasil menembus pangsa pasar Bali dengan omset kurang lebih Rp. 15.000.000,00 (lima belas juta rupiah) perbulan, namun karena keterbatasan modal dan tidak adanya pekerja, maka kerajinan ini tidak mengirimkan hasilnya lagi ke Bali. Sebenarnya permintaan pasar sangatlah tinggi terhadap kerajinan ini, sehingga kerajinan ini sangat berpotensi untuk diadopsi BUMDesa dalam rangka mengurangi tingkat pengangguran masyarakat sekaligus dapat menjadi wadah peningkatan kesejahteraan masyarakat Desa Jatimulyo. Sentra kerajinan bambu ini merupakan bagian dari kerajinan ekonomi kreatif, yakni sebuah kegiatan yang mengintensifkan informasi dan kreativitas yang mengandalkan ide dan *stock of knowledge* dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya karena dalam pengerjaan kerajinan bambu ini murni dilakukan oleh manusia tanpa bantuan mesin apapun.

VI. Pelaksanaan Program

Kelompok sasaran saat melakukan sosialisasi tentang “*Peran Pemerintah Desa Dalam Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes)*” dibagi menjadi dua unsur, yakni:

1. unsur pertama berasal dari pengurus Bumdesa yaitu ketua, sekretaris, bendahara, dan anggota BUMDesa;
2. unsur yang kedua berasal dari pemerintah Desa Jatimulyo yang terdiri dari Kepala Desa, Sekretaris Desa, Kepala Dusun Bringinsari, Kepala Dusun Darussalam, Kepala Urusan Keuangan, Kepala Urusan Perencanaan, Kepala Urusan Tata Usaha dan Umum, Kepala Seksi Pemerintahan, Kepala Seksi Kesejahteraan, dan Kepala Seksi Pelayanan.

Dua unsur ini dipilih karena merekalah yang bertanggung jawab dalam melakukan pembentukan, pengelolaan, dan pertanggung jawaban BUMDesa sesuai dengan Permendes Nomor 4 Tahun 2014 Bab III Pasal 31, Bagian Kedelapan

Tentang Pertanggungjawaban
BUMDesa.

VII. Khalayak Sasaran

Kegiatan ini diawali dengan survey lapangan terlebih dahulu, permohonan izin kepada penanggung jawab wilayah, serta mengumpulkan warga setempat untuk pelaksanaan kegiatan sosialisasi.

Materi : UU No. 6 Tahun 2014
Tentang Desa, PP No. 43
Tahun 2014 Tentang
Peraturan Pelaksanaan
UU Desa, dan Permendes
No. 4 Tahun 2014
Tentang Pendirian,
Pengurusan dan
Pengelolaan, Dan
Pembubaran Badan
Usaha Milik Desa.

Media : Video keberhasilan
desa wisata di Desa
Ponggok Kecamatan
Polanharjo Kabupaten
Klaten.

Metode : Ceramah, tanya jawab
Waktu : Pukul 09.00 WIB
s.d selesai.

VIII. Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan ini dilakukan dengan pemantauan setelah pelaksanaan kegiatan penyuluhan ini, yaitu terciptanya kesadaran dan harmonisasi antara Pemerintah Desa dan Pengelola BUMDES.

DAFTAR PUSTAKA

- Dye, Thomas R.. 1981.
Understanding Public Policy (4th Edition).
Englewood Cliff, NJ:
Prentice-Hall Inc, Ltd.
- Korten, David C. Dan Sjahrir.
1988. *Pembangunan Berdimensi Kerakyatan*.
Jakarta: Yayasan Obor
Indonesia.
- Midgley, James. 1995,
Kesejahteraan Sosial dalam Perspektif Pembangunan.
Jakarta: Bina Rena
Pariwara.
- Mubyarto. 1989. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta:
Lembaga Penelitian,
Pendidikan dan Penerangan
Ekonomi dan Sosial.
- Sukriono, Didik. 2010.
Pembaharuan Hukum Pemerintah Desa. Malang:
Setara Press
- Zulkarnaen, Reza. 2016.
Pengembangan Potensi Desa Melalui Badan Usaha Milik Desa Pondok Salam

Kabupaten Purwakarta.
Dharmakarya: Jurnal Aplikasi
Ipteks untuk Masyarakat Vol.
5, No. 1, Mei 2016: 1 - 4

Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Dasar 1945

Undang-Undang Nomor 6 Tahun
2014 Tentang Desa

Undang-Undang Nomor 32 Tahun
2004 Tentang Pemerintahan
Daerah

Peraturan Pemerintah Nomor 72
Tahun 2005 Tentang Desa

Peraturan Menteri Desa,
Pembangunan Daerah
Tertinggal, dan Transmigrasi
Republik Indonesia Nomor 4
Tahun 2015 tentang
Pendirian, Pengurusan
Pengelolaan, dan
Pembubaran Badan Usaha
Milik Desa

Peraturan Menteri Desa,
Transmigrasi, dan
Pembangunan Daerah
Tertinggal Nomor 4 Tahun
2017 Tentang Prioritas
Penggunaan Dana Desa
Tahun Anggaran 2017

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK LERANG
(LELE LADRANG) KHAS SRUNI**

Sampir Andrean Sukoco
Program Studi Ilmu Administrasi Niaga
STIA Pembangunan Jember
*Email: andreansukoco@gmail.com

ABSTRAK

Pengabdian adalah salah satu bagian dari Tri Darma Perguruan Tinggi yang wajib dilakukan oleh seorang tenaga pendidik. Tujuan pengabdian ini adalah meningkatkan pemahaman kepada kelompok ibu-ibu rumah tangga (masyarakat) tentang cara melakukan komunikasi pemasaran produk LERANG (lele ladrang) khas Sruni. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah melalui workshop dengan model sosialisasi/ceramah dan tanya jawab. Kegiatan pengabdian ini dilakukan sekali, dan dilaksanakan pada 01 Juli 2018. Hasil dari pengabdian dengan tema komunikasi pemasaran produk LERANG (lele ladrang) khas Sruni yaitu meningkatnya pemahaman ibu-ibu rumah tangga pelaku usaha lele ladrang tentang bagaimana memasarkan suatu produk melalui strategi komunikasi pemasaran. Meningkatnya pemahaman strategi komunikasi pemasaran akan berimbas pada kemampuan kelompok ibu-ibu rumah tangga dalam melakukan komunikasi pemasaran produknya.

Kata kunci : komunikasi pemasaran, produk lerang (lele ladrang)

I. Analisis Situasi

Laju penduduk yang besar seharusnya juga diikuti oleh laju pertumbuhan wirausaha. Semakin maju suatu negara, seharusnya juga akan semakin banyak jumlah pengusaha itu sendiri. Wirausaha merupakan potensi pembangunan, baik dalam jumlah maupun dalam mutu wirausaha itu sendiri. Bangsa kita sekarang ini menghadapi kenyataan bahwa jumlah wirausahawan Indonesia masih sedikit dan mutunya masih belum bisa dikatakan hebat, sehingga persoalan pembangunan wirausaha Indonesia merupakan persoalan mendesak bagi suksesnya pembangunan negara (Alma, 2014 : 4).

Menurut Schumpeter yang dapat digolongkan sebagai seorang wirausaha adalah seorang inovator, sebagai individu yang mempunyai kenalurian untuk melihat benda materi sedemikian rupa yang kemudian terbukti benar mempunyai semangat, kemampuan, dan pikiran untuk menaklukkan cara berpikir lamban dan malas. Hanya seorang yang sedang melakukan inovasi yang

dapat disebut sebagai wirausaha. Wirausaha merupakan suatu peran (Dewi, 2017 : 2).

Seorang wirausaha harus benar-benar mengetahui cara manajemen, yaitu mengelola usahanya sehingga berjalan dengan baik. Pengelolaan itu dimulai dari produksi, sumber daya manusia, pemasaran dan sebagainya yang berkaitan dengan kegiatan usaha. Faktor komunikasi pemasaran juga merupakan kunci untuk dapat menjual produk, karena setiap produk yang akan dipasarkan harus dikomunikasikan kepada konsumen. Menurut Shimp (2003 : 4) komunikasi pemasaran adalah aspek penting dalam keseluruhan misi pemasaran serta penentu suksesnya pemasaran.

Lokasi pengabdian masyarakat ini berada pada di Desa Sruni Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember Provinsi Jawa Timur. Desa ini memiliki beberapa potensi yaitu terdapat beberapa warga yang menjadi peternak lele. Lele terkenal dengan makanan rakyat karena selain murah, makanan ini bisa ditemui di mana saja. Selama ini

ikan lele hanya biasa dimasak dengan cara digoreng. Padahal lele bisa memiliki nilai tambah dengan diolah menjadi bermacam-macam makanan termasuk snack/makanan ringan.

Permasalahan yang ada di daerah ini adalah banyak pelaku usaha lele yang belum mampu untuk memasarkan produknya. Oleh karena itu, dengan adanya pengabdian ini diharapkan kelompok pengusaha lele (ibu-ibu rumah tangga) dapat diberdayakan dengan diberikan pelatihan-pelatihan cara melakukan komunikasi pemasaran produknya. Produk lele dapat dijadikan makanan khas yang memiliki nilai jual tinggi.

Produk lerang (lele ladrang) masih belum *familiar* ditelinga masyarakat luas. Produk lerang (lele ladrang) harus dikenalkan atau dikomunikasikan kepada masyarakat dengan cara/strategi komunikasi pemasaran. Memasarkan makanan ringan seperti ladrang lele membutuhkan beberapa strategi komunikasi pemasaran, diantaranya penjualan personal, promosi penjualan, dan pemasaran langsung. Strategi pemasaran dari mulut ke

mulut juga perlu agar produk lerang (lele ladrang) dikenal dan pada nantinya akan meningkatkan penjualan produk lerang (lele ladrang).

Oleh karena itu, muara kegiatan pengabdian ini adalah memberikan pengetahuan komunikasi pemasaran kepada kelompok ibu-ibu yang kesulitan untuk menjual hasil produknya. Target dalam pengabdian ini adalah dapat meningkatkan pemahaman kelompok usaha ibu-ibu rumah tangga dalam memasarkan produk Lerang (lele ladrang) khas Sruni melalui strategi komunikasi pemasaran.

II. Landasan Teori

Pemasaran merupakan tujuan utama yang diutamakan. Pemasaran adalah suatu hal yang sangat penting dalam keberhasilan memasarkan produk bisnis anda, dalam Strategi Komunikasi Pemasaran merupakan aspek yang sangat penting didalam misi dan sukses nya pemasaran. Salah satu pemasaran adalah strategy dalam berkomunikasi dan sebuah komunikasi tersebut

berperan sangat penting didalam menyampaikan sebuah tujuan juga pemasaran perusahaan. Dalam sebuah komunikasi pada intinya merupakan proses dari sebuah pengiriman informasi antara pengirim dan juga penerima, sebuah pemasaran juga dapat dengan menguraikan dari unsur pokok, seperti menjalin komunikasi dan pemasaran, Berinteraksi maupun komunikasi adalah proses pemikiran yang sampaikan antar individu dan juga antar organisasi. Pemasaran yang dilakukan melalui jalur komunikasi dalam perusahaan dan organisasi adalah pertukaran antar mereka dan konsumennya.

Peran dalam Komunikasi Pemasaran, Dalam operasional perusahaan sebuah pemasaran memiliki peranan yang begitu penting. Didalam sebuah organisasi perusahaan sebuah pemasaran mempunyai peran sebagai informasi, seperti mengingatkan konsumen, membujuk baik secara langsung dan juga secara tidak langsung mengenai produk atau merk yang dipasarkannya. Berkomunikasi didalam pemasaran melaksanakan

banyak sekali fungsi kepada para konsumen atau pasar, yang menjadi salah satu yang paling penting dalam menjalin komunikasi dengan konsumen atau pasar adalah pemberitahuan dan mamaparkan mengenai, bagaimana dan mengapa produk tersebut digunakan.

Komunikasi pemasaran atau marketing communication merupakan suatu yang harus dilakukan perusahaan atau bisnis dalam kategory penjualan, didalam hal tersebut perusahaan harus mampu memberikan informasi dan mempengaruhi pasar dan publik untuk menggunakan produk yang di pasarkan oleh suatu perusahaan, dan juga citra perusahaan yang termasuk branding dan produk. Kegiatan tersebut merupakan sebuah usaha yang harus dilakukan oleh perusahaandalam meenjalin komunikasi atar konsumen tetap dan juga calon konsumen.

Terence A. Shimp (2003: 4) mengemukakan bahwa komunikasi pemasaran atau marketing communication adalah aspek penting dalam keseluruhan

misi pemasaran serta penentu suksesnya pemasaran.

Sutisna dalam Amir Purba, dkk (2006: 126 - 127) mengemukakan bahwa komunikasi pemasaran merupakan usaha untuk menyampaikan pesan kepada publik terutama konsumen saran mengenai perbedaan produk di pasar. Kegiatan komunikasi pemasaran merupakan rangkaian kegiatan untuk mewujudkan suatu produk, jasa, ide, dengan menggunakan bauran pemasaran (marketing mix) yaitu iklan (advertising), penjualan tatap muka (personal selling), promosi penjualan (sales promotion), hubungan masyarakat dan publisitas (public relation and publicity) serta pemasaran langsung (direct marketing).

William G. Nickles dalam buku Amir Purba, dkk (2006: 126) mendefinisikan komunikasi pemasaran sebagai proses pertukaran informasi yang dilakukan secara persuasif sehingga proses pemasaran dapat berjalan efektif dan efisien.

Komunikasi pemasaran merupakan bentuk komunikasi yang ditujukan untuk memperkuat strategi

pemasaran guna meraih segmentasi yang luas (Soemanagara, 2006: 4- 5).

Beberapa literatur menyamakan arti istilah promosi dengan komunikasi pemasaran. Crosier menjelaskan bahwa istilah tersebut disamaartikan karena terdapat konteks pengertian yang sama dalam memahami untuk konteks pijakan 4P atau Product, Price, Place, dan Promotion (Prisgunanto, 2006: 9).

Dapat dikemukakan bahwa pemasaran memfasilitasi proses pertukaran dan pengembangan hubungan dengan konsumen dengan cara mengamati secara cermat kebutuhan dan keinginan konsumen yang dilanjutkan dengan mengembangkan suatu produk (product) yang memuaskan kebutuhan konsumen dan menawarkan produk tersebut pada harga (price) tertentu serta mendistribusikannya agar tersedia di tempat-tempat (place) yang menjadi pasar produk yang bersangkutan. Untuk itu perlu dilaksanakan promosi (promotion) atau komunikasi guna menciptakan

kesadaran dan ketertarikan konsumen kepada produk bersangkutan. Proses ini disebut bauran pemasaran (marketing mix) atau disingkat 4 P (Morissan, 2010: 5).

III. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini diikuti oleh 30 orang yang semuanya merupakan pelaku usaha produk lele. Kegiatan ini diawali dengan survey lapangan terlebih dahulu, permohonan ijin kepada penanggung jawab wilayah, serta mengumpulkan warga setempat untuk pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan pelatihan. Pembelajaran model ceramah dan diskusi tersebut dilakukan dengan beberapa materi yang disampaikan diantaranya :

1. Materi tentang cara mengemas produk bernilai tinggi
2. Materi tentang cara mengenalkan produk dengan pemasaran langsung

3. Materi tentang cara mengenalkan produk dengan penjualan personal
4. Materi tentang cara mengenalkan produk dengan promosi

IV. Tujuan dan Manfaat Program

Strategi komunikasi pemasaran adalah suatu proses dari suatu perencanaan, pengambil keputusan serta alat evaluasi terhadap kegiatan perusahaan yang berkaitan dengan upaya memuaskan konsumen dari produk yang ditawarkan. Tujuan pemasaran adalah memuaskan konsumen dari serangkaian tindakan membeli dan mempergunakan produk dan jasa, dalam hal ini komunikasi pemasaran bertujuan memberikan pelayanan dalam penjualan produk perusahaan termasuk layanan purna jual kepada para pelanggan dari rangkaian kesuksesan upaya pemasaran. Dengan kata lain upaya pemasaran harus selalu dikoordinasikan dengan program komunikasi pemasaran guna mengoptimalkan target penjualan yang ditetapkan.

Pengabdian dilakukan pada hari Minggu bulan Juli 2018 bertempat di Desa Sruni Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember Provinsi Jawa Timur pada pukul 14.00. Kegiatan ini diikuti oleh peserta dari ibu-ibu rumah tangga pelaku usaha lele.

Tahap pertama adalah materi tentang bagaimana mengemas produk yang baik. Peserta diajarkan cara pemilihan warna untuk produk, logo yang dibuat sampai penamaan produk yang dapat menarik hati konsumen untuk membeli produk. Gambar berikut ini merupakan produk Lerang (lele ladrang) yang sudah dikemas dengan baik sehingga diharapkan memiliki daya tarik bagi konsumen dan memiliki nilai jual yang tinggi.



Gambar 1

Tahap kedua adalah pemberian materi tentang cara mengenalkan produk dengan pemasaran langsung. Materi pemasaran langsung berkaitan dengan metode penjualan dimana kelompok penjual tersebut mendekati pelanggan potensial secara langsung dengan produk yang ditawarkan. Pemasaran langsung dapat dilakukan menggunakan media media online seperti facebook, instagram, serta dapat dilakukan dengan menggunakan WA atau SMS langsung kepada pelanggan-pelanggan. Peserta diajarkan cara pendekatan terhadap pelanggan menggunakan media online. Peserta diajarkan cara membuat akun online, dan setelah mampu membuat akun-akun online (Facebook, Instagram) peserta mendapat pelatihan cara menawarkan produknya kepada tiap-tiap pelanggan menggunakan media tersebut. Pemasaran online adalah strategi pemasaran berbiaya murah dan tidak terbatas oleh jarak/waktu.

Tahap ketiga adalah pemberian materi tentang penjualan personal. Peserta dibekali pengertian tentang efektivitas seorang tenaga

penjual. Tenaga penjual harus mampu *door to door* kepelanggan. Penjualan personal adalah sarana paling efektif pada tahap tertentu dari proses pembelian, terutama dalam membangun preferensi pembeli, keyakinan, dan tindakan. Penjualan personal melibatkan interaksi pribadi antara dua orang atau lebih, sehingga masing-masing orang dapat mengetahui kebutuhan dan karakteristik orang lain serta membuat penilaian dengan cepat. Penjualan personal juga memungkinkan berbagai jenis hubungan dengan pelanggan, mulai dari masalah hubungan penjualan sampai pertemanan pribadi dan dengan penjualan pribadi, pembeli biasanya merasakan kebutuhan yang lebih besar untuk mendengarkan dan merespon.

Menurut Morissan (2010 : 34) komunikasi yang bersifat individual dan personal dalam penjualan personal ini memungkinkan pihak penjual menyesuaikan pesan berdasarkan kebutuhan khusus atau situasi khusus calon pembeli. Tahap materi (penjualan personal) ini juga

dilakukan tanya jawab langsung antara peserta dan pemateri. Peserta mengajukan beberapa pertanyaan yang langsung dijawab oleh pemateri.

Tahap terakhir adalah pemberian materi tentang cara melakukan promosi. Promosi adalah kegiatan penjualan dan pemasaran dalam rangka menginformasikan dan mendorong permintaan terhadap produk, jasa, dan ide dari pelaku usaha dengan cara mempengaruhi konsumen agar mau membeli produk dan jasa yang dihasilkan (Rangkuti, 2009 : 50).

V. Deskripsi Program

Kegiatan pengabdian ini secara keseluruhan berlangsung dengan baik. Capaian yang dapat dijadikan acuan adalah tingkat pemahaman kelompok ibu-ibu rumah tangga pelaku usaha tentang strategi komunikasi pemasaran semakin meningkat. Peserta sangat antusias dalam mengajukan pertanyaan-pertanyaan sehingga suasana pelatihan tampak hidup. Peserta juga mengikuti kegiatan pengabdian ini sampai acara selesai.

VI. Evaluasi Kegiatan

Berdasarkan rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat tentang strategi komunikasi pemasaran Lerang (lele ladrang) khas Sruni yang telah dilaksanakan, beberapa temua yang dapat disimpulkan adalah :

1. Melalui kegiatan ini, khususnya kelompok pelaku usaha (ibu-ibu rumah tangga) menjadi lebih memahami tentang cara mengemas produk yang bernilai tinggi.
2. Melalui kegiatan ini, khususnya kelompok pelaku usaha (ibu-ibu rumah tangga) menjadi lebih memahami tentang cara mengenalkan produk dengan pemasaran langsung.
3. Melalui kegiatan ini, khususnya kelompok pelaku usaha (ibu-ibu rumah tangga) menjadi lebih memahami tentang cara mengenalkan produk dengan penjualan personal.
4. Melalui kegiatan ini, khususnya kelompok pelaku usaha (ibu-ibu rumah tangga)

menjadi lebih memahami tentang cara mengenalkan produk dengan promosi.

Strategi komunikasi pemasaran adalah suatu proses dari suatu perencanaan, pengambil keputusan serta alat evaluasi terhadap kegiatan perusahaan yang berkaitan dengan upaya memuaskan konsumen dari produk yang ditawarkan. Tujuan pemasaran adalah memuaskan konsumen dari serangkaian indakan membeli dan mempergunakan produk dan jasa, dalam hal ini komunikasipemasaran bertujuan memberikan pelayanan dalam penjualan produk perusahaan Termasuk layanan purna jual kepada para pelanggan dari rangkaian kesuksesan upaya pemasaran. Dengan kata lain upaya pemasaran harus selalu dikoordinasikan

dengan program komunikasi pemasaran guna mengoptimalkan target penjualan yang ditetapkan.

DAFTAR PUSTAKA

Dewi, Sayu. 2017. *Konsep dan Pengembangan*

Kewirausahaan di Indonesia.

Deepublish : Yogyakarta.

Shimp, A Terence. 2003. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Erlangga : Jakarta.

Morissan. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Prenadamedia group : Jakarta.

Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. PT Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.

**PENGEMBANGAN BADAN USAHA MILIK DESA BERBASIS
POTENSI DESA DAN EKONOMI KREATIF**

Setyowati Karyaningtyas
Progam Studi Ilmu Administrasi Negara
STIA Pembangunan Jember
*Email: Tyas.Nugroho17@gmail.com

ABSTRAK

Desa merupakan pusat dari kegiatan perekonomian bangsa. Oleh sebab itu, pembangunan di mulai dari tahap bawah yaitu desa. Pemerintah saat ini mulai mengedepankan pembangunan desa dengan memberikan dana desa yang cukup besar guna untuk menciptakan kesejahteraan masyarakat. Hal tersebut sudah masuk dalam UU yang khusus mengatur pembangunan Desa.

Desa memiliki potensi yang sangat baik untuk kesejahteraan bangsa, sehingga hal tersebut perlu di mobilisasi agar potensi yang dimiliki dapat dirasakan manfaatnya bagi seluruh masyarakat. Hadirnya BUMDes merupakan implementasi UU No. 6 Tahun 2014 tentang desa dalam upaya meningkatkan pendapatan masyarakat melalui mobilisasi potensi desa yang dibentuk langsung sesuai dengan inisiatif masyarakat.

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) di definisikan oleh Undang-undang Nomor 6 Tahun 2014 sebagai badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh desa melalui penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan desa yang dipisahkan guna mengelola aset, jasa pelayanan dan usaha lain yang secara luas untuk kepentingan kesejahteraan masyarakat desa. Secara umum pendirian BUMDes dimaksudkan untuk: 1)

Meningkatkan pelayanan kepada masyarakat, agar usaha masyarakat di desa berkembang; 2) Memberdayakan desa sebagai wilayah yang otonom dalam meningkatkan usaha-usaha produktif bagi pengentasan kemiskinan, pengangguran dan peningkatan PADes; dan 3) Meningkatkan kemandirian dan kapasitas desa beserta masyarakatnya dalam penguatan perekonomian masyarakat desa.

Kata kunci: BUMDes, ekonomi pedesaan, badan hukum

I. Analisis Situasi

Membangun Negara Dari Pinggiran adalah jargon yang selalu didengungkan Presiden Joko Widodo. Jargon ini berarti ketika kita ingin membangun Negara, maka bangunlah Negara dari desa. Untuk mencapai tujuan pembangunan nasional yang telah ditetapkan dalam Undang-Undang, desa merupakan agen pemerintah terdepan yang dapat menjangkau kelompok sasaran riil yang hendak disejahterakan karena desa merupakan unit pemerintahan terendah yang ada di Indonesia. Berdasarkan data dari Kementrian Desa, Transmigrasi, dan Pembangunan Daerah Tertinggal tahun 2015, Indonesia memiliki sekitar 76.000 desa yang tersebar dari Sabang sampai Merauke. Jumlah ini sangatlah besar jika dibandingkan dengan jumlah kelurahan yang hanya sekitar 8.000. Keseriusan pemerintah untuk menjaikan desa sebagai basis pembangunan juga didukung dengan disahkannya Undang-Undang Desa Nomor 6 Tahun 2014.

Desa Jatimulyo merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Jenggawah Kabupaten

Jember. Awalnya Desa Jatimulyo merupakan sebuah Dusun yang bernama Dusun Darungan yang merupakan bagian dari Desa Jatisari. Seiring dengan perkembangan Dusun ini baik dilihat dari luas wilayah, jumlah penduduk serta potensi yang ada baik potensi sumber daya manusia maupun sumber daya alamnya Dusun Darungan memenuhi syarat untuk menjadi sebuah Desa. Dengan adanya dukungan dari seluruh lapisan masyarakat Dusun Darungan, beberapa tokoh masyarakat dan pemuda Dusun Darungan berusaha untuk mengupayakan Kepada Desa Jatisari selaku Desa Induk, Pemerintah Kecamatan Jenggawah dan Pemerintah Kabupaten Jember agar Dusun Darungan bisa menjadi sebuah desa yang mandiri. Dan baru pada tahun 1998 Dusun Darungan bisa menjadi desa yang mandiri dengan nama Desa Persiapan Jatimulyo yang terdiri dari dua Dusun yaitu Dusun Darussalam dan Dusun Bringinsari. Pada tanggal 11 Oktober 1999 Desa Jatimulyo resmi menjadi Desa Definitif sesuai dengan Surat Keputusan Gubernur Jawa

Timur Nomor 98 Tahun 1999 dengan nama Desa Jatimulyo.

Sebagai desa baru, Desa Jatimulyo harus benar-benar membangun desanya dari nol untuk bisa memenuhi dan melayani kebutuhan masyarakatnya. BUMDesa Jatimulyo dibentuk sejak tahun 2014 ketika pemerintah Kabupaten Jember *bergeliat* ke kecamatan-kecamatan dengan mengundang Kepala Desa, Sekretaris Desa, Ketua BPD, dan Ketua LPM yang ada di seluruh Kabupaten Jember dengan melakukan kegiatan “Sosialisasi dan Fasilitasi Pembentukan BUMDesa”. Jadi dapat dikatakan bahwa BUMDesa Jatimulyo asal dibentuk tanpa melakukan kajian potensi dan kebutuhan desa, padahal langkah awal yang harus dilakukan sebuah desa ketika ingin membentuk BUMDesa adalah melakukan kajian potensi dan kebutuhan desa.

Hal ini sesuai dengan amanah Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah yang menyebutkan bahwa “Desa dapat mendirikan badan usaha sesuai dengan potensi dan kebutuhan desa”.

Pentingnya pendirian BUMDesa ini juga dijelaskan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 2005 tentang Desa, yang menyatakan bahwa “untuk meningkatkan pendapatan desa dan masyarakat, Pemerintah Desa dapat mendirikan BUMDesa sesuai dengan kebutuhan dan potensi desa”. Amanah dalam dua regulasi ini menyatakan bahwa pembentukan BUMDesa harus didasarkan pada kebutuhan, potensi, dan kapasitas desa untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Perencanaan dan pembentukan BUMDesa atas prakarsa masyarakat desa. BUMDesa juga didirikan berdasarkan kebutuhan dan potensi desa yang merupakan prakarsa masyarakat desa, artinya usaha yang kelak akan diwujudkan adalah digali dari keinginan dan hasrat untuk menciptakan sebuah kemajuan di dalam masyarakat. Sebuah BUMDesa bisa bertahan ketika dia mampu mensuplai dan memenuhi kebutuhan masyarakat desa tersebut seiring perubahan jaman.

II. Landasan Teori

Sejak bergulirnya Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa, jargon “*Membangun Desa*” berubah menjadi “*Desa Membangun*” karena sejak adanya Undang-Undang ini desa mempunyai wewenang yang besar untuk membangun dan mengelola sumberdaya yang dimiliki untuk kesejahteraan masyarakatnya. Adanya pemberian otonomi desa juga semakin memberikan ruang yang luas bagi desa untuk lebih maju dan meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya. Hal tersebut semakin didukung oleh pemerintah dengan keluarnya Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2015 yang menyebutkan bahwa: “desa mempunyai wewenang untuk mengatur sumber daya dan arah pembangunan”. Hal tersebut membuka peluang desa untuk otonom dalam pengelolaan baik pemerintahan maupun sumber daya ekonominya. Jadi jelas sekali bahwa pemberian otonomi desa memberikan kekuasaan yang besar pada desa dan menuntut desa untuk bisa menggunakan segala

sumberdaya yang dimiliki untuk peningkatan kesejahteraan masyarakatnya.

Menurut Adisasmita, 2006:27 otonomi desa adalah sebuah kebijakan dari pemerintah daerah yang diberikan kepada pemerintah desa untuk lebih mengoptimalkan potensi yang dimiliki, sehingga dapat memaksimalkan pendapatan desa untuk pembangunan dan mensejahterakan masyarakatnya. Salah satu strategi yang bisa dilakukan untuk membangun desa adalah dengan mendorong gerak ekonomi desa melalui kewirausahaan desa, dimana kewirausahaan desa menjadi strategi dalam pengembangan dan pertumbuhan kesejahteraan (Ansari, 2016). Wujud kewirausahaan desa ini dapat diwadahi dalam Badan Usaha Milik Desa (BUMDesa) yang dikembangkan oleh pemerintah maupun masyarakat desa (Prabowo, 2014).

Menurut Peraturan Pemerintah Pasal 78 Ayat 1 Nomor 72 Tahun 2005 tentang Desa dijelaskan bahwa: “Badan Usaha Milik Desa yang selanjutnya disebut

BUMDesa adalah suatu lembaga atau badan perekonomian desa yang berbadan hukum dibentuk dan dimiliki oleh Pemerintah Desa, dikelola secara ekonomis mandiri dan profesional dengan modal seluruhnya atau sebagian besar merupakan kekayaan desa yang dipisahkan. Pengertian BUMDesa juga disebutkan dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Otonomi Daerah. Dalam Undang-Undang ini dijelaskan bahwa BUMDesa adalah “badan usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh desa melalui penyertaan langsung yang berasal dari kekayaan desa yang dipisahkan guna mengelola aset, jasa pelayanan, dan usaha lain untuk sebesar-besarnya kesejahteraan masyarakat desa”.

Di atas telah dijelaskan bahwa BUMDesa Jatimulyo dibentuk karena asal bentuk dan desakan dari Pemerintah Kabupaten Jember karena lahirnya Undang-Undang Desa Nomor 6 Tahun 2014. Desa Jatimulyo merupakan Desa Pecahan dari Desa Jatisari Kecamatan Jenggawah Kabupaten

Jember yang baru dibentuk saat tahun 1998 dan hal ini artinya Desa Jatimulyo harus memulai semuanya dari nol. BUMDesa Jatimulyo yang dibentuk tanpa adanya kajian potensi dan kebutuhan desa tentunya berimplikasi pada tidak berkembangnya usaha BUMDesa itu sendiri. Oleh karena itu, penting sekali memberikan rekomendasi kebijakan kepada pengurus dan Pemerintah Desa Jatimulyo untuk mengembangkan BUMDesanya sesuai dengan potensi dan kebutuhan desa. Sebagai sebuah usaha yang berada di tingkat desa, pembentukan BUMDesa harus bisa memaksimalkan potensi masyarakat desa baik itu potensi ekonomi, sumber daya alam, ataupun sumber daya manusianya. Secara khusus pembentukan BUMDesa ditujukan untuk menyerap tenaga kerja desa, meningkatkan kreatifitas serta peluang usaha ekonomi produktif mereka yang berpenghasilan rendah. Sasaran pemberdayaan ekonomi masyarakat desa melalui BUMDesa ini bertujuan untuk melayani masyarakat desa dalam mengembangkan usaha produktif.

Selain itu, BUMDesa juga bertujuan untuk menyediakan media beragam usaha dalam menunjang perekonomian masyarakat desa sesuai dengan potensi desa dan kebutuhan masyarakat.

III. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Berdasarkan kajian yang dilakukan, Desa Jatimulyo sangat berpotensi untuk membentuk “Desa Wisata” layaknya Desa Ponggon yang ada di Yogyakarta atau Desa Pujon Kulon yang ada di Kabupaten Malang. Hal ini dikarenakan panjangnya kanal atau sungai yang mengelilingi Desa Jatimulyo yang sangat prospek untuk dilakukan pengecatan, penanaman bunga, bahkan diberi perahu *gethek* untuk dijadikan sebuah destinasi wisata. Selain itu, jembatan gantung yang berada di Dusun Darusalam juga berpotensi untuk dijadikan tempat selfie dengan menambahkan aksesoris pengecatan, penanaman bunga yang digantung, maupun penambahan lampiran atau payung-payung layaknya BJBR yang ada di Probolinggo sebagai yang digemari

masyarakat baik dari dalam maupun luar Kabupaten Probolinggo sebagai tempat selfie. Banyaknya masyarakat yang lalu lintas di jembatan ini dengan sendirinya akan berhenti dan melakukan selfie. Orang yang melakukan selfie ini nantinya yang akan membantu Pemerintah Desa Jatimulyo untuk memperkenalkan destinasi wisata ini melalui media sosial, baik facebook, instagram, grup whatsapp, maupun media lainnya. Cara inilah yang paling ampuh sebagai sarana pemasaran destinasi yang ada di Jatimulyo tanpa mengeluarkan biaya yang tinggi.

Sentra lain yang juga merupakan potensi Desa Jatimulyo adalah kerajinan bambu yang dikelola oleh Bapak Mistar. Kerajinan bambu ini dijadikan tempeh, tempat vas bunga, kursi, gazebo, dan lain sebagainya. Kerajinan ini sebelumnya telah berhasil menembus pangsa pasar Bali dengan omset kurang lebih RP 15.000.000,00 per-bulan, namun karena keterbatasan modal dan tidak adanya pekerja, maka kerajinan ini tidak mengirimkan hasilnya lagi ke

Bali. Sebenarnya permintaan pasar sangatlah tinggi terhadap kerajinan ini, sehingga kerajinan ini sangat berpotensi untuk diadopsi BUMDesa dalam rangka mengurangi tingkat pengangguran masyarakat sekaligus dapat menjadi wadah peningkatan kesejahteraan masyarakat Desa Jatimulyo. Sentra kerajinan bambu ini merupakan bagian dari kerajinan ekonomi kreatif, yakni sebuah kegiatan yang mengintensifkan informasi dan kreativitas yang mengandalkan ide dan *stock of knowledge* dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya karena dalam pengerjaan kerajinan bambu ini murni dilakukan oleh manusia tanpa bantuan mesin apapun.

IV. Tujuan dan Manfaat Program

Program pengabdian masyarakat yang melakukan sosialisasi tentang *Pengembangan Badan Usaha Milik Desa Berbasis Potensi Desa dan Ekonomi Kreatif*, secara umum ada dua yaitu:

1. untuk memberikan sosialisasi kepada pengurus BUMDesa dan Perangkat Desa

Jatimulyo tentang pentingnya keberadaan BUMDesa sebagai basis pengembangan perekonomian desa guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

2. untuk melakukan diskusi dengan pengurus BUMDesa dan Perangkat Desa Jatimulyo terkait pengembangan BUMDesa Jatimulyo yang sesuai dengan potensi dan ekonomi kreatif yang dimiliki Desa Jatimulyo.

Manfaat yang ingin diperoleh dengan adanya kegiatan sosialisasi dan diskusi ini adalah memberikan rekomendasi kebijakan kepada pengelola Bumdesa dan Perangkat Desa Jatimulyo untuk mengembangkan Bumdesanya berdasarkan potensi desa dan berbasis ekonomi kreatif. Hal ini sesuai dengan amanah Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah yang menyebutkan bahwa “Desa dapat mendirikan badan usaha sesuai dengan potensi dan kebutuhan desa”. Ketika BUMDesa mampu

membentuk unit usaha sesuai dengan dua hal ini, maka *sustainability* BUMDesa tersebut akan terjamin.

V. Deskripsi Program

1. Bentuk Kegiatan

Bentuk kegiatan program *Pengembangan Badan Usaha Milik Desa Berbasis Potensi Desa dan Ekonomi Kreatif* ini adalah sosialisasi dan diskusi yang dilakukan di aula Desa Jati Mulyo, Kecamatan Jenggawah, Kabupaten Jember. Dalam sosialisasi ini kami memaparkan tentang apa itu Bumdesa, dasar hukum, pentingnya keberadaan Bumdesa untuk meningkatkan kesejahteraan dan Pendapatan Asli Desa. Selain itu, kami juga memaparkan tentang kondisi Bumdesa di Kabupaten Jember yang selanjutnya masuk ke dalam kondisi Bumdesa Jatimulyo. Dari hasil diskusi dengan pengurus dan perangkat Desa Jatimulyo, diketahui bahwa pengembangan unit usaha Bumdesa Jatimulyo hendaknya berdasarkan potensi yang dimiliki desa serta usaha ekonomi kreatif yang sudah dilakukan masyarakat Desa Jatimulyo agar Bumdesa

Jatimulyo bisa terus bertahan dan berkembang sesuai dengan kebutuhan dan sekaligus dapat mencukupi kebutuhan masyarakat Desa Jatimulyo.

Kegiatan diskusi antara pemateri dengan kelompok sasaran terjadi sangat *intens* dalam artian perangkat Desa Jatimulyo dan pengurus Bumdesa Jatimulyo sangat antusias dan pro-aktif untuk berdiskusi terkait pengembangan Bumdesa Jatimulyo dengan harapan Bumdesa Jatimulyo dapat berkembang layaknya Bumdesa Ponggon di Daerah Yogyakarta atau Bumdesa Pujon Kulon yang ada di Kabupaten Malang. Bisa dikatakan bahwa sosialisasi dan diskusi ini memberikan semangat dan dorongan bagi pengurus Bumdesa dan pemerintah Desa Jatimulyo untuk mengembangkan Bumdesanya layaknya Bumdesa Pujon Kulon Kabupaten Malang yang sudah terkenal dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

VI. Pelaksanaan Program

Kelompok sasaran saat melakukan sosialisasi tentang

“Pengembangan Badan Usaha Milik Desa Berbasis Potensi Desa dan Ekonomi Kreatif” dibagi menjadi dua unsur, yakni:

1. unsur pertama berasal dari pengurus Bumdesa yaitu ketua, sekretaris, bendahara, dan anggota BUMDesa;
2. unsur yang kedua berasal dari pemerintah Desa Jatimulyo yang terdiri dari Kepala Desa, Sekretaris Desa, Kepala Dusun Bringinsari, Kepala Dusun Darussalam, Kepala Urusan Keuangan, Kepala Urusan Perencanaan, Kepala Urusan Tata Usaha dan Umum, Kepala Seksi Pemerintahan, Kepala Seksi Kesejahteraan, dan Kepala Seksi Pelayanan.

Dua unsur ini dipilih karena merekalah yang bertanggung jawab dalam melakukan pembentukan, pengelolaan, dan pertanggung jawaban BUMDesa sesuai dengan Permendes Nomor 4 Tahun 2014 Bab III Pasal 31, Bagian Kedelapan Tentang Pertanggungjawaban BUMDesa.

VII. Khalayak Sasaran

Target yang ingin dicapai dengan adanya sosialisasi tentang “Pengembangan Badan Usaha Milik Desa Berbasis Potensi Desa dan Ekonomi Kreatif” adalah memberikan rekomendasi kebijakan kepada pengelola Bumdesa dan Perangkat Desa Jatimulyo untuk mengembangkan Bumdesanya berdasarkan potensi dan ekonomi desa karena selama ini sejak tahun 2014 Bumdesa di Jatimulyo hanya mempunyai dua unit usaha, yakni usaha simpan pinjam dan usaha penyewaan traktor dan diesel padahal sebenarnya Desa Jatimulyo mempunyai potensi dan usaha ekonomi kreatif yang lebih prospek untuk dikembangkan menjadi Bumdesa. Potensi desa itu misalnya *kanal* atau sungai yang membentang panjang sepanjang jalan desa yang sangat bagus jika dicat warna-warni, ditanami bunga, atau diberikan perahu dayung untuk dijadikan desa wisata. Jembatan yang ada di Desa Darussalam juga sangat berpotensi untuk dijadikan tempat selfie dengan menambahkan aksesoris bunga yang digantung maupun lampu.

Banyaknya masyarakat yang lalu lalang di desa ini dengan sendirinya akan berhenti untuk sekedar melakukan selfie di tempat ini. Dari sinilah Desa Jatimulyo akan dikenal oleh banyak orang.

Selain berpotensi untuk dijadikan desa wisata, Desa Jatimulyo juga memiliki industri ekonomi kreatif yang berupa kerajinan bambu. Kerajinan ini berada di Dusun Bringin Sari yang terdapat komunitas yang membuat kerajinan dari bambu bahkan dulunya kerajinan ini bisa menembus pasar Bali, namun usaha ini berhenti karena kurangnya ketersediaan modal. Jika Bumdesa Jatimulyo mampu mengembangkan unit usahanya berdasarkan potensi dan usaha ekonomi kreatif ini, maka keberlangsungan Bumdesa akan tercapai dan bahkan akan bisa meningkatkan kesejahteraan serta Pendapatan Asli Desa Jatimulyo.

Sosialisasi ini dilaksanakan pada Hari Senen tanggal 16 Juli pukul 09.00 – 12.00 di aula Desa Jatimulyo Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember dengan jumlah peserta 14 orang (nama dan jabatan

peserta terlampir). Kegiatan sosialisasi ini bertepatan dengan diadakannya Kuliah Kerja Nyata mahasiswa STIA “Pembangunan” tahun 2018 di Desa Jatimulyo yang juga mengusung tema desa wisata, sehingga tepat sekali diadakan sosialisasi dan diskusi tentang pengembangan Bumdesa Jatimulyo berdasarkan analisis potensi desa dan berbasis ekonomi kreatif.

VIII. Evaluasi Kegiatan

Demikian laporan pengabdian kepada masyarakat dengan judul “*Pengembangan Badan Usaha Milik Desa Berbasis Potensi Desa dan Ekonomi Kreatif*” ini disampaikan. Atas perhatian dan kerja samanya disampaikan terima kasih. Semoga materi ini dapat memberikan spirit dan masukan bagi pengurus serta Pemerintah Desa Jatimulyo untuk mengembangkan BUMDesa sesuai dengan potensi dan harapan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Jurnal Ilmiah

Adisasmita, Rahardjo. 2006. *Membangun Desa Partisipatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu

- Anggraeni, Maria Rosa Ratna Sari. 2016. *Peranan Badan Usaha Milik Desa Pada Kesejahteraan Masyarakat Pedesaan Studi Pada Bumdesa Di Gunung Kidul Yogyakarta*. MODUS Vol.28 (2): 155-167, 2016
- Budiono, Puguh. 2015. *Implementasi Kebijakan Badan Usaha Milik Desa Di Bojonegoro (Studi di Desa Ngringinrejo Kecamatan Kalitidu Dan Desa Kedungprimpren Kecamatan Kanor)*. Jurnal Administrasi Publik (JAP), Vol. 1, No. 6, Hal. 1068-1076
- Denhart, Janer V and Robert B. Denhart. 2003. *The New Public Service: Serving Not Steering*. Armonk, N.Y: M.E.Shape
- Dewi, Amelia Sri Kusuma. 2014. *Peranan Badan Usaha Milik Desa Sebagai Upaya Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Desa Serta Menumbuhkan Perekonomian Desa*. Journal of Rural and Development □ Volume V No. 1 Februari 2014
- Ramadana Coristya, dkk. 2015. *Keberadaan Badan Usaha Milik Desa Sebagai Penguat Ekonomi Desa (Studi Di Desa landungsari, Kecamatan Bau, Kabupaten Malang)* Jurnal Politik Muda, Vol. 4 No. 1, Januari - Maret 2015, 116 -125
- Solekhan, Moch. 2012. *Penyelenggaraan Pemerintahan Desa*. Malang: Setara Press
- Sukriono, Didik. 2010. *Pembaharuan Hukum Pemerintah Desa*. Malang: Setara Press
- Zulkarnaen, Reza. 2016. *Pengembangan Potensi Desa Melalui Badan Usaha Milik Desa Pondok Salam Kabupaten Purwakarta*. Dharmakarya: Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat Vol. 5, No. 1, Mei 2016: 1 - 4
- Peraturan Perundang-Undangan**
- Undang-Undang Dasar 1945
- Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa
- Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah
- Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 2005 Tentang Desa
- Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2015 tentang Pendirian, Pengurusan, Pengelolaan, dan Pembubaran Badan Usaha Milik Desa
- Peraturan Menteri Desa, Transmigrasi, dan Pembangunan Daerah Tertinggal Nomor 4 Tahun 2017 Tentang Prioritas Penggunaan Dana Desa

Tahun Anggaran 2017

VOLUME 1 NOMOR 2 DESEMBER 2018

MAJALAH ILMIAH



SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI

“PEMBANGUNAN” JEMBER

2018

SUSUNAN REDAKSI

Penerbit	: Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi “Pembangunan” Jember
Penanggung Jawab	: Ir Hendri Suparto, M.Si Ketua STIA Pembangunan Jember
Pimpinan Redaksi	: Dr. Nungky Viana Feranita, ST, MM
Dewan Redaksi	: 1. Siti Husnul Hotima, S.Sos, MP 2. Ibnu Supriyadi, SH, M.Si 3. Alifian Nugraha, S.AB, M.Si
Redaktur Pelaksana	: Rohim, M.Si
Sekretaris Redaksi	: Sampir Andrean Sucoko, M.Si
Komputasi dan Ilustrasi	: 1. Achmad Faisol, S.AB 2. Amilatus Solikhah, S.AB
Adm dan Sirkulasi	: 1. Dewi Yuliaty Ningsih, S.AB 2. Siti Mahdiatul Umroh, S.AB
Alamat Redaksi	: Jl. Lumba-lumba No.9 Telp (0331) 486182, Jember 68135

Majalah Ilmu “Pelita Ilmu” adalah majalah ilmiah yang diterbitkan oleh STIA “Pembangunan” Jember sebagai majalah pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh Dosen STIA “Pembangunan” Jember.

PRAKATA

Dengan ucapan syukur Kepada Allah SWT, pada bulan Juni 2018 Majalah Ilmiah “Pelita Ilmu” yang merupakan salah satu Jurnal Elektronik Bagian Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat STIA Pembangunan Jember. Terbitan Vol. 1 No. 2 Desember 2018 memuat enam buah artikel dari pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Dosen-Dosen dari Progam Studi Ilmu Administrasi Bisnis dan dari Progam Studi Ilmu Administrasi Publik.

Semoga dengan diterbitkannya Majalah Ilmiah “Pelita Ilmu” volume pertama ini menjadikan seluruh civitas akademika di lingkungan STIA Pembangunan Jember semakin meningkatkan kualitas publikasi ilmiah dan pengabdian bagi masyarakat. Tiada gading yang tidak retak, hasil dari publikasi ini masih jauh dari standar yang diharapkan untuk terbitan Jurnal Elekntronik, akan tetapi kami dari segenap Tim Redaksi akan terus untuk meningkatkan kinerja dalam publikasi Majalah Ilmiah Pelita Ilmu secara konsisten.

Jember, Desember 2018

Tim Redaksi

DAFTAR ISI

1. Pengembangan Teknologi Tepat Guna Produk Hilir Komoditas Lele Di Wilayah Sentra Produk Desa Sruni Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember (Oleh : Achadyah Prabawati)	1
2. Pembatasan Penggunaan Gadget Pada Pendidikan Dasar Pendidikan 9 Tahun (Oleh : Ida Mustikawati)	12
3. Membumikan Usaha Ekonomi Kreatif (Oleh : Hendri Suparto)	27
4. Pengembangan Potensi Dan Bakat Anak Melalui Pendekatan Montessori (Oleh : Asmuni).....	38
5. Entrepreneur Kreatif (Oleh : Kaskojo Adi)	48
6. Pendidikan Anti Bullying (Oleh: Adi Santoso)	59

**PENGEMBANGAN TEKNOLOGI TEPAT GUNA
PRODUK HILIR KOMODITAS LELE
DI WILAYAH SENTRA PRODUK DESA SRUNI
KECAMATAN JENGGAWAH KABUPATEN JEMBER**

Achadyah Prabawati
Progam Studi Ilmu Administrasi Niaga
STIA Pembangunan Jember
*Email: achadyahprabawati@gmail.com

ABSTRAK

Indonesia merupakan negara agraris yang memiliki kekayaan alam dan hayati yang sangat beragam. Kondisi agroklimat di wilayah Indonesia sangat sesuai untuk pengembangan komoditas tropis dan sebagian sub tropis pada ketinggian antara nol sampai ribuan meter di atas permukaan laut.

Komoditas pertanian (mencakup tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, kehutanan, peternakan dan perikanan) dengan keragaman dan keunikannya yang bernilai tinggi serta diperkuat oleh kekayaan kultural yang sangat beragam berpeluang besar menjadi andalan perekonomian nasional. Hasil subsistem hilir pelaku usaha pengolahan ikan menjadi ujung tombak dalam meningkatkan dan merangsang konsumsi ikan masyarakat.

Karena dengan berbagai varian dan inovasi pengolahan dapat meningkatkannilai tambah (*added value*) serta merubah pola pikir masyarakat dari komoditasperikanan yang selama ini hanya dikonsumsi atau dibeli dalam bentuk ikansegar. Berbagai keunggulan kegiatan pengolahan cukup mampu memberikanmanfaat lebih terhadap komoditas perikanan, seperti penambahan daya tahanyang meningkat, penyimpanan yang mudah dan cita rasa serta seni dankeunikan yang mampu merangsang tingkat konsumsi ikan masyarakat. Sifat produk perikanan yang mudah rusak dengan kondisi potensi produksi budidaya yang cukup baik, maka keberadaan unit usaha pengolahan perikanan sangat dibutuhkan.

Kata kunci : Komoditas, Perekonomian, Lele.

I. Analisis Situasi

Desa Sruni adalah desa yang para masyarakat banyak yang mempunyai halaman rumah yang tidak produktif. Halaman tersebut ditanami oleh beberapa pohon dipinggir maupun ditengah halaman. Apabila diantara pepohonan itu diberikan kolam lele maka masih leluasa dan akan menghasilkan keuntungan bagi pemiliknya.

Pemilik kolam lele harus mempunyai pengetahuan dalam pengelolaan ternak lele untuk dapatnya menjadi peternak lele yang unggul. Peternak lele yang unggul akan menghasilkan komoditas lele yang banyak dan bagus untuk dikonsumsi. Peternak lele yang unggul dalam waktu tidak lama akan menghasilkan keuntungan yang berlimpah dengan hasil panen yang tinggi dalam pengeluaran biaya yang relatif kecil.

Para tetangga juga akan menjadi pedagang lele yang akan meraup hasil keuntungan dengan berdagang lele. Sementara para tetangga yang lain akan memproduksi lele sebagai produk siap saji yang

juga akan meraup keuntungan dengan produksi makanan berbahan lele.

Produksi makanan berbahan lele dengan pengembangan teknologi tepat guna adalah program untuk memproduksi dengan minimisasi pengeluaran biaya dan menghasilkan produk secara kualitas dan kuantitas yang bagus. Secara kualitas maka produk berbahan lele harus menghasilkan produk yang berkualitas dengan ciri khas yang enak, bagus dan menarik serta tahan lama. Secara kuantitas maka produk berbahan lele harus menghasilkan produk yang banyak. Pengembangan teknologi tepat guna adalah untuk memperoleh keuntungan yang maksimal.

Pada dasarnya tujuan pengabdian masyarakat ini adalah membentuk peluang usaha yang akan dilaksanakan sehingga dapat meraih keuntungan untuk meningkatkan pendapatan perekonomian masyarakat desa Sruni kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember. Adapun dasar pembentukan peluang usaha adalah ditinjau dari sektor wilayah, yaitu :

- 1) Wilayah sentra peternak lele, sehingga dekat dengan pengambilan bahan baku produk. Hal ini untuk meminimasi transportasi, meminimasi harga pembelian bahan baku, meminimasi waktu pengadaan bahan baku.
- 2) Wilayah desa dengan ... kepala keluarga yang merupakan pangsa pasar untuk kegiatan usaha catering bagi segala perhelatan masyarakat. Usaha catering ini dapat meluas pangsa pasar hingga ke tetangga desa, kecamatan Kaliwates dan Kecamatan Ambulu dan kekota Jember.
- 3) Wilayah yang dekat dengan jalan raya, sehingga mudah untuk penjualan ke sentra pasar, sentra pertokoan, pusat oleh-oleh dan wilayah wisata.
- 4) Hanya 5 km menuju tempat wisata Watu Ulo, Papuma, Teluk Love, Payangan, Pelelangan Ikan Puger. Sehingga mudah untuk membuat toko, bursa, atau cafe dan resto untuk memasarkan produk lele siap saji dengan segala aplikasi yang menarik. Hal ini akan mengundang banyak konsumen dari para wisatawan.

II. Landasan Teori

Rencana usaha yang dapat dilakukan mulai dari produk masal sampai dengan produk satuan. Produk masal biasa diperdagangkan di Swalayan, Mall, Mini Market, Toko dan di pasar tradisional. Produk masal ini biasanya dikemas dalam kemasan plastik serta aluminium Foil. Sementara penyimpanan produk adalah ditempat yang kering untuk produk kering dan didalam Frezzer untuk produk kenyal dan padat.

Produk masal dapat berupa produk olahan yang dapat dikonsumsi maksimal sampai dengan waktu 6 bulan. Produk ini berjenis olahan produk kering bisa berupa abon, kripik, krupuk, rempeyek maupun rengginang. Perbedaan jenis produk olahan ini dari bentuk produk serta bahan pelengkapannya, yaitu dari tepung trigu, tepung tapioka dan tepung beras serta kentang dan ubi jalar. Lele sebagai bahan baku pengubah rasa dapat berupa daging lele yang diblender, daging lele yang difillet, serta daging lele yang dikukus dan kulit lele, tulang lele serta air kukusan lele.

Produk masal juga dapat berupa produk olahan yang dapat dikonsumsi maksimal sampai dengan waktu 2 bulan s/d 3 bulan. Produk ini berjenis olahan produk kenyal dan padat bisa berupa nugget, patty, rolade, bakwan serta sosis. Perbedaan jenis produk olahan ini dari bentuk produk serta bahan pelengkapannya, yaitu dari tepung trigu dan tepung tapioka, roti tawar, gabin dan mie. Lele sebagai bahan baku pengubah rasa dapat berupa daging lele yang diblender.

Produk siap saji serta segera saji biasanya harus segera dinikmati oleh konsumen. Produk ini diperdagangkan di Resto Hotel berbintang, Resto ber kelas, Cafe, Rumah Makan dan segala acara perhelatan. Produk lele ini dibedakan atas kelompok sajian, yaitu :

- Berbentuk utuh dengan seni tampilan dalam proses penggorengan dan pemanggangan yang dikombinasi dengan sambal terasi dan sayur lalapan atau dikombinasi dengan kecap dan saouce.
- Lele utuh yang dimasak dengan santan

- Lele yang dipotong dadu dan ditumis dengan daun kucai yang dimediasi dengan roti maryam sebagai tatum lele.
- Lele yang dicincang dengan ditumis dengan aneka bahan kombinasi untuk dijadikan bentuk bola-bola dengan aplikasi tahu giling yang disiram sauce fla.
- Lele yang dicincang dan ditumis dengan mediasi roti canai yang disiram sauce taocho.
- Lele yang dicincang dan ditumis dengan bawang bombay untuk topping pie
- Lele yang dicincang serta ditumis dengan bumbu balado
- Lele yang difillet untuk diasap, digulung dan dipanggang serta disajikan dengan disiram sauce asem manis.
- Lele yang difillet untuk digoreng crispy dengan bantuan tepung trigu.
- Lele yang dipotong dan dimasak dengan aneka jenis masakan mulai dari yang bersauce asem manis, kecap ditambah lada hitam, kecap sauce dan berkuah bening, kuah pekat sampai dengan berkuah santan.

- Lele yang diblender untuk dijadikan adonan sehingga dibentuk Nugget untuk pelengkap makan.
- Lele yang diblender untuk dijadikan bakso sebagai pelengkap Mie Ramen dan Tomyang Lele yang diblender untuk dijadikan adonan sehingga dibentuk Patty untuk pelengkap Fish Burger
- Lele yang diblender dibentuk bola-bola yang dihias Lele yang diblender untuk dijadikan adonan yang digulung dengan mediasi telur dadar dan dikukus untuk dijadikan Rolade. Rolade ini disajikan dengan aneka tumisan wortel dan buncis serta french fries goreng yang dilengkapi sauce tomat.

Dari aneka produk lele dan aneka lahan pemasaran maka banyak sekali jenis usaha yang akan dilakukan untuk produk berbahan baku lele.

III. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Harus diakui berbisnis lele termasuk jenis lele yang menguntungkan dan potensial untuk

dijalankan. Mengingat ikan lele termasuk ikan yang tidak rewel dan mudah untuk dirawat serta dibiarkan. Ikan lele juga tergolong pemakan segala jadi tidak sulit untuk masalah pakan. Walaupun ada kesulitan, biasanya adalah cara pemasaran ikan lele. Pada skala usaha kecil/rumahan, memang tidak sulit menjual ikan lele hasil panen. Kadang tanpa perlu repot dengan pemasaran, Anda sudah bisa menjualnya dengan cukup memasang plang, "Jual Lele Segar" tepat didepan rumah.

Tetapi tidak sederhana itu kalau Anda menjalankan bisnis skala besar, banyaknya produksi lele yang anda hasilkan dan kadang ukuran yang bervariasi membuat anda harus cukup seksama memperhatikan aspek pemasaran. Lalu bagaimana cara pemasaran ikan lele yang sekiranya akan efektif memaksimalkan penjualan ikan?. Berikut beberapa cara atau tips yang biasa anda gunakan untuk usaha lele yang anda kembangkan:

1. Penawaran ke penjaja pecel lele
Rasanya memang ini cara yang paling cepat Anda temukan dalam benak anda ketika anda

merencanakan cara pemasaran ikan lele yang anda panen. Seolah sajian pecel lele sajian rakyat seribu ummat, yang selalu digemari di segala kawasan dan di segala kalangan. Anda bisa menawarkan jalinan kerja sama untuk suplai lele bagi penjaja pecel lele. Yang penting anda membagi kolam sedemikian rupa sehingga anda bisa memastikan ada kesinambungan panen untuk memenuhi permintaan ini.

2. Penawaran sebagai Supplier Pasar

Lele tidak hanya banyak dijual sebagai sajian kaki lima, tetapi juga termasuk sajian yang banyak digemari rumah tangga. Ikan lele dengan rasa gurih, murah meriah dan mengandung nutrisi tinggi termasuk jenis ikan dengan permintaan tertinggi di pasar. Anda bisa menawarkan diri sebagai suplier bagi pedagang di pasar. Kadang untuk pemasaran ini, Anda harus bersiasat untuk mengalahkan suplier lama, atau setidaknya bisa mendapat bagian dari permintaan yang ada di pasar.

3. Temukan Produsen makanan berbahan lele

Belakangan ini mulai banyak pelaku usaha menjalankan bisnis makanan dengan bahan baku lele. Mulai dari bisnis produksi abon lele, dendeng lele, sampai sionay lele, dan nugget lele. Temukan produsen dan tawarkan jalinan kerja sama dengan mereka. Bagi para pelaku usaha ini, kesinambungan suplai bahan baku sangat penting untuk perkembangan usaha mereka. Bekerjasama dengan produsen makanan olahan berbahan lele merupakan salah satu cara pemasaran ikan lele.

4. Bekerjasama dengan pengepul

Cara paling praktis dalam memasarkan ikan lele hasil panen adalah bekerjasama dengan pengepul. Perhatikan penawaran harga yang mereka lemparkan, bila perlu temukan beberapa tawaran pengepul supaya anda bisa menemukan harga terbaik untuk lele yang Anda Panen.

5. Olah Sendiri

Bagian tersulit bila pemasaran ikan lele yang beratnya sudah

berlebihan. Kadang pemilik merasa kesulitan untuk menjual ikan lele. Anda bisa membangun usaha sendiri usaha pengolahan lele menjadi aneka hidangan sesuai dengan kemampuan Anda seperti nugget lele, kerupuk lele, kerupuk kulit lele, abon lele dan sebagainya.

Pasarkan melalui pasar terdekat atau via onlinen untuk mempercepat penjualan.

6. Kerjasama dengan Restoran

Selain menjalin kerjasama dengan usaha kaki lima Anda juga bisa mengembangkan pasar ikan lele hasil panen Anda ke pasar lebih elit dengan menyentuh pasar restoran. Ada banyak restoran yang mengolah lele sebagai salah satu sajian mereka. Biasanya tuntutan mereka sangat tinggi tentang kualitas dan ukuran, tetapi siap membayar lebih layak untuk tiap kg.

7. Kerjasama dengan Supermarket.

Pasar lele ini sangat luas, dan digemari segala kalangan. Jadi tidak aneh kalau ikan lele juga ada di supermarket. Tentu

dengan ketentuan yang lebih ketat, dengan cara pemasaran ikan lele Anda bisa mendapatkan harga yang lebih baik dan menguntungkan.

VII. Khalayak Sasaran

Lele secara keseluruhan dan tanpa limbah dapat digunakan untuk bahan baku proses produksi dan akan menghasilkan keuntungan bagi para penjual dan memberikan kepuasan bagi yang mengkonsumsi. Kegunaan dari :

- 1) Air kukusan lele dapat digunakan untuk sumber aroma dan rasa kripik dan krupuk lele
- 2) Duri lele dapat digunakan untuk bahan baku kripik dan krupuk lele serta ldrang
- 3) Daging lele yang diblender untuk bahan baku kripik, krupuk, nugget, patty, rolade, bakwan, dan sosis
- 4) Daging lele yang dicincang untuk bahan baku salad, tachos, balado dan pie
- 5) Daging lele yang difillet untuk bahan baku rempeyek, kripik, cryspy, dan steak

- 6) Daging lele yang dipisahkan dari duri untuk bahan baku aneka steak dan cryspy
- 7) Daging lele yang dikukus dapat dibuat bahan baku abon kering dan abon basah
- 8) Lele iris melintang untuk bahan baku aneka steak dan aneka kuah
- 9) Lele utuh untuk bahan baku gorengan dan panggangan
- 10) Lele goreng dapat dibuat untuk bahan baku abon kering urai

Lele dapat digunakan untuk berbagai macam jenis olahan yang sesuai proses awal produksi. Hasil produksi lele dapat dipasarkan sesuai dengan jenis, bentuk dan sifat produknya. Semakin cepat untuk segera dikonsumsi maka mempunyai nilai tawar dalam etika pemasarannya dan semakin punya nilai harga yang bersaing. Semakin banyak kandungan lele dalam satuan produk kering, kenyal dan padat maka semakin mempunyai nilai harga yang bersaing.

VIII. Evaluasi Kegiatan

Dalam satu usaha, pemasaran merupakan hal yang sangat penting, demikian juga halnya dalam

pemasaran lele, namun sangat disayangkan jika kegagalan pemasaran produksi lele terjadi karena faktor usaha pemasaran yang kurang atau memang belum menjalankan strategi pemasaran lele secara maksimal, Peluang pemasaran lele sangat besar, ini bukan sekedar slogan atau propaganda, telah banyak survey dan riset-riset pemasaran dilakukan oleh orang-orang yang memang ahli dibidangnya, kebutuhan masyarakat akan lele konsumsi memang semakin meningkat, Sebelum membahas tata cara pemasaran lele, yang pertama kita lakukan adalah mengetahui sasaran atau target pasar ikan lele konsumsi, mungkin telah banyak diinformasikan bahwa terdapat beberapa target pasar untuk ikan lele konsumsi, diantaranya adalah ; warung pecel lele, warteg, rumah-rumah makan lainnya atau bahkan resto-resto yang sudah mulai menawarkan menu special ikan lele, ditambah lagi belakangan ini semakin banyak berkembang tempat-tempat usaha yang mengelola daging ikan lele atau yang lebih dikenal dengan istilah lele olahan, mulai dari baso lele

sampai dengan lele presto, ini baru target pemasaran lele secara umum, namun untuk orang-orang yang ingin melakukan pemasaran lele hal ini jangan dianggap remeh, dari tempat-tempat inilah sebetulnya daya serap kebutuhan lele sangat tinggi.

1. Menetapkan produk barang dengan strategi bisnis pemasaran, dari mana barang yang akan dijual. Bila memiliki produksi sendiri, maka harus dapat menghitung jumlah barang yang akan dijual perminggu atau perbulan. Lalu kemana strategi pemasaran akan kita lakukan.
2. Membuat portal toko online sederhana dan gratis. Yang berisi penjelasan mengenai barang yang akan kita jual, sertakan pula nomor kontak penjual, cara bertransaksi dan kalau perlu supaya lebih meyakinkan tampilkan biodata.
3. Promosikan kedia jejaring media sosial. Baik Facebook, Twitter, WhatsApp, dan sebagainya. Dengan tujuan

untuk menarik pengunjung untuk datang ke toko online yang telah dibuat. Bila calon pengunjung atau konsumen tertarik dengan diskripsi barang yang telah diposting, maka secara otomatis akan menelpon pada nomor kontak yang tercantum diatas.

4. Aktif mempromosikan barang, tampilkan secara jelas, dan harus memperhatikan etika bisnis dalam menulis promosi barang.
5. Memberikan layanan maksimal kepada calon konsumen, cara yang dilakukan selayaknya seperti berjualan offline yaitu memberikan pelayanan dan kenyamanan serta keamanan bagi calon pelanggan. Ketika ada penelpon masuk menanyakan barang yang telah kita pajang, berikan penjelasan dengan santun, jelas dan tidak berbelit-belit. Berikan pilihan bertransaksi secara mudah dan aman.

6. Pengabdian masyarakat dengan judul pengembangan teknologi tepat guna produk hilir adalah suatu kegiatan yang mengajak masyarakat untuk melakukan kegiatan dengan tepat sehingga dapat menggunakan sesuatu yang belum digunakan. Sedangkan yang dimaksud dengan pengembang teknologi adalah aplikasi cara dan bahan yang digunakan untuk mengoperasionalkan kegiatan yang memberikan kegunaan yang lebih bermanfaat dan dapat diperjual belikan dengan sangat menguntungkan. Produk hilir merupakan obyek dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini. Yang dimaksud dengan produk hilir adalah hasil produksi peternakan ikan lele yang menjadi unggulan desa. Dimana di desa Sruni terdapat sekelompok masyarakat yang mempunyai usaha peternakan ikan lele. Hasil panen ikan lele yang tidak masuk dalam

perdagangan maka akan diproduksi menjadi makanan olahan. Makanan olahan tersebut diproses dengan cara, tampilan dan rasa yang lebih menarik dari pada yang ada di pasaran. Dengan kelebihan tampilan, sajian dan rasa tersebut maka akan menghasilkan keuntungan yang besar bagi para pemroduksi. Selain itu dapat memberikan peluang usaha bagi masyarakat untuk melakukan usaha sampingan penunjang kegiatan produksi dan penjualan produk tersebut. Hal ini akan meningkatkan pendapatan atau penghasilan masyarakat, yang berdampak pada peningkatan perekonomian masyarakat.

Pengabdian masyarakat dengan judul pengembangan teknologi tepat guna produk hilir adalah suatu kegiatan yang mengajak masyarakat untuk melakukan kegiatan dengan tepat sehingga dapat menggunakan sesuatu yang belum digunakan. Sedangkan yang

dimaksud dengan pengembangan teknologi adalah aplikasi cara dan bahan yang digunakan untuk mengoperasionalkan kegiatan yang memberikan kegunaan yang lebih bermanfaat dan dapat diperjual belikan dengan sangat menguntungkan. Produk hilir merupakan obyek dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini. Yang dimaksud dengan produk hilir adalah hasil produksi peternakan ikan lele yang menjadi unggulan desa. Dimana di desa Sruni terdapat sekelompok masyarakat yang mempunyai usaha peternakan ikan lele. Hasil panen ikan lele yang tidak masuk dalam perdagangan maka akan diproduksi menjadi makanan olahan. Makanan olahan tersebut diproses dengan cara, tampilan dan rasa yang lebih menarik dari pada yang ada di pasaran. Dengan kelebihan tampilan, sajian dan rasa tersebut maka akan menghasilkan keuntungan yang besar bagi para pemroduksi. Selain itu dapat memberikan peluang usaha bagi masyarakat untuk melakukan usaha sampingan penunjang kegiatan produksi dan penjualan produk tersebut. Hal ini akan meningkatkan

pendapatan atau penghasilan masyarakat, yang berdampak pada peningkatan perekonomian masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Pojok Bisnis. cara memasarkan ikan lele dengan jitu. <http://www.pojokbisnis.com/pemasaran/7-cara-pemasaran-ikan-lele-dengan-jitu> diunduh tanggal 16 Juli 2018. Jam 13.00

Blogspot. Tips mudah belajar menjual barang, <http://tip-bisnis.blogspot.com/2013/12/tips-mudah-belajar-menjual-barang.html> diunduh tanggal 16 Juli 2018. Jam 13.00

**PEMBATASAN PENGGUNAAN GADGET PADA
ANAK/SISWA PENDIDIKAN DASAR (PENDIDIKAN 9 TAHUN)**

Ida Mustikawati
Progam Studi Ilmu Administrasi Negara
STIA Pembangunan Jember
*Email: idamustikawati@gmail.com

ABSTRAK

Kemajuan zaman di bidang ilmu teknologi pada abad ke 21 ini semakin berkembang pesat. Berbagai macam penemuan dengan tujuan mempermudah ruang gerak dan ruang lingkup manusia diciptakan satu persatu setiap tahunnya. Ini membuktikan bahwa daya pikir masyarakat dan juga pola perilaku manusia semakin maju dan berkembang dengan pesat. Peningkatan penemuan menjadi lebih canggih ini tentu memang tidak lepas dari para penemu-penemu sebelumnya. Penemuan telepon menjadi sangat menakjubkan pada saat itu, bagaimana tidak, seseorang dapat terhubung dengan orang lain tanpa harus saling berinteraksi bertatap muka satu sama lain. Penyempurnaan telepon ini semakin menjadi-jadi di abad yang sekarang serba modern ini. Dimulai dari munculnya telepon koin, telepon genggam (HP), hingga saat sekarang ini orang-orang lebih akrab mengenalnya dengan istilah smartphone atau gadget. Namun penggunaan gadget secara continue akan berdampak buruk bagi pola perilaku anak dalam kesehariannya, anak-anak yang cenderung terus- menerus menggunakan gadget akan sangat tergantung dan menjadi kegiatan yang harus dan rutin dilakukan oleh anak dalam aktifitas sehari-hari, tidak dipungkiri saat ini anak lebih sering bermain gadget dari pada belajar dan berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya, Hal ini mengkhawatirkan, sebab pada masa anak-anak mereka masih tidak stabil, memiliki rasa keingin tahuan yang sangat tinggi, dan berpengaruh pada meningkatnya sifat konsumtif pada anak-anak untuk itu penggunaan gadget pada anak-anak perlu mendapatkan perhatian khusus bagi orang tua.

Kata kunci : Gadget, Teknologi, Internet.

I. Analisis Situasi

Pada era digital sekarang ini, gadget/HP sudah menjadi barang kebutuhan pokok manusia. Mulai dari anak-anak hingga orang tua/dewasa semua butuh/mempunyai gadget/HP. bahkan anak-anak balita sudah terampil menggunakan gadget mulai dari permainan Game, mengambil Foto dan sebagainya. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi HP berpengaruh terhadap manusia.

Gadget saat ini merupakan sebuah benda yang tidak bisa dipisahkan dari aktivitas sehari-hari. Bagaimana tidak ?, kemanapun pergi gadget selalu dibawa, apapun yang ada selalu bisa diakses dengan gadget/HP. Sehingga tak heran jika anak-anak masa kini /now pun sudah mulai kenal yang namanya gadget ini. Tidak hanya itu saja, melainkan banyak anak yang sudah kecanduan untuk memakai gadget untuk keperluan berbagai hal.

Memang pada dasarnya anak boleh diperkenalkan kepada gadget, tetapi tentu tidak berlebihan dan tidak terlalu jauh mengenalnya. Hal itu sangat tidak baik untuk

perkembangan pemikiran anak kedepannya, karena jika sudah kecanduan akan sulit untuk terlepas, maka akan semakin sulit untuk diatasi karena gadget sudah merupakan teman baginya. Salah satu alasan anak-anak cenderung lebih dekat dengan gadget karena kurangnya perhatian orangtua sehingga anak anak melampiaskan ke gadget sehingga menyebabkan kecanduan. Dengan banyaknya anak yang sudah kecanduan memakai gadget maka sangat diperlukan peran serta semua pihak terutama peran orang Tua untuk lebih memperhatikan dalam rangka pengendalian pemakaian gadget terutama bagi anak usia pendidikan dasar. Hal ini menjadi alasan mengapa diperlukannya sosialisasi dan pengenalan mengenai perlunya pembatasan penggunaan gadget melalui orang tua kepada anak.

Perlu orangtua ketahui bahwa dalam gadget tersebut terdapat hal-hal yang negatif yang tentunya tidak baik jika anak terlalu lama dibiarkan bermain gadget. hasil survey satu dari tiga anak yang menggunakan gadget berdampak buruk pada

prestasi akademik dan penggunaan gadget dibawah usia 12 tahun akan menghambat perkembangan anak.

Survey yang dilakukan yayasan kita dan buah hati menyebutkan 76 % anak kelas empat hingga enam SD di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi sudah pernah melihat konten pornografi. Sebagian besar anak mengunduh konten pornografi justru dari rumah mereka sendiri karena tidak sengaja, sementara sebagian yang lain mengunduh konten dari warnet, telepon genggam atau dari teman.

Pengaruh konten negatif antara lain banyaknya kasus pornografi, paham-paham radikal antitoleransi yang tersebar lewat saluran/media internet di gadget, penipuan serta merebaknya berita bohong atau HOAX pun juga ada di dunia maya/internet yang bisa diakses lewat gadget/HP. Hal ini menjadi alasan mengapa diperlukannya sosialisai dan pengenalan mengenai bagaimana caranya membatasi penggunaan gadget pada anak/siswa sehingga dapat mengatasi bahaya yang mengancam dan dari konten-konten negatif yang ada. Dalam hal

tentunya diharapkan bukan saja dari peran aktif Orang tua, guru, masyarakat tetapi perhatian dan peran pemerintah (dalam hal ini Kemkominfo) sangat diperlukan untuk mengakomodir dan mengatasi masalah-masalah yang dihadapi anak bangsa.

II. Landasan Teori

a. Sejarah dan Perkembangan HP

Sejarah perkembangan Handphone bermula di awal abad 19, sungguh perlanan teknologi yang sangat lama. Literatur sejarah perkembangan handphone adalah sebagai berikut:

- Tahun 1910 adalah permulaan telepon seluler yang ditemukan oleh Lars Magnus Ericsson (swedia), pendiri perusahaan Ericsson yang kini dikenal dengan perusahaan Sony Ericsson dan merupakan bidang bisnis telegraf.
- Tahun 1970-an perkembangan telepon mobile didominasi oleh 3 perusahaan besar yaitu di

Erofa dengan perusahaan Nokia dan perusahaan Motorolanya. Teknologi ini mulai di gunakan tahun 1970 yang diawali dengan penggunaan mikroprosesor untuk teknologi komunikasi. Dan pada tahun 1971, jaringan handphone pertama di buka di Finlandia bernama ARP.

- Menyusul kemudian NMT di skandinavia pada tahun 1981 dan AMPS pada tahun 1983. Penggunaan teknologi analog pada generasi pertama banyak menyebabkan banyak keterbatasan yang dimiliki seperti trafik yang kecil , jumlah pelanggan yang dapat ditampung pada sel yang sedikit.
- Sejarah GSM diawali dengan diadakannya konferensi pos dan Telegraf di Erofa, pada konferensi ini membentuk suatu studi group yang bernama groupe special mobile (GSM) untuk mempelajari dan

mengembangkan sistem komunikasi publik di Erofa. GSM fase I diluncurkan pada pertengahan 1991.

- Pada tahun 1993 sudah ada 36 jaringan yang GSM di 22 Negara. Keunikan GSM dibanding generasi pertama adalah layanan SMS. SMS atau short message service adalah layanan dua arah untuk mengirim pesan pendek sebanyak 160 karakter. GSM yang saat ini digunakan sudah memasuki fase 2. Setelah 2G, lahirlah generasi 2,5 G yang merupakan versi lebih baik dari generasi ke 2. Generasi 2,5 G ini mempunyai kemampuan transfer data yang lebih cepat. Yang terkenal dari generasi ini adalah GPRS (General Packet Radio Service) dan EDGE.
- Baru-baru ini trens komunikasi seluler mulai beralih kepada generasi berikutnya yang diprediksi akan menjadi teknologi

komunikasi seluler yang menjanjikan. Generasi 3 atau 3G merupakan teknologi terbaru dalam dunia seluler. Generasi ini lebih dikenal dengan sebutan UMTS (Universal Mobile Telecommunication System) atau WCDMA (Wideband-Coded Division Multiple Access). Kelebihan generasi terbaru ini terletak pada kecepatan transfer data yang mencapai 384 kbps di luar ruangan dan 2 Mbps untuk aplikasi indoor. Selain itu generasi ini dapat menyediakan layanan multimedia seperti internet, video Streaming, video telephony, dan lain-lain dengan lebih baik.

- Generasi ketiga, menggunakan teknologi CDMA yang awalnya muncul dari teknologi militer Amerika Serikat dan dikhususkan pada standar IS-95. Beberapa paten pada jaringan-jaringan yang ada sekarang yang berbasis

pada teknologi CDMA dimiliki Qualcomm Inc., sehingga pembuat peralatan membayar royalti. Teknologi CDMA membuat kapasitas suatu sel menjadi lebih besar dibanding sistem GSM karena pada sistem CDMA, setiap panggilan komunikasi memiliki kode-kode tertentu sehingga memungkinkan banyak pelanggan menggunakan sumber radio yang sama tanpa terjadinya gangguan interferensi dan cross talk. Sumber radio dalam hal ini adalah frekuensi dan time slot yang disediakan untuk tiap sel. Sistem komunikasi Wireless berbasis CDMA pertama kali digunakan pada tahun 1995 dan sampai sekarang, CDMA merupakan saingan utama dari sistem GSM di banyak negara.

- Kelebihan utama yang dimiliki generasi ketiga adalah kemampuan transfer

data yang cepat atau memiliki bit rate yang tinggi. Tingginya bit rate yang dimiliki menyebabkan banyak operator CDMA banyak menyediakan berbagai aplikasi multimedia yang lebih baik dan bervariasi, dan menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan. Seperti fasilitas kamera, video, komputer stereo dan radio. selain itu berbagai fasilitas hiburan bisa dinikmati seperti video klip, keadaan lalu lintas secara real time, telekonferensi, bahkan ketika kita duduk di rumahpun kita masih bisa melakukan berbagai hal tanpa harus keluar ruangan seperti mengecek saldo Bank, memesan makanan dan lain-lain. Itu semua bukan hal hal yang mustahil bagi generasi ketiga.

b. Manfaat gadget bagi anak

- Manfaat positif; antara lain dengan adanya

penggunaan internet melalui handphone dan kuota internet yang memadai anak-anak dapat belajar kapan saja dari sumber mana saja. Kita dapat berkomunikasi dengan orang dari negara lain lewat media sosial di jaringan internet, dapat melihat aksi-aksi sosial seperti penggalangan dana atau aksi bantuan yang dimulai dari media sosial. Orang-orang juga lebih mudah membuat karya, seperti Foto, musik atau video lewat saluran internet.

- Untuk pendidikan, gadget dapat dimanfaatkan untuk belajar baik di sekolah maupun di rumah. Saat ini banyak sekali software aplikasi pendidikan bermanfaat untuk belajar anak-anak yang bisa didapatkan secara gratis atau berbayar.
- Manfaat umum, banyak hal yang bisa dipelajari

untuk anak dari gadget, seperti hapalan doa-doa, lagu anak-anak, permainan yang modern untuk anak, dan melatih anak supaya mengenal teknologi baru agar tidak gaptek.

- Handphone diciptakan untuk memudahkan kehidupan, dan sudah terbukti bahwa hidup siswapun memang cukup terbantu oleh keberadaan handphone. Misalnya, di luar jam sekolah, siswa bisa berkomunikasi dengan temannya untuk menanyakan materi tugas atau PR tanpa harus keluar rumah yang bisa menghabiskan banyak waktu.
- Handphone bisa menyimpan suatu data dan mudah dibawa kemana-mana, ini tentu sangat berguna. Manfaat handphone bagi siswa berdasarkan hal ini misalnya siswa bisa

mencatat materi pelajaran dan bisa menghapalkan di manapun dan kapanpun, atau siswa dapat mencatat beberapa informasi penting dan menyimpannya dalam HP, misalnya pengumuman ujian dsb.

c. Dampak negatif gadget pada siswa

Pengaruh Gadget terhadap prestasi belajar siswa memang cukup banyak. Selain dari segi positif, banyak pula pengaruh negatif handphone yang patut diwaspai dan seharusnya di hindari.

- Hal negatif yang mungkin paling menonjol adalah fitur internetnya. Walau memudahkan siswa untuk mencari informasi pelajaran, pada kenyataannya hampir semua siswa menggunakan fitur ini untuk hiburan semata. Apakah itu adalah hal yang salah ? tentu saja tidak, asalkan digunakan

sesuai kapasitas. Namun faktanya, cukup banyak prestasi siswa yang menurun hanya karena terlalu asyik dengan dunia maya yang ada dalam HP, misal asyik dengan jejaring sosial yang kini sedang marak.

- Selain fitur internet, fitur game dalam Hppun cukup mempengaruhi prestasi belajar siswa di sekolah. Sama seperti internet, game tidak akan merugikan bila digunakan sesuai aturan dan memiliki batasan. Tapi umumnya siswa malah keasyikan bermain game dan lupa untuk belajar.
- Hal negatif lain adalah penggunaan handphone di saat ujian. Hal seperti ini yang digunakan untuk mencontek, mungkin memang akan meningkatkan nilai ujian, tapi akan sangat memperburuk mental siswa. Mereka menjadi

selalu tergantung teman atau contekan yang disiapkan di dalam HP. Bila nilai bagus tidak seiring dengan kecerdasan, hal ini sangat merugikan sekali.

Selain beberapa pengaruh handphone terhadap prestasi belajar siswa, baik dari segi positif maupun negatif. Handphone memang mempermudah, tapi penggunaannya pada siswa harus diawasi agar tidak terjadi hal-hal yang merugikan.

Beberapa akibat yang ditimbulkan oleh keberadaan Handphone bagi anak-anak adalah :

d. Ada 10 bahaya penggunaan ponsel bagi anak:

1. Pertumbuhan otak yang terlalu cepat.
Pada usia 0-2 tahun, pertumbuhan otak anak memasuki masa perkembangan hingga 21 tahun. Perkembangan otak awal ditentukan oleh rangsangan lingkungan. Rangsangan yang berasal dari gadget akan berhubungan langsung

dengan fungsi eksekutif dan Berakibat defisit perhatian, gangguan kognitif, kesulitan dalam belajardan menurunkan kemampuan anak dalam mengendalikan diri.

2. Hambatan perkembangan anak

Karena penggunaan ponsel akan membatasi gerak anak, yang mengakibatkan perkembangan terhambat, dari hasil survey satu dari tiga anak yang menggunakan gadget berdampak buruk pada prestasi akademik dan penggunaan gadget dibawah usia 12 tahun akan menghambat perkembangan anak.

3. Obesitas

Gadget berkorelasi dengan risiko obesitas. Saat menggunakan gadget, anak cenderung kurang bergerak. Anak yang diperbolehkan bermain gadget di kamar

tidur 30 % mengalami risiko obesitas. Obesitas berpotensi diabetes, stroke, dan swrangan jantung.

4. Gangguan tidur

Kebanyakan orang tua tidak mengawasi anaknya saat bermain gadget. Dari hasil survey sebanyak 75 % anak yang bermain gadget di kamar tidur mengalami masalah dalam tidurnya. Sehingga berdampak pada prestasi belajar mereka.

5. Penyakit Mental

Penggunaan gadget berlebihan menjadi penyebab meningkatnya lajudepresi pada anak, kecemasan, gangguan perhatian (tidak fokus), autisme, gangguan Bipolar, dan gangguan perilaku pada anak.

6. Agresif.

Konten kekerasan dapat menyebabkan agresif pada anak. Seperti pada Game Grand Theft Auto

V, yang menggambarkan sek, pembunuhan, pemerkosaan, penyiksaan dan Mutilasi.

7. Pikun Digital

Konten media berkecepatan tinggi berkontribusi terhadap meningkatkan risiko defisit perhatian (kurang Fokus), serta penurunan konsentrasi dan ingatan, karena pemangkasan otak yang berperan dalam melakukan hal itu.

8. Kecanduan

Kurangnya perhatian orang tua, anak-anak cenderung lebih dekat dengan gadget. Dengan tidak adanya keterikatan orangtua, anak-anak melampiaskannya ke gadget, sehingga menyebabkan kecanduan.

9. Radiasi

Badan Kesehatan Dunia (WHO) mengklasifikasikan ponsel sebagai resiko kategori 2B, karena emisi

radiasi yang dihasilkan.

Anak-anak lebih sensitif terhadap berbagai radiasi dibandingkan orang dewasa, karena sistem kekebalan tubuhnya masih berkembang.

10. Tidak berkelanjutan

Edukasi yang berasal dari gadget tidak akan lama bertahan dan berkelanjutan dalam ingatan anak-anak. Anak-anak adalah masa depan kita, tetapi tidak ada masa depan bagi anak-anak yang terlalu sering menggunakan gadget. Dengan demikian pendekatan pendidikan melalui gadget tidak akan berkelanjutan bagi anak-anak.

Untuk anda yang mungkin sedang mengalami permasalahan tentang anak yang kecanduan gadget, maka berikut ini adalah cara/tips untuk mengendalikan/menghilangkan kecanduan tersebut.

e. 10 cara menghilangkan anak kecanduan Gadget/HP

1. Berikan batasan waktu kepada anak.

Anda bisa memberikan batasan waktu kepada anak anda untuk bermain gadget. Anda dalam hal ini harus tegas dan jangan membiarkan anak terlalu asyik bermain gadget. Apabila anda membiarkan anak anda, maka yang ada akan semakin kecanduan, terlebih lagi jika gadget yang anda berikan mendukung banyak game-game dan fitur-fitur lain yang mumpuni. Maka anak anda akan sulit terlepas dari gadget tersebut.

2. Berikan mainan alternatif

Berikan mainan alternatif seperti boneka atau mobil-mobilan. Pada dasarnya cara ini kurang efektif, tetapi setidaknya anak anda masih memiliki beberapa pilihan mainan yang bisa untuk dimainkan, selain itu jika anda memang melihat banyak

kawan diluar rumah, biarkanlah dia bermain dengan mereka asal tidak berbahaya.

3. Luangkan Waktu Anda Untuk Anak

Apabila anda menginginkan si anak tidak kecanduan gadget/HP maka ada baiknya anda meluangkan waktu untuk bermain bersama anak. Perlu anda ketahui salah satu alasan mereka memilih bermain gadget/HP karena merasa kesepian dan kurang perhatian dari orang tuannya. Oleh karena itulah jangan sibuk bekerja melulu tetapi luangkan waktu untuk anak anda.

4. Biarkan Anak Anda Bermain Di Luar

Pada umumnya orangtua tidak menginginkan si anak bermain di luar rumah. Memang mereka memiliki tujuan baik yakni ingin melindungi anak dari berbagai hal yang buruk yang akan menyimpannya. Seperti misalnya ajakan dari teman-

temannya yang kurang baik, bicara yang kurang baik, takut bajunya kotor dan masih banyak yang lain. Namun ada baiknya anda memberi kesempatan walau hanya sedikit untuk bermain di luar rumah supaya tidak kesepian dan pastinya bisa sejenak terlupa dengan gadget /HP.

5. Batasi Penggunaan Jaringan Internet di Rumah.

Pada dasarnya bukan hal yang baru lagi jika para orangtua memasang koneksi internet di rumahnya yang membuat mereka akan mudah perlu anda ketahui bahwa hal itu juga yang dapat menyebabkan anak anda kecanduan gadget. Sambungan internet yang mudah mereka dapatkan akan mendukung aksi mereka untuk semakin mencintai kehidupan dunia maya. Maka tak heran jika anak akan individualis mengurung diri di kamar bermain internet.

Maka dan itulah anda patut membatasi penggunaan jaringan internet diluar kebutuhan anda.

6. Sibukkan waktu kegiatan anak

Semakin banyak waktu yang dimiliki oleh anak maka akan semakin banyak peluang untuk merasa bosan. Ketika sudah bosan maka anak akan cenderung memilih untuk bermain gadget/HP, dari situlah anak akan merasa kecanduan dan sulit untuk lepas. Maka tidak ada salahnya anda memberi kesibukan yang bermanfaat untuk anak anda seperti: les bernyanyi, les piano, les bahasa Inggris dan lain sebagainya.

7. Diskusikan dengan anak-anak anda

Cara yang paling efektif untuk menghilangkan kecanduan gadget adalah mendiskusikan pada anak-anak anda. Jelaskan pada anak anda mengapa anda membatasi penggunaan

gadget/HP, katakan padanya bahwa hal itu dilakukan semata-mata untuk kebaikan mereka. Selain itu berikanlah pemahaman yang logis kepada mereka jika sudah kecanduan dengan gadget maka akan banyak dampak yang ditimbulkan, seperti : Insomnia, individual yang nantinya akan menyulitkan kehidupannya di masa yang akan datang.

8. Ajaklah Anak untuk bermain mengenali Alam Semesta

Ketika anda sudah tidak ada pekerjaan dikantornya maka tidak ada salahnya untuk mengajak anak-anak anda untuk jalan-jalan di waktu sore hari. Tentu dengan menikmati pemandangan yang indah disekitar rumah atau dimana saja yang dirasa indah ketika sore tiba. Dengan begitu mereka akan sejenak lupa dengan gadgetnya, karena asik menikmati pemandangan

alam yang sangat menyenangkan.

9. Berikanlah spirit atau reword kepada anak anda

Berilah motivasi kepada anak ketika bisa berhasil untuk mengurangi jumlah frekuensi bermain gadget/Hpnya. Berikanlah hadiah secara bertahap, sehingga anak anda akan memiliki keinginan kuat untuk tidak terlalu intens bermain gadget.

10. Ajaklah Anak anda untuk bersosialisasi dengan teman sebayanya

Bisa jadi anak bermain gadget karena tidak ada aktivitas bermain dengan teman yang menyenangkan dan teman sebayanya. Maka dari itulah orang tua perlu mengajak anak untuk bermain dengan teman sebayanya, anda bisa mengundang teman-temannya untuk kerumah atau bisa mengajaknya untuk berkunjung ke rumah sahabatnya di sekolah. Dengan banyak teman maka

dia akan memiliki kesibukan baru dan bisa lupa dengan gadget/HP.

III. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Dari uraian tersebut di atas, maka identifikasi dan rumusan masalah adalah sebagai berikut : “Bagaimanakah cara memberikan pemahaman tentang dampak yang ditimbulkan dari kecanduan gadget kepada orang tua, guru, dan masyarakat dengan harapan untuk berperan mengendalikan atau membatasi penggunaan gadget pada anak/siswa agar terhindar dari bahaya yang tidak diinginkan”.

VII. Khalayak Sasaran

Kegiatan penyuluhan ini diikuti oleh 38 orang yang terdiri dari Orangtua, guru, dan masyarakat yang tergabung dalam perkumpulan ibu-ibu Patayat, Muslimat desa Jati Sari Kecamatan Jenggawah, Kabupaten Jember dengan harapan para orang tua, guru, dan kelompok masyarakat tersebut dapat mengedukasi anak/siswa terutama anak/siswa pendidikan dasar tentang

penggunaan gadget yang benar dan aman dengan dan menyampaikan dampak-dampak yang kurang baik yang bisa di timbulkan dengan penggunaan gadget yang berlebihan. Mudah-mudahan permasalahan penggunaan gadget dan dampak ini bisa di akaomodir oleh Pemerintah sebagai bahan yang dapat diformulasikan menjadi peraturan perundangan.

Kegiatan pengabdian pada masyarakat bertujuan untuk :

- a. Meningkatkan pemahaman kepada orang tua, guru, dan masyarakat mengenai dampak (positif dan Negatif) penggunaan gadget yang berlebihan.
- b. Meningkatkan peran orang tua, guru, dan masyarakat untuk mengendalikan atau membatasi penggunaan gadget pada anak/siswa agar terhindar dari bahaya yang tidak diinginkan.

Adapun manfaat yang dapat diperoleh setelah berlangsungnya kegiatan pelatihan ini adalah:

1. Orang tua, guru, dan masyarakat memahami dampak yang ditimbulkan dari penggunaan gadget yang berlebihan (kecanduan).
2. Orang tua, guru, dan masyarakat memahami cara yang dapat dipergunakan untuk mengendalikan atau membatasi penggunaan gadget pada anak/siswa agar terhindar dari bahaya/dampak yang tidak diinginkan.

VIII. Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan ini dilakukan dengan pemantauan setelah pelaksanaan kegiatan penyuluhan ini, yaitu semakin terbuka dan banyaknya orang tua, guru dan masyarakat yang memahami betapa pembatasan atau pengendalian penggunaan gadget perlu dilakukan atau menjadi perhatian bersama bukan hanya masyarakat tetapi menjadi perhatian bagi pemerintah karena selain sangat berbahaya bagi pengguna yang berlebihan (kecanduan) juga sangat banyak dampak negatifnya daripada

positifnya bagi anak di usia pendidikan dasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Delima, R., N.K. Arianti., dan B. Pramudyawardani. (2015). Identifikasi Kebutuhan Pengguna Untuk Aplikasi Permainan Edukasi Bagi Anak Usia 4 sampai 6 Tahun. *Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi* 1 (1) : 4 – 8.
- Fadilah, Ahmad. 2011. “Pengaruh Penggunaan Alat Komunikasi Handphone (Hp) Terhadap Aktivitas Belajar Siswa Smp Negeri66 Jakarta Selatan. Skripsi. Program studi Ilmu Tarbiyah. FKIP. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Hadari Nawawi, Martin Hadari. (1995). *Instrumen penelitian bidang sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Herdiansyah, Haris. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mangkoesoebroto, Guritno. 2010. *Ekonomi Publik*. Edisi Ketiga, Yogyakarta: BPFE Yogyakarta
- Maulida, Hidayah. 2013. *Menelisis Pengaruh Penggunaan Aplikasi Gadget Terhadap Perkembangan Psikologis Anak Usia Dini*. *Jurnal Ilmiah Teknologi Pendidikan* 2013. FKIP Universitas Negeri Semarang. Semarang.

MEMBUMIKAN USAHA EKONOMI KREATIF

Hendri Suparto
Program Studi Ilmu Administrasi Niaga
STIA Pembangunan Jember
*Email: hendrisuparto@gmail.com

ABSTRAK

Ekonomi kreatif merupakan gelombang ekonomi baru yang lahir ada awal abad ke-21. Gelombang ekonomi baru ini mengutamakan intelektual sebagai kekayaan yang dapat menciptakan uang, kesempatan kerja, pendapatan, dan kesejahteraan. Inti dari ekonomi kreatif terletak pada industri kreatif, yaitu Industri yang digerakkan oleh para kreator dan inovator. Rahasia ekonomi kreatif terletak pada kreativitas dan keinovasian. Kemunculan Ekonomi kreatif didasarkan pada simbol kompleks konsumerisme yang dikonstruksi melalui elaborasi konsumsi kebutuhan sosial yang tinggi, dan bukan didasarkan semata pada murni konsumerisme yang terjadi dari adanya konsumsi kebutuhan praktis dan efisien (Levickaite, 2011). Hal ini didasarkan pada kenyataan bahwa dewasa ini perkembangan ekonomi telah sampai level dimana kegiatan ekonomi harus mampu untuk menemukan inovasi dan kreativitas yang selalu baru. Industri kreatif merupakan industri yang menggunakan sumber daya yang terbarukan, dapat memberikan kontribusi di beberapa aspek kehidupan, tidak hanya dari sudut pandang ekonomi semata, tetapi juga ditinjau dari dampak positif yang ditimbulkan terutama bagi peningkatan citra dan identitas bangsa, menumbuhkan motivasi dan kreativitas anak bangsa, serta dampak sosial lainnya.

Kata kunci : Ekonomi, Kreatif, Industri.

I. Analisis Situasi

Desa Jatimulyo adalah salah satu desa yang berada di Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember. Awalnya Desa Jatimulyo merupakan sebuah Dusun yang bernama Dusun Darungan yang merupakan bagian dari Desa Jatisari. Seiring berjalannya waktu, tokoh masyarakat, masyarakat, dan pemuda Dusun Darungan mengajukan diri untuk memebentuk desa baru yang akhirnya dinamakan Desa Jatimulyo. Pada tanggal 11 Oktober 1999 Desa Jatimulyo resmi menjadi desa definitive sesuai dengan Surat Keputusan Gubernur Jawa Timur Nomor 98 Tahun 1999 dengan nama Desa Jatimulyo. Desa ini sebenarnya mempunyai potensi yang besar untuk dikembangkan menjadi kawasan usaha atau industri ekonomi kreatif. Ada lima pendekatan untuk mendefinisikan industri kreatif, yaitu:

1. pertama, creative industries merupakan sebuah pendekatan yang memiliki karakter bahwa input tenaga kerjanya adalah industri kreatif;

2. kedua, copyright industries ini merupakan sebuah pendekatan yang didefinisikan lewat aset dan output industry;

3. ketiga, content industries yakni pendekatan yang difokuskan pada produksi industry;

4. keempat, cultural studies yaitu sebuah pendekatan yang didefinisikan pada pembiayaan dan fungsi kebijakan publik;

5. kelima, digital content yakni sebuah pendekatan yang didefinisikan lewat kombinasi teknologi dan fokus produksi industri.

Dari lima pendekatan di atas, industri ekonomi kreatif di Indonesia dapat didefinisikan sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, dan bakat individu guna menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta dari setiap individu.

Akhir-akhir ini pengembangan industri ekonomi kreatif sangat gencar dilakukan di berbagai Negara termasuk Indonesia. Model bisnis yang mengutamakan

keaktivitas dan informasi dari Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai faktor produksi ini telah memberikan kontribusi yang sangat signifikan terhadap perekonomian. Berdasarkan data yang diperoleh dari Industri Kreatif Indonesia tahun 2015, diketahui bahwa, persentase kontribusi Gross Domestic Product (GDP) yang disumbangkan oleh industri kreatif di Negara Singapura dan Inggris berkisar antara 2,8% sampai dengan 7,9%. Tingkat pertumbuhan industri kreatif di Australia dan Inggris juga cukup tinggi, yakni antara 5,7% dan 16% serta tingkat penyerapan tenaga kerja di Singapura dan US berkisar antar 3,4% sampai dengan 5,9%. Di Indonesia sendiri, ekonomi kreatif mulai dikembangkan sejak peluncuran program Indonesia Design Power pada tahun 2006 oleh Menteri Perdagangan saat itu, Dr. Mari Elka Pangestu.

Profil industri ekonomi kreatif dikelompokkan berdasarkan empat indikator, yaitu berbasis nilai produk domestik bruto, ketenagakerjaan, aktivitas perusahaan dan dampak terhadap

sektor lain. Berdasarkan hal ini, industri ekonomi kreatif diklasifikasikan menjadi empat belas sub- sektor industri ekonomi kreatif, yaitu: (1) Periklanan; (2) Arsitektur; (3) Pasar dan barang seni; (4) Kerajinan; (5) Desain; (6) Fesyen; (7) Film, Video, Fotografi; (8) Permainan Interaktif; (9) Musik; (10) Seni Pertunjukan; (11) Penerbitan dan Percetakan; (12) Layanan Komputer dan Piranti Lunak; (13) Televisi dan Radio; dan (14) Riset dan Pengembangan. Dari klasifikasi ini, Desa jatimulyo bisa mengembangkan potensi yang dimilikinya baik dari potensi sumber daya alam maupun sumber daya manusia, misalnya kerajinan bambu, pasar desa, serta musik dan seni pertunjukan hadrah yang rutin dilakukan ibu-ibu pengajian dua minggu sekali. Dengan adanya kegiatan sosialisasi ini diharapkan dapat memberikan edukasi kepada seluruh elemen masyarakat yang ada di Desa Jatimulyo untuk mau menekuni dan mengembangkan industri ekonomi kreatif yang dapat dijadikan sebagai sumber

penghasilan dan mengurangi pengangguran.

II. Landasan Teori

Menurut Departemen Perdagangan RI (2009;5), Industri Kreatif adalah Industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan memberdayakan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.[2] Menurut UNCTAD dan UNDP dalam Creative Economy Repor, (2008:4), Industri Kreatif dapat didefinisikan sebagai siklus kreasi, produksi, serta distribusi barang dan jasa yang menggunakan kreativitas dan modal intelektual sebagai input utama. Industri Kreatif terdiri dari seperangkat pengetahuan berbasis aktivitas yang menghasilkan barang-barang riil dan intelektual nonriil atau jasa-jasa artistik yang memiliki kandungan kreatif, nilai-nilai ekonomi nonriil, dan objek pasar. Industri Kreatif tersusun dari suatu bidang yang heterogen yang paling memengaruhi dari kegiatan-kegiatan kreatif yang bervariasi,

yang tersusun dari seni dan kerajinan tradisional, penerbitan, musik, visual, dan pembentukan seni sampai dengan penggunaan teknologi yang intensif dan jasa-jasa yang berbasis kelompok, seperti film, televisi, dan siaran radio, serta media baru dan desain.[3] Menurut UNESCO, Industri Kreatif adalah industri yang menggabungkan kreativitas keterampilan dan kecakapan untuk menghasilkan kekayaan dan lapangan pekerjaan. Industri Kreatif dibentuk oleh budaya kreatif, yaitu budaya menggabungkan kreasi (creation), produk (product) dan komersialisasi (commercialization). Produk dari Industri Kreatif disebut produk komersialisasi (commercial product) yaitu berupa barang dan jasa kreatif (creative goods and services). Menurut Hermawan K, yang dikutip oleh kelompok kerja Indonesia design power Departemen Perdagangan RI (2008;73), “Komersialisasi adalah segala aktivitas yang berfungsi memberi pengetahuan kepada pembeli tentang produk barang dan jasa yang disediakan dan juga memengaruhi konsumen untuk membelinya.

Kegiatan Komersialisasi, meliputi hal-hal sebagai berikut:

1. Pemasaran Dalam pemasaran, kegiatan komersialisasi yang dilakukan mencakup pencitraan/ konsep merek (branding), penentuan pasar sasaran (targeting), dan menentukan posisi pasar (market positioning).
2. Penjualan Dalam penjualan, kegiatan komersialisasi yang dilakukan mencakup penjualan langsung oleh desainer, kreator, agen, distributor, pemegang lisensi, pemegang pewaralaba (franchisee), pabrikan dan lain sebagainya.
3. Promosi Kegiatan komersialisasi yang dapat dilakukan melalui promosi, seperti expo, pameran, pertunjukan, penggunaan saluran media baru. Sementara itu, layanan adalah segala aktivitas yang diperlukan untuk menjaga suatu produk-barang atau jasa tetap berfungsi dengan baik sesuai dengan harapan konsumen setelah produk tersebut dibeli oleh konsumen.

Peluang dan Tantangan yang Dihadapi Industri Kreatif

Peluang Industri Kreatif Bagi para pelaku Industri Kreatif, keragaman sosio-kultural dapat menjadi sumber inspirasi yang tidak pernah kering. Dimana-mana kita dapat melihat bahwa masyarakat lokal maupun internasional akan tertarik apabila menonton pagelaran budaya yang telah mendapat sentuhan lebih modern dan populer dari desainer, arsitek, komposer musik, dan koreografer. Usaha-usaha pemanfaatan kearifan serta warisan budaya Indonesia, perlu perhatian dan kerja sama antara pemerintah dengan pelaku – pelaku industri kreatif, sehingga warisan budaya tradisional bangsa Indonesia dapat terestarikan dan menjadi kebanggaan nasional.

Tantangan Industri Kreatif Banyak kita temui, lulusan pendidikan tinggi dengan IPK tinggi ternyata tidak berprestasi di dunia kerja. Oleh karena itu sektor pendidikan harus mengimbangi kurikulum yang berorientasi pada aspek kognisi dengan kurikulum yang berorientasi pada kreativitas

dan pembentukan jiwa kewirausahaan. Kreativitas yang dimaksud adalah mengasah kepekaan dan kesiapan untuk proaktif didalam menghadapi perubahan-perubahan yang ditemui dilingkungan nyata. Lembaga pendidikan seharusnya mengarah kepada sistem pendidikan yang dapat menciptakan:

a. Kompetisi yang kompetitif
Sesuai namanya, kompetensi membutuhkan latihan, sehingga sektor pendidikan harus memperbanyak kegiatan orientasi lapangan, ekperimentasi, riset dan pengembangan serta mengadakan proyek kerja samma multidisipliner yang beranggotakan berbagai keilmuawan, sains, teknologi, dan seni.

Intelegensia Multidimensi
Teori-teori intelengsia saat ini telah mengakui pula bahwa tidak hanya kecedasan rasional (IQ) yang menjadi acuan tingkat pencapaian manusia, tetapi manusia juga memilki kecerdasan emosi (EQ) dan kecerdasan spiritual (SQ). Dengan menempatkan porsi yang sama di tiga dimensi intelegensia ini pada pendidikan jalur formal, diharapkan

dapat menghasilkan SDM berintelegensia tinggi dan memiliki daya kreativitas yang tinggi pula.

III. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Usaha ekonomi kreatif mendapat perhatian utama di banyak negara karena ternyata dapat memberikan kontribusi nyata terhadap perekonomian. Dari sinilah sangat perlu dikenalkan industry ekonomi kreatif di tataran desa termasuk Desa Jatimulyo karena kita perekonomian dibangun dari tingkat desa, maka kemajuan perekonomian Negara juga akan terbangun. Dengan adanya Undang-Undang Desa Nomor 6 Tahun 2014 semakin membuat desa mempunyai hak dan wewenang untuk mengatur dan mengelola rumah tangganya sendiri. Hal ini sesuai dengan pengertian tentang desa dalam Pasal 1 Ayat 7 Peraturan Daerah Kabupaten Jember Nomor 3 Tahun 2007 Tentang Keuangan Desa. Dalam Pasal ini disebutkan bahwa “Desa adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas-batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan

mengurus kepentingan masyarakat setempat, berdasarkan asal-usul dan adat istiadat setempat yang diakui dan dihormati dalam sistem Pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia”.

Sebenarnya luasan cakupan ekonomi kreatif sebagian besar merupakan sektor ekonomi yang tidak membutuhkan skala produksi dalam jumlah besar karena usaha ekonomi kreatif lebih bertumpu pada kualitas sumber daya manusia. Usaha kreatif justru lebih banyak muncul dari kelompok usaha kecil dan menengah, misalnya industri kreatif berupa *distro* yang sengaja memproduksi desain produk dalam jumlah kecil. Hal ini lebih memunculkan kesan eksklusifitas bagi konsumen sehingga produk *distro* menjadi layak untuk dibeli bahkan dikoleksi. Hal ini juga berlaku bagi industri ekonomi kreatif di bidang konveksi lainnya, seperti Dagadu dari Jogja atau Joger dari Bali. Kedua industri ini tidak memproduksi dalam jumlah besar namun eksklusifitas dan kerativitas desain produknya banyak digemari konsumen. Perekonomian Indonesia

saat ini mulai berubah karena saat ini lebih difokuskan pada pengembangan ekonomi kreatif.

Adanya instruksi dari Presiden Susilo Bambang Yudoyono pada tahun 2006 untuk mengembangkan ekonomi kreatif di Indonesia merupakan pijakan awal bagi Indonesia untuk mengembangkan ekonomi kreatif sebagai pondasi perekonomian Negara. Proses pengembangan industri ekonomi kreatif ini diwujudkan pertama kali dengan pembentukan Indonesian *Design Power* oleh Departemen Perdagangan untuk membantu pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Indonesia memiliki jutaan potensi industri ekonomi kreatif yang layak dikembangkan di Tanah Air. Potensi itu sekitar 17.500 pulau, 400 suku bangsa, lebih dari 740 etnis (di Papua saja 270 kelompok etnis), budaya, bahasa, agama dan kondisi sosial-ekonomi lainnya karena Negara Indonesia terbentang dari Sabang sampai Merauke dengan keanekaragaman suku, agama, ras, budaya, dan antar golongan.

Indonesia harus mengembangkan ekonomi kreatif karena berpotensi besar memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan, menciptakan iklim bisnis yang positif, membangun citra dan identitas bangsa, mengembangkan ekonomi berbasis kepada sumber daya yang terbarukan, menciptakan inovasi dan kreativitas yang merupakan keunggulan kompetitif suatu bangsa, serta memberikan dampak sosial yang positif. Agar hal ini bisa tercapai, maka basis pembangunan industri ekonomi harus dari tingkat desa sesuai dengan jargon pembangunan yang didengungkan Presiden Joko Widodo “*Membangun Indonesia Dari Pinggiran*” karena jumlah desa di Indonesia lebih banyak dari kelurahan dan hal ini berarti representative dari Indonesia adalah desa. Oleh karena itu, sosialisasi untuk membumikan industry ekonomi kreatif sangat diperlukan bagi seluruh elemen masyarakat yang ada di Desa Jatimulyo. Berdasarkan kajian yang dilakukan, Desa Jatimulyo sangat berpotensi untuk membentuk industri ekonomi

kreatif, misalnya kerajinan bambu yang dikelola oleh Bapak Mistar, kesenian hadrah oleh ibu-ibu pengajian, maupun wisata desa dengan menyulap jembatan gantung di dusun Darusalam menjadi obyek tempat selfie.

VII. Khalayak Sasaran

Program pengabdian masyarakat yang mengambil tema tentang *Membumikan Usaha Ekonomi Kreatif*, secara umum bertujuan untuk memberikan sosialisasi kepada pemerintah desa, tokoh masyarakat, pemuda, dan masyarakat Desa Jatimulyo tentang usaha ekonomi kreatif. Lebih jauh lagi, manfaat yang ingin diperoleh dengan adanya kegiatan sosialisasi ini adalah memberikan dorongan kepada seluruh elemen masyarakat Desa Jatimulyo, Kecamatan Jenggawah, Kabupaten Jember agar tertarik dan mau menekuni usaha ekonomi kreatif dengan harapan nantinya dapat membuka lapangan pekerjaan bagi mereka sehingga bisa mengurangi angka pengangguran. Usaha kerajinan bambu yang dulunya sudah mempunyai pangsa

pasar di Bali sangat prospek untuk dikembangkan menjadi industri ekonomi kreatif, dan tentunya dukungan dari Pemerintah Desa Jatimulyo serta masyarakatnya sangat diperlukan untuk mencapai tujuan dan manfaat yang diharapkan.

VIII. Evaluasi Kegiatan

Bentuk kegiatan program pengabdian masyarakat tentang *Membumikan Usaha Ekonomi Kreatif* ini adalah sosialisasi dan diskusi yang dilakukan di balai Desa Jati Mulyo, Kecamatan Jenggawah, Kabupaten Jember. Dalam sosialisasi ini kami memaparkan tentang apa itu usaha ekonomi kreatif, sejarah perkembangan usaha ekonomi kreatif, sub- sektor industry ekonomi kreatif, dan yang terakhir tentang peran usaha kreatif dalam memajukan perekonomian Negara Indonesia. Untuk kegiatan diskusi antara pemateri dengan kelompok sasaran sangat hidup, artinya *target group* atau kelompok sasaran sangat antusias dan tertarik tentang usaha ekonomi kreatif karena masyarakat mereka dapat mempunyai jenis pekerjaan lagi selain di sektor

pertanian yang sifatnya hanya musiman.

Kelompok sasaran saat melakukan sosialisasi tentang "*Membumikan Usaha Ekonomi Kreatif*" adalah perangkat Desa Jatimulyo, masyarakat Desa Jatimulyo, tokoh masyarakat Desa Jatimulyo, dan pemuda atau karang taruna Desa Jatimulyo. Dari sini dapat dikatakan bahwa kegiatan sosialisasi ini ditujukan kepada semua unsur yang ada di Desa Jatimulyo agar mereka dapat mengerti, memahami, dan mau menggerakkan usaha ekonomi kreatif di Desa Jatimulyo.

Target yang ingin dicapai dengan adanya sosialisasi tentang "*Membumikan Usaha Ekonomi Kreatif*" adalah memberikan edukasi kepada seluruh unsur yang ada di Desa Jatimulyo, baik dari unsur perangkat desa, tokoh masyarakat, masyarakat, pemuda, dan kelompok-kelompok atau organisasi kemasyarakatan lainnya terkait apa itu industry ekonomi kreatif serta pentingnya peran industry ekonomi kreatif dalam perekonomian. Dengan adanya sosialisasi ini, maka

harapannya adalah seluruh unsur masyarakat yang ada di Desa Jatimulyo, Kecamatan Jenggawah, Kabupaten Jember tertarik untuk meneruskan dan membangun industri ekonomi kreatif yang telah ada yakni kerajinan bamboo yang sudah merambah pasar Bali. Selain itu, diharapkan di Desa Jatimulyo dapat tumbuh sektor industri ekonomi kreatif lainnya agar dapat membuka lapangan pekerjaan dan mengurangi angka pengangguran.

Sosialisasi kegiatan ini dilaksanakan pada Hari Rabu tanggal 11 Juli pukul 09.00 – 12.00 di balai Desa Jatimulyo Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember dengan jumlah peserta 37 orang.

DAFTAR PUSTAKA

Afiff, Faisal. 2012. *Kewirausahaan dan Ekonomi Kreatif*. Rangkaian Kolom Kluster I, 2012. Jakarta. Binus University

Afiff, Faisal. 2012. *Pilar-Pilar Ekonomi Kreatif*. Rangkaian Kolom Kluster I, 2012. Jakarta. Binus University

Antariksa, Basuki. 2012. *Konsep Ekonomi Kreatif: Peluang*

dan Tantangan dalam Pembangunan di Indonesia. Jakarta.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

Antariksa, Basuki. 2012. *Konsep Indonesia Kreatif: Tinjauan Awal Mengenai Peluang dan Tantangannya bagi Pembangunan Indonesia*. Jakarta.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

LEMHANNAS RI. 2012. *Pengembangan Ekonomi Kreatif guna Menciptakan Lapangan Kerja dan Mengentaskan Kemiskinan dalam Rangka Ketahanan Nasional*. Jakarta

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI. 2014. *Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025*. Jakarta

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. 2010. *Perkembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*. Jakarta: Studi Industri Kreatif Indonesia

Rianse, dkk. 2013. *“Peran Pemerintah dan Perguruan Tinggi dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya Lokal”* disampaikan pada Kongres Kebudayaan Indonesia (KKI), Yogyakarta 8 - 11 Oktober

**PENGEMBANGAN POTENSI DAN BAKAT ANAK MELALUI
PENDEKATAN MONTESSORI**

Asmuni

Progam Studi Ilmu Administrasi Negara

STIA Pembangunan Jember

*Email: asmuni@gmail.com

ABSTRAK

Setiap orang bahkan para ahli pendidikan memiliki cara pandang yang berbeda tentang hakekat anak, seperti yang di ungkapkan oleh aliran behavioristik, bahwa anak tidak memiliki potensi apa-apa dari sejak lahir, mereka seperti kertas putih yang masih kosong dan mereka dapat dibentuk sesuai dengan apa yang kita inginkan yang terkenal dengan konsep Tabula rasa, sedangkan aliran konstruktivis mengungkapkan bahwa anak bersifat aktif dan memiliki kemampuan untuk membangun pengetahuannya.

Tentunya dari beberapa pandangan yang telah diuraikan, hal ini yang melandasi seseorang dalam memberikan pendidikan dan pembelajaran kepada anak. Mencermati perkembangan anak dan perlunya pembelajaran pada anak usia dini, tampaklah bahwa ada dua hal yang perlu diperhatikan pada pendidikan anak usia dini, yakni: 1) materi pendidikan, dan 2) metode pendidikan yang dipakai. Secara singkat dapat dikatakan bahwa materi maupun metodologi pendidikan yang dipakai dalam rangka pendidikan anak usia dini harus benar-benar memperhatikan tingkat perkembangan mereka.

Memperhatikan tingkat perkembangan berarti pula mempertimbangkan tugas perkembangan mereka, karena setiap periode perkembangan juga mengemban tugas perkembangan tertentu.

Kata kunci : Anak, Perkembangan, Pendidikan.

I. Analisis Situasi

Mendidik anak adalah salah satu pekerjaan yang tidak mudah. Ketika anak masih bayi atau baru bisa berjalan, adalah waktu-waktu yang menyenangkan bagi orang tua untuk bermain dengan mereka. Namun, seiring dengan bertambahnya usia anak, tentunya bertambah pula akalinya, keahliannya, aktivitasnya dan kreativitasnya dalam segala hal.

Dengan semakin bertambahnya kemampuan anak, orang tua tentunya senang melihat hal tersebut. Namun, jika dilihat bertambahnya aktivitasnya, kemampuannya, dan kreativitasnya dengan kacamata negatif, sebagian besar orang tua akan beranggapan bahwa anak tersebut nakal, tidak bisa diam, dan susah diatur. Padahal di satu sisi, sangat wajar jika orang tua berkeinginan agar anaknya bertanggung jawab dan mandiri.

Kesalahan kecil dalam mendidik anak bisa berakibat pada kebiasaan, kepribadian dan karakter anak itu sendiri. Perlu diingat pula bahwa rumah adalah sekolah pertama bagi anak, artinya orang tua

adalah guru yang utama dalam mencetak anak yang mandiri, cerdas, bertanggung jawab.

Perilaku tidak baik yang dilakukan oleh anak tidak muncul dengan sendirinya. Anak akan selalu meniru kebiasaan orang-orang yang ada di sekitarnya, atau di lingkungannya. Sehingga lingkungan anak perlu sekali senantiasa dijaga.

Tetapi untuk memaksimalkan potensi, rasa percaya diri, kepribadian, kecerdasan, kerajinan, kemandirian harus dibekali dan dilatih sejak usia dini. Karena lingkungan dan pola asuh orang tua sangat mempengaruhi kehidupan anak mendatang. Perbedaan akan terlihat pada anak yang tumbuh dan dibesarkan dalam keluarga yang hangat dan penuh cinta dengan anak yang selalu mendapat didikan keras dari keluarga dan lingkungan sekitarnya, ataupun anak yang selalu berada pada lingkungan yang negatif.

Namun sayang, tidak banyak orang tua atau guru yang tahu bagaimana cara memberikan lingkungan yang baik bagi pertumbuhan optimal anak. Karena itu, diperlukan sosialisasi ini agar

orang tua dan guru dapat membimbing anak-anak yang masih dalam tahap perkembangan itu menemukan serta mengembangkan potensi dan bakat mereka.

II. Landasan Teori

PROFIL DR. MARIA MONTESSORI

Maria Montessori lahir di kota Chiara-valle, Italia pada tanggal 31 Agustus 1870. Ayahnya Alessandro Montessori, adalah seorang militer kuno yang konser-vatif dan memiliki kebiasaan suka marah. Ibunya adalah seorang wanita bernama Renilde Stop-pani. Alessandro dan Renilde menikah pada musim semi tahun 1866 dan hanya setahun kemudian bayi mungil yang bernama Maria Montessori lahir.

Maria lulus dari sekolah teknik pada tahun 1886. Dia berhasil mendapatkan nilai tinggi di semua mata pelajarannya dengan skor akhir 137 dari 150. Setelah itu ia be-lajar di Regio Instituto Tecnico Leonardo da Vinci 1886-1890. Di sana ia belajar bahasa modern dan ilmu alam. Dari semua pelajaran yang

menjadi favoritnya adalah matematika.

Di Universitas Roma, Montessori mengikuti tes masuk kuliah jurusan kedok-teran. Akan tetapi, Montessori tidak lolos untuk masuk di jurusan kedokteran. Dia akh-irnya memutuskan mendaftar lagi di Universitas Roma untuk belajar fisika, matematika dan ilmu alam. Pada tahun 1892, dari sepu-luh siswa ia delapan diantaranya dengan menerima gelar Diploma di licenza yang membuat layak untuk belajar kedokteran.

Montessori mengembangkan “Metode Montessori” sebagai hasil dari penelitiannya terhadap perkembangan intelektual anak yang mengalami keterbelakangan mental. Dengan berdasar hasil kerja dokter Peran-cis, Jean Marc Gaspard Itard dan Edouard Seguin, ia berupaya membangun suatu ling-kungan untuk penelitian ilmiah terhadap anak yang memiliki berbagai ketidakmampuan fisik dan mental. Mengikuti keberhasilan dalam perlakuan terhadap anak-anak ini, ia mulai meneliti penerapan dari teknik

ini pada pendidikan anak dengan kecerdasan rata-rata.

Montessori berpendapat bahwa pendidikan itu hanyalah pertolongan yang diberikan pada anak. Yang terpenting dalam usaha mendidik itu bukan pendidik atau guru, tapi anak didik. Kodrat anak berlainan dengan kodrat orang dewasa. Anak-anak mempunyai pembawaan dan bakat sendiri-sendiri. Pembawaan bakat dan kodrat anak berbeda antara satu dengan yang lainnya, mereka juga mempunyai perkembangan yang berbeda-beda pula.

Begitulah peranan dalam pendidikan itu, pangkal dan haluan pendidikan dan pengajaran haruslah anak didik itu sendiri. Begitulah metode pendidikan Montessori yang diistilahkan "pedosentris". Berhubungan dengan hal tersebut anak harus dapat berkembang dengan bebas. Sesuai dengan J. Locke, Montessori membuat kesimpulan bahwa segala sesuatu yang terdapat dalam jiwa anak masuk melalui indera anak.

Tujuan utama pendidikan Montessori adalah mempersiapkan

anak mengarungi kehidupan dengan menekankan pada proses perkembangan anak secara normal dan maksimal. Pendidikan Montessori berlandaskan kondisi alami penyerapan otak dan perkembangan spontanitas periode sensitif anak untuk menunjang perkembangan fisik dan psikis, serta mengarahkan anak untuk sehat dan bebas.

Montessori berpendapat bahwa alam-lah yang sangat berpengaruh dan menentukan perkembangan anak, dari alam pulahlah yang menjadi tujuan pendidikan Montessori yaitu mengembangkan potensi anak secara optimal.

Pendekatan dalam pendidikan Montessori memperlakukan anak sebagai individu unik. Pendekatan pendidikan seperti ini bersifat fleksibel dan berubah sesuai dengan perubahan anak dalam minat dan keinginan, bukan memaksa anak sesuai dengan program yang seragam sesuai dengan sistem pendidikan yang dilaksanakan saat ini.

METODE MONTESSORI

Metode Montessori adalah sebuah sistem pendidikan yang membantu setiap anak meraih potensinya di semua bidang kehidupan. Metode ini dikembangkan oleh Dr. Maria Montessori, lebih dari 100 tahun lalu dan terbukti sukses diterapkan di berbagai negara yang berbeda-beda budayanya. Maria Montessori percaya bahwa setiap individu harus mengedukasi dirinya sendiri, sedangkan guru menyediakan informasi dan bimbingan kepada siswa di lingkungan yang edukatif. Ia merasa bahwa tujuan pendidikan usia dini haruslah memupuk keingintahuan anak-anak, kecintaan mereka pada ilmu pengetahuan, serta keinginan yang kuat untuk terus belajar.

Ciri-ciri metode pendidikan Montessori adalah adanya penekanan terhadap aktivitas pengarahan diri pada anak, dan pengamatan klinis dari guru yang berfungsi sebagai fasilitator atau pendamping. Metode ini juga menekankan pentingnya penyesuaian dari lingkungan belajar dengan tingkat perkembangan anak

dan peran aktivitas fisik dalam menyerap mata pelajaran secara akademis maupun keterampilan praktik secara langsung.

Berdasarkan pengamatan seksama terhadap perilaku anak-anak didiknya, Montessori berkesimpulan bahwa di dalam tubuh anak pada dasarnya tersimpan semangat belajar yang luar biasa. Menurut Montessori, perilaku anak yang nampaknya hanya berlarian kemari, menyentuh, memegang, mengamati, bahkan merusak benda-benda yang menarik baginya, sebenarnya merupakan gaya belajar mereka yang khas. Selain itu, menurut Montessori anak mendapatkan kepuasan dalam proses pencariannya bila ia diberi kebebasan untuk memilih aktivitasnya sendiri dan melakukan sesuatunya sendiri, *help me to do it my self*, jadi biarkan anak melakukannya itu sendiri

Bukan itu saja, metode ini juga menggunakan peralatan auto correction untuk membantu anak belajar dengan baik. Penggunaan peralatan tersebut bertujuan agar anak mengerti soal benar atau salah

terhadap perbuatan yang telah dilakukan, sehingga anak bisa mengoreksi dirinya sendiri. Nah, hal ini tanpa disadari membuat sang anak menjadi lebih paham atas kesalahan yang dilakukan, tanpa perlu diberitahu oleh pendidiknya. Itu sebabnya, sekolah dengan metode ini tidak mengenal adanya reward dan punishment (hadiah dan hukuman).

Setidaknya ada lima prinsip dasar dalam menerapkan metode Montessori, yaitu:

Pendekatan perorangan dalam belajar. Kombinasi pendidikan akademik dan sosial. Memupuk rasa keingintahuan anak, dan mendorong mereka untuk berani bereksplorasi.

Konsep abstrak dipresentasikan secara nyata. Keterampilan dan rutinitas yang diajarkan di sekolah adalah yang akan diterapkan anak dalam kehidupannya sehari-hari hingga dewasa. Dasar-dasar metode Montessori dapat disingkat sebagai berikut:

Semua pendidikan ialah pendidikan diri sendiri. Dasar, tujuan, pedoman dalam pendidikan ialah diri anak, dengan pembawaan

serta kesanggupan dan kodratnya (pe-dosentris). Segala usaha harus ditimbulkan dari dalam anak.

Anak didik harus mendapatkan kebebasan dalam mengembangkan diri. Semua panca indera anak harus mendapat kesempatan untuk berkembang sebaik-baiknya

RUANG LINGKUP METODE PENDIDIKAN MOTESSORI

Penerapan pendidikan dengan metode Montessori mencakup 5 bidang utama:

Kemampuan Berbahasa

Anak-anak dilatih untuk berkomunikasi di hadapan orang banyak. Salah satu contohnya adalah meminta anak-anak bercerita atau mempresentasikan tema tertentu setiap minggu di kelas. Selain itu, anak-anak dapat diperkenalkan dengan huruf melalui permainan. Mereka tidak akan merasa sedang belajar, tetapi mereka akan mengingat semuanya karena bermain. Kemampuan setiap anak berbeda, sehingga guru tidak memaksa setiap anak melakukan hal yang sama di saat yang sama.

Matematika

Matematika untuk PAUD bukanlah belajar perkalian atau rumus-rumus. Matematika mencakup belajar mengenal aneka bentuk, memahami mana ukuran yang lebih besar/kecil, mengenal angka, dan sebagainya. Tanpa disadari, anak-anak belajar angka dan berhitung melalui permainan dan lagu. Mereka mengenal konsep bentuk melalui permainan puzzle atau blok. Dan mereka akhirnya dapat mengurutkan balok mulai dari yang terbesar hingga terkecil karena bermain membuat menara.

Budaya

Anak-anak diajarkan untuk mengantri, sikap sopan santun, tata krama, dan kebaikan. Mereka diajarkan cara mencuci tangan yang baik dan dilakukan rutin sebelum makan. Program bermain di halaman sekolah pun dapat dimanfaatkan untuk mengajar anak untuk bersikap sportif saat kalah dalam perlombaan dan juga membuat anak bergerak. Saat ada dua anak bertengkar, guru mengajarkan anak untuk meminta maaf dan memaafkan. Perlu disadari bersama bahwa kelemahan sistem

pendidikan di Indonesia adalah aspek akademis lebih ditekankan daripada aspek budaya, tata krama, dan moralitas, padahal kesuksesan seseorang lebih ditentukan dari EQ, bukan IQ.

Sensorik

Di sekolah bermetode Montessori, anak-anak diperkenalkan dengan mainan yang melatih indra sensorik, misalnya botol sensorik, bermain pasir, kacang-kacangan, dan sebagainya. Kebetulan, mereka memang gemar dengan permainan-permainan seperti itu. Saat bermain dengan kacang hijau, mereka bisa diminta untuk memasukkan butir demi butir ke botol, sehingga melatih gerak motorik halus mereka. Musik dan tari pun diajarkan agar anak tidak hanya diam melulu, tetapi aktif bergerak.

Kehidupan Sehari-hari

Anak-anak diajarkan berbagai ketrampilan yang membuatnya menjadi balita mandiri, misalnya cara menggunakan kaos kaki, sepatu, baju, dan celana sendiri. Mereka juga diajarkan cara memegang piring dan gelas, serta makan sendiri selayaknya orang

dewasa. Semua kegemaran balita dapat dijadikan proses belajar. Misalnya balita gemar sekali bermain air dengan cara menuang air dari wadah satu ke wadah lainnya. Metode Montessori mengajarkan mereka menyiram tanaman sambil menumbuhkan rasa cinta kepada alam dan lingkungan. Anak-anakpun gembira karena bisa menyiramkan air dari gelas ukur ke pot tanaman.

Pandangan Montessori tentang anak tidak teras dari pengaruh pemikiran Rouseau, Pestalozzi dan Froebel yang menekankan pentingnya kondisi lingkungan yang bebas dan penuh kasih sayang untuk dapat berkembangnya potensi bawaan anak. Montessori sangat menekankan eksistensi anak dan ia juga menggagaskan konsep tentang self-construction dalam perkembangan anak.

Menurutnya, suatu fase kehidupan di awal sangat berpengaruh terhadap fase- fase kehidupan selanjutnya artinya bahwa pengalaman-pengalaman yang dialami oleh seorang anak di awal kehidupannya sangat berpengaruh

terhadap kedewasaannya kelak begitu juga perlakuan yang di dapatkan anak sejak kecil akan sangat berpengaruh terhadap perkembangan anak selanjutnya.

Pandangan Montessori tentang anak dapat difahami melalui konsep-konsepnya. Anak mengkonstruksi sendiri perkembanganjiwanya (Child's Self construction) Masa-masa sensitif (Sensitive Perioodes) Jiwa Penyerap (Absorben mind) Hukum-hukum perkembangan (The natural laws governing the child's psychic growth).

Seperti telah diungkapkan di atas bahwa Montessori meyakini bahwa anak secara bawaan telah memiliki suatu pola perkembangan psikis. Selain itu, anak juga memiliki motif yang kuat ke arah pembentukan sendiri jiwanya (self construction).

Dengan dorongan ini anak secara spontan berupaya mengembangkan dan membentuk dirinya melalui pemahaman terhadap lingkungan.

Beliau pun mengungkapkan bahwa meskipun anak sudah

memiliki pola psikis bawaan dan dorongan vital untuk mencapainya, tidak berarti bahwa ia membawa model-model perilakunya sudah jadi. Dengan demikian anak mengembangkan pola-pola perkembangan dan kekuatannya itu sejak lahir melalui pengalaman-pengalaman interaksional pendidikan. Ada dua kondisi yang diperlukan dalam perkembangan anak (Lillard, 1972 dalam Sollehudin, 2000); yakni pertama adalah adanya suatu interaksi yang terpadu antara anak dengan lingkungannya (baik benda maupun orang) dan ke dua adalah adanya kebebasan bagi anak.

Montessori yakin bahwa dalam tahun-tahun awal seorang anak mempunyai apa yang dia sebut sebagai "sensitive periods" artinya selama masa ini seorang individu mudah menerima stimulus-stimulus tertentu.

III. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Dari uraian di atas, muncul pertanyaan sebagai berikut:

- a. Bagaimana cara mengembangkan potensi dan bakat anak melalui pendekatan Montessori?
- b. Bagaimana menerapkan pendidikan dengan metode Montessori di rumah?.

VII. Khalayak Sasaran

Kegiatan sosialisasi ini diikuti oleh kepala sekolah, 4 (empat) guru dan 21 (dua puluh satu) orang tua siswa PAUD Apel 73, Desa Jatisari, Kecamatan Jenggawah, Kabupaten Jember. Dengan harapan para orang tua dan guru yang hadir dapat melaksanakan proses pengembangan potensi dan bakat anak-anak usia dini tersebut dengan optimal, serta dapat memberitahukan dan memberikan informasi serta pemahaman kepada para orang tua yang lain tentang metode Montessori ini.

VIII. Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan ini dilakukan dengan pemantauan setelah pelaksanaan sosialisasi ini, yaitu semakin baiknya pemahaman orang tua dan guru tentang cara

mengembangkan potensi serta bakat anak-anak usia dini dengan pendekatan Montessori.

DAFTAR PUSTAKA

Amstrong, Thomas, Setiap Anak Cerdas Panduan Membantu anak belajar dengan Memanfaatkan MultiplrIntelligence-nya, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002.

Mulyadi, Seto, Membantu Anak Balita Mengelola Amarahnya, Jakarta: PT Erlangga For Kigs, 2006.

Sukmadinata, Nana Syaodi, Metode Penelitian Pendidikan, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005.

Standing, EM “Maria Montessori, Her Life and Work”, New Amirican Library, New York., dalam www.amazon.com.
Copyrighted Material.
Diakses Senin, 29 November 2018.

Uhbiyati, Nur, Ilmu Pendidikan Islam. Bandung: CV. Pustaka Setia, 1997.

ENTREPRENEUR KREATIF

Kaskojo Adi
Progam Studi Ilmu Administrasi Niaga
STIA Pembangunan Jember
*Email: hendrisuparto@gmail.com

ABSTRAK

Kreatif dan inovatif adalah karakteristik personal yang terpatri kuat dalam diri seorang wirausaha sejati. Bisnis yang tidak dilandasi upaya kreatif dan inovatif dari sang wirausaha biasanya tidak dapat berkembang abadi. Lingkungan bisnis yang begitu dinamis menuntut wirausaha untuk selalu adaptif dan mencari terobosan terbaru. Karakter cepat berpuas diri dan cenderung stagnan sama saja membawa bisnis ke arah kematian. Pengusaha selalu dituntut untuk memiliki Kreatifitas yang tinggi dan inovasi yang baru dalam menunjang usahanya. Semua bisnis yang maju dan berkembang hingga kini berpangkal pada upaya kreatif dan inovatif. Banyak restoran waralaba asing yang telah mengglobal dan berdiri sejak puluhan tahun yang lalu selalu menunjukkan karakter ini. Sepertinya begitu mudah dan sederhana. Tetapi banyak wirausaha yang mengabaikan ketika bisnis telah dirasakan mencapai tingkat kemapanan. Kreatifitas dan inovasi mungkin dapat dipandang sebagai upaya yang mengganggu keseimbangan yang telah tercipta. Mempertahankan eksistensi usaha harus diringi upaya mencari sesuatu yang baru dan mengembangkan apa yang sudah ada agar menjadi lebih baik. Aktivitas bisnis sangat memerlukan orang-orang kreatif dan cepat tanggap terhadap setiap perubahan. Para peneliti telah mengatakan bahwa Kreatifitas menyangkut keputusan-keputusan anda tentang apa yang anda inginkan dan bagaimana anda melakukannya dengan lebih baik.

Kata kunci : Ekonomi, Kreatif, Wirausaha.

I. Analisis Situasi

Pendidikan tentang kewirausahaan di Indonesia saat ini sangat gencar diberikan kepada masyarakat mulai dari tingkat dasar hingga perguruan tinggi. Pola pendidikan ini diterapkan dengan harapan jiwa wirausaha dapat berakar kuat dalam diri masyarakat Indonesia sehingga memunculkan banyak wirausahawan yang menciptakan banyak lapangan pekerjaan. Hal ini dikarenakan anak-anak Indonesia setelah tamat sekolah terutama dari Perguruan Tinggi, yang terbersit dipikirkannya adalah bekerja bukan membuka lapangan kerja apalagi bekerja menjadi pegawai atau karyawan di instansi pemerintah dengan status Pegawai Negeri Sipil adalah harapan semua anak-anak. Jika kita melihat kondisi Indonesia saat ini, dengan ketersediaan lapangan kerja yang tidak sebanding dengan jumlah tenaga kerja, pola pikir seperti itu tidak tepat karena pola pikir seperti itu tidak memacu timbulnya kreatifitas dalam diri. Kecenderungan untuk meniru lah yang akan timbul padahal sesungguhnya, keterampilan untuk

mencipta sesuatu ide dan gagasan barulah yang sangat diperlukan.

Era globalisasi mengubah cara bertukar informasi, berdagang, dan konsumsi dari produk-produk budaya dan teknologi dari berbagai tempat di dunia dengan hanya mengandalkan teknologi, terutama jaringan internet. Sekat atau jarak antara Negara yang satu dengan Negara yang lain seakan tidak ada sehingga dunia menjadi tempat yang dinamis dan kompleks. Oleh karena itu, ketika seseorang atau usaha ingin memenangkan kompetisi dalam dunia global, maka kreativitas dan pengetahuan menjadi suatu aset yang mutlak harus dimiliki seseorang. Kreatifitas memang sangatlah penting dan diperlukan bagi orang yang memiliki jiwa kewirausahaan. Kreatifitas itu jugalah yang menjadi dasar fenomena munculnya konsep Ekonomi Kreatif yang sekarang ini juga marak disosialisasikan, bersamaan dengan pendidikan kewirausahaan pada masyarakat Indonesia. Jika banyak orang di Indonesia yang mempunyai jiwa *enterpreanure* yang kreatif dan inovatif, maka akan banyak tercipta

lapangan pekerjaan sehingga dapat mengurangi angka pengangguran yang jumlahnya cukup tinggi di Indonesia.

Entrepreneurship adalah mindset yang harus dimiliki oleh seseorang agar dapat menjadi seorang *entrepreneur*. Seorang *entrepreneur* selalu dianjurkan untuk memiliki pola pikir yang diluar kebiasaan orang pada umumnya. *Entrepreneur* akan lebih sering menggunakan otak kanan untuk menghasilkan ide dan kreativitas-kreativitas baru, selalu memotivasi diri, dan tersenyum dalam segala situasi. *Entrepreneur* akan melihat masalah sebagai suatu tantangan yang harus dihadapi dan memandang kegagalan bukanlah akhir dari segalanya karena kegagalan adalah pemicu atau semangat untuk bisa maju. Tidak ada sebuah usaha yang langsung bisa sukses karena usaha-usaha besar, Teh Sosro misalnya awalnya diremehkan dan ditertawakan orang karena dahulu orang berfikir “*Ngapain the dijual wong semua orang bisa membuat the sendiri di rumah*”. Tapi siapa yang menyangka jika The Sosro bisa

berkembang seperti sekarang dan pangsa pasarnya sekelas produk Pepsi dari Amerika.

Di Desa Jatimulyo kebanyakan masyarakatnya hidup dari sentra pertanian dan sebagian besar menjadi buruh petani. Oleh karena itu sangat diperlukan adanya sosialisasi tentang *entrepreneur* kreatif agar masyarakat Desa Jatimulyo dapat mengetahui bahwa tidak hanya dari sektor pertanian saja yang dapat mereka jadikan sebuah sumber penghasilan, tapi mereka bisa menjadi seorang wirausaha yang kreatif dan inovatif sehingga dapat mereka jadikan sebagai sumber penghasilan. Desa Jatimulyo juga berpotensi untuk dibentuk menjadi sentra usaha ekonomi kreatif karena di sana ada makanan khas, kerajinan bambu, dan kesenian hadrah yang mempunyai ciri khas jika dibandingkan dengan daerah lainnya. Jika hal ini dapat dikembangkan, maka akan dapat membuka lapangan pekerjaan dan mengurangi tingkat pengangguran di Desa Jatimulyo, Kecamatan Jenggawah, Kabupaten Jember.

II. Landasan Teori

Freedam (1982) mengemukakan kreativitas sebagai kemampuan untuk memahami dunia, menginterpretasikan pengalaman dan memecahkan masalah dengan cara yang baru dan asli. Kewirausahaan (entrepreneurship) muncul apabila seseorang individu berani mengembangkan usaha-usaha dan ide-ide barunya. Proses kewirausahaan meliputi semua fungsi, aktivitas dan tindakan yang berhubungan dengan perolehan peluang dan penciptaan organisasi usaha (Suryana, 2001).

Kreatifitas merupakan daya menciptakan sesuatu yang menuntut pemusatan perhatian, kemauan, kerja keras dan ketekunan. Menurut Sulaiman Sahlan dan Maswan Kreatifitas adalah ide atau gagasan dan kemampuan berpikir kreatif. Sementara itu dalam

Kamus Besar Bahasa Indonesia yang dimaksud dengan Kreatifitas ialah kemampuan untuk mencipta daya cipta. Menurut

Zimmerer (2009) kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan

cara-cara baru dalam pemecahan masalah dan menemukan peluang (thinking new thing). Kreatifitas adalah inisiatif terhadap suatu produk atau proses yang bermanfaat, benar, tepat, dan bernilai terhadap suatu tugas yang lebih bersifat heuristic daripada algorithmic

Heuristic adalah sesuatu yang merupakan pedoman, petunjuk, atau panduan yang tidak lengkap yang akan menuntun kita untuk mengerti, mempelajari, atau menemukan sesuatu yang baru. Heuristic suatu map (peta buta) yang belum jelas dimana kita dan kemana kita akan berjalan. Heuristic menstimulasi seseorang untuk belajar lebih dalam untuk dirinya, seperti bagaimana menuju kota B dari kota A dengan petunjuk map yang kurang jelas tersebut. Algorithm adalah suatu mekanikal set dari aturan-aturan, suatu perencanaan operasi yang telah diset sebelumnya untuk pemecahan suatu masalah, pengambilan keputusan, dan penyelesaian suatu konflik. Contohnya, melempar satu koin mata uang adalah suatu algorithm karena jumlah sisi dari koin dan indikator dari kepala atau

ekor telah ditetapkan dengan jelas sehingga hasilnya dapat diperkirakan jika koin tersebut dilemparkan.

Rockler dalam “Innovative Teaching Strategies” mendefinisikan bahwa; Kreatifitas adalah seseorang yang dengan sadar mendapatkan suatu perspektif baru dan sebagai hasilnya membawa sesuatu yang baru. Kreatifitas tersebut melalui suatu proses yang sangat penting dalam tindakan yang orisinal, yang berhubungan dengan produksi, menghasilkan sesuatu yang unik dari seseorang di satu pihak, dan material, kejadian, atau lingkungan dari kehidupannya dilain pihak (h 36-38). Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa Kreatifitas merupakan kemampuan seseorang dalam menuangkan ide atau gagasan melalui proses berpikir kreatif untuk menciptakan sesuatu yang menuntut pemusatan, perhatian, kemauan, kerja keras dan ketekunan. Sedangkan yang dimaksud dengan wirausaha adalah pengusaha, tetapi tidak semua pengusaha adalah wirausaha. Wirausaha adalah pionir dalam bisnis, inovator, penanggung resiko yang mempunyai penglihatan

visi ke depan dan memiliki keunggulan dalam berprestasi di bidang usaha. Sementara itu menurut

Prawirokusumo, wirausaha adalah mereka yang melakukan upaya-upaya kreatif dan inovatif dengan jalan mengembangkan ide dan meramu sumber daya untuk menemukan peluang (opportunity) dan perbaikan (preparation) hidup. Senada dengan pendapat di atas, menurut Suryana enterpreneur atau wirausaha adalah seseorang yang memiliki kombinasi unsur-unsur (elemen-elemen) internal yang meliputi kombinasi motivasi diri, visi, komunikasi, optimisme, dorongan semangat, dan kemampuan untuk memanfaatkan peluang usaha.

Kreatifitas dapat terwujud membutuhkan adanya dorongan dalam diri individu (motivasi intrinsik) dan dorongan dari lingkungan (motivasi ekstrinsik).

- a. Motivasi Untuk Kreatifitas Pada setiap orang ada kecenderungan atau dorongan untuk mewujudkan potensinya, membentuk hubungan-hubungan baru dengan

lingkungannya dalam upaya menjadi dirinya sepenuhnya (Rogers, 1982 dalam Munandar, 1988). Motivasi intrinsik ini yang hendaknya dibangun dalam diri individu sejak dini. Hal ini dapat dilakukan dengan memperkenalkan individu dengan kegiatan-kegiatan kreatif, dengan tujuan untuk memunculkan rasa ingin tahu, dan untuk melakukan hal-hal baru.

- b. Kondisi Eksternal yang mendorong perilaku kreativitas Kondisi eksternal (dari lingkungan) secara konstruktif ikut mendorong munculnya Kreativitas. Kreativitas memang tidak dapat dipaksakan, tetapi harus dimungkinkan untuk tumbuh. Individu memerlukan kondisi yang memungkinkan individu tersebut mengembangkan

sendiri potensinya. Maka penting mengupayakan lingkungan (kondisi eksternal) yang dapat memupuk dorongan dalam diri individu untuk mengembangkan Kreativitasnya. Menurut pengalaman Rogers dalam psikoterapi, penciptaan kondisi keamanan dan kebebasan psikologis memungkinkan timbulnya Kreativitas yang konstruktif.

Inovasi merupakan ide, praktik, atau objek yang dianggap baru oleh manusia atau unit adopsi lainnya. Teori ini meyakini bahwa sebuah inovasi terdifusi ke seluruh masyarakat dalam pola yang bisa diprediksi. Beberapa kelompok orang akan mengadopsi sebuah inovasi segera setelah mereka mendengar inovasi tersebut. Sedangkan beberapa kelompok masyarakat lainnya membutuhkan waktu lama untuk kemudian mengadopsi inovasi tersebut. Ketika sebuah inovasi banyak diadopsi oleh

sejumlah orang, hal itu dikatakan atau meledak. Inovasi merupakan tahap awal ketika seseorang mulai melihat, dan mengamati inovasi baru dari berbagai sumber, khususnya media massa. Pengadopsi awal biasanya merupakan orang-orang yang rajin membaca koran dan menonton televisi, sehingga mereka bisa menangkap inovasi baru yang ada. Jika sebuah inovasi dianggap sulit dimengerti dan sulit diaplikasikan, maka hal itu tidak akan diadopsi dengan cepat oleh mereka, lain halnya jika yang dianggapnya baru merupakan hal mudah, maka mereka akan lebih cepat mengadopsinya. Beberapa jenis inovasi bahkan harus disosialisasikan melalui komunikasi interpersonal dan kedekatan secara fisik. Inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan kreatifitas dalam rangka pemecahan masalah dan menemukan peluang (doing new thing). Inovasi merupakan fungsi utama dalam proses kewirausahaan. Peter Drucker (1986) mengatakan inovasi memiliki fungsi yang khas bagi wirausahawan. Dengan inovasi wirausahawan menciptakan baik

sumberdaya produksi baru maupun pengolahan sumber daya yang ada dengan peningkatan nilai potensi untuk menciptakan sesuatu yang tidak ada menjadi ada. Inovasi adalah satu proses untuk mengubah kesempatan menjadi ide yang dapat di pasarkan. Inovasi lebih dari sekedar ide yang baik suatu gagasan murni memegang peranan penting, dan pikiran kreatif mengembangkannya menjadi gagasan berharga. Meskipun demikian terdapat perbedaan yang signifikan antara sebuah ide yang timbul semata dari spekulasi dan ide yang merupakan hasil pemikiran riset pengalaman dan kerja yang sempurna hal yang lebih penting, Wirausahawan yang prospektif harus mempunyai keberanian untuk memberikan sebuah ide melalui tahapan pengembangan. Dengan demikian inovasi adalah suatu kombinasi visi untuk menciptakan suatu gagasan yang lebih baik dan keteguhan serta dedikasi untuk mempertahankan konsep melalui implementasi.

III. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Entrepreneur berasal dari bahasa Perancis yang pertama kali diperkenalkan oleh ekonom Perancis, Richard Cantillon pada awal abad ke-18. Menurutnya, *entrepreneur* adalah “*agent who buys means of production at certain prices in order to combine them*”. Dalam Bahasa Indonesia terdapat dua terjemahan untuk kata *entrepreneur*, yakni wiraswasta dan wirausaha. Wiraswasta atau wirausaha berasal dari bahasa sanskerta yaitu; wira: utama, gagah berani, luhur; swa: sendiri; sta: berdiri; usaha: kegiatan produktif. Dari asal kata tersebut, wiraswasta pada awalnya ditujukan pada orang yang dapat berdiri sendiri. Di Indonesia kata wiraswasta diartikan sebagai orang yang tidak bekerja pada sektor pemerintah yakni pedagang, pengusaha, dan orang yang bekerja di perusahaan swasta, sedangkan wirausahawan adalah orang yang mempunyai usaha sendiri.

Kunci seorang wirausaha yang sukses adalah berfikir inovatif dan kreatif karena barang dan jasa

yang unik biasanya akan dilirik oleh para pelanggan. Seorang wirausaha harus mengetahui cara berpikir kreatif dan inovatif karena berkembang atau tidaknya bisnis akan ditentukan oleh inovasi dan kreativitas pemilik. Saat ini bisnis maju tetapi perubahan akan bisa terjadi kapan saja karena pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Ketika sebuah bisnis sudah tidak bisa lagi berkembang akibat perubahan yang ada, maka kreativitas *entrepreneur* diperlukan untuk mengubah cara menjalankan usaha dan menghasilkan produk atau jasa baru sesuai dengan perkembangan dan minat pasar. Oleh karena itu seorang pebisnis harus kreatif, artinya dapat menciptakan produk dan jasa yang diterima oleh pangsa pasar. Kreativitas adalah sebuah *skill* atau keahlian, layaknya seseorang yang mengendarai motor, dia bisa dengan cepat mengganti persneling karena sudah terlatih atau terbiasa naik motor. Namun bagi yang belum bisa dan belum biasa, hal itu akan terasa sulit. Hal ini sama halnya dengan kreativitas yang harus dilatih dan dibiasakan sehingga

setelah terlatih dan biasa maka otomatis akan cepat berpikir kreatif dalam berwirausaha.

Pola pikir *entrepreneur* kreatif perlu disosialisasikan kepada masyarakat Desa Jatimulyo agar dapat mendorong mereka untuk membuka usaha yang lebih kreatif dan inovatif dibandingkan yang lainnya. Ketika sebuah usaha didirikan dengan inovasi dan kreasi yang tinggi, maka usaha tersebut akan bisa menarik minat masyarakat untuk membelinya. Dengan dibukanya usaha ini, maka harapannya adalah dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat Desa Jatimulyo dan dapat mengurangi angka pengangguran karena selama ini sebagian besar masyarakat Desa Jatimulyo hanya menyandarkan kehidupannya sebagai buruh tani yang sifatnya musiman. Potensi wisata, kuliner, dan kesenian adalah contoh sentra usaha kreatif yang dapat dibentuk masyarakat Desa Jatimulyo, Kecamatan Jenggawah, Kabupaten Jember.

VII. Khalayak Sasaran

Tujuan yang ingin dicapai dengan adanya program pengabdian masyarakat yang mengambil tema tentang *Enterpreanure Kreatif*, secara umum bertujuan untuk dua hal berikut ini:

1. memberikan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat Desa Jatimulyo, Kecamatan Jenggawah, Kabupaten Jember tentang *entrepreneur kreatif*:
2. menumbuhkan jiwa *entrepreneur kreatif* pada masyarakat Desa Jatimulyo, Kecamatan Jenggawah, Kabupaten Jember.

Lebih jauh lagi, manfaat yang ingin diperoleh dengan adanya kegiatan sosialisasi ini adalah memberikan dorongan kepada masyarakat Desa Jatimulyo, Kecamatan Jenggawah, Kabupaten Jember untuk berfikir kreatif dan inovatif dalam hal wirausaha karena kreatifitas dan inovasi adalah kunci utama kesuksesan seorang wirausaha.

VIII. Evaluasi Kegiatan

Bentuk kegiatan program pengabdian masyarakat tentang *Entrepreneur Kreatif* ini adalah sosialisasi yang dilakukan di balai Desa Jati Mulyo, Kecamatan Jenggawah, Kabupaten Jember kepada 45 orang. Dalam sosialisasi ini dipaparkan tentang *entrepreneur* kreatif mulai dari pengertian, unsur-unsur, kenapa wirausaha itu harus kreatif, serta contoh produk barang atau jasa yang kreatif sehingga dapat diterima masyarakat dan dapat bersaing dengan produk-produk lainnya.

Kelompok sasaran saat melakukan sosialisasi tentang “*Entrepreneur Kreatif*” adalah seluruh masyarakat Desa Jatimulyo dengan harapan dapat memberikan semangat pada seluruh masyarakat untuk bisa menjadi seorang wirausaha yang kreatif.

Target yang ingin dicapai dengan adanya sosialisasi tentang “*Entrepreneur Kreatif*” adalah menumbuhkan jiwa wirausaha kepada masyarakat Desa Jatimulyo, Kecamatan Jenggawah, Kabupaten Jember. Dengan adanya kegiatan ini,

maka harapannya adalah masyarakat Desa Jatimulyo, Kecamatan Jenggawah, Kabupaten Jember tertarik untuk menjadi wirausaha dengan menghasilkan barang atau jasa yang unik dan kreatif sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk membelinya.

Sosialisasi kegiatan ini dilaksanakan pada Hari Minggu tanggal 29 Juli pukul 14.00 – 16.00 di balai Desa Jatimulyo Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember dengan jumlah peserta 45 orang.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiff, Faisal. 2012. *Kewirausahaan dan Ekonomi Kreatif*. Rangkaian Kolom Kluster I, 2012. Jakarta. Binus University
- Antariksa, Basuki. 2012. *Konsep Ekonomi Kreatif Peluang dan Tantangan dalam Pembangunan Indonesia*. Jakarta: Bagian Hukum, Kepegawaian, dan Organisasi SetDijen Ekonomi Kreatif Berbasis Seni dan Budaya Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

- Bevlevy, Beni. 2013.
Entrepreneurship Mindset.
Diakses pada tanggal 2 Maret
2013 dari
[http://batampos.co.id/21-09-
2013/entrepreneurship-
mindset](http://batampos.co.id/21-09-2013/entrepreneurship-mindset)
- Kasali, Rhenald, et. all. 2010. *Modul
Kewirausahaan untuk
Program Strata 1*. Jakarta
Selatan: PT Mizan Publika
- Purwanto. 2006. *Diktat Pengantar
Kewirausahaan*. Yogyakarta:
Universitas Negeri
Yogyakarta
- Roziqin, Miftahur. 2011.
*Entrepreneurship Adalah
Sebuah Mindset*. Diakses
pada tanggal 2 Maret 2013
dari
[http://miftahur.com/entrepren-
eurship-adalah-sebuah-
mindset](http://miftahur.com/entrepren-
eurship-adalah-sebuah-
mindset)

PENDIDIKAN ANTI BULLYING

Adi Santoso
Program Studi Ilmu Administrasi Publik
STIA Pembangunan Jember
*Email: adisantoso@gmail.com

ABSTRAK

Perilaku bullying di lingkungan sekolah dapat menciptakan suasana lingkungan yang kurang mendukung terhadap perkembangan siswa, baik dalam bidang akademik maupun bidang sosial. Perilaku bullying dapat menyakiti siswa, sehingga mereka merasa tidak diinginkan dan ditolak oleh lingkungannya. Hal ini tentunya akan membawa efek kepada berbagai kegiatan siswa disekolah. Bullying merupakan masalah universal yang menyentuh hampir setiap orang, keluarga, sekolah, bisnis dan masyarakat, demikian pula usia, jenis kelamin, ras, agama atau status sosial ekonomi. Efek bullying dapat berlangsung seumur hidup. Bullying berdampak ekonomi yang terkait dengan penurunan produktivitas, kehilangan jam kerja, absensi, agresi tempat kerja, pelecehan dan intimidasi. Bullying merupakan perilaku yang diulang, sistematis dan diarahkan seorang atau sekelompok orang kepada orang lain untuk mengorbankan, menghina, merusak atau mengancam yang menciptakan risiko bagi kesehatan dan keselamatan. Bullying melibatkan ketidak seimbangan kekuasaan yang terjadi tanpa provokasi. Bullying terjadi dalam bentuk kekerasan fisik dan verbal, intimidasi, menyebar rumor, pencurian, perusakan harta milik orang lain, pelecehan seksual, perpeloncoan, orientasi ras, atau etnis (Sampson,2002).

Kata kunci : Pendidikan, Bullying, Sekolah.

I. Analisis Situasi

Kasus bullying beberapa tahun terakhir ini marak diperbincangkan, terlebih lagi kasus tersebut banyak terjadi di dunia pendidikan khususnya anak usia sekolah. Namun, tidak menutup kemungkinan bullying akan terjadi pada anak usia pra sekolah atau anak usia dini hingga mahasiswa. Bentuk-bentuk bullying pun banyak sekali, bukan hanya secara fisik akan tetapi bisa dalam bentuk psikis seperti mengejek atau yang sejenisnya. Meskipun hanya sekedar ejekan, bullying akan menimbulkan efek negatif pada perkembangan psikologis korbannya.

Kasus bullying yang marak diperbincangkan dan menjadi perhatian banyak pihak adalah pelecehan seksual, terlebih lagi korban dari kasus tersebut adalah anak usia dini. Salah satu contoh dari kasus pelecehan seksual yang menimpa anak usia dini adalah kasus yang terjadi di TK Jakarta International School (JIS). Setelah kasus tersebut terkuak di media massa, satu persatu kasus serupa muncul dan kembali yang menjadi

korban dari kekerasan seksual tersebut adalah anak usia dini. Karena itu, diperlukan penanaman pemahaman kepada orang tua, guru dan anak-anak terkait bullying itu sendiri, sebagai usaha preventif agar tidak lagi ada bullying di sekolah serta di lingkungan masyarakat.

Perilaku bullying dapat dilihat ketika seseorang atau sekelompok orang berulang kali mencoba untuk menyakiti seseorang yang lemah, seperti memukul, menendang, atau dengan menggunakan nama panggilan yang kurang baik, mengejek, menghina serta menggoda atau dengan cemoohan seksual, menyebarkan rumor atau mencoba untuk membuat orang lain menolak seseorang. Hal ini dapat menyebabkan anak-anak dan remaja merasa tegang dan takut, serta mereka malas kesekolah atau bahkan keluar dari sekolah. Dalam kasus yang serius, remaja yang di bullying, mengambil langkah-langkah bereaksi untuk melawan, jika tidak mampu melawan akan melakukan bunuh diri. bullying memberi efek seumur hidup.

II. Landasan Teori

Bullying berasal dari kata bahasa Inggris *bully* yang artinya gertak, menggertak, atau mengganggu. Sedangkan makna luas dari *bullying* adalah salah satu bentuk perilaku agresi dengan kekuatan dominan pada perilaku yang dilakukan secara berulang-ulang dengan tujuan mengganggu anak lain yang dianggap lebih lemah darinya. Dengan kata lain, anak yang merasa lebih kuat mendominasi anak yang dia pandang lebih lemah darinya. *Bullying* juga bisa dikatakan sebagai ancaman ataupun gangguan dari seseorang yang merasa dirinya berkuasa sehingga korbannya bisa mengalami gangguan psikis berupa stress, depresi, kecemasan yang berlebih, dan merasa hidupnya tidak akan aman bila berada di lingkungan tersebut. Dengan kecanggihan teknologi di era globalisasi ini, para pelaku *bullying* juga semakin dimudahkan. Kontak fisik langsung, contohnya memukul, mendorong, mencubit, mencakar, termasuk memeras dan merusak barang-barang yang dimiliki orang lain. dalam menjalankan aksinya terhadap

korban. Karena *bullying* bisa terjadi tidak hanya sekedar kontak langsung, dengan kontak tidak langsung pun sangat mungkin terjadi melalui media sosial seperti *Facebook*, *Twitter* dan media sosial lainnya. *Bullying* dapat dikelompokkan dalam 5 kategori :

1. Kontak verbal langsung, contohnya mengancam, memermalukan, merendahkan, mengganggu, memberi nama panggilan (*name calling*), sarkasme, merendahkan (*put-down*), mencela/mengejek, mengintimidasi, mengejek, dan menyebarkan gosip.
2. Perilaku nonverbal langsung, contoh melihat dengan sinis, menjulurkan lidah, menempalkan ekspresi yang merendahkan, mengejek, dan mengancam, biasanya disertai *bullying* fisik, atau verbal.

3. Perilaku nonverbal tidak langsung, contoh mendiamkan, memanipulasi persahabatan sehingga retak, sengaja mengucilkan atau mengabaikan, mengirimkan surat kaleng.
 4. Pelecehan seksual, kadang dikategorikan perilaku agresi fisik atau verbal.
 5. *Cyberbullying*
Terjadinya *bullying* merupakan proses dinamika kelompok dan di dalamnya ada pembagian peran. Peran-peran tersebut adalah *bully*, *asisten bully*, *reinfocer*, *defender*, dan *outsider*.
 1. *Bully* yaitu siswa yang dikategorikan sebagai pemimpin, berinisiatif dan aktif terlibat *bullying*.
 2. *Asisten bully*, juga terlibat aktif dalam perilaku *bullying*, namun ia cenderung bergantung atau mengikuti perintah *bully*.
 3. *Rinfocer* adalah mereka ketika kejadian *bully* terjadi, ikut menyaksikan, menertawakan korban, memprofokasi *bully*, mengajak siswa lain untuk menonton dan sebagainya.
 4. *Defender* adalah orang-orang yang berusaha membela dan membantu korban, sering kali akhirnya mereka menjadi korban juga.
 5. *Outsider* adalah orang-orang yang tahu bahwa hal itu terjadi, namun tidak melakukan apapun, seolah-olah tidak peduli.
- Untuk membedakan antara *bullying* dan perilaku agresi Berkowitz (1986) dalam Koeswara, (1988; 5) mengartikan agresi sebagai perilaku menyakiti yang bertujuan terhadap orang lain. Agresi merupakan situasi saat seseorang memperoleh sesuatu dengan menggunakan kekuatan namun

dominansinya terhadap target atau korban merupakan hal yang insidental dan tidak disengaja, sementara bullying merupakan situasi akhir yang diinginkan dan dicapai melalui penggunaan kekuatan secara bertujuan untuk menyakiti orang lain dan untuk menunjukkan dominansi seseorang terhadap orang lain. Hasil akhir dari bullying lebih dapat diprediksi dibanding hasil akhir dari agresi. Beberapa ahli memandang bullying sebagai agresi yang berulang Rigby (2002), Olweus (1993),

Anesty, (2009) menulis bahwa bullying terjadi saat korban mengalami tindakan negatif yang berulang dan terus-menerus, jadi dalam bullying selalu ada serangan yang berulang.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat diperoleh kesimpulan bahwa bullying merupakan bentuk perilaku agresif yang dilakukan secara terencana, berulang-ulang, dalam periode waktu tertentu, baik secara individu maupun secara kelompok dengan tujuan untuk menciptakan tekanan psikologis bagi orang lain, untuk mendapatkan pengakuan dan

kepuasan bagi pelakunya.

FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB BULLYING

Ada berbagai faktor mengapa kasus *bullying* bisa terjadi. Faktor-faktor tersebut bisa dikolmpokka menjadi 2, diantaranya yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

Faktor Internal

Faktor internal yaitu faktor penyebab yang berasal dari dalam diri pelaku, misalnya faktor psikologis. Gangguan psikologis seperti gangguan kepribadian ataupun gangguan emosi bisa disebabkan karena berbagai masalah yang dihadapi oleh seorang anak. Banyak pelaku *bullying* dipengaruhi oleh faktor psikologi. Tetapi umumnya perilaku *bullying* mereka dipengaruhi oleh toleransi sekolah atas perilaku *bullying*, sikap guru, dan faktor lingkungan yang lain. Selain itu, lingkungan keluarga juga mempengaruhi perilaku *bullying*. *Bully* biasanya berasal dari keluarga yang memperlakukan mereka dengan kasar.

Faktor Eksternal

Faktor eksternal yang memicu terjadinya *bullying* ada bermacam-macam, seperti contohnya pengaruh lingkungan (teman sebaya), keluarga yang kurang harmonis, faktor ekonomi keluarga, dan acara televisi yang kurang mendidik serta kecanggihan teknologi pada era globalisasi ini yang sangat mungkin memicu terjadinya *cyber bullying*. Alasan yang paling jelas mengapa seseorang menjadi pelaku *bullying* adalah bahwa pelaku *bullying* merasakan kepuasan apabila ia “berkuasa” di kalangan teman sebayanya. Selain itu, tawa teman-teman sekelompoknya saat ia mempermainkan sang korban memberikan penguatan terhadap perilakunya.

DAMPAK BULLYING

Sikap seseorang di lingkungannya bisa menjadi tanda orang tersebut nyaman dengan lingkungannya atau justru merasa jauh dari rasa aman dan nyaman berada di lingkungan tersebut. Beberapa hal yang bisa menjadi indikasi awal bahwa anak

kemungkinan sedang mengalami *bullying* disekolah antara lain :

1. Kesulitan untuk tidur
2. Mengompol ditempat tidur
3. Mengeluh sakit kepala atau perut
4. Tidak nafsu makan atau muntah-muntah
5. Takut pergi kesekolah
6. Menangis sebelum atau sesudah kesekolah
7. Sering pergi ke UKS
8. Tidak tertarik pada aktifitas sosial yang melibatkan murid lain
9. Sering mengeluh sakit sebelum pergi ke sekolah
10. Sering mengeluh sakit kepada gurunya, dan ingin orang tua segera menjemput pulang
11. Harga dirinya rendah
12. Perubahan drastis pada sikap, perilaku, cara berpakaian, atau kebiasaannya
13. Lecet atau luka

Anak yang menjadi korban *bullying* baik secara fisik ataupun secara mental biasanya akan

mengalami trauma yang besar dan depresi yang akhirnya menyebabkan gangguan mental dimasa yang akan datang.

Gejala kelainan mental yang biasanya muncul pada masa kanak-kanak secara umum anak tumbuh menjadi pribadi yang mudah cemas, sulit berkonsentrasi, mudah gugup dan takut. Tanda-tanda yang terjadi pada anak yang menjadi korban *bullying* :

1. Kesulitan bergaul
2. Merasa takut datang kesekolah sehingga sering bolos
3. Ketinggalan pelajaran
4. Mengalami kesulitan berkonsentrasi mengikuti pelajaran
5. Kesehatan fisik dan terganggu

CARA MENGATASI *BULLYING*

Dalam mengatasi kasus *bullying* peran orang tua sangatlah penting, karena anak yang biasanya terlibat dalam masalah seperti ini adalah mereka kurang mendapat perhatian dari orang tua mereka dan berasal dari keluarga yang retak

keharmonisannya (*broken home*). Usaha preventif yang bisa kita lakukan adalah menanamkan sejak dini kepada anak bahwa kita semua saling bersaudara dan harus saling mencintai antar sesama, menanamkan nilai-nilai keagamaan kepada anak, sehingga anak akan berpikir bahwa jika menyakiti orang lain pasti akan mendapatkan dosa. Orang tua juga perlu mengawasi pergaulan anak, agar anak tidak salah dalam bergaul dan salah dalam berteman, karena pengaruh teman sebaya sangat besar dalam perkembangan diri seorang individu. Selain itu orang tua juga harus mengawasi apa yang ditonton oleh anak, utamanya ketika menonton televisi, karena tayangan televisi saat ini justru banyak menampilkan sinetron dengan adegan-adegan yang tidak patut untuk dilihat oleh anak, cenderung menampilkan pergaulan yang bebas, kehidupan yang serba mewah, bahasa yang dipergunakan pun cenderung *alay*, dan terkadang banyak sinetron yang menampilkan adegan-adegan anak yang sering membantah nasihat dari orang tua mereka.

III. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Dari uraian terkait *bullying* di atas, muncul pertanyaan sebagai berikut:

- a. Bagaimana mencegah perilaku *bullying* yang sering dihadapi oleh anak-anak usia dini?
- b. Bagaimana mengatasi dampak negatif dari perilaku *bullying*?

VII. Khalayak Sasaran

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini bertujuan untuk:

- a. Memberikan pemahaman kepada guru, orang tua, dan anak tentang *bullying* secara komperhensif.
- b. Meningkatkan pemahaman guru, orang tua dan anak tentang cara mengatasi perilaku *bullying*, baik yang terjadi di sekolah maupun di lingkungan tempat tinggal.

VIII. Evaluasi Kegiatan

Berdasarkan analisis di lapangan diperoleh gambaran bahwa banyaknya kasus *bullying* yang terjadi di duni pendidikan Indonesia,

disebabkan guru, orang tua dan anak yang belum memahami tentang bahaya *bullying* bagi perkembangan anak. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman mereka tentang perilaku *bullying*, baik penyebab, dampak ataupun cara menghadapinya. Karena itu dibutuhkan usaha untuk membangun pemahaman bersama terkait dengan bahaya *bullying*. Dengan tujuan yang jelas, yaitu meminimalisir, bahkan menghilangkan sama sekali perilaku *bullying* dari dunia pendidikan Indonesia.

Evaluasi kegiatan ini dilakukan dengan pemantauan setelah pelaksanaan sosialisasi ini, yaitu semakin baiknya pemahaman guru, orang tua, dan anak tentang bahaya *bullying* dalam dunia pendidikan dan semakin berkurangnya kasus *bullying* yang terjadi di lingkungan pendidikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anita, W., 2008, Educational Psychology, Avtive Learning Edition, Boston, Pearson Education. Carter, B. & Vicky G. Spencer, 2006, The Fear Factor: Bullying And Students With Disabilities, International

- Journal Of Special Education.
Vol. 21, Number 1.
- Djuwita, R., dan Soesetio, S. R.,
2005, "Gencet-gencetan" di
mata siswa/siswi kelas 1 SMA:
Naskah kognitif tentang arti,
skenario, dan dampak "gencet-
gencetan", Jurnal Psikologi
Sosial.
- Gaetano, 2010, Bullying: A View
from the Corporate World,
Journal of the International
Ombudsman Association,
Volume 3, Number 2, 2010.
- Hergenbahn, B. R. & Mattehew H.
Olson, 2010, Theori of
Learning, Person Education.
- Kartono, Kartini, 2003, Patologi
Sosial: Gangguan-Ganggaun
Kejiwaan, Jakarta, Raja
Grafindo Persada.
- Wardhana, Katyana. 2014. Sudah
Dong Stop-Bullying Campaign
Buku Panduan
Melawan Bullying.
- Wiyani, Novan Ardy. 2012. Save
Our Children From School
Bullying. Jogjakarta: Ar-Ruzz
Media.
- Yayasan Sejiwa. 2008. Bullying:
Mengatasi Kekerasan di
Sekolah dan Lingkungan
Sekitar Anak. Jakarta: PT.
Grasindo.
- Zulfani, Muhamad Hanafi &
Indarsjah Tirtawidjaja. 2014.
"Kampanye pencegahan
Bullying di Lingkungan
Sekolah." Jurnal tingkat
Sarjana bidang Senirupa dan
Desain No. 1. Program Studi
Sarjana Desain Komunikasi
Visual, Fakultas Seni Rupa dan
Desain (FSRD) ITB.