

**PROSIDING  
SEMINAR NASIONAL TAHUB KE-3, *CALL FOR PAPER*, DAN PAMERAN  
HASIL PENELITIAN & PENGABDIAN MASYARAKAT  
KEMENRISTEKDIKTI RI**

**PERAN SENTRAL DESA MENUJU KEMANDIRIAN EKONOMI,  
PENINGKATAN PRODUKTIFITAS RAKYAT, DAYA SAING BANGSA  
UNTUK MEMPERKOKOH NEGARA KESATUAN REPUBLIK INDONESIA**

**YOGYAKARTA, 10-11 OKTOBER 2017**

**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”  
YOGYAKARTA  
2017**

**PROSIDING SEMINAR NASIONAL TAHUN KE-3  
DAN CALL FOR PAPER**

**PERAN SENTRAL DESA MENUJU KEMANDIRIAN EKONOMI,  
PENINGKATAN PRODUKTIFITAS RAKYAT, DAYA SAING BANGSA  
UNTUK MEMPERKOKOH NEGARA KESATUAN REPUBLIK INDONESIA**

Cetakan Tahun 2017

Katalog Dalam Terbitan (KDT):

Prosiding Seminar Nasional dan *Call For Paper*  
Peran Sentral Desa Menuju Kemandirian Ekonomi, Peningkatan Produktifitas Rakyat,  
Daya Saing Bangsa Untuk Memperkokoh Negara Kesatuan Republik Indonesia  
LPPM UPNVY

265,hlm;21x29.7cm.

## **LPPM UPNVY PRESS**

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta  
Kapuslitbang LPPM UPNVY  
Rektorat Lantai 4, LPPM, Puslitbang  
Jln. SWK 104 (Lingkar Utara) Ring Road, Condong Catur, Yogyakarta 55283  
Telpon (0274) 486733, ext 154  
Fax. (0274) 486400

**www.lppm.upnyk.ac.id**  
**Email: puslitbang.upn@gmail.com**

**Penata Letak** : 1. Sri Utami  
2. Nanik Susanti  
3. Yasa Pramudita Dyan Mardika

**Desain Sampul** : Zuhdan Nurul Fajri

**Distributor Tunggal**  
**LPPM UPNVY**Rektorat Lantai 4, LPPM, Puslitbang  
**Jln. SWK 104 (Lingkar Utara) Ring Road, Condong Catur, Yogyakarta 55283**  
**Telpon (0274) 486733, ext 154**  
**Fax. (0274) 486400**

**Hak Cipta dilindungi Undang-undang.**

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun, termasuk fotokopi, tanpa izin tertulis dari penerbit.

**DAFTAR REVIEWER**  
**SEMINAR NASIONAL TAHUN KE-3, CALL PAPER, DAN PAMERAN HASIL**  
**PENELITIAN & PENGABDIAN MASYARAKAT KEMENRISTEK DIKTI RI**  
**10-11 OKTOBER 2017**  
**LPPM UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”**  
**YOGYAKARTA**

1. Prof. Dr. Ir. Sari Bahagiarti K, M.Sc. (UPNVY)
2. Eko Putro Sandojo BSEE, MBA  
(Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi  
Indonesia)
3. Dr. Hasto Wardoyo, M.Si (Bupati Kulonprogo)
4. Dr. Suprajarto. (DIRUTBRI)
5. Prof. Dr. Didit Welly Udjiyanto, M.S. (UPNVY)
6. Prof. Dr. Arief Subyantoro, M.S. (UPNVY)
7. Prof. Dr. Karna Wijaya (UGM)
8. Prof. Dr. Ahmad Fauzi (UII)
9. Dr. Ratna Candra Sari, M. Si, Akt (UNY)
10. Dr. Edi Kurniadi (UNS)
11. Dr. M. Irhas Effendi M.Si (UPNVY)
12. Dr. Ir. Heru Sigit Purwanto, MT. (UPNVY)
13. Dr. Sri Suryaningsum, S.E., M.Si., Ak (UPNVY)
14. Dr. Ardhito Bhinadi, M.Si. (UPNVY)
15. Dr. Hendro Wijanarko, SE, M.M (UPNVY)
16. Dr. Mahreni (UPNVY)
17. Dr. Awang Hendrianto Pratomo, M.T (UPNVY)
18. Dr. Ir. Suranto, M.T (UPNVY)
19. Dr. Ir. Mofit Eko Purwanto, M.P (UPNVY)
20. Dr. Puji Lestari (UPNVY)
21. Dr. Machya Astuti Dewi (UPNVY)
22. Dr. Meilan Sugianto (UPNVY)

## **PRAKATA REKTOR**

## **PRAKARTA KETUA LPPM**

## DAFTAR ISI

DAFTAR REVIEWR	iii
PRAKATA REKTOR	iv
PRAKATA KETUA LPPM	v
DAFTAR ISI	vi
EKONOMIC & SOCIAL	ix
The Participation Of Cooperative Members For Welfare And Poverty Alleviation <b>Sri Suryaningsum, Mohammad Irhas Effendi, And Raden Hendri Gusaptono</b>	1
Effects Of Destination Image On The Behavioral Intention In Tourism Village <b>Eny Endah Pujiastuti, S.Sos,Msi</b>	8
Pengaruh Variabel-Variabel Ekonomi Domestik Terhadap Pertumbuhan Cadangan Devisa Indonesia <b>Purwiyanta dan Rini Dwi Astuti</b>	15
Literasi Media Berbasis Smartphone Di Lingkungan Ibu-Ibu Rumah Tangga Di Yogyakarta <b>Dewi Novianti dan Siti Fatonah</b>	27
Determinan Investasi Asing Langsung (Pma) Di Indonesia : Studi Komparasi Pra Dan Pasca Otonomi Luas Tahun 1990-2014 <b>Jamzani Sodik</b>	34
Pemoderasian Struktur Kepemilikan Institusional Pendekatan <i>Agency Theory</i> <b>Khoirul Hikmah, SE, M.Si,</b>	44
Konvergensi Pendapatan Di D.I. Yogyakarta <b>Didit Welly Udjianto dan Joko Susanto</b>	65
Pengaruh Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan Indonesia Terhadap Kepatuhan Perpajakan ( Studi Pada Wajib Pajak Umkm) <b>Dian Indri Purnamasari dan Ratna Hindria DPS</b>	71
The Moderation Effect Of Formal Mechanism In The Relationship Between Potential Absorptive Capacity And Realized Absorptive Capacity <b>Ninik Probosari dan Yuni Siswanti</b>	77
Komunikasi Visual Kreatif Berbasis It Bagi Siswa Berkebutuhan Khusus Di Slb Dharma Bhakti Piyungan, Yogyakarta	85

**Sigit Tripambudi, MSi, Dr. Awang Hendrianto Pratomo, S.T, M.T, Yenni Sri Utami, S.IP, M.Si, dan Oliver Samuel Simanjuntak, S.Kom., M.Eng**

Ministry Of Traditional Oil Wonocolo Village: Potentials, Problems And Handling	91
<b>Anis Siti Hartati dan Marita</b>	
Analisis Kinerja Pemerintah Desa Berdasarkan Komitmen Organisasi, Budaya Organisasi Dan Religiusitas	97
<b>Dwi Sudaryati, Sucahyo Heriningsih dan Ruserlistyani</b>	
Model Penataan Lingkungan Dan Manajemen Bencana Melalui <i>Transfer Knowledge</i> Gerakan Muda	104
<b>Purbudi Wahyuni Ayu Narwastu Ciptahening, dan Istiana Rahatmawati</b>	
The Effect Of Apbdesa Planning, Fulfillment Of Basic Needs, And Institutional Development Of Rural Area (Study On Wonocolo Village Bojonegoro Regency)	111
<b>Lita Yulita Fitriyani, SE, M.Si, Ak.CA dan Marita, SE, M.Si, Ak.CA</b>	
Peningkatan Daya Saing Ukm Batik Melalui Penerapan Sak Etap Dan Pemasaran Berbasis E-Commerce	116
<b>Arum Ardianingsih dan Amalia Ilmiani</b>	
Developing Regional Potentials With Community Empowerment (Case On: Margomulyo District, East Java)	123
<b>Sri Kussujaniyatun dan Teguh Kismantoroadji</b>	
Efektifitas Pelatihan Dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Usaha Kecil (Studi Pada Pengusaha Kecil Di Bantul Yogyakarta)	129
<b>Suratna</b>	
<i>Intention To Quit</i> , Penyebab Dan Solusinya	140
<b>Hastho Joko Nur Utomo dan Sadeli</b>	
Relasi Agensi Dan Struktur Kuasa Jaman Penjajaan Belanda Dan Jepang	150
<b>Susilastuti</b>	
Model Pendidikan Berbasis Kearifan Lokal Dalam Upaya Preventif Konflik Di Yogyakarta	158
<b>Asep Saepudin, SIP.,M.Si</b>	
Profil Pasar Wisatawan Nusantara Kabupaten Gunungkidul Berdasarkan Atribut Atribut Wisata	167
<b>Sigit Haryono dan Lukmono Hadi</b>	
Pengembangan Model Pemberdayaan Masyarakat Miskin Dengan Menggunakan Metode Participatory Rural Appraisal Berbasis Komunitas Pada Kelompok Warga Miskin Di Desa Srimulyo Piyungan Bantul Yogyakarta	174
<b>Surpiko Hapsoro Darpito, Yuni Siswanti, dan Ahmad Muhsin</b>	

Peningkatan Daya Saing UKM Melalui Perancangan Model Pengambilan Keputusan Multi Kriteria Dalam Perencanaan Produksi Menggunakan Metode <i>Game Theoretic Technique</i> (Studi Kasus di UKM Bakpia 808 Minomartani) <b>Puryani, Sutrisno, dan Gunawan Madyono Putro</b>	182
Analisis Peningkatan Ekonomi Perajin Akar Kayu Jati Kecamatan Margomulyo, Bojonegoro, Jawa Timur <b>Teguh Kismantoroadji dan Sri Kussujanijyatun</b>	192
Pengembangan Model Strategi <i>City Branding</i> Pada Kota Kreatif Di Indonesia Guna Mendorong Pembangunan Ekonomi Daerah (Studi Pada Kota Bandung Sebagai Model Kota Kreatif Indonesia) <b>Prayudi, Ninik Probosari dan Kartika Ayu Ardhanariswari</b> Gender Role Of Women Politicians <b>Muhammad Edy Susilo, Nurul Latifatun Nisa</b>	198
Model Dan Pola Computer Mediated Communication Pengguna Remaja Instagram Dan Pembentukan Budaya Visual <b>Rudi Wibowo dan Edwi Arief Sosiawan</b>	209
Pengaruh Kualitas Penyuluhan Dan Pemahaman Pajak Terhadap Respon Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Kecil Dan Menengah Di Diy <b>Hiras Pasaribu, Asep Saefudin dan Alp. Yuwidiantoro</b>	221
Model Komunikasi Tripartit dalam pembentukan karakter Anak (Studi Kasus pada KB dan TK Amal Insani) <b>Ida Wiendijarti, Reny Triwardani, Christina Rochayanti</b>	232
Study Eksploratory Pemasaran Pariwisata Di Daerah Istimewa Yogyakarta <b>Dyah Sugandini</b>	240
Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Kawasan Pariwisata Perbatasan Di Kabupaten Merauke <b>Machya Astuti Dewi dan Meilan Sugiarto</b>	249
Model Manajemen Komunikasi Bencana Berbasis Komunitas Melalui Rencana Kontijensi Erupsi Gunung Sinabung <b>Puji Lestari, Eko Teguh Paripurno, Arif Rianto Budi Nugroho, Sari Bahagiarti, Awang Hendrianto Pratomo</b>	257
Pengaruh Teman, Peran Komunikasi Keluarga Dan Media Masa Pada Keputusan Menggunakan Narkoba <b>Danang, Lestanta, Arief</b>	265



# **ECONOMIC & SOCIAL**

## **The Participation of Cooperative Members for Welfare and Poverty Alleviation Sri Suryaningsum<sup>1</sup>, Mohammad Irhas Effendi<sup>2</sup>, and Raden Hendri Gusaptono<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Accounting Department, Economic and Business Faculty, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta, DIY, Indonesia.

<sup>2</sup>Management Department, Economic and Business Faculty, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta, DIY, Indonesia.

Jl. SWK (104) Lingkar Utara, Condongcatur, Yogyakarta, DIY. 55283 Telp. +62 274 486733

<sup>1</sup>No. Hp. 085729671807 Email: [srisuryaningsum@upnyk.ac.id](mailto:srisuryaningsum@upnyk.ac.id)

**Abstract:** The aim of this research is measuring and analyzing the level of cooperative members participation to improve the welfare and poverty alleviation of members. This research is a study case of Wanita Amor Cooperative in Kulon Progo. This research was conducted during eight months, within January until August 2017. This research uses observation method and interview with resource persons which are also cooperative members. The result of this interviews is the cooperative has a problem that they lack of human resources for managing the cooperative. Management and members of the Wanita Amor Cooperative are old and many of them already passed away. The lack of participation from cooperative members causing cooperative dissolved. Because of this problem, cooperative could not being the backbone of society economy, and makes the lower welfare for the cooperative members and also increasing poverty in Kulon Progo.

**Keywords:** cooperative members participation, welfare, poverty alleviation

### **A. Introduction**

This research is important to analyze the role of member participation to improve the welfare. The subject of this research is Wanita Amor Cooperative. The members participation on this cooperative has decreased. This research is important to answer the question of why there has a decreased participation of Wanita Amor Cooperative members and what will be happen and affects the Wanita Amor Cooperation. According to Suryaningsum (2016) there are many small cooperatives and SMEs of Kulon Progo which requires a strengthening of institutions, empowerment and accompaniment.

Cooperative is a socio-economic institutions which has a principle of member welfare. The activities of cooperative for carrying the principle out and its roles should be based on the participation and needs of members. The role of cooperatives to develop the economy is needed to improve the performance which has a beneficial aspect to cooperatives members and society. The principle of cooperative carry its activities out which based on togetherness and kinship from the identity of cooperative.

The cooperative roles are expected to improve prosperity and poverty alleviation through cooperative programs. Society could lean funds from the cooperative, so it can be used for business activities to increase member's income and decrease the poverty.

The cooperative roles effort to alleviate poverty is also not maximized. The government chose short-term programs like as direct-cash aid (BLT) which is not optimal yet. On the cooperative system due to the member's proprietary, there is profit sharing which known as the system of business results (SHU), from the SHU members get an advantage from members respectively service and makes benefit for cooperative members.

## **B. Theoretical Review**

According to Suryaningsum (2015), cooperatives are legal entities based on kinship whose members consist of individuals or legal entities with the aim to welfare its members. In general, cooperatives are jointly controlled by their members, where each member has the same voting rights in every elected cooperative decision. This is according to Rusyana et al (2016), the cooperative is a legal entity with kinship fundamental which members consist of individual or legal entity with noble aim solely for the welfare of its members. Cooperative has been widely known in the world, especially Indonesia as a democratic country. Cooperative is a company form that prioritizes democratic system. Cooperatives are basically a company established jointly without coercion to improve the member welfare. Cooperatives have an important role in improving Indonesian society economy. With increasingly fierce competition, the cooperative economy must have strong competitiveness in both domestic and international markets. One of the principle of the cooperative is to provide the welfare of its members and meet the needs of its members. Therefore, cooperatives require the members participation in every activity for daily needs.

### **Members Parrticipation**

Participation is taking part of a person both mentally and emotionally to contribute the decision-making process, especially on issues in which the personal involvement concerned carries out members' responsibility. Participation of cooperative members make a decisive role in the development of cooperatives. Members participation can lead to a series of activities related to their rights and obligations as members and owners of cooperatives. According to Dartiana (2005), the lack of members participation will make a lack of ideas from members that will ultimately inhibit the development of cooperatives. Cooperative members participation required various steps that can attract members to contribute such as improving cooperative services in the presence of increased economic benefits for members. In addition, efforts for improving services to members is an effort to achieve the goals of society economic organizations to be able to compete in the market with good cooperative management.

### **The Correlation between Members Participation and Members Welfare**

The main task of cooperative enterprises is to support the members business activities in order to increase the members economic interests through the procurement of goods and services it needs, which is not available in the market at all, or offered at a favorable price, quality, or condition than offered for members in the market or by official bodies. In order for cooperative could provide goods and services, its need members participation efficiently that comes from mandatory savings and principal savings in order to develop the ambience of cooperative business. Cooperative shall

implement the functions that has result on increased potential of useful services for their members.

1. Build and develop the potential and economic capacity of cooperative members and society in general to improve their economic and social welfare
2. Actively participate to increase the quality of life
3. Strengthen the society economy for fundamental strenght and resilience nation's economy with cooperative for the pillar.
4. Actively participate to increase the quality of teacher's life

It means that the dependency of the cooperative on the members participation is very high, because as the owner, the member must support the availability of facilities (material and nonmaterial) for organization and cooperative business, while as the customer, the member must utilize the potential and cooperative business services (Krisna Sari, 2016).

### **The Relationship of Participation with Poverty Alleviation**

Inadequate participation from cooperative members or cooperative management may result a poor cooperative management and bankruptcy, resulting in members will lose their jobs and getting on the poverty in society. The Indonesian population has a high level of poverty, due to the lack of intelligence in managing the organization and that will force them to lay their jobs off.

According to Sri Suryaningsum (2015), the government needs to make poverty reduction program to be more effective. The government needs to have a development system skills from an early age. So that Kulon Progo community can survive in case of economic shock or failure.

The cooperatives empowerment is very relevant for poverty alleviation because all activities on the cooperative are based on kinship. The implication, cooperation among members must be one of the cooperatives principles. Cooperation is not only based on understanding, cooperative owner and customer, but also to provide services to members as effectively as possible. Cooperation should be empowered. Empowerment should begin by improving the quality of human resources in order to intensify self-reliance and independence among cooperative members.

## **C. Research Methods**

### **Observation**

This research conducted in Wanita Amor Cooperative, Kulon Progo. This cooperative was selected due to the phenomenon of cooperative decreasing members. The research was conducted during eight months, within January until August 2017. The research uses observation method. The observation method is the most appropriate method for observing directly and deeply the social phenomena changes.

### **Data and Analysis**

Data search collects is used by interview technique. Interview technique is a data collection technique through face-to-face and debriefing directly between data collector or researcher with the resource person.

The analysis is developed by examining all collected data during this research. The examining is conducted deeply from the condition of Wanita Amor Cooperative, Kulon Progo.

#### **D. Result and Discussion**

The result of this research is Wanita Amor Cooperative hold the last Annual Members Meeting in 2004, this is not in accordance with the requirement that Annual Members Meeting of cooperatives shall be conducted at least once a year, specifically to request information and accountability of the board and supervisor in performing their responsibilities. In a primary meeting of cooperative members should be attended by registered members which presented on the members list and each member has one vote and their presence shall not be represented. In a secondary members meeting, the voting rights are proportionally to the number of primary cooperative members and who are registered on the members list and also arranged in the articles of association.

From the interview result, the cooperative members has been inactive for 12 years because of the management and members are elderly. Wanita Amor Cooperative is experiencing bankruptcy, the installment of interest that should be paid suffered congestion and the cooperative went bankrupt. From the human resources is weak, and the lack of members and management regeneration makes their participation on the cooperative is very low. With the result of that, the welfare of cooperative members is poor and the role of cooperatives as poverty alleviation has not optimal yet.

The members participation has affected their welfare. Wanita Amor Cooperative in Kulon Progo has been dissolved due to the inactive management and members because the management and members are already elderly and there is no big effort to find the potential human resource. Many of the cooperative members are already elderly and some of them has passed away. The members welfare of the Wanita Amor Cooperative is low. The cooperative seems not interesting anyway because the cooperative could not increase the members' welfare.

The cooperative dissolution has a reason that Wanita Amor Cooperative is not in accordance with the Regulation of the Ministry, Act no. 10 year 2015 about The Institutional Cooperative article 3, paragraph 2 letter a, which explains that the cooperative formation must have the minimum requirement of 20 (twenty) persons which have the same economic activities and interests.

On this point, the role of government for improving the cooperative is very important, the government is expected to increase the number of qualified cooperatives which is marked by the number of cooperative members. The growth of a cooperative depends on the quality and participation of cooperative members. The members participation is very influential and decisive for making a cooperative successful, because the members participation is the main and most important element in achieving the success of a cooperative

#### **E. Conclusion and Suggestion**

Wanita Amor Cooperative has been dissolved due to the absence of member participation. The inactive cooperative activities caused by the participation of management and members decreased and stopped. The decreasing of the participation should be anticipated with innovation and creativity activities from the cooperative. Continuous innovation and creativity will make the cooperative survive, including on this case which is influencing people to join the Wanita Amor Cooperative.

The government is expected to present a socialization and training or education againsts growth and development of cooperatives which will make qualified cooperatives that marked by the number of active members participation, as well as the existence of reliable human resources. The active members participation will determine their welfare and eventually strengthen the nation's economy.

### Bibliography

- Apri Yuliana, Rena, Susilawati, R. Anastasi., Purwonto, Nanang, 2016. "Analisis Metode Dana Cadangan terhadap Piutang Tak Tertagih Sesuai SAK-ETAP (Studi Kasus pada Koperasi Pegawai Republik Indonesia KPRI 'SEHAT'". in *Jurnal Riset Mahasiswa xxxx* (JRMX). ISSN: 2337-56xx. Volume:xx, Number xx
- Atmasari, Nina, 2012. *Sejuk dan Tenang di Kebun Teh Monoreh*. <http://www.solopos.com/2012/12/22/sejuk-dan-tenang-di-kebun-teh-menoreh-360898>
- C. Farrell, Thomas S., M. Jacobs, George, 2016. "Practicing What We Preach: Teacher Reflection Groups on Cooperative Learning." in: *The Electronic Journal for English as a Second Language*. February 2016 – Volume 19, Number 4
- Chamidah, Nur, Magdalena M. Maria, Gagah, Edward, 2016. "Factors Affecting The Performance Of Employees Kodim 0714 Salatiga." in: *Journal Of Manajement*. Volume 2 No.2, March 2016.
- Dewi Masyitoh, Novita, 2016. "Analisis Normatif Undang-Undang No. 1 Tahun 2013 Tentang Lembaga Keuangan Mikro (LKM) Atas Status Badan Hukum Dan Pengawasan Baitil Maal Wat Tamwil (MBT)." in: *Jurnal Economica*. Volume V/ 2 Edition/ October, 2016.
- Dwi karinda, Novia, 2016. *Makalah Koperasi*. <<http://hellovianovia.blogspot.com/2016/01/makalah-koperasi.html>> (accessed on September, 8 2016)
- Hidayat, H Akik and Koswara, Dede, 2017. "Monitoring Analisis Rasio keuangan Koperasi Simpan Pinjam Jaya Santosa dengan Alur Kerja Cash Flow." in: *Jurnal Manajemen STMIK*.  
<http://www.budparpora.kulonprogokab.go.id> (Accessed on October, 8 2014)  
<http://www.suaramerdeka.com> (Accessed on October, 1 2014)  
<http://www.harianjogja.com> (Accessed on October, 1 2014)  
<http://www.jogjainvest.jogjaprov.go.id> (Accessed on October, 2 2014)  
<http://www.dephut.go.id> (Accessed on October, 2 2014)

<http://sarbiawandoko.blogspot.com> (Accessed on October, 3 2014)

- Kadarso, 2012. *Pengembangan komoditas pertanian Kec. Galur, Lendah, Kec. Samigaluh, Kabupaten Kulonprogo.*
- Kurnia Hati, Resyta, 2016. "Penerapan pada Koperasi Simpan Pinjam Nasir Cabang Manado Application Of Tax Rate On Deposits Savings And Login." in: *Jurnal EMBA* 67. Vol. 4 No.1 March 2016.
- M. Misdar, 2017. " Revitalisasi Sertifikasi Guru: Sebuah Upaya Pencapaian Kualitas Pendidikan." Dalam: *SEMINAR NASIONAL Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial Membentuk Karakter Bangsa Dalam Rangka Daya Saing Global.* Contribution between Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar and Himpunan Sarjana Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial Indonesia.
- Ode Ifrisala, La., Kartodihardjo, Hariadi, and Nugroho, Bramasto, 2016. "Implementasi Kebijakan Hutan Tanaman Rakyat di Kabupaten Muna Sulawesi Tenggara (Implementation of Hutan Tanaman Rakyat Policy in Muna District Southeast Sulawesi Province)" in: *Jurnal Silvikultur Tropika* Vol. 07 No. 3, December 2016, pages 159-164.
- Prasetyo, Ellita, 2016. *Koperasi di Indonesia dan Contoh Koperasi Sukses.* <http://ellita20.blogspot.co.id/2016/01/koperasi-di-indonesia-dan-contoh.html> (Accessed on September, 8 2016).
- Ratnawati, Susi, 2011. "Model Pemberdayaan Perempuan Miskin Perdesaan Melalui Pengembangan Kewirausahaan." in: *Jurnal Kewirausahaan* Volume 5 Nomor 2, December 2011. ISSN. 1978-4724. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, Universitas Widya Kartika Surabaya.
- Rusyana, Fathoni, Aziz, Warso, M. Mukeri, 2016. "Pengaruh Partisipasi (Studi Empiris pada Koperasi Primer S-22 Kodam IV Diponegoro Kota Semarang)." in *Jurnal of Management* Vol.2 No. 2, March 2016.
- Soedjono, Ibnu. 2001. *Jati Diri Koperasi. ICA Co-operative Statement. Prinsip-Prinsip Koperasi untuk Abad-21.* Jakarta: LSP21.
- Suryaningsum, Sri. Dwi Ratminah, Wawong, satria Negara , Hari Kusuma, 2015. *Manajemen Strategi Keuangan PTN.* LPPM UPNVYK Press.
- Suryaningsum, Sri, Irhas effendy, Moch. Gusaptono, Raden Hendry, 2014. *Pengembangan Strategi Pemerintah Daerah Kulonprogo Untuk Penanggulangan Kemiskinan.* LPPM UPNVYK Press.
- Suryaningsum, Sri, Irhas Effendy, Moch. Gusaptono, Raden Hendry, Sultan, 2014a. "Penguatan Ekonomi Kebudayaan DIY Berbasis Anggaran Keuangan Danais." in: *Prosiding Semnas FE UPNVYK.*
- Suryaningsum, Sri, Irhas Effendy, Moch. Gusaptono, Raden Hendry, 2014b. *Tata Kelola Pengentasan Kemiskinan.* Gosyen Publising.
- Suryaningsum, Sri, Irhas Effendy, Moch. Gusaptono, Raden Hendry, 2015. " Aksepsibilitas Bank Bagi Kelompok Wanita Miskin." in: *Prosiding 1st 2015 URECOL.*
- Suryaningsum, Sri, Moch. Gusaptono, Raden Hendry, 2015. *Pengembangan Strategi Pemerintah Daerah Kulon Progo untuk Penanggulanagn Kemiskinan.* LPPM UPNVYK Press

- Suryaningsum, Sri, Irhas Effendy, Moch. Gusaptono, Raden Hendry, 2015. *Pengutan kelembagaan, Pemberdayaan, dan Pendamping untuk Koperasi Kecil & UMKM di Kulon Progo*. Laporan Akhir Pengabdian bagi Masyarakat Internal (PbM).
- Suryaningsum, Sri, Irhas Effendy, Moch. Gusaptono, Raden Hendry, 2015. Strategi Pengembangan UMKM di Yogyakarta untuk Penanggulangan Kemiskinan. LPPM UPNYK Press.
- Suryaningsum, Sri, Sugiarti, Wiwik Dewi, 2014a. “Manajemen Lingkungan Sehat dan Bersih Serta Bernilai Ekonomi.” in; *Prosiding Semnas UPNVYK*
- Suryaningsum, Sri, Sugiarti, Wiwik Dewi, 2014b. “Manajemen Lingkungan Sehat dan Bersih Serta Bernilai ekonomi.” in: *Laporan Pengabdian IBM*. DIKTI RI.
- Suryaningsum, Sri, and Sujatmika, 2014. *Tata Kelola Struktur Kepemilikan Perusahaan*. Gosyen Publising.
- Suryaningsum, Sri, Gusaptono, Raden Hendry, and Widayati Rahayu, Adila, 2016. “ Analisis Pembubaran Koperasi “PEJABAT” Wates di Kulon Progo.” in: *Jurnal litbang DIY*.
- Suryaningsum, Sri, Irhas Effendy, Mohammad and Hendry Gusaptono, Raden, 2017. “Revitalisasi Koperasi Simpan Pinjam Rukun Makmur di Kulon Progo.” in: *Jurnal Litbang DIY*
- Susanto, Joko, 2015. *Penentuan Tingkat Upah di Saat Krisis Ekonomi*. LPPM UPNVYK Press
- Wartono, Danu, 2016. *Koperasi Di Indonesia dan Contoh Koperasi Sukses*. <<http://dannuleb27.blogspot.co.id/2016/koperasi-di-indonesia-dan-contoh.html>> (Accessed on September, 9 2016)
- Yao Huang, Mei, Yu Tub, Hsin, Yi Wangc, Wen, Fu Chend, Jui, Ting Yua, Ya, and Chih Chour, Chien, 2017. *Think Skill and Creativity*. ELSEVIER 23 (2017)207-216.
- Yasin, Mukhamad, Tri Haryono, Andi, Dhiana Paramitha, Patricia, 2016. “The Influence of Intrinsic Motivation and Entrinsic Motivation, Against The Employee Performance, with Satisfaction to Labor As Variable Intervening.” in: *Journal Of Management*, Volume 2 No.2 March 2016.
- Yunus, Lukman, Iswandi, R. Marsuki, and Hazan, Ibtizam, 2016. “Optimalisasi Kebutuhan Traktor untuk Pengelolaan Tanah Sawah di Kecamatan Wundulako Kabupaten Kolaka (Optimizing The Need for traktor to Cultivate Farm Lands in Sub District of Wundulako in Kolaka Regency). in: *Jurnal Sosio Agribisnis*.
- Zulfa Aprilia, Tesya, 2016. *Makalah Tentang Koperasi*. <http://tesyazulfaaprilia.blogspot.co.id/2016/01/v-behaviorurldefaultvml.html> (Accessed on September, 8 2016)



# EFFECTS OF DESTINATION IMAGE ON THE BEHAVIORAL INTENTION IN TOURISM VILLAGE

Eny Endah Pujiastuti, S.Sos, Msi

Department of Business Administration Science  
University of National Development “*Veteran*” Yogyakarta

## Abstract

The perception of tourists about destination image, and behavioral intentions is highly essential for successful marketing goals. The literature on tourism suggests many types of research on destination images and behavioral intentions that have not been thoroughly investigated in rural destinations. This research was aimed to find out the effects of destination image on behavioral intention. A conceptual model was developed based on theoretical and empirical research in the tourism sector. Empirical data were collected in the tourism village. The sample used was 155 respondents and the data were analyzed using Generalized Structured Component Analysis (GSCA). The research findings showed that the destination image had no significant and positive effects on behavioral intention.

Keywords: destination image, behavior intention, destination branding, tourism village

## 1. Introduction

Tourism is a strong growth catalyst that can result in a higher multiplier effect. Tourism plays a very important role in the economy and stimulates other economic growth (Srivastava, 2013). This makes tourism a driving force for regional development (Chen and Tsai, 2007) and plays role in economic development (Hanif *et al.*, 2013). The development of tourism industry provides employment and investment opportunities for local communities and improves the local economy (Nunkoo and Smith, 2013).

One of the types of tourism that are potential to be developed is rural tourism (tourism village) because the world of tourism is currently moving towards experiential tourism. Village tourism is defined as “a tourism happening in a village or called as *rural tourism*” (Organization for Economic Cooperation and Development [OECD], 1994). Rurality is a central-unique selling point in rural tour packages [OECD, 1994]. Nowadays, tourists or travelers seek a fascinating, unique and memorable experience that is shaped by their motivations, their previous tour experience, individual perceptions, their behaviors and ways of overcoming certain tour environments and contexts, as well as situational occurrences (Stamboulis and Skayannis, 2003). Therefore, nowadays, tourism is all about the experience that people no longer just want to go to enjoy the site, see the monument and then go back home.

The main objective of rural tourism development is to ensure that tourism benefits every layer of communities, particularly the people living in rural areas. Furthermore, tourism has the capacity to revitalize the culture and heritage of rural communities and to represent local communities and their lifestyles (Garrod *et al.*, 2006). A tourism village, as an important form of rural space consumption, allows us to explore the beautiful rural concept in the tourism representation context of rurality (Zhou, 2014). The activities of tourism build the interaction between tourists and host communities or citizens based on the experience that tourism provides and promotes the

exchange of knowledge between them (Mohammad, 2014). Based on the explanation above, it can be said that the development of tourism village is so important that needs for further research on behavioral intention and its antecedents.

## **2. Literature Review**

### **2.1. Destination Image**

A study of brand image, brand personality, brand relationship and brand loyalty can be found in the literature of general marketing that focuses on the consumer products (Garbarino and Johnson, 1999). However, the theory application of branding and relationship with places, especially tourist destinations, is still relatively new. The branding of destination is a powerful marketing tool that can build a positive image and emotional relationship with visitors. The foundation or base of the destination branding is the experience felt by the visitors that they will have a destination (Morgan *et al.*, 2004).

Brand image for studies or research in the field of tourism is often named destination image. The destination image is the main topic of the tourism industry for any destination. This can affect the process of making tourism decisions and selling tourism products and services (Jenkins, 1999). Destination branding is a powerful marketing tool that can build a positive image and emotional connection with visitors and the foundation of the destination branding is the experience that visitors will have a destination (Morgan *et al.*, 2014).

A destination image is defined as “expression of knowledge, impressions, prejudices, imaginations and emotional thoughts an individual has of a specific place” (Lawson and Baud Bovy, 1977). According to Assael (1982), destination image is a perception of destination established by processing information from various sources over time. The image refers to the impression of destinations by tourists, and the image is overall description existing in the minds of tourists and it becomes an important factor encouraging consumers to make decisions or cognitions (Dichter, 1985). Sanz de Tejada (1996) described the image as a set of records related spontaneously to a given stimulus that previously has triggered a series of associations making up consumer knowledge. Tourism destination image is defined as a person’s beliefs, ideas or impressions about a destination (Choi, Chan, and Wu, 1999). A destination image is an interactive system of thoughts, opinions, feelings, visualizations, and intentions toward a destination” (Tasci, Gartner, and Cavusgil, 2007). A destination image is the number of beliefs, attitudes, and impressions in which individuals or groups continue to go toward a tourist destination or *destination aspect* (Weaver and Lawton, 2010). Thus, destination image can be interpreted as a perception of a destination in the minds of consumers or visitors as a driving factor in decision-making.

### **2.2. Behavioral Intention**

Blackwell *et al.* (2001) explained behavioral intention as a subjective evaluation on behaving in the future. Moreover, Oliver (1999) described that behavioral intention is an attitude toward purchasing products based on previous experience, and this attitude is much related to consumer’s intention to repurchase or to recommend services or products to others. The behavioral intention has been a strategic underlying metric for

evaluating the success of tourist destinations (Yoon and Uysal, 2005). Thus, it can be understood that in addition to being conducted in the future, behavioral intention can also be affected by the experience at the time of consuming.

According to Zeithaml *et al.* (1996), behavioral intention is the willingness to recommend services to others and repurchase. In another side, Kuenzel and Katsaris (2009) stated that post-visit behavior is the intention to repurchase (purchase intention/loyalty) and recommend through word-of-mouth (WOM). Post-purchase behavioral intentions can be defined as future behavioral commitments to buy products or services, or links with providers on other occasions (Chen and Chen, 2010). Future behavioral intentions are described as conative loyalty (Oliver, 1999). Conative loyalty is described as customer loyalty accompanied by a desire to intend actions (Blut, Evanschitzky, Vogel, and Ahlert, 2007). It means that behavioral intention is a post-purchase behavior in the form of a commitment to buy services on another occasion.

### **2.3. Hypothesis**

The hypotheses of this research are :

$H_1 = \textit{Destination Image}$  has an effect on  $\textit{Behavioral Intention}$

## **3. Research Method**

### **3.1. Survey Instrument**

The scaling applied in this research was a 5-point Likert Scale, including point 1 for 'strongly agree', point 2 for 'agree', point 3 for 'neutral', point 4 for 'disagree', and point 5 for 'strongly disagree'. The demographic variables questioned were gender, age, status, and educational background of the respondents.

### **3.2. Sample**

The sample used in this research were tourists who were visiting the tourism village of *Pentingsari* and *Pulesari*, Sleman, Yogyakarta. The sample used in this research were 155 tourists.

### **C. Data Analysis**

In this research, an inferential statistics will be used to test the effects of destination image on behavioral intention. The GSCA (Generalized Structured Component Analysis) was used for the inferential statistics.

## **4. Results and Discussion**

The recapitulation of the hypothesis test results of this research can be seen in Table 5.7 below.

Table 5.7. Results of Research Hypothesis Test

Hypothesis	Path	Path Coefficients			Decision	
		Estimate	SE	CR	Accepted	Rejected
H <sub>1</sub>	X <sub>1</sub> → Y <sub>1</sub>	0.031	0.069	0.45		Rejected
CR* = significant at .05 level						

Source: The processed primary data (2017)

From the results of GSCA analysis, it was obtained an estimated value of 0.031 and CR value of 0.45, indicating that the value of CR < t-table (t = 2.00, alpha = 5%). The decision was that the proposed H<sub>1</sub> was not empirically proved so that the hypothesis made could not be accepted in this research. This indicated that destination image did not significantly influence behavioral intention. The estimated-destination image value towards behavioral intention of 0.031 suggested that destination image had a positive but not significant effect on behavioral intention. This indicated that the better destination image could increase the behavioral intention although the increase was not significant.

The results of this research support the results of the researches conducted by Banki *et al.* (2014) and Jin *et al.* (2013). The results of the research of Banki *et al.* (2001) suggested that the image of cognitive destinations does not affect behavioral intentions. In linear, the results of the research conducted by Jin *et al.* (2013) also showed that the destination image has no effect on behavioral intentions. In another side, the results of this research differ from the results of the researches done by Susyarini *et al.* (2014) and Moon *et al.* (2013). According to Moon *et al.* (2013), the image of destination is positively related to behavioral intention. Similarly, Susyarini *et al.* (2014) stated that destination image has an effect on behavioral intentions. The differences in the results of this research are also found in the research conducted by Gallarza and Saura (2006), stating that the main driving factors of post-purchase behavioral intentions include travel satisfaction, travel expectation, quality perception and destination image. Destination image and travel satisfaction are the two important variables that influence visitor's behavioral intentions (Chen and Tsai, 2007).

## 5. Conclusion and Suggestion

### 5.1. Conclusion

The conclusions of this research are as follows:

The image of destination has no significant effect on behavioral intentions, indicating that the level of destination image does not have a significant impact on behavioral intentions in the future.

### 5.2. Suggestion

Nowadays, tourism village management should consider destination image as one of the leading strategies that can be differentiated from competitors. Tourist destinations should map out more efficient and effective marketing strategies.

## Acknowledgement

The researchers gratefully acknowledge the funding assistance provided by the Ministry of Research, Technology and Higher Education (*Kemenristek Dikti*) in 2017.

## References

- Aho SK. 2001. Towards a general theory of touristic experiences: modelling experience process in tourism. *Tourism Review* ;56(3):33–7
- Assael, H., 1992, *Consumer Behavior dan Marketing Action*, Fourth Edition New York: Kent Publishing Company
- Banki, M.B; Hairul Nizam Ismail; Musa Dalil and Aliyu Kawu. 2014. Moderating Role of Affective Destination Image on the Relationship between Tourists Satisfaction and Behavioural Intention : Evidence from Obudu Mountain Resort. *Journal of Environment and Earth Science*, 4(4), pp.47–60.
- Bigné, J. E., Andreu, L., and Gnoth, J. 2005. The theme park experience: An analysis of pleasure, arousal and satisfaction. *Tourism Management*, 26(6), 833–844.
- Blackwell, R. D.; Miniard, P. W., and Engel, J. F. 2001. *Consumer behavior* (9th ed.). Orlando, FL: Harcourt
- Chen, C.-F., and Chen, F.-S. 2010. Experience quality, perceived value, satisfaction, and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism Management*, 31,29—35.
- Chen, C.-F. and Tsai, D., 2007. How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions? *Tourism Management*, 28(4), pp.1115–1122.
- Choi, W. M., Chan, A. and Wu, J. 1999. A qualitative and quantitative assessment of Hong Kong's image as a tourist destination, *Journal of Tourism Management*, Vol. 20, pp. 361-365.
- Dichter, E. 1985 What's in an Image. *Journal of Consumer Marketing*, 2, 75-81.
- Gallarza, M.G, and Saura I.G, 2006, Value dimensions, perceived value, satisfaction and loyalty: an investigation of university student's travel behavior, *Tourism Management*, 27 (3), 437-452
- Garbarino, E. and Johnson, M.S. 1999. The Different roles of satisfaction, trust and customer in customer relationship, *Journal Marketing*, 63 (April), 70-87
- Garrod, B., Wornell, R. dan Youell, R., 2006. Re-conceptualising rural resources as countryside capital: The case of rural tourism. *Journal of Rural Studies*, 22(1), pp.117–128.
- Grappi, S., and Montanari, F. 2011. The role of social identification and hedonism in affecting tourist re-patronizing behaviors: The case of an Italian festival. *Tourism Management*, 32(5), 1128–1140
- Gunn, C. 1988. *Vacationscape: Designing Tourist Regions*, 2nd ed., Van Nostrand, New York, NY.
- Hanif, M.I. et al., 2013. The Efficiency of Innovative Marketing Information System: An Empirical Study of Tourism Industry of Pakistan. *International Review of Management and Business Research*, 2(4), pp.1042–1056.
- Hosany, S. and Witham, M. 2010. Dimensions of Cruisers' Experiences, Satisfaction and Intention to Recommend, *Journal of Travel Research*. 49(3), 351-364
- Jang, S. and Feng, R. 2007. Temporal destination revisit intention: the effects of novelty seeking and satisfaction, *Tourism Management*, Vol. 28, pp. 580-90.
- Jenkins, O.H. 1999. Understanding and measuring tourist destination images. *International Journal of Tourism Research*, 1(1), pp.1–15.

- Jin, Naehyun, Sangmook Lee and Hyuckgi Lee. 2013 : The Effect of Experience Quality on Perceived Value, Satisfaction, Image and Behavioral Intention of Water Park Patrons: New versus Repeat Visitors, *International Journal of Tourism Research*, 17:82–95 (2015)
- Kang, M., and Gretzel, U. 2012. Effects of podcast tours on tourist experiences in a national park. *Tourism Management*, 33(2), 440–455.
- Kuenzel, S. and N. Katsaris. 2009. A Critical Analysis of Service Recovery processes in the Hotel Industry. *TMC Academic Journal*, 4(1): 14-24
- Lawson, F. and Baud-Bovy, M. 1977. *Tourism and recreational development*. London: Architectural Press.
- Manhas, P.S. and Ramjit. 2013. Customer Experience and Its Relative Influence on Satisfaction and Behavioural Intention in Hospitality and Tourism Industry. *South Asian Journal of Tourism and Heritage*, 6(1), pp.53–68.
- Mohammad, B.A.A., 2014. Festival Tourism in Saudi Arabia : A Study of Image and Motivation of Participating in Janadriyah Festival. *American Journal of Tourism Management*, 3(2), pp.45–54.
- Moon, Kae-Sung; Yong Jae Ko; Daniel P. Connaughton and Jeoung-Hak Lee. 2013. A mediating role of destination image in the relationship between event quality, perceived value, and behavioral intention, *Journal of Sport & Tourism*, 18:1, 49-66,
- Morgan, Pritchard, dan Pride. 2004. *Destination Branding* (2<sup>nd</sup> ed). Burlington, MA: Elsevier Butterworth Heinemann
- Oh, H., Fiore, A.M., Jeoung, M., 2007. Measuring experience economy concepts: tourism applications. *Journal of Travel Research* 46 (2), 119–132.
- Oliver R.L. 1999. When consumer loyalty? *Journal of Marketing*, 63:33–44.
- Otto, J.E., and Ritchie, J.R.B. 1996. The service experience in tourism. *Tourism Management* 17 (3), 165–174.
- Pool, I. D. 1985. *Effects of cross-national contact on nation and international images*. In H. Kelman (Ed.), *International behaviour: A social-psychological analysis*. New York, NY: Holt, Reinhart and Winston.
- Sanz de la Tajada, L.A. 1996. *Auditoria de la imagen de empresa. Métodos y técnicas de estudio de la imagen*, Síntesis, Madrid.
- Srivastava, M., 2013. Investigating the Mediating Effect of Customer Satisfaction in the Service Quality - Customer Loyalty Relationship. *Journal of Customer Satisfaction*, 26(1), pp.25–37.
- Stamboulis, Y. And Skayannis, P., 2003. Innovation strategies and technology for experience-based tourism. *Tourism Management*, 24(1), pp.35–43
- Susyarini; Ni Putu Wiwiek Ary; Djumilah Hadiwidjojo; Wayan Gede Supartha, and Fatchur Rohman. 2014. Tourists Behavioral Intentions Antecedent Meeting Incentive Convention & Exhibiton (MICE) in Bali, *European Journal of Business and Management*, Vol.6, No.25.
- Tung, V.W. S., and Ritchie, J. R. B. 2011. Exploring the essence of memorable tourism experiences. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1367–1386
- Weaver, D. and L. Lawton. 2010. *Tourism Management* (4<sup>th</sup> ed.). Australia: J. Wiley.
- Westbrook, R. A., and Oliver, R. L. 1991. The dimensionality of consumption emotion patterns and consumer satisfaction. *Journal of Consumer Research*, 8(1), 84–91.

- Yuksel A and Yuksel, F, 2007, Shopping risk perceptions: effects on tourists emotions, satisfaction and expressed loyalty intentions, *Touristm Management*, 28(3), 703-713
- Zeithaml, V.a.; Berry, L.L. and Parasuraman, a. 1996. The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, 60(2), p.31.
- Zhou, L., 2014. Online rural destination images: Tourism and rurality. *Journal of Destination Marketing & Management*, pp.1-1

**PENGARUH VARIABEL-VARIABEL EKONOMI DOMESTIK TERHADAP  
PERTUMBUHAN CADANGAN DEvisa INDONESIA**

**Purwiyanta,  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”  
Yogyakarta**

**Email : [purwiyanta@gmail.com](mailto:purwiyanta@gmail.com)**

**Rini Dwi Astuti  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”  
Yogyakarta**

**Email : [rinidwiastuti@upnyk.ac.id](mailto:rinidwiastuti@upnyk.ac.id)**

**Abstact**

*Indonesia’s foreign exchange reserves are essential for the settlement of all foreign transactions as well as other foreign obligations. Therefore it is necessary to understand how the foreign exchange reserves are getting more and more. This paper discusses the influence of domestic economic variables on the growth of Indonesia's foreign exchange reserves. This paper describes the analysis influence of domestic economic variable to Indonesia’s foreign exchange reserves. The time series data based from 1995 until 2016 used in the error correction model-ECM to analyze the influence of domestic economic variable. It is found that only the stock price index - Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) that influences of Indonesia's foreign exchange reserves.*

**Keywords:** *foreign exchange reserves, error correction model-ECM, stock price index-(IHSG)*

## **1. PENDAHULUAN**

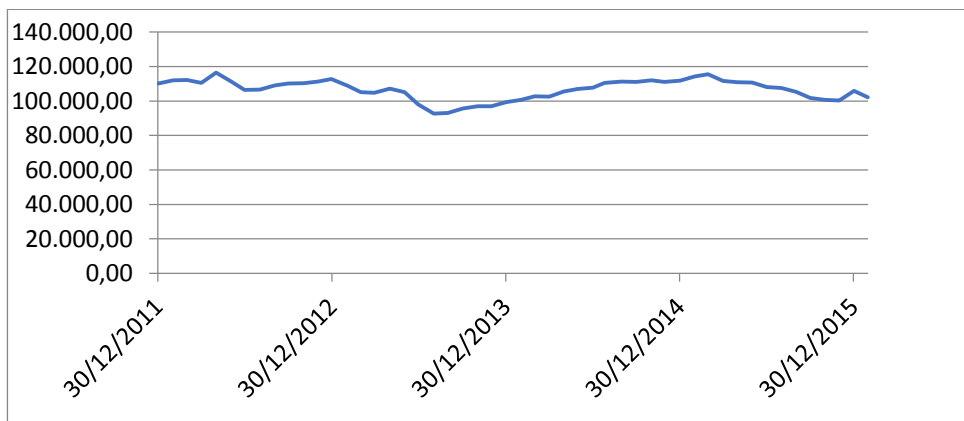
Cadangan devisa (*international reserves*) merupakan sejumlah dana valuta asing (aktiva luar negeri) yang dimiliki oleh Pemerintah dan bank-bank devisa yang dipergunakan untuk keperluan segala bentuk transaksi luar negeri maupun kewajiban luar negeri lainnya. Seluruh transaksi internasional membutuhkan dukungan keberadaan cadangan devisa. Oleh karenanya keberadaannya perlu dikelola agar mampu mendorong pertumbuhan perekonomian suatu negara pada percaturan global.

Rendahnya cadangan devisa suatu negara merupakan indikator lemahnya fundamental ekonomi suatu negara. Seperti terjadi pada krisis ekonomi tahun 1998 cadangan devisa Indonesia mengalami penurunan terus menerus hingga hanya mencapai berkisar 16,01 milyar dollar AS September 1999 (Tulus T.H. Tambunan, 2000:152-153). Selama lima tahun terakhir cadangan devisa Indonesia berfluktuasi berkisar antara 92 sampai 112 milyar US \$, seperti dapat dilihat pada Gambar 1. Fluktuasi tersebut berkaitan erat dengan aktivitas ekonomi Indonesia dengan luar negeri yang dicatat pada Neraca Pembayaran Indonesia. Dibandingkan beberapa negara Asia, cadangan devisa Indonesia lebih rendah dari China/Tiongkok (3,8 trilyun US \$),



Jepang (1,2 Trilyun US \$), Taiwan ( 423 milyar US \$), India ( 350 milyar US \$), Singapura (250 milyar US \$).

Di beberapa negara yang memiliki cadangan devisa yang melimpah, seperti China, cadangan devisa juga dimanfaatkan untuk ekspansi ekonomi ke luar negeri. Pada dasa warsa terakhir investasi China mengalir ke negara-negara Asia (terutama Indonesia), Afrika, dan Amerika Latin. Mengutip data Financial Times, Franky menyebut investasi China ke luar negeri antara tahun 2010 hingga 2015 mencapai 219,897 miliar [dollar AS](#), 11 persen diantaranya ditujukan ke Indonesia (KOMPAS.com, 29 April 2016). Jepang sudah sejak tahun 90-an juga telah melakukan ekspansi ekonominya ke negara-negara kawasan ASEAN.



Sumber: BI dan BPS (diolah)

### Gambar 1:

Perkembangan Cadangan Devisa Indonesia Desember 2011 s/d Desember 2015 (Juta US\$)

Di Indonesia, besarnya cadangan devisa selalu dikaitkan dengan kemampuannya untuk membiayai impor dan pembayaran utang luar negeri Pemerintah. Bank Indonesia pada awal tahun 2016 menyampaikan bahwa posisi cadangan devisa pada akhir Desember 2015 dapat membiayai 7,7 bulan impor atau 7,4 bulan impor dan pembayaran utang luar negeri Pemerintah, serta berada di atas standar kecukupan internasional sekitar 3 bulan impor (KOMPAS.com, 6 Januari 2016). Impor Indonesia sebagian besar (lebih dari 80 persen) merupakan impor bahan baku dan bahan penolong, dan barang-barang modal. Tingginya kebutuhan impor bahan baku, bahan penolong, dan barang modal mengindikasikan bahwa impor dibutuhkan untuk kelangsungan produksi domestik. Kementerian perindustrian bahkan memasukan masalah ketergantungan impor bahan baku dan bahan penolong pada sektor industri sebagai tantangan pengembangan sektor industri (Kementerian Perindustrian, 2013; 6).

Purwiyanta (2013) menyebutkan beberapa karakteristik Neraca Pembayaran Indonesia sehubungan dengan pemupukan cadangan devisa. *Pertama*, ekspor jasa Indonesia tidak menjanjikan untuk pemupukan cadangan devisa mengingat saldo neraca jasa yang selalu devisa. *Kedua*, pemupukan devisa yang berasal dari neraca modal sangat rentan terhadap pelarian modal (*capital flight*) khususnya menyangkut dana-dana jangka pendek yang ditujukan untuk investasi portofolio di pasar modal.

*Ketiga*, pada akhirnya cadangan devisa yang berasal dari ekspor barang menjadi tumpuan untuk keberlangsungan impor.

Kajian mengenai variable ekonomi penentu besaran cadangan devisa Indonesia merupakan salah satu topik menarik mengingat pentingnya cadangan devisa bagi perkembangan perekonomian Indonesia. Tulisan ini mengangkat pengaruh variabel variabel ekonomi domestik terhadap pertumbuhan cadangan devisa Indonesia. Variabel yang diperkirakan menentukan besaran cadangan devisa adalah pertumbuhan ekonomi Indonesia, indek harga komoditi ekspor, tingkat suku bunga kebijakan, dan variabel indek harga saham (IHSG). Secara lebih terperinci, masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

- a. Bagaimanakah pengaruh pertumbuhan ekonomi terhadap pertumbuhan cadangan devisa Indonesia ?
- b. Bagaimanakah indek harga ekspor terhadap pertumbuhan cadangan devisa Indonesia ?
- c. Bagaimanakah pengaruh tingkat suku bunga terhadap pertumbuhan cadangan devisa Indonesia ?
- d. Bagaimanakah pengaruh indek harga saham gabungan (IHSG) terhadap pertumbuhan cadangan devisa Indonesia ?

## 2. KAJIAN LITERATUR

### 2.1. Arus Modal Internasional dan Neraca Perdagangan

Dalam perekonomian terbuka, hubungan antara pasar uang dan pasar barang dapat dijelaskan melalui persamaam dasar pendapatan nasional. Pendapatan nasional (Y) merupakan penjumlahan antara konsumsi rumah tangga (C), investasi (I), pengeluaran pemerintah (G), dan selisih antara ekspor dengan impor atau ekspor neto (NX). Derivasi matematis terhadap persamaan tersebut menghasilkan hubungan antara arus barang dengan modal internasional sebagai berikut :

$$(1) \quad Y = C + I + G + NX \quad \dots\dots\dots$$

$$(2) \quad NX = Y - C - G - I \quad \dots\dots\dots$$

$Y - C - G$ , adalah tabungan nasional (S)

$$(3) \quad NX = (S - I) \quad \dots\dots\dots$$

Persamaam (3) menunjukkan keseimbangan antara arus barang dengan arus modal. Selisih antara tabungan nasional (S) dengan investasi yang terjadi (I) sama dengan ekspor neto. Apabila ekspor neto menunjukkan tanda positif (surplus perdagangan), maka besaran tabungan nasional pasti lebih besar dari investasi. Demikian halnya apabila investasi melebihi jumlah tabungan nasional, maka yang terjadi adalah defisit neraca perdagangan. Selisih antara tabungan dan insvestasi

kadang-kadang disebut arus modal keluar neto (*net capital outflow*), kadang juga disebut dengan investasi asing neto (*net foreign investment*). Jika arus modal keluar neto bernilai positif, maka jumlah tabungan melebihi investasi dan itu berarti kita meminjamkannya kepada pihak asing, atau perekonomian mengalami arus modal keluar (Mankiew, hal 115)

## 2.2 Siklus Bisnis dan Fluktuasi Ekonomi

Siklus bisnis menurut para ekonom adalah fluktuasi jangka-pendek pada output dan pengangguran yang terjadi pada perekonomian (Mankiw, hal 246). Pada suatu waktu perekonomian mengalami situasi yang bagus, yaitu bertambahnya *output* dengan disertai dengan penyerapan tenaga kerja yang mengurangi pengangguran. Pada situasi yang lain perekonomian mengalami penurunan *output* dan pada waktu bersamaan terjadi peningkatan pengangguran situasi ini disebut resesi. Situasi tersebut merupakan gambaran tentang siklus bisnis yang terjadi. Walaupun situasi ini terkesan teratur dan dapat diprediksi, namun pada kenyataannya tidak demikian. Resesi dapat terjadi berdekatan dan kadang terjadi dalam rentang waktu yang lama.

Beberapa variabel ekonomi makro pada umumnya berfluktuasi pada waktu yang hampir bersamaan, dengan nilai fluktuasi yang berbeda-beda. Mengetahui pola flutuasi ekonomi akan sangat berguna bagi pemerintah maupun kegiatan bisnis. Ekonom yang bekerja di pemerintahan melakukan peramalan untuk dua alasan. **Pertama**, situasi ekonomi mempengaruhi kinerja pemerintah seperti yang tercermin pada besaran penerimaan pajak. **Kedua**, apabila dipandang perlu, pemerintah dapat mempengaruhi perekonomian melalui kebijakan fiskal dan moneter. Oleh karenanya diapandang perlu bagi pengambil keputusan untuk melihat hubungan-hubungan variabel-variabel ekonomi melalui indikator indikator ekonomi utama.

## 2.3. Kebijakan Stabilisasi dan Pengelolaan Cadangan Devisa

Bank Indonesia mempunyai tujuan untuk mencapai dan memelihara kestabilan nilai rupiah terhadap harga-harga barang dan jasa yang tercermin pada inflasi. Untuk mencapai tujuan tersebut, sejak tahun 2005 Bank Indonesia menerapkan kerangka kebijakan moneter dengan inflasi sebagai sasaran utama kebijakan moneter (*Inflation Targeting Framework*) dengan menganut sistem nilai tukar yang mengambang (*free floating*). Peran kestabilan nilai tukar sangat penting dalam mencapai stabilitas harga dan sistem keuangan. Oleh karenanya, Bank Indonesia juga menjalankan kebijakan nilai tukar untuk mengurangi volatilitas nilai tukar yang berlebihan, bukan untuk mengarahkan nilai tukar pada level tertentu.

Dalam pelaksanaannya, Bank Indonesia memiliki kewenangan untuk melakukan kebijakan moneter melalui penetapan sasaran-sasaran moneter (seperti uang beredar atau suku bunga) dengan tujuan utama menjaga sasaran laju inflasi yang ditetapkan oleh Pemerintah. Secara operasional, pengendalian sasaran-sasaran moneter tersebut menggunakan instrumen-instrumen, antara lain operasi pasar terbuka di pasar uang baik rupiah maupun valuta asing, penetapan tingkat diskonto, penetapan cadangan wajib minimum, dan pengaturan kredit atau pembiayaan. Bank Indonesia juga dapat melakukan cara-cara pengendalian moneter berdasarkan Prinsip Syariah.

Pengelolaan cadangan devisa menurut Bank Indonesia merupakan suatu proses yang memastikan adanya cadangan devisa yang siap pakai dan dikuasai oleh otoritas moneter untuk memenuhi berbagai tujuan, salah satu diantaranya adalah stabilitas nilai rupiah. Pengelolaan cadangan devisa yang baik akan bermanfaat bagi meningkatkan ketahanan ekonomi suatu negara ketika ada tekanan yang memungkinkan baik berasal dari pasar finansial global maupun dari masalah yang timbul karena sistem keuangan dalam negeri.

#### 2.4. Penelitian Terdahulu

Purwiyanta dan Rini Dwi Astuti (2016), telah melakukan kajian kausalitas antara pertumbuhan ekonomi dan Neraca Pembayaran Indonesia. Dengan menggunakan data runtut waktu (*time series*) dari tahun 1970 s/d 2015, hasil uji Kausalitas Granger pada data lag pertama antara pertumbuhan ekonomi (PE) dan pertumbuhan nilai neraca perdagangan Indonesia (NPI) tidak terjadi adanya kausalitas. Fluktuasi pertumbuhan ekonomi tidak menjadi penyebab fluktuasi pertumbuhan surplus/defisit neraca perdagangan Indonesia. Demikian juga dengan fluktuasi pertumbuhan surplus/defisit perdagangan luar negeri, tidak menjadi penyebab terhadap fluktuasi laju pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Jika dibedakan antara periode sebelum krisis dan setelah krisis, disimpulkan bahwa pada periode sebelum krisis ekonomi (sebelum 1998), hasil uji Kausalitas Granger memberikan petunjuk bahwa terjadi kausalitas satu arah antara ekspor non migas terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Sebelum terjadi krisis ekonomi *export led growth* terjadi di Indonesia, khususnya ekspor non migas.

Mega Febriyenti, dkk (2013), menguji pengaruh variabel ekonomi domestik berupa ekspor neto, utang luar negeri, *Foreign Direct Investment* (FDI), dan cadangan devisa periode sebelumnya terhadap cadangan devisa Indonesia. Hipotesis yang diajukan adalah bahwa peningkatan terhadap ekspor neto, FDI, utang luar negeri, serta cadangan devisa periode sebelumnya akan berdampak terhadap peningkatan cadangan devisa. Kemudian, ekspor neto pada penelitian ini dipengaruhi oleh perekonomian Indonesia, perekonomian luar negeri dan kurs. Penurunan perekonomian Indonesia, kenaikan perekonomian Jepang serta terdepresiasi kurs akan memberikan pengaruh terhadap kenaikan net ekspor di Indonesia.

Model persamaan simultan digunakan untuk menganalisis mempertimbangkan hubungan dua arah dan juga hubungan tidak langsung antar variabel satu dengan variabel lainnya. Di dalam akan terdapat lebih dari satu persamaan, dimana masing-masing disebut sebagai *mutually* atau *jointly dependent/endogenous variabel*. Adapun modelnya dirumuskan sebagai berikut :

$$(4) \quad CD_t = \alpha_0 + \alpha_1 NX + \alpha_2 Dt + \alpha_3 FDI_t + \alpha_4 CD_{t-1} + \mu_1 t \dots\dots\dots$$

$$NX_t = \beta_0 + \beta_1 Y_t + \beta_2 Y_t^* + \beta_2 Et + \mu_2 t \dots\dots\dots (5)$$

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspor neto, utang luar negeri, dan cadangan devisa periode sebelumnya mempengaruhi besaran cadangan devisa Indonesia

secara signifikan. Terjadinya peningkatan terhadap ekspor neto, utang luar negeri serta cadangan devisa periode sebelumnya akan berdampak terhadap peningkatan cadangan devisa. Sebaliknya, apabila ekspor neto, utang luar negeri serta cadangan devisa periode sebelumnya mengalami penurunan maka cadangan devisa juga akan mengalami penurunan. Pada sisi lain variabel FDI tidak mempengaruhi cadangan devisa di Indonesia secara signifikan.

Hasil penelitiannya juga menunjukkan perekonomian Indonesia, perekonomian Jepang dan kurs rupiah terhadap US \$ secara signifikan berpengaruh terhadap ekspor neto di Indonesia. Oleh karena itu, penurunan perekonomian Indonesia, kenaikan perekonomian Jepang serta terdepresiasinya kurs akan memberikan pengaruh terhadap kenaikan ekspor neto Indonesia. Begitu sebaliknya, apabila perekonomian Indonesia meningkat, perekonomian Jepang turun, serta kurs terapresiasi maka ekspor neto Indonesia akan mengalami penurunan.

Rahmatullah Rizieq (2016), juga telah melakukan kajian terhadap pengaruh variabel ekonomi domestik yakni pendapatan nasional, kredit domestik, kurs, dan cadangan devisa periode sebelumnya terhadap cadangan devisa Indonesia. Data yang digunakan data yang bersumber dari Biro Pusat Statistik (BPS), Bank Indonesia (BI), dan Internasional Financial Statistic (IFS), serta data yang dipublikasikan melalui berbagai tulisan ilmiah yang berkenaan dengan penelitian.

Model yang digunakan untuk melihat hubungan antara faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap cadangan devisa Indonesia, dirumuskan sebagai berikut :

$$R = f ( Y, KURS, R1, DC) \dots\dots\dots (6)$$

$$R = \alpha_0 + \alpha_1 Y + \alpha_2 KURS + \alpha_3 R1 + \alpha_4 DC + e \dots\dots\dots (7)$$

Dimana:

R = cadangan devisa

Y = pendapatan nasional

R1 = cadangan devisa tahun sebelumnya

DC = kredit domestik

KURS = kurs devisa

Hasil analisis menyimpulkan bahwa cadangan devisa Indonesia dipengaruhi oleh cadangan devisa pada periode sebelumnya, pendapatan nasional Indonesia, dan nilai tukar rupiah terhadap dollar Amerika. Kredit domestik ternyata tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap esaran cadangan devisa Insonesia.

Sudjnan (2016) menguji pengaruh variabel ekonomi domestik yaitu; kurs, investasi, inflasi terhadap neraca pembayaran dan cadangan devisa Indonesia. Persamaan simultan dan analisa jalur (*path analysis*) digunakan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung variabel eksogen terhadap variabel endogen.

Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Nilai Kurs berpengaruh signifikan terhadap Cadangan Devisa melalui Neraca Pembayaran Indonesia sebesar 0,271. Secara partial nilai kurs memiliki kontribusi terhadap Cadangan Devisa melalui Neraca Pembayaran Indonesia sebesar 19,30 %. Investasi berpengaruh signifikan terhadap cadangan devisa melalui neraca pembayaran Indonesia sebesar 0,516. Secara partial nilai kurs memiliki kontribusi terhadap cadangan devisa melalui neraca pembayaran Indonesia sebesar 34,50 %. Inflasi berpengaruh signifikan terhadap cadangan devisa melalui neraca pembayaran Indonesia sebesar 0,495. Inflasi berpengaruh dominan terhadap cadangan devisa melalui Neraca Pembayaran Indonesia. dan secara parsial inflasi memiliki kontribusi terhadap Cadangan Devisa melalui Neraca Pembayaran Indonesia sebesar 35,24%, dan mempunyai nilai tertinggi dibandingkan dengan variabel nilai kurs, dan investasi.

### 3. METODA PENELITIAN

Pendekatan kuantitatif digunakan untuk menjawab permasalahan yang diajukan pada penelitian ini. Dengan menggunakan data sekunder *time series*, tahun 1995 sampai dengan 2016, yakni data cadangan devisa, pertumbuhan ekonomi, indek harga ekspor, dan IHSG. Data-data tersebut diperoleh terutama dari Badan Pusat Statistik (BPS), Bank Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Hubungan antara variabel-variabel ekonomi domestik dan dunia terhadap pertumbuhan cadangan devisa Indonesia diformulasikan sebagai berikut:

$$Y = f(X_1, X_2, X_3, X_4) \dots\dots\dots (8)$$

Dimana :

- Y = pertumbuhan cadangan devisa Indonesia
- X<sub>1</sub> = pertumbuhan ekonomi Indonesia
- X<sub>2</sub> = indek harga ekspor
- X<sub>3</sub> = tingkat suku bunga (suku bunga kebijakan pemerintah) Indonesia
- X<sub>4</sub> = indek harga saham Indonesia (IHSG)

Model akan digunakan untuk menguji dan menganalisis hubungan variabel dependen dan independen yaitu model koreksi kesalahan (*Error Correction Model – ECM*). Model koreksi kesalahan (ECM) adalah model yang tepat karena data *time series* biasanya tidak stasioner (Widarjono. 2013; hal.305). Model koreksi kesalahan (ECM) diformulasikan sebagai berikut

$$DY = \beta_0 + \beta_1 DX_{1t} + \beta_2 DX_{2t} + \beta_3 DX_3 + \beta_4 DX_4 + \beta_5 ECT + e \dots\dots\dots(9)$$

- Dimana ;  $\beta_0$  = intercept
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$  = koefisien regresi
- D = perbedaan tingkat pertama (*first difference*)
- EC = kesalahan ketidakseimbangan

Langkah-langkah statistik ekonometrik yang diperlukan sehubungan dengan data *time series* pada penelitian ini adalah uji akar unit (*unit root test*) untuk melihat stasionaritas data. Setelah uji akar-akar unit selanjutnya dilakukan uji kointegrasi untuk mengetahui kemungkinan terjadinya keseimbangan atau kestabilan hubungan jangka

panjang antara variabel dependen (pertumbuhan cadangan devisa Indonesia) dengan variabel independen pada model ( $X_1, X_2, X_3, X_4$ ).

**a. Uji akar unit (*Unit Root test*)**

Prosedur untuk menentukan data stasioner atau tidak adalah dengan membandingkan antara nilai statistik DF dengan nilai kritisnya yakni distribusi statistik t. Dalam banyak kasus residual  $e_t$  seringkali saling berhubungan atau mengandung unsur autokorelasi. *Dickey-Fuller* kemudian memasukkan unsur autokorelasi dalam modelnya yang di kenal dengan uji *Augmented Dickey-Fuller* (ADF). Jika nilai absolut statistik ADF lebih besar ( $>$ ) dari nilai kritisnya maka kita menolak hipotesis nul sehingga data yang diamati menunjukkan stasioner. Sebaliknya data tidak stasioner jika nilai absolute nilai statistik ADF lebih kecil ( $<$ ) dari nilai kritis.

**b. Uji Kointegrasi**

Regresi yang menggunakan data time series yang tidak stasioner kemungkinan besar akan menghasilkan regresi yang meragukan (*spurious regression*). Regresi tersebut terjadi jika koefisien determinasinya cukup tinggi tapi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen tidak mempunyai makna (Widarjono, 2007). Jika residual  $e$  ternyata tidak mengandung akar unit atau data stasioner. Maka Y dan X terkointegrasi yang berarti mempunyai hubungan jangka panjang. Secara umum bisa dikatakan, jika data time series Y dan X tidak stasioner pada tingkat *level* tetapi stasioner pada diferensi (*difference*) yang sama yaitu Y adalah 1 dan X adalah 1 dimana D tingkat kointegrasi yang sama maka kedua data adalah terkointegrasi. Uji kointegrasi hanya bisa dilakukan ketika data yang digunakan berintegrasi pada derajat yang sama (Widarjono, 2007).

Uji kointegrasi dilakukan dengan uji kointegrasi Johansen, dimana Johansen menyarankan estimator *maximum likelihood* untuk Q dan R dan uji statistik untuk menentukan variabel kointegrasi r. Ada tidaknya kointegrasi didasarkan pada uji *likelihood ratio* (LR). Jika nilai hitung LR lebih kecil ( $<$ ) dari nilai kritis LR maka tidak ada kointegrasi dan sebaliknya jika nilai hitung LR lebih besar ( $>$ ) dari nilai kritis LR maka terkointegrasi.

Apabila hasil pengujian data *time series* tidak stasioner atau stasioner pada level, dan uji kointegrasi ternyata memberikan indikasi terjadinya kointegrasi data dalam jangka panjang, maka model koreksi kesalahan-ECM dapat diestimasi. Model ECM dapat mengatasi persoalan variabel runtun waktu yang tidak stasioner (*non stationary*) dan regresi lancung (*spurious regression*) dalam analisis ekonometrika (Widarjono, 2013).

Untuk mendapatkan besaran koefisien regresi model koreksi kesalahan pada persamaan (9) juga digunakan metode kuadrat terkecil (*Ordinary Least Square- OLS*). Apabila koefisien  $\beta_5$  (koefisien ECT) pada persamaan (9) bernilai positif dan signifikan secara statistik, maka spesifikasi model yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah sah atau valid.

Untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi berganda memenuhi kaidah-kaidah asumsi klasik maka dilakukan pengujian asumsi klasik. Untuk mendeteksi autokorelasi, heteroskedastisitas, normalitas maupun linieritas diuji berdasarkan uji LM, White, Jarque-Bera, dan Ramsey-RESET (Widarjono, 2013). Uji signifikansi koefisien

pengaruh variabel dependen terhadap variabel dependen juga dilakukan dengan uji-t, yaitu dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Untuk melihat kekuatan model untuk menjelaskan permasalahannya dapat dilihat melalui angka koefisien determinasi ( $R^2$ ).

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji stasionaritas data menunjukkan bahwa semua data tidak stasioner pada level akan tetapi stasioner derajat satu (*first difference*). Oleh karenanya memenuhi syarat untuk estimasi dengan model ECM seperti pada model persamaan (9). Hasil estimasi terhadap model tersebut adalah sebagai berikut :

Dependent Variable: D(Y)

Method: Least Squares

Date: 08/25/17 Time: 18:54

Sample (adjusted): 1996 2016

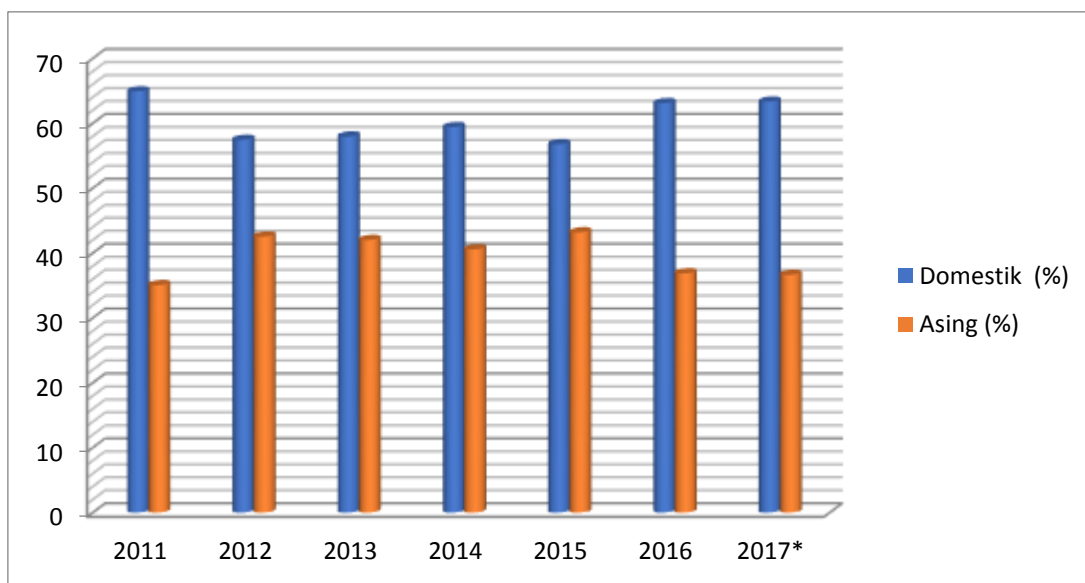
Included observations: 21 after adjustments

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.371385	1.798233	0.206528	0.8392
D(X1)	-0.316848	0.663602	-0.477467	0.6399
D(X2)	-0.010565	0.016795	-0.629053	0.5388
D(X3)	-0.097920	0.518931	-0.188695	0.8529
D(X4)	0.019747	0.004238	4.659284	0.0003
ECT(-1)	-0.526692	0.257008	-2.049322	0.0583
R-squared	0.609128	Mean dependent var		4.580952
Adjusted R-squared	0.478838	S.D. dependent var		9.178814
S.E. of regression	6.626330	Akaike info criterion		6.854935
Sum squared resid	658.6237	Schwarz criterion		7.153370
Log likelihood	-65.97682	Hannan-Quinn criter.		6.919704
F-statistic	4.675153	Durbin-Watson stat		1.534070
Prob(F-statistic)	0.009001			



Koefisien ECT (-1) bertanda negative dan signifikan (pada  $\alpha = 10$  persen) model ECM dapat dipergunakan. Nilai  $R^2$  model sebesar 0,47 dan nilai statistic F sebesar 4,67 dan signifikan. Model ini lolos uji normalitas akan tetapi terindikasi ada heteroskedastisitas dan outokorelasi.

Terlepas dari masalah heteroskedastisitas dan outokorelasi, hasil estimasi terhadap model memberikan petunjuk hubungan jangka pendek variable-variabel domestik terhadap pertumbuhan cadangan devisa Indonesia. Hanya indek harga saham gabungan-IHSG yang mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan cadangan devisa Indonesia. Hal ini berarti bahwa pergerakan IHSG menarik minat investor asing untuk melakukan investasi portofolio di Indonesia. Regulasi pasar saham di Indonesia sejak tahun 1995, telah menyebabkan perusahaan-perusahaan melakukan divestasi di pasar modal dan pada akhirnya menarik banyak investor asing (Gambar 2). Pergerakan IHSG memicu kapitalisasi asing di pasar modal dan menguntungkan bagi pertumbuhan cadangan devisa Indonesia. Koefisien hubungan jangka pendek antara IHSG dan pertumbuhan cadangan devisa Indonesia sebesar 0,019, yang berarti perubahan IHSG sebesar satu satuan akan merubah pertumbuhan cadangan devisa sebesar 0,019 persen.



Sumber :OJK, Statistik Mingguan Pasar Modal, Juli, Minggu ke-3, 2017

**Gambar 2:**

Kontribusi Investor Domestik dan Asing pada Perdagangan Saham di Bursa Efek Jakarta

Pertumbuhan ekonomi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan cadangan devisa Indonesia. Hal ini semakin menguatkan hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan tidak adanya kausalitas antara pertumbuhan ekonomi dan neraca pembayaran Indonesia. Namun, hasil estimasi menunjukkan sesuatu yang menarik karena koefisien regresinya bertanda negative walaupun tidak signifikan (atau

signifikan pada tingkat keyakinan yang rendah). Ada indikasi bahwa pertumbuhan ekonomi sedikit banyak mengurangi cadangan devisa Indonesia. Hal ini bisa dimaklumi mengingat ketergantungan industri Indonesia terhadap barang-barang impor.

Indek harga Ekspor Indonesia juga tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan cadangan devisa Indonesia, harga ekspor barang-barang Indonesia tidak mampu memberikan insetif terhadap pertumbuhan cadangan devisa. Dari hasil estimasi, koefisien regresi pengaruh indek harga ekspor juga bertanda negatif walaupun tidak signifikan (atau signifikan pada tingkat keyakinan yang rendah). Hubungan negatif tersebut mengindikasikan bahwa daya saing barang-barang ekspor Indonesia di pasar luar negeri rendah. Semakin tinggi harga barang-barang ekspor, menurunkan pertumbuhan cadangan devisa Indonesia.

Tingkat suku bunga kebijakan pemerintah juga tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan cadangan devisa Indonesia. Koefisien regresinya juga bertanda negatif walaupun tidak signifikan (atau signifikan pada tingkat keyakinan yang rendah). Hubungan negatif tersebut mengindikasikan kebijakan pengendalian moneter Bank Indonesia melalui suku bunga memberi dampak pada pertumbuhan cadangan devisa Indonesia. Ada indikasi tingkat suku bunga yang tinggi menurunkan pertumbuhan cadangan devisa Indonesia, dan sebaliknya .

## 5. KESIMPULAN

Dari beberapa variabel ekonomi domestik yang dianalisis ternyata hanya variable IHSG yang mempunyai pengaruh terhadap pertumbuhan cadangan devisa Indonesia. Semakin tinggi IHSG menarik minat investor asing untuk melakukan investasi porto folio di Indonesia. Variable pertumbuhan ekonomi, indek harga ekspor, dan suku bunga kebijakan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pertumbuhan cadangan devisa Indonesia.

Penulis menyarankan untuk mengkaji variable-variabel ekonomi luar negeri untuk dapat memberikan penjelasan yang lebih komprehensif terhadap fluktuasi cadangan devisa Indonesia. Dari hasil estimasi memberikan petunjuk perlunya pengkajian untuk menjawab kemungkinan pertumbuhan ekonomi justru menguras cadangan devisa Indonesia, khususnya dari sisi impor. Perlu dikaji pula indikasi adanya penurunan daya saing barang-barang ekspor Indonesia.

## 6. REFERENSI.

**Agus Widarjono**, 2013, *Ekonometrika Pengantar dan Aplikasinya*, Edisi Keempat, Penerbit UPP STIM YKPN, Yogyakarta.

**Andrian D. Lubis**, 2013, Analisis Factor-Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Indonesia [Internet] Jakarta, Tersedia dalam : <<http://www.kemendag.go.id>> [diakses tanggal 1 Agustus 2013]

**Gujarati, Damodar N.**, 2003. *Basic Econometric*, 4<sup>th</sup> Edition, Mc. Graw-Hill, USA.

**Mega Febriyenti, Hasdi Aimon, Zul Azhar** , 2013, Faktor-faktor yang Mempengaruhi Cadangan Devisa dan Net Ekpor Indonesia, *Jurnal Kajian*

*Ekonomi*, Juli 2013, Vol. II, No.03, Program Studi Magister Ilmu Ekonomi, Universitas Negeri Padang.

**Purwiyanta, 2013**, Kajian Deskriptif Struktur Impor Indonesia, Proceeding, *Quo Vadis Developmentalisme*, Institute of International Studies, UGM, Yogyakarta.

**Purwiyanta dan Rini Dwi Astuti, 2016**, Kausalitas Antara Pertumbuhan Ekonomi dan Neraca Perdagangan Indonesia, Prosiding, *Seminar Nasional Tahun Ke-2 Call For Paper dan Pameran Hasil Penelitian dan Pengabdian Kemenristdikti*, LPPM UPN “Veteran” Yogyakarta

**Rahmatullah Rizieq, 2016**, Faktor-faktor yang Mempengaruhi Cadangan Devisa Indonesia, *Jurnal Equilibrium*, Vol III. No.2 Oktober 2006, diakses melalui [jurnalonlineupb.com/index.php/files/article/download/12/5](http://jurnalonlineupb.com/index.php/files/article/download/12/5)

**Mankiew, 2007**, *Makro Ekonomi*, Edisi Keenam, Penerbit Erlangga, Jakarta

**Salvatore, Dominic, 2004**, *International Economics*, Eight Edition, Johns Wiley & Sons, Inc, USA

**Sudjinan, (2016)**, Analisis Nilai Kurs, Investasi dan Inflasi Terhadap Cadangan Devisa Melalui Neraca Pembayaran Internasional di Indonesia (Periode 2006 -2015), *Jurnal GeoEkonomi* ISSN (Print):2086-1117 <http://jurnal.uniba-bpn.ac.id/index.php/geoekonomi> Volume 13 Nomor 01 Maret 2016 <http://fekon.uniba-bpn.ac.id> Fakultas Ekonomi Universitas Balikpapan Diterima:03/02/2016 Direview: 10/03/2016

**Internet :**

**Harian Kompas:** [www.kompas.com](http://www.kompas.com)

**Otoritas Jasa Keuangan :** [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id), *Statistik Pasar Modal*, Minggu II, Juli 2017

## **LITERASI MEDIA BERBASIS SMARTPHONE DI LINGKUNGAN IBU-IBU RUMAH TANGGA DI YOGYAKARTA**

Dewi Novianti  
Siti Fatonah  
Jurusan Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Yogyakarta  
dewinovianti\_upn@yahoo.co.id

### **Abstrak**

Penelitian ini merupakan kelanjutan dari penelitian sebelumnya. Penelitian pada tahun pertama berhasil memetakan kemampuan literasi media Ibu-Ibu rumah tangga di Yogyakarta. Peta tersebut sebagai landasan membuat model literasi media yang tepat. Pada tahun kedua model literasi media ini diharapkan dapat diimplementasikan dan dijadikan acuan bagi pemerintah untuk mewujudkan masyarakat yang cerdas dalam berinteraksi dengan media khususnya media digital. Subyek penelitian adalah ibu-ibu rumah tangga di Kec. Gondomanan, Yogyakarta dan Kec. Banguntapan, Bantul. Subyek penelitian selama ini belum paham bagaimana cara cerdas mengonsumsi media. Misalnya adalah eksploitasi terhadap perempuan, anak, kemiskinan, humor yang rendah, gaya hidup bebas dan sebagainya. Penelitian ini bertujuan mensosialisasikan dan mendesiminasikan media digital kepada ibu-ibu rumah tangga, selanjutnya ibu-ibu ini akan menjadi agen perubahan di lingkungannya. Metode yang digunakan adalah wawancara mendalam, observasi, FGD, dan studi pustaka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ibu-ibu rumah tangga yang menjadi subyek penelitian belum mengenal apa itu literasi media digital. Namun Ibu-ibu rumah tangga ini ada yang berpendidikan sarjana dan bekerja. Mereka biasa menggunakan gadget atau smartphone. Mereka juga aktif di PKK dan Dharma Wanita di lingkungannya. Sehingga mereka bisa menjadi agen-agen perubahan literasi media. Ibu-ibu ini mensosialisasikan dan mendiseminasikan literasi media digital baik di lingkungan keluarganya, maupun di lembaga-lembaga atau organisasi-organisasi di mana mereka menjadi pengurus atau anggota di dalamnya. Hasilnya mereka mampu mengajak lingkungannya untuk berhati-hati dan lebih cerdas dalam mengonsumsi media, khususnya media digital.

Kata kunci : literasi media digital, Ibu-Ibu Rumah Tangga, Agen perubahan

### **Pendahuluan**

Berdasarkan hasil temuan pada penelitian tahun pertama, dimana peneliti mengambil narasumber dari dua wilayah yakni Ibu-Ibu Dasawisma kec. Gondomanan Yogyakarta dan Kec. Banguntapan Bantul, bahwa kemampuan literasi media narasumber ternyata beragam. Secara umum ibu-ibu di kedua dasa wisma ini merupakan aktifis PKK dan Pengajian. Sebagian besar adalah wanita pekerja. Sehingga mereka mengonsumsi media pada waktu sore dan malam hari setelah pulang bekerja. Media favorit narasumber adalah TV.

Waktu mengonsumsi media khususnya TV adalah pagi sebelum berangkat kerja dan sore sampai malam hari setelah pulang bekerja. Pendampingan menonton televisi

pada anak sudah dilakukan, akan tetapi acara yang ditonton masih bersifat hiburan. Durasi menonton juga masih tergolong tinggi yakni sekitar lima jam sehari. Bahkan ada yang menggunakan televisi sebagai media untuk menghantar tidur keluarga.

Peta literasi media di atas menunjukkan bahwa perlu digalakkannya gerakan literasi media. Diawali dari pemerintah melalui instansi terkait seperti kementerian Komunikasi dan Informasi, lembaga independen non pemerintah seperti Komisi Penyiaran Indonesia daerah (KPID), praktisi literasi media, pakar media, kemudian dari perguruan tinggi. Perlu pula diadakan forum diskusi antar pemerintah dan pakar literasi media untuk membuat program kualitas literasi media masyarakat.

Setelah memetakan kemampuan literasi media ibu-ibu Dasawisma Kec. Gondomanan Di Yogyakarta dan Kec. Banguntapan Bantul, peneliti menemukan model literasi media yang tepat untuk diterapkan bagi masyarakat pada umumnya, dan bagi ibu-ibu Dasawisma Kec. Gondomanan Di Yogyakarta Dan Kec. Banguntapan Bantul pada khususnya. Model literasi diawali dengan sosialisasi media. Kemudian ibu-ibu diberikan pelatihan dan pendidikan literasi media.

Temuan tahun pertama menjadi landasan pengembangan model literasi media pada tahun kedua. Perkembangan teknologi semakin cepat dan canggih sehingga di tahun kedua ini peneliti menerapkan model yang ada dengan memfokuskan pada media digital khususnya smartphone seperti media sosial ; *whatshap, Line, Instagram, facebook, tweeter*. Berbagai kalangan telah menggunakannya, baik tua maupun muda. Sementara Ibu-Ibu rumah tangga yang menjadi subyek penelitian ini masih gagap teknologi. Dikhawatirkan anak-anak atau cucuk dari para ibu ini sudah jauh berselancar di media maya, sementara para ibu tidak dapat mengendalikan mereka hanya karena gagap teknologi. Konten-konten dari media baru ini tidak bisa dianggap hanya sebagai hiburan saja, akan tetapi ada banyak konten yang meresahkan seperti seksualitas, kekerasan, eksploitasi tubuh wanita, fenomena bully, kriminalitas, berita Hoax, dan informasi-informasi yang tidak jelas sumber dan kebenarannya. Peneliti merasa perlu melakukan suatu langkah solutif berupa usulan kebijakan literasi media kepada pemerintah, agar gerakan literasi media segera terwujud. Implementasi gerakan literasi media ini memerlukan sinergi beberapa pihak terkait seperti departemen Komunikasi dan Informasi, Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID), pakar media, dan Non Government Organization (NGO). Sinergi yang harmonis diharapkan akan menghasilkan warga negara yang 'Bijak dalam bermedia', 'cerdas dalam berinteraksi dengan media', serta memiliki *selfcontrol* yang kuat.

Tujuan Penelitian pada tahun kedua ini adalah pertama; Sosialisasi model literasi media digital di lingkungan Ibu-Ibu Rumah Tangga di Gondomanan Yogyakarta, dan Banguntapan Bantul, DI Yogyakarta. Kedua, Pelatihan literasi media digital di lingkungan Ibu-Ibu Rumah Tangga di Gondomanan Yogyakarta, dan Banguntapan Bantul, DI Yogyakarta. Ketiga, ibu-ibu rumah tangga yang menjadi subyek penelitian menjadi agen-agen gerakan literasi media di lingkungan mereka tinggal.

### **Literasi Media Digital**

Literasi digital bermakna kemampuan berhubungan dengan informasi hipertekstual, dalam artian membaca non-sequensial berbasis sistem komputer atau platform digital (Davis & Shaw, 2011). Dalam ungkapan Gilster (2007), literasi digital dimaknai sebagai kemampuan membaca, memahami dan analisa berbagai sumber digital. Menurut Tang dan Chaw Kerangka Eropa untuk Digital Literacy (EFDL),

sebuah hasil dari proyek DigEuLit dan diinisiasi untuk mengetahui pentingnya literasi digital, mendefinisikan literasi digital sebagai berikut: literasi digital adalah kesadaran, sikap dan kemampuan individu untuk secara tepat menggunakan alat dan fasilitas digital untuk mengidentifikasi, mengakses, mengelola, mengintegrasikan, mengevaluasi, menganalisis dan mensintesis sumber daya digital, membangun pengetahuan baru, menciptakan ungkapan media, dan berkomunikasi dengan orang lain, di konteks situasi kehidupan yang spesifik, untuk memungkinkan tindakan sosial yang konstruktif; dan untuk merenungkan proses ini. "(Martin, 2006 dalam Tang dan Chaw, 2016 : 56)

## Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Obyek dalam penelitian ini adalah sosialisasi dan pelatihan literasi media digital serta menjadikan Ibu-Ibu dasa Wisma di Lingkungan Gondomanan Yogyakarta, dan Ibu-Ibu Dasa Wisma Banguntapan Bantul DI Yogyakarta sebagai agen-agen literasi media digital. Sumber Data ; Wawancara mendalam (*Indepth Interview*), Observasi, *Focused Group Discussion* (FGD), serta studi pustaka.

## Hasil Dan Pembahasan

### Gambaran Pengguna Media Digital di Indonesia

#### Gambar 4.2. Pengguna media digital di Indonesia



Sumber: <https://www.google.co.id/search?q=data+pengguna+internet+indonesia+2017&source> diakses tgl 17 Agustus 2017

Pada bulan Januari 2017 total populasi penduduk Indonesia sebesar 262 Juta Jiwa. Indonesai termasuk lima besar penduduk terbanyak di dunia. Pengguna internet sebanyak 132,7 juta jiwa sekitar 51% dari total penduduk Indonesia adalah pengguna internet. Sebanyak 106 juta jiwa pengguna media sosial. Angka-angka yang sangat fantastis ratusan juta jiwa penduduk Indonesia adalah pengguna internet. Kalau dispesifikan lagi komposisi pengguna internet Indonesia berdasarkan pekerjaan

berdasarkan hasil survey APJII; pekerja/ wiraswasta 82,2 juta jiwa atau sebesar 62% dari total pengguna. Pengguna Ibu Rumah Tangga berada diperingkat kedua yakni sebesar 16,6% atau sekitar 22 juta jiwa. Mahasiswa sebesar 7,8% atau sebesar 10,3 juta jiwa. Pengguna pelajar sebesar 3,3% atau sebesar 8,3 juta jiwa. Peringkat terakhir sebesar 0,6 % atau sebesar 796 ribu jiwa pengguna lainnya. Dari angka statistik tersebut Ibu Rumah Tangga termasuk pengguna dengan angka tinggi, 22 juta jiwa. Perlu ada perhatian khusus kepada ibu-ibu rumah tangga agar cerdas membaca media terutama media on line.

### **Literasi Media Berbasis Smartphone Di Lingkungan Ibu-Ibu Rumah Tangga Di Yogyakarta**

Ibu-ibu Rumah Tangga yang menjadi subyek penelitian literasi media digital ini dipilih yang memiliki smartphone dan mampu mengaplikasikannya secara sederhana. Semua dari ibu-ibu ini adalah para aktivis di kampungnya masing-masing. Walau berprofesi utama sebagai ibu rumah tangga, tetapi mereka juga aktif di organisasi di kampung di mana mereka tinggal. Seperti Pengurus PKK, pengurus Dasa Wisma, pengajian, pengurus TPA, TK, bahkan ada yang bekerja di kantor. Literasi digital khususnya smartphone ini menjadi penting karena melihat banyaknya konten-konten yang mengkhawatirkan terutama bagi anak-anak dan keluarga. Isi konten yang mengkhawatirkan seperti berita-berita hoax yang dianggap benar karena ketidaktahuan pembaca, gambar-gambar porno dan tidak senonoh diumbar dan dapat dengan mudah diakses, iklan-iklan produk yang menggiurkan, *game-game on line* yang menarik dan beragam, serta masih banyak lagi konten-konten media on line yang dapat melenakan pembacanya. Semuanya itu bisa diakses dengan mudah melalui smartphone. Ibu-ibu sebagai tonggak rumah tangga harus cerdas dan bijaksana dalam menyikapi konten *smartphone* ini.

Tahap pertama pada penelitian ini mengenalkan kepada Ibu-ibu Rumah Tangga yang menjadi subyek penelitian tentang apa itu literasi media digital. Dalam menyosialisasikan literasi media, tim peneliti bekerja sama dengan Non Government Organization (NGO) Masyarakat Peduli Media (MPM). Masyarakat Peduli Media (MPM) ini basisnya di Wirobrajan, Yogyakarta. Fokus kegiatan MPM adalah pendidikan literasi media dan pemantauan media. Namun pada prakteknya MPM adalah organisasi masyarakat sipil. Anggotanya ada ibu-ibu, bapak-bapak, ada mahasiswa yang sifatnya memang sukarelawan.

Secara sederhana ibu-ibu diberi pemahaman mengenai literasi media. Dimana literasi media itu sebenarnya terdiri dari dua kata literasi dan media. Menurut Feri (NGO MPM) "Literasi bermakna luas dalam bahasa Jawa artinya melek (melihat). Sehingga makna literasi itu sebenarnya sangat luas. Seperti ibu-ibu bisa menggunakan mesin jahit, itu juga sudah literasi. Literasi itu apa saja yang dekat dengan ibu-ibu. Literasi itu sebenarnya secara sederhana bisa dikatakan adalah kecakapan. Jadi, yang dikatakan literasi itu apabila bisa menggunakan alatnya. Misalnya mesin jahit tadi, bisa menggunakan itu sudah literasi. Atau kalau dalam literasi media itu kita bisa menghidupkan TV, mengganti chanel, itu sudah suatu literasi. Yang kedua adalah memilah dan memilih. Jadi setelah bisa menggunakan bisa memilah dan memilih. Misalnya, kalau dalam media berarti kita bisa memilih acara mana yang mau kita tonton dan kita sukai, dan tidak kita sukai. Ketiga, adalah memproduksi sendiri. Memproduksi

isi media itu sendiri. Saya memprediksi mungkin di kalangan ibu-ibu baru sampai di nomer dua”. (Pemaparan tanggal 18 April 2017)

Ketika dikonfirmasi apakah ibu-ibu sudah bisa memproduksi sinetron? Semua menjawab “tidak bisa”. Walaupun sampai di nomor dua ketika ditanyakan kemanfaatan literasi media dalam hal bisa memilah dan memilih itu untuk apa? Ibu-ibu juga belum paham betul. Sehingga walaupun ibu-ibu itu sudah bisa memilah dan memilih berita tetapi belum tahu kemanfaatannya untuk apa. Dengan demikian meskipun sudah punya kecakapan media, ibu-ibu ini belum bisa menggunakan media dengan bermanfaat.

Media digital dalam hal ini smartphone kemanfaatannya sebenarnya sangat besar. Setelah mendapatkan pemaparan mengenai literasi media, barulah ibu-ibu menjadi paham bahwa ada banyak kemanfaatan dari literasi media ini. Ibu-ibu memaparkan bahwa ada diantara mereka yang telah memanfaatkan smartphone untuk menyampaikan berita lelayu, ada yang memanfaatkan untuk berjualan. Sehingga ibu-ibu dengan HP Pintar sebenarnya bisa memproduksi apa yang ingin disampaikan kepada audiens. Beda halnya ketika khalayak menonton TV atau membaca koran, mereka hanya bisa memilah dan memilih saja apa yang mereka inginkan, tetapi mereka tidak bisa memproduksi apa yang mereka inginkan. Pada media on line khususnya media smartphone, bisa memproduksi pesan dengan Whatsap, twitter, face book, line, dsb.

Lebih jauh lagi ibu-ibu ini dikenalkan tentang konvergensi media konvensional dengan media on line seperti koran republik ada [Republika .com](http://Republika.com), koran Kompas ada [kompas.com](http://kompas.com).

Setelah melakukan sosialisasi literasi media digital, ibu-ibu diberikan pelatihan literasi media digital. Mereka diminta untuk mengidentifikasi dampak positif dan dampak negatif dari konten-konten media secara berkelompok. Setelah mengidentifikasi mereka diminta untuk menganalisis dan berdiskusi mengenai konten-konten media. Para ibu ini sangat antusias sampai akhirnya mereka mengerti dan memahami literasi media digital khususnya smartphone yang setiap harinya digunakan oleh mereka dan keluarga.

Tidak berhenti sampai di situ, ibu-ibu ini berhasil menjadi agen-agen perubahan di lingkungannya dalam menyosialisasikan literasi media digital khususnya smartphone. Setiap ada kesempatan seperti program rutin bulanan pertemuan dasawisma dan PKK, beberapa dari ibu-ibu ini telah aktif mensosialisasikan pentingnya pendidikan literasi media bagi keluarga.

## **Simpulan**

Literasi media digital berbasis Smartphone perlu mendapatkan perhatian tersendiri baik dari pemerintah, akademisi, NGO sampai pada ibu-ibu rumah tangga. Hasil penelitian literasi media ini memperlihatkan wujud nyata aplikasi dari sosialisasi dan pelatihan pendidikan literasi media digital berbasis smartphone kepada ibu-ibu rumah tangga di lingkungan Yogyakarta pada umumnya. Khususnya ibu-ibu rumah tangga di daerah kec. Gondmanan DI Yogyakarta dan Kec. Banguntapan Bantul, dimana ibu-ibu ini mampu menyerap materi yang diberikan, mengaplikasikannya, bahkan menyosialisasikan pendidikan literasi media digital berbasis smrtphone kepada lingkungan dimana mereka berada. Ibu-ibu RumaghTangga ini memang diarahkan untuk bisa menjadi agen perubahan di lingkungan di mana mereka berada.

**Saran** yang bisa diberikan :



1. Perlu diadakan secara berkala sosialisasi dan pelatihan literasi media digital di kalangan ibu-ibu rumah tangga ini supaya selalu ada refreshing dan materi-materi baru.
2. Perlu ada pengembangan wilayah sosialisasi dan pendidikan literasi media digital bagi ibu-ibu rumah tangga di wilayah lainnya, agar terjadi pemerataan.
3. Pemerintah perlu membuat sebuah regulasi khusus bagi ibu-ibu rumah tangga untuk diberikan pelatihan-pelatihan mengenai literasi media

## DAFTAR PUSTAKA

Baran, Stanley and Dennis K Davis. 2000. *Mass communication theory*. Canada: Wadsworth

Denzin, Norman K dan Lincoln, Yvonna. 1994. *Handbook of Qualitative Research*. London : Sage Publications

James, Potter W., 2005, *Literasi media*, third edition. New Delhi: Sage Publication

Littlejohn, Stephen W. 2002. *Theories of Human Communication*. sixth edition. California: Wadsworth Publishing Company.

McLuhan, Marshall, 2003, *Understanding Media*, London and Newyork: Routledge,

Moleong, Lexy J. 2006, *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Neuman, W Lawrence. 2000. *Social Research Methods : Qualitative and Quantitative Approaches*. fourth edition. Boston : Allyn and Bacon.

Sasangka dan darmanto. 2010, *Ketika Ibu Rumah Tangga Membaca televisi*. Yogyakarta: Tifa

Sendjaya, Sasa Djuarsa, Dkk, 1993, Pengantar Komunkasi, Jakarta: Universitas Terbuka,

Soemandoyo, Priyo. ND. *Wacana Gender dan Layar Televisi: Studi Perempuan dalam Pemberitaan Televisi*. Yogyakarta: Ford Foundation dan LP3Y

Sutopo, HB. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS PRESS.

Wiratmojo, 2010, *Ketika Ibu Rumah Tangga Membaca televisi*. Yogyakarta: Tifa

## Journal

Guntarto, B. 2001. Internet and the New Media: Challenges for Indonesian Children. Dalam *Media Asia*, 28 (4):195-203.

JoDML (Jurnal of Digital and Media Literacy)

The City of Boston's Broadband and Digital Equity Advocate: The First Twelve Months

Chun Meng Tang and Lee Yen Chaw , 2016, Digital Literacy: A Prerequisite for Effective Learning in a Blended Learning Environment? *The Electronic Journal of e- Learning Volume 14 Issue 1 2016*

**Sumber lain:**

<http://www.antaranews.com>

<http://www.bantulkab.go.id/kecamatan/Banguntapan.html>

<https://www.google.co.id/search?q=data+pengguna+internet+indonesia+2017&source>

diakses

tgl

17

Agustus

2017

# **DETERMINAN INVESTASI ASING LANGSUNG (PMA) DI INDONESIA : Studi Komparasi Pra dan Pasca Otonomi Luas Tahun 1990-2014**

Jamzani Sodik

Faculty of Economics, UPN Veteran Yogyakarta

## **Abstract**

*The purpose of this study is to analyze determinant of foreign investment in Indonesia for the period of 1990 to 2014, before and after the implementation of regional autonomy. The analysis method is using a panel data regression throughout Indonesia with provincial analysis unit, which is divided into two intervals, before the 1990-2000 regional autonomy, and after the 2001-2014 regional autonomy. Factor that affect the determinant of foreign investment in Indonesia are Market Size indicators (GDP of province and population of province), Resources indicators (labor force and human capital) and Competitiveness indicators (installed electric power, long road, wages, and level of economic openness).*

*The results of analysis showed that only two significant indicator of the determinant of foreign investment which are Resources and Competitiveness indicator. Variable labor force influential with a positive direction, for the whole period (1990-2014) and the period after the regional autonomy (2001-2014). Human capital variables also positive effect on foreign investment in the province in Indonesia the positive direction, for the whole period and the period after the regional autonomy. Variable electric power and length of the road for the whole period and the period after the regional autonomy, in a study conducted no effect on foreign investment in the provinces in Indonesia. While variable installed electric power and significant influence with a positive sign after the regional autonomy era. Wages variables have positive and significant correlation with the variable of foreign investment for the whole period and the period before the regional autonomy. Variable economic openness (openness) positive and significant impact on foreign investment in the province for the entire period both before the regional autonomy and after the regional autonomy.*

**Key Word :** *Foreign Investment, Market size, Competitiveness, Resources and Regional Autonomy*

## **A. Latar Belakang**

Terdapat sejumlah faktor yang sangat berpengaruh pada baik-tidaknya iklim berinvestasi di Indonesia. Faktor-faktor tersebut tidak hanya menyangkut stabilitas politik dan sosial, tetapi juga stabilitas ekonomi, kondisi infrastruktur dasar (listrik, telekomunikasi dan prasarana jalan dan pelabuhan), berfungsinya sektor pembiayaan dan pasar tenaga kerja (termasuk isu-isu perburuhan), regulasi dan perpajakan, birokrasi (dalam waktu dan biaya yang diciptakan), masalah *good governance* termasuk korupsi, konsistensi serta adanya kepastian dari kebijakan pemerintah (Tambunan, 2006).

Di Indonesia saat ini, daerah semakin inovatif dan berkompetsi satu sama lain dalam menarik investasi. Beberapa provinsi atau daerah menyerap investasi lebih tinggi dibanding yang lain. Data lima tahun terakhir dari tahun 2011-2015, menunjukkan bahwa arus masuk PMA di Indonesia sangat mencolok. Pulau Jawa menarik sejumlah

57 persen dari investasi asing senilai 43542.23 juta US\$. Sedangkan daerah lain, misalnya Pulau Kalimantan hanya mencapai 14 persen senilai 7987,94 juta US\$. Pulau Sumatera mencapai 13 persen senilai 7733,98 juta US\$ dan Pulau Sulawesi mencapai 5 persen atau 3424,38 juta US\$ (lihat Tabel 1).

**Tabel.1: Perkembangan Realisasi Investasi PMA berdasarkan Pulau th 2011-2015 (US\$ Juta)**

No	Lokasi	2011	2012	2013	2014	2015	Total
1	Sumatera	2076.56	3729.29	3395.35	3,844.6	3,732.8	7733.98
2	Jawa	12324.54	13659.92	17326.38	15,436.7	15,433.0	43542.23
3	Bali dan Nusa Tenggara	952.65	1126.55	888.87	993.4	1,265.1	3513.87
4	Kalimantan	1918.85	3208.65	2773.4	4,673.6	5,842.9	7987.94
5	Sulawesi	715.26	1507.03	1498.16	2,055.7	1,560.4	3424.38
6	Maluku	141.54	98.77	321.23	111.8	286.2	583.2
7	Papua	1345.14	1234.47	2414.16	1,414.0	1,155.7	3080.37
<b>Jumlah Total</b>		19474.53	24564.67	28617.55	28529.7	29275.94	69865.97

Sumber : Statistik Indonesia 2011-2015, diolah kembali.

Secara umum pulau Jawa lebih menarik investor PMA dibandingkan daerah lain karena adanya daya tarik seperti ketersediaan sarana dan prasarana, tenaga kerja yang melimpah, transportasi dan jalur informasi yang relatif lebih baik. Perkembangan Penanaman Modal Asing (PMA) yang telah disetujui pada lima tahun terakhir yaitu tahun 2011-2015 menunjukkan bahwa PMA masih terkonsentrasi di wilayah Jawa, terutama di DKI Jakarta, Jawa Barat, Banten dan Jawa Timur (lihat Tabel 2).

**Tabel 2: Perkembangan Realisasi Investasi PMA Pulau Jawa Th 2011-2015 (US\$ Juta)**

No	Lokasi	2011	2012	2013	2014	2015	Total
1	DKI Jakarta	4,824.08	4107.72	2591.13	4,509.36	3,619.39	19,651.69
2	Jawa Barat	3,839.36	4210.70	7124.88	6,561.95	5,738.71	27,475.60
3	Jawa Tengah	174.96	241.51	464.30	463.36	850.40	2,194.53
4	DIY	2.41	84.94	29.58	64.89	89.11	270.92
5	Jawa Timur	1,312.04	2298.78	3396.26	1,802.51	2,593.38	11,402.96
6	Banten	2,171.69	2716.26	3720.23	2,034.63	2,541.97	13,184.78
<b>Total P. Jawa</b>		12,324.54	13659.92	17326.38	15,436.69	15,432.96	74,180.48

Sumber : Statistik Indonesia 2011-2015, diolah kembali.

Terkonsentrasinya investasi PMA di Pulau Jawa tersebut, menjadi menarik ketika kebijakan otonomi daerah sedang dicanangkan di Indonesia. Ketika pemerintah daerah diharapkan untuk dapat mandiri dalam membangun daerahnya, pada kenyataannya hanya kurang dari ¼ (seperempat) daerah yang ada yang secara ekonomis mampu mandiri karena kekayaan alam yang kebetulan ada di wilayah tersebut. Adapun

sisanya masih mengalami kesulitan dalam memenuhi kebutuhan modal dan investasi guna melaksanakan pembangunan ekonomi di daerahnya (Kurniawan, 2002).

Ketimpangan pembangunan antar wilayah masih terjadi di Indonesia dikarenakan aktivitas ekonomi masih cenderung terkonsentrasi secara geografis di Kawasan Barat Indonesia (KBI) selama lebih 5 dasawarsa terakhir. Data BPS tahun 2015 menunjukkan aktivitas perekonomian secara spasial masih didominasi oleh kelompok provinsi di Pulau Jawa yang memberikan kontribusi 58,27 persen, kemudian diikuti oleh Pulau Sumatera sebesar 22,37 persen, Kawasan Timur Indonesia (KTI) hanya kebagian sisanya yaitu sekitar 17,96 persen. Tabel 3 dibawah ini menunjukkan peranan wilayah/pulau dalam pembentukan PDB nasional secara rinci.

**Tabel 3: Peranan Wilayah/Pulau dalam Pembentukan PDB Nasional (Persen)**

Wilayah/Pulau	2011	2012	2013	2014	2015
Sumatera	23,5	23,74	23,81	23,63	22,37
Jawa	57,6	57,65	57,99	58,51	58,27
Bali dan Nusa Tenggara	2,6	2,51	2,53	2,58	3,38
Kalimantan	9,6	9,30	8,67	8,21	7,99
Sulawesi	4,6	4,74	4,82	4,97	5,01
Maluku dan Papua	2,1	2,06	2,18	2,10	2,98
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber : Sumber : Statistik Indonesia 2011-2015, diolah kembali.

## B. Tinjauan Teori

Investasi Asing Langsung (*Foreign Direct Investment/*FDI) dibagi menjadi :

1) FDI vertikal. FDI yang dilakukan secara vertikal menyangkut desentralisasi secara geografis dari aliran produksi perusahaan. Perusahaan akan melakukan kegiatan produksi di negara-negara yang memiliki biaya tenaga kerja yang rendah, kemudian hasil produksi di Negara tersebut akan disalurkan kembali ke negara induk. Misalnya suatu produk yang proses produksinya *capital intensive* akan memindahkan proses produksinya ke negara-negara yang kaya akan modal.

2) FDI horizontal. FDI yang dilakukan secara horizontal akan memproduksi barang yang sama di beberapa negara. FDI jenis ini memiliki motivasi untuk mencari pasar yang baru. Keuntungan dari FDI dengan jenis ini adalah efisiensi di dalam biaya transportasi, karena tempat produksi yang ada menjadi lebih dekat dengan konsumen.

Menurut Ohlin, teori perdagangan tradisional memperlakukan FDI sebagai sebuah bentuk dari pergerakan modal secara internasional. Adanya perbedaan relatif kandungan *labor* dan kapital yang dimiliki antar negara menyebabkan perbedaan *rate of return* dari modal seperti dinyatakan dalam suku bunga. Hal ini menyebabkan terjadinya pergerakan modal dari negara kaya ke negara miskin.

## C. Tinjauan Empiris

Studi Kelly Liu, et al. a) (2012) di China menunjukkan bahwa ukuran pasar memegang prioritas bagi arus masuk FDI ke wilayah pesisir dan wilayah timur laut sedangkan tingkat keterbukaan adalah penentu yang paling penting bagi arus masuk FDI di wilayah tengah. Kualitas tenaga kerja tidak berpengaruh di wilayah pusat tetapi memiliki dampak positif pada arus masuk FDI ke pantai dan wilayah timur laut. Study TaeUg Rho et.al, (2012) melakukan penelitian di Korea dengan unit analisis daerah

provinsi, menemukan bahwa karakteristik lokasi (*endowment*) masing-masing daerah pada saat masuknya FDI mempengaruhi keputusan akhir pilihan lokasi. Sedangkan studi oleh Kelly Liu, et.al. (2012) di China mengungkapkan bahwa ukuran pasar, kualitas tenaga kerja, dan insentif pemerintah untuk menarik FDI secara positif dan signifikan mempengaruhi arus masuk FDI. Adapun biaya tenaga kerja tinggi mengurangi daya tarik suatu daerah. Infrastruktur fisik di wilayah tengah adalah faktor penting untuk menarik FDI, karena sejumlah besar teknologi rendah, FDI padat karya dari industri baru terkonsentrasi di wilayah tengah. Studi Fitriandi et. al (2014) memiliki beberapa implikasi penting tentang kebijakan publik yang bertujuan untuk menarik investasi asing di beberapa provinsi tertentu di Indonesia. Pembangunan infrastruktur diperlukan untuk meningkatkan arus masuk FDI, pemerintah harus lebih memperhatikan kualitas pembangunan infrastruktur untuk perusahaan asing. Selain itu, karena pengeluaran pemerintah yang besar menyebabkan arus masuk FDI menurun karena efek *crowding-out*, pemerintah harus membatasi intervensinya dan mempromosikan investasi swasta serta kegiatan ekonomi swasta.

#### D. Teknik Analisis

##### 1. Penurunan Model Estimasi

Model yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data panel dan translog model (Dees, 1998; Fung et al, 2000, 2002; Sun et al, 2002) yang dapat ditulis sebagai berikut:

$$\ln Y_{it} = \alpha_i + \sum \beta_k \ln Xk_{it} + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

Dimana  $Y_{it}$  adalah nilai dari investasi,  $X_{it}$ 's adalah faktor penentu lokasi investasi,  $\alpha_{it}$  adalah *individual effect* yang konstan antar waktu t dan spesifik untuk masing-masing unit *cross section* i.  $i = 1, 2, \dots, n$  merujuk pada unit *cross section*, dan  $t = 1, 2, \dots$ , t merujuk pada satu waktu tertentu. Metode *ordinary least square* dapat memberikan estimasi yang konsisten dan efisien terhadap  $\alpha$  dan  $\beta$ . Sedangkan penentu investasi,  $X_{it}$  terdiri dari, pengaruh kondisi ekonomi objektif wilayah (*market, resources, and competitiveness*) di daerah/provinsi terhadap pilihan lokasi investasi sebelum dan setelah otonomi daerah, sehingga translog model menjadi :

$$\ln Y_{it} = \alpha_i + \sum \beta_k \ln MarketSize_{it} + \sum \varphi_k \ln Resources_{it} + \sum \lambda_k \ln Competitiveness_{it} + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

Jadi penentu lokasi investasi dengan memasukkan semua variabel dapat ditulis sebagai berikut:

$$\ln Y_{it} = \alpha_i + \beta_1 \ln x1_{it} + \beta_2 \ln x2_{it} + \beta_3 \ln x3_{it} + \beta_4 \ln x4_{it} + \beta_5 \ln x5_{it} + \beta_6 \ln x6_{it} + \beta_7 \ln x7_{it} + \beta_8 \ln x8_{it} + \varepsilon_{it} \quad (3)$$

t adalah waktu (1990-2012)  
i adalah daerah/provinsi (26 provinsi)  
Y adalah nilai realisasi investasi PMA  
Indikator **Market size**  
X1 : PDRB daerah/provinsi  
X2 : Jumlah penduduk daerah/provinsi  
Indikator **Resources** :  
X3 : Angkatan Kerja adalah jumlah angkatan kerja daerah/provinsi  
X4 : *Human Capital* adalah Jumlah lulusan tingkat SLTA di daerah/provinsi  
Indikator **Competitiveness** :  
X5 : Daya Listrik terpasang di daerah/provinsi  
X6 : Panjang jalan di daerah/provinsi  
X7 : UMP adalah Upah minimum provinsi  
X8 : adalah tingkat keterbukaan ekonomi (ekspor netto) di daerah/provinsi  
D Otda : Dummy Kebijakan Otonomi Daerah

Persamaan (2) di atas,  $\beta_1$  adalah elastisitas PDRB dan  $\beta_2$  jumlah penduduk yang diharapkan akan bertanda positif. Dimensi *Resources* yaitu angkatan kerja ( $\beta_3$ ) berdasarkan teori maka tanda yang diharapkan adalah positif. Koefisien *human capital* ( $\beta_4$ ) diharapkan berkontribusi positif terhadap disparitas investasi. Dimensi *Competitiveness* yakni daya listrik terpasang dan panjang jalan juga diharapkan memiliki kontribusi positif. Sehingga  $\beta_5$  dan  $\beta_6$  diharapkan bertanda positif. sedangkan upah minimum provinsi ambiguous  $\beta_7 \neq 0$  Lebih lanjut, indikator ekonomi yang meliputi ekspor netto ( $\beta_8$ ) tanda yang diharapkan adalah positif.

## 2. Teknik Estimasi

Secara teoritis, ada beberapa keuntungan yang diperoleh dengan menggunakan data yang digabungkan tersebut. Pertama, semakin banyak jumlah observasi yang dimiliki bagi kepentingan estimasi parameter populasi yang membawa akibat positif dengan memperbesar derajat kebebasan (*degree of freedom*) dan menurunkan kemungkinan kolinearitas antar variabel bebas. Kedua, dimungkinkannya estimasi masing-masing karakteristik individu maupun karakteristik menurut waktu secara terpisah. Dengan demikian, analisa hasil estimasi akan lebih komprehensif dan mencakup hal-hal yang lebih mendekati realita. (lihat, Hsio,1995).

## E. Hasil dan Analisis

### 1. Hasil Regresi Data Panel

Tahap uji Hausman atau hausman statistic test untuk menguji antara pendekatan *fixed* dan *random effect*. Hasil uji hausmann untuk ketiga periode menunjukkan bahwa *chi square* hitung lebih besar daripada *chi square table* sehingga  $H_0$  ditolak. Dengan demikian estimasi menunjukkan bahwa pendekatan *fixed effects* lebih baik dibandingkan dengan pendekatan *random effect*. Berarti terdapat perbedaan antar unit yang dapat dilihat melalui perbedaan dalam *constans term*. Dalam *fixed effects model*

diasumsikan bahwa tidak terdapat *time-specific effect* dan hanya memfokuskan pada *individual-specific-effects*.

**Tabel 8: Uji Hausmann**

Periode Pengamatan	$\chi^2$ Hitung	$\chi^2$ Tabel
Seluruh Data (1990-2014)	56.927053***	20,09
Pra Otonomi (1990-2000)	58.953258***	20,09
Pasca Otonomi (2001-2014)	233.451563***	20,09

Sumber : Data Diolah

Keterangan : \*\*\* sig pada  $\alpha = 0,01$

Adapun hasil estimasi menggunakan model fixed effect disajikan pada tabel di bawah ini:

**Tabel 8: Hasil Estimasi Persamaan Regresi *Fixed Effect***

Variabel	Periode 1990-2014 (Seluruh data)	Periode 1990-2000 (Pra Otonomi)	Periode 2001-2014 (Pasca Otonomi)
LOG PDRB	-0.000318*** (-4.156773)	-3.55E-05 (-0.213481)	0.0002050* (1.824667)
LOG JP	1.64E-08*** (7.497322)	1.85E-08*** (2.674948)	1.00E-08*** (4.544089)
LOG UMP	6.19E-08** (2.179606)	1.54E-07*** (2.599870)	4.64E-08* (1.900114)
LOG AK	0.009206*** (25.64417)	0.001985 (0.975298)	0.010581*** (42.90104)
LOG EKSP	1.51E-07*** (3.194558)	1.94E-06** (2.028006)	2.83E-08 (0.879494)
LOG DL	2.76E-10 (0.254094)	2.79E-08** (2.207583)	1.30E-09* (1.819534)
LOG PJ	0.000757*** (6.914184)	-0.000643 (-0.622300)	0.000455*** (4.801749)
LOG HC	0.000138*** (5.089244)	0.000351*** (4.848077)	3.33E-05 (1.599225)
D OTDA	0.807315*** (20.99076)		
F hitung	24.79916	5.742943	84.14369
R 2 hitung	0.545029	0.357306	0.884332

Sumber : Data Diolah

Keterangan : \*\*\* sig pada  $\alpha = 0,01$ ; \*\* sig pada  $\alpha = 0,05$ ; \* sig pada  $\alpha = 0,10$

Angka dalam kurung adalah statistik hitung

## 2. Analisis dan Pembahasan

**Variabel dummy otonomi daerah** berpengaruh terhadap investasi PMA di Indonesia, ini menunjukkan bahwa kebijakan pemerintah mengenai otonomi daerah di Indonesia mengakibatkan adanya perubahan investasi PMA.

**Indikator Market Size** signifikan terhadap investasi PMA di Indonesia untuk ketiga periode pengamatan yaitu keseluruhan (1990-2014), sebelum otonomi daerah



(1990-2000) dan periode setelah otonomi (2001-2014). Hal ini memberikan bukti bahwa PMA yang ditanamkan di Indonesia bertujuan untuk mencari pasar (*market seeking*), baik yang berorientasi pasar domestik maupun yang berorientasi pasar ekspor. Jadi sesuai dengan penelitian sebelumnya. Hal ini cukup beralasan mengingat Indonesia mempunyai jumlah penduduk yang sangat besar, hasil studi ini sesuai dengan studi dari Abu N.M. Wahid, et.al (2004) di Afrika memberikan hasil bahwa kelimpahan sumber daya alam menjadi positif dan signifikan (mendukung kehadiran *resource seeking* FDI).

**Indikator Resources : Variabel angkatan kerja** berpengaruh dengan arah yang positif, untuk periode keseluruhan (1990-2014) dan periode setelah otonomi daerah (2001-2012). Ini sesuai dengan studi mengenai investasi yang ada menyatakan bahwa FDI atau MNCs lebih tertarik untuk datang di suatu negara yang memiliki ketersediaan sumber tenaga kerja yang banyak dan murah (Hayter, 2000 : 99). Begitu juga studi dari Qian Sun, et.al (2002) di China. Temuan ini menunjukkan bahwa selama periode penelitian dan setelah era otonomi daerah Indonesia memiliki nilai unggul di mata investor yaitu pada ketersediaan tenaga kerja dan upah buruh yang murah. Untuk **variabel human capital** juga berpengaruh positif terhadap investasi PMA di daerah provinsi di Indonesia untuk periode keseluruhan (1990-2014) dan periode sebelum otonomi daerah (1990-2000). Hasil ini sesuai dengan penelitian sebelumnya dari Kelly Liu, et.al (2012) kualitas tenaga kerja, secara signifikan positif mempengaruhi arus masuk FDI. Studi yang sama yang dilakukan oleh Danciu A.R, et.al (2012). Signifikannya variabel *human capital* dalam studi ini memberikan bukti bahwa untuk kasus daerah provinsi di Indonesia keberadaan *human capital* yang di proksi dengan jumlah lulusan tingkat SLTA bisa mempengaruhi investasi PMA yang masuk di wilayah provinsi. Akan tetapi untuk periode setelah otonomi daerah (2001-2014) variabel *human capital* tidak berpengaruh terhadap investasi PMA.

**Indikator Competitiveness : Variabel daya listrik dan panjang jalan** untuk periode keseluruhan (1990-2014) hanya panjang jalan yang berpengaruh. Sedangkan variabel daya listrik terpasang berpengaruh dan signifikan dengan tanda positif sebelum otonomi daerah (1990-2000). Studi yang dilakukan oleh Fitriandi et.al (2014) yang dilaksanakan di Indonesia dengan bukti yang jelas bahwa mendukung pembangunan infrastruktur dalam hal distribusi listrik, panjang jalan, distribusi air, dan kapasitas air, memainkan peran penting dalam menarik FDI ke provinsi di Indonesia. Dalam periode setelah otonomi (2001-2014) menunjukkan bahwa kedua variabel yaitu daya listrik dan panjang jalan berpengaruh positif terhadap investasi PMA di Indonesia, ini menunjukkan bahwa pentingnya variabel infrastruktur terhadap masuknya investasi PMA di daerah provinsi di Indonesia, sehingga pembangunan infrastruktur di daerah provinsi merupakan kondisi yang harus dilakukan oleh pemerintah daerah dalam rangka menjamin keberadaan investasi di daerah tersebut.

**Variabel Upah** memiliki hubungan positif dan signifikan dengan variabel investasi PMA untuk seluruh periode pengamatan, periode keseluruhan (1990-2014) dan periode sebelum otonomi daerah (1990-2000) dan periode setelah otonomi daerah (2001-2014). Hubungan yang positif ini dikarenakan investor sekarang ini sudah tidak lagi mempertimbangkan upah yang murah, tetapi lebih ke hal efisiensi biaya produksi dan optimalisasi produktivitas sumberdaya yang ada (Hayter, 2000 : 99). Beberapa studi yang dilakukan oleh Smith & Florida menemukan bahwa perusahaan otomotif Jepang cenderung memilih lokasi dengan tingkat upah yang lebih tinggi (Smith & Florida, 1994

: 34). Jadi bisa dikatakan bahwa variabel yang dijelaskan oleh upah tidak hanya mencakup efek biaya semata, akan tetapi juga efek ketrampilan (*Skills*), sebagai contoh adalah jika MNCs mencari tenaga kerja yang berpendidikan tinggi (Bonlarron, 2001 : 11). Tetapi untuk periode setelah otonomi daerah (2001-2012) variabel upah tidak signifikan. Studi dari Qian Sun, et.al (2002) di China memberikan bukti bahwa pentingnya penentu FDI bergerak melalui waktu. Upah memiliki hubungan positif dengan FDI sebelum 1991.

**Variabel Keterbukaan ekonomi (*openness*)** berpengaruh positif dan signifikan terhadap investasi PMA di daerah provinsi untuk seluruh periode (1990-2014) dan sebelum otonomi daerah (1990-2000). Hal ini sesuai dengan studi dari Nonnemberg dan Mendonca (2001), Abu N.M. et.al (2005), James B. Ang (2008), Kishor Sharma and Yapa Bandara (2010), Studi yang sama dari Yiyang Liu, et.al (2013) semakin terbuka suatu perekonomian, semakin terhubung dengan kegiatan ekonomi seluruh dunia. Dengan demikian, tinggi tingkat keterbukaan di suatu wilayah, lebih menarik bagi aliran masuk FDI, terutama untuk Arus masuk FDI berorientasi ekspor.

## **E. Penutup**

### **1. Kesimpulan dan Rekomendasi Kebijakan**

Pemerintah daerah diharapkan mengeluarkan suatu kebijakan baru yang mendorong investasi di daerah baik pemodal asing maupun oleh pemodal dalam negeri, sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi regional dan dapat mengurangi disparitas pendapatan.

Pemerintah daerah juga perlu melakukan koordinasi peraturan perundang-undangan baik tingkat vertikal (antara pemerintah pusat-provinsi-kabupaten/kota) dan pada tingkat horisontal (antar departemen dan badan-badan lainnya yang terkait), sehingga diperlukan reformasi mendasar berkaitan dengan perbaikan iklim bisnis, ekspor dan investasi PMA di Indonesia. Agenda reformasi yang perlu dilakukan adalah : pertama, mengkaji semua Perda dari Pemda Provinsi dan Kabupaten/kota di Wilayahnya yang berkaitan dengan investasi, kedua, bekerja sama dengan pemerintah pusat dan provinsi lain dalam mengembangkan prosedur dan standar pengkajian Perda yang berhubungan dengan investasi.

Hasil penelitian ini memiliki beberapa implikasi penting tentang kebijakan publik yang bertujuan untuk menarik investasi PMA di beberapa provinsi di Indonesia. Pembangunan infrastruktur sangat diperlukan untuk meningkatkan arus masuk investasi, pemerintah harus lebih memperhatikan pembangunan dan kualitas infrastruktur untuk perusahaan asing. Kebijakan lain bagi pemerintah untuk dapat menarik lebih banyak investasi adalah dengan memberikan prioritas pada bidang sumber daya manusia yaitu pendidikan dan peningkatan kualitas tenaga kerja (*human capital*).

## **DAFTAR PUSTAKA**

Baltagi, B. H, (2003), *Econometric Analysis of Panel Data*, Second Edition, John Wiley & Sons, LTD, The Atrium, Southern Gate, Chichester West Sussex PO198SQ, England

- Choong, C. K., and Lam, S. Y. (2011). Foreign Direct Investment, Financial Development and Economic Growth: Panel Data Analysis. *Journal of Applied Economics* issue 2, pages 57-73.
- Fitriadi, P, Kokinaka, and Koji Kotani. (2014), "Foreign Direct Investment and Infrastructure Development in Indonesia : Evidence from provinsi level data", *Asian Journal Of Empirical Research*, No. 4, p. 79-94
- Fung, K. C., Iizaka, H., Lee, J. and Parker, S., (2002), "Determinant of U.S. and Japanese foreign investment in China, *Journal of Comparative Economics*. Vol. 30, Issue. 3, p. 567–578
- Fung, K. C., Iizaka, H., Lin, C. and Siu, A., (2002), "An Econometric Estimation of Locational Choices of Foreign Direct Investment: The case of Hong Kong and U.S. Firm in China," *Asian Development Bank Institute*
- Hayter, R, (2000). *The Dynamic of Industrial Location : The Factory, the Firm, and the Production System*, Chichester John Wiley & Sons.
- Hsiao, C, (1995), "*Analysis of Panel Data*", Cambridge, England: Cambridge University Press
- James B. Ang, (2008), "Determinants of foreign direct investment in Malaysia", *Journal of Policy Modeling*, 30 (2008) 185–189
- Jacob A. Jordaan, (2012), "Agglomeration and the Location Choice of Foreign Direct Investment: New Evidence from Manufacturing FDI in Mexico", *Estudios Económicos*, vol. 27, n°um. 1, enero-junio, páginas 61-97
- Kelly Liu, Kevin Daly & Maria Estela Varua, (2012), "Determinants of Regional Distribution of FDI Inflows across China's Four Regions" *International Business Research*; Vol. 5, No. 12, p. 1913-9012
- Kishor Sharma and Yapa Bandara, (2010), "Trends, Patterns and Determinants of Australian Foreign Direct Investment", *Eastern Journal Of European Studies*, Volume 1, Issue 2, December 2010, p. 661-676
- Kurniawan, Budi, A., (2002), "*Faktor-Faktor Penentu Investasi Asing Langsung Dalam Memilih Lokasi Industri Manufaktur di Pulau Jawa, 1994-1999*", Tesis S2 Program Pascasarjana UGM, tidak dipublikasikan
- Kurniati, Yati, Andry, Prasmuko, dan Yan Fitri, (2007), "Determinan FDI (Faktor-faktor yang Menentukan Investasi Asing Langsung)", *Working Papers*, Bank Indonesia
- Nam Hoai Trinh. (2013), "Agglomeration Economies And The Location Of Foreign Direct Investment : Empirical Evidence From Vietnam", *Asian Economic and Financial Review*, 3(4):512-531
- Nonnemberg, Marcelo, B., Mendonca, Mario, J, C., (2003), "*The Determinant Of Foreign Direct Investment In Developing Countries*", Instituto de Pesquisa Economica Aplicada.
- Qian Sun, et.al (2002), "Determinants of foreign direct investment across China", *Journal of International Money and Finance*, 21, 79–113
- Recep Kok, Bernur Acikgoz Ersoy (2009), "Analyses of FDI determinants in developing countries", *International Journal of Social Economics* Vol. 36 Nos 1/2, pp. 105-123 q Emerald Group Publishing Limited 0306-8293 DOI 10.1108/03068290910921226
- Saime S. Kayam, et.al (2012), "What causes the regional disparity of FDI in Russia? A spatial analysis", MPRA Paper No. 39151, posted 31. May 2012 12:52 UTC

- Smith, D.F. Jr, and Florida, R, (1994). "Agglomeration and Industrial Location: An Econometric Analysis of Japanese-Affiliated Manufacturing Establishments in Automative-Related Industries", *Journal Of Economic* 36:23-41.
- TaeUg Rho, NanJoo, (2012), "A Study on the Determinants of Location Choice in Inward Foreign Direct Investment (FDI): Focusing on the Incheon Free Economic Zone", *Journal of Modern Accounting and Auditing*, ISSN 1548-6583, April, Vol. 8, No. 4, 488-502
- Tambunan, TH. Tulus, (2006), "*Iklm Investasi di Indonesia : Masalah, Tantangan dan Potensi*", KADIN, Jetro, Jakarta.
- Yiyang Liu, Kevin Daly, Maria Estela Varua, (2013)," Determinants of China's Regional FDI Inflows", *China-USA Business Review*, Vol. 12, No. 6, 552-561
- \_\_\_\_\_, Statistik Indonesia, BPS, berbagai edis

# PEMODERASIAN STRUKTUR KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL PENDEKATAN *AGENCY THEORY*

Khoirul Hikmah, SE, M.Si,

FEB Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

## Abstact

The study aims to examine the role of institutional ownership structures in moderating the influence of investment opportunity sets on company funding policies. The decision to invest and debt causes agency problems. The company is in a position of financial distress that is affected by the company's ownership structure. This study uses panel data, eviws analysis and factor analysis. Company samples, all listed companies in Indonesia Stock Exchange 2007-2014. The results show that IOS (MVEBVE) before and after controlled (Size, Business Risk and Profitability) negatively affects the company's funding policy is proven. Institutional ownership moderates the influence of IOS (MVEBVE) on DER before and after control is proven.

Keyword: Investment Opportunity Set, Funding Policy, Ownership Structure, Agency Theory

## LATAR BELAKANG

Krisis global dan globalisasi tahun 2015, krisis Yunani serta MEA (Masyarakat Ekonomi Asean) memberikan dampak bagi perekonomian di Indonesia, yaitu pertumbuhan ekonomi Indonesia mengalami penurunan. Terkait dengan rupiah, BI akan mengintervensi pasar dengan memasok dollar AS. Hal ini dilakukan agar investor tetap tertarik menginvestasikan dananya di Indonesia. Keputusan untuk melakukan investasi dan utang menyebabkan masalah keagenan (*agency problem*). Moh'd *et al.*, (1998) menyatakan distribusi saham pemegang saham dari luar (kepemilikan institusional) dapat mengurangi *agency cost*.

Menurut Magginson (1997), struktur kepemilikan memiliki pengaruh terhadap kebijakan pendanaan (utang). Perusahaan harus membuat kebijakan pendanaan yang tepat agar utang yang digunakan mampu membantu perusahaan untuk tumbuh dan berkembang (*investment opportunity set*) sehingga tidak terjadi kegagalan dalam membayar utang (Damayanti, 2006). Hal ini yang memotivasi peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut terkait kebijakan investasi dan kebijakan pendanaan yang dilakukan perusahaan serta kaitan struktur kepemilikan institusional perusahaan sebagai variabel moderasi dan *firm size*, *risiko bisnis* serta *profitability* sebagai variabel kontrol.

## RUMUSAN MASALAH :

Berdasarkan latar belakang, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah

1. Apakah IOS mempengaruhi kebijakan pendanaan perusahaan?

2. Apakah kepemilikan institusional memoderasi pengaruh *IOS* terhadap kebijakan pendanaan perusahaan?

## **TUJUAN PENELITIAN**

Berdasarkan hal tersebut diatas, maka penelitian ini bertujuan:

1. Menganalisis pengaruh *IOS* terhadap kebijakan pendanaan perusahaan.
2. Menganalisis pengaruh moderasi kepemilikan institusional terhadap *IOS* dan kebijakan pendanaan perusahaan.
- 3.

## **KONTRIBUSI PENELITIAN**

Penelitian diharapkan memberikan kontribusi kepada beberapa pihak berikut ini:

1. Memberikan informasi arah kebijakan investasi dan pendanaan (utang) dengan mempertimbangkan kepemilikan institusional.
2. Memberikan bukti empirik terkait teori *agency* yang menyatakan *IOS* mempengaruhi kebijakan pendanaan dan struktur kepemilikan.

## **KAJIAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERKAIT**

Menurut Eisenhardt (1989), teori keagenan dilandasi tiga asumsi, yaitu: 1. Asumsi tentang sifat manusia, 2. Asumsi tentang keorganisasian, 3. Asumsi tentang informasi. Menurut Arifin (2003) mekanisme pengurang agensi yang terbukti efektif untuk mengurangi masalah agensi di Amerika Serikat, seperti peningkatan porsi utang, tidak efektif jika diaplikasikan di Indonesia, disebabkan ada perbedaan tingkat *asymmetric information* antara perusahaan di Amerika Serikat dan perusahaan *go public* di Indonesia.

Shleifer dan Vishny (1997) menjelaskan masalah keagenan ada 3 tipe: 1. masalah keagenan yang terjadi antara **pemegang saham dan manajer**. Masalah ini disebut sebagai ***Agency Problem I*** (Villalonga dan Amit, 2006) atau ***Type I Agency Costs*** (Bozec dan Laurin, 2008)., 2. masalah keagenan yang terjadi antara **pemegang saham pengendali dan pemegang saham nonpengendali**. disebut ***Agency Problem II*** atau ***Type II Agency Costs***, 3. masalah keagenan yang terjadi antara **pemegang saham dan debtholder** disebut ***Type III Agency Costs***. Ada dua tipe hubungan antara agen dan principal, yaitu (1) pertama, hubungan antara pemilik perusahaan atau *shareholder* dengan top manajemen (Jensen dan Meckling 1976), (2) kedua, hubungan antara top manajemen yang bertindak sebagai principal dengan manager unit sebagai agen (Govindarajan dan Fisher 1990). Konflik keagenan di Indonesia disebabkan karena perbedaan kepentingan, pemisahan kepemilikan serta kontrol atas perusahaan dan adanya asimetri informasi antara pemilik dan manajer (Dey, 2008)

Crutchley & Hansen (1989) menjelaskan peningkatan jumlah utang untuk pengendalian konflik keagenan akan meningkatkan risiko kebangkrutan dan risiko bisnis (*earning volatility*). Brous dan Kini (1994) menyatakan bahwa ketatnya pengawasan yang dilakukan investor institusional tergantung pada besarnya investasi yang dilakukan. Bathala *et al* (1994) menemukan bahwa kepemilikan institusional dapat menggantikan keputusan manajemen dalam mengontrol *agency cost*. Cornet *et al*. (2006) menemukan adanya bukti yang menyatakan bahwa tindakan pengawasan harus

dilakukan oleh perusahaan dan pihak investor institusional untuk dapat membatasi perilaku manajemen. Fama (1978) mengatakan bahwa nilai perusahaan semata-mata ditentukan oleh keputusan investasi. Fama dan French (1998), menemukan bahwa investasi yang dihasilkan dari kebijakan dividen dan leverage memiliki informasi yang positif tentang perusahaan di masa yang akan datang.

## **PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **a. Pengaruh IOS Terhadap Kebijakan Pendanaan**

Myers (1977) berpendapat bahwa untuk perusahaan dengan peluang pertumbuhan, lebih berisiko terhadap utang. Chen dan Steiner (1999) menunjukkan bahwa pada kondisi risiko tinggi manajer memilih proyek berisiko tinggi dengan tujuan mendapat *return* tinggi. Pengurangan risiko dilakukan dengan menggunakan pendanaan utang dari pihak kreditur. Penelitian Chen (2005) membuktikan bahwa pertumbuhan perusahaan berhubungan positif dengan utang perusahaan. Penelitian Fama dan French 2000 menemukan bahwa terdapat hubungan negatif antara keuntungan dengan utang perusahaan yaitu perusahaan yang *profitable* menggunakan utang yang lebih sedikit dan adanya hubungan positif antara IOS dengan utang perusahaan. Khangah & Lida 2013, meneliti hubungan kebijakan pendanaan dan IOS dalam kondisi ekonomi yang berbeda. Hasilnya menunjukkan bahwa IOS mempunyai pengaruh yang positif pada kebijakan pendanaan baik pada kondisi ekonomi buruk maupun kondisi ekonomi baik (penelitian di Teheran Stock Exchange). Maka bisa ditarik hipotesis 1 sebagai berikut :

H<sub>1</sub> : IOS berpengaruh negatif terhadap kebijakan pendanaan perusahaan

### **b. Pengaruh Moderasi Kepemilikan Institusional Terhadap IOS dan Kebijakan Pendanaan**

Meningkatnya kepemilikan saham oleh *institutional ownership* dapat mengimbangi kebutuhan terhadap penggunaan utang. Hal ini menunjukkan institusional investor memiliki wewenang lebih besar jika dibandingkan dengan pemegang saham lainnya, untuk memilih proyek yang lebih berisiko dengan memperoleh keuntungan yang tinggi (Dwi *et al.* 2012). Sehingga bisa ditarik hipotesis 2 sebagai berikut :

H<sub>2</sub>: Struktur kepemilikan institusional memoderasi pengaruh IOS terhadap kebijakan pendanaan perusahaan.

## **METODE PENELITIAN**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan *go public* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2007 sampai 2014. Pemilihan sampel berdasarkan metode *purposive sampling*.

### **Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

#### **1. Kebijakan Pendanaan (Variabel Terikat)**

**DER / Debt to equity Ratio = Total Debt / Total Equity**

## 2. Investment Opportunity Set (IOS) (Variabel Bebas)

**Tabel 1. Variabel untuk membentuk proksi IOS**

No	Proksi IOS	Pengukuran	Peneliti
1	Book to market value of assets (MBVA)	$MVABVA = \frac{[\text{Total Aktiva} - \text{Total Ekuitas} + \text{Jumlah Saham Beredar} \times \text{Harga Penutupan Saham}]}{\text{Total Aktiva}}$	Chung & Charoenwong (1991), Smith & Watts, (1992), Skinner (1993), Gaver & Gaver (1993), Cahan & Hossain (1995), Kallapur & Trombley (1999), Sami, <i>et al.</i> (1999), Gul, A. Ferdinand (1999), Adam et al, (2003), Abbott, (2001), Jones, Stewart & Rohit Sarma (2001), AINajjar & Belkaoui (2001), Mira, <i>et al.</i> (2002).
2	Market to book value of equity (MBVE)	$MVEBVE = \frac{[\text{Jumlah saham beredar} \times \text{harga penutupan saham}]}{\text{Total Ekuitas}}$	Chung & Charoenwong (1991), Smith & Watts (1992), Skinner (1993), Gaver & Gaver (1993), Cahan & Hossain (1995), Kallapur & Trombley (1999), Sami, et al. (1999), Gul, A. Ferdinand (1999), Adam, Tim & Vidhan, K. Goyal (2000 & 2003), AI Najjar & Belkaoui (2001), Abbott, J. Lawrence (2001), Jones, Stewart & Rohit Sarma (2001), Mira, et al. (2002), Collins & Kothari (1989), Hartono (1999)
3	Tobin's Q (TOBIQ)	$\text{Tobin's Q} = \frac{\{[\text{Jumlah saham beredar} \times \text{harga penutupan saham}] + \text{Total utang} + \text{sediaan} - \text{Jumlah aktiva lancar}\}}{\text{total aktiva.}}$	Skinner (1993), Chung, dan Charoenwong (1998), Kallapur dan Trombley (1999), dan Mahfud (2004)
4	Earnings to price ratios (PER)	$PER = \frac{[\text{Harga penutupan saham per lembar}]}{\text{Laba bersih per saham (EPS)}}$	Chung & Charoenwong (1991), Smith & Watts (1992), Skinner (1993), Gaver & Gaver (1993), Cahan & Hossain (1995), Kallapur & Trombley (1999), Sami, et al. (1999), Gul, A. Ferdinand (1999), Adam, Tim & Vidhan, K. Goyal (2000 & 2003), Jones, Stewart & Rohit Sarma (2001), AINajjar & Belkaoui (2001), Hartono (1999), dan Mahfud (2004)



5	Ratio of property, plant, and equipment to firm value of the assets (PPEFVA)	[Total Asset - Total Ekuitas + Lembar saham beredar * Harga Penutupan saham] dibagi dengan aktiva tetap bersih.	Skinner (1993), Kallapur & Trombley (1999), Sami, Heibatollah, S.M. Simon Ho, dan C.K. Kevin Lam (1999), Adam, Tim & Vidhan, K. Goyal (2003), Jones, Stewart & Rohit Sarma (2001).
6	Ratio of capital expenditure to book value of assets (CEBVA)	CEBVA = [Nilai Buku Aktiva Tetap t - Nilai Buku Aktiva Tetap t-1] : [Total Aktiva]	Jones dan Sharma (2001).
7	Rasio capital expenditure to market of assets (CEMVA)	CEMVA = (Nilai buku aktiva tetap - Nilai buku Aktiva Tetap-1) : [ Total Asset - Total Ekuitas + (Lembar Saham Beredar * Harga Penutupan Saham) ]	Jones dan Sharma (2001).
8	Rasio Investment to Net Sales (INS)	INS = Investasi / Net Sales	Kallapur dan Trombley (1999), dan Hartono (1999)

### 3. Struktur Kepemilikan institusional (Variabel Moderasi)

Variabel kepemilikan institusional sebagai *dummy* diwakili angka 0 dan 1. Angka 0 menunjukkan perusahaan tidak memiliki kepemilikan institusional sedangkan nilai 1 menunjukkan perusahaan memiliki kepemilikan institusional.

### 4. Variabel kontrol :

#### a. Firm Size

*Size* = logaritma dari *total assets*

#### b. Risiko Bisnis

Risiko Bisnis = STD (operating income/total asset)

#### c. Profitability

*Return on Assets (ROA)* = *EAT/ Total Asset* atau *net income/total asset*

### Teknik Analisis dan Pengujian Hipotesis

#### 1. Analisis Faktor (*Confirmatory Factor Analysis*)

Perhitungan *Investment Opportunity Set (IOS)* dengan menggunakan analisis faktor. Tahap-tahap analisis faktor (Hair *et al.*, 1998) : a. *KMO dan Bartlett's Test of Sphericity*, b. *Communalities*, c. *Extraction*, d. *Rotation*

## 2. Pengujian Hipotesis

Secara sistematis analisis regresi yang digunakan untuk menguji penelitian ini adalah dengan menggunakan regresi linear berganda dan regresi moderasi dengan data panel. Untuk menguji hipotesis 1, model data panel sebagai berikut :

- a. Model sebelum memasukkan variabel kontrol

$$DER_{it} = a + \beta_1 IOS_{it} + e_{it} \dots (\text{persamaan 1})$$

- b. Model setelah memasukkan variabel kontrol

$$DER_{it} = a + \beta_1 IOS_{it} + \beta_2 Size_{it} + \beta_3 Risiko\ Bisnis + \beta_4 Profitability_{it} + e_{it} \dots (\text{persamaan 2})$$

Untuk menguji hipotesis 2 , persamaan regresi model data panel sebagai berikut :

- a. Model sebelum memasukkan variabel kontrol

$$DER_{it} = a + \beta_1 IOS_{it} + \beta_2 KEP\ INST_{it} + \beta_3 IOS_{it} * KEP\ INST_{it} + e_{it} \dots (\text{persamaan 3})$$

- b. Model setelah memasukkan variabel kontrol

$$DER_{it} = a + \beta_1 IOS_{it} + \beta_2 Size_{it} + \beta_3 Risiko\ Bisnis + \beta_4 Profitability_{it} + \beta_5 KEP\ INST_{it} + \beta_6 IOS_{it} * KEP\ INST_{it} + e_{it} \dots (\text{persamaan 4})$$

## 3. Pengujian Model Regresi Data Panel

Dalam teknik estimasi model regresi data panel, ada tiga teknik yang bisa digunakan yaitu model dengan metode PLS (*common*), model *Fixed Effect* dan *Random Effect* (Widarjono, 2009 dan Gujarati & Dawn, 2012).

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### 1. *KMO dan Bartlett's Test of Sphericity*

Pada tabel nilai KMO sebesar 0,501 dan Bartlett's test sebesar 831,194 dengan tingkat signifikansi 0,000. Angka tersebut sudah di atas 0,5 dan tingkat signifikansi jauh di bawah 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), maka variabel dan sampel yang ada bisa dianalisis lebih lanjut.

### 2. *Communalities*

Komunalitas untuk variabel aktivitas berkisar antara 0,000 sampai 0,807. Menunjukkan hanya variabel MVEBVE dan MVABVA yang memiliki komunalitas tinggi, maka kedua variabel tersebut dapat mencerminkan IOS.

### 3. *Extraction*

Kriteria untuk mengekstraksi faktor adalah *Latent Root Criterion*, yaitu faktor yang diekstraksi adalah faktor yang mempunyai *Eigenvalue* lebih dari 1. Dengan kriteria ini, ekstraksi faktor dapat menghasilkan 4 faktor yang dapat digunakan dan keseluruhan faktor mempunyai nilai variance mencapai sebesar 61,556% dari variance total.

### 4. *Rotation*

Metode rotasi faktor yang digunakan adalah *Varimax*, hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel MVEBVE merupakan variabel penyusun faktor IOS dengan nilai paling besar yaitu mencapai 0,898 kemudian variabel MVABVA sebesar 0,897.

## Pengujian Hipotesis

## 1. Pengujian Hipotesis 1

### a. IOS terhadap DER

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat bahwa variabel MVEBVE pada uji chow menunjukkan hasil yang signifikan, tetapi pada uji hausman menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Hal ini berarti bahwa teknik fixed merupakan teknik yang paling tepat. Pada teknik fixed, variabel MVEBVE mempunyai t hitung sebesar -2,17 dengan tingkat signifikansi 0,029 yang lebih kecil dari  $\alpha(0,05)$ . Hal ini menunjukkan bahwa **IOS yang diproyeksi dengan variabel MVEBVE mempunyai pengaruh negatif terhadap keputusan pendanaan (DER) terbukti..**

Tabel 2. Pengaruh Variabel IOS terhadap DER

Variabel	Metode	t hitung	Sig.	Keterangan
MVEBVE	Uji Chow	43.008920	0.0000	Sig.
	Uji Hausman	0.586084	0.4439	Tidak Sig.
	Fixed	-2.179986	0.0294	Sig.

Sumber : Data Sekunder Diolah, 2017

### b. IOS (MVEBVE) dan variabel kontrol terhadap DER

Tabel 3. Pengaruh Variabel IOS dan Variabel Kontrol terhadap DER

Teknik	Variabel	t hitung	Sig.	Keterangan
Effect Testing	Uji Chow (LM Test)	1141.515103	0,0000	Sig.
	Uji Hausman	24.928146	0.0001	Sig.
Random	Konstanta	1.496970	0.1346	Tidak Sig,
	MVEBVE	-0.363428	0.7163	Tidak Sig.
	LOG_SIZE	3.346311	0.0008	Sig.
	RISK	1.028460	0.3039	Tidak Sig.
	ROA_ROI	-6.808840	0.0000	Sig.
R Square		= 0.049101		
F statistik		= 18.87299		
Signifikansi		= 0.0000		

Sumber : Data Sekunder Diolah, 2017

Berdasarkan tabel 3, uji Chow (LM Test) dan Uji Hausman menunjukkan hasil yang signifikan. Hal ini berarti bahwa teknik random merupakan teknik yang paling tepat. Pada teknik random menunjukkan F hitung sebesar 18,87 dengan tingkat signifikansi 0,00 yang lebih kecil dari  $\alpha(0,05)$ , berarti **IOS yang diproyeksi oleh MVEBVE serta variabel kontrol secara simultan berpengaruh signifikan terhadap DER terbukti.**

Variabel *size* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap DER, variabel ROA/ROI mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap DER.

## 2. Pengujian Hipotesis 2

### a. Pengaruh IOS (MVEBVE) dan kepemilikan institusional terhadap kebijakan pendanaan perusahaan

Berdasarkan tabel 4 pada uji Chow (LM Test) dan uji Hausman pada kepemilikan institusional menunjukkan hasil yang signifikan. Hal ini berarti bahwa teknik random merupakan teknik yang paling tepat. Dimana F hitung sebesar 16,66 dengan tingkat signifikansi 0,00 yang lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05), berarti IOS yang diproyeksi oleh MVEBVE dan kepemilikan institusional secara simultan berpengaruh signifikan terhadap DER. **Kepemilikan institusional memoderasi pengaruh IOS (MVEBVE) terhadap DER.**

Tabel 4. Pengaruh Variabel IOS (MVEBVE) dan kepemilikan institusional terhadap DER

Kepemilikan saham	Teknik	Variabel	t hitung	Sig.	Ket.	
Kepemilikan Institusional	Effect Testing	Uji Chow (LM Test)	38.678785	0.0000	Sig.	
		Uji Hausman	37.217325	0.0000	Sig.	
	Random	Konstanta	5.016733	0.0000	Sig.	
		MVEBVE	-2.935733	0.0034	Sig.	
		Inst	2.074250	0.0382	Sig.	
		MVEBVE* Inst	-6.349416	0.0000	Sig.	
	R Square		= 0.033036			
	F statistik		= 16.66085			
	Signifikansi		= 0.000000			

Sumber : Data Sekunder Diolah, 2017

### b. Pengaruh IOS (MVEVBE) dan kepemilikan institusional terhadap kebijakan pendanaan perusahaan dengan menggunakan variabel control

Berdasarkan tabel 5 pada uji Chow (LM Test) dan Uji Hausman pada kepemilikan institusional menunjukkan hasil yang signifikan. Hal ini berarti bahwa teknik random merupakan teknik yang paling tepat. Dimana F hitung sebesar 15,79 dengan tingkat signifikansi 0,00 yang lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05), berarti IOS (MVEVBE) dan kepemilikan institusional dengan menggunakan variabel kontrol secara simultan berpengaruh signifikan terhadap DER. Secara parsial IOS (MVEVBE) serta variabel kepemilikan institusional tidak berpengaruh signifikan terhadap DER. Variabel *size* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap DER, sedangkan variabel

ROI berpengaruh negatif dan signifikan terhadap DER. **Kepemilikan institusional memoderasi pengaruh IOS yang diproyeksi dengan MVEVBE terhadap DER dengan menggunakan variabel kontrol.**

Tabel 5. Pengaruh Variabel IOS (MVEVBE) dan kepemilikan institusional serta variabel kontrol terhadap DER

Kepemilikan saham	Teknik	Variabel	t hitung	Sig.	Ket.
Kepemilikan Institusional	Effect Testing	Uji Chow (LM Test)	34.020983	0.0000	Sig.
		Uji Hausman	34.113534	0.0000	Sig.
	Random	Konstanta	1.277706	0.2016	Tdk. Sig.
		MVEVBE	-0.790920	0.4291	Tdk. Sig.
		LOG_SIZE	3.544941	0.0004	Sig.
		RISK	0.213399	0.8310	Tdk. Sig.
		ROA_ROI	-6.313285	0.0000	Sig.
		INST?	2.283468	0.0225	Tdk. Sig.
		MVEVBE_INST	-6.208128	0.0000	Sig.
		R Square		= 0.076717	
F statistik		= 20.21887			
Signifikansi		= 0.000000			

Sumber : Data Sekunder Diolah, 2017

## PEMBAHASAN

**Hasil penelitian hipotesis 1** menunjukkan IOS (MVEBVE) sebelum maupun setelah dikontrol berpengaruh negatif terhadap DER terbukti. Hasil penelitian konsisten mendukung penelitian-penelitian sebelumnya (Myers, 1977, Watts dan Zimmerman, 1990; Smith dan Watts, 1992; Gaver dan Gaver, 1993 dan 1995; Kallapur dan Trombley, 1999; Gul & Kealey, 1999; Abbott, 2001; Jones, 2001; Agung, 2003) tetapi tidak mendukung penelitian Hartono, 1999; Sami et.al, 1999; Ho *et al.* 2004; Chen, 2005; Hikmah, 2004 dan 2008; Ratnawati, 2007; Itturiaga, 2008; Purnamasari 2009; Dini 2010; Khanqah, *et al.* 2013; Ardestani, *et al.* 2013 karena penelitian mereka menghasilkan bahwa IOS berpengaruh positif terhadap kebijakan pendanaan .

**Hasil penelitian hipotesis 2** menunjukkan bahwa kepemilikan institusional memoderasi pengaruh IOS (MVEBVE) terhadap DER baik sebelum maupun setelah dikontrol terbukti. Hasil penelitian konsisten mendukung penelitian-penelitian sebelumnya (Cruthcley dan Hansen, 1989; Braus dan Kini, 1994; Bathala et al, 1994;

Magginson, 1997; Mitton, 2002; Corner, 2006; Tarjo, 2008; Pithaloka, 2009; Indahningrum dan Handayani, 2009; Yenieatie dan Destriana, 2010; Dwi et al, 2012). Wahidahwati (2002), Listyani (2003), Masdupi (2005), Junaidi (2006), Yenieatie dan Destriana (2010) menemukan kepemilikan institusional berpengaruh negatif terhadap kebijakan pendanaan. Tetapi tidak mendukung penelitian Murni & Andriana (2007), Indahningrum & Handayani (2009), Kim dan Sorensen (1986) karena kepemilikan institusional memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kebijakan pendanaan.

## **SIMPULAN, SARAN, KETERBATASAN DAN REKOMENDASI**

### **A. Simpulan**

1. IOS ( MVEBVE) sebelum maupun setelah dikontrol (*Size*, Risiko Bisnis dan *Profitability*) berpengaruh negatif terhadap kebijakan pendanaan terbukti.
2. Kepemilikan institusional memoderasi pengaruh IOS (MVEBVE) terhadap DER baik sebelum maupun setelah dikontrol terbukti.

### **B. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya**

1. Menambahkan variabel proksi IOS lainnya baik menggunakan proksi berdasarkan harga, investasi maupun ukuran variansi.
2. Peneliti bisa memasukkan variabel moderasi selain struktur kepemilikan yang mampu menjelaskan pengaruh IOS terhadap kebijakan pendanaan.
3. Sampel menggunakan seluruh perusahaan yang listed di BEI. Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan dengan sampel negara-negara ASEAN untuk dapat menggeneralisir hasil penelitian.
4. Periode pengamatan bisa diperpanjang tidak hanya 8 tahun.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

1. Variabel yang digunakan sebagai proksi IOS hanya 8 variabel Ukuran proksi IOS sangat beragam dan mempunyai sifat unobservable sehingga semakin banyak variabel yang digunakan semakin baik.
2. Kepemilikan manajerial tidak dimasukkan sebagai variabel moderasi dalam penelitian karena menurut Magginson 1997 dan Chai (2010), persentase lebih dari 5% merupakan indikator yang sesuai sedangkan kepemilikan manajerial di Indonesia tidak lebih dari 5%.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Abbott, Lawrence J. 2001. Financing, Dividend and Compensation Policies Subsequent to a Shift in the Investment Opportunity Set, *Managerial Finance*, Volume 27 Number 3: 31-47.
- Adam, T., dan V.K. Goyal. 2003. The Investment Opportunity Set and its Proxy and Variables : Theory and Evidence, *Departement Of Finance. Hongkong University of Science & Technology*.

- Agung, Julianto, 2003. Analisis Hubungan Antara Gabungan Proksi Investment Opportunity Set dan Real Growth dengan Menggunakan Pendekatan Confirmatory Factor Analysis, *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, Vol.6, No.1, Januari, hal 69-92.
- Akhtaruddin, M. & Hossian, M. 2008. Investment Opportunity Set, Ownership Control and Voluntary Disclosures in Malaysia, *JOAAG*, Vol. 3. No. 2.
- Al Najjar, Fouad K. dan Ahmed Riahi-Belkaoui. 2001. Empirical Validation of a General Model of Growth Opportunities, *Managerial Finance*, Volume 27 Number 3: 72-90.
- Anderson, R. C., Mansi, S. A., and Reeb, D. M. (2002). Founding Family Ownership and the Agency Cost of Debt. *Journal of Financial Economics*, 68, 263-285.
- Ardestani, Hananeh Shahteimoori, Siti Zaleha Abdul Rasid, Rohaida Basirudin, Mohammadghorban Mehri, 2013, Dividend Payout policy, Investment Opportunity Set and Corporate Financing, *Journal of Applied Finance & Banking*, vol. 3, no. 1, 2013, 123-136 ISSN: 1792-6580 (print version), 1792-6599 (online) Scienpress Ltd.
- Ayuningtias, Dwi. 2013. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan: Kebijakan Dividen Dan Kesempatan Investasi Sebagai Variabel Antara, *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi Volume 1 Nomor 1, Januari 2013*.
- Baker, George P., 1993, Growth, Corporate Policies, and the Investment Opportunity Set, *Journal of Accounting and Economics* 16: 161-165.
- Balachandran Muniandy, John Hillier & Suvan Naidu. 2010. Internal corporate governance, investment opportunity set and firm performance in South Africa, *JEL Classifications:*, Corresponding author: School of Accounting, Faculty of Law and Management, La Trobe University, Victoria 3086 Australia. T: +61 3 9479 2670; F: +61 3 9479 2356; E: .
- Baltagi, B. H, (2003), *Econometric Analysis of Panel Data*, Second Edition, John Wiley & Sons, LTD, The Atrium, Southern Gate, Chichester West Sussex PO198SQ, England
- Belkaoui, Ahmed Riahi dan Ronald D. Picur. 2001. Investment Opportunity Set Dependence of Dividend Yield and Price Earning Ratio, *Managerial Finance*, Volume 27 Number 3, p.48-64
- Bemby S Bambang, Mukhtaruddin, Arista Hakiki & Rahmah Ferdianti, Intellectual Capital, Firm Value and Ownership Structure as Moderating Variable: Empirical Study on Banking Listed in Indonesia Stock Exchange period 2009-2012, 2015, *Asian Social Science*; Vol. 11, No. 16; 2015, ISSN 1911-2017 E-ISSN 1911-2025, Published by Canadian Center of Science and Education
- Brous, P.A and Kini,O., 1994, The Valuation Effects of Equity Issues and The Level of Institutional Ownership: Evidence From Analysis Earning Forecast, *Journal of Financial Management*.

- Cahan, Steven F., dan Mahmud Hossain, 1996. The Investment Opportunity Set and Disclosure Policy: Some Malaysian Evidence, *Asia Pacific Journal of Management*, Vol. 13 , No. 1: 65-85.
- Chai, D. H. 2010. Foreign Corporate Ownership and Dividends. *Working Paper Centre for Business Research, University of Cambridge. No.401.*
- Chen, C.R., and Steiner. T.L, 1999. Managerial Ownership and Agency Conflicts : A Nonlinear Simultaneous Equation Analysis of Managerial Ownership, Risk-taking, Debt Policy and Dividen Policy, *Financial Review*.
- Chen, Ken Y., Randal J. Elder, and Shengmin Hu. 2010. The Investment Opportunity Set and Earnings Management: Evidence from the Role of Controlling Shareholders, *Corporate Governance: An International Review*, 18(3): 193–211.
- Chung, Kee H., dan Charlie Charoenwong, 1991. Invesment Options, Assets in Place, and the Risk of Stocks, *Financial Management - Autumn*, 21-33.
- Christie, A. 1989. Equity Risk, The Opportunity set, Production Costs and Debt. *Working Paper. University of Rochester, Rochester, NY.*
- Claessens, S., Djankov, S., Fan, J.P.H., and Lang, L.H.P. 2002. Disentangling the incentive and entrenchment effects of large shareholdings, *Journal of Finance*, 57(6), 2741-2771.
- Collins, D.W., dan S.P. Kothari. 1989. An Analysis of Intertemporal and Crossectional Determinant of Earning Response Coefficient, *Journal of Accounting and Economics*. 12. July 1989. p. 35-52
- Collins, M. Cary, David M. Blackwell, Joseph F. Sinkey, Jr. 1994. Financial Innovation, Invesment Opportunities, and Corporate Policy Choice for Large Bank Holding Companies, *The Financial Review*, Vol.29.No. 2, 2231-247.
- Conine, J. 1983. On The Theoritical Relationship Between Business Risk and Price Elasticity of Demand. *Journal of Business Finance and Accounting*, 3, pp. 173-182.
- Connor, O. Thomas. 2010. Dividend payout, corporate governance, and the enforcement of creditor rights in emerging market, *Department of Economics, Finance and Accounting National University of Ireland Maynooth, Maynooth, Co. Kildare, Ireland.*
- Connor, O. Thomas. 2012. Dividend payout and corporate governance in emerging markets: which governance provisions matter?, *Department of Economics, Finance and Accounting National University of Ireland Maynooth, Maynooth, Co. Kildare, Ireland.*
- Cornet, MM. Marcus, SJ & Tehranian. 2006. *Earnings management, corporate governance, and the true financial performance.* <http://papers.ssrn.com/abstract=886142>. diakses 05 Oktober 2015).



- Cruthley, Claire, E., and Robert, S. 1989. A Test of Agency Theory of Managerial Ownership, Corporate Leverage, and Corporate Dividends. *Financial Management*, 18, 36-46.
- Damayanti, Isrina. 2006. *Analisis Pengaruh Free Cash Flow dan Struktur Kepemilikan Saham terhadap Kebijakan pendanaan pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia*, (Online), (<http://www.google.com>, diakses 05 Juli 2015).
- Dey, A., 2008 Corporate Governance and agency conflict, *Journal of Accounting Research*, p. 1143-1181.
- Dwi, Christine., Lidya Agustina & Se Tin. 2012. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kebijakan pendanaan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, Vol.16, No.2, hlm. 178–187
- Easterbrook, F. H. 1984. Two Agency-Cost Explanation of Dividends, *The American Economic Review* (September).
- Eisenhardt, Kathleem. M. 1989. Agency Theory: An Assesment and Review. *Academy of Management Review*. Vol.14. No.1: p.57-74.
- Faisal, M. 2004. Analisis Pengaruh Free Cash Flow, Set Kesempatan Investasi, Kepemilikan Manajerial, dan Ukuran Perusahaan terhadap Kebijakan pendanaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Industri Manufaktur di Bursa Efek Jakarta). *Tesis (Tidak dipublikasi)* Pascasarjana Universitas Diponegoro Semarang.
- Fama, F.E., 1980. Agency Problems and the Theory of the Firm, *Journal of Political Economy*, Vol.88.
- Fama, Eugene F. 1978. “The Effect of a Firm’s Investment and Financing Decision on the Welfare of its Security Holders.” *American Economic Review*, vol 68: 272-278
- Fama, Eugene F dan French, Kenneth R. 1998. Taxes, Financing Decision, and Firm Value. *The Journal of Finance* Vol. LIII No 3, June: 819-843.
- Fama, Eugene F, and French, Kenneth R. 2000. *Testing Trade-off and Pecking Order Theory Predictions about Dividend and Debt*, Working Paper. University of Chicago
- Friend, I dan Lang L.H.P. 1988. An Empirical Test of The Impact of Managerial Self-Interest an Corporate Capital Structure. *Journal of Finance*, 43(2);271-282
- Gaver, Jennifer J., dan Kenneth M. Gaver, 1993, Additional Evidence on the Association between the Invesment Opportunity Set and Corporate Financing, Dividend, and Compensation Policies, *Journal of Accounting and Economics* 16: 125-160.
- Gaver, Jennifer J., dan Kenneth M. Gaver, 1995. Compensation Policy and the Invesment Opportunity, *Journal of Financial Management*, Vol.24 Number 1: 19-32.

- Ghozali, I., 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Govindarajan, V and Fisher J. 1990. Strategy, Control Systems and Resource Sharing: Effects on Business Unit Performance. *Academy of Management Journal*, Vol.33 Issue 3. Pp 259-285.
- Greene, William H., (2000), *Econometric Analysis*, Fourth Edition, Prentice-Hall, Inc.
- Gujarati, D., & Dawn C. Porter (2012) "*Basic Econometrics*", fifth Edition, Mc Graw-Hill, inc. New York
- Gul, A Ferdinan & Kealey Burch T., 1999, Chaebol Investment Opportunity Set and Corporate Debt and Dividend Policies of Korean Companies, *Review Of Quantitative Finance & Accounting*, 13: 401-416.
- Hair, Joseph F., Rolph E. Anderson, Ronald L. Tatham, dan William C. Black, 1998, "*Multivariate Data Analysis; With Reading*", 5th edition, McMillan Publishing Company.
- Harian Kompas
- Hartono, Jogiyanto, 1999, An Agency-Cost Explanation for Dividend Payments, *Working Paper*, Universitas Gajah Mada.
- Hatta, Atika Jauhari. 2002. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kebijakan Dividen: Investasi Pengaruh Teori Stakeholder, *JAAI Volume 6 No.2*.
- Hikmah, Khoirul, 2004, Hubungan *Investment Opportunity Set* Terhadap Kebijakan Pendanaan, Dividen Dan Kompensasi, *Utilitas, Jurnal Manajemen Dan Bisnis, UMY, Vol.12 No.2 Juli , 2004, ISSN:0854-47610*.
- Hikmah, Khoirul, 2008, Pengaruh *Investment Opportunity Set* Terhadap Kebijakan Pendanaan dan Dividen Dengan *Free Cash Flow* Sebagai Variabel Kontrol, *proceeding, ISBN No 978-979-18024-0-6, Oktober 2008, Hal. 517-544, FE UPN "Veteran" Yogyakarta*
- Hol, S. & Wijst, N.V.D. 2006. The Financing Structure of Non Listed Firms. *Discussion Papers No. 468*. Statistiscs Norway. Research Department. August: 1-30.
- Ho, Simon S.M, *et al.* 2004. The Investment Opportunity Set, Director Ownership, And Corporate Policies: Evidence From An Emerging Market, *Journal of Corporate Finance 10*, p.383– 408.
- Hossain, M., S. F. Cahan, M. B. Adams, 2000, *The Investment Opportunity Set and the Voluntary Use of Outside Directors: New Zealand Evidence*, EBMS Working Paper
- Hovakimian, Armen & Gayan´e Hovakimian. 2009. Cash Flow Sensitivity of Investment, *European Financial Management, Vol. 15, No. 1, p. 47–65 doi: 10.1111/j.1468-036X.2007.00420.x*

- Hsiao, C, (1995), “*Analysis of Panel Data*”, Cambridge, England: Cambridge University Press
- Hsu, Hsueh-En, 2013. The Moderating Effects Of Leverage And Ownership Structure On Firm Performance, 2013, *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economic & Law*, Vol.2, Issue 1 (June), pp.73-76.
- Indahningrum, R.P. & Handayani, R. 2009. Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Dividen, Pertumbuhan Perusahaan, Free Cash Flow dan Profitabilitas terhadap Kebijakan pendanaan Perusahaan. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 11(3): 189-207.
- Ismiyanti, F., dan Mamduh M. Hanafi, 2004. Struktur Kepemilikan, Risiko, dan Kebijakan Keuangan: Analisis Persamaan Simultan, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 19, No. 2, pp. 176-196.
- Isnaeni Rohayati. 2005. Analisis Hubungan Investment Opportunity Set (IOS) dengan Realisasi Pertumbuhan serta Perbedaan Perusahaan yang Tumbuh dan Tidak Tumbuh terhadap Kebijakan Pendanaan dan Dividen di Bursa Efek Jakarta. *SMART. Vol. 1. No. 2: Hal. 41-60.*
- Iturriaga, Félix J. and J. López. Sanz, 2000, Ownership Structure, Corporate Value and Firm Investment a Spanish Firm Simultaneous Equation Analysis, *Direction General de Ensenanza Superior e Investigation Cientifica*
- Iturriaga, Félix J. López. 2008. Financial decisions, ownership structure and growth opportunities: An analysis of Brazilian firms, *International Review of Business Research Papers*, Vol. 4, No.2, March, Pp.217-230
- Jensen, Michael C. dan W. H. Meckling, 1976. Theory of the Firm: Managerial behaviour, agency Cost and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*. Vol. 3 (4): 305-360.
- Jensen, M. C., 1986. Agency Costs of Free Cash Flow, Corporate Finance and Take Over, *American Economics Review* 76: 323-339.
- Jensen, G. R., D. P. Solberg, and T. S. Zorn, 1992. Simultaneous Determination of Insider Ownership, Debt, and Dividend Policies, *Journal of Business Finance and Accounting*, 26 Vol. 3: 505-519.
- Jones, S., dan R. Sharma. 2001. The Association Between The Investment Opportunity Set and Corporate Financing and Dividen Decision : Some Austalian Evidence, *Managerial Finance. vol 27, no 3: .48-64*, ABI/INFORM Global.p. 48
- Junaidi. 2006. Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional terhadap Kebijakan pendanaan Perusahaan: Sebuah Perspektif Agency Theory dengan Variabel Kontrol Dividend Payout Ratio, Ukuran Perusahaan, Aset Structure dan Risiko Bisnis (Studi pada Perusahaan yang Go Publik di Bursa Efek Jakarta). *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 3(2): 214-228.

- Juniarti. 2009. Pengaruh Good Corporate Governance, Voluntary Disclosure Terhadap Biaya Hutang, *Jurnal Akuntansi, Universitas Petra Surabaya*
- Kallapur, Sanjay, dan Mark A. Trombley. 1999. The Association Between Investment Opportunity Set Proxies and Realized Growth, *Journal of Business & Accounting* 26, April/May, 505-519.
- Kallapur, S. 1994. Dividend Payout Ratios as Determinants of Earnings Response Coefficient, *Journal of Accounting and Economics*, Vol. 17: 359-375.
- Kallapur, Sanjay dan Mark A. Trombley. 2001. The Investment Opportunity Set: Determinants, Consequences and Measurement. *Managerial Finance*. Vol. 27 (3): 3-15.
- Karsana, Y. W., dan Supriyadi, 2004. Analisis Moderasi Set Kesempatan Investasi Terhadap Hubungan Antara Kebijakan Dividen dan Aliran Kas Bebas dengan Tingkat Leverage Perusahaan, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. XI No. 2: 234-253.
- Keown, A. J., Martin, J. H., Petty, J. W., dan Scott, D. F. 2003. *Financial Management: Principles and Applications 10th ed.* New Jersey: Prentice Hall.
- Khanqah, Vahid Taghizadeh, Lida Ahmadnia. 2013. The Relationship between Investment Decisions and Financing Decisions: Iran Evidence, *J. Basic. Appl. Sci. Res.*, 3(3)144-150, TextRoad Publication
- Kim, S.W. & Sorenson, E.H. 1986. Evidence on The Impact of The Agency Cost of debt Policy. *Journal of Financial and quantitative Analysis*, 21(2): 131-144.
- Kieso, D. E., Weygandt, J. J., dan Warfield, T. D. 2007. *Intermediate Accounting 12th ed.* Asia: John Wiley & Sons (Asia) Pte Ltd.
- Larasati, E. 2011. Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional dan Kebijakan Dividen terhadap Kebijakan pendanaan Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 16(2): 103-107.
- Lin, Kun-Li & Chung-Hua Shen. 2012. The Impact of Corporate Governance on the Relationship between Investment Opportunities and Dividend Policy: An Endogenous Switching Model Approach, *Asia-Pacific Journal of Financial Studies* (2012) 41, 125–145 doi:10.1111/j.2041-6156.2012.01067.x
- Listyani, T.T. 2003. Kepemilikan Manajerial, Kebijakan pendanaan, dan Pengaruhnya terhadap Kepemilikan Saham Institusional (Studi pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Jakarta). *Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Sistem Informasi*, 8: 98-114.
- Litzenberger, R. H., dan Ramaswamy, K. 1982. The Effects of Dividends on Common Stock Prices: Tax Effects or Information Effects? *The Journal of Finance*. Vol. XXXVII, No. 2. May 1982.
- Machfoedz, Mas'ud, 1994, *Financial Ratio Analysis aand The Prediction of Earning Changes in Indonesia*, Kelola no 7 / III: 114-134.

- Magginson, W. L., 1997. *Corporate Finance Theory*, Addison Wesley.
- Mahadwartha P.A. & Jogiyanto, 2002. *Uji Teori Keagenan dalam Hubungan Interdependensi antara Kebijakan pendanaan dan Kebijakan Dividen*, Simposium Nasional Akuntansi V Ikatan Akuntan Indonesia, Hal 635-647.
- Marciano, D. (2008). *Pengaruh Asimetri Informasi, Moral Hazard, dan Struktur Pendanaan dalam Penentuan Harga Pinjaman Korporasi dalam Bentuk US Dollar: Studi Empiris di Indonesia Periode 1990-1997*. Disertasi Program Doktorat UGM, tidak dipublikasikan.
- Marpaung, Elizabet Indrawati dan Hadianto Bram. 2009. Pengaruh Profitabilitas dan Kesempatan Investasi terhadap kebijakan Dividen : Studi Empirik pada Emiten Pembentuk Indeks LQ di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi*, Vol.1 No.1 Mei, 2009, 70-84.
- Martin-Reyna, Juan M., San Jorge A. 2012. Ownership Structure, Firm Value and Investment Opportunities Set: Evidence from Mexican Firms Durán-Encalada, *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation (JEMI)*, Volume 8, Issue 3: 35-57.
- Masdupi, E. 2005. Analisis Dampak Struktur Kepemilikan pada Kebijakan pendanaan dalam Mengontrol Konflik Keagenan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 20(1): 57-69.
- Mehran, H., 1992, Executive Incentive Plans, Corporate Control and Capital Structure, *Journal of Finance and Quantitative Analysis*, 27, p.539-560.
- Meyer, J. and E. Kuh. 1957. *The Investment Decision*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Miller, M. H., dan Modigliani, F. 1961. Dividend Policy Growth and the Valuation of the Shares. *Journal of Business*.
- Mira, T., C.M. Yap, dan Y.K. Ho. 2002. The Impact of Firm Size. Concentration and Financial Leverage on The Effectiveness of R&D Investment in Generating Growth Opportunities for Firm, *Working paper*. Faculty of Business administration. Singapore
- Moh'd, M.A., Perry, I.G., dan Rimbey, J.N., 1998, The Impact of Ownership Structure on Corporate Debt Policy. A Time-series Cross-sectional Analysis. *Financial Review*, (August), Vol.33: 85-99
- Monsen, J. R., and Down A, 1965, A Theory of Large Managerial Firms, *The Journal of Political Economy*, Vol. 23.
- Morck, R., & Yeung, B. Y. 2004. Special Issues Relating to Corporate Governance and Family Control. *World Bank Policy Research Working Paper. No. 3406*.
- Murni, S. & Andriana. 2007. Pengaruh Insider Ownership, Institutional Investor, Dividend Payment, & Firm Growth terhadap Kebijakan pendanaan Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta). *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 7(1): 15-24.

- Mueller, D. 1986. Persistent Performance Among Large Corporations. In Al Najjar Belkaoui. 2001. Empirical Validation of a General Model of Growth opportunities, *Managerial Finance*, p.72-90
- Myers S. and N. Majluf. 1984. Corporate Finance and Investment Decisions when Firms Have Information that Investors do not Have. *Journal of Financial Economics*, 13, 187-221.
- Myers, S.C. 1984. *Capital Structure Puzzle*, *Journal of Finance*, 39(3), July, pp. 575 – 592.
- Myers, Stewart, C., 1977. Determinants of Corporate Borrowing, *Journal of Financial Economics* No. 5, 147-175.
- Newey, W. and K. West. 1987. Hypothesis Testing with Efficient Method of Moments Estimation. *International Economic Review*, 28, 777-87.
- Okpara, Godwin Chigoze. 2010. Do emerging financial markets impact on investment opportunity Set: a dynamic analysis of nigerian case, *Journal of Sustainable Development in Africa (Volume 12, No.3, ISSN: 1520-5509 Clarion University of Pennsylvania, Clarion, Pennsylvania)*.
- Otley, D. T. (1980). “The Contingency Theory of Management Accounting: Achievement and Prognosis”. *Accounting, Organization, and Society*. pp. 413-428.
- Pagalung, Gagaring. 2003, Pengaruh Kombinasi Keunggulan dan Keterbatasan Perusahaan Terhadap Set Kesempatan Investasi (IOS), *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, Vol 6, No.3, September, Hal 249-263.
- Ponnu, H. Cyril. 2008. Corporate Governance Structures and the Performance of Malaysian Public Listed Companies, *International Review of Business Research Papers*, Vol. 4 No.2 March, Pp.217-230
- Purnamasari, Linda, dkk., 2009, “ Interdependensi Antara Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan dan Keputusan Dividen“. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 13 (1), 106-119.
- Purwanto, B.M. 2001, Variabel Laten dalam riset social dan berperilaku, *Kuliah Perdana Program Magister Sains UGM*.
- Putri, Imanda Firmantyas, dan Mohammad Nasir, 2006, Analisis Persamaan Simultan Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Risiko, Kebijakan Hutang dan Kebijakan Dividen dalam Perspektif Teori Keagenan, *Simposium Nasional Akuntansi 9 Padang*.
- Ratnawati, Tri. 2007, Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Faktor Ekstern, Kesempatan Investasi dan Pertumbuhan Assets Terhadap Keputusan Pendanaan Perusahaan yang Terdaftar Pada Bursa Efek Jakarta (Studi pada Industri Manufaktur Masa Sebelum Krisis dan Saat Krisis), *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, Vol. 9, No. 2, Nopember 2007: 65-75

- Republik Indonesia. 2010. *Peraturan Menteri Keuangan No. 153/PMK.010/2010 tentang Kepemilikan Saham dan Permodalan Perusahaan Efek*. Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia. Jakarta.
- Riahi-Belkaoui, A. 1994. *International and Multinational Accounting*, International Thomson Business Press.
- Riahi-Belkaoui, A. 2000. *Accounting Theory*, International Thomson Business Press.
- Rosdini, Dini. 2009. Pengaruh Free Cash Flow terhadap Divident Payout Ratio. *Working Paper in Accounting and Finance*.
- Rosdini, Dini. 2010, The Influence of Investment Opportunity Set and Corporate Governance to Earnings Quality and Firm Value, *Working Paper*, Faculty of Economics and Business, Padjadjaran University, Indonesia
- Ross, Stephen A., W. R. Westerfield, and D. J., Bradford, 2000, *Fundamentals of Corporate Finance*, fifth edition, Boston: Irwin McGraw-Hill.
- Rustendi, T. dan Jimni Farid. 2008. Pengaruh Hutang dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur (Survey Pada Perusahaan Manufaktur yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta). *Jurnal Akuntansi FE Universitas Siliwangi*, 3(1), 2008.
- Sadalia, I., dan Saragih, N. S. S., 2008, Pengaruh Profitability dan Investment Opportunity Set Terhadap Dividen Tunai Pada Perusahaan Terbuka Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 1(3), 103 – 108.
- Sami, Heibatollah, S.M. Simon Ho, dan C.K. Kevin Lam, 1999, Association between the Investment Opportunity Set and Corporation Financing, Dividend, *Leasing*, and Compensation Policies: Some Evidence from an Emerging Market”, kertas kerja dipresentasikan pada Program MSi-Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada tanggal 2 Agustus 1999.
- Saputro, Julianto Agung dan Hartono, Jogiyanto. 2002. Confirmatory Factor Analysis Gabungan Proksi Investment Opportunity Set dan Hubungannya terhadap realisasi pertumbuhan. *Simposium Nasional Akuntansi 5*, Semarang.
- Saputro, Julianto Agung. 2003. Analisis Hubungan Antara Gabungan Proksi Investment Opportunity Set dan Real Growth dengan Menggunakan Pendekatan Confirmatory Factor Analysis, *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, Vol.6, No.1, Januari: 69-92.
- Sartono, Agus. 2001, *Manajemen Keuangan*, edisi ke empat, BPFE, Yogyakarta.
- Sartono, Agus. 2001., *Kepemilikan Orang Dalam (Insider Ownership)*, Utang dan Kebijakan Dividen: Pengujian Empirik Teori Keagenan (*Agency Theory*), *Jurnal Siasat Bisnis*, Vol. 2: 107-117.
- Setiawan, Doddy, Bandi Bandi, Lian Kee Phua and Irwan Trinugroho. 2016. Ownership Structure and Dividend Policy in Indonesia, *Journal of Asia Business Studies*, Vol 10 issue 3 pp.-.

- Shen, W. and Lin, C. (2009). Firm profitability, state ownership, and top management turnover at the listed firms in China: A behavioral perspective. *Corporate Governance: An International Review*, 17(4), 443–456.
- Shleifer, A. and Vishny, R. W. (1997). A Survey of Corporate Governance. *The Journal of Finance*, LII(2), 737-783.
- Siallagan, Hamonangan dan M. Machfoedz. 2006. Mekanisme Corporate Governance, Kualitas Laba dan Nilai Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi IX*, Padang.
- Simerly, R. and Li, M. (2000). Environmental Dynamism, Capital Structure and Performance: A Theoretical Integration and An Empirical Test, *Strategic Management Journal*, 21, 31-49.
- Skinner, Douglas J., 1993, The Investment Opportunity Set and Accounting Procedures Choice, *Journal of Accounting and Economics* 16, 407-445.
- Smith Jr., Clifford W., dan Ross L. Watts, 1992, The Investment Opportunity Set and Corporate Financing, Dividend, and Compensation Policies, *Journal of Financial Economics* 32: 263-292.
- Sri Dwi A & Khoirul Hikmah. 2014. Hubungan struktur kepemilikan, tingkat utang, dividen dan nilai perusahaan dalam mengurangi konflik keagenan di Indonesia. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, Vol.18, No. 1, januari 2014, Hlm 29-39.
- Subramaniam, K. Ravichandran & Mohammed S.Shaiban. 2011. Investment Opportunity Set and Dividend Policy in Malaysia: Some evidence on the role of ethnicity and family control, *International Conference on Economics, Business and Management*, Singapore.
- Subramaniam, Ravichandran, S. Susela Devi and Maran Marimuthu. 2011. Investment opportunity set and dividend policy in Malaysia, *African Journal of Business Management* Vol. 5(24), pp. 10128-10143, 14 October, Available online at <http://www.academicjournals.org/AJBM> DOI: 10.5897/AJBM11.687, ISSN 1993-8233 ©2011 Academic Journals
- Subramaniam Ravichandran & Susela Devi.S. 2010. Corporate Governance and Dividend Policy in Malaysia, *International Conference on Business and Economics Research vol.1*, IACSIT Press, Kuala Lumpur, Malaysia
- Subramanyam, K. R., dan Wild, J. J. 2009. *Financial Statement Analysis 10th ed.* Singapore: Mc Graw Hill.
- Suharli, M., 2007. Pengaruh Profitabilitas dan Investment Opportunity Set terhadap Kebijakan Dividen Tunai dengan Likuiditas sebagai Variabel Penguat, *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 9 (1), 9-17.
- Sujoko & Soebiantoro, U. 2007. Pengaruh Struktur Kepemilikan, Leverage, Faktor Intern, dan Faktor Ekstern terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empirik pada Perusahaan Manufaktur dan Non Manufaktur di Bursa Efek Jakarta). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(1): 41-48.



- Sun Jerry, Ontario George Lan & Zhenzhong Mam. 2009. Does sox make economic sense?-the impact of corporate governance and investment opportunities sets, *ASAC Niagara Falls, Ontario*
- Sutrisno. 2001. *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Dividend Payout Ratio*. TEMA, Volume II, Nomor 1, Maret 2001.
- Tandelilin, E & Wilberforce, T. 2002. Can Debt and Dividend Policies Substitute Insider Ownership in Controlling Equity Agency Conflict? *Gadjah Mada International Journal of Business*, 1(4): 31-43.
- Tarjo dan Jogiyanto, 2003. Analisa Free Cash Flow dan Kepemilikan Manajerial terhadap Kebijakan pendanaan pada Perusahaan Publik di Indonesia, *Simposium Nasional Akuntansi VI Ikatan Akuntan Indonesia, Surabaya, Hal 278-295*.
- Tarjo, 2005. Analisa Free Cash Flow dan Kepemilikan Manajerial terhadap Kebijakan pendanaan pada Perusahaan Publik di Indonesia, *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia, Vol 8. No 1*.
- Villalonga, B. and Amit. R. 2006. How Do Family Ownership, Control and Management Affect Firm Value? *Journal of Financial Economics*, 80, 385-417.
- Vogt, 1997, Cash Flow and Capital Spending Evidence From Capital Expenditure Announcements, *Financial Management*.
- Watts, Ross L., dan Jerold L. Zimmermman, 1986, *Positive Accounting Theory*, New Jersey: Prentice-Hall Englewood Cliffs.
- Wiagustini, N. L. P., 2007. Investment Opportunity, Institutional Ownership, Cash Flow, Company Life Cycle terhadap Kebijakan Dividen dan Return Saham. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 13 (3), 373-385.
- Widarjono Agus, (2009), “*Ekonometrika Teori dan Aplikasi untuk Ekonomi dan Bisnis*”, Edisi Kedua, Ekonesia Fakultas Ekonomi UII, Yogyakarta
- Yuliani, Djumilah Zain, Made Sudarma, Solimun. 2012. Diversification, Investment Opportunity Set, Envinronmental Dynamics and Firm Value (Empirical Study of Manufacturing Sectors in Indonesia Stock Exchange), *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM) ISSN: 2278-487X. Volume 6, Issue 4 (Nov. - Dec.), PP 01-15, [www.iosrjournals.org](http://www.iosrjournals.org)*
- Yeniatie & Destriana, N. 2010. Faktor-faktor yang Memengaruhi Kebijakan pendanaan pada Perusahaan Nonkeuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 12(1): 1-16

# KONVERGENSI PENDAPATAN DI D.I. YOGYAKARTA

Didit Welly Udjiyanto<sup>1</sup>, Joko Susanto<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

<sup>2</sup> Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta  
email: [jk.susanto.68@gmail.com](mailto:jk.susanto.68@gmail.com)

## Abstrak

*Penelitian ini menganalisis proses konvergensi pendapatan di D.I. Yogyakarta. Data penelitian berasal dari Badan Pusat Statistik (BPS) yang mencakup pendapatan per kapita dan jumlah penduduk yang bekerja. Cakupan rentang waktu penelitian adalah periode 2001-2015. Penelitian ini menggunakan model analisis regresi data panel dinamis. Hasil penelitian menunjukkan Tidak terdapat bukti empiris terjadinya konvergensi pendapatan di D.I. Yogyakarta. Tidak terdapat bukti empiris bahwa daerah-daerah miskin mampu tumbuh lebih cepat daripada daerah yang relatif kaya. Sementara itu, variabel persentase jumlah penduduk bekerja tidak berpengaruh signifikan*

*Kata Kunci: Pendapatan, per kapita, konvergensi, pertumbuhan, ekonomi.*

## Latar Belakang

Teori pertumbuhan Neo Klasik menyatakan bahwa disparitas pendapatan per kapita antar daerah akan berkurang seiring dengan berlangsungnya aktivitas pembangunan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi daerah yang relatif miskin lebih cepat dari pada pertumbuhan ekonomi daerah yang relatif kaya (Barro dan Sala-i Martin, 2004). Dengan demikian perekonomian daerah miskin mampu mengejar (*catch up*) pendapatan per kapita perekonomian daerah kaya. Proses menuju keseimbangan mengarah pada kondisi *steady-state* dengan asumsi adanya skala hasil konstan. Dalam proses ini perbedaan pertumbuhan ekonomi regional dalam jangka pendek yang diakibatkan oleh perbedaan dalam teknologi produksi akan mengecil dan secara perlahan-lahan perbedaan tersebut menghilang seiring adanya faktor produksi yang bergerak bebas antar daerah. Pergerakan bebas faktor produksi ini akan menyamakan nilai produk marjinal (*Marginal Value Product*).

Hasil-hasil penelitian sebagian mendukung teori pertumbuhan Neo Klasik, sedangkan sebagian lainnya tidak mendukung teori pertumbuhan tersebut. Studi konvergensi pendapatan di daerah perdesaan dan sub urban menunjukkan adanya konvergensi pendapatan (Gyawali, *et.al* 2008). Daerah perdesaan dan kawasan sub urban yang relatif miskin mampu tumbuh lebih cepat daripada daerah serupa yang lebih kaya sehingga mampu mengejar ketertinggalannya. Hal ini berarti telah terjadi konvergensi pendapatan. Akan tetapi beberapa studi menunjukkan adanya divergensi pendapatan terutama untuk daerah perkotaan dan metropolitan (Hammond, 2006).

Secara umum disparitas pendapatan antar daerah timbul sebagai akibat perbedaan pemilikan sumber-sumber daya (faktor endowment) termasuk *social capital*. Daerah yang memiliki faktor endowment dalam jumlah besar akan mampu tumbuh dengan lebih pesat daripada daerah dengan pemilikan faktor endowment relatif sedikit. Sebagaimana dalam ekonomi mikro bahwa besar kecilnya output bergantung pada besar

kecilnya jumlah input. Daerah dengan faktor endowment besar akan memiliki input dalam jumlah lebih besar sehingga mampu menghasilkan output yang lebih banyak,. Dengan data lain daerah tersebut mampu tumbuh dengan lebih cepat.

Pesatnya pembangunan ekonomi regional telah menyebabkan tumbuh dan berkembangnya sejumlah daerah di D.I. Yogyakarta. Beberapa daerah yang pada mulanya merupakan daerah non-urban telah berkembang menjadi daerah urban. Perubahan ini diikuti dengan perubahan status dan tingkat sosial ekonomi penduduk serta berkembangnya aktivitas ekonomi (Faizah dan Hendarto, 2013). Kepemilikan faktor endowment (termasuk infrastruktur) yang berbeda-beda tiap daerah menyebabkan pertumbuhan ekonomi antar daerah berbeda-beda. Kondisi ini tercermin dari disparitas antar daerah di D.I. Yogyakarta masih relatif tinggi yang ditandai adanya daerah-daerah miskin di wilayah Kabupaten Gunungkidul dan Kulonprogo. Pada umumnya Kenaikan disparitas pendapatan akan diikuti dengan kenaikan masalah sosial (Udjianto dan Susanto, 2016).

Upaya yang dapat dilakukan oleh pemerintah adalah mendorong pertumbuhan ekonomi daerah yang relatif miskin atau memiliki pendapatan per kapita lebih rendah. Daerah miskin diharapkan mampu mengejar ketertinggalan perekonomiannya terhadap daerah yang relatif kaya. Apabila hal ini dapat terwujud maka telah terjadi konvergensi pendapatan sekaligus penurunan disparitas pendapatan antar daerah. Wujud nyata upaya mewujudkan konvergensi pendapatan adalah dengan pembangunan infrastruktur sehingga *social capital* meningkat.

Peningkatan *social capital* ini memperbesar kapasitas ekonomi daerah. Daerah dengan kapasitas ekonomi yang lebih besar akan mampu menghasilkan output (barang dan jasa ) dalam jumlah yang lebih besar pula. Dengan kata lain mampu mencapai pertumbuhan ekonomi yang lebih tinggi. Berbekal *social capital* yang lebih baik, maka diharapkan upaya untuk mengejar kesetaraan perekonomian suatu daerah yang lebih miskin terhadap daerah lain yang lebih maju akan dapat terwujud. Apabila daerah yang relatif miskin dapat mengejar pertumbuhan daerah yang relatif maju, maka akan terdapat konvergensi pendapatan sekaligus menurunkan disparitas pendapatan antar daerah.

Disparitas pendapatan timbul akibat adanya pemusatan investasi ke daerah tertentu. Dalam penentuan lokasi investasi, maka investor akan berupaya untuk mendapatkan daerah yang memiliki daya saing tinggi. Secara ekonomi daerah berdaya saing tinggi akan mencakup kota-kota yang memiliki sarana dan prasarana (infrastruktur) dan sumber daya manusia yang memadai. Dengan didukung ketersediaan infrastruktur yang mencukupi, maka proses produksi barang dan jasa di wilayah tersebut dapat dilakukan dengan biaya lebih rendah.

Terdapat kecenderungan bahwa kota dengan infrastruktur memadai telah menjadi tujuan investasi baru. Kota dengan investasi tinggi mendapatkan tambahan investasi dalam jumlah yang lebih besar dibanding kota yang tidak memiliki sarana investasi (Chakravorty, 2003). Hal ini dikarenakan adanya keberadaan infrastruktur yang menyebabkan biaya produksi menjadi lebih murah. Perusahaan berupaya membangun pabriknya di lokasi-lokasi dengan infrastruktur memadai sehingga biaya produksi lebih rendah guna menghasilkan produk yang kompetitif. Dengan demikian terdapat korelasi yang erat antara investasi dan penentuan lokasi. Investasi cenderung terkonsentrasi di beberapa tempat saja (Lall *et al*, 2004) yang letaknya berdekatan dengan pasar atau pelabuhan.

Kota yang banyak memperoleh tambahan investasi akan tumbuh lebih cepat. Pertumbuhan kota menyebabkan perubahan daerah sekitar kota dari daerah yang bersifat non-urban menjadi daerah urban. Dengan kata lain terjadi aglomerasi perkotaan. Keragaman aktivitas ekonomi meningkat seiring dengan pertumbuhan ukuran kota. Perusahaan-perusahaan besar akan berlokasi di kota besar yang memiliki infrastruktur lebih lengkap. Perusahaan-perusahaan ini memiliki keunggulan sehingga mereka bisa memilih pekerja berkualifikasi tinggi sesuai yang diinginkan. Keberadaan pekerja berkualifikasi tinggi dan infrastruktur memadai menjadikan proses produksi berjalan lebih efisien. Barang dan jasa dapat dihasilkan dengan biaya lebih rendah.

Untuk mengatasi ketimpangan penyebaran investasi, maka pemerintah melakukan pembangunan infrastruktur di daerah-daerah yang masih kekurangan infrastruktur. Pembangunan infrastruktur mencakup infrastruktur fisik dan infrastruktur sosial. Infrastruktur fisik antara lain seperti listrik, air minum, sarana transportasi, dan telekomunikasi, sedangkan infrastruktur sosial terdiri dari pendidikan, latihan, dan kesehatan. Pembangunan infrastruktur akan menambah jumlah penduduk yang bekerja sehingga mampu meningkatkan produktivitas perekonomian. Pembangunan infrastruktur terutama di daerah yang lebih miskin akan memberikan dampak *multiplier* terhadap perekonomian daerah tersebut.

Selanjutnya pemilihan lokasi penelitian di D.I. Yogyakarta dikarenakan disparitas antar daerah di wilayah ini masih relatif tinggi dengan ditandai adanya daerah-daerah miskin di wilayah Kabupaten Gunungkidul dan Kulonprogo.

## **Metode Penelitian**

### **Data dan Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) yang dipublikasikan melalui Kabupaten Dalam Angka dan Publikasi lain yang relevan. Data penelitian akan mencakup pendapatan per kapita dan jumlah penduduk yang bekerja. Cakupan rentang waktu penelitian adalah periode 2001-2015.

### **Definisi Operasional variabel**

Definisi operasional dijelaskan sebagai berikut.

1. Pendapatan (Y) adalah pendapatan per kapita yang merupakan nilai produk domestik regional bruto (PDRB) Kabupaten/Kota dalam harga konstan tahun 2010 dibagi dengan jumlah penduduk di daerah tersebut. Satuan dalam juta rupiah
2. Jumlah Penduduk Bekerja adalah jumlah penduduk usia kerja dan sedang bekerja (bukan menganggur) di di kabupaten/kota di wilayah DI. Yogyakarta (satuan persen)

### **Alat Analisis**

Penelitian ini meliputi kondisi pendapatan per kapita di kabupaten/kota di wilayah DI. Yogyakarta dan variabel-variabel yang mempengaruhinya selama periode 2001-2015. Dengan demikian data penelitian berbentuk data panel yang merupakan gabungan dari data belah silang dan runtun waktu. Selanjutnya untuk mengetahui apakah residual stasioner atau tidak dipergunakan uji kointegrasi Kao.

Dalam model data panel dikenal adanya efek individual yang ditunjukkan oleh *intercept*. Efek individual akan berbeda untuk setiap unit belah silang sehingga model regresi berbentuk model *fixed effects* atau *random effects*. Untuk memilih model yang lebih tepat apakah model *fixed effects* atau *random effects* akan dilakukan uji Hausman.

$$Y_{i,t} = \alpha_i + \beta Y_{i,t-1} + \gamma Z_{i,t} + e_{i,t}$$

Keterangan

Y adalah pendapatan per kapita (juta rupiah)

Z adalah jumlah penduduk bekerja (ribu orang)

## Hasil dan Pembahasan

Selanjutnya, dalam penelitian ini pengujian kointegrasi dilakukan berdasar model kointegrasi Kao. Hasil pengujian kointegrasi menunjukkan nilai kointegrasi Kao sebesar -4,228 dengan probabilitas kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan adanya kointegrasi antar variabel dalam model. Dengan demikian dalam suatu set variabel dalam setiap model terdapat suatu kombinasi linier yang stasioner (stabil).

Selanjutnya dalam regresi data panel terdapat 2 (dua) model dasar yaitu model *fixed effects* dan *random effects*. Hasil Uji Hausman menunjukkan bahwa nilai  $m$  sebesar 1,664. Nilai ini lebih kecil daripada  $\chi^2$  pada derajat 95%, maka model yang dipilih adalah *random effects*. Hal ini berarti hasil analisis dilakukan berdasar model *random effects*.

**Tabel 1.**  
**Hasil Estimasi Model Konvergensi Pendapatan (*Random Effects*)**

Nomor.	Variabel	Koefisien	t-statistik	t-tabel ( $\alpha=5\%$ )
1.	C	1249,2	0,741	1,645
2.	$Y_{i,t-1}$	1,045	79,25*	1,645
3.	Z	-13,309	-0,762	1,645

Variabel dependen: Y

$Adjusted R^2 = 0,99$

\*) signifikan pada ( $\alpha=5\%$ )

Hasil estimasi menunjukkan Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,99 menunjukkan bahwa sebesar 99 persen variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variasi pada variabel-variabel independen, sisanya sebesar 1 persen dijelaskan oleh residual. Dengan demikian model memiliki *goodness of fit* yang cukup baik.

Hasil estimasi menunjukkan tidak adanya konvergensi di D.I. Yogyakarta. Nilai koefisien variabel  $Y_{t-1}$  yang lebih besar daripada satu menunjukkan bahwa tidak terdapat bukti empiris bahwa daerah-daerah miskin mampu tumbuh lebih cepat daripada daerah yang relatif kaya. Daerah kaya yang memiliki faktor endowment dalam jumlah besar akan mampu tumbuh dengan lebih pesat daripada daerah dengan pemilikan faktor endowment relatif sedikit. Sebagaimana dalam ekonomi mikro bahwa besar kecilnya output bergantung pada besar kecilnya jumlah input. Daerah dengan faktor endowment besar akan memiliki input dalam jumlah lebih besar sehingga mampu menghasilkan

output yang lebih banyak. Dengan data lain daerah tersebut mampu tumbuh dengan lebih cepat.

Pesatnya pembangunan ekonomi regional telah menyebabkan tumbuh dan berkembangnya sejumlah daerah di D.I. Yogyakarta. Beberapa daerah yang pada mulanya merupakan daerah non-urban telah berkembang menjadi daerah urban. Perubahan ini diikuti dengan perubahan status dan tingkat sosial ekonomi penduduk serta berkembangnya aktivitas ekonomi (Faizah dan Hendarto, 2013). Kepemilikan faktor endowment (termasuk infrastruktur) yang berbeda-beda tiap daerah menyebabkan pertumbuhan ekonomi antar daerah berbeda-beda. Kondisi ini tercermin dari disparitas antar daerah di D.I. Yogyakarta masih relatif tinggi.

Sementara itu variabel persentase jumlah penduduk bekerja tidak signifikan. Hal ini diduga karena persentase jumlah penduduk bekerja di D.I. Yogyakarta sudah tinggi (di atas 90%). Dengan demikian perubahan persentase jumlah penduduk bekerja tidak berdampak signifikan pada konvergensi pendapatan di D.I. Yogyakarta.

## Kesimpulan dan Saran

Tidak terdapat bukti empiris terjadinya konvergensi pendapatan di D.I. Yogyakarta. Nilai koefisien variabel  $Y_{t-1}$  yang lebih besar daripada satu menunjukkan bahwa tidak terdapat bukti empiris bahwa daerah-daerah miskin mampu tumbuh lebih cepat daripada daerah yang relatif kaya. Daerah kaya yang memiliki faktor endowment dalam jumlah besar akan mampu tumbuh dengan lebih pesat daripada daerah dengan pemilikan faktor endowment relatif sedikit sehingga tidak terjadi konvergensi pendapatan.

Oleh karena persentase jumlah penduduk bekerja di D.I Yogyakarta sudah relatif tinggi, maka upaya yang dapat dilakukan oleh pemerintah dapat menggunakan instrumen lain guna mendorong pertumbuhan ekonomi daerah yang relatif miskin atau memiliki pendapatan per kapita lebih rendah. Pemerintah dapat mengupayakan konvergensi pendapatan dengan pembangunan infrastruktur sehingga *social capital* meningkat.

## Daftar Pustaka

- Barro, Robert J. dan Xavier Sala-i Martin. 2004. *Economic Growth 2nd Edition*. MIT Press, London.
- Chakravorty, S. 2003. "Capital source and the location of industrial investment: A tale of divergence from post-reform India". *Journal of International Development*, Vol. 15( 3): 365-383
- Heriqbaldi, Unggul, 2009. Konvergensi Tingkat Pendapatan Studi Kasus 3 Propinsi Di Pulau Jawa, *Journal of Indonesian Applied Economics*, Vol. 3 (1): 77-88.
- Faizah, Arina Nurul dan Mulyo Hendarto, 2013, "Analisis Difusi Keruangan di Sekitar Kawasan Perkotaan Yogyakarta, *Diponegoro Journal of Economics*, Vol.2(3):1-9
- Gyawali, Buddhi, Rory Fraser, James Bukenya, dan John Schelhas, 2008, Income Convergence in a Rural, Majority African-American Region, *The Review of Regional Studies*, 38 (1) : 45-65
- Hammond, George W., 2006. "A Time Series Analysis of U.S. Metropolitan and Nonmetropolitan Income Divergence," *Annals of Regional Science*, 40, 81-94.

- Lall, S., Z. Shalizi, and U. Deichmann, 2004. "Agglomeration economies and productivity in Indian Industry", *Journal of Development Economics* 73.
- Muslim, Azis, 2015. Konvergensi Pendapatan Indonesia dan Mitra Regional Trade Agreement (ASEAN+6): Aplikasi Metode Cluster Fuzzy, *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, Vol. 9 (1): 63-77
- Naveed, Amjad dan Nisar Ahmad, 2016, Labour Productivity Convergence And Structural Changes: Simultaneous Analysis At Country, Regional And Industry Levels, *Economic Structures* 5 (19) : 1-17
- Udjianto, Didit Welly dan Joko Susanto, 2016, Dampak Disparitas Upah Pada Masalah Sosial, Seminar Nasional, Call for Paper dan Pameran Hasil Penelitian, LPPM UPN Veteran Yogyakarta, 18 Oktober 2017

# **PENGARUH MODERNISASI SISTEM ADMINISTRASI PERPAJAKAN INDONESIA TERHADAP KEPATUHAN PERPAJAKAN ( STUDI PADA WAJIB PAJAK UMKM)**

**Dian Indri Purnamasari  
Ratna Hindria DPS  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta  
Email: [indri\\_mtc@yahoo.com](mailto:indri_mtc@yahoo.com)**

## **Abstrak**

*Saat ini pemerintah terus melakukan modernisasi administrasi perpajakan. Konsep modernisasi administrasi perpajakan pada prinsipnya adalah melakukan perubahan pada sistem administrasi perpajakan yang dapat mengubah pola pikir dan perilaku aparat serta tata nilai organisasi sehingga Direktorat Jenderal Pajak (DJP) menjadi institusi yang profesional dengan citra yang baik di masyarakat. Modernisasi administrasi perpajakan ini diharapkan mampu meningkatkan tingkat kepatuhan wajib pajak. Dalam penelitian ini modernisasi administrasi perpajakan diprosisikan dengan 4 variabel independen, yaitu struktur organisasi, prosedur organisasi, strategi organisasi, dan budaya organisasi. Hasil penelitian menunjukkan struktur organisasi tidak berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak. Ketiga variabel independen lainnya yaitu prosedur organisasi, strategi organisasi, dan budaya organisasi berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak.*

*Kata Kunci : modernisasi perpajakan, kepatuhan.*

## **1. PENDAHULUAN**

Saat ini pemerintah terus melakukan modernisasi administrasi perpajakan. Konsep modernisasi administrasi perpajakan pada prinsipnya adalah melakukan perubahan pada sistem administrasi perpajakan yang dapat mengubah pola pikir dan perilaku aparat serta tata nilai organisasi sehingga Direktorat Jenderal Pajak (DJP) menjadi institusi yang profesional dengan citra yang baik di masyarakat (Fasmi, *et.al.*, 2014)

Menurut Rahayu, *et.al.*, (2009) program reformasi administrasi perpajakan diwujudkan dalam penerapan sistem administrasi perpajakan modern yang memiliki ciri khusus antara lain struktur organisasi yang dirancang berdasarkan fungsi, perbaikan pelayanan bagi setiap wajib pajak melalui pembentukan *account representative* dan *compliant center* untuk menampung keberatan wajib pajak. Sistem administrasi perpajakan modern juga mengikuti kemajuan teknologi dengan pelayanan yang berbasis *e-system*, seperti *e-SPT*, *e-Filling*, *e-Billing*, dan *e-Registration* yang diharapkan meningkatkan mekanisme control yang lebih efektif

Berbagai penelitian untuk menguji pengaruh modernisasi sistem administrasi perpajakan terhadap kepatuhan perpajakan telah banyak dilakukan.

Fasmi, *et.al.*, (2014) menguji pengaruh modernisasi sistem administrasi perpajakan terhadap tingkat kepatuhan pengusaha kena pajak dengan menggunakan empat alat ukur. Struktur organisasi, prosedur organisasi, strategi organisasi, dan budaya organisasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan.



Chandra, *et.al.*, (2013) menguji pengaruh modernisasi sistem administrasi perpajakan terhadap kepatuhan dengan menggunakan empat alat ukur. Struktur organisasi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap tingkat kepatuhan. Bertolak belakang dengan penelitian Fasmi, *et.al.*, (2014), hasil dari penelitian menunjukkan layanan dan teknologi informasi tidak berpengaruh terhadap kepatuhan. Hal tersebut juga didukung oleh penelitian Rahayu, *et.al.*, (2009) bahwa sistem administrasi perpajakan modern tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal ini disebabkan karena penggunaan teknologi internet masih kurang oleh wajib pajak.

Penelitian ini sangat penting dilakukan karena saat ini DJP terus mengembangkan modernisasi sistem administrasi perpajakan. Tetapi dalam proses pengembangan modernisasi tersebut muncul fenomena bahwa wajib pajak belum siap untuk mendukung pelaksanaan reformasi tersebut. Terdapat *gap* pelaksanaan modernisasi pajak antara DJP dengan wajib pajak. Wajib pajak belum siap dalam pemanfaatan teknologi informasi yang terus dikembangkan oleh DJP. Sementara itu DJP terus mengupayakan program perubahan (*change program*) guna mendorong peningkatan control yang lebih efektif. Sektor UMKM dipilih dalam penelitian ini karena Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berkembang sangat pesat di Indonesia saat ini. Ketentuan Undang-undang No.20 tahun 2008 tentang usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menyatakan bahwa yang tergolong dalam UMKM memiliki omset di bawah 50 milyar per tahun. Kebijakan pemerintah di atas berdampak bagi UMKM untuk turut serta dalam modernisasi pajak yang sedang digalakkan oleh DJP.

### **Tinjauan Pustaka**

Karakteristik modernisasi perpajakan adalah seluruh kegiatan administrasi dilaksanakan dengan menggunakan sistem administrasi berbasis teknologi terkini (Fasmi, *et.al.*, 2014). Wajib pajak diwajibkan membayar melalui kantor penerimaan secara *on-line*, seluruh wajib pajak diwajibkan melaporkan kewajibannya dengan menggunakan media computer (*e-SPT*).

Konsep modernisasi perpajakan meliputi pelayanan prima dan pengawasan intensif dengan pelaksanaan *good governance* untuk meningkatkan kepatuhan dan kepercayaan terhadap perpajakan, serta memacu produktivitas pegawai pajak yang tinggi.

Terdapat empat dimensi reformasi administrasi perpajakan (Rahayu., *et.al.*, 2009).

- a Struktur organisasi
- b Prosedur Organisasi
- c Strategi Organisasi
- d Budaya Organisasi

Nurmatu (2005) mendefinisikan kepatuhan pajak merupakan kondisi terpenuhinya semua kewajiban perpajakan dan hak perpajakan. Wajib pajak dikatakan patuh (*tax compliance*) apabila penghasilan yang dilaporkan sesuai dengan semestinya, Surat Pemberitahuan (SPT) dilaporkan dan besarnya pajak yang terutang dibayarkan tepat waktu.

Ananda, *et.al.*, (2015) menguji kepatuhan wajib pajak khusus untuk UMKM. Faktor-faktor yang digunakan meliputi sosialisasi perpajakan, tarif pajak, dan pemahaman perpajakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi perpajakan,

tarif pajak, dan pemahaman perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM.

Hakim, *et.al.*, (2015) menguji implikasi penerapan PP No. 46 tahun 2013 tentang pajak penghasilan UMKM terhadap tingkat pertumbuhan wajib pajak. Hasil penelitian menunjukkan setelah penerapan PP No. 46 tahun 2013 wajib pajak UMKM belum menyadari kewajiban pajaknya. Berdasarkan hal tersebut di atas, maka penelitian ini merumuskan hipotesis:

H<sub>1</sub>: Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan mempunyai pengaruh terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak UMKM

## 2. METODE PENELITIAN

### Definisi Operasional Variabel

Semua instrumen variabel dalam penelitian ini menggunakan 5 skala *Likert* jawaban responden, yaitu dimulai dengan skala tertinggi Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (NT), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (SSS).

Modernisasi Perpajakan diproksi dalam 4 variabel independen, yaitu:

- a Struktur organisasi  
Struktur organisasi adalah unsur yang berkaitan dengan pola-pola peran yang sudah ditentukan dan hubungan antar peran, alokasi kegiatan kepada sub unit sub unit terpisah, pendistribusian wewenang di antara posisi administrasi, dan jaringan komunikasi formal.
- b Prosedur Organisasi  
Prosedur organisasi berkaitan dengan proses komunikasi, pengambilan keputusan, dan sosialisasi. Pembahasan dan pemahaman prosedur organisasi berpijak pada aktivitas organisasi yang dilakukan secara teratur.
- c Strategi Organisasi  
Strategi organisasi dipandang sebagai siasat, sikap pandangan dan tindakan yang bertujuan memanfaatkan segala keadaan, faktor, peluang, dan sumber daya yang ada sedemikian rupa sehingga tujuan organisasi dapat dicapai dengan berhasil.
- d Budaya Organisasi  
Budaya organisasi didefinisikan sebagai sistem penyebaran kepercayaan dan nilai-nilai yang berkembang dalam organisasi dan mengarahkan perilaku anggota-anggotanya. Budaya organisasi mewakili persepsi umum yang dimiliki oleh anggota organisasi.

Kepatuhan pajak merupakan kondisi terpenuhinya semua kewajiban perpajakan dan hak perpajakan. Wajib pajak dikatakan patuh (*tax compliance*) apabila penghasilan yang dilaporkan sesuai dengan semestinya (Nurmatu, 2005)

### Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menemukan bukti secara empiris apakah variabel-variabel independen dalam penelitian ini, mempengaruhi variabel dependen. Adapun hasil pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Hasil Uji Hipotesis

Variabel	t	Sig.
Struktur Organisasi	1.552	0.128
Prosedur Organisasi	-3.963	0.000
Strategi Organisasi	10.125	0.000
Budaya Organisasi	2.394	0.021

### 3. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Struktur organisasi secara statistik tidak signifikan dengan tingkat signifikansi di atas 0,05, yang artinya Struktur organisasi tidak berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Hal tersebut sangat mungkin terjadi dikarenakan struktur organisasi bidang perpajakan adalah *given* hak mutlak pengaturan oleh Pemerintah melalui Kementerian Keuangan dan Dirjen Perpajakan. Segala bentuk perubahan dan modernisasi perpajakan adalah kewenangan Pemerintah, sehingga wajib pajak tinggal mematuhi atau tidak. Struktur organisasi tidak berpengaruh bagi kepatuhan wajib pajak..

Prosedur organisasi secara statistik signifikan dengan tingkat signifikansi di bawah 0,05, yang artinya Prosedur organisasi berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dan pengaruh tersebut negatif. Kepatuhan wajib pajak akan semakin terdukung apabila prosedur organisasinya semakin memudahkan wajib pajak. Prosedur organisasi lebih pada bagaimana pelayanan perpajakan dimudahkan melalui berbagai program dan aplikasi yang dikembangkan sehingga wajib pajak merasa mudah melakukan kewajibannya dan hasilnya adalah kepatuhan dari wajib pajak terjaga. Semakin tinggi prosedur yang artinya semakin kompleks akan menurunkan tingkat kepatuhan wajib pajak, karena adanya kompleksitas dan kesulitan akses baik secara langsung menemui AR Pajak ataupun aplikasi. Sebaliknya dengan prosedur organisasi yang semakin rendah yang artinya semakin simpel akan meningkatkan kepatuhan wajib pajak, hal ini karena wajib pajak merasa dimudahkan dalam banyak hal perpajakan.

Strategi organisasi secara statistik berpengaruh secara signifikan dengan tingkat signifikansi di bawah 0,05. Artinya strategi organisasi berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dan pengaruh tersebut positif. Perpajakan harus memiliki strategi organisasi yang baik, antara lain penerapan tegaknya aturan bagi wajib pajak. Bagi petugas pajak agar semua pemeriksaan berjalan transparan dan meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Strategi organisasi perpajakan saat ini yang mendekati diri pada wajib pajak melalui modernisasi cukup mampu meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Wajib pajak menjadi tidak merasa khawatir atau takut berkonsultasi dengan AR di kantor perpajakan, strategi sinergi yang dibangun perpajakan mampu membuat wajib pajak merasa nyaman dan tidak menganggap pajak sebagai sesuatu beban dan menakutkan.

Budaya organisasi secara statistik signifikan dengan tingkat signifikansi di bawah 0,05, yang artinya budaya organisasi berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dan pengaruh tersebut positif. Artinya persepsi masyarakat terhadap aparatur pajak sudah mulai membaik dan tingkat kepercayaan masyarakat atas kredibilitas dan akuntabilitas aparatur pajak semakin meningkat pula. Hal ini berpengaruh juga terhadap tingkat kepatuhan masyarakat selaku wajib pajak untuk melaksanakan kewajibannya karena wajib pajak merasa percaya bahwa pajak yang telah disetorkan kepada negara melalui aparatur pajak dapat dipertanggungjawabkan.

#### 4. KESIMPULAN

Modernisasi sistem yang telah dilakukan oleh Direktorat Jendral Pajak (DJP) secara keseluruhan memberikan hasil yang positif terhadap tingkat kepatuhan Wajib Pajak (WP) dalam memenuhi kewajiban perpajakan terhadap negara. Pembaharuan yang dilakukan oleh DJP dalam hal prosedur organisasi, strategi organisasi, maupun perbaikan reputasi aparatur pajak melalui budaya organisasi mampu mengembalikan tingkat kepercayaan masyarakat. Prosedur dan strategi organisasi yang dilakukan DJP mampu memberikan kemudahan dan memberikan aturan yang jelas bagi wajib pajak. Selain itu masyarakat selaku wajib pajak juga tidak enggan untuk melakukan pembayaran pajak kepada negara melalui aparatur pajak.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, *et.al.* 2015. *Pengaruh Sosialisas Perpajakan, Tarif Pajak, dan Pemahaman Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak*. Jurnal Perpajakan Vol. 6(2), hlm 1-9.
- Candra, *et.al.* 2013. *Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan dan Kepatuhan Wajib Pajak*. Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi. Vol 1 (1), hlm 40-48.
- Cooper, D. dan Schindler, P. 2001. *Business Research Methods*, 7<sup>th</sup> edition, McGraw Hill, Singapore
- Hair, J., Rolph A., Ronald T. dan William B. 1998. *Multivariate Data Analysis*, 5<sup>th</sup> edition, Prentice Hall International Inc, New Jersey.
- Hakim, *et.al.*, 2015. *Analisis Penerapan PP.46 Tahun 2013 Tentang Pajak Penghasilan UMKM terhadap Tingkat Pertumbuhan Wajib Pajak dan Penerimaan PPh Pasal 4 ayat (2) pada KPP Pratama Manado*. Jurnal EMBA. Vol. 3 (1), hlm 787-795.
- Fasmi, *et.al.*, 2014. *Pengaruh Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan Terhadap Tingkat Kepatuhan Pengusaha Kena Pajak di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Padang*. Jurnal Akuntansi Multiparadigma JAMAL. Vol 5 (1), hlm 76-87.
- Gujarati, D. N. 1995. *Basic Econometrics*, McGraw-Hill Higher Education.

Jogiyanto, H. 2011. *Pedoman Survei Kuesioner: Pengembangan Kuesioner, Mengatasi Bias dan Meningkatkan Respon*, BPFE, UGM.

PMK No 197/PMK.03/2013 tentang Batasan Pengusaha Kecil Pajak Pertambahan Nilai

Rahayu, *et.al.* 2009. *Pengaruh Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak*. Jurnal Akuntansi Vol. 1 (2), hlm 119-138.

Undang-undang No.20 tahun 2008 tentang usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Undang-Undang No.28 tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan

Gil, D.N 2009. *Management Information System and Strategic Performances: The Role of Top Team Composition*. International Journal of Information Management. 29, 104-110.

# THE MODERATION EFFECT OF FORMAL MECHANISM IN THE RELATIONSHIP BETWEEN POTENTIAL ABSORPTIVE CAPACITY AND REALIZED ABSORPTIVE CAPACITY

Ninik Probosari<sup>1</sup>, Yuni Siswanti<sup>2</sup>

<sup>1</sup> *Management Department, Economics and Business Faculty, University of Pembangunan Nasional Veteran, Special Region of Yogyakarta, Indonesia  
E-mail: ninik1973@yahoo.co.id*

<sup>2</sup> *Management Department, Economics and Business Faculty, University of Pembangunan Nasional Veteran, Special Region of Yogyakarta, Indonesia  
E-mail: yuni\_sis2@yahoo.co.id*

## Abstract

The purpose of this study is to examine and to analyze the relationship between absorptive capacity and formal mechanism in the framework of knowledge sharing behavior model. This research will be conducted in three stages. The first stage examines and analyzes the influence of knowledge sharing behavior on potential absorptive capacity (PAC). The second stage examines and analyzes the influence of PAC on realized absorptive capacity (RAC). The third stage examines the role of formal mechanism as moderating variable for the relationship between PAC and RAC. Sample in this research is 87 employees of three sharia banks in Special Region of Yogyakarta, Indonesia. Data is taken using questionnaires, then be analyzed using Hierarchical Moderated Regression Analysis. The results of the instrument tests show that all research variables show the required level of validity and reliability. The results of this study indicate that knowledge sharing behavior positively affect PAC, PAC positively affect RAC, and formal mechanism moderates the relationship between PAC and RAC.

**Keywords:** knowledge sharing behavior, potential absorptive capacity (PAC), realized absorptive capacity (RAC), formal mechanism.

## Introduction

The awareness of the importance of knowledge resources as the company's intellectual capital to achieve competitive advantage is increase. Knowledge plays a very important role in the progress of the company. As the role of knowledge is so important, Nonaka & Takeuchi (1995) stated that only companies that can produce new knowledge on an ongoing basis are able to achieve a better position to have competitive advantage. Knowledge is one of the most important factors in the current world economic perspective which is a major challenge for the company. One of the benefits of knowledge management is to support learning processes that can impact on the

development of innovative capabilities through the creation of new knowledge (Tobing, 2007).

The most important part of knowledge management is how to support individuals in organizations to share knowledge about what they know (Orr & Perssin, 2003). Conceptually, knowledge sharing behavior is defined as the extent to which a person actually does knowledge sharing (Bock & Kim, 2002). Knowledge sharing can also be understood as the attitude by which a person is willing to provide access to others about his/her knowledge and experience (Hansen & Avital, 2005).

Zahra & George (2002) suggested that the relationship between potential absorptive capacity and realized absorptive capacity is moderated by the integration of social mechanisms. Zahra & George (2002) stated that the reconceptualization model connects the source of knowledge, absorptive capacity, and the company's ability to produce competitive advantage. Absorptive capacity consists of two arrangements, potential absorptive capacity (PAC), and realized absorptive capacity (RAC). PAC consists of the ability to acquire and assimilate, while RAC consists of the ability to transform and exploit knowledge.

Research on the relationship of knowledge sharing, absorptive capacity and formal mechanisms previously performed by Luciana et al. (2008). In research conducted on the telecommunications and information industry, they found that there is a relationship between knowledge sharing behavior and absorptive capacity. Employees' ability to share the knowledge has a significant effect on the company's ability to acquire and assimilate knowledge. The company's ability to acquire and assimilate affects the company's ability to transform and exploit knowledge. Formal mechanism as formal structure has a moderating effect that facilitates the identification and distribution of information within the enterprise.

Zahra & George (2002) found that the relationship between potential absorptive capacity and realized absorptive capacity is moderated by the integration of social mechanisms. Absorptive capacity plays an important role in updating the firm's basic knowledge and skills required to compete in a dynamic market (Zahra & George, 2002; Liao et al., 2007; Probosari & Kusmantini, 2012). Potential absorptive capacity (PAC) and realized absorptive capacity (RAC) have separate yet complementary roles. Companies are not likely to exploit the knowledge without acquiring it first. The relationship between PAC and RAC is moderated by formal mechanisms (social integration) (Jansen et al., 2005 and Luciana et al., 2008). The opposite result is obtained from Probosari & Kusmantini's research in 2012.

Based on the explanation above, this research will be conducted in the banking sector. As a public organization, the existence of the bank in terms of the performance has not yet appeared (Pasaribu, 2009). One factor is the lack of knowledge sharing in public organizations. The emergence of knowledge sharing in the banking world is also triggered by customer demand for the best service. This research will be conducted in sharia banks in Special Region of Yogyakarta, Indonesia.

## **Theory and Hypothesis**

### **Relationship between Knowledge Sharing Behaviors and Potential Absorptive Capacity**

There is a presumption that the performance of the company will increase if the employees in it do knowledge sharing, in the sense of sharing information, effective practices, insights, experiences, preferences, things learned. Knowledge sharing affects the absorptive capacity of the employees (Liao et al., 2007). Through knowledge sharing, a great potential of stock knowledge owned by employees will be synergized to form a new understanding.

Zahra & George (2002) found that the relationship between potential absorptive capacity and realized absorptive capacity is moderated by the integration of social mechanisms. Absorptive capacity plays an important role in updating the firm's basic knowledge and skills required to compete in a dynamic market (Zahra & George, 2002; Liao et al., 2007; Probosari & Kusmantini, 2012). Potential absorptive capacity (PAC) and realized absorptive capacity (RAC) have separate yet complementary roles. Companies are not likely to exploit knowledge without acquiring it first. So the hypothesis is:

H1: Knowledge sharing behavior give positive and significant effect on Potential Absorptive Capacity.

### **Relationship between Potential Absorptive Capacity and Realized Absorptive Capacity**

Potential absorptive capacity plays an important role in influencing the company's basic knowledge and skills necessary to compete in a dynamic market. Firms that are flexible in using their resources and capabilities can reconfirm their basic resources to benefit from emerging strategic opportunities. Acquisition and assimilation can lead to maintaining a competitive advantage when used and properly combined with assets and other resources to complement each other (Zahra and George 2002). Potential absorptive capacity and realized absorptive capacity (RAC) have separate yet complementary roles. Companies are not likely to exploit knowledge without acquiring it first. Similarly, firms can acquire and assimilate knowledge, but may not have the capability to transform and exploit knowledge. Luciana et al. (2008) stated that potential absorptive capacity has an effect on the absorptive capacity of the absorbed capacity. So the hypothesis is:

H2: Potential absorptive capacity give positive and significant effect on realized absorptive capacity



## **Moderation Effect of Formal Mechanism in the Relationship between Potential Absorptive Capacity and Realized Absorptive Capacity**

Zahra & George (2002) and Luciana et al. (2008) found that the relationship between potential absorptive capacity and realized absorptive capacity can be moderated by social integration mechanisms. This mechanism can be an informal mechanism or a formal mechanism. Activities facilitated by formal mechanisms are including activities in research and development program and activities in human resource management. Minabaeva et al. (2003) suggested that specific human resource management activities have a positive impact on the development of the ability to absorb knowledge. Ability to coordinate cross functional, participation in decision making and job rotation of member impact to company absorptive capacity (Bosch et al., 1999 and Jansen et al., 2005). According to Cohen & Levinthal (1990), the company's research and development programs have two very important functions: to generate the new knowledge and to contribute to the company's ability to absorb knowledge. So the hypothesis is:

H3: The influence of potential absorptive capacity on realized absorptive capacity is moderated by formal mechanisms

### **3. Research Method**

Type of this research is a survey, using a descriptive and quantitative approach. Hypotheses was test using Hierarchical Regression Analysis (Ghozali, 2008). The population in this study is employees of sharia banks in Special Region of Yogyakarta, Indonesia. Sampling technique in this research was purposive sampling method. There were 110 questionnaires distributed, to be filled by respondents in 3 sharia banks. There were only 87 questionnaires can be processed.

The results of validity test showed that all items have a significance coefficient below 0.05 so it can be said that the whole item question is valid. Similarly, reliability test results showed that the value of cronbach alpha above 0.5 means that all variables are reliable.

### **4. Results**

#### ***4.1. Demographic Distribution***

Table 1 shows the demographic distribution of the respondents in terms of age, length of service, sex, and education level.

Table 1

Demographic Distribution of the Respondents

Components	Frequency	Percentage
Age		
20 – 30 yo	65	74.7
31 – 40 yo	14	16.1
41 – 50 yo	7	8.1
> 50 yo	1	1.1
Length of service		
2 – 5 years	50	57.5
6 – 9 years	21	24.1
10 -13 years	9	10.3
14 – 17 years	7	8.1
Sex		
Male	42	48.3
Female	45	51.7
Education		
Senior High School	6	6.9
Diploma	5	5.7
Undergraduate	76	87.4
Total	87	100

Table 1 showed that the majority of respondents aged 20-30 years (65 persons, 74.7%). Respondents aged 31-40 years were 14 persons (16.1%). Respondents with age 41-50 years were 7 persons (8.1%). Finally, respondents aged over 50 years were only 1 person (1.1%). For the length of service, most respondents have worked for 2-5 years (50 persons, 57.5%). Respondents with the working period of 6 - 9 years were 21 persons (24.1%). Respondents with 10 - 13 year working period were 9 persons (10.3%) and respondent with the working period of 14 - 17 years were 7 persons (8.1%). The sex of the respondents was almost equal, but the number of male were a little bit higher than female (45 vs 42 persons, or 51.7% vs 48.3%). Education level of the respondents distributed unevenly. Most of the respondents were undergraduates (76 persons, 87.4%). Diploma graduates as many as 5 persons (5.7%), and senior high school graduates were 6 persons (6.9%).

#### ***4.2. Analysis and Discussion***

- Knowledge sharing behavior give a positive and significant effect on potential absorptive capacity (PAC)

The results of this study provide evidence that knowledge sharing behavior give a positive and significant effect on PAC. This is support the first hypothesis. The results of this study support the research conducted Liao et al. (2007), Jansen et al. (2005) and Luciana et al. (2008) stated that through knowledge sharing, a great potential of stock knowledge owned by employees will be synergized to form a new understanding.

There is a presumption that the performance of the company will increase if the employees in it do knowledge sharing, in the sense of sharing information, effective practices, insights, experiences, preferences, things learned. Knowledge sharing will form a great potential to stock knowledge owned by employees to synergize to form a new understanding. The process of sharing knowledge is analogous to the transmission of messages on the communication process, i.e. from the sender to the receiver. The process of knowledge transfer is happened without reducing sender's stock of knowledge. The above statement gives an idea that the addition of the stock of knowledge in the transfer process will increase the stock of knowledge of the recipient. So when both parties do that activities actively, the addition of stock knowledge will be obtained by both parties (the sender and the recipient), due to the interaction. The existence of activity in knowledge sharing that is donating knowledge and collecting knowledge can create new understanding as company ability to acquire and assimilate knowledge.

- Potential absorptive capacity give positive and significant effect on realized absorptive capacity

The results of the study also show that the company's ability to acquire and assimilate knowledge (PAC) give a positive effect on the ability of the company in transforming and exploiting the knowledge (realized absorptive capacity / RAC). So, the second hypothesis is supported. The results of this study are consistent with the results of previous studies as proposed by Luciana et al. (2008). Companies have an intensity to identify and gain knowledge with consumers about the products / services needed, communicate routinely with consumers to measure the quality of products / services provided, and communicate routinely with various parties to gain the new knowledge. The company has the ability to assimilate i.e. the company always learn from previous experience to solve problems and always analyze the expectations and desires of consumers. The ability to acquire and assimilate affects the company's ability to transform the knowledge, which is to develop and improve work routines to facilitate the incorporation of existing knowledge with the new knowledge gained and exploit knowledge, which is to improve work routines and create new opportunities.

- The effect of potential absorptive capacity on realized absorptive capacity is moderated by formal mechanism

Result of the study also show that the formal mechanisms that include research and development and human resource activities are able to moderate the relationship between PAC and RAC. So the third hypothesis is supported. These results are

consistent with Cohen & Levinthal (1990), Bosch et al. (1999), Zahra & George (2002), Daghfous (2004), Minabaeva et al. (2003), Jansen et al. (2005), and Luciana et al. (2008) which states that the relationship between potential absorptive capacity and realized absorptive capacity is moderated by social integration mechanisms. This mechanism can be an informal mechanism or a formal mechanism. Activities facilitated by formal mechanisms, including activities on research and development program and human resource management activities. Generally the pattern of coordination mechanisms that form and develop in the banking setting is a well structured informal mechanism. The results of this study reflect that the ability of internal human resources and research and development activities in the world of sharia banking has grown optimally. This condition can strengthen the relationship of knowledge absorption capacity with the ability to internalize knowledge in internal practices of the company.

## 5. Conclusion

The results showed that first, the behavior of knowledge sharing have positive and significant influence on potential absorptive capacity. Second, potential absorptive capacity has positive and significant effect on realized absorptive capacity. Third, formal mechanisms moderate the effect of potential absorptive capacity to realized absorptive capacity.

This study has limitations. This study was only done in sharia banks in Special Region of Yogyakarta, so the result may be different from other industries, due to different characteristics and environment.

## References

- Bock & Kim Y, 2002, *Breaking The Myths Of Rewards: An Exploratory Study Of Attitudes About Knowledge Sharing*, Information Resources Management Journal, Vol. 15(2), pp. 14-21.
- Cohen, W.M. & Levinthal, D.A. 1990. "Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation." *Administrative Science Quarterly*, Vol.35,p.128-152.
- Daghfous, A., 2004. "Absortive Capacity and Implementation of Knowledge-Intensive Best Practise." *SAM Advance Management Journal*, Vol. 69,No.2,p.21-27.
- Ghozali, 2008, *Structural Equation Model, Metode alternatif dengan PLS*, BP Undip Semarang.
- Hansen , S. & Avital, M. 2005. *Share and Share a Like: The Social and Technological Influences on Knowledge Sharing Behavior*. Sprouts: Working Papers on Information Environments, System and Organizations. Vol. 5, No. 1, pp. 1-19.

- Jansen, J.J.P., Bosch V.D, Bosch, F.A.J., & Volberda, H.W., 2005. "Managing Potential and Realized Absorptive Capacity: How do Organizational Antecedents matter?" *Academy of Management Journal*, Vol. 48,p. 999-1015.
- Liao, S.H., Wu, C.F., & Chih, C. C., 2007. "Knowledge Sharing, Absorptive Capacity, and Innovation Capability: An Empirical Study of Taiwan's Knowledge Intensive Industries." *Journal of Information Science*, Vol.33, No.3.p.1-20.
- Luciana, Rajesri, Ari Samadhi & Iman S. 2008. "*Hubungan Antara Knowledge Sharing Capability, Absorptive Capacity, Dan Mekanisme Formal: Studi Kasus Industri Teknologi Informasi Dan Komunikasi Di Indonesia*". Jurnal Teknik Industri. Vol. 10. No.2. Desember.
- Minbaeva, D., Pedersen, T., Bjorkman, I., Fey, C.F., & Park, H.J., 2003. "MNC Knowledge Transfer, Subsidiary Absorptive Capacity, and HRM." *Journal of International Business Studies*, Vol.34,p.586-99
- Nonaka, I., & Takeuchi, H, 1995. "*The Knowledge – Creating Company*", Oxford University Press, New York
- Organ & Ryan, 1995. "*A Meta Analytic Review of Attitudinal and Dispositional Predictors of Knowledge Sharing*".
- Orr, E & Persson, M. 2003. "*Performance Indicators for Measuring Performance of Activities in Knowledge management Projects*", Master Thesis, Department of Informatics, University of Gothenburg.
- Pasaribu, M, 2009. "*Knowledge Sharing*". Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Probosari, N. & Kusmantini, K, 2012. "Anteseden Perilaku Knowledge Sharing dan Pengaruhnya terhadap Absorptive Capacity dengan mekanisme formal sebagai variabel pemoderasi". Laporan penelitian dasar, tidak dipublikasikan.
- Tobing, P.L., 2007. "*Knowledge Management: Konsep, Arsitektur dan Implementasi*". Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Zahra, S.A & George, G., 2002. "Absortive Capacity: A Review, Reconceptualization, and Extension." *Academy of Management Review*, Vol.27.p.185-2

# **KOMUNIKASI VISUAL KREATIF BERBASIS IT BAGI SISWA BERKEBUTUHAN KHUSUS DI SLB DHARMA BHAKTI PIYUNGAN, YOGYAKARTA**

Sigit Tripambudi, MSi, Dr. Awang Hendrianto Pratomo, S.T, M.T,  
Yenni Sri Utami, S.IP, M.Si, Oliver Samuel Simanjuntak, S.Kom., M.Eng  
Jurusan Ilmu Komunikasi, FISIP  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta  
Jl. Babarsari No. 2, Tambakbayan Yogyakarta

## **Abstrak**

Komunikasi memiliki peranan yang penting dalam proses pembelajaran. Pengajar selaku komunikator harus memiliki strategi penyusunan pesan agar transfer ilmu pengetahuan dan pembentukan sikap mental peserta didik dapat dilakukan, termasuk dalam mengajar peserta didik tuna rungu dan wicara. Media pembelajaran berbasis teknologi informasi memiliki kelebihan dalam mensimulasikan dan menyalurkan pesan dan mensimulasi proses belajar mengajar bagi anak tuna rungu dan wicara. Materi akan menjadi lebih jelas karena tidak bersifat verbalistik, sehingga dapat memberikan penjelasan terhadap objek yang susah seperti (iklim, bumi, dan gempa), memberikan motivasi siswa untuk belajar lebih baik dan memberikan pengalaman belajar yang lebih bermakna. Melalui teori behavior dan teori perkembangan IT menjadi dasar dalam menjelaskan urgensi inovasi pada komunikasi pembelajaran bagi anak tuna rungu dan wicara. Metode komunikasi pembelajaran bisindo adalah sistem komunikasi yang praktis dan efektif bagi penyandang tunarungu Indonesia yang dikembangkan oleh tunarungu sendiri. Bisindo digunakan untuk berkomunikasi antar individu sebagaimana sama seperti halnya dengan bahasa Indonesia pada umumnya. Pada aplikasi online Bisindo ini akan memperlihatkan simbol-simbol gambar dan video berupa gerakan bahasa isyarat yang mudah untuk difahami.

**Kata kunci:** Komunikasi pembelajaran, aplikasi bisindo, tuna rungu dan wicara

### **A. Pendahuluan**

Anak Berkebutuhan Khusus adalah mereka yang memiliki tingkat kesulitan dalam mengikuti proses pembelajaran karena kelainan fisik, emosional, mental, sosial, dan/atau memiliki potensi kecerdasan dan bakat istimewa. Melalui pendidikan inklusi, anak berkelainan dididik bersama-sama anak lainnya (normal) untuk mengoptimalkan potensi yang dimilikinya (Freiberg, 2005: 21). Hal ini dilandasi oleh kenyataan bahwa di dalam masyarakat terdapat anak normal dan anak berkelainan yang tidak dapat dipisahkan sebagai suatu komunitas.

Komunikasi memiliki peranan yang penting dalam proses pembelajaran. Pengajar selaku komunikator harus memiliki strategi penyusunan pesan agar transfer ilmu pengetahuan dan pembentukan sikap mental peserta didik dapat dilakukan. Penyebabnya adalah terjadinya kesenjangan komunikasi antara pengajar (komunikator)

dan peserta didik (komunikasikan), yaitu perbedaan pengetahuan (*frame of reference*) dan pengalaman (*frame of experience*) di antara komunikator dan komunikasikan.

Proses pembelajaran tersebut akan semakin rumit ketika terjadi di sekolah yang khusus menampung siswa yang berkebutuhan khusus yang sering disebut dengan Sekolah Luar Biasa (SLB). Pendidik selaku komunikator dituntut kesabaran dan perhatian yang lebih untuk memahami peserta didik. Proses pembelajaran tidak sekedar persoalan mentransfer ilmu pengetahuan, tetapi juga menumbuhkan mental yang positif dan kepercayaan diri untuk menghadapi kehidupan secara mandiri.

Salah satu jenis siswa yang berkebutuhan khusus adalah siswa tunarungu dan tunawicara. Keduanya saling berkaitan. Seorang yang tunarungu tidak dapat mendengarkan segala bentuk bunyi-bunyian sejak lahir. Akibatnya mulut pun tidak dapat mengucapkan bunyi-bunyian seperti yang ditangkap oleh indra pendengaran. Oleh karena itu mereka hanya mengandalkan simbol-simbol nonverbal dalam berkomunikasi. Tunarungu merupakan istilah yang digunakan untuk menunjukkan keadaan kehilangan pendengaran yang dialami oleh seseorang. Secara umum tunarungu dikategorikan kurang dengar dan tuli, sebagaimana yang diungkap Hallahan dan Kauffman (1991:26) bahwa Tunarungu adalah suatu istilah umum yang menunjukkan kesulitan mendengar yang meliputi keseluruhan kesulitan mendengar dari yang ringan sampai yang berat, digolongkan ke dalam tuli dan kurang dengar.

Komunikasi pembelajaran melalui kamus Bisindo online ini masih baru dan kurang dikenal masyarakat luas. Bisindo merupakan bahasa induk atau bahasa terapan yang telah ada dari dulu yang diciptakan oleh masyarakat tuna rungu sendiri. Masyarakat sudah mengenal SIBI (Sistem Isyarat Bahasa Indonesia). SIBI adalah sistem hasil rekayasa dan ciptaan dari orang normal, bukan dari orang tunarungu. Walhasil kaum tunarungu kebingungan dan tidak habis pikir mengapa bahasa isyarat alami mereka berbeda dengan SIBI. Sampai sekarang masih terjadi kontroversi antara pencetus SIBI dengan kaum tunarungu. Kaum tunarungu memutuskan SIBI hanya untuk sekolah karena isyarat bukan produk asli kaum tunarungu Indonesia. Hal ini bisa dilihat banyak kaum tunarungu masih tetap memakai bahasa isyarat orisinal mereka.

Bisindo saat ini dikembangkan dan disebarluaskan melalui wadah organisasi GERKATIN (Gerakan untuk Kesejahteraan Tunarungu Indonesia). Pada saat ini pusat Bisindo sedang mengkaji penyusunan standar, penyusunan kamus Bisindo, dan buku mata pelajaran Bisindo.

## **B. Tinjauan Pustaka**

### **2.1. Teori Pembelajaran**

Teori Behavioristik merupakan teori dengan pandangan tentang belajar adalah perubahan dalam tingkah laku sebagai akibat dari interaksi antara stimulus dan respon. Atau dengan kata lain belajar adalah perubahan yang dialami siswa dalam hal kemampuannya untuk bertingkah laku dengan cara yang baru sebagai hasil interaksi antara stimulus dan respon. (Hamzah Uno, 7: 2006). Melalui teori pembelajaran ini sebagai dasar untuk mengetahui komunikasi pembelajaran dengan aplikasi online Bisindo bagi anak tuna rungu. Agar komunikasi optimal dan efektif bagi anak tuna rungu dibutuhkan media pembelajaran yang kreatif dan interaktif.

### **2.2. Teori Perkembangan IT**

Pembuatan media pembelajaran yang interaktif dan kreatif telah banyak tersedia. Media pembelajaran berupa aplikasi bisindo yang menggunakan *Macromedia Flash* adalah salah satu dari macam-macam program yang banyak digunakan dalam pembuatan media pembelajaran. Kelebihan dari *Macromedia Flash* adalah kemampuan untuk menampilkan multimedia, yang merupakan penggabungan antar grafis, teks, animasi dan suara. Penggunaan *Macromedia Flash* dapat menjadikan media pembelajaran lebih menyenangkan, mengasyikkan dan menjadikan peserta didik tertarik dengan materi yang diajarkan.

### C. Hasil dan Pembahasan

#### Pembelajaran Pada Siswa Tunarungu dan Wicara

Siswa tunarungu dan tunawicara memerlukan kebutuhan khusus dalam berkomunikasi. Keterbatasan indra pendengaran menjadikannya tidak pernah mengetahui simbol-simbol komunikasi yang berlaku di lingkungannya. Oleh karena itu Siswa tunarungu dan tunawicara hanya mengandalkan bahasa-bahasa isyarat untuk berkomunikasi di dalam lingkungannya. dampak tuna rungu wicara sehubungan dengan karakteristik anak tuna rungu yaitu: “miskin dalam kosakata, sulit memahami kata-kata abstrak, sulit mengartikan kata-kata yang mengandung kiasan”.

Permasalahan semakin kompleks ketika dikaitkan dengan hak setiap warga negara untuk memperoleh pendidikan yang layak. Siswa tunarungu dan tunawicara pun juga berhak untuk mendapatkan pendidikan yang layak. Mereka tidak boleh dipandang hanya sebagai pelajar kelas dua yang hanya memiliki kemampuan ala kadarnya.

Bahasa isyarat adalah bahasa yang umum dipakai oleh penyandang tunarungu ketika berkomunikasi dengan sesamanya. Penyandang tunarungu cenderung terbiasa memakai bahasa isyarat. Manusia mempunyai akal untuk bisa berkomunikasi atau menyampaikan gagasan atau ide dengan cara apapun. Ada banyak cara untuk berkomunikasi, misalnya dengan cara membaca bibir, menulis, memberi aba-aba, dan memberi isyarat. Bahasa isyarat adalah salah satunya, bahasa ini muncul dengan alami. Dengan kata lain bahasa isyarat adalah adaptasi dari bahasa oral yang tidak bisa mereka lakukan.



Gambar 1. Sistem kerja komunikasi online kamus Bisindo

Dari hasil penelitian yang dilakukan pada siswa dan guru di SLB Dharma Bhakti Piyungan Yogyakarta menyambut antusias dengan metode pembelajaran online Bisindo. Metode bisindo dinilai sistem komunikasi yang praktis dan efektif. Dibandingkan metode Sibi yang selama ini menjadi dasar kurikulum bagi penyandang tuna rungu dan wicara yang dibuat oleh pemerintah. Perbedaan mendasar kedua metode tersebut terletak pada penggunaan bahasa isyarat satu tangan untuk metode sibi, sedangkan



metode bisindo adalah bahasa isyarat dengan dua tangan. Metode bisindo dikembangkan oleh para penyandang tunarungu sendiri dan saat ini penggunaan di bangku sekolah luar biasa memang masih jarang dan hanya sebagai pelengkap. Bisindo digunakan untuk berkomunikasi antar individu sebagaimana sama seperti halnya dengan bahasa Indonesia pada umumnya.

Bagi penyandang tuna rungu dan wicara penggunaan metode bisindo dirasa lebih mudah dipelajari dan dipahami. Dengan Bisindo penyandang tunarungu dapat mengungkapkan pikiran dan perasaan secara leluasa dan mengekspresikan dirinya sebagai insan manusia warga Negara Indonesia yang bermartabat sesuai dengan falsafah hidup dan HAM. Bagi tuna rungu metode komunikasi bisindo sebagai metode yang lebih mudah untuk dipahami, sehingga diharapkan komunikasi pembelajaran dapat lebih optimal.

Berdasar data dilapangan, metode pembelajaran komunikasi visual berbasis IT ini terlihat lebih mudah dipelajari karena unsur visual penggunaan bahasa isyarat dengan kedua tangan. Komunikasi dalam belajar komunikasi bahasa Indonesia juga dilengkapi dengan kamus, dengan tinggal mengetik kata selanjutnya terlihat unsur visual (berupa gambar bergerak). Namun untuk menggunakan aplikasi online ini diperlukan koneksi internet yang memadai agar unsur visual dapat terlihat bagus.

Pada aplikasi kamus Bisindo ini akan memperlihatkan simbol-simbol gambar dan video berupa gerakan bahasa isyarat yang mudah untuk difahami oleh para pengguna nantinya. Berikut sebagian gambar tampilan aplikasi :



Gambar 2. Media Pembelajaran Bahasa Isyarat BISINDO

Terdapat banyak pilihan dalam komunikasi pembelajaran bagi tuna netra dan wicara melalui enam menu pada aplikasi bisindo adalah Kamus, Bisindo, Terjemah, Latihan Video, Latihan Bergambar dan Bantuan.



Gambar 3. Halaman kamus user

Halaman kamus user dapat mencari berbagai perbendaharaan kamus sesuai kategori subyek, predikat, obyek, keterangan, nominal dan abjad. Terdapat menu a,b,c,d,e,f...z menunjukkan bahwa kategori kata dapat dipilih melalui abjad dan terdapat menu 0,1,2...10 menunjukkan bahwa kategori kata dapat dipilih melalui nominal.



Gambar 4. Halaman terjemah user

Halaman terjemah user memberikan bantuan untuk menterjemahkan dari kalimat bahasa indonesia (SPOK) ke dalam bentuk kalimat bisindo (SOPK). Apabila kata yang diinputkan belum ada didalam database atau kamus maka akan di terjemahkan sesuai dengan alfabet atau inputan yang diterima dan jika kata atau inputan sudah ada dalam database atau kamus maka akan langsung diterjemahkan sesuai inputan.

Aplikasi online ini komunikasi tidak hanya bersifat satu arah saja. Meskipun tidak bersifat interaktif, namun bagi komunikasi dapat menambahkan perbendaharaan kosa kata ataupun istilah yang belum ada. Aplikasi bisindo juga dapat diakses dimanapun, sehingga komunikasi pembelajaran tidak hanya dilakukan di sekolah saja namun juga di rumah. Melalui aplikasi tersebut baik guru maupun peserta didik tuna rungu dapat lebih optimal dalam melakukan pembelajaran.

#### **D. Kesimpulan**

1. Penerapan komunikasi pembelajaran online dengan metode bisindo di SLB Dharma Bhakti Piyungan Yogyakarta, baik para guru maupun peserta didik tuna rungu dan wicara memberi respon yang sangat baik, karena dinilai lebih mudah dipelajari dan komunikatif.

2. Sekalipun respon dan antusiasme guru serta peserta didik pada penggunaan komunikasi metode bisindo sangat baik, namun kendala pada penerapan metode komunikasi pembelajaran online bisindo di SLB Dharma Bhakti Piyungan Yogyakarta terletak pada ketersedian sarana media komputer dan koneksi internet yang kurang memadai.
3. Aplikasi bisindo masih perlu penambahan lebih banyak kosa kata maupun istilah untuk kesempurnaan sebagai rujukan dalam komunikasi pembelajaran.

## REFERENSI

- Abidin., Marzal, Jefri., dan Rohati, 2014, *Pengembangan Media Pembelajaran Matematika Interaktif Berbasis Android Untuk Menumbuhkan Motivasi Belajar Anak Disleksia Pada Materi Eksponensial Di Kota Jambi*, Jurnal Edumatica, Vol 04(02), ISSN: 2088-2157
- Arqam, M. L., 2010., “*Pengembangan multimedia pembelajaran pada matapelajaran kemuhadiyah bagi siswa kelas 1 madrasah mu'allimin muhammadiyah yogyakarta*,” p. 39.
- Denzin, Norman K dan Lincoln, Yvonna. 1994. *Handbook of Qualitative Research*. London : Sage Publications
- Fauzan, Firman. Tesis. 2008. *Pengembangan Media Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Berbasis Komputer Upaya Meningkatkan Efektifitas Belajar Siswa (Pengembangan modul Pembelajaran PAI Pokok Bahasan Al-Qur'an untuk SMP Kelas IX)*. Yogyakarta: PPS UIN Sunan Kalijaga
- Febriani, Yuyun dan Maritasari, Donna Boedi., 2015., *Media Animasi Pembelajaran Interaktif Siswa Kelas 1 Sd*, Jurnal Educatio, Vol. 10 No. 2, Desember 2015, Hal. 280-297
- Irsyadi, Fatah Yasin Al, dan Nugroho, Yusuf Sulistyoyo. 2015, *game edukasi pengenalan anggota tubuh dan pengenalan angka untuk anak berkebutuhan khusus (abk) tunagrahita berbasis kinect*, Prosiding SNATIF Ke-2 Tahun 2015 ISBN: 978-602-1180-21-1
- Littlejohn, Stephen W. 1999. *Theories of Human Communication*. sixth edition. California : Wadsworth Publishing Company.
- Neuman, W Lawrence. 2000. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. fourth edition. Boston : Allyn and Bacon.
- Rini. 2010. Tesis. *Penyusunan Modul Pembelajaran Bahasa Arab Berbasis Compact Disk (CD) Untuk Madrasah Tsanawiyah*. Yogyakarta: PPS UIN Sunan Kalijaga
- Rustamaji, Dian. dan Siswanti, Sri. Implementasi Aplikasi Pembelajaran Dasar Pada SLB B (Tunarungu Dan Wicara) Dengan Menggunakan Macromedia Flash, Jurnal Ilmiah SINUS, ISSN : 1693 – 1173
- Sutopo, HB. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*. Surakarta : UNS PRESS

## **MINISTRY OF TRADITIONAL OIL WONOCOLO VILLAGE: POTENTIALS, PROBLEMS AND HANDLING**

**Anis Siti Hartati <sup>1</sup>, Marita <sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Faculty Economics and Bussines, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”  
Yogyakarta

email: [anissh\\_fe@yahoo.com](mailto:anissh_fe@yahoo.com)

<sup>2</sup>Faculty Economics and Bussines, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”  
Yogyakarta

email: [faridmarita@gmail.com](mailto:faridmarita@gmail.com)

### **ABSTRACT**

RIP UPN "Veteran" Yogyakarta in the field of public governance provides direction for the development of defense and defense strategy programs based on regional development with the concept of handling conflict between groups. The long-term goal of this study is very important to increase the repertoire of science related to the discovery of this research in terms of handling conflict between groups. Economically, oil mining activities are less profitable for miners, because of the unfair distribution of rewards and relatively muah prices, but compared to farming remains more profitable. The negative impact of the mining business is the existence of horizontal conflict between citizens and environmental contamination that need attention from the government.

The method that will be used in the first stage is the mapping of conflict and approach on the elements of community leaders and local government leaders is to discuss alternative activities that can generate economic value for the people of Wonocolo Village. Furthermore, the research method used is analytical descriptive method, where the data collected was first compiled, explained and then analyzed

The conclusion to manage the conflict of the need for awareness of the miners will be the existence of diverse characters that lead to differences of opinion, misunderstandings, feel disadvantaged, too sensitive feelings that occur among fellow miners so as to be able to complete the work in accordance with the established targets and establish cooperation good communication.

Keywords: Conflict, oil miner, figure

### **PRELIMINARY**

Wonocolo Village, Kedewan Subdistrict, Bojonegoro Regency is one of the areas of petroleum mining in the traditional way and is produced from old wells of Dutch Colonial relic which no longer have economic value for the company. Mining activities to date still use the traditional way of using human labor assisted by simple tools such as ropes, pipes, jerry cans, wood, truck engines, and so on.

Wonocolo village as one of the oil-rich areas, should have a more prosperous society because its economy is supported by the processing of petroleum, but in fact the community can not enjoy the natural wealth owned to improve their welfare. Damaged road conditions further aggravate the access of the population, especially in terms of transportation to schools, residents have to travel a considerable distance.

The Bojonegoro regency government in recent years has begun to draft a policy plan on oil processing in the area. In fact, until now there has been no concrete progress in the processing of oil wells that the results can not be felt to improve the welfare of the people of Wonocolo Village because there are so many obstacles that are still experienced by the citizens of traditional oil miners. Increasingly, the level of people's incomes is declining due to the rarity and high cost of supporting equipment, which is also in line with the decline in production. So make the mining community restless and always worried about the sustainability of their livelihood so that this causes conflict that needs to get attention from various parties to be able to manage it will be able to improve the performance of the traditional oil miners.

## **LITERATURE REVIEW**

### **Conflict**

Conflicts can arise to anyone, anywhere and anytime. According to Rivai (2011:99) "Work conflicts are mismatch between two or more members or groups (within an organization/company) who must share limited resources or work activities and/or due to the fact that they have different status , goals, values or perceptions ". Conflict is a process in which one party considers that its interests are challenged or negatively influenced by others, Kreitner and Kinichi in Silaban (2012:2).

#### **1. Types of Conflict**

According to Handoko (2009: 349) there are five types of conflicts in the life of the organization, namely: a) Conflict within the individual, b) Conflict between individuals within the same organization, c) Conflict between individuals and groups, d) Conflicts between groups in organizations e) Good inter-organizational conflict between the two.

#### **2. Conflict Management**

According to Handoko in Winardi (1994:79) there are three ways to resolve the conflict: a) Stimulation of conflict, b) Conflict reduction or suppression, c) Conflict resolution

#### **3. Causes of Conflict**

A conflict can occur because each party or one party feels aggrieved is not only material but also non material. According to Nitisemito (1982: 212) the causes of conflict arise, among others: a) Differences of opinion, b) Misunderstanding, c) One or both parties feel disadvantaged, d) Feelings that are too sensitive.

## **RESEARCH METHODS**

The research method that will be used is conflict mapping with approaches on the elements of local government leaders, namely: Mr. H. Suyoto as Regent of Bojonegoro, Mr. Agus Amperianto as Area Manager of Pertamina EP "Asset IV Field Cepu" and Mr. Moch Arifin as Head of Kedantor Village and community leaders the traditional oil miner of Wonocolo Village. Furthermore, by analytical descriptive method.

### **Population and Sample Determination**

In this study the population in question is a traditional oil miner in Wonocolo Village Kedewan Bojonegoro District. In the village of Wonocolo Kecamatan Kedewan there are 250 registered old wells in Pertamina EP "Asset 4 Field" Cepu, with each well managed by 10 to 30 miners. In this research, sampling using non-probabilty sampling technique using purposive sampling method with criteria of traditional oil miner and work at least 5 years.

## **THE RESULTS ACHIEVED**

Mapping with direct observation and interview with the government, Mr. H. Suyoto as Regent of Bojonegoro, Mr. Agus Amperianto as Area Manager of Pertamina Exploration and Production Asset Field IV Cepu and Mr. Moch Arifin as Head of Kedantor and the miners community, the following data are generated:

Conflict experienced by petroleum miners Wonocolo Village Kedantor District due to several things that are as follows:

### **a. The Process of Opening the Well**

The first process undertaken in mining is the process of opening old wells. The villagers who are members of the mining group do the opening of the well in mutual assistance. The process of opening an old well takes a very long time from one month to a year or more.

### **b. Sale of production**

In 1980-1990 miners were required to sell to PT Pertamina through Bogo Sasono cooperative formation from PT Pertamina. PT Pertamina buys the citizen oil price at a price below the market price, and any latung produced by the citizen must be deposited to Pertamina. At this time many people sell their own oil to individual consumers illegally, but the oil produced is relatively small. Illegal oil sales are also very risky, because if caught can be deprived of mining rights.

### **c. Investors**

Conflict in Wonocolo village also occurred with the entry of investors in oil and gas mining activities, resulting in illegal mining. This illegal mining activity makes the conflicts between communities to compete for mining land. Differences of inter-community interest is due to economic interests. Investors are pledging more wages for miners capable of delivering larger oil and gas mining results, so the people are competing to get more results. This conflict is disturbing the people of Wonocolo Village because there is no harmony between communities.

### **d. Environmental Conservation**

The provisions of the Environmental Agency which emphasizes the importance of nature conservation around the mining area to be concerned with waste and public

health. The impacts that can be caused are pollution which includes water, soil and air. There are four tasks that must be done by the miners such as prevent damage, repair, preserve, and improve the quality of the environment.

**e. Health, Safety and Security**

The working conditions of the old well miners are very alarming and vulnerable both physically and psychologically. Because mining is done by self-help by the community is less considering various aspects, especially safety (safety), in the absence of the ability of miners to provide adequate equipment.

**f. Decree of the Ministerial Regulation Number 1 Year 2008**

Based on Decree of Ministerial Regulation Number 1 Year 2008 concerning Guidance of Petroleum Mining Concession In Old Well, the plan in old well oil management will be returned again in cooperation with KUD or BUMD, while for the community in the future will be eliminated because there is no legal basis

**g. Low productivity**

Productivity of oil wells that are still active decreased. A few years ago averages were able to produce 20-30 drums of crude oil a day, now only able to produce 5-10 drums. As a result, the miner's income is low. Additionally, the effort to add new wells illegally to increase production from about 250 wells to 700 wells.

## **CONCLUSIONS AND RECOMMENDATIONS**

### **Conclusion**

Performance Traditional oil miners by reusing old wells can not yet be expected to improve their family's economic welfare, this creates a conflict in the miners, there must be an effort to manage the conflict so as not to cause work stress, therefore the need for awareness of the miners will the existence of various characters that lead to differences of opinions, misunderstandings, feel harmed, feelings that are too sensitive that occurs among fellow miners so as to be able to complete the work in accordance with the target set.

Management Conflict miners because of these differences should be addressed as a diverse work dynamics that can complement the weaknesses and advantages of miners to establish cooperation through good communication that can produce work in accordance with quality, quantity of work is expected and the time has been planned to be able to improving the economy of his family and the region

### **Suggestion**

1. To realize the policy of Ministerial Regulation No. 1 of 2008 which regulates the handling
2. Involving traditional oil miners to support and develop Desa Wisata as an alternative to improving the economic welfare of traditional oil miners by utilizing old wells,
3. Provide the provision of skills training to take an active role in improving the Tourism Village

## REFERENCES

- Bangun, Wilson. 2012. *Manajemen Sumberdaya Manusia*. Erlangga. Jakarta: Erlangga.
- Fitriana, Yudha Rahayu. 2013. *Persepsi Insentif Dengan Konflik Kerja Karyawan Perusahaan Roti Salwa Trenggalek*. Skripsi Universitas Airlangga Surabaya, Indonesia
- Handoko, Hani. T. 2012. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. BPFE – UGM, Yogyakarta.
- Kreitner , Robert dan Kinicki Angelo. 2003. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba empat
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2005. *Perilaku dan Budaya Organisasi*. Bandung: PT. Refika Aditama
- Nahdia Naumi Rizha dan Agus Trilaksana. 2015. *Pertambangan Minyak Tradisional Di Desa Wonocolo, Kecamatan Kedewan, Kabupaten Bojonegoro Tahun 1970-1987*, Avatara, e-Journal Pendidikan Sejarah
- Nitisemito, Alex S. 1982. *Manajemen Personalia: Manajemen Sumber Daya Manusia*. Ghalia Indonesi, Jakarta.
- Nurmalitasari Yuniar. 2011. *Potret Kemiskinan Masyarakat Penambang Minyak Tradisional (Studi Kasus di Desa Wonocolo, Kecamatan Kedewan, Kabupaten Bojonegoro)*, Skripsi. Jurusan Pendidikan Sejarah, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negri Yogyakarta
- Nur, M. Saina. 2013. *Konflik, Stres Kerja dan Kepuasan Kerja Pengaruhnya terhadap Kinerja Pegawai pada Universitas Khairun Ternate*. *Jurnal EMBA* Vol. 1 No. 3 September, ISSN 230-1174. <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/viewFile>. Diakses tanggal 3 Maret 2015. Hal. 739 – 749.
- Rivai, Veithzal. dan Jauni Sagala , Ella. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: PT. RajaGrafinfo Persada
- Robbins, Stephen P. 2003. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Indeks



Siddiqoh, Elha Ayu Alinda, 2015. *Konflik Masyarakat Penambang Minyak Mentah*, Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga Surabaya, Indonesia

Wahyudi.2008. *Manajemen Konflik dalam Organisasi Pedoman Praktis Bagi Pemimpin*. Pontianak: Alfabeta

Winardi. 2004. *Manajemen Perilaku Organisasi*. Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo

Wirawan. 2010. *Konflik dan Manajemen Konflik: Teori, Aplikasi, dan Penelitian*. Salemba Humanika, Jakarta.

## **ANALISIS KINERJA PEMERINTAH DESA BERDASARKAN KOMITMEN ORGANISASI, BUDAYA ORGANISASI DAN RELIGIUSITAS**

**Dwi Sudaryati<sup>1)</sup>, Suchyo Heriningsih<sup>2)</sup>, Ruserlistyani<sup>3)</sup>**

[sudaryati\\_dwi@yahoo.com](mailto:sudaryati_dwi@yahoo.com), [heriningsih\\_s@yahoo.co.id](mailto:heriningsih_s@yahoo.co.id), [herlissantosa@yahoo.com](mailto:herlissantosa@yahoo.com)

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

### ***Abstract***

*This study aims to analyze the effect of organizational commitment, organizational culture and religiosity on the performance of village government. The data were collected using questionnaires from 31 village apparatus located in the village of Banguntapan, Bantul District. The results showed that there was an influence of organizational commitment to the performance of village government, while the organizational culture and religiosity variables did not affect the performance of village government. Thus, the higher the village government's commitment to the organization, the higher the performance produced by the village government.*

*Keywords: performance, organizational commitment, organizational culture, religiosity*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh komitmen organisasi, budaya organisasi dan religiusitas terhadap kinerja pemerintah desa. Data diambil dengan menggunakan kuesioner dari 31 perangkat desa yang terdapat di delapan desa di Kecamatan Banguntapan Kabupaten Bantul. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh komitmen organisasi terhadap kinerja pemerintah desa, sedangkan variabel budaya organisasi dan religiusitas tidak berpengaruh terhadap kinerja pemerintah desa. Dengan demikian, semakin tinggi komitmen pemerintah desa terhadap organisasi, maka semakin tinggi kinerja yang dihasilkan oleh pemerintah desa.

Kata kunci: kinerja, komitmen organisasi, budaya organisasi, religiusitas

## **1. PENDAHULUAN**

Dengan adanya Undang-Undang No.6 Tahun 2014 tentang Desa, diharapkan pemerintah desa dapat mengatur urusan desanya dengan lebih baik dan mandiri. Sesuai dengan pasal 26 ayat 2, bahwa pemerintah desa memiliki wewenang untuk mengatur, membina dan memimpin desanya agar dapat mensejahterakan masyarakatnya. Dalam rangka mencapai tujuan yang diinginkan pemerintah desa juga harus bersungguh-sungguh dalam menjalankan tugas dan wewenangnya dalam mengelola segala anggaran desa dan juga haruslah ada pengawasan yang intens dalam menjalankan UU ini baik dari pemerintah daerah setempat dan juga dari masyarakat desa itu sendiri, agar penggunaan dana alokasi dapat teralokasikan dengan baik dan dapat digunakan untuk kesejahteraan masyarakat desa.

UU Desa secara umum mengatur materi mengenai asas pengaturan, kedudukan dan jenis desa, penataan desa, kewenangan desa, penyelenggaraan pemerintahan desa, hak dan kewajiban desa dan masyarakat desa, peraturan desa, keuangan desa dan aset desa, pembangunan desa dan pembangunan kawasan perdesaan, badan usaha milik desa, kerja sama desa, lembaga kemasyarakatan desa dan lembaga adat desa, serta pembinaan dan pengawasan.

Pengertian umum, Desa adalah desa dan desa adat atau yang disebut dengan nama lain, selanjutnya disebut Desa adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintahan, kepentingan masyarakat setempat berdasarkan prakarsa masyarakat, hak asal usul, dan/atau hak tradisional yang diakui dan dihormati dalam sistem pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia (pasal 1 ayat 1 UU No.6 Tahun 2014).

Kinerja pemerintah desa ditentukan oleh aparat desa dalam menjalankan tugasnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Menurut UU Desa bahwa Pemerintah Desa adalah Kepala Desa atau yang disebut dengan nama lain dibantu perangkat Desa sebagai unsur penyelenggara Pemerintahan Desa. Perangkat Desa atau perangkat kelurahan merupakan pegawai pejabat pelayanan publik yang mempunyai tugas dan tanggung jawab terhadap pelayanan kepada masyarakat, dan membantu lurah atau kepala desa dalam menjalankan tugasnya. Tugas pelayanan kepada masyarakat ini mengharuskan para perangkat desa harus dapat memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan masyarakat. Sesuai pasal 48 UU No. 6 Tahun 2014, Perangkat Desa terdiri atas: sekretariat Desa, pelaksana kewilayahan dan pelaksana teknis. Oleh karena itu, para perangkat desa dituntut memiliki kemampuan, ketrampilan dan perasaan perhatian yang tulus dan membutuhkan rasa empati yang tinggi dalam melaksanakan tugasnya melayani masyarakat.

Kinerja dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah komitmen organisasi. Menurut Mowday(1998) bahwa komitmen organisasi sebagai factor yang menimbulkan adanya peningkatan (*attachment*) dari individu terhadap organisasi, dimana karyawan mempunyai komitmen kepada organisasi dalam bentuk keinginan untuk selaras dan sejalan dalam pencapaian tujuan organisasi yang sudah ditetapkan. Perasaan komitmen terhadap organisasi sangat diperlukan dalam diri setiap pegawai, adanya perasaan komitmen ini mendorong seseorang akan bekerja lebih giat, lebih bersemangat dalam melaksanakan tugas atau pekerjaannya. Hasil penelitian Rokhayati dan Astuti (2015), menunjukkan bahwa komitmen organisasi memiliki pengaruh terhadap kinerja organisasi. Perangkat desa memiliki kecenderungan pemahaman visi yang cukup tinggi, memiliki harapan keberhasilan dalam melaksanakan pekerjaan cenderung tinggi, memiliki arti dalam pelaksanaan pekerjaan dan memiliki rasa dihargai oleh organisasi cenderung tinggi sedangkan rasa keanggotaan sedang. Mereka memiliki komitmen yang tinggi yaitu rasa senang dalam bekerja, rasa kesetiaan yang tinggi dan rasa memiliki juga tinggi.

Faktor lain yang mempengaruhi kinerja adalah budaya organisasi. Budaya organisasi sangat berpengaruh terhadap perilaku para anggota organisasi. Budaya organisasi yang baik tentunya akan mempengaruhi kualitas pelayanan pegawai pemerintah yang baik pula. Sebelumnya pengaturan desa ada dalam Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 dan Undang-Undang Nomor 32 tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah. Namun, kedua UU ini tidak memberikan hak-hak yang khusus bagi desa untuk membangun dan mengatur sendiri roda pemerintahan desa. Dengan adanya Undang-Undang No.6 Tahun 2014 tentang Desa membawa dampak pada

perubahan budaya organisasi yang mau tidak mau harus menghadapi serangkaian adaptasi yang harus dilakukan. Dengan diimplementasikannya UU Desa ini, desa dalam melaksanakan pembangunannya dengan melibatkan masyarakat secara langsung untuk menuju desa yang maju, mandiri, demokratis dan sejahtera.

Selain dipengaruhi oleh komitmen organisasi dan budaya organisasi, kinerja juga dapat ditentukan oleh religiusitas aparat pemerintah desa. Religiusitas dapat dijadikan untuk mengukur sejauh mana nilai-nilai agama terinternalisasi dalam diri seseorang. Religiusitas diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan manusia yang tidak hanya pada kegiatan yang kasat mata tetapi lebih dalam lagi, mencakup aspek perasaan, motivasi dan aspek batiniah manusia. Dengan demikian religiusitas memiliki makna yang terkait keyakinan, penghayatan, pengalaman, pengetahuan dan peribadatan seorang penganut agama terhadap agamanya yang diaplikasikan dalam kehidupannya sehari-hari sebagai pengakuan akan adanya kekuatan tertinggi yang menaungi kehidupan manusia.

Penelitian Pratama (2014) menunjukkan bahwa kinerja pemerintah desa dalam pembangunan fisik pedesaan merupakan suatu bentuk pelayanan pemerintah desa kepada masyarakat dalam memenuhi kebutuhan masyarakat yang berupa penyediaan infrastruktur fisik berdasarkan prioritas yang telah ditetapkan sebagai penunjang segala aktifitas dan perekonomian di desa. Kinerja yang baik serta peran aktif masyarakat dalam pelaksanaan pembangunan berdampak terhadap kelancaran proses pelaksanaan pembangunan. Subroto (2009) dalam penelitiannya menyatakan bahwa perencanaan dan alokasi dana desa sudah akuntabel dan transparan, namun kendala utama yang dihadapi adalah perlunya sumber daya manusia yang kompeten.

Penelitian Linda, dkk (2013) menunjukkan bahwa kebutuhan akan sumber daya aparatur yang tangguh menghadapi perubahan kelembagaan desa bukan hanya didorong oleh faktor intern tapi juga faktor ekstern. Faktor intern karena saat aparat desa harus mempunyai keterampilan dan pengetahuan tertentu seperti membuat peraturan-peraturan desa bersama badan permusyawaratan desa, mengelola keuangan desa, dan lain-lain. Tuntutan masyarakat desa akan adanya pelayanan-pelayanan yang memuaskan merupakan hal yang harus segera direspon pemerintah desa.

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- 1). Apakah komitmen organisasi memiliki pengaruh terhadap kinerja pemerintah desa,
- 2). Apakah budaya organisasi memiliki pengaruh terhadap kinerja pemerintah desa, dan
- 3). Apakah religiusitas memiliki pengaruh terhadap kinerja pemerintah desa.

Kinerja pemerintah desa merupakan bentuk kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah dalam memberikan pelayanan terhadap masyarakat setempat, hal ini merupakan bentuk sebuah pengabdian yang dilakukan oleh pemerintah Desa, mengenai bentuk pelayanan yang diberikan terdapat pelayanan administrasi dan non administrasi. Kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah desa merupakan bentuk pelayanan publik yang harus dilakukan oleh pemerintah desa. Penelitian ini bertujuan untuk menguji bagaimana pengaruh komitmen organisasi, budaya organisasi dan religiusitas terhadap kinerja pemerintah desa.

## **2. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan di desa se-Kecamatan Banguntapan, Kabupaten Bantul, DIY yang terdiri atas desa Baturetno, desa Jagalan, desa Ponoroto, desa Tamanan, desa Banguntapan, desa Jambidan, desa Wirokerten dan desa Singosaren. Populasi pada penelitian ini adalah semua perangkat desa di Kecamatan Banguntapan Kabupaten

Bantul. Metode pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan jenis *purpose sampling* yang pengambilan sampel yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Sampel penelitian ini diambil sebanyak 32 orang dengan asumsi setiap desa diambil sebagai sampel sebanyak 4 orang. Namun dari kuesioner yang kembali terdapat 1 kuesioner yang tidak lengkap sehingga tidak dimasukkan sebagai sampel, dengan demikian total sampel sebanyak 31 responden.

Komitmen organisasi menjadi suatu dorongan dari dalam individu untuk melakukan sesuatu agar dapat menunjukkan keberhasilan organisasi sesuai dengan tujuan yang ditetapkan dan lebih mementingkan kepentingan organisasi (Heriningsih, 2014). Komitmen organisasi (variabel independen) yang diukur berdasarkan persepsi responden tentang keinginan dan ketidakeinginan organisasi yang mendukung sumberdaya manusia dalam melakukan perubahan. Variabel ini diukur dengan skala likert 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan 4 (sangat setuju).

Menurut Bateman & Snell (2007) budaya organisasional adalah himpunan asumsi penting tentang organisasi dan tujuan-tujuannya dan tentang bagaimana cara mereka berbagi nilai-nilai yang ada dalam perusahaan. Budaya Organisasi (variabel independen) diukur dengan skala likert 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan 4 (sangat setuju), dengan skala interval.

Relegiusitas, merupakan bagian dari sikap mental/moral seseorang yang dipengaruhi oleh besarnya tingkat keyakinan agama seseorang. Istilah relegiusitas meliputi beberapa aspek perilaku sosial yang bersifat lahiriyah yaitu seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa konsisten pelaksanaan ibadah dan penghayatan atas agamanya (Rakhmad, 2003). Variabel moderating ini diukur menggunakan skala likert 1(sangat tidak setuju) sampai dengan 4(sangat setuju) dengan skala interval.

Untuk menguji hipotesis yang diajukan digunakan model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$KPD = \beta_0 + \beta_1 KO + \beta_2 BO + \beta_3 R + e$$

Keterangan :

KPD = Kinerja Pemerintah Desa

KO = Komitmen Organisasi

BO = Budaya Organisasi

R = Relegiusitas

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Analisis data dilakukan secara berurutan mulai dari uji kualitas data dan kemudian dilanjutkan dengan analisis diskriptif, analisis regresi berganda, analisis regresi dengan variabel moderating, dan pengujian hipotesis. Hasil pengujian validitas atas butir-butir pertanyaan disetiap variabel penelitian menunjukkan nilai koefisien korelasi antar item pertanyaan dengan total skor *pearson correlationnya* adalah lebih besar dari 0.03 dan tingkat signifikannya lebih kecil dari 0.05, sehingga dinyatakan valid karena masing-masing butir pertanyaan memang mengukur instrument yang diukur.

Hasil pengujian reliabilitas untuk semua butir-butir pertanyaan masing-masing variabel menunjukkan bahwa nilai Alpha terletak di antara 0,8 sampai dengan 1,0

sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel penelitian yang terdiri dari komitmen organisasi, budaya organisasi dan religiusitas bersifat reliabel atau konsisten dalam pengambilan sampel.

### Statistik Deskriptif

Pengujian statistik deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran tentang karakteristik responden . Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki masa kerja lebih dari 5 tahun bekerja dipemerintahan desa, dan rata-rata berusia di atas 40 tahun, dan sebagian besar responden laki-laki dan mayoritas berpendidikan sarjana.

Pengujian deskriptif juga dilakukan untuk mengidentifikasi tanggapan responden atas variabel penelitian . Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai rata-rata setiap variabel menunjukkan nilai di atas 3, sehingga dapat disimpulkan bahwa jawaban responden untuk ke-empat variabel yang diteliti adalah setuju (dengan 4 skala likert).

### Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini menggunakan uji regresi linier berganda untuk membuktikan hipotesis yang diajukan. Hasil penelitian ditunjukkan pada tabel 2 dibawah ini. Dari Tabel 2, diketahui bahwa nilai  $p < 0.05$ , hal ini menunjukkan Komitmen Organisasi berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja pemerintah desa. Artinya, semakin tinggi komitmen pemerintah desa terhadap organisasi, maka semakin tinggi kinerja yang dihasilkan oleh pemerintah desa. Sedangkan variabel budaya organisasi dan religiusitas tidak berpengaruh terhadap kinerja pemerintah desa.

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Hipotesis**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.298	.593		-.502	.620
Komitmen Organisasi	.884	.217	.706	4.066	.000
Budaya Organisasi	.255	.130	.266	1.953	.061
Religiusitas	-.124	.215	-.102	-.578	.568

a. Dependent Variable: Kinerja Pemerintah Desa

Komitmen organisasi berpengaruh terhadap kinerja pemerintah desa karena aparat pemerintah desa yang memiliki tingkat komitmen yang tinggi terhadap organisasi cenderung memiliki sikap keberpihakan, rasa cinta, dan kewajiban yang tinggi terhadap organisasi sehingga hal ini akan memotivasi mereka untuk menyelesaikan pekerjaan yang dibebankan kepada mereka dengan dewasa secara psikologis dan bertanggung jawab. Hal ini sesuai dengan penelitian Sujana (2012), bahwa Komitmen Organisasi berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja. Bila seseorang merasakan bahwa pekerjaan yang dia kerjakan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki maka akan

menimbulkan kepercayaan diri untuk melakukannya, kenyamanan untuk melakukannya dan senang untuk mengerjakannya. Rasa nyaman dan senang dalam melakukan pekerjaan akan berdampak pada kecintaan kepada pekerjaan yang dilakukan, dan kecintaan pada pekerjaan akan berdampak pada kecintaan pada tempatnya bekerja (organisasi). Semua ini pada gilirannya akan meningkatkan kinerja baik dilihat dari aspek pekerjaan maupun dari aspek karakteristik personal. Menurut Heriningsih (2014), bahwa komitmen organisasi menjadi suatu dorongan dari dalam individu untuk melakukan sesuatu agar dapat menunjukkan keberhasilan organisasi sesuai dengan tujuan yang ditetapkan dan lebih mementingkan kepentingan organisasi.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Komitmen Organisasi berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja pemerintah desa. Hal ini berarti, semakin tinggi komitmen pemerintah desa terhadap organisasi, maka semakin tinggi kinerja yang dihasilkan oleh pemerintah desa. Sedangkan variabel budaya organisasi dan religiusitas tidak berpengaruh terhadap kinerja pemerintah desa. Hal ini menunjukkan karakteristik tingkat budaya organisasi pemerintahan Desa di Kecamatan Banguntapan hampir sama, dan tidak mempengaruhi kinerja perangkat desa nya. Sedangkan bila di lihat dari tingkat religiusitas perangkat desa, maka dengan beragamnya tingkat keyakinan maupun besar atau kecil tingkat religiusitas seseorang sebagai perangkat desa, tidak dapat mempengaruhi kinerja dari di Pemerintahan Desa. Hal ini mendukung hasil dari pengujian hipotesa pertama, bahwa walaupun tingkat religiusitas dan budaya organisasi tidak mempengaruhi kinerja karena semua perangkat desa telah berkomitmen dalam melakukan tugas dan pekerjaannya masing-masing, sehingga dapat dikatakan bahwa komitmen organisasi lah yang mempengaruhi kinerja perangkat desa di Kecamatan Bantul.

#### 5. REFERENSI

- Heriningsih, Sucahyo. (2014). *Kajian Empiris Tingkat Akuntabilitas Pemerintah Daerah dan Kinerja Penyelenggara Pemerintah Daerah Terhadap Tingkat Korupsi Pada Kabupaten dan Kota di Indonesia*. Paradigma: Jurnal Masalah Sosial, Politik dan Kebijakan, 18(2).
- Heriningsih, Sucahyo. (2015). *Analisis Kinerja Penyelenggara Pemerintah Daerah dan Tingkat Korupsi Dianalisis Dari Opini Auditor*. Prosiding The 1<sup>st</sup> URECOL University Research Colloquium. LPPM UMS. Surakarta.
- Paramitha, Linda Muchacha; Tjahjanulin Domai dan Suwondo. 2013. *Kinerja Aparat Pemerintah Desa dalam Rangka Otonomi Desa*. Jurnal Adminitrasi Publik (JAP), Vol. 1, No. 4, Hal 91-100
- Pratama,Angga Amda. 2014. *Kinerja Pemerintah Desa dalam Pembangunan Fisik Pedesaan (Studi di Desa Parijatahwetan, Kecamatan Srono, Kabupaten Banyuwangi)*. Jurnal Administrasi Publik. [Vol 2, No. 5](#).
- Rokhayati dan Astuti. 2015. Pengukuran Kinerja Perangkat Desa Di Kabupaten Banyumas Dengan Spiritual Leadership.Jurnal Probisnis Vol 8 No. 2 Agustus 2015. ISSN : 1979 – 9268 e-ISSN : 2442 –4536
- Sudaryati, Dwi., & Ratna Hindria, DPS. (2015). *Faktor-faktor yang mempengaruhi Kesiapan Pemerintah dalam Implementasi UU No.6 Tahun 2014 Tentang Desa*

*(Studi pada Pemerintah kabupaten Sleman)*, Prosiding Kemenristek Dikti RI, UPN “Veteran” Yogyakarta.

Suwandi, Ari Warokka.(2013). *Fiscal decentralization and special local autonomy: evidence from an emerging market. Journal of Southeast Asian Research*. Vol. 2013 (2013). IBIMA Publishing.

*Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa*. 2014. Jakarta: Bumi Aksara.



## MODEL PENATAAN LINGKUNGAN DAN MANAJEMEN BENCANA MELALUI *TRANSFER KNOWLEDGE* GERAKAN MUDA

Purbudi Wahyuni<sup>1)</sup>, Ayu Narwastu Ciptahening, <sup>2)</sup>, Istiana Rahatmawati<sup>1)</sup>  
[purbudiwahyuni11@GMail.com](mailto:purbudiwahyuni11@GMail.com)

<sup>1)</sup> Prodi Manajemen, FEB, UPN “Veteran” Yogyakarta

<sup>2)</sup> Pusat Studi Manajemen Bencana, FTM, UPN “Veteran” Yogyakarta

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah penataan lingkungan dan pengelolaan kebencanaan melalui peran Karang Taruna berprestasi nasional yaitu Karang Taruna Jaya Kusuma dari Desa Singosaren, Baguntapan, Bantul yang memiliki program pengelolaan lingkungan dan UKS (Usaha Kesejahteraan Sosial) serta UEP (Usaha Ekonomi Produktif), melakukan *transfer knowledge* pada Karang Taruna Kelurahan Giwangan, Kecamatan Umbulharjo, Kota Yogyakarta, yang memiliki banyak pemuda yang masih menganggur tapi mempunyai semangat bekerja sama yang menjadi subjek penelitian ini yaitu Karang Taruna GEMA PERSADA di Kelurahan Giwangan, Umbulharjo, Kota Yogyakarta yang dibentuk oleh peneliti pada hibah tahun pertama. Ada tiga keterampilan yang perlu dimiliki oleh pemuda dalam mengurus Karang Taruna ketika menjalin hubungan dengan orang lain, yaitu *followership*, kecerdasan emosional, serta pelatihan dan pengembangan. Namun penelitian ini hanya memfokuskan pada kecerdasan emosional, serta pelatihan dan pengembangan, karena hubungan antar Karang Taruna ini adalah seajar/mitra bukan atasan dan bawahan (teori *followership* cocok digunakan untuk hubungan atasan dan bawahan). Selain itu, Kecerdasan Emosional memiliki hubungan resiprokal antara organisasi dan anggotanya (dalam konteks ini Karang Taruna). Kecerdasan emosional yang baik harus dimiliki oleh setiap pemuda dan pemudi, potensi ini menentukan keberhasilan seseorang dalam berusaha dan akan menentukan kualitas hidupnya. Diharapkan setelah tahap akhir penelitian ini, akan terjadi peningkatan kecerdasan emosional pada pemuda (Karang Taruna) binaan yang menjadi subjek penelitian. Penelitian dilakukan dengan metoda quasi eksperimen selama tiga tahun. Penelitian saat ini merupakan penelitian di tahun ke dua, yaitu terjadinya proses *transfer knowledge* dari Karang Taruna berprestasi Nasional di Desa Singosaren, Banguntapan, Bantul, ke Karang Taruna binaan yaitu Karang Taruna GEMA PERSADA di Kelurahan Giwangan, Umbulharjo, Kota Yogyakarta. Penelitian ini memfasilitasi terjadinya proses pembelajaran sosial selama tiga tahun. Luaran penelitian ini adalah seminar dan publikasi nasional/internasional. Indikator keberhasilan penelitian ini adalah terjadi proses pembelajaran sosial untuk Karang Taruna GEMA PERSADA, sehingga mampu mengelola lingkungan dan kebencanaan, serta meningkatnya Kecerdasan Emosional.

**Kata kunci:** Karang Taruna, Pengelolaan lingkungan, Manajemen Bencana, *transfer knowledge*, pembelajaran sosial, kecerdasan emosional

## MODEL PENATAAN LINGKUNGAN DAN MANAJEMEN BENCANA MELALUI *TRANSFER KNOWLEDGE* GERAKAN MUDA

Purbudi Wahyuni<sup>1)</sup>, Ayu Narwastu Ciptahening, <sup>2)</sup>, Istiana Rahatmawati<sup>1)</sup>  
[purbudiwahyuni11@GMail.com](mailto:purbudiwahyuni11@GMail.com)

<sup>1)</sup> Prodi Manajemen, FEB, UPN “Veteran” Yogyakarta

<sup>2)</sup> Pusat Studi Manajemen Bencana, FTM, UPN “Veteran” Yogyakarta

### PENDAHULUAN

Penelitian ini berlokasi di Kelurahan Giwangan, Kecamatan Umbulharjo, Kota Yogyakarta. Kelurahan ini terletak di paling selatan dari Kota Yogyakarta, tepatnya di utara Ring Road Selatan Kota Yogyakarta dan di sisi Timur dialiri Sungai Gajah Wong sebagai sungai heritage, yang mempunyai banyak potensi antara lain mempunyai terminal Bus Tipe A Giwangan, mempunyai Pasar Induk buah dan Sayur Giwangan, mempunyai wilayah yang telah memperoleh predikat sebagai Kampung Seni dan Budaya, serta berada di kawasan Kotagede sebagai kawasan wisata.

Penelitian ini memfokuskan *transfer knowledge* dari Karang Taruna Berprestasi Nasional yaitu Karang Taruna Jaya Kusuma dari Desa Singosaren, Kecamatan Banguntapan, Kabupaten Bantul, melakukan *transfer knowledge* pada Karang Taruna yang menjadi subjek penelitian ini, yaitu Karang Taruna Gema Persada Kelurahan Giwangan, Kecamatan Umbulharjo, Kota Yogyakarta. Untuk subjek penelitian diperoleh desa yang memiliki banyak pemuda pengangguran tapi mempunyai semangat bekerjasama. kepada Karang Taruna yang belum mempunyai kinerja dengan kondisi anggota banyak yang menganggur, membuat taraf hidup menjadi tidak sejahtera dan dampak buruk yang lainnya jika tidak segera diatasi. Oleh karena itu, penelitian ini mencoba memperbaiki kondisi ini dengan menggunakan teori belajar sosial. Diharapkan dengan memfasilitasi pertemuan dan pembelajaran akan lebih berhasil dalam teori pembelajaran sosial.

Menurut Bandura, 1977, 1986 menyatakan bahwa manusia dan lingkungannya merupakan faktor-faktor yang saling menentukan secara timbal balik Pembelajaran sosial yang diharapkan terjadi pada Karang Taruna tersebut adalah pembentukan dan pengelolaan lingkungan dan manajemen kebencanaan yang memiliki dampak *multiplier effect* yang luar biasa dalam bidang ekonomik. Dalam bidang akademik diharapkan mampu melakukan publikasi tentang hasil teori belajar sosial (juga dikenal sebagai belajar observasional atau belajar vicarious atau belajar dari model) adalah proses [belajar](#) yang muncul sebagai fungsi dari pengamatan, penguasaan dan, dalam kasus proses belajar imitasi, peniruan perilaku orang lain dalam konteks ini adalah pembelajaran antar Karang Taruna.

Nilai sosial terjadi/terciptanya sinergi pada pemuda pada desa objek penelitian. Pada tahun kedua terbentuk UKS dan UEP. Dan pada tahun ketiga mulai terbentuknya penguatan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan di desa objek penelitian yang berarti terjadinya pengentasan kemiskinan. Selain itu akan terjadi peningkatan kecerdasan emosional pada pemuda desa objek penelitian. Kecerdasan emosional meningkat karena pemuda lebih peduli pada lingkungan dan kebencanaan yang akan berakibat munculnya

program UKS dan lebih bersosial akibat program UEP. Kecerdasan emosional menjadi fokus penting dalam penelitian ini karena merupakan modal dalam berinteraksi secara interpersonal. Untuk itu bagaimana *transfer knowledge* dari Karang Taruna Berprestasi Nasional yaitu Karang Taruna Jaya Kusuma dari Desa Singosaren, Kecamatan Banguntapan, Kabupaten Bantul, melakukan *transfer knowledge* pada Karang Taruna yang menjadi subjek penelitian ini, yaitu Karang Taruna Gema Persada Kelurahan Giwangan, Kecamatan Umbulharjo, Kota Yogyakarta.

## Landasan Teori

### Manajemen Pengetahuan

*Knowledge is a fluid mix of framed experience, values, contextual information, expert insight and grounded intuition that provides an environment and framework for evaluating and incorporating new experiences and information* (Tiwana, 2009). Manajemen pengetahuan memiliki potensi untuk membantu perusahaan dalam kondisi industry untuk menciptakan nilai fundamental baru dan unggul yang membuat kemampuan bersaing tidak menurun. Namun, pengetahuan kritis yang mewakili rahasia, pengetahuan proses yang kompetitif dan inovatif atau catatan pribadi harus dilindungi. Database praktek terbaik adalah penting, tetapi mereka tidak komponen utama dari sistem manajemen pengetahuan yang efektif, dukungan manajemen berkelanjutan diperlukan untuk kedua strategi pengetahuan dan sistem manajemen pengetahuan.

Kecakapan pribadi menyangkut soal bagaimana kita mengelola diri sendiri. Goleman, (2002) menyatakan bagaimana tiga unsur yang terpenting untuk menilai kecakapan pribadi seseorang, pertama, **kesadaran diri**, menyangkut kemampuan mengenali emosi diri sendiri dan efeknya, mengetahui kekuatan dan batas-batas diri sendiri, dan keyakinan tentang harga diri dan kemampuan sendiri atau percaya diri. Kedua, **pengaturan diri**, ini menyangkut kemampuan mengelola emosi dan desakan-desakan yang merusak, memelihara norma kejujuran dan integritas, bertanggung jawab atas kinerja pribadi, keluwesan dalam menghadapi perubahan. Dan ketiga, **motivasi**. Ini menyangkut dorongan prestasi untuk menjadi lebih baik, komitmen, inisiatif untuk memanfaatkan kesempatan, dan optimisme dalam menghadapi halangan dan kegagalan.

Kecakapan sosial menyangkut soal bagaimana kita menangani suatu hubungan. Dua unsur terpenting untuk menilai kecakapan sosial seseorang adalah: pertama, **empati**, ini menyangkut kemampuan untuk memahami orang lain, perspektif orang lain, dan berminat terhadap kepentingan orang lain. Kedua, **keterampilan social**, termasuk dalam hal ini adalah taktik-taktik untuk meyakinkan orang (persuasi), berkomunikasi secara jelas dan meyakinkan, membangkitkan inspirasi dan memandu kelompok, memulai dan mengelola perubahan, bernegosiasi dan mengatasi silang pendapat, bekerja sama untuk tujuan bersama, dan menciptakan sinergi kelompok dalam memperjuangkan kepentingan bersama.

### Metode penelitian ini adalah Quasi Eksperimen.

Penelitian dilakukan untuk Karang Taruna. Ada dua model Karang Taruna. Model pertama adalah Karang Taruna yang menjadi tauladan. Karang Taruna yang menjadi tauladan/penginspirasi, yaitu Karang Taruna Jaya Kusuma dari Desa Singosaren, Banguntapan, Bantul, DIY. Observasi sudah dilakukan dengan hati-hati

untuk memilih Karang Taruna Tauladan. Observasi dilakukan selama 3 bulan sebelum riset ini dikerjakan. Penelitian pada tahun ke dua ini lebih menekankan pada pengumpulan data (data based) dari seluruh penduduk yang mempunyai anggota berusia antara 20 tahun sampai dengan 40 tahun yang belum mempunyai pekerjaan (bisa dikriteriakan tetap/masih menganggur) dan yang diamati adalah sebagian besar berada di keluarga miskin pada melakukan *transfer knowledge* pada Karang Taruna yang menjadi subjek penelitian ini, yaitu Karang Taruna Gema Persada Kelurahan Giwangan, Kecamatan Umbulharjo, Kota Yogyakarta,

## DATA DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden

Diskripsi	Jumlah	Persentase (%)
<b>Jenis Kelamin</b>		
Pria	77	46
Wanita	90	54
Jumlah	167	
<b>Usia</b>		
20 – 25	73	44
>25 – 30	53	32
> 30 – 35	30	18
>35 - 40	11	12
<b>Pendidikan</b>		
Tidak sekolah	2	1.67*
SD	15	2,5
SLTP	35	20,95
SLTA	30	17,96
Diploma Statal	38	22,75
	8	
<b>Pekerjaan yang saat ini digeluti (Temporer)</b>		
Jasa Angkutan	88	22.68

Kuliner	127	32.73
Pebengkelan	77	19.85
Bangunan	96	24.74
Jasa Pendidikan		
Lainnya		

D

ata Primer diolah, 2017

Karang Taruna Gema Persada Kelurahan Giwangan, Kecamatan Umbulharjo, Kota Yogyakarta, Kelurahan Giwangan, Kecamatan Umbulharjo, Kota Yogyakarta yang masih peduli dengan wilayahnya dan yang aktif mengikuti atau memenuhi undangan untuk mengikuti FGD 167 pemuda dan pemudi yang terdaftar, hanya 42 orang dengan rata-rata usia antara 20 sampai 35 tahun dengan tingkat pendidikan sebagian besar telah menempuh studi diploma tiga dan telah menempuh pendidikan stata satu, 25% atau 10 orang wanita selebihnya pria, dengan pengalaman organiisasi masih tergolong rendah, sebagian yang lain belum berani berkumpul.

### FGD dan Wawancara

**Hasil FGD dan observasi menyatakan bahwa kesadaran diri** menyangkut kemampuan mengenali emosi diri sendiri dan efeknya, mengetahui kekuatan dan batas-batas diri sendiri, dan keyakinan tentang harga diri dan kemampuan sendiri atau percaya diri masih tergolong rendah.

**Pengaturan diri**, menyangkut kemampuan mengelola emosi dan desakan-desakan yang merusak, memelihara norma kejujuran dan integritas, bertanggung jawab atas kinerja pribadi, keluwesan dalam menghadapi perubahan, dan mudah menerima atau terbuka terhadap gagasan, pendekatan dan informasi-informasi baru, masih tergolong rendah. **Motivasi**, ini menyangkut dorongan prestasi untuk menjadi lebih baik, komitmen, inisiatif untuk memanfaatkan kesempatan, dan optimisme dalam menghadapi halangan dan kegagalan masih tergolong rendah. **Empati** yang menyangkut kemampuan untuk memahami orang lain, perspektif orang lain, dan berminat terhadap kepentingan orang lain. Juga kemampuan mengantisipasi, mengenali, dan berusaha memenuhi kebutuhan pelanggan. Dan **keterampilan sosial**, mengatasi keragaman dalam membina pergaulan, mengembangkan orang lain, dan kemampuan membaca arus-arus emosi sebuah kelompok dan hubungannya dengan kekuasaan, juga tercakup didalamnya masih tergolong rendah.

### Pembahasan

Karang Taruna Gema Persada Kelurahan Giwangan, Kecamatan Umbulharjo, Kota Yogyakarta yang masih peduli dengan wilayahnya dan yang aktif mengikuti atau memenuhi undangan untuk mengikuti FGD hanya 42 orang dengan rata-rata usia antara 20 sampai 35 tahun dengan tingkat pendidikan sebagian besar telah menempuh studi diploma tiga dan telah menempuh pendidikan stata satu, 25% atau 10 orang wanita selebihnya pria, dengan pengalaman organiisasi masih tergolong rendah. **kesadaran diri Pengaturan diri, Motivasi, Empati Keterampilan sosial** menyangkut

kemampuan mengenali emosi diri sendiri dan efeknya, mengetahui kekuatan dan batas-batas diri sendiri, dan keyakinan tentang harga diri dan kemampuan sendiri atau percaya diri masih tergolong rendah. Temuan tersebut belum sejalan dengan pendapat Berkel dalam Petranto (2011).

**Usaha Kesejahteraan Sosial** menurut Lemhanas (2011) dan Kemenhankam (2006) menyatakan bahwa tugas utama yang mendasari lahirnya Karang Taruna adalah kepedulian mereka pada lingkungan masyarakat yang terkait dengan upaya memajukan usaha-usaha kesejahteraan, serta dapat melakukan upaya penanganan permasalahan sosial yang ada sesuai dengan potensi dan kapasitas yang dimiliki. Bentuk kegiatan maupun jenis permasalahan yang ditanganipun beragam, sesuai keadaan dan permasalahan yang menonjol di lingkungan masyarakat sekitar. Jenis-jenis permasalahan sosial yang ditangani oleh Karang Taruna antara banyak wanita tuna susila yang nongkrong di pinggir jalan mengotori dan meresahkan warga, dengan menggunakan cara membuat ancaman berupa spanduk yang dipanjang di tempat tersebut, hasilnya cukup signifikan.

## KESIMPULAN

Muda-mudi Kelurahan Giwangan, Kecamatan Umbulharjo, Kota Yogyakarta yang masih peduli dengan wilayahnya dan yang aktif mengikuti atau memenuhi undangan untuk mengikuti FGD dan 42 orang dengan rata-rata usia antara 20 sampai 35 tahun dengan tingkat pendidikan sebagian besar telah menempuh studi diploma tidak dan telah menempuh pendidikan stata satu, 25% atau 10 orang wanita selebihnya pria, dengan pengalaman organisasi masih tergolong rendah. Sehingga potensi yang sangat besar yang dimiliki oleh Kelurahan Giwangan belum dioptimalkan oleh warga setempat, disebabkan oleh kemampuan potensi warganya yang masih rendah dan dengan adanya studi banding dan refreasing atau pembentukan Karang Taruna Baru di Kelurahan Giwangan telah terlihat geliat warga dengan telah terbentuk beberapa UEP dan mampu membersihkan bencana sosial yang meresahkan warga setempat.

## Daftar Pustaka:

- Achjari, Didi. Sri Suryaningsum, Ratna Chandra Sari .2008 Studi atas Tata Kelola Perusahaan untuk Sektor Industri Teknologi dan Telekomunikasi Pada Level ASEAN Kajian Akuntansi ISSN 1907-1442 Volume 3, Nomor 2, Desember 2008
- Bandura, A, *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1986
- Bandura, Albert, Ross, Dorothea, & Ross, Sheila A. (1961). Transmission of aggressions through imitation of aggressive models. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 63, 575-582 [Full text](#)
- Bandura, A. (1977) *Social Learning Theory*. New Jersey: Prentice Hall. Hardback: [ISBN 0-13-816744-3](#), Paperback: [ISBN 0-13-816751-6](#)

- Bagozzi, R.P. ;Davis, F.D. and Warshaw, P.R. "User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models," *Management Science* (35:8), August 1989.
- Kementerian Pertahanan RI 2009, *Buku Putih Pertahanan Indonesia 2008* , Kemhan, Jakarta
- Lembaga Ketahanan Nasional Republik Indonesia 2011, *Pedoman Pemantapan Nilai-Nilai Kebangsaan*, Deputi Pemantapan Nilai-nilai Kebangsaan Lemhannas RI, 2013
- Setiawan, Jatmika, 2004, *Pengelolaan Kawasan Pasca Bencana Gempa Bumi di Aceh*
- Suryaningsum, Sri. 2005c. Analisis Tipe Personal Terhadap Kecerdasan Emosional Pada Mahasiswa Akuntansi (Penulis II) Prosiding SemNas Ekonomi 2005 Kopertis Wilayah V DIY SSN 1858-4373
- Suryaningsum, Sri. 2005f. Membangun Komunikasi Dan Budaya Organisasi Dengan Meningkatkan Kecerdasan Emosional ( Penulis ke 2) *Jurnal Media Mahardhika* Volume 3 nomor 3 Mei 2005 ISSN: 0854-0861
- Suryaningsum, Sri. 2005g. Pengaruh Pendidikan Tinggi Akuntansi Terhadap Kecerdasan Emosional (Penulis sendiri) *Jurnal EKONOM* ISSN: 0853-2435, terakreditasi no: 34/ DIKTI/ Kep/ 2003 Volume IX, nomor: 1, medan maret 2005
- Suryaningsum, Sri. 2005h. Pengaruh Pendidikan Dan Dunia Kerja Terhadap Terhadap Kecerdasan Emosional (Studi Empiris Di Bantul, Sleman, Dan Kota Jogjakarta) *Jurnal Riset Daerah Bantul* Volume IV, Desember 2004 ISSN: 1412-9519
- Suryaningsum, Sri. 2004a. Meningkatkan Kualitas Proses Pembelajaran Akuntansi Dengan Kecerdasan Emosional (Penulis 1) *Majalah Ilmiah Wimaya* Nomor: 37 tahun XXII, Desember 2004, ISSN 0215-4579
- Wahyuni, Purbudi, 2013. *Predicting Knowledge Sharing Intention Based on Theory of Reasoned Action Framework: An Empirical Study on Higher Education Institution American International Journal of Contemporary Research* Vol. 3 No. 1; January.
- Wahyuni, Purbudi, 2013. STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING UMKM MELALUI *Sustainable Consumption and Production Berwawasan Green*. Proceeding pada Seminar Nasioanl UII Yogyakarta.
- Wahyuni, Purbudi, 2013. People Empowerment Through Green Water Resources (Study in Gajah Wong River). *Proceeding International Seminar UPN "Veteran"* Yogyakarta.

**THE EFFECT OF APBDESA PLANNING, FULFILLMENT OF BASIC NEEDS,  
AND INSTITUTIONAL DEVELOPMENT OF RURAL AREA (STUDY ON  
WONOCOLO VILLAGE BOJONEGORO REGENCY)**

By:

Lita Yulita Fitriyani, S.E., M.Si., Ak., CA  
Marita, S.E., M.Si., Ak., CA

Accounting Study Program Faculty of Economics and Business  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta

**ABSTRACT**

Rural Area Development is to build the community according to the potential and priorities contained in the area. The purpose of this research is to know the influence between APBDesa Planning, Basic Needs Fulfillment and Institutional Strengthening on Rural Development. This type of research is field research with quantitative approach that aims to know the causal relationship between variables that exist to prove the hypothesis. Data collection in this study was conducted by using questionnaire. Data analysis used is descriptive analysis and multiple regression analysis. The results showed that APBDesa Planning, Basic Needs Fulfillment and Institutional Strengthening partially influence on Rural Area Development.

Keyword : APBDesa Planning, Basic Needs Fulfillment, Institutional Strengthening and Rural Area Development

**1. INTRODUCTION**

Law No. 6 of 2014 on Villages states that the Village is a village and an adat village or called by another name, hereinafter referred to as the Village, is a legal community unity that has territorial borders authorized to regulate and administer government affairs, the interests of local communities based on the initiative community, origin rights, and / or traditional rights recognized and respected within the government system of the Unitary State of the Republic of Indonesia. This law entrusts the village administration to manage its own finances.

Village Finance is all the rights and obligations of the Village that can be assessed with money and everything in the form of money and goods related to money and everything in the form of money and goods associated with the implementation of the rights and obligations of the Village. Then the village government will manage its village's finances independently, from planning, implementing, administering, reporting, and accounting for village finances.

Law Number 06 Year 2014 on Villages, regulating Inter-Village Cooperation and Rural Area Development. APBDesa Planning, Basic Needs Fulfillment, and



Institutional Strengthening are the means for the Development of Village Areas, so that from the background can be put forward the formulation of the problem "Does Planning APBDesa, Fulfillment of Basic Needs, and Institutional Strengthening Affect Rural Area Development?"

## 2. THEORY REVIEW

### 2.1 APBDesa Planning

According to Rujiman, Edita and Erlina (2014), the village development planning system is a unity of development planning procedures to produce village development plans in the medium and year run by village government and village community elements set forth in the Village Regulation on Development Plans Village Medium Term (RPJMDesa) for the five year and RKPDesa for the village's annual plan set forth in the Village Head's Rules. Village development plans should have quality so as to ensure the sustainability of programs / activities.

### 2.2 Basic Needs Fulfillment

In accordance with Government Regulation No. 72 of 2005 on the village that there are 3 institutions in the village ie Village Government (Village Head and its equipment), Village Consultative Board (BPD) and Community Institutions. Fulfillment of basic or operational needs of village government institutions include the operational of the Village Government and the operational of BPD in order to support the implementation of village government that is able to improve village government service to the village community and implemented effectively and efficiently.

### 2.3 Institutional Strengthening

According to Thoha (2011), institutions consist of culture and structure. Culture is a blend of values, beliefs and habits that are believed to be true to strive for. Cultures that form a boundary that distinguishes a government with knowledge, information management and so on. The institutional structure is a form of the infrastructure entity because the institutional framework "forms the basis or establishes an incentive structure in human, political, social, and economic exchange activities".

### 2.4 Rural Area Development

According to Rujiman, Edita, and Erlina (2014) Regional Development is to build community or rural development is to build the community according to the potential and priorities contained in the area. The development of rural areas can be illustrated by the quality of community life, community welfare, socio-economic improvement of the community, improvement of the settlement environment, and the utilization of rural areas and the improvement of village community resources.

## Research Hypothesis

- 1) Effect of APBDesa Planning on Regional Development  
APBDesa planning can be used to plan development and development in the Village area, so that with APBDesa planning can facilitate the development of rural Area.  
 $H_1$ : APBDesa Planning Affects Regional Development
- 2) The Influence of Basic Needs Fulfillment on Regional Development  
Fulfillment of Basic Needs such as food needs, boards and clothing can determine

the successful development of a village area. If the basic needs of a village are met well, then the development of the region can be implemented well as well.

$H_2$ : Fulfillment of Basic Needs Affects Area Development

- 3) The Influence of Institutional Strengthening on Regional Development  
 Institutional strengthening is one of the foundations of a village. With the active and good of the existing institutions in the community, it will be easier to establish important needs first, so that the development of the region will be implemented on target.

$H_3$ : Institutional Strengthening Affects Regional Development

### 3. RESEARCH METHODS

This research was conducted in Wonocolo Village, Kedewan District, Bojonegoro District. The type of this research is field research with quantitative approach (Singarimbun and Effendi, 2006). Data source used in this research is primary data. Primary data in this research is answer to questioner which is distributed to respondent. The respondents in this study were To Village, village secretary, village treasurer, head of dukuh, LKMD, head of RT, RW chairman, and community.

### 4. RESULT AND DISCUSSION

#### 4.1 Statistical Test Results

In this study the number of samples obtained by 35 respondents so that degree of freedom (df) obtained 33 with a significance level of 0.05 ( $\alpha = 5\%$ ). Based on the result of validity test by using SPSS 20, all question items from each variable in this study is valid (significance value <significance level). Testing reliability of this study using the coefficient Cronbach Alpha with the help of SPSS 20 program. Based on the reliability test results using SPSS 20, all question items from each variable in this study is reliable (cronbach alpha > 0.60).

#### Descriptive Statistics

Descriptive statistical test results addressed in the table as follows:

Table 1  
 Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Perencanaan APBDesa	35	4,00	5,00	4,6000	,46653
Pemenuhan Kebutuhan Dasar	35	4,00	5,00	4,4476	,41178
Penguatan Kelembagaan	35	3,17	4,33	3,8143	,40376
Pengembangan Wilayah Pedesaan	35	3,50	5,00	4,2071	,61979
Valid N (listwise)	35				

Source: SPSS and Data Outputs processed 2017

#### 4.2 Hypothesis Testing Results

In this study, the hypothesis is tested by using multiple linear regression model to obtain a comprehensive picture of the influence of variables APBDesa Planning, Basic Needs Fulfillment and Institutional Strengthening of Rural Development, hypothesis testing is done with the help of SPSS software version 20. Statistical data data processing SPSS version 20 for partial testing (t test).

Table 2  
Results of Multiple Regression Analysis  
Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3,888	,107		-36,466	,000
	Perencanaan APBDesa	1,061	,018	,798	60,087	,000
	Pemenuhan Kebutuhan Dasar	1,213	,072	,806	16,821	,000
	Penguatan Kelembagaan	-,571	,076	-,372	-7,496	,000

a. Dependent Variable: Pengembangan Wilayah Pedesaan

Source: SPSS and Data Outputs processed 2017

Based on the above table, the multiple linear regression equation of the research model becomes as follows:

$$Y = -3,888 + 1,061 X_1 + 1,213 X_2 - 0,571 X_3$$

From table shows that t value of variable of APBDesa planning is equal to 60,087 with value of significance 0,000 smaller than level of significance 0,05 (0,000 <0,05). This shows that APBDesa planning affects the development of rural areas (H1 accepted). The results of this study indicate that planning APBDesa affect the development of rural areas in the village Wonocolo. This shows that the planning of APBDesa in Wonocolo Village has been well prepared and in accordance with the needs of the villagers, so that the development of the village area will be easy to implement.

From the table above shows that the t value of the Basic Fulfillment Requirement variable is 16.821 with a significance value of 0.000 which is smaller than the significance level of 0.05 (0.000 <0.05). This shows that the fulfillment of basic needs affects the development of rural areas (H2 accepted). The results of this study indicate that the fulfillment of basic needs affect the development of rural areas in the village Wonocolo. This can be seen from the fulfillment of basic needs such as clothing, food, and boards that have been well fulfilled by the community. The condition of the houses (boards) of the average Wonocolo villagers that have been feasible and food needs have been fulfilled so as to improve the development of rural areas for the better.

From the table above shows that the value of t Institutional Strengthening variable of -7.496 with a significance value of 0.000 smaller than the significance level of 0.05 (0.000 <0.05). This indicates that institutional strengthening affects the development of rural areas (H3 accepted). The results of this study indicate that institutional strengthening affects the development of rural areas in Wonocolo Village. This is seen from the activities of LKMD, farmer groups, posyandu, and PKK, with the active institutional in the village can accommodate the aspirations of the community to

move their villages to be better and advanced, so that institutional strengthening will affect the development of rural areas.

Tabel 3  
Results of Coefficient of Determination (*Adjusted R<sup>2</sup>*)

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.998 <sup>a</sup>	.996	.995	.04171

a. Predictors: (Constant), Penguatan Kelembagaan, Perencanaan APBDesa, Pemenuhan Kebutuhan Dasar

Source: SPSS and Data Outputs processed 2017

Based on the above table, the value of multiple correlation ( $R^2$ ) is 0.995. This suggests that planning variables of APBDesa, the fulfillment of basic needs and institutional strengthening of rural development have a strong relationship. The results of the table above show that 99.5% variation of taxpayer compliance is explained by variations of independent variables (APBDesa planning, fulfillment of basic needs and institutional strengthening). While the remaining 0.5% is explained by other variables not included in this research model.

## 5. CONCLUSION

Based on the calculation and analysis that has been done, it can be concluded that:

- 1) APBDesa planning has an effect on the development of rural area in Wonocolo Village.
- 2) The fulfillment of basic needs affects the development of rural areas in Wonocolo Village.
- 3) Institutional strengthening affects the development of rural areas in Wonocolo Village.
- 4)

## REFERENCES

- \_\_\_\_\_. Peraturan Menteri Dalam Negeri tentang Pengelolaan Keuangan. Permendagri No. 113 tahun 2014.
- \_\_\_\_\_. Peraturan Pemeintah tentang Desa. PP No.72 Tahun 2005.
- \_\_\_\_\_. Undang-Undang tentang Desa. UU No. 6 Tahun 2014.
- Faisal, Basri. 2010. *Perekonomian Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Rujiman, Erlina, dan Edita D.B Siburian. 2014. *Peranan Anggaran Pendapatan dan Belanja Desa dalam Pengembangan Wilayah Perdesaan di Kabupaten Serdang. Bedagai*. Jurnal Ekonom, Vol 17, No. 2, April 2014.
- Singarimbun, Masri dan Efendi Sofian. 2006. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Thoha, Miftah. 2011. *Birokrasi Pemerintah Indonesia di Era Reformasi*. Jakarta:  
Kencana Prenada Media Group.

## **PENINGKATAN DAYA SAING UKM BATIK MELALUI PENERAPAN SAK ETAP DAN PEMASARAN BERBASIS E-COMMERCE**

Oleh

Arum Ardianingsih

Amalia Ilmiani

FE Universitas Pekalongan

Jl.Sriwijaya No.3 Pekalongan

Email; [arumbundavina@gmail.com](mailto:arumbundavina@gmail.com)

Email; [am3lhardjo@gmail.com](mailto:am3lhardjo@gmail.com)

Wenty Ayu Sunardjo

Fak Teknologi Batik Universitas Pekalongan

Jl. Sriwijaya No.3 Pekalongan

Email; [wentyaa@yahoo.com](mailto:wentyaa@yahoo.com)

### **Abstract**

*Ukm Batik Banyak tumbuh berkembang di Kota pekalongan dan merupakan motor penggerak ekonomi rakyat. Beberapa tahun terakhir terjadi penurunan omset penjualan batik yang dihadapi oleh pengusaha batik berskala kecil (UKM) di Kota Pekalongan. Beberapa faktor penyebab antara lain adalah produk batik mereka tidak mampu bersaing dengan produk tekstil bermotif batik yang membanjiri pasar-pasar domestik. Penelitian ini bertujuan untuk mengali bagaimana usaha peningkatan daya saing UKM batik melalui penerapan SAK ETAP dan e-commerce untuk pemasaran produk batiknya. SAK ETAP merupakan standar keuangan yang dipakai sebagai dasar penyusunan laporan keuangan bagi entitas tanpa akuntabilitas public seperti UKM Batik. Laporan keuangan berfungsi sebagai alat untuk menganalisis kinerja UKM batik dan salah satu dasar dalam pengambilan keputusan ekonomi. Sementara e-commerce adalah cara untuk meningkatkan volume penjualan dengan media elektronik. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi langsung dan wawancara terstruktur (guided interview) untuk memperoleh data primer yang lengkap, sedangkan data sekunder dikumpulkan dengan teknik dokumentasi dari berbagai sumber yang relevan. Analisis data dilakukan dengan analisis deskriptif,*

**Kata Kunci :** SAK-ETAP, e-commerce, daya saing UKM Batik.

### **A. Pendahuluan**

Kota pekalongan adalah kota yang terletak di daerah pesisir pantai utara bagian tengah provinsi jawa tengah. Banyak UKM Batik tumbuh dan berkembang di kota ini. Data tentang industri batik di Kota Pekalongan menunjukkan bahwa banyaknya unit usaha batik formal berjumlah sekitar 632 unit usaha, sedangkan jumlah perajin batik (informal) mencapai sekitar 855 pengrajin. Dengan jumlah unit usaha dan pengrajin sebanyak itu maka mampu menyerap nilai investasi sekitar Rp 27,9 milyar, nilai produksi mencapai sekitar Rp 115,2 milyar, dan penyerapan tenaga kerja mencapai 9.841 orang (Warta Kota Pekalongan, 2014). Perkembangan ini tidak diimbangi dengan peningkatan kemampuan manajerial para pengusaha/pengrajin batik dalam hal pengelolaan keuangan untuk meningkatkan daya saing bagi usaha batik mereka.

Disisi lain, beredarnya kain dengan motif batik ataupun batik printing telah mengakibatkan penurunan volume penjualan dalam beberapa tahun terakhir. Beberapa faktor penyebabnya adalah kebanyakan UKM batik melakukan pekerjaan sebagai pengusaha/pengrajin batik secara turun temurun dan dilakukan secara tradisional, kebanyakan pengusaha/pengrajin batik hanya melayani penjualan secara konvensional artinya belum menggunakan teknologi informasi (*e-commerce*) dalam pemasaran batik.

Semakin ketat persaingan bisnis dalam era globalisasi ekonomi harus dimaknai bahwa hanya perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif atau daya saing yang akan mampu memenangkan persaingan. Keunggulan kompetitif itu antara lain adalah kemampuan dalam mengelola berbagai informasi, sumber daya manusia, alokasi dana, penerapan teknologi, sistem pemasaran, pelayanan dan sistem pengendalian internal, sehingga manajemen perusahaan yang profesional merupakan tuntutan yang harus segera dipenuhi untuk dapat melaksanakan kegiatan-kegiatan perusahaan secara baik. (Dita Purnama Sari, 2013)

Pengembangan usaha kecil menengah (UKM) batik dalam pengelolaan keuangan tidak terlepas dari pemikiran logis bahwa informasi keuangan yang merupakan hasil akhir dari suatu proses akuntansi tersebut digunakan oleh berbagai pihak-pihak yang berkepentingan. Kehadiran Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik atau lebih dikenal dengan (SAK ETAP) diharapkan dapat memberikan kemudahan untuk UKM dalam menyajikan laporan keuangan. Dalam hal ini, Pengelolaan keuangan melalui penerapan SAK ETAP diharapkan mampu meningkatkan daya saing.

Berpijak pada uraian diatas maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hambatan dan strategi apa yang seharusnya dilakukan dalam menerapkan SAK ETAP dan *e-commerce* pada UKM Batik agar mampu mendukung peningkatan daya saing. Penelitian dilakukan untuk menjawab pertanyaan tentang bagaimana upaya peningkatan daya saing UKM Batik melalui penerapan SAK ETAP dan *e-commerce*?

## **B. Kajian Pustaka**

### **Daya saing atau keunggulan Kompetitif**

Keunggulan kompetitif dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk melakukan inovasi, kreatifitas dan desain produk sehingga mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Dengan inovasi perusahaan dapat menerapkan strategi diferensiasi produk, sedangkan dengan peningkatan produktivitas berarti perusahaan bisa beroperasi dengan biaya rendah (Rivai, Harif A, 2001). Menurut Barbara et al, 2000 menyatakan bahwa perusahaan kecil dan menengah dalam pengembangan usaha banyak menghadapi permasalahan, antara lain dalam bidang pemasaran, keuangan dan manajemen.

Pemilikan daya saing oleh UKM batik diperlukan untuk menghadapi persaingan di pasar bebas, agar bisnis batik bisa terus berkembang dan tidak tergeser oleh produk tekstil printing yang bermotif batik seperti terjadi saat ini. Upaya peningkatan daya saing UKM batik di Kota Pekalongan juga harus selalu dilakukan, mengingat batik sudah menjadi tumpuan hidup dan tumpuan harapan bagi sebagian besar masyarakat Kota Pekalongan.

Keunggulan kompetitif dari perusahaan ditandai dengan adanya inovasi dan kreatifitas produk yang tiada henti mengikuti perkembangan selera pasar, tingkat volume penjualan yang mengalami kenaikan dari waktu ke waktu dan tersedianya

informasi memadai baik keuangan maupun non keuangan sebagai dasar pengambilan keputusan ekonomis.

## **E-commerce**

Pemasaran adalah cara atau metode yang dipilih oleh pemilik usaha untuk memperkenalkan produk atau jasanya kepada pelanggan. Pemasaran bisa dilakukan dengan berbagai cara salah satunya melalui media elektronik seperti WA, Fb, Bbm atau biasa dikenal dengan e-commerce. Bisnis dengan media elektronik (*e-commerce*) dapat dikelompokkan kedalam 5 jenis, yaitu : *Business to Consumer* (B2C) yaitu bisnis online yang menjual kepada pelanggan individu, *Business to Business* (B2B), yaitu bisnis online yang menjual ke bisnis lainnya, *Consumer to Consumer* (C2C) yaitu model bisnis dimana konsumen menjual kepada konsumen lain, *Peer to Peer* (P2P), dan *Mobile commerce* (*m-commerce*) yang diartikan sebagai penggunaan perangkat digital nirkabel untuk mengaktifkan transaksi di web. Menurut Purbo dan Wahyudi (2001) dalam Vidi Arini Yulimar (2006) mengatakan bahwa perusahaan yang menggunakan *E-commerce* akan mendapatkan keuntungan-keuntungan yaitu (1) terbukanya aliran pendapatan baru (*revenue stream*) yang lebih menjanjikan yang tidak bisa ditemui di sistem transaksi tradisional, (2) meningkatkan *market exposure*, (3) menurunkan biaya operasional (*operating cost*), (4) melebarkan jangkauan (*global reach*), (5) meningkatkan kesetiaan pelanggan (*customer loyalty*), (6) meningkatkan manajemen pemasok (*supplier management*), (6) memperpendek waktu produksi dan (7) meningkatkan rantai nilai (*value chain*).

Penggunaan media elektronik (*e-commerce*) sangat menunjang perkembangan sebuah usaha, baik untuk kepentingan transaksi usaha, untuk kepentingan promosi produk, dan untuk kelancaran komunikasi dengan pelanggan. Penggunaan media elektronik membantu pengusaha mengelola usaha secara professional sehingga tercipta kinerja perusahaan yang tinggi. Pengusaha/pengrajin batik harus melakukan pengembangan keterampilan dan pengetahuan manajerial secara bertahap. Dengan kinerja yang tinggi, UKM batik bisa memiliki modal daya saing di kancah perdagangan dalam negeri maupun di kancah perdagangan internasional.

## **Akuntansi dan SAK ETAP**

Akuntansi adalah suatu proses mencatat, mengklasifikasi, meringkas, mengolah dan menyajikan data, transaksi serta kejadian yang berhubungan dengan keuangan sehingga dapat digunakan oleh orang yang menggunakannya dengan mudah dimengerti untuk pengambilan suatu keputusan serta tujuan lainnya. Pembuatan keputusan ini didasarkan pada informasi. Karena itulah, akuntansi merupakan suatu tata cara atau peraturan penting di dalam dunia ekonomi dan sistem sosial. (Catur Agus Riyanto, 2012).

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2011) Laporan Keuangan adalah suatu penyajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas. Tujuan laporan keuangan adalah memberikan informasi mengenai posisi keuangan, kinerja keuangan, dan arus kas entitas yang bermanfaat bagi sebagian besar kalangan pengguna laporan dalam pembuatan keputusan ekonomi. Laporan Keuangan juga menunjukkan



hasil pertanggungjawaban manajemen atas penggunaan sumber daya yang dipercayakan kepada mereka.

Penelitian yang dilakukan oleh Pinasti dkk (2007) menunjukkan bahwa kelemahan usaha kecil di Indonesia adalah pada umumnya pengelola usaha kecil tidak menguasai dan tidak menerapkan system keuangan yang memadai. Usaha kecil tidak atau belum memiliki dan menerapkan catatan akuntansi dengan ketat dan disiplin dengan pembukuan yang sistematis dan teratur. pengusaha kecil secara umum menganggap bahwa informasi akuntansi tersebut tidak penting, selain sulit diterapkan juga membuang waktu dan biaya.

### **C. Metode penelitian**

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif yang dimaksudkan untuk melakukan identifikasi UKM batik yang menerapkan SAK ETAP dalam penyusunan dan penyajian laporan keuangan dan identifikasi penggunaan *e-commerce* untuk meningkatkan daya saingnya. Teknik analisis dilakukan dengan analisis deskriptif. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada responden/sumber utama secara langsung. (Siti Nurhayati, 2009). Selain itu penelitian ini juga mempergunakan data sekunder yang diambil dari sumber dokumentasi yang relevan. Penelitian dilakukan dengan cara wawancara dan observasi langsung kepada pemilik usaha UKM batik. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil sekitar 20 sampel UKM Batik yang terpilih berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya yaitu (1) telah beroperasi selama tiga tahun (2) memiliki toko atau gerai.

### **D. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

#### **Profil UKM Batik di Pekalongan**

Pada tahun 1620, batik telah menjadi sumber mata pencaharian masyarakat Pekalongan. Hampir setengah abad batik dirintis oleh pedagang Cina di kampung Sampangan. Pada tahun-tahun itu para buruh pribumi mulai membuka usaha sendiri. Batik pekalongan adalah napas kehidupan sehari-sehari warga Pekalongan. Ia menghidupi dan dihidupi warga Pekalongan. Batik Pekalongan berkembang di sekitar daerah pantai, yaitu di daerah Pekalongan kota dan daerah Buaran, Pekajangan serta Wonopringgo. Meskipun demikian, sama dengan usaha kecil dan menengah lainnya di Indonesia, usaha batik pekalongan kini tengah menghadapi masa transisi. Perkembangan dunia yang semakin kompleks dan munculnya negara pesaing baru, seperti Vietnam, dan Cina menantang industri batik pekalongan untuk segera mentransformasikan dirinya ke arah yang lebih modern. Gagal melewati masa transisi ini, batik pekalongan mungkin hanya akan dikenang generasi mendatang lewat buku sejarah.

#### **Penerapan SAK ETAP**

UKM adalah salah satu entitas tanpa akuntabilitas publik. Karena laporan keuangan yang dimiliki hanya digunakan untuk kepentingan internal. Penerapan SAK

ETAP pada UKM Batik tidaklah mudah dilakukan karena hasil observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti menemukan hal-hal sebagai berikut;

1. Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber daya manusia (SDM) merupakan roda penggerak dalam sebuah usaha. Karena SDM menentukan capaian kinerja sebuah perusahaan. Idealnya sebuah perusahaan harus memiliki SDM yang berkualitas. kenyataannya karyawan atau SDM yang dimiliki oleh usaha batik umumnya bukanlah karyawan yang terampil dan mampu menyusun laporan keuangan dengan baik. Karyawan yang dimiliki biasanya tidak memiliki latar belakang pendidikan ekonomi apalagi akuntansi ataupun mengikuti pelatihan tentang akuntansi. Karyawan umumnya hanya mencatat uang masuk dan uang keluar kemudian dilaporkan kepada pemilik. Dilain sisi, kebanyakan pemilik usaha UKM Batik Pekalongan menjalankan usaha secara otodidak tanpa pengetahuan bisnis apalagi akuntansi yang memadai. Mereka beralasan usaha merupakan bisnis keluarga. Alasan lain adalah mereka akrab dengan bisnis batik dari lahir hingga dewasa sehingga merasa cukup dengan pengetahuan yang dimiliki selama ini.

2. Keterbatasan modal

Modal yang dimiliki usaha UKM Batik biasanya sama dengan kekayaan pemilik. Terkadang modal merupakan bagian kekayaan pribadi pemilik usaha yang terikat pada utang piutang usaha pemilik. Bagi pengusaha UKM batik menyediakan laporan keuangan yang lengkap dan sesuai standar akuntansi pasti membutuhkan banyak biaya, ribet dan tidak efektif. Ada beberapa alasan yang mendasari yaitu (1) harus ada karyawan yang secara khusus mengurus dan bertanggungjawab terhadap penyusunan laporan keuangan, (2) Usaha batik yang ada dipekalongan umumnya berskala kecil menengah sehingga mereka akan berpikir berulang kali apabila akan menambah karyawan. Apalagi mempekerjakan karyawan terampil. Karena menambah karyawan artinya menambah biaya operasional yang harus dibayarkan setiap bulan.

3. Kesadaran yang kurang untuk menyusun laporan keuangan.

Pada UKM Batik maka pengendali utama ada ditangan pemilik. Kesadaran yang kurang dari pemilik untuk menyusun laporan keuangan didasarkan pada argument bahwa usaha batik yang mereka jalankan sepenuhnya adalah kekayaan keluarga. Jadi tidak perlu ada laporan keuangan. Dasar pengembangan usaha adalah besarnya uang yang diperoleh setiap hari dari penjualan bukan pada laba usaha.

4. Aktifitas kegiatan penyiapan dan penyusunan laporan keuangan

Usaha UKM Batik sebagian besar sudah memahami pentingnya bukti transaksi sebagai dasar penyusunan laporan keuangan. Mereka sudah menyediakan form bukti transaksi baik untuk transaksi pembelian bahan baku batik maupun transaksi penjualan. Bukti transaksi diurutkan sesuai dengan tanggal kejadian transaksi dan dilakukan aktivitas pencatatan yang meliputi (1) catatan transaksi pembelian bahan baku untuk produksi batik, (2) catatan pembayaran gaji karyawan dan buruh batik. Pembayaran dilakukan secara mingguan yaitu setiap hari kamis sehingga periode pencatatan dilakukan secara mingguan, (3) catatan penjualan yaitu mencatat seluruh transaksi penjualan yang terjadi setiap hari. Hal ini dilakukan untuk mempermudah bagi pemilik mengetahui berapa besar omset penjualan setiap hari dan keuntungan yang didapat, (4)

penyusunan laporan keuangan hanya berupa laporan pemasukan dan pengeluaran uang serta laporan laba rugi yang dibuat setiap periode akuntansi.

### **Penggunaan *e-commerce***

*E-commerce* adalah salah satu strategi pemasaran yang diharapkan mampu menekan biaya promosi penjualan. Hasil observasi dan wawancara dengan pemilik usaha UKM Batik diperoleh hal-hal sebagai berikut;

1. SDM yang kurang memadai

Usaha batik yang ada dipekalongan merupakan bisnis keluarga. Ujung tombak penjualan masih bertumpu pada kemampuan pemilik usaha dalam melakukan pengenalan produk dan beberapa lobby yang dilakukan dengan perusahaan lain. Minimnya pengetahuan mengenai *e-commerce* dari pemilik usaha mengakibatkan penjualan sebagian besar dilakukan secara konvensional.

2. Stigma negative dari *e-commerce*

Penggunaan media elektronik untuk media pemasaran masih dimaknai sebagai sesuatu yang berisiko bagi sebagian besar pemilik usaha batik. Karena biasanya pelanggan meminta barang dikirim terlebih dahulu baru dilakukan pembayaran. Disamping itu terkadang ditemui alamat yang tidak sesuai sehingga timbul keengganan dari pemilik untuk menggunakan media elektronik ini. Mereka lebih memilih cara penjualan konvensional karena dipandang lebih aman, langsung bertemu dengan pelanggan dan dilakukan kontrak penjualan. Namun demikian, beberapa UKM Batik sudah melakukan pemasaran dengan menggunakan media elektronik.

## **E. Kesimpulan dan Saran**

### **Kesimpulan**

Dari penelitian yang telah dilakukan maka ditarik kesimpulan sebagai berikut (1) sebagian besar UKM Batik hanya melakukan aktivitas pencatatan atas transaksi harian dan hanya melakukan penyusunan laporan pemasukan dan pengeluaran uang serta laporan laba rugi sebagai dasar pengambilan keputusan ekonomis terutama bagi pemilik usaha Batik. Tidak dapat dipungkiri bahwa pengelolaan keuangan yang memadai mutlak diperlukan untuk menjamin keunggulan kompetitif dari usaha UKM batik, (2) penggunaan *e-commerce* sebagai media pemasaran belum sepenuhnya dilakukan karena pemilik usaha masih menyenangi penjualan dilakukan secara konvensional.

### **Saran**

Mengatasi hambatan atas penerapan SAK ETAP dan *e-commerce* pada usaha UKM Batik dapat dilakukan dengan (1) SDM (karyawan dan pemilik usaha) mengikuti pelatihan mengenai standar akuntansi dan penyusunan laporan keuangan serta *e-commerce* (2) berdisiplin dalam mencatat dan menjurnal setiap transaksi serta menyusun laporan keuangan.

### **Daftar Pustaka**

- Catur Agus Riyanto. 2012. *akuntansi-laporan-keuangan*. (<http://caturagusriyanto.blogspot.com/2012/01/akuntansi-laporan-keuangan.html>). Diakses 5 Januari 2016.
- Dita Purnama Sari. 2013. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penyediaan Dan Penggunaan Informasi Akuntansi Pada Ukm Di Kecamatan Rumbai Pesisir*. Skripsi Sarjana Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Universitas Riau
- Ikatan Akuntan Indonesia (IAI)., 2009. SAK ETAP. Salemba Empat. Jakarta
- IAI (Ikatan Akuntansi Indonesia).2011, *Penerapan Standar Akuntansi Keuangan*. Salemba Empat.
- Mardiasmo. 2000. *Akuntansi Keuangan Dasar*. Yogyakarta. Edisi Ketiga: BPFY-Yogyakarta
- Pinasti, M. 2007. Pengaruh Penyelenggaraan dan Penggunaan Informasi Akuntansi Terhadap Persepsi Pengusaha Kecil Atas Informasi Akuntansi Suatu Riset Eksperiman. Jurnal Riset Akuntansi Indonesia. Vol. 10 (3). Hal. 321-331.
- Siti Nurhayati. 2009. Metodologi penelitian; pendekatan praktis. Edisi kedua. Unikal press. Pekalongan
- Terziovski, M .2003. The relationship between networking practices and business excellence: a study of small to medium enterprises (SMEs). *Measuring Business Excellence*, Vol.7. No.2. pg 78
- Vidi Arini Yulimar, 2006. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengadopsian Electronic Commerce Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Perusahaan, Tesis Undip
- Warta Kota Batik, edisi tahun 2014

## DEVELOPING REGIONAL POTENTIALS WITH COMMUNITY EMPOWERMENT

(CASE ON: MARGOMULYO DISTRICT, EAST JAVA)

**Sri Kussujaniyatun<sup>1</sup>, Teguh Kismantoroadji<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Faculty of Economics dan Business  
University of National Development “Veteran” Yogyakarta  
email: [sri\\_kussujaniyatun@upnyk.ac.id](mailto:sri_kussujaniyatun@upnyk.ac.id)

<sup>2</sup>Faculty of Agriculture  
University of National Development “Veteran” Yogyakarta  
email: [kismantoroadji@gmail.com](mailto:kismantoroadji@gmail.com)

### Abstrak

Margomulyo Sub-district, Bojonegoro is one of the areas that has the potential of nature and tourism is quite high. The existence of Samin cultural tourism that provides insight into local wisdom, tourist village of Anggoro Kasih which became a vacation place as well as a cultivation of guava, the number of teak bonggol that has been converted into teak wood roots with diverse forms, and the plan of the Government of Bojonegoro Regency in building the infrastructure of the rest area in Margomulyo Subdistrict is expected to be a means for business people, especially Margomulyo community in showing off their products. The basic method of research used in this study is analytical descriptive method, where data analysis conducted will result in more mapping to the community empowerment at every potential in Margomulyo District. Samin tribe with its cultural tourism, offering homestay tours which Samin Tribe introduced all cultural activities of the tribe. Anggoro Kasih tourist village, nature tourism with agro-tourism concept of guava main plants that produce 15-20 guava per tree but newly planted area about a quarter part of all parts in tourist village Anggoro Kasih. Finally, teak wood crafts are in great demand, but because the process is so long, the resulting price is not so profitable for crafters.

### Abstract

*Kecamatan Margomulyo, Bojonegoro merupakan salah satu daerah yang mempunyai potensi alam dan wisata yang cukup tinggi. Adanya wisata budaya Samin yang memberikan wawasan akan kearifan lokal, kampung wisata Anggoro Kasih yang menjadi tempat berlibur sekaligus sebagai tempat budidaya jambu biji, banyaknya bonggol-bonggol jati yang telah diubah menjadi kerajinan akar kayu jati dengan beranekaragam bentuk, serta rencana Pemerintah Kabupaten Bojonegoro dalam membangun infrastruktur rest area di Kecamatan Margomulyo yang diharapkan dapat menjadi sarana bagi pelaku bisnis terutama masyarakat Margomulyo dalam memamerkan hasil produk olahannya. Metode dasar penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode diskriptif analitik, dimana analisis data yang dilakukan akan menghasilkan pemetaan lebih kepada pemberdayaan masyarakat pada setiap potensi di Kecamatan Margomulyo. Suku Samin dengan wisata budayanya, menawarkan wisata homestay yang mana Suku Samin memperkenalkan segala kegiatan*

*budaya dari suku tersebut. Desa wisata Anggoro Kasih, wisata alam berkonsep agrowisata dengan tanaman utama jambu biji yang menghasilkan 15-20 jambu per pohon namun daerah yang baru ditanami sekitar seperempat bagian dari seluruh bagian di desa wisata Anggoro Kasih. Terakhir, kerajinan akar kayu jati yang banyak diminati, namun karena proses yang begitu panjang, harga yang dihasilkan tidak begitu menguntungkan untuk perajin.*

## **1. INTRODUCTION**

Margomulyo Sub-district, Bojonegoro is one of the areas that has the potential of nature and tourism is quite high. The existence of Samin cultural tourism that provides insight into local wisdom, tourist village of Anggoro Kasih which become a vacation place as well as a cultivation of guava, the number of teak bonggol that has been converted into teak wood roots with diverse forms, and the plan of the Government of Bojonegoro Regency in building the infrastructure of the rest area in Margomulyo Subdistrict is expected to be a means for business people, especially Margomulyo community in showing off their products.

The high potential of nature and tourism owned by District Margomulyo, Bojonegoro so as to make the impetus of community empowerment efforts and the arrangement of natural ecosystems. Community empowerment is done because the system is still not yet in the existing business community, still the low mastery of technology and the weakness of human resources. Natural ecosystem arrangement is done because Margomulyo area surrounded by limestone mountains and high level of felling of teak tree in Margomulyo so that need of ecosystem improvement that is by planting of teak plant which need long time until can be harvested and teak plant is one of plant which suitable to be planted in karst area (limestone).

## **2. MATERIAL**

In terms of developing the Kussujaniatun tourism development strategy, 2006 stated that the synergy of all stakeholders will shape the acceleration in developing tourism development in a region. With regard to the economic potential of this wood processing root needs a good marketing.

In the economic development in Indonesia, especially in the field of tourism in 2013 carried out with some development planning that is Object and tourist attraction, tourism infrastructure, tourism facilities, Infrastructure, Society / environment. Generally the attraction of a tourist attraction based on: The existence of resources that can cause a sense of fun, beautiful, comfortable and clean. High accessibility to visit. The existence of special features / specifications that are rare. In this case the wooden roots are processed into an extraordinary beautiful nature tour if combined with ecogreen. In terms of ecotourism, Kismantoroadji, 2008 explained that the importance of building community-based Agri-ecotourism on the areas in accordance with the characteristics of their respective regions.

In addition to the potential of tourism, optimization of human resources must also be done. This is related to community empowerment. Village Community

Empowerment According to Law R.I Number 6 Year 2014 About Villages, mentioned in Chapter I Article 1 number 8 which its contents, Village development is an effort to improve the quality of life and life for the greatest welfare of the village community. Further mentioned in number 12, Village Community Empowerment is an effort to develop self-reliance and welfare of society by improving knowledge, attitude, skill, behavior, ability, awareness, and utilizing resources through the establishment of policies, programs, activities and mentoring villagers. Community empowerment is done with the aim of providing assistance to the community associated with improving welfare for the community, especially in the economic field. Motivation and introduction of culture is also important in the effort of community empowerment, especially for women as conducted by Kussujaniatun in 2014 in Berbah district, Sleman. So when our human resources improve and there is an increase it will have a positive impact on the management of nature around it in terms of natural resources will be more organized and in the appropriate use of nature.

### **3. RESEARCH METHOD**

The basic method of research used in this study is analytical descriptive method, in which the collected data was initially compiled, described and then analyzed (Surakhmad, 1998). This study was conducted by conducting a survey of respondents, ie measurement techniques used to collect information with highly structured interviews (Cooper and Schindler, 2006). Analysis of data performed will result in mapping. This research is conducted by analyzing available data and surveys on policy makers ie officials of the Tourism Office, business actors, environmental mapping, ecosystem mapping, enrichment of crops.

### **4. DISCUSSION**

#### **4.1 Samin Tribe**

Local wisdom owned by Bojonegoro Regency is the culture and values owned by the Samin Tribe. Samin tribe is located in Dusun Jepangan Margomulyo Village, District Margomulyo residing in forest area has 74,733 hectares. The location is about 4.5 km from the capital District Margomulyo.

Bojonegoro District Government participated in the development of cultural tourism Samin tribe by making the program invites teachers in Bojonegoro District to stay for 1 week in Samin Samin with the aim of introducing how the daily culture of Samin tribe and later expected teachers can explain and implement to the younger generation he teaches. It is hoped that this will increase the interest of young generation to Samin Suku cultural tourism so that the existence of original tribe of Bojonegoro Regency is still sustainable. The location of the Samin community also has the prospect to be developed into the object of Samin Community Culture through the development of Homestay Tour packages with the Samin community. The interesting thing in this package is the tourists can enjoy the atmosphere and lifestyle uniqueness Samin community.

The livelihoods of the Samin people are mostly farmers. Supported by the location of the Samin Tribe in the limestone area so that the people of Samin tribe plant a lot of palawijaya plants, which become the potential in the Samin Suku corn.

The existence of cultural tourism potential that is a native tribe in Bojonegoro regency, should be the spirit of its own for local government in increasing the tourism potential. However, the existence of this cultural tourism has not been followed by access facilities and adequate infrastructure. Access roads that are still difficult to find the Samin for the first time to the Samin, plus also there is no marker of roads like gate as sign of entry area of samin tribe.

#### **4.2 Anggoro Kasih Tourism Village**

The development and utilization of the location located in the District Margomulyo is by making the Village Tourism which is expected to become a tourist destination for the people of Bojonegoro and surrounding areas. The concept of the Tourism Village named Anggoro Kasih is a natural tourism that is located in the vicinity of the Bengawan Solo River which is the center of the planting of Jambu Biji. Anggoro Kasih Tourism Village has been inaugurated on December 22, 2015 by the Regent of Bojonegoro Regency. This Tourism Village is planned to be filled with arena of Flying Fox, Outbound, Tracking, camping location and so on.

The Government of Bojonegoro Regency, East Java budgeted Rp 6.5 billion to buy 250 thousand red guava seeds this year. The procurement of cashew seeds is part of community empowerment program, especially fruit center in several villages in Bojonegoro. In 2013 the local agriculture department provides 6,000 free cashew seeds to the community. This year the agriculture department will expand the program by providing cashew seeds to the entire village. Condition, the citizens must have a vacant land to plant it. Bojonegoro target can be a red guava supplier to other provinces. Regent Bojonegoro Suyoto said, if the program is successful in the next year, the local government will build a warehouse for processing, so it can be packaged into processed products, such as beverages, sweets and others.

The distribution of the area of the distribution of seeds almost every year changed. In 2014 Disperta distributed in the District of Baureno, Kepohbaru, Kedungadem, Sumberrejo, and Trucuk. Then, in 2015 in Kanor District, Sugihwaras, Balen Kapas, Gayam, Malo, Trucuk, Kedewan, Bojonegoro city. Lastly in 2016 is distributed in the areas of District Balen, Kanor, Baureno, Kepohbaru and Kedungadem.

The tourist village of Anggoro Kasih itself has become one of the guava producer areas. The average in one red guava tree in the tourist village area can produce 15 to 20 pieces. However, the newly farmed area is a quarter of all parts of the tourist village of Anggoro Kasih. So the potential to develop this area is still quite large. The tourist village manager Anggoro Kasih has cooperated with one of the juice drinks company in Indonesia as a place to collect the red guava crop.

#### **4.3 Root Teak**

Wood roots craft in Margomulyo District is one of the biggest wood roots center in Indonesia. Root wood craft is, the craft obtained from the extract of teak wood root that has been old enough 40-80 Years. The root of wood that is not taken by the owner of teak stem is then taken and processed by the community.



Currently in District Margomulyo there are 78 Wood Rooters. Wood roots that started and developed long enough since 2002. So that the wood roots craft requires a lot of raw materials to be processed by craftsmen.

The products of teak wood waste handicraft are very interested in collectors abroad. Unfortunately, the artisans at Margomulyo do not directly export their handicrafts abroad but through local supplier intermediaries from outside Bojonegoro. Every month there are at least 100 truck teak wood waste handicrafts products are sent abroad. That does not include handicraft products from craftsmen outside the paguyuban also sent abroad. Delivery of teak root teak handicraft products to various countries abroad is done by traders from outside the region, among others, from Jepara, Yogyakarta and Bali. They buy teak wood craft products from the craftsmen in Margomulyo and then sold back abroad.

## **5. CONCLUSION**

Conclusion on research of strategy of development of eco-green root-based eco-tourism tourism area on lime mining land are:

1. Strategic development of tourist areas is to lift the advantages and empower the community Margomulyo District. Local government has done various ways in the development of cultural tourism Samin tribe by making homestay for tourists so it can directly introduce to tourists how the life of the Samin tribe everyday.
2. Tourism village Anggoro Kasih is a tourist village of red guava. The fruit produced in an average tree is 15 to 20 pieces. The area that has been planted guava just about a quarter part of all parts in the village Tourism Anggoro Kasih.
3. Teak wood waste craft is very interested in collectors abroad. Every month there are at least 100 truck teak wood waste handicrafts products are sent abroad. That does not include handicraft products from craftsmen outside the paguyuban also sent abroad. Great potential in teak wood craft is expected to improve the economy for craftsmen, but the constraints of the process of selling teak wood craft that the process is still long and from the artisans themselves still sell in a state of semi-finished, so that crafters sell the craft with a price its cheap. Here, it takes the role of local government in facilitating the marketing of teak wood roots.

## **6. REFERENCE**

- Cooper, Donald R., dan Pamela, S. Schindler. 2006. *Metode Riset Bisnis, Volume 1*. PT Media Global Edukasi. Jakarta.
- Kismantoroadji, Teguh. 2008 Community –Based Agri-ecotourism in Kulon Progo and Bantul Regency Prosiding Seminar 2011 UPN “Veteran” Yk V
- Kussujaniatun, Sri. 2006. Hubungan antara Sikap Terhadap Bukti Fisik, Proses dan Karyawan dengan Kualitas Keterhubungan serta Perannya Dalam Menimbulkan Niat Ulang Membeli dan Loyalitas (Survei Pada Konsumen Member Card ALFA yang Berdomisili Di Sleman Yogyakarta). Penulis sendiri( Jurnal

Humaniora Sains dan Pengajaran “INOVASI” Vol. XIV No. 3 September 2006, ISSN 0854-4328).

Kussujaniatun, Sri. 2006. Efek Komunikasi Dari Mulut ke Mulut Terhadap Sikap dan Niat Membeli Produk Prosesor AMD Athlon DSI Yogyakarta. Penulis sendiri (Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen dan Akuntansi “ BALANCE” Th. III No. 6 Juli 2006, ISSN : 1693-9352).

Kussujaniatun, Sri. 2014. Pengentasan Kemiskinan: Motivasi dan Budaya perempuan dalam mekanisme Pemberdayaan Perempuan berbasis Pendekatan potensi di Kecamatan Berbah Sleman. Seminar Nasional, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Jogjakarta. Proceeding SINAU 3, 2014

Surakhmad, Winarno. 1998. *Pengantar Penelitian Ilmiah: Dasar, Metode dan Teknik*. edisi kedelapan. Bandung: Tarsito (anggota IKAPI).

<http://purnamiap.blogspot.com/2014/09/makalah-perkembangan-ekonomi-indonesia.html>

Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kabupaten Bojonegoro Tahun 2011-2018.

Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa.

World Bank (1997), *World Development Report 1997-The State in a Changing World*, Washington, DC: World Bank.

# EFEKTIFITAS PELATIHAN DALAM RANGKA MENINGKATKAN KINERJA USAHA KECIL

(Studi Pada Pengusaha Kecil di Bantul Yogyakarta)

Suratna

*University of Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta, Indonesia*

## **Abstract**

*The purpose of this paper is to examine the relationship between training effectiveness, market orientation, innovation, and small enterprise performance. This study involves top managers / owners of small companies based on questionnaires operating in Bantul Yogyakarta. A total of 150 questionnaires can be used from respondents. The results showed that the effectiveness of the training positively significantly influenced market orientation, innovation and performance; market orientation positively affects the company's innovation and performance; and innovation positively significantly affect the performance of small companies.*

**Keywords:** *Training, market orientation, innovation, firm performance*

## **Pendahuluan**

Inovasi merupakan kata kunci untuk memenangkan persaingan bisnis yang semakin berkembang. Ketidakpastian pasar dapat disebabkan oleh preferensi konsumen yang terus berubah dan ketidakpastian pasar yang mendorong perusahaan untuk terus berinovasi. Perusahaan menerapkan inovasi sebagai strategi utama untuk memenangkan persaingan dan hanya perusahaan yang memiliki inovasi tinggi yang mampu bersaing dan berkembang.

Banyak penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui bagaimana inovasi itu dibangun dalam organisasi dalam rangka meningkatkan kinerja organisasi. Namun demikian, penelitian tentang factor-faktor yang mempengaruhi tumbuhnya inovasi organisasi masih harus terus dikembangkan. Beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi pasar dan pembelajaran memberikan kontribusi pada inovasi organisasi, seperti hasil penelitian dari Farrell dan Oczkowski (2002), Sinkula dan Baker (1999). Slater dan Narver (1995). Namun demikian, penelitian tentang Usaha Kecil Menengah (UKM) masih sangat minim dilakukan.

UKM memiliki karakteristik yang unik dibandingkan dengan perusahaan berskala besar. UKM memiliki keterbatasan sumber daya, meskipun memiliki fleksibilitas yang tinggi. Di Indonesia, pemerintah, perguruan tinggi, lembaga swadaya masyarakat, dan perusahaan turut memberikan kontribusi pada pengembangan UKM dalam rangka meningkatkan kinerja UKM dengan cara memberikan pelatihan dan pendampingan bagi manajer perusahaan. UKM yang berhasil akan memberikan kontribusi besar pada negara dengan menyediakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan nasional. Oleh karena itu efektivitas pelatihan bagi UKM menarik untuk diteliti.

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pada literatur dengan berbagai alasan.

- (1) Karakteristik UKM di negara-negara berkembang memiliki keunikan dibandingkan dengan perusahaan besar dalam hal kepemilikan, formalitas organisasi, sumber daya, dan fleksibilitas.
- (2) Pemerintah di Negara-negara berkembang memberikan perhatian yang lebih besar terhadap kemajuan UKM. Pemerintah juga mendorong kepada para pemangku kepentingan untuk turut serta memajukan UKM melalui program pelatihan dan pengembangan UKM. Oleh karena itu, kemajuan UKM tidak hanya ditentukan oleh factor internal UKM namun juga ditentukan oleh factor eksternal UKM melalui program pelatihan.
- (3) Studi empiris yang meneliti hubungan antara efektifitas pelatihan terhadap orientasi pasar dan inovasi masih minim. Meskipun demikian, hubungan antara inovasi terhadap kinerja organisasi telah banyak mendapatkan perhatian. Penelitian tentang orientasi pasar dan kinerja perusahaan secara keseluruhan antara lain ditunjukkan oleh Horng dan Chen (1998) dan Pelham (2000), kinerja ekspor oleh Hart dan Tzokas (1999), dan kinerja keuangan oleh Dolinger (1984). Inovasi dan kinerja perusahaan oleh Aharoni (1994).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris hubungan antara efektivitas pelatihan Usaha Kecil (UK), orientasi pasar, inovasi dan kinerja UK, serta meningkatkan literatur tentang efektivitas pelatihan dan pemasaran di UK. Pada bagian berikutnya, penelitian ini akan menjelaskan konsep pelatihan, orientasi pasar, inovasi, dan kinerja perusahaan. Selain itu penelitian ini akan mengusulkan dan menguji model efektivitas pelatihan, orientasi pasar, Inovasi, dan kinerja perusahaan kecil.

## **Kerangka Konseptual**

### ***Pengaruh Efektivitas Pelatihan Terhadap Orientasi Pasar, Inovasi, dan Kinerja Organisasi***

Tujuan utama pelatihan adalah untuk meningkatkan kompetensi yang dalam rangka mencapai tujuan perusahaan (Abozed *et al.*, 2009). Pelatihan merupakan salah satu intervensi pengembangan sumber daya manusia yang paling sering digunakan dan merupakan pilar serta tahapan yang ada diprogram pemberdayaan. Menurut Bernardin & Russell (1993), pelatihan adalah setiap usaha untuk memperbaiki kinerja. Pelatihan merupakan cara terpadu yang diorientasikan pada tuntutan kerja aktual, dengan penekanan pada pengembangan skill, knowledge, dan ability. Elnaga *et al.* (2013) menyatakan bahwa tanpa pelatihan yang tepat maka perusahaan tidak mampu menerima informasi dan pengembangan kompetensi ke potensi maksimal. Pelatihan UKM bertujuan untuk meningkatkan wawasan pasar, meningkatkan skill, meningkatkan inovasi, dan tujuan akhirnya adalah meningkatkan kinerja perusahaan.

Pada perusahaan kecil di Negara berkembang, umumnya pemilik perusahaan merangkap sebagai manajer perusahaan sehingga pelatihan bagi pemilik/manajer menjadi hal yang sangat penting. Komitmen dan dukungan yang kuat dari organisasi merupakan modal keberhasilan sebuah program pelatihan. Seorang pemimpin organisasi sangat berperan dalam menentukan keberhasilan pelatihan dalam rangka meningkatkan kinerja organisasi (Zenger *et al.*, 2000). Dalam banyak kasus di Indonesia, pelatihan dilakukan atas inisiatif pemerintah atau lembaga lain non pemerintah sehingga motivasi UKM dalam program pelatihan harus mendapatkan perhatian.

Berdasarkan pendapat di atas menunjukkan bahwa pelatihan yang efektif akan meningkatkan pemahaman perusahaan kecil pada pasar, meningkatkan inovasi produk, dan akhirnya akan meningkatkan kinerja perusahaan.

H1 Efektivitas Pelatihan berpengaruh signifikan terhadap Orientasi Pasar.

H2 Efektivitas Pelatihan berpengaruh signifikan terhadap Orientasi Pasar Inovasi pada Usaha Kecil

H3 Efektivitas Pelatihan berpengaruh signifikan terhadap kinerja Usaha Kecil.

#### ***Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Inovasi***

Baker dan Sinkula (1999) berpendapat bahwa orientasi pasar adalah sejauh mana perusahaan mengakuisisi, mendistribusikan, dan menggunakan informasi pasar, dan merupakan masukan bagi proses inovasi. Orientasi pasar akan mendorong perusahaan untuk menyerap informasi penting yang dibutuhkan perusahaan, meningkatkan *knowledge*, pengalaman, ketrampilan, dan juga gagasan untuk memperbaiki produk yang dihasilkan. Pengetahuan yang dihasilkan oleh orientasi pasar akan menumbuhkan inovasi perusahaan.

H4 Orientasi Pasar berpengaruh signifikan terhadap Inovasi Usaha Kecil.

#### ***Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Organisasi***

Menurut Pelham (1997), sebuah perusahaan yang berorientasi pasar akan memiliki informasi pasar yang sangat baik. Kemampuan mengumpulkan dan mengolah informasi, mampu memprediksi persyaratan dan perubahan pasar secara akurat dan cepat, memungkinkan mereka merespons dengan cepat dan tepat perubahan yang terjadi. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Peterson (1989), Meziou (1991), Pelham dan Wilson (1996). Horng dan Chen (1998) juga telah membahas pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan dan keunggulan kompetitif. Orientasi pasar menyediakan keunggulan kompetitif potensial dibandingkan dengan perusahaan besar, karena UKM lebih dekat kepada pelanggan dan mampu mengeksploitasi kebutuhan dan keinginan mereka dengan cepat dan lebih fleksibel, mampu mentransfer intelijen pelanggan dengan cepat, dengan sedikit kemerosotan, dan karena lapisan organisasi dan birokrasi mereka berkurang; dan dapat menerapkan rencana pemasaran dengan cepat, karena kurang formal.

H5 Orientasi Pasar berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha Kecil.

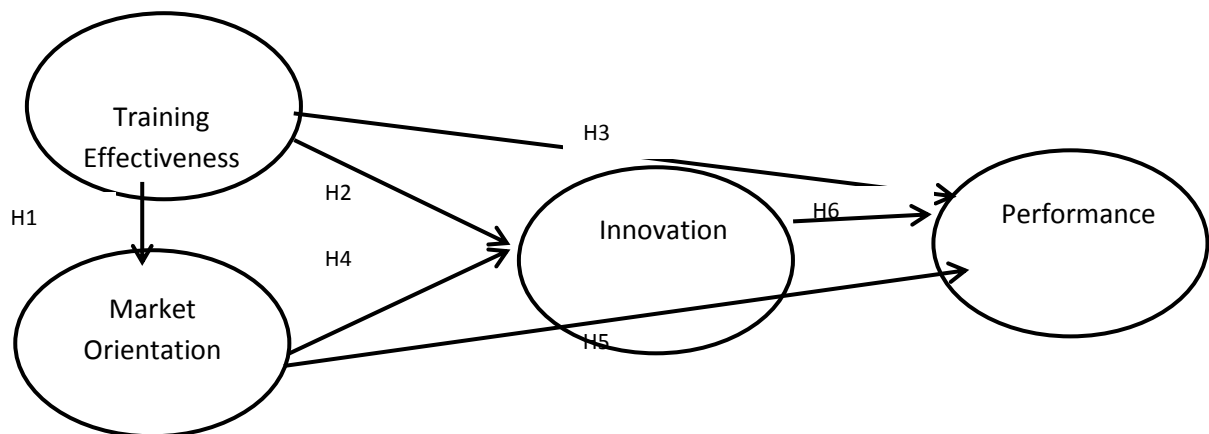
#### ***Pengaruh Inovasi terhadap Kinerja Organisasi***

Keiser et al. (2002) dan Motwani et al. (1999) mencatat bahwa UKM harus inovatif untuk mendapatkan keunggulan kompetitif karena keterbatasan sumber daya, kerentanan terhadap ketidakpastian, turbulensi di lingkungan bisnis, dan kekuatan pelanggan yang luas dan pemasok. Oleh karena itu Appiah-Adu dan Singh (1998) menyatakan bahwa yang sangat penting bagi UKM adalah inovasi yang dalam ketidakpastian lingkungan, kurangnya kompetensi teknologi untuk pengembangan produk baru, efektivitas biaya, efisiensi operasional, relung pasar yang sedang berkembang, dan proses inovasi.

Meskipun demikian, peran positif inovasi perusahaan terhadap kinerja perusahaan didukung oleh banyak studi teoritis dan empiris tentang pengembangan produk baru,

teknologi adopsi dan difusi, perbaikan proses, dan inovasi (Calantone et al., 2002). UKM bisa meraih posisi kepemimpinan dengan menerapkan strategi inovasi agresif di industri niche.

H6 Inovasi berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha Kecil.



Gambar 1. Model Hipotesis

### Metode Penelitian

Untuk menguji hipotesis di atas, skala multi item diambil dari penelitian sebelumnya. Semua konstruksi diukur menggunakan Likert 5skala mulai dari "sangat tidak setuju" (1) untuk "sangat setuju" (5). Unit analisis penelitian ini adalah perusahaan kecil yang dalam waktu minimal lima tahun terakhir telah mengikuti pelatihan yang dilaksanakan oleh pemerintah ataupun lembaga lain secara sukarela. Alat pengumpul data menggunakan kuesioner yang diisi oleh manajer utama perusahaan. Sebelum kuesioner disebar, peneliti melakukan focus group discussion dengan 40 orang pemilik UKM untuk mendapatkan masukan perbaikan kuesioner menyangkut item penilaian, khususnya untuk variabel pelatihan serta kalimat yang digunakan dalam kuesioner agar dapat dipahami oleh responden. Setelah kuesioner diperbaiki maka kuesioner disebar ke 180 UKM yang bergerak di industri kerajinan di wilayah Kabupaten Bantul Yogyakarta. Data yang terkumpul dan layak diolah sebanyak 150 responden.

Efektivitas training perusahaan kecil diukur menggunakan instrument yang dikembangkan oleh Boocock, et al (1999) dan dikombinasikan dengan pendapat dari responden pada FGD. Item training meliputi aspek *manfaat individu, manfaat organisasi, kemudahan menerima materi pelatihan, kemudahan penerapan materi pelatihan, dan menumbuhkan gagasan baru*. Pengukuran empiris orientasi pasar mengacu pada beberapa ahli, antara lain oleh Narver dan Slater, (1990), Kohli et al (1993), Hunt and Morgan (1995), serta Ruekert (1992). Indikator orientasi pasar dalam penelitian ini

meliputi: collection and use of market information, development of market-oriented strategy, dan implementation of market-oriented strategy. Skala inovasi perusahaan diadaptasi dari Calantone et al. (2002). Calantone et al. (2002) mendefinisikan inovasi perusahaan sebagai keterbukaan terhadap gagasan baru sebagai sebuah aspek dari budaya perusahaan dengan kemauan untuk mencoba gagasan baru, mencari cara baru untuk melakukannya sesuatu yang baru, menciptakan metode dan mengenalkan produk baru. Skala kinerja perusahaan diadaptasi dari Calantone et al.(2002) dan Choi dan Lee (2003). Ukuran kinerja yang digunakan adalah ukuran relatif, seperti perluasan pangsa pasar, tingkat pertumbuhan, profitabilitas, dan peningkatan ukuran bisnis.

## Hasil Penelitian

Paradigma penelitian yang digunakan adalah mix method, yakni menggabungkan antara kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif menggunakan FGD kepada 40 orang pengusaha kecil untuk mendapatkan masukan khususnya terkait dengan pengukuran efektifitas pelatihan. Sedangkan metode kuantitatif dilakukan dengan penyebaran kuesioner. Validitas metode kualitatif dilakukan dengan triangulasi yang melibatkan unsur pemerintah dan lembaga penyelenggara pelatihan.

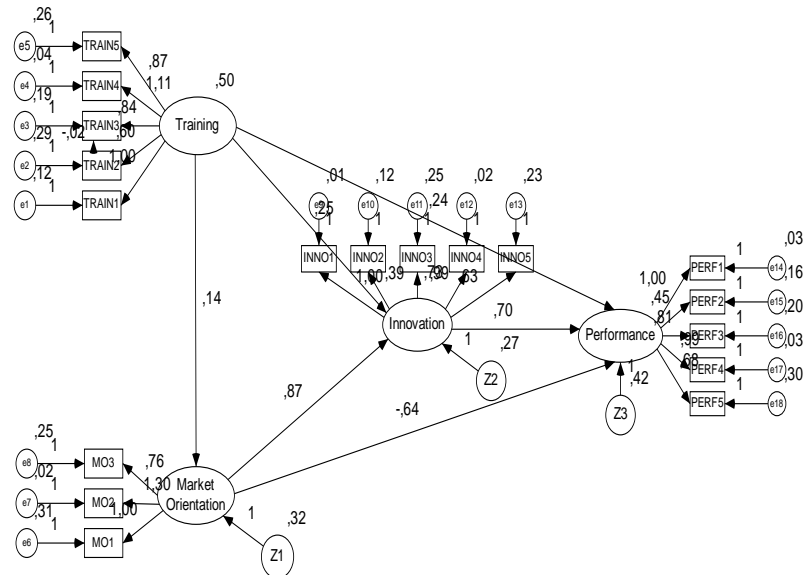
Uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *confirmatory factor analysis* (CFA). Analisis deskriptif dilakukan dengan cara menginterpretasikan data primer dari tabulasi data. Analisis statistik inferensial dilakukan dengan menggunakan SEM dengan memakai perangkat lunak AMOS 20. Berdasarkan hasil uji validitas dan uji reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen penelitian dinyatakan valid dan reliabel sehingga analisis statistik inferensial untuk menguji pengaruh antar variabel dan pengujian model dapat dilakukan. Berikut disajikan hasil yang menunjukkan hubungan antar variabel penelitian:

**Tabel 1. Pengaruh Antar Variabel**

Pengaruh Antar Variabel	Estimate	S.E	C.R	P	Keterangan
Market_Orientation <-- Training	,143	,072	1,994	,046	H1 diterima
Innovation <-- Training	,253	,066	3,824	,000	H2 diterima
Performance <-- Training	,237	,086	2,753	,006	H3 diterima
Innovation <-- Market_Orientation	,868	,110	7,920	,000	H4 diterima
Performance <-- Market_Orientation	-,645	,150	-4,296	,000	H5 diterima
Performance <-- Innovation	,696	,109	6,375	,000	H6 diterima

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa seluruh hipotesis diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan konsistensi dengan hasil penelitian

sebelumnya yang menjadikan pelatihan, orientasi pasar, dan inovasi sebagai predictor dari kinerja usaha kecil. Model multi factor ditunjukkan pada gambar berikut:



Gambar 2. Model Multi Faktor.

Evaluasi terhadap model multifaktor dari pengukuran di atas menghasilkan indeks-indeks *goodness of fit* sebagaimana disajikan pada tabel berikut:

Tabel 2. Hasil *Goodness of Fit* Model Pengukuran

Index	Cut off Value	Hasil	Evaluasi Model
Chi-Square		75,833	
Probabilitas	≥ 0,05	0,103	Baik
CMIN/DF	≤ 2,00	1,936	Baik
GFI	≥ 0,90	0,917	Baik
AGFI	≥ 0,90	0,908	Baik
TLI	≥ 0,95	0,948	Baik
CFI	≥ 0,95	0,919	Baik
RMSEA	≤ 0,08	0,018	Baik

Berdasarkan table di atas menunjukkan bahwa seluruh pengukuran *goodness of fit* adalah memenuhi nilai kritis sehingga model secara keseluruhan dapat diterima.

### Keterbatasan Penelitian

Terdapat beberapa keterbatasan metodologis dalam penelitian ini. Keterbatasan metodologis terletak pada responden. Pengisian kuesioner tidak diawasi secara langsung oleh peneliti sehingga dimungkinkan kurang serius dalam pengisian kuesioner. Pengawasan yang sangat ketat justru juga akan menyebabkan responden kurang nyaman dalam mengisi kuesioner. Hendaknya pengisian kuesioner dilakukan pengawasan yang wajar untuk menghindari bias. Selain itu, responden memberikan penilaian mengenai efektifitas pelatihan. Pelatihan telah dilakukan pada waktu sebelumnya sehingga kelemahan dalam mengingat pelatihan menjadi kelemahan dalam pengisian



kuesioner. Keterbatasan lainnya adalah sampel yang berasal hanya dari industri kerajinan. Studi masa depan dapat menyelidiki industri tertentu di UKM, seperti manufaktur, kuliner, jasa, atau tekstil.

### **Kesimpulan**

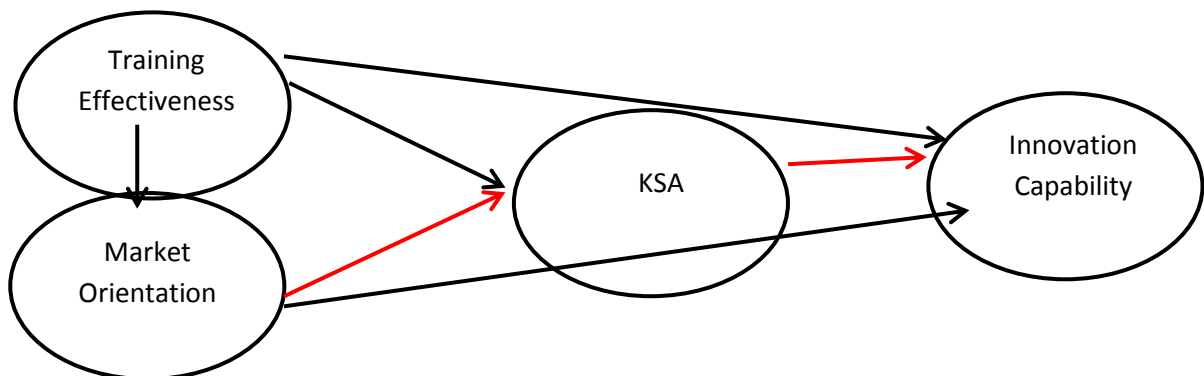
Studi ini memberikan kontribusi pada tiga hal. Pertama, penelitian ini menguji gabungan antara pengaruh pelatihan dan orientasi pasar terhadap inovasi perusahaan dan kinerja di perusahaan kecil. Kedua, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja organisasi usaha kecil bergantung pada efektivitas pelatihan, orientasi pasar, dan inovasi. Ketiga, penelitian ini dilakukan di Indonesia pada perusahaan kecil sehingga hasil penelitian ini menambah khasanah keilmuan di bidang pelatihan dan pemasaran.

### **References**

- Abozed, M., Melaine, Y., & Saci, K. (2009, May). The Influence of Work Environmental Factors on Motivation to Transfer Management Training: Case Study of the Libyan Oil Industry. In 4 the Annual Conference Liverpool BEAN (p. 9)
- Aharoni, Y. (1994), "How small firms can achieve competitive advantages in an interdependent world", in Agmon, T. and Drobbnick, R. (Eds), *Small Firms in Global Competition*, Oxford University Press, New York, NY, pp. 9-18.
- Amabile, T.M., Conti, R., Coon, H., Lazenby, J. and Herron, M. (1996), "Assessing the work environment for creativity", *Academy of Management Journal*, Vol. 39, pp. 54-84.
- Appiah-Adu, K. and Singh, S. (1998), "Customer orientation and performance: a study of SMEs", *Management Decision*, Vol. 36, pp. 385-94.
- Bernardin, H.J., Russel, E.A.(1993). *Human resource Management, An Experiential Approach*. Mc. Graw Hill International Edition.
- Boocock, J.G., J. Loan-Clarke, A.J. Smith, and J. Whittaker (1999), *Management Training and Development in Small and Medium-Size Enterprises: An Assessment on the effectiveness of Training and Enterprises Councils in the East Midland*, *Journal of Small Business and Enterprises Development*, Vol. 6 No. 2
- Calantone, R.J., Cavusgil, S.T. and Zhao, Y. (2002), "Learning orientation, firm innovation capability and firm performance", *Industrial Marketing Management*, Vol. 31, pp. 515-24.
- Choi, B. and Lee, H. (2003), "An empirical investigation of KM styles and their effect on corporate performance", *Information & Management*, Vol. 40, pp. 403-17.
- Damanpour, F. (1991), "Organizational innovation: a meta-analysis of effects of determinants and moderators", *Academy of Management Journal*, Vol. 34, pp. 555-90.
- Dolinger, M.J. (1984), "Environmental boundary spanning and information processing effects on organizational performance", *Academy of Management Review*, Vol. 27, pp. 351-68.
- Elnaga, Amir and Amir Imran. 2013. The Effect Of Training On Employee Performance. *European Journal Of Bussinnes And Management*, 5(4): pp:137-147

- Farrell, M. (2000), "Developing a market-oriented learning organization", *Australian Journal of Management*, Vol. 25, pp. 201-22.
- Farrell, M.A. and Oczkowski, E. (2002), "Are market orientation and learning orientation necessary for superior organizational performance?", *Journal of Market Focused Management*, Vol. 5, pp. 197-217.
- Hart, S. and Diamantopoulos, A. (1993), "Marketing research activity and company performance: evidence from manufacturing industry", *European Journal of Marketing*, Vol. 27 No. 5, pp. 54-73.
- Hart, S. and Tzokas, N. (1999), "The impact of marketing research activity on SME export performance: evidence from UK", *Journal of Small Business Management*, Vol. 7, pp. 63-75.
- Hong, S. and Chen, A.C. (1998), "Market orientation of small and medium sized firms in Taiwan", *Journal of Small Business Management*, Vol. 36, pp. 79-85.
- Hunt, S.D. and Morgan, R.M. (1995), "The comparative advantage theory of competition", *Journal of Marketing*, Vol. 59 No. 2, pp. 1-16.
- Hurley, F.B. and Hult, G.T.M. (1998), "Innovation, market orientation and organizational learning: an integration and empirical examination", *Journal of Marketing*, Vol. 62, pp. 42-54.
- Keizer, J.A., Dijkstra, L. and Halman, J. (2002), "Explaining innovative efforts of SMEs: an exploratory survey among SMEs in the mechanical and electrical engineering sector in The Netherlands", *Technovation*, Vol. 22, pp. 1-13.
- Kohli, A.K. and Jaworski, B.J. (1993), "Market orientation: antecedents and consequences", *Journal of Marketing*, Vol. 57, pp. 53-70.
- Kohli, A.K., Jaworski, B.J. and Kumar, A. (1993), "MARKOR: a measure of market orientation", *Journal of Marketing Research*, Vol. 30, pp. 67-77.
- Meziou, F. (1991), "Areas of strength and weakness in the adoption of the marketing concept by small manufacturing firms", *International Small Business Journal*, Vol. 29, pp. 72-8.
- Motwani, J., Dandridge, T., Jiang, J. and Soderquist, K. (1999), "Managing innovation in French small and medium sized enterprises", *International Small Business Journal*, Vol. 37, pp. 106-14.
- Narver, J. and Slater, S. (1990), "The effect of a market orientation on business profitability", *Journal of Marketing*, Vol. 54, pp. 20-35.
- Pelham, A.M. (1997), "Mediating influences on the relationship between market orientation and profitability in small industrial firms", *Journal of Marketing Theory and Practice*, Vol. 5, pp. 55-76.
- Pelham, A.M. (2000), "Market orientation and other potential influences on performance in small and medium sized manufacturing firms", *Journal of Small Business Management*, Vol. 38, pp. 48-67.
- Pelham, A.M. and Wilson, D.T. (1996), "A longitudinal study of the impact of market structure, firm structure, strategy, and market orientation culture on dimensions of small-firm performance", *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 24, pp. 27-43.
- Peterson, R.T. (1989), "Small business adoption of the marketing concept vs other business strategies", *Journal of Small Business Management*, Vol. 27, pp. 38-46.

- Romijn, H. and Albaladejo, M. (2002), “Determinants of innovation capabilities in small electronics and software firms in southeast England”, *Research Policy*, Vol. 31, pp. 1053-67.
- Sinkula, J.M. (2002), “Market-based success, organizational routines, and unlearning”, *Journal of Business & Industrial Marketing*, Vol. 17, pp. 253-69.
- Sinkula, J.M. and Baker, W.E. (1999), “Learning orientation, market orientation and innovation: integrating and extending models of organizational performance”, *Journal of Market Focused Management*, Vol. 4, pp. 295-308.
- Sinkula, J.M., Baker, W.E. and Noordewier, T. (1997), “A framework for market-based organizational learning: linking values, knowledge and behavior”, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 25, pp. 305-18.
- Slater, F.S. and Narver, J.C. (1995), “Market orientation and the learning organization”, *Journal of Marketing*, Vol. 59, pp. 63-74.
- Thompson, V.A. (1965), “Bureaucracy and innovation”, *Administrative Science Quarterly*, Vol. 5, pp. 1-20.
- Zenger, J., Ulrich, D., & Smallwood, N. (2000, March). *The New Leadership Development: It’s about results for your Company. Now. Training & Development*, 54(3): pp:22-2



<i>No.</i>	<i>Variables</i>	<i>Items</i>	<i>Pendapat</i>
1	<i>Training</i>	<i>Materi training sesuai kebutuhan</i>	Salas et al., 2012
		<i>Karakteristik individu</i>	Goldstein and Ford (2002) di bukunya pak kusdi
		<i>Karakteristik Organisasi</i>	Goldstein and Ford (2000) di bukunya pak kusdi
		<i>Metode Pelatihan</i>	<i>Goldstein and Ford (2002)</i>
		<i>Trainer</i>	
2	<i>Market Orientation</i>	collection and use of market information,	Halit Keskin (2006) Bentler and Cho (1988).

		development of market-oriented strategy,	Halit Keskin (2006) Bentler and Cho (1988).
		implementation of market-oriented strategy	Halit Keskin (2006) Bentler and Cho (1988).
3	<i>Innovation</i>	Our is often the first to market with new products and services	Halit Keskin (2006) Bentler and Cho (1988).
		Our company frequently tries out new ideas	Halit Keskin (2006) Bentler and Cho (1988).
		Our company seeks out new ways to do things	Halit Keskin (2006) Bentler and Cho (1988).
		Our company is creative in its methods of operation	Halit Keskin (2006) Bentler and Cho (1988).
		Our new product/service introduction has increased over last five years	Halit Keskin (2006) Bentler and Cho (1988).
4	<i>Performance</i>	Overall success Market share Growth rate Profitability Business size	Halit Keskin (2006) Calantone et al. (2002) and Choi and Lee (2003).

Goldstein, I. L., and Ford, J.K. (2002). Training in Organization: Needs assessment, development and evaluation (4<sup>th</sup> Ed). Belmont, CA: Wadsworth Cengage Learning.

- Salas, E., Tannenbaum, S.I., Kraiger, K., & Smith-Jentsch, K.A. (2012). The Science of Training and Development in organizations: What matters in practice. *Psychological Science in the Public Interest*, 13, 74-101.
- Bentler, P.M. and Cho, C.P. (1988), "Practical issues in structural modeling", in Long, J.S. (Ed.), *Common Problems/Proper Solutions: Avoiding Error in Quantitative Research*, Sage, Newbury Park, CA, pp. 161-92.
- Calantone, R.J., Cavusgil, S.T. and Zhao, Y. (2002), "Learning orientation, firm innovation capability and firm performance", *Industrial Marketing Management*, Vol. 31, pp. 515-24.
- Keskin, H. (2006). Market orientation, learning orientation, and innovation capabilities in SMEs. *European Journal of Innovation Management* Vol. 9 No. 4, 2006 pp. 396-417 *q* Emerald Group Publishing Limited 1460-1060

# ***INTENTION TO QUIT, PENYEBAB DAN SOLUSINYA***

Hastho Joko Nur Utomo

Sadeli

UPN “Veteran” Yogyakarta

## **Abstrak**

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis upaya yang perlu dilakukan untuk mengantisipasi timbulnya *intention to quit*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Data primer dikumpulkan melalui wawancara dan *focus group discussion* (FGD). Informan penelitian terdiri dari agen asuransi swasta yang perusahaannya berbentuk PT terbuka di wilayah Yogyakarta dan telah tergabung dalam skema kerjasama *coordination of benefit* dengan BPJS. Hasil penelitian menjelaskan bahwa *intention to quit* terjadi karena rendahnya kepuasan agen terhadap berbagai aspek kerja (kompensasi, pimpinan, rekan kerja, kesempatan promosi/ jenjang karir dan pekerjaan itu sendiri). Kepuasan kerja yang rendah tersebut berpotensi meningkatkan *intention to quit*. Upaya yang bisa dikembangkan untuk mengantisipasi *intention to quit* adalah memperketat proses rekrutmen dan seleksi agen, memberikan pelatihan kerja, dan meningkatkan kepuasan kerja.

**Kata kunci:** *intention to quit, insurance agency, qualitative research.*

## **PENDAHULUAN**

*Intention to quit* merupakan hasil evaluasi individu mengenai kelanjutan hubungan dengan organisasi yang belum diwujudkan dalam tindakan nyata untuk meninggalkan organisasi. Dengan kata lain, *intention to quit* merupakan niat perilaku individu untuk secara sukarela meninggalkan organisasi. Beberapa peneliti menggunakan istilah *intention to leave* atau *intention to quit* untuk menggantikan istilah *turnover intention*, dan menggunakan istilah itu pada kajian literatur mereka (Chikwe, 2009).

*Intention to quit* terjadi melalui proses psikologis yang berawal dari penurunan tingkat kepuasan kerja. Selanjutnya kepuasan kerja yang rendah akan mempengaruhi penurunan motivasi yang dicirikan antara lain: stres, sakit fisik, malas bekerja, kualitas kerja menurun, komunikasi personal berkurang, timbul sikap masa bodoh terhadap tugas pekerjaannya. Berikutnya karyawan akan memutuskan untuk berfikir dan berniat keluar untuk mencari pekerjaan alternatif. Pada akhirnya karyawan membandingkan pekerjaan alternatif dengan pekerjaannya saat ini serta membuat suatu keputusan untuk tetap tinggal atau keluar dari perusahaan. Pada tahap terakhir adalah tindakan yang diambil karyawan untuk tetap tinggal atau keluar dari organisasi (Mangkuprawira, 2007).

Banyak peneliti yang telah berusaha untuk menjawab pertanyaan tentang apa yang menyebabkan orang untuk berhenti dari organisasi dengan menyelidiki kemungkinan *antecedent* dari *intention to quit*. Firth *et al.* (2004) menjelaskan bahwa *intention to quit* merupakan keinginan karyawan untuk meninggalkan organisasi karena faktor-faktor pekerjaan yang ada kaitannya dengan stres kerja, kurangnya komitmen pada organisasi, dan ketidakpuasan kerja.

Hasil penelitian Ogungbamila *et al.* (2014) menjelaskan bahwa stres kerja bukan merupakan prediktor yang kuat terhadap *intention to quit*, emosi karyawan berpengaruh positif terhadap *intention to quit*, kecerdasan emosional berpengaruh negatif terhadap *intention to quit*. Hasil penelitian Issa *et al.* (2013) menunjukkan bahwa ada hubungan negatif yang signifikan antara lima dimensi kepuasan kerja dan *intention to quit*. Hasil penelitian juga menemukan bahwa kepuasan pada pembayaran merupakan dimensi paling dominan dalam kepuasan kerja yang mempengaruhi *intention to quit*.

Hasil penelitian Chen *et al.* (2013) menjelaskan bahwa meskipun kepuasan pada kompensasi, stres kerja, kepuasan kerja, dan komitmen organisasional berpengaruh pada *intention to quit*, namun faktor prediktif yang paling kuat terhadap *intention to quit* adalah adanya kesempatan bekerja di tempat lain .

Penelitian **Mosadeghrad (2013)** bertujuan menguji hubungan antara stres kerja perawat dan *intention to quit*. Hasil analisa data : Ada korelasi kuat antara stres kerja keseluruhan (*overall job stress*) dan stres kerja yang terkait dengan kebijakan organisasi (*stressors related to organisational policies*), tugas terkait (*stressors related to duty related*), hubungan interpersonal (*stressors related to interpersonal relations*), dan lingkungan kerja (*stressors related to working environment*).

Hasil penelitian Azlinaa *et al.* (2012) menunjukkan bahwa iklim politik berhubungan positif dengan stres kerja dan keinginan berpindah (*intention to quit*). Stres kerja berpengaruh negatif dengan kepuasan kerja dan berpengaruh positif terhadap *intention to quit*. Iklim politik tidak terkait dengan kepuasan kerja. Kepuasan kerja tidak berhubungan dengan keinginan berpindah (*intention to quit*).

Beberapa kajian empiris tersebut didesain dengan pendekatan kuantitatif, sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, sehingga menjadi novelty penelitian ini dalam mengkaji fenomena *intention to quit*.

Fenomena tersebut dimulai sejak diberlakukannya Undang-Undang No. 24 tahun 2011 tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS). Mulai 1 Januari 2014, PT Askes (Persero) berubah menjadi BPJS Kesehatan. BPJS merupakan lembaga baru yang dibentuk untuk menyelenggarakan program jaminan sosial di Indonesia. Selanjutnya pada tahun 2015, PT. Jamsostek (Persero) bertransformasi menjadi BPJS Ketenagakerjaan. BPJS merupakan suatu badan hukum publik dibawah presiden yang bertugas untuk menyelenggarakan sistem jaminan sosial. Jaminan sosial yang dimaksud adalah jaminan dari negara bahwa seluruh penduduk di Indonesia dapat memenuhi kebutuhan dasar hidupnya yang layak.

Peneliti berasumsi bahwa dengan ditetapkannya BPJS oleh pemerintah, maka akan merugikan perusahaan asuransi swasta. Kebijakan sistem jaminan sosial ini akan membuat perusahaan asuransi swasta, khususnya yang memiliki produk sejenis dengan

BPJS akan menjadi pihak yang kurang diuntungkan, karena banyak masyarakat yang memilih BPJS daripada membeli produk serupa di perusahaan asuransi swasta. Dampaknya terjadi pada kondisi internal perusahaan asuransi swasta, terutama karyawan yang berposisi sebagai agen asuransi. Produk asuransi kesehatan yang ditawarkan tidak diminati lagi oleh nasabah, karena nasabah lebih memilih BPJS yang preminya lebih murah. Dengan kondisi tersebut, perusahaan harus menawarkan produk asuransi kesehatan yang nilai manfaatnya lebih tinggi daripada BPJS dan hal ini tentu saja menambah beban kerja agen asuransi untuk mencari nasabah baru yang spesifik. Oleh karena beban kerja agen asuransi meningkat dan rawan terhadap timbulnya stres kerja, maka dimungkinkan munculnya keinginan untuk keluar dari perusahaan (*intention to quit*).

Pertanyaan yang ingin dijawab pada penelitian ini adalah : Apa sajakah faktor yang berpotensi mendorong terjadinya *intention to quit* ? Apa saja upaya untuk mengantisipasi terjadinya *intention to quit* ? Tujuan Penelitian adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang berpotensi mendorong terjadinya *intention to quit*, dan untuk menganalisis upaya yang bisa dilakukan dalam rangka mengantisipasi terjadinya *intention to quit*

Salah satu dasar pemikiran yang penting mengenai upaya mengurangi *intention to quit* adalah karyawan yang potensial akan lebih dikembangkan di kemudian hari dan dapat ditingkatkan ke level produktivitas yang lebih tinggi dan dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi perusahaan. Oleh karenanya pengembangan sumber daya manusia mempunyai peran penting dalam mencegah terjadinya *intention to quit*. Lee dan Liu (2007) menyatakan bahwa ada tiga indikator yang dapat digunakan untuk mengukur tinggi-rendahnya keinginan karyawan untuk keluar dari organisasi. Ketiga indikator tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Pemikiran untuk keluar dari organisasi.
- b. Pemikiran untuk mencari pekerjaan baru..
- c. Keaktifan dalam mencari pekerjaan baru.

*Intention to quit* dapat terjadi karena adanya stres kerja. Stres kerja adalah gejala psikologis atau fisiologis yang dirasakan oleh karyawan karena adanya tekanan atau tuntutan pada saat menjalankan tugas (Drenth *et al.*, 1998). Gejala-gejala stres dapat digolongkan pada tiga kategori umum; fisiologis, psikologis, dan perilaku (Langton & Robbins, 2006). Stres kerja tidak selalu membuahkan hasil yang buruk dalam kehidupan manusia. Selye (1982) membedakan stres menjadi 2 yaitu *distress* yang destruktif dan *eustress* yang merupakan kekuatan positif. Stres diperlukan untuk menghasilkan prestasi yang tinggi. Demikian pula sebaliknya stres kerja dapat menimbulkan efek yang negatif, namun pada umumnya gejala-gejala yang ditimbulkan oleh stres kerja memiliki lebih banyak dampak yang merugikan diri pegawai maupun perusahaan. Dampak merugikan yang diakibatkan oleh stres disebut juga dengan *distress*. Stres kerja bukan hanya menimbulkan kerugian secara tidak langsung bagi organisasi (yaitu, untuk biaya program pemulihan kesehatan), tetapi juga merupakan sumber kerugian secara langsung, terutama dalam bentuk ketidakhadiran dan *intention to quit* (Wagner & Hollenbeck, 2010). Dampak yang muncul dari stres kerja adalah meningkatnya



kemangkiran, dan diikuti meningkatnya *intention to quit* maupun *actual turnover*, yang keduanya sangat merugikan organisasi (Luthans, 2007).

*Intention to quit* dapat juga terjadi karena rendahnya kepuasan kerja. Kepuasan merupakan ungkapan emosi yang bersifat menyenangkan/ positif, setelah dilakukan penilaian terhadap suatu pekerjaan yang telah dikerjakan. Aspek-aspek tersebut meliputi: upah, pekerjaan, promosi, supervisi, dan rekan sekerja (Luthans, 2007). Kepuasan kerja yang rendah dicirikan antara lain: karyawan bekerja dengan lambat/malas, kualitas kerja menurun, dan timbul sikap masa bodoh terhadap tugas yang dijalankan. Dampak dari kondisi ini karyawan akan berfikir dan berniat keluar dari perusahaan untuk mencari pekerjaan alternatif. Karyawan akan membandingkan pekerjaan alternatif dengan pekerjaan yang dilakukan saat ini, serta membuat suatu keputusan untuk memilih tetap tinggal atau keluar dari organisasi (Mangkuprawira, 2007). Kepuasan kerja merupakan faktor kunci untuk mengurangi ketidakhadiran dan mengurangi *intention to leave* karyawan. Kepuasan kerja dihubungkan secara negatif dengan *intention to leave* karyawan, tetapi korelasinya lebih kuat daripada yang ditemukan pada kemangkiran. Namun ada faktor-faktor lain (misalnya kondisi pasar kerja, harapan adanya kesempatan kerja alternatif, dan masa kerja yang sudah dimiliki) yang sebenarnya perlu dipertimbangkan untuk sampai pada keputusan meninggalkan organisasi (Robbins, 2003).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh deskripsi dari sudut pandang informan mengenai dampak yang dirasakan setelah berlakunya BPJS sehingga informan cenderung *intention to quit*. Informan dalam penelitian ini adalah agen asuransi swasta. Informan sebanyak 7 orang dipilih dari 5 perusahaan asuransi swasta yang perusahaannya berbentuk PT terbuka (Tbk) yang berada di wilayah Yogyakarta, yaitu : PT. Multi Artha Guna Tbk, PT. Asuransi Harta Aman Pratama Tbk, PT. Dayin Mitra Tbk, PT. Asuransi Bintang Tbk, PT. Asuransi Bina Dana Arta Tbk . Perusahaan asuransi swasta tersebut telah ikut dalam *skema coordination of benefit* atau *CoB* dengan BPJS.

Data dikumpulkan melalui wawancara terstruktur & *focus group discussion* (FGD). Triangulasi dilakukan pada para informan atau nara sumber lain, misalnya pihak manajemen perusahaan. Nara sumber itu bisa berasal dari lingkungan terdekat dari subyek penelitian (*significant others*), maupun mereka yang berada di luar lingkungan terdekat itu namun relevan untuk keperluan *crosscheck* data (Moleong, 2013).

Analisa data dimulai dengan menyusun transkrip wawancara dan membacanya berulang-ulang sampai ditemukan interpretasi sementara. Sambil secara teliti menyimak rekaman wawancara dari *audio record*, agar terjadi sintesa dan memunculkan berbagai pola hubungan antar kategori. Selanjutnya dilakukan validitas komunikasi dengan para subyek studi, dan terus mencoba mencari data yang memberikan gambaran berbeda dari tiap fenomena yang membentuk kategori itu.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Profesi sebagai agen asuransi merupakan pekerjaan yang tidak mudah, karena ada beberapa syarat yang harus dipenuhi, yaitu : bersedia bekerja berdasarkan target, memiliki motivasi yang kuat, percaya diri, memiliki kesehatan yang baik, mampu

mengkomunikasikan *product knowledge* kepada konsumen, dan mampu berinteraksi dengan berbagai karakter konsumen. Agen asuransi bisa dikatakan sebagai ujung tombak perusahaan karena berinteraksi langsung dengan konsumen. Peran agen asuransi terhadap konsumen bukan semata-mata bersifat transaksional, akan tetapi lebih dari itu agen asuransi harus mampu merepresentasikan nilai lebih perusahaan dan citra perusahaan yang lebih unggul daripada para pesaing. Semakin berpengalaman seorang agen asuransi, maka akan semakin menguntungkan bagi perusahaan.

Penelitian ini diawali dengan mengeksplorasi pendapat informan yang terkait dengan persepsi mereka terhadap profesi sebagai agen asuransi. Informan pertama menjelaskan bahwa menjadi agen asuransi itu pekerjaan yang menyenangkan, penuh tantangan, maka harus tangguh, percaya diri, sabar, dan pandai bergaul. Tangguh karena agen bekerja dengan target tertentu yang harus dicapai, bila mudah patah semangat maka target tak akan tercapai. Percaya diri diperlukan terutama ketika melakukan *canvassing* ke rumah calon nasabah. Sabar ketika berhadapan dengan berbagai karakter calon nasabah .

Informan kedua menjelaskan bahwa menjadi agen asuransi harus bersedia belajar dari nol meskipun dirinya sudah memiliki kemampuan secara teoritis. Diperlukan waktu hampir setengah tahun untuk beradaptasi dengan profesi ini. Hubungan baik dengan agen yang lebih senior harus dijaga karena mereka bisa berperan sebagai mentor bagi agen yang masih baru.

Informan ketiga menjelaskan bahwa profesi sebagai asuransi memang menjanjikan karena banyak komisi/ bonus yang diterima apabila target penjualan tercapai. Disamping itu jenjang karirnya juga jelas, yaitu: 1) Agen 2) Pra unit manajer 3) Unit manajer 4) Senior Unit manajer. Informan keempat menjelaskan bahwa profesi ini tidak banyak dipilih oleh pelamar kerja. Hanya orang yang *passion*-nya tinggi yang bisa sukses di profesi ini. Orang banyak menganggap profesi ini sulit karena sudah berfikir negatif dulu sebelum memahami kondisi kerja yang sebenarnya. Profesi ini mulia, karena bisa menolong orang pada saat yang tepat.

Para informan memahami bahwa asuransi merupakan produk yang *intangible*. Oleh karena itu dibutuhkan kemampuan khusus bagi seorang agen untuk menjual produk tersebut kepada masyarakat. Setidaknya agen asuransi harus memiliki hal-hal sebagai berikut

1. Memiliki kemampuan verbal yang baik.
2. Memiliki daya analisa yang kuat .
3. Memiliki sikap mental positif .
4. Memiliki karakter atau hal-hal unik.

BPJS Kesehatan yang mulai beroperasi sejak tanggal 1 Januari 2014 merupakan badan publik yang menyelenggarakan program jaminan kesehatan. Pada dasarnya semua orang bisa menjadi peserta BPJS, asalkan membayar iuran. Jaminan kesehatan ini dapat diberikan oleh perusahaan untuk karyawannya beserta keluarga atau individual yang mengambil untuk sendiri dan keluarganya. Ada beberapa keunggulan BPJS dibandingkan asuransi kesehatan swasta. **Preminya murah dan** ditentukan

berdasarkan kelas yang diambil, tidak ada perbedaan berdasarkan umur dan jenis kelamin. Manfaat BPJS lebih lengkap dari asuransi kesehatan, karena mencakup rawat inap, rawat jalan, kehamilan dan melahirkan, optik/kacamata. Umumnya, asuransi kesehatan hanya menyediakan rawat inap. Selain itu, pendaftaran peserta tanpa mempersyaratkan medical *check-up* dan data kesehatan tidak ditanyakan. Selama mengikuti prosedur dan menggunakan kelas kamar yang ditentukan, semua biaya pengobatan ditanggung oleh BPJS.

Asumsi awal penelitian ini bahwa dengan ditetapkannya BPJS akan merugikan perusahaan asuransi swasta. Produk asuransi kesehatan swasta yang ditawarkan tidak diminati lagi oleh nasabah. Perusahaan harus menawarkan produk asuransi kesehatan yang nilai manfaatnya lebih tinggi daripada BPJS dan hal ini tentu saja menambah beban kerja agen untuk mencari nasabah baru yang spesifik. Oleh karena beban kerja agen meningkat dan rawan terhadap timbulnya stres kerja, maka dimungkinkan terjadinya *intention to quit* pada agen asuransi.

*Intention to quit* merupakan keinginan untuk keluar dari perusahaan. Keinginan ini sifatnya tersembunyi dan belum menjadi tindakan nyata. Agen asuransi berpotensi memiliki *intention to quit* dengan berbagai sebab. Berdasarkan wawancara terhadap informan kedua, diperoleh informasi bahwa agen yang merasa tidak nyaman dengan profesi ini, maka akan memiliki *intention to quit*. Profesi ini menuntut adanya persaingan antar agen, sehingga tidak nyaman bagi agen baru yang kurang gigih dalam bekerja. Selain itu, tidak ada gaji bulanan bagi agen, dan komisi hanya diterima oleh agen apabila target penjualan polis tercapai.

Informan ketiga menambahkan bahwa agen yang tidak bisa beradaptasi dengan profesi ini atau malas melakukan *canvassing* dan sering mengalami kegagalan dalam *closing*, maka target kerja tidak akan tercapai, dampaknya timbul rasa putus asa dan rentan terhadap stres kerja. Informan keempat menjelaskan bahwa agen baru kadang mengalami stres kerja karena kurang pengalaman, kurang belajar, mudah patah semangat, kurang trampil dalam menjual produk, dan kurang menguasai *product knowledge*, sehingga sebelum tahun kelima sudah mengundurkan diri. Senada dengan pendapat tersebut, informan kelima menjelaskan bahwa indikasi *intention to quit* sudah bisa dilihat pada 3 tahun pertama masa kerja agen, apakah tetap lanjut sebagai agen atau tidak. Informan keenam menambahkan bahwa agen yang tidak puas dengan mekanisme kerja, tidak puas dengan pimpinan maupun suasana kerja, akan cenderung ingin keluar dari perusahaan. Informan ketujuh juga menguatkan pendapat tersebut.

Berdasarkan paparan di atas, terdapat beberapa alasan mengapa ada agen asuransi yang memiliki keinginan untuk berhenti secara sukarela dari perusahaan (*intention to quit*), yaitu: tidak puas dengan *job content* sebagai agen asuransi, tidak menerima gaji rutin, tidak cocok dengan model kompensasi berbasis prestasi kerja, tidak suka dengan persaingan antar agen, tidak bisa beradaptasi dengan profesi sebagai agen, tidak sukses dalam *canvassing* dan *closing*, mudah putus asa, stres kerja, tidak puas dengan mekanisme kerja, tidak puas dengan pimpinan, dan tidak puas dengan suasana kerja.

*Intention to quit* merupakan proses psikologis yang secara umum bermula dari rendahnya tingkat kepuasan kerja terhadap berbagai aspek. Kepuasan kerja yang rendah ini berdampak pada penurunan motivasi yang dicirikan antara lain: pelambatan kerja, tidak sungguh-sungguh dalam mencapai target penjualan, mudah stres, sakit fisik,

kualitas kerja menurun, komunikasi personal berkurang, timbul sikap masa bodoh terhadap pekerjaan. Pada akhirnya karyawan membandingkan pekerjaannya saat ini dengan pekerjaan di luar perusahaan, dan membuat keputusan untuk tetap tinggal atau keluar dari perusahaan

Keinginan untuk meninggalkan perusahaan merupakan hal yang wajar terjadi di dunia kerja, termasuk juga di dalam perusahaan asuransi. Agen asuransi yang berperan sebagai ujung tombak penjualan, merupakan pihak yang rawan terhadap munculnya problem *intention to quit* ini. Para informan memberikan berbagai pendapat tentang upaya untuk mencegah terjadinya *intention to quit*. Informan pertama menjelaskan bahwa kepuasan finansial merupakan hal penting bagi setiap agen. Dia bekerja di asuransi PT. Multi Artha Guna mampu menerima komisi penjualan sebesar 5-6 juta rupiah perbulan, bahkan lebih apabila target penjualan tercapai. Selain itu pimpinannya suka membantu dan bisa diajak diskusi, mencari jalan keluar bila dia mengalami masalah atau turun semangat kerja. Informan kedua menambahkan bahwa agen harus memahami dengan benar prosedur kerjanya dan tidak segan untuk berdiskusi dengan agen senior tentang kesulitan di lapangan. Berbeda dengan pendapat tersebut, informan ketiga lebih menekankan adanya kepuasan kerja sebagai cara untuk mencegah *intention to quit*. Artinya, *intention to quit* bisa dicegah apabila perusahaan mampu memberikan kepuasan dari sisi finansial, kepuasan dari sisi jenjang karir/ profesi, kepuasan dalam berinteraksi dengan kolega/ rekan kerja, dan kepuasan dalam berinteraksi dengan pimpinan.

Upaya lain disampaikan oleh informan keempat, yang menyatakan bahwa pimpinan harus memberikan pelatihan motivasi kerja, pelatihan teknik penjualan, pelatihan kepribadian, dilakukan secara berkala kepada agen, terutama agen yang masih baru. Informan kelima dan keenam menyarankan agar perusahaan mempertahankan loyalitas agen dengan memberikan gaji tetap, misalnya setara dengan upah minimum propinsi (UMP). Dengan demikian status agen adalah karyawan tetap, bukan *freelance*. Apabila agen tidak mampu mencapai target penjualan, maka tidak sampai pada kondisi *intention to quit* karena masih menerima gaji. Informan ketujuh menjelaskan bahwa *intention to quit* bisa dicegah dengan pemberian komisi yang proporsional, adanya perhatian pimpinan kepada setiap agen, serta memperketat sistem seleksi calon agen.

Berdasarkan pendapat informan tersebut dapat diketahui bahwa perilaku *intention to quit* dapat diantisipasi dengan memperhatikan keterkaitan antara beberapa factor sebagai berikut:

a. **Karakter Agen dan Komitmen pada Organisasi.**

Berbagai macam karakter orang bisa menjadi menjadi agen asuransi, namun ada karakter spesifik yang lebih tepat untuk profesi ini, yaitu : *extrovert*, memiliki semangat kerja tinggi, memiliki daya tahan terhadap stres kerja, memiliki kecerdasan emosional. Agen yang memiliki karakter tersebut akan memiliki komitmen yang tinggi pada organisasi

b. **Rekrutmen / Seleksi dan Komitmen pada Organisasi.**

Sistem seleksi hendaknya memprioritaskan wawancara kerja untuk mengetahui karakter calon agen. Pewawancara perlu menelusuri aspek motivasi kerja,

pengalaman kerja, dan ekspektasi calon. Seleksi yang tepat akan menghasilkan agen yang memiliki komitmen yang tinggi pada organisasi.

**c. Pelatihan Kerja dan Komitmen pada Organisasi.**

Agen bukan hanya diharuskan menguasai *company profile* dan *product knowledge*, tetapi harus diberi pelatihan secara berkala, terutama bagi agen yang masih baru. Misalnya: pelatihan penjualan, teknik *closing* yang sukses, pelatihan motivasi berprestasi, pelatihan presentasi, dan pelatihan kerjasama tim. Adanya pelatihan ini akan meningkatkan kemampuan dan ketrampilan agen, sekaligus meningkatkan komitmen agen pada organisasi.

**d. Kepuasan Kerja dan Komitmen pada Organisasi**

Agen yang berhasil mencapai target penjualan akan merasakan kepuasan secara finansial dari komisi yang diperoleh. Agen juga akan puas pada profesinya (*job content*). Adanya dukungan dari rekan kerja sesama agen, adanya perhatian dari pimpinan, terbukanya jenjang karir (promosi jabatan) yang jelas, juga akan memberikan kepuasan kerja dan hal ini secara langsung akan berdampak pada meningkatnya komitmen pada organisasi.

**e. Komitmen pada Organisasi dan *Intention to Quit***

Agen yang komitmennya tinggi akan bekerja sepenuhnya untuk organisasi, baik di saat senang maupun susah. Komitmen juga ditandai adanya upaya sungguh-sungguh untuk bekerja demi kemajuan organisasi, menjaga nama baik dan citra organisasi, loyal pada organisasi. Komitmen yang merupakan ikatan afektif ini menyebabkan agen cenderung tidak memiliki *intention to quit*. Semakin tinggi komitmen pada organisasi, maka akan semakin kecil *intention to quit*-nya

## **SIMPULAN DAN SARAN**

*Intention to quit* terjadi karena rendahnya kepuasan agen terhadap berbagai aspek kerja (kompensasi, pimpinan, rekan kerja, kesempatan promosi/ jenjang karir dan pekerjaan itu sendiri). Kepuasan kerja yang rendah tersebut berpotensi meningkatkan *intention to quit*. Upaya yang bisa dikembangkan untuk mengantisipasi *intention to quit* adalah memperketat proses rekrutmen dan seleksi agen, memberikan pelatihan kerja, dan meningkatkan kepuasan kerja. Perusahaan disarankan untuk meningkatkan seluruh aspek kepuasan kerja, terutama dengan memberikan gaji tetap kepada agen, dan memberikan pelatihan yang mencakup *skill of selling*, *achievement motivation training*, *management of stress*, secara berkelanjutan

## **DAFTAR REFERENSI**

Azlinnaa, Nur; Basri YM, Kennedy. 2012, Relationship between Climate of Politics, Job Stress, Job Satisfaction, and Turnover Intention Accounting Staff in Local

- Government, *Public Reform for Good Government Governance – A4-PFM Conference Surabaya, Indonesia*, page 1-8.
- Chen, ML, Zhi-Yuan Su , Chia-Lun Lo, Chiung-Hsuan Chiu ,Ya-Han Hu , Tien-Yu Shieh. 2013, An empirical study on the factors influencing the turnover intention of dentists in hospitals in Taiwan , *Journal of Dental Sciences* , Vol. 20 : 1-13
- Chikwe, A.C. 2009. The impact of employee turnover: The case of leisure, tourism and hospitality industry. *Consortium Journal of Hospitality & Tourism*, Vol. 14,(1), 43-56.
- Drenth, Thierry & Waff. 1998, *Personel Psychology*, Second Edition, UK Psychological Press, Ltd.
- Firth L, David J Mellor, Kathleen A Moore, Claude Loquet. 2004. How can managers reduce employee intention to quit?, *Journal of Management Psychology*. Vol. 19, (2) : 170-187.
- Issa, Mohammad, Ahmad F and Gelaidan HM. 2013. Job Satisfaction and Turnover Intention Based on Sales Person Standpoint, *Middle-East Journal of Scientific Research* Vol. 14, (4): 525-531.
- Langton, Nancy & Robbins, Stephen P. 2006. Foundamental of Organizational Behavior, Parson Education, Canada Lawrence R. Murphy, (1995) “Managing job stress: an employee assistance/human resource management partnership”, *Personnel Review*, Vol. 24, (1) : 41 – 50.
- Lee, H., & Liu, C. 2007. An examination of factors affecting repatriates’ turnover intention. *International Journal of Manpower*, Vol.2 : 122-134.
- Lim, E. 2008. A review of the literature pertaining to the relationship between leadership practices and employee turnover. *Consortium Journal of Hospitality & Tourism*, Vol.13, (1): 49-71.
- Luthans, F. 2007. *Organizational Behavior. an Evidence-Based Approach*, McGraw-Hill , New York.
- Mangkuprawira, S., dan A.V. Hubeis, 2007 *Manajemen Mutu Sumber Daya Manusia*. Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor.
- Moleong, Lexy J. (2013) *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Penerbit PT Remaja Rosdakarya Offset, Bandung.
- Mosadeghrad MA. 2013. Occupational Stress and Turnover Intention: Implications for Nursing Management. *International journal of Health Policy and Management*, Vol.1: 169-176.
- Ogungbamila B, Balogun AG, Oladele RS, 2014. Job Stress, Emotional Labor, and Emotional Intelligence as Predictors of Turnover Intention: Evidence from Two Service Occupations, *Mediterranean Journal of Social Sciences, MCSEER Publishing, Rome-Italy*, Vol 5, (6): 78-91.
- Robbins, Stephen.1996. *Perilaku Organisasi : Konsep , Kontroversi, Aplikasi, Jilid 1*, Terjemahan : Pujaatmaka, Hadyana, Prenhallindo, Jakarta.

- Robbins, Stephen. 2003. *Organizational Behavior*. 9th Ed. New Jersey: Prentice Hall.
- Selye, Hans. 1982. *History and Present Status of the Stress Concept* in L Goldberger and S Breznitz [eds] *Handbook of stress: Theoretical and clinical aspects*, New York, Free Press.
- Wagner & Hollenbeck. 2010. *Organizational Behavior: Securing Competitive Advantage*, by Routledge 270 Madison Ave, New York.
- West, L. S. 2007. Examining the relationship between employee superior conflict and voluntary turnover in the workplace: A comparison of companies across industries

## **RELASI AGENSI DAN STRUKTUR KUASA JAMAN PENJAJAAN**

### **BELANDA DAN JEPANG**

Oleh : Susilastuti

Jurusan Ilmu Komunikasi Fisip UPN “Veteran” Yogyakarta

Email: susilastuti@gmail.com

#### **Abstrak**

Wartawan pada dasarnya agensi yang senantiasa aktif merespon struktur kuasa, terutama bila struktur kuasa dianggap melakukan penyalahgunaan kekuasaan yang merugikan kepentingan publik. Di Indonesia jejak wartawan sebagai agensi ketika berhadapan dengan struktur kuasa bisa ditelusuri sejak jaman Belanda hingga Indonesia mencapai kemerdekaan hingga saat ini. Wartawan tidak akan berhenti merespon semua aktivitas struktur kuasa karena wartawan hadir agar masyarakat mendapatkan informasi yang *favorable* berkecukupan.

Pada awalnya surat kabar yang terbit pada masa jaman penjajahan Belanda belum dimanfaatkan secara baik oleh wartawan namun masih sebatas pada informasi-informasi yang berhubungan dengan kepentingan pemerintah penjajah. Namun seiring dengan perjalanan waktu dan semakin banyaknya anak-anak muda terdidik yang berkecimpung berita-berita yang dimuat di surat kabar semakin keras. Persoalan kesewenang-wenangan terhadap kaum pribumi menyebabkan struktur kuasa membuat regulasi yang mempersempit gerak wartawan.

Penelitian ini mengkaji berdasarkan sumber dokumentasi terkait dengan jejak relasi agensi dan struktur kuasa pada jaman Belanda dan Jepang. Tujuannya untuk melihat bagaimana peran wartawan dalam perjalanan bangsa Indonesia mencapai kemerdekaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada jaman penjajahan Belanda dan Jepang, wartawan aktif merespon struktur atas kesewenang-wenangan kepada kaum pribumi dan menyuarakan pentingnya kemerdekaan. Tulisan-tulisan wartawan ini mendapat reaksi struktur kuasa pada waktu itu dengan memenjarakan wartawan, mengasingkan atau melakukan pembredelan terhadap surat kabar tempat wartawan bekerja.

**Kata kunci:** agensi , struktur kuasa, pergerakan nasional

#### **I. Pendahuluan**

Wartawan adalah ujung tombak surat kabar ketika berhadapan dengan struktur kuasa. Wartawan adalah agensi yang aktif bergerak untuk merespon struktur kuasa, terutama bila struktur kuasa melakukan tindakan penyalahgunaan kekuasaan yang merugikan kepentingan publik.

Namun demikian dalam setiap jamannya, peran wartawan sebagai agency tidak akan berubah selalu aktif merespon struktur kuasa. Hanya saja keleluasaan dalam merespon struktur kuasa sangat tergantung pada sistem politik di negara dimana wartawan bekerja. Wartawan sebagai agensi memiliki kemampuan aktif merespon struktur dengan mengungkap sisi lain dari fakta dan peristiwa yang tidak dimiliki oleh masyarakat umum. Kemampuan wartawan ini dituangkan dalam karya jurnalistiknya dalam bentuk



berita. Agensi menurut Giddens terdiri atas individu bertanggung jawab atas peristiwa tersebut, dan peristiwa itu tidak akan terjadi jika saja individu tidak melakukan intervensi (Heidar Nasir, 2012).

Struktur dalam penelitian ini yang dimaksud adalah tata kuasa yang bertahan lama dan memiliki wewenang karena legitimasi yang dimilikinya. Bisa instansi, pemerintah (eksekutif). Lembaga legislatif atau eksekutif. Struktur juga bisa dimaknai aturan-aturan yang menyangkut kepentingan publik.

Pada sistem negara yang otoriter wartawan tidak mampu bergerak secara leluasa karena negara akan mengendalikan arus informasi dari berbagai saluran, termasuk melalui surat kabar. Perbedaan pendapat dalam sistem ini masih diberi ruang namun struktur kuasa melalui regulasi akan mengendalikan sedemikian rupa sehingga perbedaan pendapat bisa diminimalisir.

Pada negara yang menganut sistem komunis, wartawan tidak juga leluasa merespon struktur kuasa, karena partai komunis akan mengendalikan semua media informasi, tidak diperkenankan terjadinya perbedaan pendapat. Otomatis wartawan sebagai agensi tidak bisa menjalankan fungsinya dengan baik. Namun pada sistem negara liberal, wartawan sebagai agensi mempunyai ruang gerak yang leluasa untuk merespon struktur. Pemahaman masyarakat yang baik tentang demokrasi menyebabkan masyarakat bisa secara baik menyeleksi semua informasi yang ditulis oleh wartawan.

Sementara pada negara yang menganut sistem bebas bertanggungjawab menyebabkan wartawan sebagai agency harus bisa menyelaraskan dengan dinamika struktur kuasa karena posisi media tempat wartawan bekerja adalah mendukung semua program pembangunan yang dilakukan oleh struktur kuasa.

Pada masa penjajahan, maka sistem politik yang berlaku adalah sistem politik negara yang menjajah, termasuk regulasi yang diperuntukkan bagi masyarakat jajahannya. Hal ini juga terjadi di Indonesia pada masa penjajahan Belanda dan Jepang. Sistem politik yang diterapkan tidak memberikan ruang gerak yang cukup bagi masyarakat termasuk wartawan untuk menyampaikan aspirasinya.

Jaman penjajahan ini, wartawan biasanya juga menjadi tokoh pergerakan nasional. Walaupun pada awalnya, surat kabar di jaman penjajahan Belanda sebagai alat untuk menawarkan iklan yang berhubungan dengan komoditas pertanian. Seiring dengan perjalanan ketika orang-orang pribumi bekerja di surat kabar yang dimiliki Belanda, muncul kesadaran bahwa surat kabar menjadi sarana yang paling strategis untuk membangkitkan kesadaran tentang pentingnya kemerdekaan di kalangan masyarakat pribumi. Hal ini juga terjadi pada masa pendudukan Jepang.

Wartawan yang berkecimpung di surat kabar biasanya juga menjadi tokoh pergerakan sehingga surat kabar pada masa kolonial sering menjadi alat kepentingan organisasi serta sarana untuk menggalang kekuatan masyarakat untuk mencapai kemerdekaan. Secara otomatis struktur kuasa berusaha untuk menghambat dan merespon tulisan wartawan dengan alat kekuasaan yang dimiliki. Tidak jarang wartawan harus mendekam di penjara atau dibuang di pengasingan.

Berkaitan dengan hal itu menarik untuk mencermati gerak wartawan sebagai agency ketika berhadapan dengan struktur kuasa pada jaman penjajahan Belanda dan jaman penjajahan Jepang. Rumusan masalah dalam tulisan ini adalah bagaimana wartawan sebagai agency ketika berhadapan dengan struktur kuasa pada jaman penjajahan Belanda dan jaman penjajahan Jepang?

Metode yang digunakan untuk melakukan kajian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu dengan mendeskripsikan (menggambarkan) fakta atau fenomena tertentu. Dalam

penelitian ini fenomena yang diteliti adalah wartawan sebagai agency ketika berhadapan dengan struktur kuasa. Data diperoleh melalui penelusuran pustaka.

## II. Pembahasan

Keaktifan wartawan merespon struktur kuasa pada dasarnya bisa ditelusuri melalui keberadaan surat kabar di Indonesia pada masa penjajahan Belanda. Kehadiran surat kabar ini membuka ruang bagi masyarakat Indonesia yang terdidik untuk menyampaikan pemikirannya atas kondisi masyarakat pribumi di bawah pemerintahan kolonial Belanda dan Jepang.

Surat kabar diperkenalkan pertama kali pada abad ke-18. Namun surat kabar yang terbit pada waktu itu di bawah kendali pemerintah kolonial dan diterbitkan sendiri oleh orang Belanda. Sementara orang-orang Indonesia mendapatkan pengalaman sebagai jurnalis ketika bekerja di dalamnya. Surat kabar yang pertama kali terbit pada masa penjajahan Belanda adalah *Bataviase Novels* (1744-1746). Surat kabar ini tutup karena adanya larangan dari pemerintah Belanda di Eropa karena sedang terjadi perang antara Belanda dan Perancis, antara Belanda-Inggris (Tribuana Said, 1998).

Tahun 1827 ada wartawan Belanda bernama W Bruining yang datang ke Batavia untuk mendirikan percetakan. Awalnya tidak diijinkan namun kemudian mendapatkan ijin. Ia kemudian mendirikan *Bataviasche Advertentieblad*, *Nederlands Indiesche Handelsblad* (1829), *Soerabajasche Courant* (1831), *Semarangsche Advertiserntieblad* (1845) Seiring dengan perjalanan waktu dan sudah adanya pengalaman dari orang-orang pribumi yang bekerja di surat kabar yang diterbitkan oleh pemerintah kolonial maka 1855 untuk pertama kalinya terbit surat kabar dengan menggunakan bahasa Jawa adalah *Bromartani* di Surakarta, berbahasa Melayu adalah surat kabar *Bahasa Melajoe* di Surabaya (1856), *Soerat Chabar Betawie* (1858), *Selompot Melajoe* (1860), *Bintang Timoerdi Surabaya* (1862), *Djoeroe Martani* di Surakarta (1864) dan lainnya. (Tribuana Said, 1998)

Walaupun pada masa kolonial tidak secara eksplisit menunjukkan respon wartawan terhadap struktur kuasa – waktu itu – pemerintah Hindia Belanda namun pemerintah kolonial juga telah melakukan tindakan represi terhadap wartawan yang dinilai terlalu berani. Redaktur *Samarangsche Courant* dan penulis *Java Bode* di usir dari Indonesia, sementara redaktur *Celebes Courant*, *Djoeroe Martini* dibawa ke pengadilan dengan perkara delik (Tribuana Said, 1998). Orang-orang yang melibatkan diri dalam bidang pers pada masa pemerintahan Belanda HM Van Bode dan W.J van Harren Norman melalui harian *Java Bode* (1858) memberikan perhatian yang kritis terhadap kebijakan pemerintah dan mendorong agar pemerintah Belanda mengakhiri jajahannya di Indonesia. *Java Bode* yang merupakan media resmi pemerintah kolonial tetap dengan bahasa yang lebih halus. Wartawan yang pada masa pergerakan sangat aktif menyuarakan suara-suaranya di berbagai surat kabar yang terbit pada masa itu. Implikasi dari kekritisannya adalah pengekangan oleh pemerintah Belanda.

Wartawan Belanda di era itu juga banyak direpresi oleh pemerintah kolonial hanya karena tulisannya tidak sejalan dengan pemerintah Belanda. Mereka diancam akan dibuang bahkan ada diantaranya mendapat hukuman badan. Beberapa diantaranya, *Bisschop Grooff* (1845), *L van Vliet* (1846), *H.J Lion* (1851), *S.E.W Rooda van*

Eisinga (1846), JJ Nosse (1864), Dr.ICPK Winckel (1870) (Abdurrachman Surjomihardjo, 2002)

Keberanian wartawan bersikap kritis kepada pemerintah kolonial Belanda mulai tampak pada awal abad ke-20. Awal tahun 1900-an, wartawan melalui tulisan-tulisannya merespon struktur sehingga menimbulkan ketegangan (*contentious*). Tulisan wartawan juga direspon oleh struktur.

“...wartawan jangan coba-coba menunjukkan bahwa ia mempunyai pendapat sendiri atau berusaha mengadakan penyelidikan sendiri atau berusaha mengadakan penyelidikan yang bebas atas dasar informasi yang disampaikan kepadanya, atau yang paling tidak masuk akal, mengancam tindakan penguasa ini atau yang lainnya karena ia akan menghadapi resiko kemarahan penjahat yang ditimpakan kepadanya, dengan segala akibat yang menyertai dan orang yang baik hati yang martabatnya telah diserang itu dengan serta merta akan berubah menjadi seorang lalim yang mengerikan tanpa membawa hikmah bagi si wartawan yang tidak tahu bagaimana mengurus pekerjaannya sendiri...” (Edward C Smith, 1983)

Wartawan yang bekerja diberbagai surat kabar juga merupakan tokoh-tokoh pergerakan Indonesia. Tribuana Said (2013) menyebutkan wartawan pergerakan Indonesia memiliki motivasi ingin menegakkan kemerdekaan guna mencapai kehidupan yang adil dan sejahtera, serta menggunakan surat kabar sebagai sarana dan prasarana perjuangan bangsa. Wartawan dan pers pergerakan bermula tahun 1908.

Wartawan yang bersikap kritis tidak hanya wartawan pribumi tetapi juga wartawan Belanda yang mencoba bersikap kritis terhadap pemerintah kolonial serta mendorong semangat pejuang pergerakan untuk memeperjuangkan kemerdekaannya. Misalnya saja E.FE.Douwes Dekker yang dikalangan pers dikenal dengan nama Dr. Danudirja Setiabudhi. Karir awalnya sebagai wartawan dimulai dengan menjadi wartawan di surat kabar *Bataviaasch Nieuwsblad*. Ia seorang wartawan warga negara Belanda yang memiliki kepedulian terhadap nasib masyarakat pribumi. Tahun 1912 ia mendirikan majalah *Het Tijdschrift* yang sangat revolusioner. Kemudian mendirikan *De Express* yang membawa gagasan kemerdekaan bagi Indonesia dan secara terang-terangan menentang dominasi struktur kuasa pada waktu itu. Sebagai wartawan Douwes Dekker ini sangat berani menentang atau berseberangan dengan struktur kuasa sehingga dua kali sempat berurusan dengan pemerintah kolonial.

Ia seorang wartawan yang memiliki kecakapan dalam menangkap fakta dengan cepat, dan dapat secara cepat mengolah dalam bentuk berita. Kekritisannya didorong oleh kenyataan yang dilihatnya bahwa kemelaratan bangsa pribumi disebabkan oleh eksploitasi sumberdaya untuk kepentingan pemerintah kolonial dengan mengabaikan kesejahteraan masyarakat pribumi. ((Priyambodo, 2013;Rosihan Anwar, 2009; Abdurrachman Surjomihardjo, 2002;Tribuana Said, 1998))

Pada masa penjajahan kolonial, wartawan Indonesia yang menggunakan surat kabar untuk propaganda dan pembentukan pendapat umum di Indonesia antara lain Tirtoadhisoejo yang menerbitkan surat kabar Soenda Berita (1903-1905), Medan Priyayi. Ia berani menulis kecaman-kecaman pedas terhadap pemerintah Kolonial Belanda. Kecaman hebat yang dilontarkan terhadap tindakan-tindakan seorang kontrolir yang menyebabkan ia ditangkap dan disingkirkan dari Jawa. Ia ditangkap dan dibuang di Pulau Bacan, Maluku.

Wartawan yang aktif menulis di surat kabar pada masa penjajahan Belanda di awal abad 20 pada akhirnya juga aktif dalam berbagai pergerakan yang mendorong

terwujudnya kemerdekaan bangsa Indonesia. Misalnya, Ir Soekarno yang namanya pernah tercantum sebagai redaktur di surat kabar Benteng Priangan. M Hatta menjadi pimpinan harian Oetoesan Indonesia.

Abdul Rivai adalah seorang dokter sekaligus wartawan. Profesi wartawan digunakan sebagai alat untuk perjuangan untuk mencapai kemerdekaan bangsanya. Selama di Belanda, ia menjadi wartawan yang menulis di berbagai surat kabar di Belanda dan mendirikan majalah Bintang Hindia (1902). Selama di Belanda ia juga membuat reportase tentang kehidupan mahasiswa Indonesia di Belanda yang senantasa diawasi *raadsman*. Sikap keras dan keberaniannya memberikan kritik dilunakkan Pemerintah Belanda dengan mengangkatnya sebagai anggota *Volksraad* (Dewan Rakyat) di Jakarta. Namun ia tetap konsisten pada garis perjuangan yaitu Indonesia harus merdeka. Ia antara lain aktif menjadi wartawan di surat kabar Bintang Timur (Priyambodo, 2013, Rosihan Anwar, 2009).

Djamaluddin Adinegoro merupakan wartawan yang menerbitkan harian Tjahya Hindia yang terbit di Sumatera, serta ikut menerbitkan majalah perjuangan Mimbar Indonesia. Majalah mingguan ini menuliskan semangat perjuangan serta bernafaskan republikan (Priyambodo 2013).

Wartawan yang aktif menulis di surat kabar pada masa penjajahan Belanda di awal abad 20 pada akhirnya juga aktif dalam berbagai pergerakan yang mendorong terwujudnya kemerdekaan bangsa Indonesia. Misalnya, Ir Soekarno yang namanya pernah tercantum sebagai redaktur di surat kabar Benteng Priangan. M Hatta menjadi pimpinan harian Oetoesan Indonesia. Mengingat wartawan Indonesia yang bekerja di berbagai surat kabar waktu itu juga tokoh pergerakan maka mereka juga tidak luput dari pengekangan pemerintah kolonial.

Mengingat wartawan Indonesia yang bekerja di berbagai surat kabar waktu itu juga tokoh pergerakan maka mereka juga tidak luput dari pengekangan pemerintah kolonial. Lebih-lebih wartawan pergerakan ini menggunakan media tempatnya bekerja untuk menyuarakan semangat pergerakan untuk kemerdekaan Indonesia sehingga pemerintah kolonial kemudian mulai memperketat penerbitan pers. Respon pemerintah Belanda untuk membungkam kekritisian wartawan adalah mengeluarkan *Persbreidel Ordonantie* yang diberlakukan bulan September 1931. Peraturan tersebut berisi empat hal yang intinya gubernur jendral bisa mengeluarkan larangan cetak, menerbitkan dan menyebarkan suatu harian, mingguan atau majalah untuk menjamin kepentingan umum (Tribuana Said, 1988). Akibatnya, wartawan lebih berhati-hati dalam menulis hal ini sejalan dengan kebijakan redaksi tempat wartawan itu bekerja untuk menghindari penindakan dari pemerintah Hindia Belanda.

Menurut tulisan Sudjarwo Tjondronegoro sebagai koresponden Antara dari tahun 1931-1936 tercatat ada wartawan-wartawan yang bekerja di 27 penerbitan yang pernah dihukum oleh Belanda karena berita atau pikiran mereka (Tribuana Said, 1998). Beberapa wartawan pada jaman penjajahan Belanda pernah mendapat tekanan dari pemerintah antara lain, Ir Taher Tjindrabumi akibat tulisannya tentang Pemberontakan di atas kapal De Zeven Privincien. Tulisannya ini mendapatkan reaksi struktur sehingga ia dihukum akibat tulisannya bisa dilihat dalam tabel di bawah ini:

Tabel 4.1. Reaksi Struktur Terhadap Tulisan Wartawan Awal Abad 20.

Nama Wartawan	Reaksi Struktur
Ir Taher Tjindrabumi	Di hukum
Amir Sjarifudin	Dihukum

Muhammad Yamin	Dihukum
Rangkayo Rasuda Said	Dipenjarakan di Semarang
Bakrie Suraatmadja	Dihukum
E.M Dahlan	Dihukum
Supangat	Dihukum
Suyitno	Dihukum
Maruto Nitimiharjo	Dihukum
Samawi	Disekap dalam kamp tahanan pemerintah Belanda
Adam Malik	Disekap dalam kamp tahanan pemerintah Belanda
SK Trimurti	Disekap dalam kamp tahanan pemerintah Belanda
Bratanata	Disekap dalam kamp tahanan pemerintah Belanda
Abdul Hakim	Disekap dalam kamp tahanan pemerintah Belanda

(Diolah dari Tribuana Sahid, 1998)

Tahun 1942 Jepang menguasai Indonesia, namun perubahan struktur kuasa ini justru menyebabkan wartawan tidak mampu bergerak. Ketika struktur kuasa dikuasai Jepang diberlakukan Osamu Seri No 16 tentang pengawasan badan-badan pengumuman dan penerangan dan penilikan pengumuman dan penerangan. Pasal 3 Osamu Seri 6 menyebutkan “... *Terlarang menerbitkan barang tjetakan yang berhoehoeng dengan pengemoeman ataoe penerangan baik yang beroepa penerbitan setiap hari, setiap minggoe, boelan maoepoen penerbitan dengan tidak tertentoe waktoenya, ketjuuali yang oleh badan-badan yang soedah mendapat izin* “ Atas dasar ketentuan itu semua surat kabar Belanda dan Cian tidak boleh terbit. Struktur kuasa menerbitkan surat kabar pribumi dengan mengubah nama sesuai keinginannya (*Tribuana Said, 1998*).

Wartawan di era pendudukan Jepang sangat sulit bergerak karena tulisan berupa berita atau artikel sebelum diterbitkan diperiksa terlebih dahulu oleh badan sensor dan terakhir diberi paraf petugas Domai. Bisa dikatakan wartawan yang bekerja di surat kabar pribumi yang telah berubah nama oleh struktur kuasa pada waktu tidak melakukan perannya sebagai jurnalis. Mereka hanya berstatus pegawai tanpa melakukan tugas jurnalistik.

Namun wartawan yang juga tokoh pergerakan kemerdekaan tidak berdiam diri, selaku agency yang aktif untuk menggelorakan semangat perjuangan mencapai kemerdekaan tetap melakukan perlawanan dengan menyisipkan pesan-pesan nasionalisme dalam tulisan-tulisan yang dimuat di media mereka .

Pada jaman Jepang, salah satu wartawan yang aktif merespon struktur adalah Adam Malik. Ia mendirikan LKBN Antara sebagai sarana untuk memperkokoh perjuangan bangsa. Peristiwa heroik yang berhasil dilakukan adalah menerbitkan isi naskah Proklamasi Kemerdekaan untuk di LKBN Antara dengan berbagai cara agar bisa lepas dari pengawasan Jepang, ia melakukan dengan cara *mendetekan* (membacakan-red) kepada redaktur yang ada di kantor LKBN Antara. Jepang merasa *kecolongan* dan memerintahkan pencabutan berita, namun perintah tersebut tidak ada artinya karena berita tentang kemerdekaan Indonesia sudah tersiar luas (Priyambodo, 2013).

Pada jaman penjajahan Jepang wartawan Indonesia yang aktif merespon struktur dan ditangkap oleh pemerintah antara lain Adam Malik, Pandoe Kartowigono, Sipahoetar, Adoel Hakim, Samawi, Asmara Hadi, Soeroen Bratanata, Trimurty dan Djojo Pranoto. Mereka ditahan ke Garut kemudian dibawa ke Nusakambangan (SPS, 1971)

Berdasarkan paparan di atas, wartawan sebagai agensi sangat aktif merespon, terutama berkaitandengan tindakan-tindakan yang merugikan masyarakat pribumi. Ketidakpuasan ini kemudian mendorong wartawan untuk menggelorakan semangat kemerdekaan. Gerak aktif wartawan sebagai agensi terhadap struktur kuasa memaksa mereka untuk setiap saat berhadapan dengan struktur kuasa, dengan segala resikonya.

### III. Simpulan

Berdasarkan hasil kajian literatur dapat ditarik beberapa simpulan bahwa pada jaman penjajahan Belanda cikal bakal keaktifan wartawan dimulai adanya ketidakadilan struktur kuasa terhadap kaum pribumi. Wartawan yang aktif merespon struktur tidak hanya wartawan pribumi tetapi juga wartawan Belanda yang tidak puas dengan cara pemerintahnya memperlakukan kaum pribumi.

Wartawan yang aktif merespon struktur di era penjajahan Belanda juga menjadi tokoh pergerakan nasional dan menjadi pionir berdirinya organisasi-organisasi yang memperjuangkan kemerdekaan Indonesia. Wartawan di era itu menjalankan peran sebagai wartawan sekaligus pejuang.

Pada jaman Jepang, wartawan Indonesia yang telah memiliki pengalaman pada masa penjajahan Belanda, justru bersiasat untuk menggunakan media tempatnya bekerja sebagai sarana mengobarkan semangat perjuangan. Pesan-pesan yang menggelorakan semangat perjuangan senantiasa disisipkan dalam tulisannya. Siasat itu bukan tanpa resiko karena wartawan Indonesia pada jaman Jepang banyak yang ditangkap dan di penjarakan.

### Daftar Pustaka

- Anwar, Rosihan, 2011, *Sejarah Kecil Petite Histoire Indonesia*, Jilid 3, PT Kompas Gramedia, Jakarta
- Astraatmadja, Atmakusumah, 1999, *Tuntutan Zaman Kebebasan Pers dan Ekspresi*, Yayasan Tifa Jakarta
- Giddens, Anthony, 2010, *Teori Strukturasi : Dasar-dasar pembentukan struktur Social masyarakat*, terjemahan Maufur dan Daryatno, Pustaka Pelajar Yogyakarta
- Nasir, Heidar, 2012, *Memahami strukturisasi dalam perspektif sosiologis Giddens*, Jurnal Sosiologi Reflektif, Volume 7, Nomor 1, Oktober 2012
- Priyambodo, dkk, 2013, *Ensiklopedi Pers Indonesia*, PWI Pusat Jakarta
- Oetama, Jacob, 1985, *Apa Maunya Wartawan, dalam Bunga Rampai Catatan Pertumbuhan Sistem Pers Indonesia*, editor T Atmadi, Pantja Simpati
- Said, Tribuana, 1988, *Sejarah Pers Nasional dan Pembangunan Pers Pancasila*, Haji Mas Agung Jakarta.

Smith, C Edward C, 1983, *Sejarah Pembredelan pers di Indonesia*, Penterjemah, Atmakusumah, Alex A Rachim, Arie Wikdjo Broto, Penerbit Grafitti, Jakarta

Surjohamihardjo, Abdurrahman (edt), 2002, *Beberapa Segi Perkembangan Sejarah Pers di Indonesia*, Kompas, Jakarta

Taufik, L, 1977, *Sejarah perkembangan pers di Indonesia*, Trinyty Press, Jakarta

# MODEL PENDIDIKAN BERBASIS KEARIFAN LOKAL DALAM UPAYA PREVENTIF KONFLIK DI YOGYAKARTA

Asep Saepudin, SIP.,M.Si

Jurusan Ilmu Hubungan Internasional-FISIP  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta  
Jl. Babarsari No. 2, Tambakbayan Yogyakarta

## Abstract

*Conflict are common things that happen in human interactions. Many ways to do conflict resolution, it can be pre or post conflict. Post Indonesia reformation era, we facing so many conflict that had happen and melibatkan so many entity. Yogyakarta City is a town which well known as a city of tolerance, and also melting point of much entity in Indonesia. Yogyakarta City as a education city had a responsibility to create peace character in every single educational level. Yogyakarta City Goverment should have a policy to create peace character in every citizen. Peace mindset should breed by education, as a conflict resolution process.*

Keywords: *Preventive Conflict, Peace Education, Local Wisdom*

## Pendahuluan

Konflik merupakan sesuatu hal yang biasa terjadi dalam interaksi umat manusia di dunia. Konflik dapat menjadi sesuatu yang positif dan menjadi pemicu bagi perkembangan yang positif, namun juga dapat menjadi sesuatu yang merusak atau destruktif dan sangat merugikan bagi manusia. Sayangnya konflik yang bersifat merusak atau destruktif lebih banyak terjadi sehingga sangat berbahaya bagi kehidupan umat manusia. Salah satu penyebab terjadinya konflik adalah kurangnya pemahaman masyarakat terhadap perbedaan atau heterogenitas. Konflik terjadi ketika hubungan dua pihak atau lebih (individu atau kelompok) yang memiliki, atau yang merasa memiliki, sasaran-sasaran yang tidak sejalan (Mitchell,2001). Ketidakharmisan dalam interaksi sosial kemasyarakatan dapat menyebabkan terjadinya konflik. Konflik tidak terjadi tiba-tiba, namun konflik terjadi karena adanya ketidakharmisan dalam jangka waktu yang lama. Konflik yang terjadi bias diikuti dengan tindakan kekerasan ataupun tanpa tindakan kekerasan.

Berkaca dari situasi nasional tersebut ancaman konflik bisa datang kapan saja. Kota Yogyakarta saat ini memiliki perkembangan pembangunan yang pesat.pembangunan terjadi dalam segala bidang. Ekses dari pembangunan tersebut menjadikan Kota Yogyakarta semakin majemuk. Kemajemukan di Kota Yogyakarta dapat menjadi peluang pembangunan kota yang positif, namun di sisi yang lain kemajemukan tersebut dapat menyebabkan berbagai permasalahan sosial dan kekerasan.

Konflik kekerasan yang terjadi di Kota Yogyakarta cenderung mengalami peningkatan, jika tidak ada upaya komprehensif untuk meminimalisir hal tersebut bukan tidak mungkin akan menjadi bom waktu konflik di masa yang akan datang. Salah satu upaya preventif konflik adalah melalui saluran pendidikan. Pendidikan formal maupun informal yang diterima oleh peserta didik. Pendidikan dapat menjadi sarana untuk menumbuhkan pola pikir perdamaian.



**Tabel 1. Kasus Konflik dan Kekerasan di Yogyakarta**

No.	Waktu Kejadian	Deskripsi Kasus
1	16 November 1997	Gereja Persekutuan Injil Baptis Indonesia (GPIBI) Bantul, Yogyakarta didesak untuk ditutup dan dirusak oleh 500 massa yang didukung oleh Muspika
2	22 November 1997	Gereja Kristen Jawa (GKJ) Modalan dan Babadan Kotagede dibakar massa
3	24 November 1997	GKJ Kotagede dilempari
4	28 Maret 1998	GPIBI Kedung Kuning dilempari massa
5	26 Januari 2000	Masjid Gede Kauman dibakar oleh orang tak dikenal
6	9 Juni 2004	Kapel Santo Yusuf, Sendang Sari, Minggir dilempar bom molotov oleh orang tak dikenal
7	29 Mei 2014	Penyerangan ibada umat Katholik oleh kelompok dengan atribut dan afiliasi agama tertentu di Jl. Kaliurang km 10. Beberapa orang terluka.
8	1 Juni 2014	Penyerangan Gereja oleh sekelompok masa afiliasi agama tertentu di Ngemplak. Aparat yang berjaga melakukan pembiaran.

Sumber: Disarikan dari berbagai sumber

### **Tinjauan Pustaka Pendidikan Perdamaian**

Pada ranah pendidikan, beberapa teori dapat digunakan untuk mengurangi tensi konflik dan membangun sebuah budaya perdamaian. Pendidikan perdamaian diasumsikan ketika manusia memiliki kapabilitas untuk mempelajari perdamaian. Menurut Bety Reardon dalam Castro dan Galace (2008), perdamaian atau kesadaran perdamaian tidak alamiah dan naluriah berada pada DNA dan sifat manusia, maka untuk memberikan penyadaran perdamaian harus ada pendidikan perdamaian.

Menurut Gugel dan Jager (2004), pendidikan adalah esensi dan dasar dari proses *peace building*. Pendidikan untuk perdamaian, hak asasi manusia, dan demokrasi dapat ditanamkan melalui pengajaran kepada peserta didik, melalui materi pengajaran seperti sikap dalam berdialog dan pemahaman non kekerasan. Nilai-nilai toleransi, saling terbuka terhadap sesama, dan berbagi.

Sementara itu definisi pendidikan perdamaian menurut R.D Laing (2008) adalah sebuah upaya untuk merespon konflik yang memiliki berbagai skala, global, nasional

hinggall lokal dan personal. Esensinya adalah untuk mencari cara untuk menciptakan masadepan yang lebih baik.

Menurut Fran Schmidt dan Alice Friedman (2006), pendidikan perdamaian bersifat holistik. Memiliki cakupan pada aspek fisik, emosional, intelektual, serta proses pertumbuhan sosial anak-anak yang memiliki atau berakar dala kerangka nilai-nilai manusia tradisional. Hal tersebut berdasar pada nilai-nilai filosofi untuk mengajarkan cinta kasih, kasih sayang, kepercayaan, kejujuran, kerjasama, dan rasa hormat terhadap sesama manusia dan terhadap semua kehidupan di bumi yang indah ini.

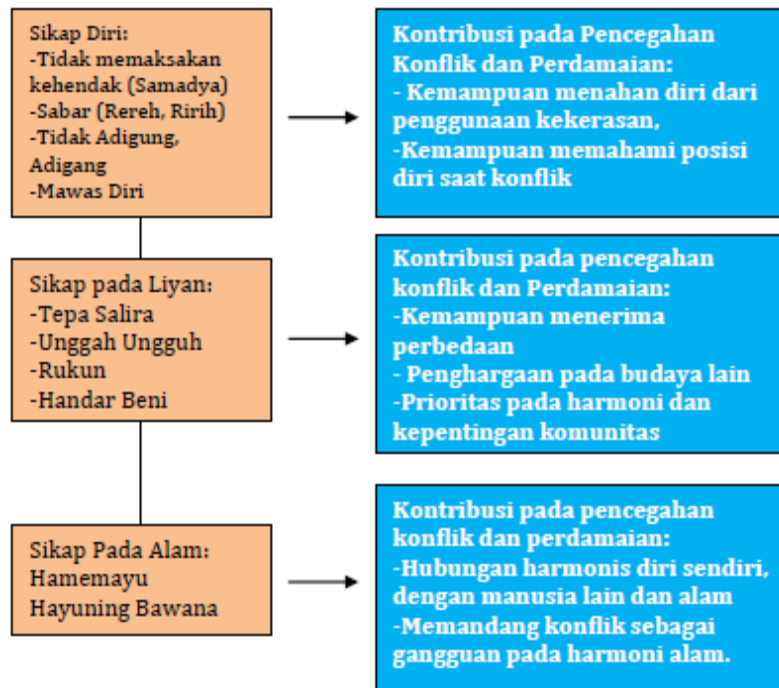
### **Kearifan Lokal Budaya Jawa**

Budaya Jawa memiliki banyak ajaran dalam konteks pendidikan. Falsafah orang jawa *mendhem jero mikul dhuwur, anak molah bapa kepradhah*, yang berarti menimbun yang dalam dan memikul yang tinggi, anak yang berbuat bapak yang bertanggung jawab. Sehingga dalam falsafah hidup orang jawa harus mendidik anak supaya anak mempunyai kepribadian yang baik seperti (Astianto, 2006):

1. Sikap saling menghormati, ini terlihat pada bahasa keseharian orang jawa dimana di dalamnya ada *undak-unduk basa* (tingkatan bahasa) yang dilakukan antara orang muda dengan orang yang lebih tua. Dalam falsafah orang jawa sering dikenal dengan *among saha miturut, sedulur tuwa iku dadi gegantining wong tuwa*.
2. Sikap dan watak jujur, para orang tua mengajarkan kepada anaknya untuk berperilaku jujur baik dalam ucapan maupun tindakan.
3. Sikap adil, anak-anak harus mengetahui hak dan kewajiban masing-masing dan tahu bagaimana memperlakukan saudaranya dalam segala hal. Tidak boleh berbuat serakah, murka, ora narima ing pandum atau loba, tamak.
4. Rukun agawe santosa, sikap saling tolong menolong, gotong royong, dan tanggung jawab harus ditanamkan olejh orang tua kepada anaknya sejak dini supaya anak dalam menghadapi kehidupannya tidak berlomba-lomba untuk mencari kebahagiaan pribadi saja akan tetapi juga membawa kebahagiaan bagi lingkungan sekitarnya. Seperti dalam falsafah jawa *rukun agawe santosa lan crah agawe bubrah*.

Kearifan lokal budaya jawa sangat kaya akan nilai perdamaian, penggunaan budaya jawa bagi pendidikan perdamaian sngat efektif sebagai upaya resolusi konflik, dikarenakan pendidikan yang diberikan mulai dari keluarga, masyarakat, hingga jenjang pendidikan formal.

### **Gambar 1. Nilai Utama Pendukung Perdamaian Dalam Budaya Jawa**



## Pembahasan

Dalam model pendidikan perdamaian yang partisipatoris, peserta belajar mengembangkan kemampuan mengelola konflik dan mengembangkan perilaku damai melalui proses kolaboratif. Mereka berinteraksi, saling membantu dan saling memotivasi satu sama lain. Karena itu metode pembelajaran yang paling cocok adalah bentuk-bentuk pembelajaran kooperatif (cooperative learning). Pembelajaran kooperatif memberikan kesempatan untuk peserta untuk bekerja bersama dan bukannya berkompetisi satu sama lain. Model pembelajaran ini selain memperkuat motivasi juga meningkatkan hubungan antar peserta belajar, mengurangi sikap individualistis dan mengurangi perbedaan dan prasangka di Antara peserta. Siswa menjadi saling bergantung dan dengan cara ini perasaan terasing dan terisolasi berubah menjadi sikap yang lebih positif. Jika siswa mampu mengembangkan kemampuan kerjasama dalam kelas, mereka dapat membawa kemampuan ini dalam kehidupan yang lebih luas di mana kemauan dan kemampuan untuk kerjasama berkontribusi bagi perdamaian.

Metode pembelajaran kooperatif sangat beragam. Fasilitator dapat memilih metode pembelajaran yang dibutuhkan.

**Tabel 2. Metode Pembelajaran Kooperatif untuk Pendidikan Perdamaian**

Metode	Deskripsi Aktivitas
Diskusi kelompok kecil.	Diskusi kelompok kecil adalah sarana untuk memampukan individu peserta meyuarakan pendapat dan pandangan pribadi merekamasing-masing. Agar efektif diskusi harus didasarkan pada kasus faktual atau ide-ide yang hendak ditawarkan.

Pair Share	Dalam metode ini diskusi dilakukan oleh pasangan partner. Fasilitator memberikan sebuah pertanyaan atau topic untuk diskusi. Peserta A menjawab pertanyaan sementara peserta B mendengarkan tanpa menyela. Setelah beberapa waktu, kedua partner bertukaran peran. Pada tahap akhir, A menjelaskan kepada anggota kelompok atau kelas poin-poin penjelasan B dan kemudian B melakukan sebaliknya. Metode ini sangat bermanfaat untuk melatih dan meningkatkan keterampilan mendengarkan.
Metode Visualisasi dan Imajinasi	Metode ini digunakan untuk mendorong peserta mengembangkan scenario dengan membayangkan situasi tertentu. Biasanya fasilitator meminta peserta membayangkan mereka berada dalam situasi konflik yang bersifat kompleks. Kemudian peserta diminta membayangkan pilihan tindakan apa yang akan dilakukan atau alternative scenario yang dapat dikembangkan untuk mengakhiri konflik.
Permainan Peran	Strategy ini digunakan untuk memberikan kesempatan bagi peserta untuk tidak sekadar 'mengetahui' tetapi 'mengalami' situasi nyata yang mungkin bakal dihadapi. Permainan peran juga membantu peserta mengembangkan kemampuan berempati dan memahami posisi orang lain. Dalam pembelajaran perdamaian, permainan peran dapat didesain dengan memperhatikan beberapa aspek. (1) sebuah scenario tentang situasi konflik, (2) sejumlah peran yang merepresentasikan pihak yang terlibat dalam konflik, (3) deskripsi kepentingan dan posisi para pihak yang terlibat konflik, (4) permainan peran, biasanya dalam bentuk perundingan antar 'peran' pihak yang terlibat dalam konflik untuk menyepakati penyelesaian yang memenuhi hak dan kewajiban para pihak.
Permainan simulasi	Simulasi situasi kekerasan memberi kesempatan pada peserta belajar untuk lebih merasakan kondisi di mana tidak ada perdamaian. Merasakan kondisi ini akan mendorong peserta merumuskan usulan alternative mengatasi akar kekerasan yakni situasi ketidakadilan. Salah satu contoh simulasi adalah bagaimana membagi sumber daya di antara pihak-pihak yang terlibat konflik.
Pemecahan Masalah	Pemecahan masalah (Problem-solving) adalah satu strategi belajar kooperatif yang mengembangkan kemampuan analisis, merumuskan pilihan-pilihan

	<p>jalan keluar dan sekaligus mengevaluasi pilihan-pilihan itu. Dalam pendidikan perdamaian, metode pemecahan masalah digunakan untuk membantu peserta belajar menganalisis akar konflik, bersama-sama merumuskan berbagai pilihan kebijakan dan tindakan untuk menyelesaikan konflik, kemudian menegvaluasi dan menyeleksi mana pilihan-pilihan tindakan yang paling mungkin dilakukan untuk mengatasi konflik itu.</p>
<p>Polling issue/mempertimbangkan posisi</p>	<p>Metode ini digunakan untuk melatih peserta belajar bagaimana memetakan perbedaan pandangan dalam menyangkut suatu isu. Metode ini juga bisa dipakai untuk melatih peserta didik memprediksi apakah konflik akan terjadi atau tidak terjadi dalam satu komunitas yang menjadi fokus pooling. Fasilitator merumuskan satu statemen yang dianggap kontroversi seperti “Apakah konflik akan berulang dalam komunitas A atau tidak?”. “Apakah untuk meningkatkan keamanan perempuan, keluarga-keluarga sebaiknya diizinkan memiliki senjata api?”. Metode polling isu membantu mendorong peserta belajar yang tidak aktif untuk mau menyuarakan pikiran dan pendapat. Dalam pembelajaran yang melibatkan dua atau lebih pihak yang pernah mengalami konflik seperti di Ambon atau Aceh, penerapan model ini memerlukan kehati-hatian terutama ketika pernyataan kontroversial justru menimbulkan perbedaan pendapat yang tajam dan perpecahan karena trauma konflik.</p>
<p>Jaringan ‘Laba-laba’ kartu</p>	<p>Metode ini paling cocok digunakan di awal pelatihan untuk merangsang peserta belajar berpikir tentang berbagai isu dan atau kejadian yang berhubungan dengan konflik dan perdamaian. Fasilitator menulis satu kata atau konsep yang berkaitan dengan perdamaian, misalnya, kata DAMAI, ditulis dalam sepotong kertas lalu ditempel di dinding atau papan. Kata ini menjadi pusat jaringan kartu. Peserta diberi potongan kertas kemudian diminta menulis satu kata atau konsep yang berkaitan dengan konsep damai. Proses ini akan menghasilkan peta isu yang membantu peserta belajar melihat aspek atau isu apa saja yang berkaitan dengan perdamaian.</p>
<p>Menonton film dan foto</p>	<p>Menonton filem atau foto dapat menjadi metode yang merangsang partisipasi aktif peserta belajar. Fasilitator dapat memilih dua filem/foto atau lebih tergantung dari jumlah peserta dalam kelas. Filem</p>

	<p>atau foto harus yang menyangkut topic dan sesuai dengan tujuan belajar yang hendak dicapai. Misalnya jika topic dan tujuan belajar adalah mengembangk sikap toleransi dan menerima perbedaan maka filem atau foto sebaiknya berisi narasi tentang itu. Kelompok dibagi dan diminta menonton filem/foto, fasilitator menyiapkan sebuah pertanyaan untuk merangsang peserta belajar memetik pesan atau pelajaran dari apa yang mereka tonton. Kemudian kelompok menyampaikan pesan filem/foto dan reaksi mereka terhadap pesan itu dalam diskusi akhir.</p>
Analisis lagu atau Puisi	<p>Lagu-lagu populer lama atau baru, puisi yang ditulis sastrawan atau orang awam sering mengandung pesan perdamaian. Lagu <i>Imagine</i> karya John Lenon misalnya bicara tentang bagaimana perbedaan negara dan agama sering menjadi sumber peperangan. Pesan lagu ini sebenarnya bahwa manusia harus hidup berdampingan secara damai meski ada perbedaan negara dan agama. Peserta belajar bisa diminta mendengar lagu atau membaca puisi yang dipilih fasilitator. Kemudian mereka menganalisis pesan perdamaian yang ada dalam lagu atau puisi, mengutip sayu bagian lagu atau puisi dan menulisnya dalam satu frasa pendek yang bisa mereka ingat. Metode ini jadi lebih menarik kalau peserta yang bisa menyanyi diminta menyanyikan lagu atau membaca puisi tersebut.</p>
Wawancara/Penelitian	<p>Metode ini digunakan untuk menggali lebih dalam pengalaman nyata tentang konflik dan perdamaian. Kelas dibagi ke dalam kelompok berpasangan atau maksimal 3 orang dalam satu tim. Fasilitator memberi mereka topic wawancara. Mereka diminta menyusun sendiri pertanyaan-pertanyaan yang menjadi pedoman wawancara. Kemudian tentukan kelompok target atau orang yang harus diwawancarai. Wawancara dengan tokoh masyarakat, aktivis perdamaian, mediator konflik dapat membantu peserta belajar memahami tantangan para promotor perdamaian dan lebih menghargai pekerjaan mereka. Korban dari daerah bekas konflik juga dapat menjadi kelompok target, Fasilitator harus mengenal betul korban dan mempertimbangkan kemungkinan mucnlnya kembali trauma akan konflik ketika diwawancarai.</p>
Kunjungan ke Lokasi	<p>Kunjungan ke lokasi dapat menjadi sarana pendidikan dan pembelajaran yang efektif. Kunjungan dapat dilakukan terhadap korban di mana para peserta</p>

	<p>belajar bisa disentuh dan ikut merasakan penderitaan korban konflik atau ketidakadilan. Melihat, mendengar dan berinteraksi dengan korban jauh lebih kuat dalam membantu peserta belajar mengembangkan empati dan kepedulian pada korban konflik. Kunjungan juga bisa dilakukan ke daerah dengan konflik rendah atau yang berhasil menyelesaikan konflik secara damai. Hasil kunjungan biasanya ditutup dengan diskusi kelas tentang apa yang mereka pelajari dalam kunjungan tersebut dan bagaimana kunjungan mempengaruhi cara pandang dan perubahan sikap mereka tentang dampak konflik dan perdamaian.</p>
Membaca dan Mengulang kutipan	<p>Aktivis perdamaian, filsuf, pemimpin agama dan para pemimpin komunitas sering mengungkapkan kata-kata bijak yang berkaitan dengan perdamaian. Para peserta pelatihannya dapat diminta mencari kata-kata bijak perdamaian yang kemudian dibaca dan diungkapkan di kelas. Kemudian mereka membagi pendapat bagaimana kutipan itu dipahami dan mengubah pandangan mereka tentang perdamaian dan konflik.</p>
Studi Kasus	<p>Studi kasus membantu peserta belajar memahami kisah nyata kekerasan dan ketidakadilan. Dalam pendidikan perdamaian berbasis budaya lokal studi kasus dipakai untuk menjelaskan bagaimana budaya lokal mampu menjadi kekuatan perdamaian. Studi kasus dapat digabungkan dengan simulasi atau permainan peran.</p>

Metode-metode di atas dapat diterapkan secara tunggal atau dikombinasikan satu sama lain. Misalnya metode studi kasus, dapat digabungkan dengan riset, kemudian hasil riset menjadi bahan dasar bagi peserta untuk memainkan peran dalam sebuah simulasi kasus.

### Daftar Pustaka

- Bajaj, Monisha., *Fundamental Concepts of Peace Education*, Columbia University
- Castro, L. N., dan Galace, J. N. *Peace Education: A Pathway To Culture of Peace*, Center for Peace Education, Miriam College, Quezon City, 2008
- Fisher, Simon, dkk. *Mengelola Konflik: Keterampilan dan Strategi Untuk Bertindak*, The British Council, Jakarta, 2001

- Macdonald, Elspeth. *Directory of Peace Education*, Center for Peace and Conflict Studies, University of Otago, July 2012
- Miall, Hugh; Ramsbotham, Oliver; Woodhouse, Tom, *Contemporary Conflict Resolution, The Prevention, Management, and Transformation of Deadly Conflict*, Polity Press, Cambridge, 2006
- Reardon, Betty, *Comprehensive Peace Education: Education for Global Responsibility*, Columbia University, 1988
- Schirch, Lisa, *Strategic Peacebuilding*, Good Books, Philadelphia, 2004
- Suharto, Edi, *Analisa Kebijakan Publik*, Alfabeta, Bandung, 2008
- Tilaar, HAR & Nugroho, Riant. *Kebijakan Pendidikan, Pengantar untuk Memahami Kebijakan Pendidikan Sebagai Kebijakan Publik*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta 2009



# PROFIL PASAR WISATAWAN NUSANTARA KABUPATEN GUNUNGKIDUL BERDASARKAN ATRIBUT-ATRIBUT WISATA

Sigit Haryono

Lukmono Hadi

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta

[sigitharyono@rocketmail.com](mailto:sigitharyono@rocketmail.com)

## Abstract

*The purpose of this study is to determine the level of importance of tourism attributes. Tourist attributes are elements that are considered by travelers to visit a tourist destination. Based on the results of research known that the attributes of tourism is related to culinary, lodging, souvenirs, food souvenirs, access tourist destinations, vacation costs, and tourist attractions. The results of the study mentioned the cost of vacation and access to tourist / destination is the most important attribute considered by the tourists.*

**Keywords:** *Tourist Profile, Tourism Attribute.*

## Pendahuluan

Gunungkidul merupakan salah satu kabupaten di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) yang terkenal karena pariwisatanya. Kabupaten ini memiliki banyak destinasi wisata yang bagus sehingga menarik para wisatawan khususnya wisatawan nusantara untuk mengunjunginya. Potensi wisata daerah ini sangat besar sehingga harus dikembangkan secara maksimal.

Gunungkidul terkenal dengan keindahan pantainya yang beragam. Banyak destinasi wisata berupa pantai yang ditawarkan kabupaten ini kepada wisatawan nusantara yang datang berkunjung. Ragam pantai yang banyak ini karena Gunungkidul memiliki bentang pantai yang luas di sepanjang DIY bagian selatan. Jumlah pengunjung secara terus menerus mengalami peningkatan sehingga memberikan kontribusi pada pendapatan daerah. BPS Kabupaten Gunungkidul mencatat bahwa pada tahun 2014 saja kelima destinasi utama yaitu Baron, Tepus, Sundak, Siung dan Wediombo memberikan kontribusi lebih dari 10 milyar rupiah. Berdasarkan data tersebut sangat beralasan jika wisata pantai mendapatkan perhatian yang lebih mengingat potensinya yang sangat besar.

Potensi pendapatan daerah yang berasal dari sektor pariwisata sebenarnya masih dapat dikembangkan. Oleh karena itu dibutuhkan pendekatan pemasaran yang lebih terstruktur. Kegiatan menganalisis profil pasar merupakan salah satu kegiatan pemasaran terstruktur. Profil pasar yang baik akan digunakan untuk membuat strategi pemasaran yang tepat. Pada makalah ini akan diuraikan berkaitan dengan profil wisatawan nusantara yang berkunjung ke destinasi wisata yang ada di Gunungkidul berdasarkan tingkat kepentingan terhadap atribut-atribut seperti kuliner, penginapan, souvenir, oleh-oleh makanan, biaya liburan, akses destinasi, atraksi wisata dan kemauan merekomendasikan.

Berdasarkan latar belakang maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu bagaimana profil pasar wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata yang ada di Kabupaten Gunungkidul berdasarkan tingkat kepentingannya terhadap atribut-atribut wisata?

## **Kajian Pustaka**

### **Tinjauan Empirik**

Beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan diantaranya adalah Muliawan, Haryono, Dokhi (2016) yang hasil penelitiannya menyebutkan bahwa profil masing-masing pasar wisatawan nusantara adalah memiliki karakteristik yang berbeda-beda baik secara geografis, demografis, dan psikografis. Selain itu juga penelitian yang dilakukan oleh Wang, Li dan Liu (2016) yang hasil penelitiannya menyebutkan bahwa orientasi nilai sebagai dasar segmentasi lebih dapat menjelaskan profil wisatawan secara psikologis. Buffa (2015) yang mengelompokkan profil wisatawan berdasarkan personal profile, motivational profile, dan behavioral profile. Ordian, Rativa dan Gheres (2013) dalam hasil penelitian ditemukan empat segmen wisatawan yang merupakan profil mereka yaitu ordinary tourist, average tourist, idle tourist, dan frequent tourist. Candrea, Constantin, dan Ispas (2012), hasil penelitiannya menyebutkan bahwa segmen pasar pariwisata adalah berbeda-beda. Hasil penelitian merekomendasikan bahwa agar dapat merumuskan strategi dengan tepat maka perlu diperhatikan profil dari masing-masing segmen. Qirici (2011) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa profil pasar pariwisata dapat digunakan untuk membuat perencanaan dan pengembangan pariwisata.

### **Tinjauan Teoritik**

#### **Definisi Wisatawan Nusantara**

Wisatawan nusantara adalah seseorang yang melakukan perjalanan di wilayah teritori suatu negara, dalam hal ini Indonesia, dengan lama perjalanan kurang dari 6 bulan dan bukan bertujuan untuk memperoleh penghasilan ditempat yang dikunjungi serta bukan merupakan perjalanan rutin (sekolah atau bekerja), untuk mengunjungi obyek wisata komersial, dan atau menginap di akomodasi komersial, dan atau jarak perjalanan lebih besar atau sama dengan 100 (seratus) kilometer pergi pulang (Pusat Data dan Informasi Kemenpar, 2015).

#### **Metode Penelitian**

Populasi penelitian adalah wisatawan nusantara yang berkunjung pada destinasi wisata yang ada di Kabupaten Gunungkidul. Sampel penelitian adalah wisatawan yang berkunjung di Pantai Baron, Tepus, Sundak, Siung dan Wediombo Kelima pantai tersebut dipilih karena destinasi ini memberikan kontribusi paling besar terhadap pendapatan kabupaten Gunungkidul dari sektor pariwisata.

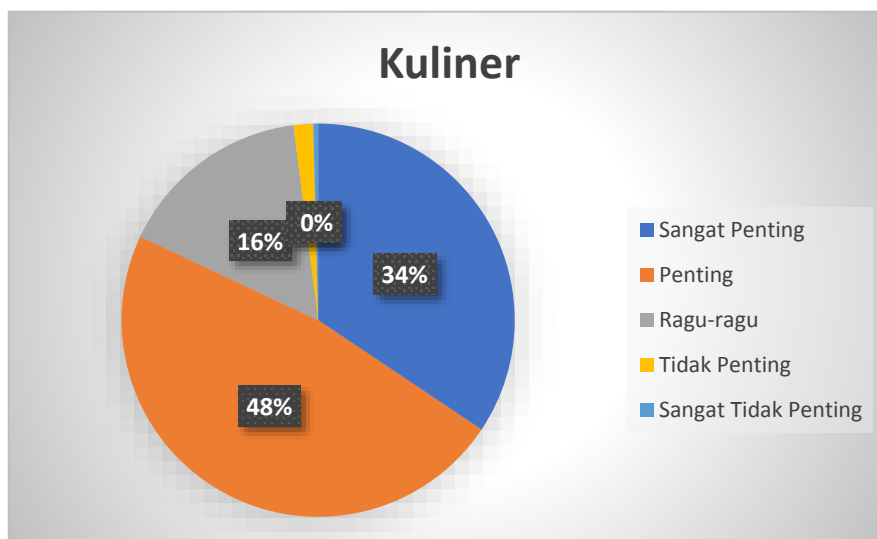
Ukuran sampel ditentukan sebanyak 250 orang responden. Teknik sampling adalah dengan *convenience* sampling. Sedangkan teknik pengumpulan datanya menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan dengan metode deskriptif.

## Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian maka diperoleh data sebagai berikut.

### 1. Kuliner

Salah satu daya tarik pariwisata adalah kuliner. Kuliner dapat menjadi penciri yang membedakan destinasi wisata yang satu dengan destinasi wisata yang lainnya. Profil pasar wisatawan Gunungkidul berdasarkan tingkat kepentingan mereka terhadap kuliner tergambar pada Gambar 1.



Gambar 1 Tingkat Kepentingan terhadap Kuliner

Berdasarkan Gambar 1 yang menggambarkan tingkat kepentingan terhadap kuliner, wisatawan yang berkunjung ke Gunungkidul 48% menyatakan penting, 34% adalah sangat penting dan 16% menjawab ragu-ragu.

### 2 Penginapan

Penginapan merupakan salah satu atribut dari paket wisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas atau 41% menjawab ragu-ragu atau antara penting dan tidak penting, 36% menjawab penting, dan 15% menjawab sangat penting. Mayoritas wisatawan menjawab ragu-ragu karena memang jika dilihat dari data sebelumnya berkaitan dengan menginap/tidak menginap 73% menyatakan tidak menginap, dan yang

27% menginap tersebut sebagian besar tidak menginap di hotel atau penginapan, tetapi di rumah teman/saudara.

### 3 Souvenir

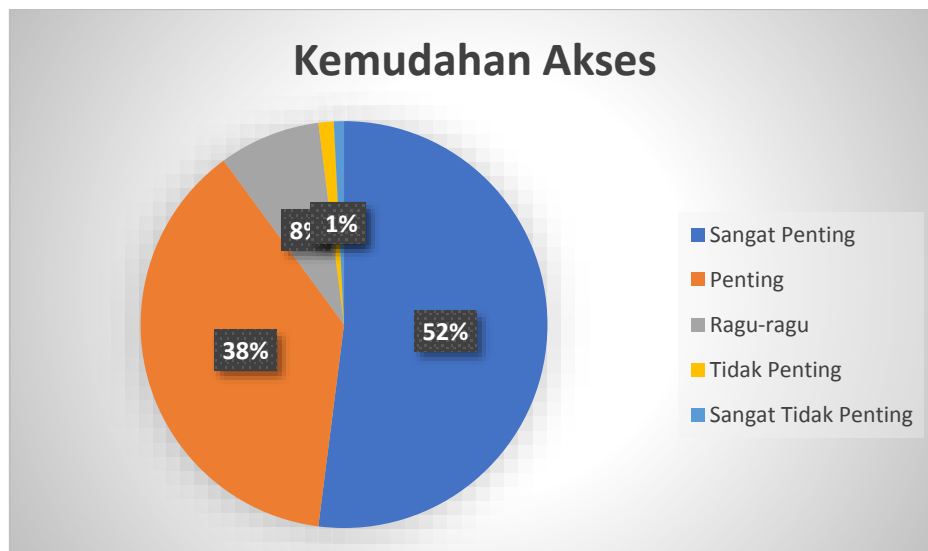
Souvenir adalah kenang-kenangan yang didapatkan dari suatu kegiatan atau tempat yang dikunjungi. Diketahui bahwa 29% menjawab penting tentang keberadaan souvenir tersebut, dan 10% menyatakan bahwa keberadaan souvenir itu tidak penting. Lebih dalam lagi berarti keberadaan souvenir berupa kaos, gantungan kunci, tempelan kulkas, stiker dan lain-lain tersebut tidak dianggap terlalu penting bagi para wisatawan.

### 4. Oleh-oleh Makanan

Salah satu atribut produk pariwisata adalah oleh-oleh berupa makanan. Hasil penelitian menyebutkan 43% wisatawan menyatakan ragu-ragu atau antara penting dan tidak penting tentang keberadaan oleh-oleh berupa makanan ini. Selain itu juga diketahui bahwa 37% wisatawan menyatakan bahwa oleh-oleh berupa makanan itu adalah penting, dan hanya 3% yang menyatakan sangat penting tentang keberadaan oleh-oleh berupa makanan tersebut.

### 5 Kemudahan Akses

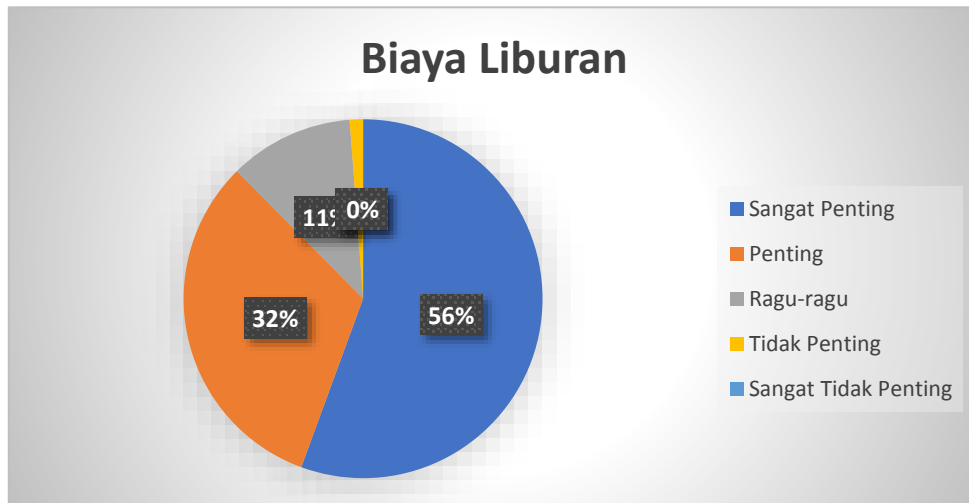
Kemudahan akses ditunjukkan dengan keberadaan infrastruktur berupa jalan untuk mempermudah pencapaian destinasi Hasil penelitian pada Gambar 2 menunjukkan bahwa 52% menjawab sangat penting, dan 33% menyatakan penting. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan akses menjadi atribut yang sangat dipertimbangkan wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi wisata.



Gambar 2 Kemudahan Akses Destinasi

### 6 Biaya Liburan

Biaya liburan adalah jumlah uang yang dikeluarkan untuk melakukan kegiatan wisata dengan mengunjungi suatu destinasi wisata tertentu. Gambar 3 menjelaskan tentang hal tersebut. Berdasarkan Gambar 3 diketahui bahwa sebagian besar wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata yang ada di Gunungkidul menganggap bahwa biaya liburan adalah sangat penting. Sementara itu 32% menyatakan penting, hanya 11% yang menyatakan ragu-ragu. Kenyataan ini menunjukkan bahwa wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata yang ada di Gunungkidul adalah sensitif terhadap uang.



## 7. Atraksi Wisata

Atraksi wisata merupakan salah satu daya tarik wisatawan bersedia berkunjung ke salah satu destinasi wisata. Diketahui bahwa 45% wisatawan menganggap ragu-ragu tentang pentingnya atraksi wisata yang ada pada suatu destinasi wisata. Namun juga diketahui bahwa 33% wisatawan menganggap bahwa atraksi wisata adalah penting, juga 16% menganggap sangat penting tentang keberadaan atraksi wisata karena atraksi ini memang memberikan hiburan lain yang menarik di samping hiburan objek wisata itu sendiri.

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat dijelaskan tentang kepentingan wisatawan nusantara terhadap atribut-atribut wisata seperti pada Tabel 1

Tabel 1 Kepentingan Atribut Wisata

No	Atribut	Mean	Keterangan
1	Kuliner	4,14	Penting
2	Penginapan	3,57	Penting
3	Souvenir	3,56	Penting
4	Oleh-oleh Makanan	3,56	Penting
5	Akses Destinasi	4,31	Sangat Penting

6	Biaya Liburan	4,35	Sangat Penting
7	Atraksi Wisata	3,62	Penting

Sumber: Data Primer Penelitian, Diolah, 2017

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa tingkat kepentingan atribut-atribut wisata berupa kuliner, penginapan, souvenir, oleh-oleh makanan, akses destinasi, biaya liburan, moda transportasi menunjukkan bahwa atribut yang dianggap paling penting adalah biaya liburan, akses destinasi.. Biaya liburan merupakan atribut yang dianggap paling penting sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata wisatawan nusantara yang berkunjung ke destinasi wisata yang ada di Gunungkidul adalah sensitif terhadap uang. Akses ke destinasi wisata juga dianggap atribut yang paling penting mengingat masalah keterjangkauan destinasi wisata secara fisik. Destinasi wisata dengan infrastruktur yang memadai akan lebih banyak dipilih untuk dikunjungi.

### Daftar Pustaka

- Anonymous. 2015. *Gunungkidul dalam Angka*, Badan Pusat Statistik Kabupaten Gunungkidul, Yogyakarta.
- Anonymous, 2014. *Laporan Akuntabilitas Kinerja Pemerintah Kabupaten Gunungkidul*, Yogyakarta.
- Anonymous, 2014. *Daerah Istimewa Yogyakarta dalam Angka*, Badan Pusat Statistik Daerah Istimewa Yogyakarta.
- Anonymous. 2014. *Tourist Composition Number Global, Asia Pacific, ASEAN and Indonesia*, UNWTO-United Nation World Tourism Organization.
- Anonymous. 2014. *Profil Wisatawan Nusantara*, Badan Pusat Statistik dan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Jakarta
- Anonymous, 2014. *Statistik Pariwisata Nusantara*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, dan Badan Pusat Statistik, Jakarta.
- Anonymous. 2012. *Profil Wisatawan Nusantara*, Pusat Data dan Informasi Kementerian Pariwisata dan ekonomi Kreatif, Jakarta.
- Anonymous, 2012. *Statistik Pariwisata Nusantara*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dan Badan Pusat Statistik, Jakarta.
- Buffa, Frederica. 2015. Young Tourists and Sustainability. Profiles, Attitudes, and Implications for Destination Strategie. *Sustainability* Nomor 7.

- Candrea, Adina Nicoleta, Cristinel Constantin, Ana Ispas. 2012. Tourism Market Heterogeneity In Romanian Urban Destinations, The Case Of Brasov. *Tourism and Hospitality Management*, Vol. 18, No. 1, pp. 55-68, 2012
- Hernowo, Muliawan. Sigit Haryono, Muhammad Dokhi. 2016. *Profil Pasar Wisatawan Nusantara Personal Umum*, Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, Jakarta.
- Hernowo, Muliawan, Sigit Haryono, Dyah Sugandini. 2015. *Perancangan Pasar Wisata Umum*, Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, Jakarta
- Tjiptono, Fandy. 2002. Strategi Pemasaran. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Qirici, Eleina. 2011. Analysis of Consumers Profile as an Important Tool for Tourism Development. *Journal of Knowledge Management, Economics and Information Technology*
- Oroian, Maria, Ramona-Flavia Ratiu, Marinela Gheres. 2013. Using The Residents' Profile As Potential Tourists In Tourist Market Segmentation: The Case Of Mures County, Romania. *Academica Science Journal Economica Series*
- Qirici, Eleina, Oriola Theodhori, 2012. Destination Management As a Way For The Competitive Tourist Development. Case Study-South Region Of Albania, Romanian *Economic And Business Review* – Vol. 8, No. 2
- Qirici, Eleina. Oriola Theodhori. Destination Management As a Way For The Competitive Tourist Development. Case Study-South Region Of Albania. *Romanian Economic and Business Review* – Vol. 8, No. 2
- Wang, Ching Li and Sung-Ta Liu. 2016. A Multidimensional Environmental Value Orientation Approach to Forest Recreation Area Tourism Market Segmentation. *Forests*, 7, 92

**PENGEMBANGAN MODEL PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MISKIN  
DENGAN MENGGUNAKAN METODE PARTICIPATORY RURAL  
APPRAISAL BERBASIS KOMUNITAS PADA KELOMPOK WARGA MISKIN  
DI DESA SRIMULYO PIYUNGAN BANTUL YOGYAKARTA**

Surpiko Hapsoro Darpito, Yuni Siswanti, dan Ahmad Muhsin

<sup>1</sup>Program Studi Manajemen

<sup>2</sup>Program Studi Teknik Industri

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

Jl. Lingkar Utaran (SWK) 204 Condong Catur, Yogyakarta 55283

Phone : +62 274 485 733, Fax : +62 274 486 256

e-mail : [surpiko\\_hd@yahoo.com](mailto:surpiko_hd@yahoo.com), [yuni\\_sis2@yahoo.co.id](mailto:yuni_sis2@yahoo.co.id), [ahmad.muhsin@upnyk.ac.id](mailto:ahmad.muhsin@upnyk.ac.id)

**Abstract**

Program pengentasan kemiskinan dan pemberdayaan masyarakat yang diprogramkan oleh pemerintah semenjak beberapa periode yang lalu terbukti tidak semuanya bisa berhasil dan sesuai dengan harapan, berbagai kegagalan mengiringi pelaksanaan program – program tersebut. Hal ini disebabkan model pemberdayaan yang dilakukan bersifat Top Down, dari pemerintah ke rakyat dengan kriteria yang ditentukan bersifat baku dan tetap belum banyak mengkaji keadaan, kondisi, dan pekerjaan masyarakat sasaran program.

Penelitian ini yang berjudul Pengembangan Model Pemberdayaan Masyarakat Miskin Dengan Menggunakan Metode *Participatory Rural Appraisal* (PRA) Berbasis Komunitas Pada Kelompok Perempuan Warga Miskin Di Desa Srimulyo Piyungan Bantul Yogyakarta bertujuan untuk memperoleh model pemberdayaan masyarakat yang tepat sasaran dengan berdasarkan pendekatan kriteria yang digali langsung dari masyarakat sebagai sasaran program. Hasil pendekatan dengan metode *Participatory Rural Appraisal* menghasilkan kondisi sosial desa atau peta desa yang menunjukkan potensi, masalah, peluang dan kekuatan yang dimiliki masyarakat untuk dijadikan dasar perencanaan pemecahan masalah, rencana program, capaian dan monitoring bersama.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa potensi desa luas lahan pertanian, produksi hasil pertanian, serta ditunjang oleh softkill berupa kemampuan leadership, kemampuan bertahan hidup/ livelihood dan memiliki keahlian berwira usaha. Permasalahan yang dihadapi pada kelompok usaha perempuan desa Srimulyo adalah sulitnya pemasaran, keterbatasan fasilitas, kemampuan teknologi pengolahan yang masih tradisional, dan manajemen usaha. Maka disimpulkan bahwa program tindak lanjut untuk pemberdayaan masyarakat yang dibutuhkan adalah pendampingan usaha, pengembangan teknologi pengolahan hasil pertanian, manajemen usaha mikro, pengurusan izin usaha dan penguatan kapasitas produksi.

**Keywords** : *Participatory Rural Appraisal*, warga miskin, peta desa.



## PENDAHULUAN

Masyarakat yang hidup di daerah pegunungan dan pedesaan lebih rentan mengalami kehidupan dalam suasana kesenjangan yang disebabkan berbagai faktor. Berbagai program pemberdayaan masyarakat telah banyak dilakukan oleh pemerintah untuk menanggulangi kesenjangan dan kemiskinan di daerah pedesaan.

Formula yang diberikan cenderung seragam padahal masalah yang dihadapi sangat beragam dan seringkali sangat spesifik lokal (Waluyanto, 2007). Salah satu penyebab kurang berhasilnya program-program pemerintah dalam menanggulangi kemiskinan warga masyarakat adalah kebijakan tersebut bersifat top down. Di samping itu, upaya pemberdayaan masyarakat desa seringkali sangat bersifat teknis, Kondisi keterbelakangan masyarakat semestinya dipandang secara sistemik dan holistik karena permasalahan yang dihadapi sesungguhnya jauh lebih kompleks dari itu. Seiring dengan hal tersebut, sejak tahun 1990-an muncul gagasan mengenai kesejahteraan (well-being) sebagai penjelmaan dari kondisi pengentasan kemiskinan. Munculnya konsep ini diikuti dengan penekanan pada bagaimana memunculkan kesadaran masyarakat terhadap keadaan dan kekuatan masyarakat itu sendiri, untuk mendukung hal tersebut diperlukan analisis yang bersifat partisipatif yaitu Participatory Rural Appraisal (PRA). PRA merupakan proses interaktif dengan melibatkan masyarakat sebagai sasaran program. Pendekatan ini dikembangkan atas dasar argumen bahwa "orang miskin adalah yang lebih tahu tentang kemiskinan mereka" (Suharyo, 2006).

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan kesadaran terhadap masyarakat mengenai kondisi, kemampuan, dan keterlibatan untuk aktif berperan menyikapi perubahan melalui perspektif sudut pandang dari warga itu sendiri melalui kegiatan partisipatif. Hasil PRA menjadi bahan untuk merumuskan kebijakan pemberdayaan masyarakat yang tepat berdasarkan aspirasi dan kondisi wilayah dan warga masyarakat yang sesuai dengan permasalahan lokal.

Hipotesa awal yang muncul dari hasil pengamatan di lapangan adalah masyarakat mengalami kondisi beragam dan warga yang berada di lingkungan desa cenderung kalah menghadapi perubahan lingkungan dengan masuknya industri ke wilayahnya. Jika hal ini terus berlanjut dikhawatirkan akan terjadi ketimpangan dan kesenjangan ekonomi yang berimbas pada kehidupan sosial masyarakat. Ditambah masih banyak warga yang tercatat sebagai warga miskin yang terdata sebagai GAKIN (Keluarga Miskin), penerima jatah pembagian RASKIN (Beras untuk Rakyat Miskin), serta permintaan pengurusan SKTM (Surat Keterangan Tidak Mampu), dan atau memiliki JAMKESMAS.

Kondisi seperti ini menjadikan masyarakat menjadi tidak lebih produktif namun semakin konsumtif dan lemah. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah Participatory Rural Appraisal yaitu merumuskan model pemberdayaan masyarakat agar mampu mengembangkan kemampuannya sendiri sehingga dapat mengatasi masalah dan mengambil keputusan secara mandiri.. Penelitian ini menjawab beberapa topik yang

berkaitan dengan proses pemberdayaan masyarakat yaitu : kewenangan (power), aksesibilitas terhadap sumberdaya, dan lingkungan yang akomodatif.

Melalui metode ini diharapkan masyarakat akan menyadari memperoleh jawaban solusi untuk mengantisipasi timbulnya perubahan-perubahan dalam masyarakat beserta lingkungannya dan mampu melakukan upaya pembangunan atas dasar pemenuhan kebutuhan masyarakat itu sendiri sehingga masyarakat berkembang secara mandiri, berkesinambungan dan berkelanjutan...

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **Tempat dan Waktu**

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Srimulyo Kecamatan Piyungan Kabupaten Bantul. Dipilihnya Desa Srimulyo berdasarkan pertimbangan berdasarkan keputusan pemerintah untuk mendirikan kawasan Industri di Desa ini sehingga perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui kesiapan masyarakat menghadapi perubahan akibat industrialisasi. Penelitian ini dilaksanakan secara bertahap selama 3 tahun dan pada tahun pertama ini dilaksanakan pada tahun 2017.

### **Bahan dan Peralatan**

Alat-alat penelitian yang digunakan antara lain adalah: Kamera, untuk mendokumentasikan kegiatan. Alat tulis menulis, untuk mencatat data data selama kegiatan. Bahan penelitian - Bahan penelitian antara lain adalah : Plano, kertas yang digunakan untuk catatan dari hasil kegiatan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung melalui observasi serta pengamatan langsung terhadap obyek yang akan diteliti. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung atau data yang tersedia dari pemerintah desa Srimulyo maupun BPS.

### **Obyek Penelitian**

Obyek pada penelitian ini adalah Kelompok Warga Miskin Di Desa Srimulyo Piyungan Bantul Yogyakarta bertujuan untuk memperoleh model pemberdayaan masyarakat yang tepat sasaran dengan berdasarkan pendekatan kriteria yang digali langsung dari masyarakat sebagai sasaran program

### **Tahap Pengolahan Data**

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Masyarakat yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah kelompok masyarakat wanita yang berada pada Desa Srimulyo. Masyarakat tersebut dibagi dalam beberapa kelompok dan tiap kelompok akan berdiskusi untuk mengumpulkan data sesuai dengan teknik yang digunakan, kemudian hasilnya dipresentasikan untuk disetujui bersama sehingga kesimpulan menjadi keputusan bersama.

Data hasil penelitian dianalisis secara kualitatif. Untuk mengetahui permasalahan dan pengembangannya dengan menggunakan metode SWOT secara kualitatif disajikan pada Tabel. 1

Tabel 1. SWOT untuk penentuan faktor

Faktor Internal	Strengths (S)	Weakness (W)
Faktor Eskternal	Kekuatan	Kelemahan
Opportunities (O) Kesempatan	Strategi SO : Strategi yang ditetapkan berdasarkan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya	Stretegi WO : Strategi yang ditetapkan berdasarkan memanfaatkan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada
Threats (T) Ancaman	Strategi ST : Strategi yang ditetapkan berdasarkan kekuatan yang dimiliki komunitas untuk mengatasi ancaman	Strategi WT : Strategi yang ditetapkan berdasarkan kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman

## PEMBAHASAN

### Pembuatan Data Desa

Hasil pengumpulan data melalui *Focus Group Discussion* (FGD) memberikan kesimpulan, bahwa Pada umumnya di desa terdapat lebih banyak kelompok perempuan dibandingkan kelompok lainnya. Partisipasi perempuan pada kelompoknya biasanya tergolong tinggi. Namun pada kelompok yang anggotanya bercampur dengan laki-laki partisipasi perempuan menjadi menurun, dengan anggapan ranah yang lebih teknis atau bersifat lingkungan adalah bagian laki-laki, sehingga kaum perempuan lebih memilih untuk pasif.

Memberikan pendidikan/ pemahaman tentang politik dan kewarganegaraan pada kaum perempuan disamping pendampingan dalam bidang usaha/bisnis. Tingkat keberhasilannya dapat dilihat dari peran serta perempuan (yang didampingi ) pada saat pertemuan di tingkat lebih tinggi seperti dusun, desa, dan kabupaten.

Selain pembekalan terhadap perempuan, laki-laki juga perlu diberi pemahaman mengenai peran-peran serta pentingnya mendengar suara perempuan. Karena ada beban psikologis yang harus ditanggung perempuan bila mereka berada di kelompok dimana partisipannya terdiri dari laki-laki dan perempuan namun saat memberikan suara pendapatnya tidak didengar dalam forum.

### Bagan Mata Pencaharian

Desa Srimulyo terletak di Kecamatan Piyungan, Kabupaten Bantul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Desa Srimulyo terletak di wilayah yang sangat strategis, karena diapit oleh dua desa lain di kecamatan Piyungan dan menjadi gerbang menuju Kabupaten Gunungkidul yang menjanjikan potensi di sektor pariwisata.

Selain letak wilayahnya, Desa Srimulyo memiliki potensi untuk menjadi desa mandiri yang dapat menjadi contoh bagi desa-desa lain di cakupan provinsi D.I. Yogyakarta maupun cakupan nasional. Potensi tersebut sangat ditunjang oleh keberadaan potensi sumberdaya alam hayati yang kaya dan tersebar merata di hampir seluruh wilayah Desa Srimulyo. Potensi sumber daya alam di Desa Srimulyo dapat diolah dan dikelola lebih lanjut guna menghadirkan produk berupa makanan hingga atraksi pariwisata alam yang semuanya tentu berperan sangat penting dalam rangka pengembangan dan pembangunan di Desa Srimulyo secara khusus dan wilayah Kabupaten Bantul secara umum.

Perubahan signifikan terjadi saat terjadi gempa bumi yang menimpa kabupaten bantul tahun 2006 yang mengakibatkan rumah hancur, dan lahan pertanian berubah fungsi sehingga sebagian memilih untuk menjadi pekerja guna penghidupan sehari-hari.

### **Identifikasi Potensi dan Masalah**

Identifikasi adalah suatu proses kegiatan pengumpulan informasi atau data mengenai hal-hal apapun sesuai dengan yang diperlukan oleh peneliti. Tujuan melaksanakan identifikasi adalah untuk menyediakan informasi mengenai keadaan nyata desa yang dilihat dari berbagai aspek pengamatan, baik menyangkut kekuatan-kekuatan yang dimiliki maupun kelemahan yang sedang dihadapi. Identifikasi masalah dilakukan secara partisipatif pada masing-masing atau masyarakat. Identifikasi dilakukan pada saat pertemuan kelompok dengan cara teknik-teknik *Participatory Rural Appraisal* (PRA). Potensi dan masalah

diungkapkan oleh masyarakat secara berkelompok dan disetujui bersama-sama dengan semua kelompok.

Potensi yang dimiliki oleh warga komunitas di Desa Srimulyo adalah sebagai berikut :

- a. Penduduk yang berada dalam usia produktif cukup tinggi sebesar 60% dari jumlah penduduk desa.
- b. Mempunyai lahan yang luas untuk lahan pertanian/perkebunan dan lainnya.
- c. Sudah adanya fasilitas umum yang dimiliki di desa ini seperti sekolah,
- d. masjid, kantor desa, balai desa dan pendukung aktifitas masyarakat seperti jalan yang sudah di aspal, listrik masuk desa dan irigasi.
- e. Adanya lembaga dan kelompok masyarakat yang sudah terbentuk seperti PKK, Karang Taruna, LPMD, Puskesmas.
- f. Masih ada lembaga yang belum maksimal dimanfaatkan seperti PPL dan Kelompok Tani.
- g. Adanya kelompok tani yang sudah terbentuk.
- h. Adanya Kebijakan industrialisasi yang berlokasi di desa.
- i. Panen hasil perkebunan seperti ketela, jagung, kacang yang cukup.

Permasalahan yang dihadapi oleh warga komunitas di Desa Srimulyo adalah sebagai berikut :

- a. Keterbatasan SDM yang memiliki pendidikan dan keahlian cukup untuk mengolah potensi daerah
- b. Daya dorong untuk melakukan inovasi pengolahan masih kurang
- c. Belum optimalnya pembinaan oleh dinas terkait.
- d. Belum optimalnya kegiatan kelembagaan dan koordinasi dengan instansi terkait lainnya.
- e. Keterbatasan penguasaan dan jaringan IT
- f. Kesulitan melakukan publikasi dan promosi daerah
- g. Keterbatasan teknologi pengolahan hasil pertanian
- h. Belum adanya penguasaan perijinan usaha

Berdasarkan data hasil yang didapat berupa potensi dan permasalahan yang telah dipaparkan kemudian dikelompokkan pada kategori faktor-faktor SWOT. Potensi yang berasal dari internal menjadi faktor kekuatan (strengths), sedangkan dari eksternal menjadi faktor peluang (opportunities) bagi masyarakat desa. Permasalahan yang muncul juga dipilah, yang berasal dari internal menjadi faktor kelemahan (weaknesses) dan dari eksternal menjadi suatu faktor ancaman (threats).

Tabel 2. Analisis SWOT

	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Peluang (o)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggunakan lahan yang luas untuk penyediaan bahan produksi usaha</li> <li>- Memanfaatkan potensi alam untuk keperluan pembukaan obyek wisata</li> <li>- Memanfaatkan ketersediaan lembaga untuk mengakses jaringan lebih luas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Meminimalisir kekurangan SDM dengan meminta pelatihan dan pendampingan</li> <li>- Mengurangi kendala teknologi pengolahan hasil pertanian dengan memanfaatkan jaringan Dinas dan Perguruan Tinggi</li> </ul>
Ancaman (T)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggunakan Jaringan layanan akses IT gratis dari kecamatan untuk keperluan publikasi dan promosi potensi desa</li> <li>- Menggunakan keindahan wilayah untuk obyek wisata sekaligus menarik konsumen dan investor ke Desa</li> </ul>	

Berdasarkan hasil analisa SWOT (Tabel. 2), maka dapat dirumuskan langkah – langkah sebagai berikut :

1. Masyarakat memiliki lahan luas yang bisa dioptimalkan untuk membuat ikon produk lokal yang unik dan spesial seperti oleh-oleh khas Desa Srimulyo
2. Masyarakat bisa bekerjasama dengan perusahaan yang nantinya akan didirikan untuk menjadi suplayer bahan baku
3. Pemasaran hasil produk lokal dapat memanfaatkan keberadaan pusat informasi dan layanan akses Internet gratis oleh kecamatan serta pembuatan website atau jaringan online.
4. Pemenuhan teknologi pengolahan hasil produksi lokal dapat bekerjasama dengan dinas terkait dan membentuk jaringan dengan Perguruan Tinggi sebagai sentral Teknolgi dan Ilmu Pengetahuan
5. Meminimalisir keterbatasan kemampuan produksi dikarenakan kekurangan SDM dengan meminta pelatihan dan pendampingan
6. Melakukan inovasi dan pengembangan produk hasil produksi lokal agar menjadi ikon khas daerah
7. Memberikan dukungan dan perlindungan hukum dengan mendaftarkan merk atau ijin usaha ke kemenkumhan.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil Pengkajian Potensi Warga Komunitas dengan Pendekatan Partisipatif di Desa Srimulyo, Kecamatan Piyungan, Kabupaten Bantul dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Potensi yang bisa dikembangkan adalah lahan luas, hasil pertanian dan perkebunan, potensi alam, keberadaan industri, dan pihak terkait.
2. Permasalahan yang dihadapi adalah kekurangan SDM terdidik, keterbatasan teknologi, media promosi, inovasi, dan payung hukum
3. Solusi untuk mengatasi masalah adalah memberdayakan lahan untuk penguatan produksi usaha, memanfaatkan potensi alam untuk pariwisata dan mendatangkan konsumen juga investor, memanfaatkan layana IT kecamatan untuk media promosi, menjalin kerjasama dengan pihak terkait untuk pelatihan dan pendampingan, serta bekerjasama dengan Perguruan Tinggi dalam rangka pemenuhan teknologi pengolahan hasil pertanian perkebunan dan manajemen usaha.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Efendi, T. N. (1993) *Sumber Daya Manusia, Peluang Kerja dan Kemiskinan*, PT. Tiara Wacana, Yogyakarta
- Ala (1981) *Kemiskinan dan Strategi Memerangi Kemiskinan*, Penerbit Liberty, Yogyakarta
- Mikkelsen, B. (2003) *Metode Penelitian Partisipatoris dan Upaya-Upaya Pemberdayaan*, Terjemahan: Mathoes Nalle, Yayasan Obor, Jakarta

- Remi, S. S. Dan P. Tjiptoherijanto (2002) *Kemiskinan dan Ketidakmerataan di Indonesia*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Rusli, S. (1995) *Metodologi Identifikasi Golongan dan Daerah Miskin: Suatu Tinjauan dan Alternatif*, PT. Gramedia Widiasarana Utama dan Institut Pertanian Bogor, Bogor
- Soegijoko, B. T. S. Dan B. S. Kusbiantoro (1997) *Bunga Rampai Perencanaan Pembangunan di Indonesia*, Yayasan Soegijanto Soegijoko, Bandung

**Peningkatan Daya Saing UKM  
Melalui Perancangan Model Pengambilan Keputusan Multi Kriteria  
Dalam Perencanaan Produksi Menggunakan Metode *Game Theoretic Technique*  
(Studi Kasus di UKM Bakpia 808 Minomartani)**

**Puryani, Sutrisno, dan Gunawan Madyono Putro**  
Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik Industri,  
Universitas Pembangunan Nasional ‘Veteran’ Yogyakarta  
Email: [trisno\\_upnvy@yahoo.co.id](mailto:trisno_upnvy@yahoo.co.id)

**Abstraksi**

*UKM Bakpia 808 Minomartani merupakan UKM yang bergerak dalam usaha kuliner dengan memproduksi bakpia dengan aneka ragam rasa, yaitu bakpia original, bakpia kumbu hitam, bakpia coklat, bakpia keju, bakpia durian, dan bakpia nutela. Selama ini UKM mempunyai permasalahan, yaitu sering tidak dapat memenuhi permintaan pelanggan, karena jumlah produksi yang kurang. UKM berkeinginan untuk meningkatkan jumlah produksi, tetapi terkendala dengan modal usaha yang kurang mencukupi. Untuk memecahkan permasalahan tersebut maka penelitian ini akan memaksimalkan jumlah produksi dengan meminimalkan biaya produksi, sehingga jumlah produksi meningkat tetapi tidak memerlukan tambahan modal usaha karena biaya produksinya ditekan seminimal mungkin. Penelitian ini akan menyelesaikan masalah ini dengan cara membangun model pengambilan keputusan multi kriteria untuk mengoptimalkan dua fungsi tujuan yang saling kontradiktif, yaitu maksimasi jumlah produksi dan minimasi biaya produksi. Untuk mencari solusi optimal atau trade-off dari dua fungsi tujuan yang saling kontradiktif tersebut akan dilakukan dengan menggunakan *Game Theorytic Technique*. Penyelesaian optimal yang didapatkan dapat digunakan sebagai perencanaan produksi yang dapat meningkatkan daya saing UKM di pasaran.*

*Kata kunci: pengambilan keputusan multi kriteria, trade-off, game theorytic technique*

## **1. Pendahuluan**

### **a. Latar belakang masalah**

Perencanaan produksi merupakan hal yang penting dilakukan pada suatu industry dalam memenuhi permintaan pasar dari suatu produk. Perencanaan produksi yang optimal akan menghindarkan perusahaan dari kekurangan produksi atau pun kelebihan produksi. Kekurangan produksi akan mengakibatkan kerugian perusahaan yang berupa hilangnya keuntungan karena terjadi *lost sales*, sedangkan kelebihan produksi akan mengakibatkan pengeluaran tambahan berupa biaya untuk menyimpan kelebihan produksi yang tidak terserap pasar.

UKM Bakpia 808 Minomartani merupakan UKM yang bergerak di usaha kuliner jajanan yang didirikan oleh Bapak Ahmad Yusuf pada tahun 2000. Produk yang dihasilkan oleh UKM Bakpia 808 Minomartani adalah bakpia dengan berbagai macam rasa, yaitu bakpia original, bakpia kumbu hitam, bakpia durian, dan bakpia keju, bakpia coklat, dan bakpia nutela. Bakpia yang dihasilkan mempunyai masa kedaluarsa selama satu minggu. Selama ini UKM Bakpia 808 Minomartani sering mengalami kekurangan produksi, dimana permintaan konsumen sering melebihi jumlah produksi dalam setiap



harinya. Keadaan ini sangat merugikan UKM Bakpia 808 Minomartani, karena kehilangan kesempatan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Untuk mengatasi masalah tersebut UKM Bakpia Minomartani berencana untuk meningkatkan jumlah produksi. Untuk meningkatkan jumlah produksi tentunya memerlukan tambahan biaya produksi yang tidak kecil, biaya produksi tersebut akan digunakan untuk menambah bahan baku, peralatan produksi, dan juga jumlah tenaga kerja, padahal UKM Bakpia 808 Minomartani merupakan usaha kecil yang modalnya terbatas. Untuk mengatasi masalah tersebut maka UKM Bakpia 808 Minomartani juga berencana untuk melakukan minimasi biaya produksi, dimana dalam meningkatkan jumlah produksi dilakukan dengan biaya produksi yang seminimal mungkin.

Untuk memecahkan permasalahan pada UKM Bakpia 808 Minomartani maka melalui penelitian ini akan dikembangkan model pengambilan keputusan multi criteria untuk mencari solusi optimal yang merupakan trade-off dari dua fungsi tujuan yang saling kontradiktif, yaitu maksimasi jumlah produksi dan minimasi biaya produksi. Setelah model pengambilan keputusan multi criteria terbangun, dimana model ini merupakan model optimasi yang terdiri dari dua fungsi tujuan yang saling kontradiktif dengan batasan-batasan yang membatasi pencapaian fungsi tujuan yang dioptimalkan. Untuk mencari trade-off dari dua fungsi tujuan yang saling kontradiktif akan dilakukan menggunakan game theoryic technique. Game theoryic technique mempunyai kelebihan yaitu terjadi interaksi antara pelaksana optimasi dengan manajemen perusahaan. Solusi trade-off yang didapatkan pelaksana optimasi akan dimintakan persetujuan dengan manajemen perusahaan, jika manajemen perusahaan setuju dengan solusi trade-off yang didapatkan maka solusi trade-off yang didapatkan menjadi solusi optimal, tetapi jika manajemen tidak puas dengan solusi trade-off yang didapatkan maka dapat dilakukan pencarian solusi trade-off alternatif.

#### **b. Perumusan masalah**

Berdasarkan uraian di atas maka masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana mengembangkan model pengambilan keputusan multi criteria dalam perencanaan produksi di UKM Bakpia 808 Minomartani menggunakan metode *Game Theoritic Technique*.

#### **c. Batasan masalah**

Agar pembahasan masalah lebih fokus terhadap permasalahan yang telah dirumuskan maka dilakukan pembatasan masalah sebagai berikut:

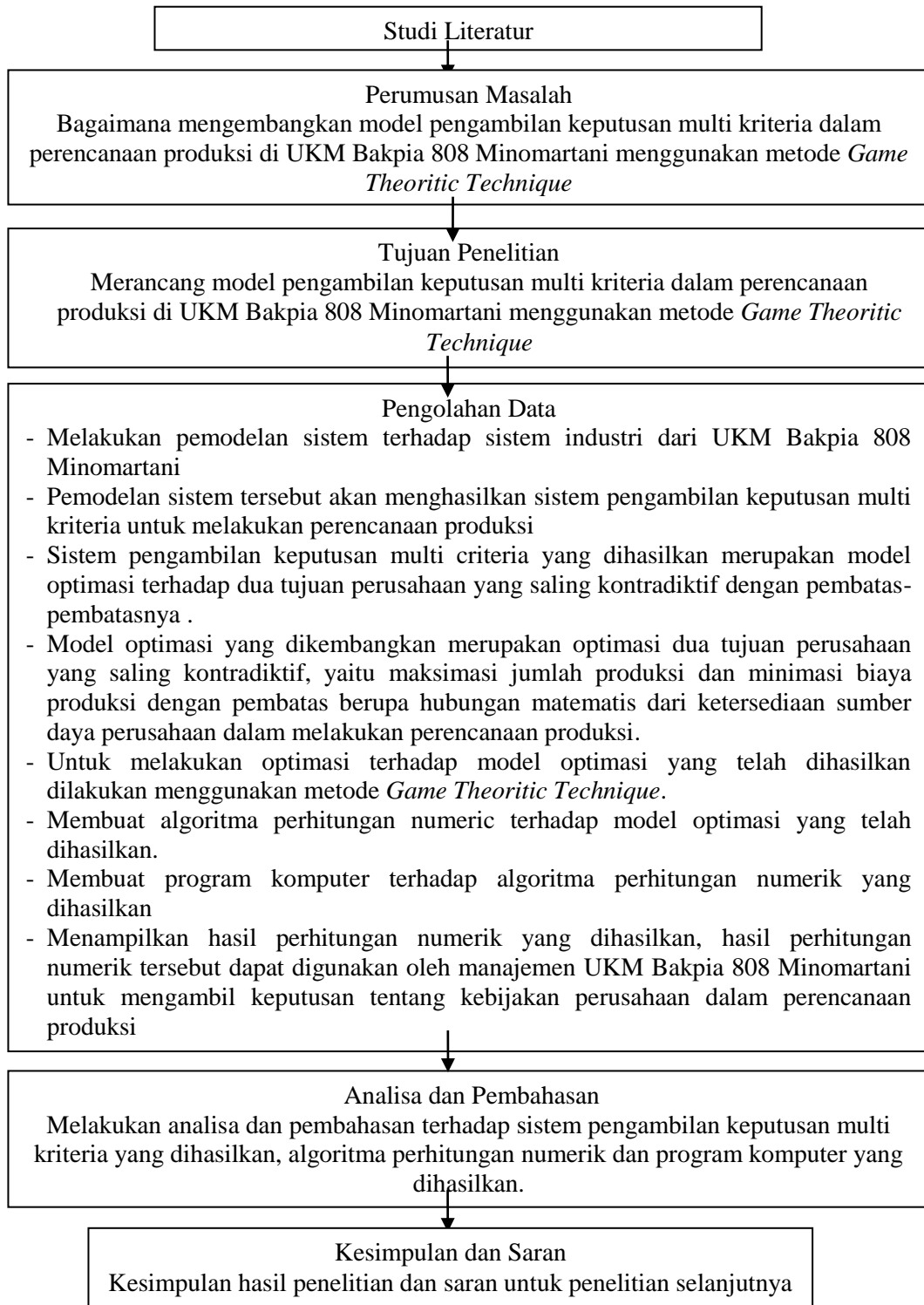
- 1) Perancangan model pengambilan keputusan multi kriteria dalam perencanaan produksi yang dikembangkan merupakan model optimasi yang terdiri dari dua tujuan perusahaan yang saling kontradiktif dan pembatas-pembatasnya.
- 2) Dua tujuan perusahaan yang saling kontradiktif yang menjadi perhatian dalam perencanaan produksi ini adalah maksimasi jumlah produksi dan minimasi biaya produksi.

#### **d. Tujuan penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah merancang model pengambilan keputusan multi kriteria dalam perencanaan produksi di UKM Bakpia Minomartani menggunakan metode *Game Theoritic Technique*.

## **2. Kerangka Penelitian**

Langkah-langkah penelitian yang dilakukan dapat dilihat dalam kerangka penelitian berikut ini.



Gambar 1. Kerangka Penelitian

### 3. Pengolahan Data dan Analisa Hasil

#### a. Pengumpulan data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data kapasitas tenaga kerja, data ketersediaan jam kerja, bahan baku, proses produksi, data pengamatan waktu proses, data jumlah penjualan produk, data biaya produksi, harga jual produk, produksi maksimum masing-masing produk.

##### 1) Data Kapasitas Tenaga Kerja

Data tentang kapasitas tenaga kerja adalah sebagai berikut:

- a) Jumlah tenaga kerja yang terlibat langsung dalam proses produksi saat ini adalah 28 orang.
- b) Hari kerja dimulai hari Senin sampai dengan Sabtu sedangkan hari Minggu dan hari besar merupakan hari libur.

##### 2) Data ketersediaan jam kerja

Jumlah hari kerja yang tersedia pada bulan Juni sampai dengan Agustus 2016 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah Hari Kerja yang Tersedia Selama Horison Perencanaan

Bulan	Jumlah hari kerja
Juni	25
Juli	27
Agustus	25

##### 3) Bahan baku

Bahan baku yang digunakan untuk memproduksi bakpia dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Bahan Baku Bakpia

Bahan Baku / unit dus bakpia	Bakpia Original	Bakpia Kumbu Hitam	Bakpia Coklat	Bakpia Keju	Bakpia Durian	Bakpia Nutela
Tepung Terigu (kg)	0,075	0,075	0,075	0,075	0,075	0,075
Gula Pasir (kg)	0,020	0,020	0,020	0,020	0,020	0,020
Minyak Goreng (liter)	0,038	0,038	0,038	0,038	0,038	0,038
Telur (kg)	0,015	0,015	0,015	0,015	0,015	0,015
Kacang hijau (kg)	0,215	-	-	-	-	-
Kumbu hitam (kg)	-	0,215	-	-	-	-
Coklat Bubuk (kg)	-	-	0,215	-	-	-
Keju (kg)	-	-	-	0,215	-	-
Durian (kg)	-	-	-	-	0,215	-
Nutela(kg)	-	-	-	-	-	0,215

##### 4) Proses produksi

Setiap proses yang dilakukan untuk memproduksi bakpia, terdapat sejumlah operator dan beberapa mesin/alat yang digunakan. Data jumlah operator produksi dan mesin per proses dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Jumlah Operator dan Mesin Produksi

No	Stasiun Kerja	Jumlah Mesin	Jumlah Operator
1	Pengadukan Adonan / Mixer	4	1
2	Pembentukan dan penimbangan kulit	-	6
3	Pembentukan dan penimbangan isi	-	6
4	Pembentukan Bakpia	-	6
5	Pemanggangan / Oven	2	1
6	Pengemasan	-	4

5) Data pengamatan waktu proses

Berikut ini merupakan data rata-rata hasil pengamatan waktu proses tiap stasiun kerja.

Tabel 4 .Waktu Proses Tiap Unit Dus Bakpia

No	Stasiun Kerja	Waktu Proses / unit (Menit)					
		Bakpia Original	Bakpia Kumbu Hitam	Bakpia Coklat	Bakpia Keju	Bakpia Durian	Bakpia Nutela
1	Pengadukan Adonan / Mixer	0,935	0,935	0,935	0,935	0,935	0,935
2	Pembentukan dan penimbangan kulit	7,527	7,527	7,527	7,527	7,527	7,527
3	Pembentukan dan penimbangan isi	4,658	4,389	4,540	4,675	4,178	3,968
4	Pembentukan Bakpia	2,904	3,349	3,128	3,284	3,188	3,058
5	Pemanggangan / Oven	2,043	2,089	2,118	2,109	2,090	2,190
6	Pengemasan	2,434	2,475	2,635	2,680	2,569	2,384
Total Waktu Proses		20,501	20,764	20,883	21,210	20,487	20,062

6) Data jumlah penjualan produk

Berikut ini adalah data jumlah penjualan produk selama 1 tahun terakhir yaitu dari bulan Juni 2016 - Mei 2017.

Tabel 5. Data Jumlah Penjualan Produk (dalam satuan unit)

Bulan	Bakpia Original	Bakpia Kumbu Hitam	Bakpia Coklat	Bakpia Keju	Bakpia Durian	Bakpia Nutela	Total
Juni 2016	2089	1205	1790	870	1598	1413	8965
Juli 2016	2679	1120	1785	912	2184	1129	9809
Agustus 2016	1968	598	1186	1001	1296	1632	7681
September 2016	1709	917	1507	1323	1328	1273	8057
Oktober 2016	2342	1821	1876	998	1514	1000	9551
November 2016	2210	1416	1675	705	1532	1971	9509
Desember 2016	2641	2555	1390	1008	2248	2109	11951
Januari 2017	1899	1907	1176	945	1317	1118	8362
Febuari 2017	2478	1908	2054	1612	2162	2053	12267
Maret 2017	2622	970	578	1010	1180	1219	7579
April 2017	1896	752	798	654	1007	1463	6570
Mei 2017	2374	1045	1023	1103	1859	1226	8630

7) Data biaya produksi

Biaya-biaya yang termasuk dalam biaya produksi adalah biaya tenaga kerja langsung, biaya bahan baku dan biaya overhead pabrik.

8) Harga jual produk

Harga jual masing-masing produk Bakpia 808 Minomartani yaitu sebagai berikut:

Tabel 6. Harga Jual Produk

No	Produk	Harga Jual/ unit dus (Rp)
1	Bakpia original	15.000
2	Bakpia kumbu hitam	15.000
3	Bakpia Coklat	15.000
4	Bakpia keju	15.000
5	Bakpia durian	15.000
6	Bakpia nutela	15.000

9) Produksi maksimum masing-masing produk

Perusahaan memberi kebijakan mengenai jumlah lot maksimal yang diproduksi untuk tiap-tiap jenis produk phia setiap bulannya. Batas maksimal untuk tiap-tiap jenis produk phia setiap bulannya adalah sebagai berikut:

Tabel 7. Produksi Maksimum masing-masing produk

No	Produk	Produksi Maksimum (Lot)
1	Bakpia original	160
2	Bakpia kumbu hitam	95
3	Bakpia Coklat	90
4	Bakpia keju	80
5	Bakpia durian	95
6	Bakpia nutela	90

## b. Pengolahan Data

Pengolahan data yang dilakukan melalui langkah-langkah sebagai berikut:

### 1) Perhitungan biaya produksi

Biaya produksi adalah jumlah dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, dan biaya overhead.

Tabel 8. Hasil Perhitungan Biaya Produksi

No	Produk	Biaya bahan baku (Rp)	Biaya Tenaga Kerja (Rp)	Biaya Overhead (Rp)	Biaya Produksi (Rp)
1	Bakpia original	9.111	1109,11	0,8239712	10.220,78
2	Bakpia kumbu hitam	6.906	1073,38	1,3164515	7.980,55
3	Bakpia Coklat	11.316	1087,75	1,3046713	12.404,90
4	Bakpia keju	11.631	1050,2	1,6943945	12.682,74
5	Bakpia durian	11.631	1058,59	1,0600695	12.690,50
6	Bakpia nutela	13.458	1059,06	1,2017207	14.518,11

### 2) Perhitungan kapasitas jam kerja

Jam kerja di tiap mesin yang tersedia pada bulan Juni 2016 adalah ditunjukkan pada tabel 9 berikut.

Tabel 9. kapasitas jam kerja yang dimiliki perusahaan

No	Mesin	Jumlah Mesin	Jumlah hari kerja	Jam kerja per hari	Total jam kerja yang tersedia	Total jam kerja yang tersedia (menit)
1	Pengadukan	3	25	8	600	36000

	Adonan / Mixer					
2	Pembentukan dan penimbangan kulit	5	25	8	1000	48000
3	Pembentukan dan penimbangan isi	5	25	8	1000	48000
4	Pembentukan bakpia	5	25	8	1000	48000
5	Pemanggangan / Oven	3	25	8	600	36000
6	Pengemasan	3	25	8	600	36000
Kapasitas jam kerja yang dimiliki perusahaan pada bulan Juni 2016						288000

- 3) Proses agregasi data penjualan
- 4) Peramalan data agregat
- 5) Disagregasi data peramalan
- 6) Mengkonversi unit menjadi per lot
- 7) Formulasi Model Matematika

Model matematika yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Min } Z_1 = f_1(X) &= 345126,82X_1 + 191756,12X_2 + 437190,80X_3 \\ &+ 304675,99X_4 + 416572,01X_5 + 218434,56X_6 \end{aligned}$$

⇕

$$\begin{aligned} \text{Max } -Z_1 = -f_1(X) &= -345126,82X_1 - 191756,12X_2 - 437190,80X_3 \\ &- 304675,99X_4 - 416572,01X_5 - 218434,56X_6 \end{aligned}$$

$$\text{Max } Z_2 = f_2(X) = X_1 + X_2 + X_3 + X_4 + X_5 + X_6$$

Batasan

$$X_1 \geq 92$$

$$X_2 \geq 60$$

$$X_3 \geq 57$$

$$X_4 \geq 45$$

$$X_5 \geq 72$$

$$X_6 \geq 63$$

$$519,104X_1 + 502,64X_2 + 509,264X_3 + 493,96X_4 + 493,824X_5 + 495,04X_6 \leq 288000$$

$$X_1 \leq 160$$

$$X_2 \leq 95$$

$$X_3 \leq 90$$

$$X_4 \leq 80$$

$$X_5 \leq 95$$

$$X_6 \leq 90$$

- 8) Algoritma perhitungan numeric untuk mencari nilai optimal menggunakan "Game Theoretic Technique"

Untuk mencari solusi optimal dari model optimasi pengambilan keputusan multi criteria menggunakan “Game Theoretic Technique” menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

a) Fase perhitungan

- Menentukan solusi individual masing-masing fungsi tujuan
- Membuat tabel *pay-off*
- Melakukan normalisasi tabel *pay-off*
- Menyelesaikan permasalahan pada normalisasi tabel *pay-off* sebagai *game theory*
- Membuat formulasi model matematika yang ekuivalen
- Menentukan solusi kompromi (*trade-off*) berdasarkan model matematika ekuivalen yang dihasilkan

b) Fase pengambilan keputusan

Solusi kompromi pada fase perhitungan yang didapatkan pada langkah prosedur komputasi akan diserahkan kepada manajemen UKM Bakpia 808 Minomartani untuk dimintakan persetujuan, apakah manajemen puas atau tidak terhadap solusi optimal yang didapatkan. Jika puas maka solusi optimal tersebut menjadi solusi optimal terhadap permasalahan yang diselesaikan, tetapi jika belum puas maka fase perhitungan akan dilakukan lagi untuk mendapatkan solusi optimal yang baru.

8) Hasil perhitungan numeric

Solusi kompromi atau trade-off yang didapatkan, yaitu  $X_1 = 92$ ,  $X_2 = 60$ ,  $X_3 = 57$ ,  $X_4 = 45$ ,  $X_5 = 72$ , dan  $X_6 = 63$ .

#### 4. Kesimpulan dan Saran

##### a. Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Jumlah produksi yang optimal pada periode perencanaan dengan menggunakan *Game Theoretic Technique* pada bulan Juni, Juli dan Agustus 2017 adalah 3600 unit dus bakpia original, 2160 unit dus bakpia kumbu hitam, 1368 unit dus bakpia Coklat, 1008 unit dus bakpia keju, 1632 unit dus bakpia durian, dan 1440 unit dus bakpia nutela.
- 2) Total biaya produksi yang akan dikeluarkan oleh perusahaan pada bulan Juni, Juli dan Agustus 2017 adalah Rp 125.403.895,00.
- 3) Output produksi yang akan dihasilkan perusahaan pada bulan Juni, Juli dan Agustus 2017 adalah 11208 unit.
- 4) Keuntungan yang akan diperoleh perusahaan pada bulan Juni, Juli dan Agustus 2017 adalah sebesar Rp 42.716.104,00.
- 5) Pemakaian jam kerja perusahaan pada bulan Juni, Juli dan Agustus 2017 secara berturut – turut adalah 84,25%, 78,1% dan 91,58%.

##### b. Saran

Saran – saran yang diberikan kepada perusahaan berkaitan dengan hasil penelitian ini adalah:



- 1) Perusahaan dapat menggunakan metode *Game Theoretic Technique* sebagai solusi untuk menentukan produksi yang optimal dalam perencanaan produksi, karena metode ini dapat mengakomodasi beberapa tujuan yang ingin dicapai.
- 2) Adapun pemakaian jam kerja masih lebih kecil dari kapasitas jam kerja perusahaan yang tersedia, sebaiknya perusahaan mencoba menambah jenis produk (bakpia) baru agar pemakaian jam kerja lebih dapat dimaksimalkan.

## 5. DaftarPustaka

- Gungor, 2000, *Multiple Attribute Decision Making: Methods and Applications in Industries*, Spinger
- Gupta, 2004, *The Psychology of Judgment and Decision Making II*, Elsevier
- Hwang, Y. (1981), *Multiple Attribute Decision Making: Methods and Applications*, Springer
- Indrianti, N., Sutrisno, 2014, *Buku Ajar Pengambilan Keputusan Multi Kriteria*, UPN “Veteran” Yogyakarta, Yogyakarta
- Kleindorfer, 2005, *Sustainable Operations Management, Production and Operations Management, Volume 14, Issue 4, 482-492*
- Maystre , (1994), *Méthodes multicritères ELECTRE*, Lausanne: Presses Polytechniques.
- Muhsin, A. 2014, *Logika Pemrograman dan Dasar Komputer*, Jurusan Teknik Industri UPN “Veteran” Yogyakarta, Yogyakarta
- Plous, (1993), *The Psychology of Judgment and Decision Making*, Penn Libraries, University of Pennsylvania, Amerika Serikat
- Ristono, A. 2011, *Pemodelan Sistem*, Graha Ilmu, Yogyakarta
- Simon, (1983), *Rational decision making in business organizations*, *American Economic Review* 69: 493–513

# ANALISIS PENINGKATAN EKONOMI PERAJIN AKAR KAYU JATI KECAMATAN MARGOMULYO, BOJONEGORO, JAWA TIMUR

**Teguh Kismantoroadji<sup>1</sup>, Sri Kussujaniyatun<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Faculty of Agriculture

University of National Development “Veteran” Yogyakarta

email: [kismantoroadji@gmail.com](mailto:kismantoroadji@gmail.com)

<sup>2</sup>Faculty of Economics dan Business

University of National Development “Veteran” Yogyakarta

email: [sri\\_kussujaniyatun@upnyk.ac.id](mailto:sri_kussujaniyatun@upnyk.ac.id)

## Abstrak

Permasalahan dalam meningkatkan suatu industri ekonomi kreatif harus mencakup beberapa aspek baik internal maupun eksternal, antara lain sumber daya manusia yang kreatif, inovatif, dan cerdas serta manajemen yang kooperatif terhadap pengelolaan bidang bisnis tersebut dari tahap awal produksi sampai pemasaran. Pengembangan strategi peningkatan ekonomi pengrajin berbasis pengolahan akar kayu harus mencakup stakeholder dan shareholder untuk memperkuat pemasaran. Permasalahan terbesar yang menjadi konsentrasi adalah pemasaran yang masih ditangguhkan pihak kedua dan dibeli oleh broker dengan harga yang sangat rendah dikarenakan pengrajin yang minim akan informasi desain dan kreatifitas desain serta tahap akhir finishing yang masih di bawah standar. Metode dasar penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode diskriptif analitik. Analisis data yang dilakukan akan menghasilkan pemetaan. Melihat potensi hasil kayu jati yang sangat besar, pemerintah Kabupaten Bojonegoro berupaya untuk memanfaatkan potensi secara optimal menjadi komoditi industri olahan kayu dan kerajinan yang dapat memberikan nilai ekonomi dan nilai tambah yang tinggi serta memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Hal ini mengindikasikan bahwa adanya kemampuan pengrajin dalam meningkatkan aspek ekonominya dengan baik maka dapat semakin baik perilaku pengrajin dalam berwirausaha.

Kata kunci: Akar kayu jati, pemetaan potensi daerah, peningkatan ekonomi, kewirausahaan.

## Abstract

*Problems in improving a creative economy industry must cover several aspects, both internal and external, such as creative, innovative and intelligent human resources and cooperative management of the business field from the initial stage of production to marketing. Development of an economic enhancement strategy based on wood-based processing craftsmen should include stakeholders and shareholders to strengthen marketing. The biggest problem that became the concentration is marketing that is still suspended by the second party and bought by the broker with a very low price due to the minimal craftsmen will design information and creativity of the design and the final stage of finishing that is still below the standard. The basic method of research used in*

*this research is analytical descriptive method. Analysis of data performed will result in mapping. Given the enormous potential of teak, the government of Bojonegoro Regency seeks to utilize its potential optimally to become a commodity of wood processing industry and craft that can provide high economic value and added value and provide employment for the community. This indicates that the ability of craftsmen in improving the economic aspect well then the better the behavior of artisans in entrepreneurship.*

*Keywords: Teak root, mapping potential area, economic improvement, entrepreneurship.*

## **1. INTRODUCTION**

Permasalahan dalam meningkatkan suatu industri ekonomi kreatif harus mencakup beberapa aspek baik internal maupun eksternal, antara lain sumber daya manusia yang kreatif, inovatif, dan cerdas serta manajemen yang kooperatif terhadap pengelolaan bidang bisnis tersebut dari tahap awal produksi sampai pemasaran. Pengembangan strategi peningkatan ekonomi pengrajin berbasis pengolahan akar kayu harus mencakup stakeholder dan shareholder untuk memperkuat pemasaran. Permasalahan terbesar yang menjadi konsentrasi adalah pemasaran yang masih ditangguhkan pihak kedua atau disebut broker dan dibeli dengan oleh broker dengan harga yang sangat rendah dikarenakan pengrajin yang minim akan informasi desain dan kreatifitas desain yang menjadi tren serta tahap akhir finishing yang masih di bawah standar. Di lain pihak, masalah yang timbul adalah akar kayu dijadikan sebagai sumber ekonomi bagi pengrajin akar kayu namun hasil penjualan tidak mencukupi keadaan finansial pengrajin.

## **2. MATERIAL**

### **2.1 State of the art**

RIP UPN “Veteran” Yogyakarta dalam bidang tata kelola publik memberi arah bagi pengembangan program strategi pengembangan wilayah wisata berbasis pengolahan akar kayu di Bojonegoro. Hal ini sesuai dengan tujuan jangka panjang penelitian ini adalah memberi sumbangan pemikiran dalam khasanah ilmu dan pembangunan bangsa dengan membuat *best practice model* pemanfaatan pengelolaan dengan mempertahankan dan mengembangkan produk akar kayu. Oleh karena itu perlu strategi khusus guna pengembangan produk masyarakat Margomulyo, diantaranya perlu adanya pengetahuan dan pelatihan tentang model dan cara pemasaran, sehingga produk yang dihasilkan oleh para pengrajin dapat bernilai jual tinggi. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan taraf hidup yang lebih baik dan berkualitas.

Dalam hal membangun strategi pengembangan akar kayu diharapkan dapat menjadi keunggulan desa Margomulyo dalam menaikkan taraf hidup mereka. Berkaitan dengan potensi ekonomi pengolahan akar kayu ini perlu suatu pemasaran yang baik. Selama ini pembeli asing dan pembeli dalam negeri membeli hasil olahan

akar kayu tersebut. Dalam hal strategi pemasaran promosi yang dibangun bisa dimulai dengan efek komunikasi dari mulut ke mulut Kussujaniatun, 2006 dan perlu adanya perhatian pemerintah daerah untuk juga ikut serta mempromosikan produk dari masyarakat Margomulyo tersebut.

Strategi berikutnya adalah memperhatikan model dan kualitas produk yang diproduksi, agar bersaing dipasar nasional maupun internasional. Produk yang diproduksi diharapkan dapat bersaing dengan produksi lainnya. Cara yang kami bangun adalah dengan memperhatikan bahan dari akar tersebut dan juga mengajarkan dan mencari model terbaik. Sehingga produk yang dihasilkan bernilai jual tinggi dan mampu bersaing. Selain itu produk yang diproduksi harus memiliki nama brand atau merek, sehingga mudah dikenal dipasaran.

Melihat potensi yang ada di Margomulyo, kami memiliki keyakinan bahwa produk yang akan dihasilkan dapat bernilai ekonomi yang tinggi. Perlu adanya pengetahuan dan pelatihan skill khusus untuk mengembangkan pengrajin. Dalam perkembangan ekonomi di Indonesia perlu adanya strategi khusus untuk mengembangkan pasar produksi, karena telah banyak prodaktor yang bersaing demi mendapatkan keuntungan yang sesuai dengan apa yang mereka hasilkan. Hal ini juga disebabkan adanya kebijakan pasar ekonomi bebas oleh pemerintah.

## **2.2 Strategi Peningkatan Ekonomi**

Keadaan ekonomi warga margomulyo Kabupaten Bojonegoro terlihat memperhatikan, mereka hanya menggantungkan hidup dari hasil akar kayu jati yang mereka produksi menjadi barang barang seperti kursi, meja, dan lain-lain. Akan tetapi barang yang mereka produksi tidak mampu bersaing dengan pasar yang telah ada di luarr daerah tersebut. Oleh sebab itu perlu adanya peningkatan kualitas dan pemasaran kepada para pengrajin. Selain itu, perhatian dari pemerintah daerah sangatlah penting untuk melakukan promosi produk tersebut menjadi produk unggulan dari desa Margomulyo. Dengan adanya promosi tersebut diharapkan dapat mendongkrak pasar yang sebelumnya hanya dari mulut ke mulut menjadi pasar ke pasar. Dalam hal ini produk dapat bersaing di pasar bebas nasional.

## **3. RESEARCH METHOD**

Metode dasar penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode diskriptif analitik, dimana data yang dikumpulkan mula-mula disusun, dijelaskan dan kemudian di analisis (Surakhmad, 1998). Penelitian ini dilakukan dengan cara melakukan survai terhadap responden, yaitu teknik pengukuran yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dengan interview yang sangat terstruktur (Cooper dan Schindler, 2006). Analisis data yang dilakukan akan menghasilkan pemetaan. Penelitian ini dilakukan dengan melakukan analisis terhadap data-data yang tersedia dan survei terhadap pembuat kebijakan yaitu pejabat Dinas Pariwisata, pelaku usaha, pemetaan lingkungan, pemetaan ekosistem, pengkayaan tanaman.

## **4. DISCUSSION**

Kabupaten Bojonegoro mempunyai luas wilayah lebih dari 230.706 Ha, dari luas tersebut 40,67% adalah merupakan hutan (93.833,36 Ha) dan tercatat 59,33% merupakan sawah, tegal, pekarangan, dll (RPJMD, 2013). Sehingga terkandung potensi sumber alam yang sangat potensial diantaranya hasil kayu jati, disamping hasil-hasil produk-produk lainnya. Melihat potensi hasil kayu jati yang sangat besar, pemerintah Kabupaten Bojonegoro berupaya untuk memanfaatkan potensi secara optimal menjadi komoditi industri olahan kayu dan kerajinan yang dapat memberikan nilai ekonomi dan nilai tambah yang tinggi serta memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Kondisi sampai saat ini telah tumbuh dan berkembang usaha di sektor industri olahan kayu diantaranya yaitu Industri meubel, furniture, akar tunggak jati, aneka kerajinan/bubut kayu dan souvenir. Setiap bulan sedikitnya ada 100 truk produk kerajinan limbah akar kayu jati ini yang dikirim ke luar negeri. Itu belum termasuk produk kerajinan dari perajin di luar paguyuban yang juga dikirim ke luar negeri. Pembinaan dan pendampingan yang berkesinambungan masih dibutuhkan, mengingat banyaknya persaingan produk-produk yang semakin kuat di era masyarakat ekonomi ASEAN serta menghadapi pasar global.

Upaya pengrajin untuk meningkatkan usaha :

- a. Promosi, hubungan pembeli yang lama-lama dengan produk baru, dengan desain-desain baru, dengan sampel yang ditawarkan ke buyer.
- b. Jati Aji untuk meningkatkan usaha awal 2017 melalui kerjasama Lion Air – Parcel memberi ruang ke Bojonegoro Margomulyo,
- c. Dislay di Jakarta, Manado, Surabaya boleh menitipkan display secara gratis.
- d. Sebagian produk langsung dibeli Lion (Kontrak putus) : Gantungan kecil (3 dos) = 300/dos, Asesoris (sedang proses pembuatan)
- e. Lion dipromosikan melalui katalog kurang perwakilan ada galeri nya. (Indonesia, Malaysia, Thaliand).
- f. Melalui koperasi dinas dan UMKM, dibangun sebuah galeri oleh bupati. Semua produk dikumpulkan di display, tidak dipungut biaya tapi ketika laku, 10%

Berdasarkan hasil deskripsi variabel penelitian menunjukkan bahwa Perilaku kewirausahaan pengrajin semakin baik diukur dengan adanya peningkatan yang dilihat dari ; a) aspek kemampuan manajerial dilihat dari kemampuan pengrajin dalam membuat perencanaan usaha dalam satu tahun dan kemampuan pengrajin membuat perhitungan rugi/laba, b) aspek percaya diri yang tinggi dilihat dari keoptimisan produk yang dijual dalam jangka waktu tertentu, keyakinan pengrajin akan kemampuan keterampilan dalam membuat produk. Ekonomi ditingkatkan, maka akan memperkuat perilaku kewirausahaan. Hal ini didukung dari hasil deskripsi variabel yang menunjukkan bahwa terdapat peningkatan aspek pasar, hal ini diukur dengan adanya; a) saluran distribusi produk, b) hasil produk yang diekspor, c) jumlah pembeli, aspek jaringan usaha diukur dengan adanya kerjasama yang baik dengan pihak pemerintah atau swasta dalam hal pembinaan dan pelatihan untuk pengrajin, serta aspek sumber dana diukur dengan adanya ; a) kemudahan memperoleh dana, b) jumlah pinjaman dana c) besarnya bunga pinjaman dari pihak perbankan, serta jumlah sumber dana yang dimiliki sendiri. Hal ini mengindikasikan bahwa adanya kemampuan pengrajin dalam meningkatkan aspek ekonominya dengan baik maka dapat semakin baik perilaku pengrajin dalam berwirausaha.

## 5. CONCLUSION

Pentingnya topik ini dibahas menjadi suatu penelitian karena diharapkan masyarakat Margomulyo dengan mengetahui dan menyadari bahwa di daerahnya terdapat banyak potensi terutama dari sisi pemanfaatan akar kayu jati, maka perlu mengkaji lebih lanjut mengenai aspek peningkatan ekonomi dalam mempengaruhi perilaku kewirausahaan pengrajin. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan terdapat pengaruh langsung peningkatan ekonomi terhadap perilaku kewirausahaan. Peningkatan ekonomi memiliki pengaruh langsung terbesar terhadap perilaku kewirausahaan.

Diharapkan masyarakat Margomulyo menjadikan aspek dan aspek peningkatan ekonomi sebagai cara dalam peningkatan perilaku kewirausahaan. Potensi suatu daerah perlu dikelola dengan baik, selain menjadikan daerah tersebut lebih dikenal oleh masyarakat luas maka keuntungan pasti didapatkan oleh masyarakat, yang tentunya didukung dengan perilaku yang semakin baik dari pengrajin dalam berwirausaha. Implementasi dari hasil penelitian ini diharapkan adanya sinergi antara pengrajin akar kayu jati sebagai pelaku usaha, Pemerintah Daerah Kabupaten Bojonegoro sebagai fasilitator, empati masyarakat sekitar, dalam upaya memperkuat perilaku pengrajin dalam berwirausaha sehingga ke depan kesejahteraan masyarakat lebih meningkat.

## 6. REFERENCE

- Cooper, Donald R., dan Pamela, S. Schindler. 2006. *Metode Riset Bisnis, Volume 1*. PT Media Global Edukasi. Jakarta.
- Kismantoroadji, Teguh. 2008 Kajian Program Desa Mandiri Pangan Desa Selopamioro Kecamatan Imogiri Kabupaten Bantul Prosiding Seminar 2010 UPN “Veteran” Yk V
- Kismantoroadji, Teguh. 2008 Community –Based Agri-ecotourism in Kulon Progo and Bantul Regency Prosiding Seminar 2011 UPN “Veteran” Yk V
- Kussujaniatun, Sri. 2006. Efek Komunikasi Dari Mulut ke Mulut Terhadap Sikap dan Niat Membeli Produk Prosesor AMD Athlon DSI Yogyakarta. Penulis sendiri (Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen dan Akuntansi “ BALANCE” Th. III No. 6 Juli 2006, ISSN : 1693-9352).
- Kussujaniatun, Sri. 2007. Analisis Pengaruh Citra, Kualitas dan Kepuasan Terhadap Loyalitas ( Studi Empiris pada BPR Danagung Yogyakarta). Penulis sendiri (Jurnal Bisnis dan Manajemen “ Bisma” Vol. 1 No.1, April 2007, ISSN : 1978-3108)
- Kussujaniatun, Sri. 2008. Pengaruh Pengetahuan Produk, Nilai dan Kualitas yang dipersepsikan terhadap Kepuasan Pelanggan mobil Toyota di Yogyakarta Jurnal

Bisnis dan Manajemen “ Bisma” 2009, Vol 5, No 1. ISSN : 1978-3108. April 2011

Kussujaniatun, Sri. 2009. Analisis Strategi membangun Loyalitas konsumen melalui Differensiasi produk. (Survey pada pengguna sepeda motor “Yamaha Mio” di Kab Sleman) Seminar Nasional V Call for Paper UTY. ISBN: 978-979-1334-25-9, 18 juli 2009.

Kussujaniatun, Sri. 2014. Pengentasan Kemiskinan: Motivasi dan Budaya perempuan dalam mekanisme Pemberdayaan Perempuan berbasis Pendekatan potensi di Kecamatan Berbah Sleman. Seminar Nasional, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Jogjakarta. Proceeding SINAU 3, 2014  
Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kabupaten Bojonegoro Tahun 2011-2018.

Surakhmad, Winarno. 1998. *Pengantar Penelitian Ilmiah: Dasar, Metode dan Teknik*. edisi kedelapan. Bandung: Tarsito (anggota IKAPI)

# **A STRATEGIC MODEL DEVELOPMENT OF CITY BRANDING TOWARD A CREATIVE CITY IN INDONESIA TO IMPROVE LOCAL ECONOMIC DEVELOPMENT**

(A Case Study of Bandung as a Model of a Creative City in Indonesia)

**Prayudi**

**Ninik Probosari**

**Kartika Ayu Ardhanariswari**

*Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Yogyakarta*

## **Abstract**

Global competition to confront ASEAN Economic Community not only gives the chance but also escorts many cities to a big competition that can obtain the investment, potential human resources, and visitors as the capital to develop a city. One of the popular concepts that is now used to respond to that condition in urban planning in Indonesia is the city branding concept. Bandung is one of the cities determined by UNESCO as creative city network in the world especially in design creative field. The support from Bandung City Government to develop the creative economy is given through (i) the development of creative center, (ii) the development of creative area, (iii) appreciation for the creative field, (iv) support in research and development of local products in Bandung that have unique creation, (v) sustainable campaign of Bandung as the creative city, (vi) the provision of creative seminars. Bandung City Government formed an organization called Creative Economy Committee that has higher position to reach the creative forum and community like in Bandung city. The attitude to advance the synergy between the government and ABC is Academics, Business, and Community or the society as the main basis to establish a creative city. With this synergy, the government and community arrange the program related to a creative city. The community needs support from the government and vice versa because this program is conducted together to implement a creative city. Communities turn up, and even our events involved many academic communities that also really support it because they are needed here concerning the theory of creative city development and others. In the context of businessmen, it can be seen that a creative industry that contribute to the community economy in order to grow the creative industry.

**Key Words:** *City Branding, Creative City, Regional Economy*

## **1. Introduction**

In recent times, since regional autonomy develops, many regions in Indonesia applied various ways to show the differentiation of their cities than other regions. By enacting Law No. 21 of 1999 as revised in Law No. 32 of 2004 concerning Regional Administration which is Regional Government is known and called as Regional Autonomy, it shows another perspective to manage a region. One of the objects by implementing this Law is some heads of regional government starts to offer the potentials of their own regions as the effort to improve Regional Original Income (PAD) and generally is expected to improve the community welfare.



It cannot be denied that the success of a region to develop the potentials owned relies on the activity of integrated marketing that is conducted as well. In international level, the marketing program implemented by branding a country has been conducted as an effort to strengthen the identity and as one of the ways to promote the existing potentials. Some of the countries in Asia that have set the country branding are Malaysia with “The Truly Asia”, Singapore with “Uniquely Singapore”, Kuala Lumpur with “City of The Future”, and Indonesia with “Wonderful Indonesia”.

These country brandings are already followed by several cities and regions in Indonesia such as Bali with “Shanti, Shanti, Shanti”, Yogyakarta with “Jogja Never Ending Asia” that furthermore changed into “Jogja Istimewa”, Surakarta with “Solo The Spirit of Java, DKI Jakarta with “ Enjoy Jakarta”.

City Branding can be stated as the strategy of a city or region to make a strong positioning in the mind of a target market, like a positioning of a product of service, so a city can be known regionally and globally. Based on this background, the understanding regarding how the concept of city branding is applied in creative cities in Indonesia is interesting to be researched or studied. The understanding of city branding concept must be improved because there found an indication that the implementation of city branding is still partial only with logo or slogan. Based on this concept, it needs a planning to form a better image to implement the optimal city branding

## ***2. City Branding and Creative City Concept***

Creative city concept as a creative response toward the problems or urban crisis experienced by some cities is to face the economic globalization.

The ideology from the concept of Creative City is to improve the urban environment and to develop the inspiring atmosphere for the creative activities of the community.

To become a creative city, Landry and Bianchini (1995) recommend some important things that can be implemented to develop a city as a catalyst of an individual or creative group. The development of a city also becomes a step to attract the participation of a community by providing a conducive place or media to do the activities.

In the concept of Creative City, there are three important aspects that need to be considered by a city to implement the concept of Creative City such as growth of Creative Economy, maintenance of Creative Class (creative individual or group) and provision of conducive environment to develop the creativity. There is a relation of these three aspects name Creative Class that has a role in the development of creative economy where they themselves create something to produce a product like the intellectual property that has a commercial value. A creative class also needs a conducive and inspiring environment so that they can do creative activities. Environment is also needed to be set as a place for the activities of creative economy where the people can develop their creative products. This relation is able to make these

three aspects important.

Hildebrand Frey (1999) states there are several criteria regarding what should be provided by a good city to fulfill a hierarchy of human needs: a city that can provide the access of services and facilities to people's physical environment needs; a city where the people can build a community to create a conducive social environment; a city that can provide a chance for the society to develop their creative potentials; and a city that is planned properly to make a fun environment aesthetically. The concept of Creative City now is judged as a concept that can become a way to create a good city (Landy, 2006).

### **3. Multi Stakeholder Synergy of the Government, Academics, Businessmen, and Community as a Main Booster of City Branding**

Supports given by Bandung City Government to develop a creative economy can be implemented through (i) the development of creative center, (ii) the development of creative area, (iii) appreciation for the creative field, (iv) support in research and development of local products in Bandung that have unique creation, (v) sustainable campaign of Bandung as the creative city, (vi) the provision of creative seminars, and many others.

Moreover, Bandung City has various industries and trading center with various commodities that become its excellent focus. With guidance, planning, and intensive care, these centers are expected to develop and make a big contribution for the development of Bandung City. In 2012, there were 113 industry centers that have been developed in Bandung. The development of industry centers and trading is through the concept development "competitive district" with a certain field that must be more developed.

Needs to accomplish the economic problems by putting forward the growth of the creative economy is important because the creative economy focuses on economic value added that creates a wide opportunity to the community to find out the solution of the limited capital resources and goods. The existence of some universities in Bandung causes a significant impact toward the quality of human resources by giving training for the actor of creative economy to always innovate to create new inventions that can be accepted by the market.

Bandung in Regulation Urgency Regional Spatial Planning has decided that the industry category that can be accepted is non-polluting industry. With the limited support power and the capacity in the environment of Bandung City, the activities of creative economy is believed to be able to contribute at least to environmental destruction. Creative economy is not the only thing that grows remarkably, but creative tourism is also another creative potential that has a big opportunity to be developed to strengthen the competitiveness of tourist attractions in this country. In the concept of creative tourism, tourists are not only invited to see the ending of the performance but also guided to follow the creation process.

Regional development planning is a process to arrange the steps of the activities that involve various stakeholders for the utilization and allocation of the existing resources. Based on local regulation of Bandung City No. 8 of 2008 concerning Regional Long Term Development Plan (RPJPD) in Bandung in 2005-2025, it is mentioned that RPJMD of Bandung city in 2013-2018 is the third phase of regional long term development. RPJPD in Bandung in 2005-2025 is a guiding rule of regional development that consists of policy and the ultimate goal in development perspective 20 years ahead to implement human welfare in a broad meaning.

Historically since 2012 Bandung has implemented work patterns that focus on the synergy between the government and ABC namely academics, businessmen, and community or society. Community needs support from the government and vice versa because the programs are conducted together to make Bandung a creative city. Even in 2009-2010, Bandung city government started the cooperation with the community in the events that involve many academic communities that also support and are needed such as concerning the theory of creative city development and others. In the context of businessmen, we can see that creative industry that can contribute to community economy. Even the president also plans that creative industry as the back bone of nation's economy. Therefore, with these four synergies, it is really effective to implement the programs that relate to creative city. In 2012, Bandung city government, academics, businessmen, and community agreed to propose Bandung to UNESCO to become one of creative cities in the world. Finally in December 2015, Bandung is decided by UNESCO to become a creative city in design creative field.

#### **4. Conclusion**

From the discussion of this research, it leads to the conclusion that is formulated here namely:

- a) Supports by Bandung City Government to develop the creative economy can be given through (i) the development of creative center, (ii) the development of creative area, (iii) appreciation for the creative field, (iv) support in research and development of local products in Bandung that have unique creation, (v) sustainable campaign of Bandung as the creative city, (vi) the provision of creative seminars.
- b) Bandung City Government forms an institution like Creative Economy Community in which the position is higher to reach the creative forum and community as in Bandung. Therefore, Creative Economy Committee is formed by the Government to guarantee the commitment to be more orderly and also other policies even budgeting problems.
- c) The attitude to put forward the synergy between the government and ABC namely Academics, Businessmen, and Community or society that is the main basis to develop a creative city. With this synergy, the government and community arrange the program that relates to creative city. Communities need to be supported by the government and vice versa because the program is

conducted together to implement a creative city. Communities turn up, and even our event has involved many academic communities that also really support and are needed here in concerning the theory of creative city and others. In the context of businessmen, we can see that creative industry that can contribute to community economy even to grow the creative industry.

- d) There found a community role that is active to support Bandung city to become a creative city namely Bandung Creative City Forum (BCCF), so these forums can become a creative knot that can relate creative communities in that city.
- e) To become a creative city, it needs formula regarding mission and ideas arranged by controlling the strategic environment both external and internal that influence it, strength, weakness, opportunity, and the existing challenges to make it as a creative city.
- f) To formulate the strategic model of city branding, the specialty of every city becomes the ultimate market so that a city can be differed from other regions. This is one of the strategies to achieve the advantages of competitiveness locally, regionally, and internationally.
- g) In the context of businessmen, we can see that creative industry also contributes to community economy. Even the president also plans that creative industry as the back bone of nation's economy.
- h) Every city must involve thorough components of the stakeholders, so the strategy formulation model of city branding can be relevant because the superior potentials are reviewed from various aspects widely, at least respected by the society itself so that they are also responsible to implement it.

## 7. References

- Anholt, Simon. 2007. *Competitive Identity : The New Brand Management for Nation, Cities and Region*. New York : Palgrave MacMillan
- Anholt, S. 2005. *Some Important Distinctions in Place Branding*. Place Branding Vol.1, No.2
- Kavaratzis, Mihalis. 2004. *From city marketing to city branding: Towards a theoretical framework for developing city brands*. Place Branding, Vol. 1, No. 1.
- Anholt, Simon, 2007, *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities, and Regions*, Penerbit Palgrave Macmillan, New York
- Anholt, Simon, 2009, *Handbook on Tourism Destinations Branding*, Penerbit World Tourism Organization and the European Travel Commission, Madrid
- Bandung Tourism Website. (2012). *Experience of Bandung Begins Here*. Tersedia di : <http://www.bandungtourism.com/> [25 April 2012]
- Dinnie, Keith, 2011, *City Branding: Theory and Cases*, Penerbit PALGRAVE MACMILLAN, New York
- Djunaedi, Achmad, 2002, "Pemasaran Kota dalam kaitannya dengan Perencanaan Kota", *Makalah, Seminar Nasional "Peranan Pendidikan Perencanaan di Indonesia: Menjawab Tantangan Perubahan"*, 27 Juli 2002, Yogyakarta

- Kavaratzis, Mihalis, 2004, "From city marketing to city branding: Towards atheoretical framework for developing city brands", *Place Branding*, Vol. 1, No.
- Kavaratzis, M. 2008. *From City Marketing to City Branding; An Interdisciplinary Analysis with Reference to Amsterdam, Budapest and Athens*. Groningen, the Netherlands.
- Kotler, Philip; Donald H. Haider & Irving Rein., 1993, *Marketing Places, Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States and Nations*, The Free Press, New York.
- Keller, Kevin Lane. (2003). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey, Prentice Hall.
- Landry, C. 2006. *The Art of City Making*. London : Earthscan
- Landry, C. 2008. *The Creative City : A Toolkit for Urban Innovators 2nd edition*. Comedia.
- Majalah Marketing. 2015. *City Branding; Brand-brand Kota Baru Bermunculan, Bagaimana Para Kepala Daerah Mencoba Menjadi Top Marketer?*. Gramedia: Jakarta.
- Pasaribu, Rowland B. F. *Pembangunan Ekonomi Daerah*. Alamat laman: <http://docplayer.info/224481-Pengertian-pembangunan-ekonomi-daerah.html> (diakses 23/04/2016)
- Pasaribu, Rowland B. F. *Pembangunan Ekonomi Daerah*.
- Rahmat, Yananda; Ummi Salamah. 2014. *Branding Tempat, Membangun Kota, Kabupaten, dan Provinsi Berbasis Identitas*. Penerbit Makna Informasi: Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. (2004). *The Power of Brand*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Riyadi. (2009). Fenomena City Branding pada Era Otonomi Daerah. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol. 5, No. 1, Maret 2009, pp. 1-6.
- Simatupang, T.M. 2008. *Bandung Kota Kreatif. Sekolah Bisnis dan Manajemen. Institute Teknologi Bandung*. <http://www.slideshare.net/togar/bandung-kota-kreatif-1879114> diakses pada tanggal 7 Mei 2013
- Suyanto, M. 2014. *The Success Secrets of Taiwan's Worldwide Sme In Creative Industries*. Andi Offset: Yogyakarta.
- Sugiarsono, Joko. 2009 (6 Agustus). City branding Bukan Sekedar membuat Logo dan Slogan. Tersedia di :<http://202.59.162.82/swamajalah/sajian/details.php?cid=1&id=9595> [14 April 2012]
- Website Kota Bandung. (2011). Sekilas Kota Bandung. Tersedia di : [www.bandung.go.id](http://www.bandung.go.id) [20 April 2012]

## GENDER ROLE OF WOMEN POLITICIANS

Muhammad Edy Susilo<sup>1</sup>, Nurul Latifatun Nisa<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Department of Communication Science UPN “Veteran Yogyakarta

<sup>2</sup> Department of Communication Science UPN “Veteran Yogyakarta

---

**Abstract.** Quota policies stated that least 30% of women's representation apply to the number of delegates, candidates, and officials. The purpose of this policy is to ensure the implementation of rules that pro to women. This research was conducted in Minahasa, it has the largest number of women representatives of legislative members in Indonesia and in Wonosobo with the least number of women representatives in the legislature in Indonesia. This research uses experimental method. Experiments were conducted to find out how respondents rated female politicians and male politicians. Research shows that male respondents perceive male politics as more capable than female politicians. Female respondents also see male politicians more competent. This is in line with the stereotyping gender theory

**Keywords:** *gender stereotyping, politician, women*

### 1. Background

In a country that embraces a patriarchal value system, such as Indonesia, women's chances to become politicians are relatively limited because of the perception of society about the role-sharing between men and women, which tends to bias towards limiting women's role to domestic affairs

Affirmative action on women in politics is increasingly perfected. It can be examined when Law No. 22 of 2007 concerning Election Organizer stipulates that the composition of election organizers should pay attention to women's representation of at least 30%. The law states that: "The composition of membership of the KPU, Provincial KPU, and Regency / Municipal KPU takes into account women's representation of at least 30% (thirty percent)".

Women's representation in parliament, has not shown expected results. In the 1999 General Election or before the affirmative action was applied, the representation of women in parliament was 9.0%, then in the 2004 elections or after affirmative action, women representation slightly increased to 11.8%. In the next election, in 2009, rose to 18.2% (Mulyono, 2010).

In the legislative election of 2014, it was only able to yield women representation in the legislature as much as 97 seats (17.32 percent) in the House, 35 seats (26.51 percent) in the DPD, and an average of 16.14 percent in DPRD and 14 percent In the district / city DPRD (<http://www.beritasatu.com/nasional/210327-kuota-30-keterakil-perempuan-di-parlemen-gagal-tercapai.html>)

From the 33 provincial DPRD, there is a DPRD whose seats reach 30% for women, namely DPRD North Sulawesi. The highest female seats are in DPRD Kabupaten Minahasa which is 42.86% (15 out of 35 seats) (Republika.co.id). For the lowest seats proportion when there are only 2 women who sit as board members in Wonosobo. The amount means only 4.4% of the total number of 45 board

members.

To explain the phenomena, researcher used the classical rhetoric approach, namely the art of persuasion, ethos, and pathos. Ethos: knowledge and trustworthiness. Pathos that we know as the style of speaking with the aim of touching the emotions are represented by "optimistic", "hopeful", "disturbing", "worrying". Ethos and pathos can also be associated with Marcus's (1988: 1991) research which contains the foundation of emotional messages in political campaigns. The nature of "inspire" and "boring" can be related to the concept of charismatic speech. Also "convincing" and "irrelevant" express acceptance or rejection.

Proactive and effective political communication can manifest a well-known politician and have an opportunity to pick up votes. Popular communicators can more easily influence the communication process (Uchjana, 2007: 27).

Proactive and effective political communication can manifest a well-known politician and have a chance to pick up votes. Popular communicators can more easily influence the communication process. This can be beneficial because politicians who are communicators have a strategic position.

Based on that, this research formulated the research questions to be solved as follows, how much gender stereotyping influenced voters in assessing the political communication ability of the candidate. This study aims to identify gender factors that influence voter while assess candidate's political communication.

## **2. Method**

This study used quantitative research. The research used experimental method. It is intended to provide a description of the gender factors affecting voter appraisal of candidate political communication skills. In the initial stages, the design of questionnaires for experimental research emphasizes the structure of good political speech. The object of the study was asked to assess and give opinions of the elements and structure of the speech that was aired. The scale used is 0-10. Where the number 0 shows the sign strongly disagree and 10 means strongly agree. The speech traits indicator might be reverse in case it needed.

## **3. Finding and Discussion**

Women are majority of the population in Indonesia. Women have the right to partake in political processes that affect them, their families, and their societies. States with enlarged women's participation and leadership in civil society and political parties be likely to to be more comprehensive, responsive, egalitarian, and democratic. When women profoundly participate in peace processes, they can help to expand the scope of agreements and improve the prospects for durable peace.

The comparison presented of an experimental process on respondents who saw a video of a male candidate or saw a female candidate. The overall pattern looks pretty clear. Male candidates are considered by respondents to perform better than female candidates. In six of the nine features, the score for the male candidate is higher. As for the other three indicators of the nature, women candidates achieve higher values even with a thin margin. The nature in question is the assessment of speech content that is considered to have knowledge, give hope, and look optimistic.

**Table 1**  
**Mean Per Gender**

No	Speech Traits	Male Respondents		Female Respondents	
		Female Candidate	Male Candidate	Female Candidate	Male Candidate
1	Knowledgeable	7.00	6.40	7.20	6.40
2	Amusing	3.40	5.80	5.20	6.20
3	Trustworthy	5.00	6.60	5.80	6.60
4	Relevant	7.20	8.00	6.80	7.00
5	Convincing	5.60	5.80	6.40	7.00
6	Inspiring	6.00	6.00	6.60	6.80
7	Comforting	4.40	5.40	5.80	5.80
8	Hopeful	6.80	6.40	7.20	6.60
9	Optimistic	7.00	6.40	8.20	7.40

The data shows that speech looks more amusing, credible, relevant, convincing, inspiring, and reassuring when done by a male candidate in use. Although assessed if the contents of the speech provide knowledge and optimistic tone gives hope, respondents do not consider that women candidates are quite trustworthy of its integrity as a politician. Respondents preferred male candidates who delivered speeches and were considered more convincing.

When gender is included in the analysis, it is found that there are differences between male and female respondents in evaluating candidates of the same sex. One of the initial assumptions of the research is that voters will prefer candidates of their own gender.

There is no clear support for the overall assumption of gender solidarity. Generally there is a small and insignificant difference in how women evaluate male and female candidates. This shows that gender does not seem important to women. Turning to the value of a male candidate, the story becomes different. Men judge male candidates better on most indicators. Two statements in which men judge women's candidates higher are two traits that are the nature of many women's instincts, giving hope and optimism. Although far from significant, men in the study sample considered the speech somewhat tedious and more irrelevant when performed by female candidates.

This study also used an interview to complete the data. It can be seen that the political is not popular among women in Wonosobo. Politics are too strongly identified with men. Many women are active in civic organizations such as Aisyiah and Muslimat NU, but they prefer to remain in the area and not to use their activities or popularity to become legislators.

In the campaign period leading up to the election, women legislative candidates mostly use approaches that reinforce gender stereotypes. One legislative candidate, for example, places herself as a "mother". Mothers are synonymous with gentle and



nurturing traits. This is used as one of the attractions to win the hearts of voters. To further convince the prospective voters with the characteristics of motherhood used the slogan "Pokokke Melu Ibu" which means "Just Join with Mother".

In Minahasa, women politicians also participate in perpetuating gender stereotypes in positive effect. Women's feminine concepts must coincide with affection. If a woman chooses to be a politician and holds a certain position, then her abilities aim to thrive. The value women have is not only nurturing, but includes clear logic and purpose.

Women's leadership and political participation are constrained. Women are understated as voters, as well as in leading positions, whether in elected office, the civil service, the private sector or academia. This occurs despite their proven abilities as leaders and agents of change, and their right to participate equally in democratic governance.

Women might face numerous difficulties to participating in political life. Structural barriers through discriminatory laws and institutions still limit women's options to run for office. Capability gaps mean women are less likely than men to have the education, contacts and resources needed to become effective leaders.

#### **4. Conclusions**

Research suggest that the government or NGO should advocate legislative and constitutional reforms to ensure women's fair access to political spheres as voters, candidates, elected officials and civil service members. It is important to support women's rights, including to vote and campaign free from electoral violence.

Gender stereotypes are still firmly attached to the minds of public. Women are labeled and judged differently from men. At the same time, male and women politicians candidate communicate by perpetuating this stereotype. Then, the concept that women are care and devoted used by politicians to win votes in the elections. We should stand together to upholds women's right to participate in public life and removing barriers to equal participation. Promote gender equality in part by the proportion of women in parliamentary seats.

#### **5. References**

##### Books

- Mulyana, Deddy. (2007). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya.
- Popkin, Samuel L. (1991). *The Reasoning Voter: Communication and Persuasion in Presidential Campaigns*. Chicago: University of Chicago Press.
- Sreberny, Annabelle & Liesbet van Zoonen. (2000). *Gender, Politics and Communication Cresskill*: Hampton Press.
- Uchjana, Onong. (2007). *Ilmu, Teori, dan Fisafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti
- Parawansa, Indar Khofifah (2002) *Hambatan terhadap Partipasi Politik Perempuan di Indonesia*. Jakarta: International IDEA

##### Journals

- Jenssen, Anders Todal & Toril Aalberg (2006) „Party-leader Effects in Norway. A Multi-methods Approach“, *Electoral Studies* 25:

Marcus, George E. (1991) „Emotions and Politics: Hot Cognitions and the Rediscovery of Passion“, *Social Science Information* 32:195-232.

Marcus, George E. (1988) „The Structure of Emotional Response: 1984 Presidential Candidates“, *The American Political Science Review*, Vol. 82: 737-761.

#### Internet

Ramadhan, Hasan. 19 Mei 2014. Menurunnya Jumlah Keterwakilan Perempuan di Parlemen. Tersedia dalam: <http://www.jurnalperempuan.org/menurunnya-jumlah-keterwakilanperempuan-di-parlemen.html>

Puskapol FISIP UI. 9 Oktober 2014. Ini Dia Profil Anggota Legislatif 2014-2019.

Tersedia dalam :

<http://www.republika.co.id/berita/koran/teraju/14/10/09/nd6caa-ini-diaprofil-anggota-legislatif-20142019>

[http://www.dpr.go.id/dokakd/dokumen/makalah\\_STRATEGI\\_MENINGKATKAN\\_KE TERWAKILAN\\_PEREMPUAN\\_\\_Oleh-\\_Ignatius\\_Mulyono.pdf](http://www.dpr.go.id/dokakd/dokumen/makalah_STRATEGI_MENINGKATKAN_KE_TERWAKILAN_PEREMPUAN__Oleh-_Ignatius_Mulyono.pdf)

<https://wonosobokab.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/136>

SM. 21 Maret 2016. Keterwakilan Perempuan Rendah di Legislatif. Tersedia dalam:

<http://berita.suaramerdeka.com/smcetak/keterwakilan-perempuan-rendahdi-legislatif/>

# MODEL DAN POLA COMPUTER MEDIATED COMMUNICATION PENGGUNA REMAJA INSTAGRAM DAN PEMBENTUKAN BUDAYA VISUAL

Oleh :  
Rudi Wibowo  
Edwi Arief Sosiawan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Yogyakarta  
Jl. Babarsari No. 2 Tambakbayan Yogyakarta 55282 Telp.0274-485269 ps.23  
[Rudi\\_ruri@yahoo.com](mailto:Rudi_ruri@yahoo.com) – [edwias@upnyk.ac.id](mailto:edwias@upnyk.ac.id)

## Abstrak

Penggunaan media sosial merupakan bagian dari pola computer mediated communication (CMC) yaitu komunikasi yang dimediasi oleh jaringan internet. Perangkat semula dalam CMC yang bergantung pada komputer kini berkonvergensi dengan media mobile berupa smartphone. Remaja sebagai digital native dan variety seeker merupakan pengguna terbanyak pelaku CMC melalui media sosial Instagram. Remaja bermigrasi dari media sosial yang sebelumnya tidak terfokus pada pesan visual ke dalam Instagram yang terfokus pada pesan visual ketika berhubungan dengan komunikasi lain dalam jejaring sosial. Oleh karenanya pola CMC remaja melalui Instagram mendekonstruksi komunikasi verbal menjadi komunikasi visual. Penelitian ini membaca bagaimana remaja sebagai subjek mendekonstruksi pesan verbal ke dalam pesan visual yang pada akhirnya membentuk budaya visual dalam ruang virtual. Metode yang digunakan mengedepankan pendekatan naturalistik etnografi yang natural untuk mendapatkan fakta yang jujur tentang fenomena pemakaian instagram di kalangan remaja. Kesimpulan yang diperoleh budaya visual yang dilakukan remaja melalui unggahan foto dalam Instagram merupakan upaya remaja memvisualisasikan keberadaan/eksistensi identitas diri mereka dalam konteks moment tertentu dan kesenangan tertentu.

*Keywords: CMC, Visual Culture, Instagram*

## Pendahuluan

Pada awalnya media sosial diaplikasikan dalam bentuk pemakaian *personal computer* namun seiring melajunya konvergensi teknologi, media sosial telah terintegrasi dengan teknologi telepon seluler (ponsel) dalam bentuk *smartphone*. Aplikasi media sosial yang *mobile* ini memudahkan para penggunanya untuk berkomunikasi dan berinteraksi tanpa harus terpaku di depan komputer, oleh karenanya media sosial semakin populer dalam penggunaannya untuk berkomunikasi dan bersosialisasi.

Pada tahun 2014 survey dari AC Nielsen menyebutkan bahwa pengguna Instagram semakin meningkat meninggalkan Facebook dan Twitter. Instagram menduduki peringkat yang lebih tinggi dibanding Twitter dalam 10 aplikasi terpopuler. Instagram dilihat sebanyak 32 juta orang perbulan sedangkan Twitter sebanyak 30,8

juta

orang

perbulan

(<http://www.republika.co.id/berita/trendtek/aplikasi/14/01/01/mypdh6-instagram-bakal-geser-posisi-twitter-1-januari-2015> diakses tanggal 12 Maret 2015).

Instagram adalah aplikasi jejaring sosial berbasis *picture publishing and sharing* yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial. Berbeda dengan Facebook dan Twitter, Instagram menggunakan foto dan video sebagai pesan yang dapat dibaca sebagai sebuah teks. Platform penggunaan Instagram merujuk pada penggunaan media *mobile (smartphone)* untuk mengunggah foto secara spontan yang berbentuk *snapshot* atau foto instan langsung dibagikan ke pada *user* lain.

Salah satu kelompok yang bergantung dan menyukai penggunaan media sosial serta menjadi pengguna terbanyak adalah golongan remaja (*adolscene*). Kompas dalam artikelnya bulan Januari 2014 menyebutkan remaja menjadi pengguna terbanyak media sosial karena mereka adalah generasi Z (lahir 1995-2005) yaitu generasi era *booming* konvergensi media *Information and communication technologie (ICT)*. Hasil survei Frontier Consulting Group Indonesia yang dikutip kompas tersebut menyebutkan perilaku digital remaja Indonesia menunjukkan adanya peningkatan drastis pada perilaku digital remaja hanya dalam kurun waktu satu tahun saja.

Golongan remaja lebih familiar serta memiliki intensitas yang tinggi dalam menggunakan media sosial dikarenakan mereka merupakan generasi *digital native* yaitu generasi yang lahir dan hidup pada perkembangan teknologi digital internet. Oleh karenanya remaja menggunakan media sosial untuk dapat mendokumentasikan setiap aspek kehidupannya melalui berbagai fitur serta fasilitas di dalamnya mulai dari kemudahan berbagi foto dan video, memberitahukan lokasi serta kebutuhan primer mereka berupa percakapan pribadi disertai dengan berbagai macam *emoticon*.

Remaja sebagai pengguna media sosial secara psikologis memiliki karakteristik *variety seeker* (Green, 2005), karakter yang cepat bosan dan selalu mencoba hal baru karena keresahan akan identitasnya. Remaja selalu mencoba hal-hal baru meskipun relatif cepat bosan dan tidak fokus namun justru kuat dalam ikatan dengan kelompok asosiasinya. Remaja cenderung memiliki pengaruh dan terpengaruh perilaku dan keyakinan kelompoknya. Oleh karenanya unsur konformitas menjadi hal utama dalam penggunaan media sosial agar tetap eksis dalam kelompoknya.

Dinamisasi perubahan perilaku remaja dalam penggunaan media sosial tersebut disamping mengikuti *trend* dan popularitas juga mengikuti perubahan gaya dan karakteristik media sosial itu sendiri. Karakteristik Facebook kini semakin tenggelam penggunaannya di kalangan remaja akibat kehadiran Twitter yang membatasi pesan hanya 140 karakter. Twitter mereduksi pengguna remaja Facebook yang semula 94 persen di tahun 2013 menjadi 88 persen di tahun 2014. Facebook dianggap tidak menarik lagi karena banyak orang bergabung di Facebook sehingga tidak lagi elit/prestise, apalagi semakin banyak konten di dalam Facebook yang tidak relevan seperti konten promosi, iklan serta tawaran game yang dianggap mengganggu oleh pengguna budaya visual yang dilakukan remaja melalui unggahan foto dalam Instagram merupakan upaya remaja memvisualisasikan keberadaan/eksistensi identitas diri mereka dalam konteks moment tertentu dan kesenangan tertentu. remaja (<http://sp.beritasatu.com/inovasi/popularitas-facebook-kian-meredup/72551> tgl 22 Desember 2014).

Karakteristik Instagram yang berbeda dengan memberi kesempatan pengguna berekspresi menggunakan foto dalam jejaring sosial juga mengurangi pengguna twitter

di kalangan remaja. Fenomena penggunaan Instagram sebagai media komunikasi mereduksi kata dan simbol verbal menjadi perilaku memotret fenomena menjadi foto. Ini merupakan hal kedua yang menonjol dari maraknya remaja menggunakan Instagram yaitu bahwa simbol foto sudah mewakili apa yang sedang dirasakan, dilihat dan yang akan dikatakan. Simbol yang semula verbal terbatas pada *space* tidak lagi diperlukan. Sedangkan pada sisi lain pesan foto yang terpampang di Facebook tidak fokus pada pesan yang diinginkan sehingga tidak menjadi lebih menarik daripada pesan verbal yang disampaikan.

Peningkatan penggunaan Instagram di kalangan remaja secara komunikasi mengarah pada dekonstruksi pesan verbal dari media sosial populer sebelumnya seperti Facebook, Twitter dan Myspace menjadi pesan-pesan bersifat gambar atau foto. Fenomena dekonstruksi pesan verbal tersebut berada dalam perilaku penggunaan Instagram berupa mengunggah foto, memberikan filter pada hasil foto, melakukan *following* dan *unfollow*, memberikan *like* dan komentar foto yang ada pada jaringan sosial, serta membubuhi informasi pada foto.

Remaja dalam penggunaan Instagram untuk berkomunikasi melalui media mobile (*smartphone*) mengukuhkan bahwa terdapat nilai-nilai, norma-norma serta keyakinan dalam diri remaja dalam unggahan foto mereka yang cenderung membentuk pola budaya visual (*visual culture*) dengan mendekonstruksi komunikasi verbal. Dalam konteks yang lain perilaku komunikasi menggunakan Instagram juga menjadi ajang penyebarluasan budaya visual, dalam hal tersebut Martin dan Nakayama (2003:97-99) menegaskan bahwa budaya tidak akan bisa terbentuk tanpa komunikasi sedangkan pola-pola komunikasi yang tentunya sesuai dengan latar belakang dan nilai-nilai budaya akan menggambarkan identitas budaya seseorang.

Keterikatan timbal balik (*reciprocal*) antara budaya visual dan komunikasi menggunakan media sosial Instagram inilah menjadi dasar asumsi bahwa dalam CMC melalui media sosial Instagram akan mampu membentuk budaya visual di kalangan remaja sementara budaya visual itu sendiri akan berpengaruh pada cara berkomunikasi remaja yang bersifat simulasi dan hiperealitas karena bentuk budaya apapun akan membentuk persepsi seseorang terhadap suatu realitas. Oleh karena itu dalam penelitian ini mengambil rumusan masalah **“Bagaimana pola CMC yang dilakukan remaja melalui media sosial Instagram mendekonstruksi komunikasi verbal menjadi komunikasi visual dalam pembentukan budaya visual oleh remaja melalui ruang simulasi dan hiperealitas dalam Instagram ?”**

### **Computer Mediated Communication**

Secara teknis CMC merupakan bentuk penggunaan berbagai jenis program aplikasi yang digunakan untuk melakukan komunikasi antar dua orang atau lebih dan dapat saling berinteraksi melalui komputer yang berbeda tanpa terkendala jarak, ruang dan waktu, seperti yang disampaikan Herring (1996) dalam Thurlow (15, 2007); *“computer-mediated discourse is the communication produced when human beings interact with one another by transmitting messages via networked computers”*.

Secara faktual dunia proses komunikasi yang berlangsung melalui CMC adalah berada pada wilayah *cyberspace* (secara teknis merupakan aplikasi komunikasi melalui internet berupa jaringan besar yang menggunakan *protocols* untuk melakukan transfer data). *Cyberspace* adalah ruang mutlak terjadinya CMC sehingga secara “virtual”

manusia sebenarnya berada pada ruang tersebut meskipun secara “wujud” berada pada ruang/alam nyata ( *real world* ).

*Cyberspace* ( ruang siber ) sebagai ruang mutlak CMC sebenarnya merupakan istilah yang berasal dari novel William Gibson yang berjudul *Neuromancer* tahun 1984, dalam novel tersebut disebutkan bahwa *cyberspace* adalah halusinasi konsensual yang dialami oleh manusia sebagai bagian dari representasi kompleksitas grafis dari data yang digunakan manusia dalam sistem komputer (Bell, 2, 2007). Oleh karenanya kemudian dianggap bahwa *cyberspace* (ruang maya) bersifat “paralel” dengan dunia nyata yang oleh Benedikt dalam Bell (16:2007) dinyatakan bahwa *cyberspace : the tablet become a page become a screen become a world, a virtual world. Everywhere and nowhere, a place where nothing is forgotten and yet everything changes.*

Dengan demikian CMC terjadi dalam ruang baku *cyberspace* yang merupakan sebuah metafora untuk menggambarkan medan non-fisik yang dibuat oleh sistem komputer. Seperti ruang fisik, dunia maya berisi objek (file, pesan email, grafis, dan sebagainya ) dan berbagai mode transportasi dan pengiriman. Perbedaan pergerakan yang terjadi dalam dunia maya adalah tidak memerlukan gerakan fisik selain menekan tombol pada *keyboard* atau menggerakkan *mouse*. Meskipun terdapat perbedaan diantara *real world* dan *cyberspace* namun dua dunia tersebut sudah *overlapping* dalam kehidupan manusia seperti telah dinyatakan oleh Benedikt di atas. Sehingga dapat dikatakan bahwa sejak penggunaan ruang siber sebagai ruang berkomunikasi maka CMC sudah memasuki era sebagai perilaku komunikasi yang *inevitable* (tak terelakan).

Terdapat tiga kategori teori besar dalam pendekatan teori CMC yang meliputi kategori sebagai berikut ; *Pertama, Cues-Filtered-Out Theories* ; Teori Penyaring Petunjuk ini menggambarkan sekelompok premis yang menyatakan bahwa CMC tidak memiliki isyarat nonverbal, oleh karena itu maka CMC menyumbat pemenuhan fungsi sosial yang biasanya melibatkan isyarat nonverbal tersebut sehingga maka hanya sedikit ikatan sosial-emosi yang terbentuk secara online melalui CMC (Walther, 385, 2009). CMC yang menggunakan ruang siber yang tak berwujud memiliki kelemahan yaitu para pengguna tidak dapat menggunakan gerak tubuh, nada suara dan ekspresi raut wajah. Lebih jauh lagi CMC kurang memiliki norma dan standar sosial yang bersifat similar sehingga mendorong pengguna menjadi lebih agresif dan impulsif. Meskipun CMC tidak mampu dalam memberikan petunjuk sosial-emosi namun CMC lebih mendemokraskan hubungan antar manusia.

Menurut teori penyaring petunjuk, CMC memiliki dampak sosial yang signifikan terhadap hierarki organisasional. Pada interaksi langsung (*face to face*), ada korelasi yang kuat antara hierarki sosial dan jumlah partisipasi pada suatu event dan kondisi tertentu, namun melalui CMC maka hubungan hierarkhi tersebut menjadi hilang. Teori – teori yang turut mendukung premis kategori ini adalah sebagai berikut : a). *Social Presence Theory* ; atau teori kehadiran Sosial yang di kemukakan oleh Shorth, Williams, & Cristie pada tahun 1976 menyatakan bahwa masing – masing media memunculkan perbedaan derajat penerimaan substansi pesan dalam sebuah interaksi (Joseph B. Walther dalam Knapp, 445, 2010). b). *Lack of Social Context Cues* ; masih sejalan dengan teori di atas bahwa dalam proses CMC terjadi sumbatan isyarat individualitas dan perilaku normatif tentang interaksi *face-to-face* yang juga bertransaksi secara nonverbal. Akibatnya, partisipan CMC menjadi *deindividuated*

(tidak menjadi dirinya) dan berkurang rasa norma sosialnya. c) *Media Richness* ; atau teori kesempurnaan media Istilah ini sering digunakan dalam berbagai literatur untuk menandakan media yang multimodal atau media komunikasi yang mendukung beberapa sistem isyarat verbal dan nonverbal. d) *The Social Identity Model of Deindividuation Effects* ; . (Model SIDE) SIDE adalah salah satu perspektif teori yang paling dominan dalam CMC yang menjelaskan bagaimana perilaku kelompok dipengaruhi oleh anonimitas dan *identifiability* (Joseph B. Walther dalam Knapp, 450, 2010). e). *Signaling Theory* ; Perspektif dari teori ini menekankan bahwa dalam proses CMC memperlihatkan terjadinya legitimasi terhadap orang lain dari presentasi dirinya secara online serta cara CMC memfasilitasi presentasi tersebut.

### **Budaya Visual (Visual Culture)**

Budaya visual adalah salah satu wujud kebudayaan konsep (nilai) dan kebudayaan materi (benda) yang dapat segera ditangkap oleh indera visual (mata) serta dapat dipahami sebagai tautan pikiran manusia untuk meningkatkan kualitas hidupnya. Dalam pemahaman Mirzoeff budaya visual atau *visual culture* merujuk kepada peristiwa visual yang informasi, makna atau kesenangan dicari oleh pengguna ketika terhubung dengan teknologi visual (Mirzoeff, 3, 1998). Visual yang dimaksud disini oleh Mirzoeff adalah segala bentuk aparatus yang didesain termasuk yang diperlihatkan atau ditambahkan dalam bentuk alami dari lukisan minyak, produk televisi dan internet. Sedangkan menurut De Certeau (1984 : 37) budaya visual adalah : “ *Description of everyday life, visual culture is a tactic, for " the place of the tactic belongs to the order ". A tactic is carried out in full view of the enemy, the society of control in which we live.* ( budaya visual merupakan sebuah taktik untuk melakukan suatu perlawanan terhadap budaya yang telah ada).

Namun, budaya visual bukan sebatas menangkap kejadian nyata ke dalam media visual. Mirzoeff menyatakan salah satu fitur dari kebudayaan visual adalah ‘visualisasi dari suatu yang tidak visual’. Budaya visual tidak bergantung pada gambar semata, namun kecenderungan untuk menggambarkan atau memvisualisasikan keberadaan (Mirzoeff 2002: 6). Dengan kata lain budaya visual adalah suatu yang dapat “memvisualisasikan” sesuatu, baik itu sesuatu yang tampak maupun tidak tampak. Pemahaman ini didasarkan pada konsep Heidegger (1977) “*The world picture does not change from an earlier medieval one into a modern one, but rather the fact that the world becomes picture at all is what distinguishes the essence of the modern age*” . Budaya visual tidak tergantung pada gambar atau bentuk visual itu sendiri, tetapi dalam konsep modern merupakan kecenderungan untuk memvisualisasikan suatu keberadaan (eksistensi). Visualisasi tersebut menjadikan budaya visual masa modern sangat berbeda dari budaya visual abad pertengahan dengan cirinya yang bersifat umum dan dilakukan oleh kebanyakan manusia.

François Quesnay (Mirzoeff, 2002, 7) mengungkapkan prinsip visualisasi secara umum tidak menggantikan wacana tetapi membuatnya lebih dipahami, lebih cepat dan lebih efektif. Visualisasi memiliki efek paling dramatis dalam berbagai bidang mulai dari bidang medis, bidang komputer yang telah menghasilkan rasa baru kegembiraan serta upaya besar dalam memvisualisasi. Budaya visual memfokuskan pada bentuk visual sebagai tempat diciptakan dan diperebutkan. Budaya barat telah secara konsisten menempatkan sebagai bentuk tertinggi dari praktek intelektual dan melihat representasi visual merupakan ilustrasi kedua tingkat ide. Dalam pandangan Mitchell, teori gambar

berasal dari "kesadaran bahwa spectatorship (tampilan, tatapan, sekilas, praktik observasi, pengawasan, dan kesenangan visual) lebih bermakna dalam karena berbagai bentuk membaca (penguraian, decoding, interpretasi, dan lain-lain) tidak lebih baik dari pengalaman visual 'atau' literasi visual 'yang tidak sepenuhnya dapat dijelaskan dalam model tekstualitas "(Mitchell 1994: 16).

Kebanyakan ahli teori postmodern menyepakati bahwa salah satu fitur khas era posmodern adalah dominasi visual. Kemunculan *virtual reality* dan Internet serta dikombinasikan dengan popularitas televisi, rekaman video dan film menyebabkan tren budaya visual ini tampaknya akan terus berlanjut. Salah satu tugas pokok budaya visual adalah untuk memahami bagaimana gambar yang kompleks datang bersama-sama. Mereka tidak diciptakan dari satu medium atau satu tempat tetapi mengarahkan perhatian menjauh dari hal yang terstruktur seperti tampilan formal bioskop dan galeri seni sebagai sentralitas pengalaman visual dalam kehidupan sehari-hari. Namun, pengalaman visual terjadi selain pada saat-saat formal terstruktur mencari tetapi juga meliputi hal-hal yang tak berstruktur dan tak formal.

## **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan konstruktivis – interpretatif berdasar pada asumsi realitas yang beragam yang bersifat subjektif dengan sifat naturalistik apa adanya. Metode penelitian yang digunakan adalah eksplorasi – etnografi. Penelitian eksploratif dimaksudkan untuk melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu secara faktual dan cermat. Sifat penelitian eksploratif yang deskriptif menitikberatkan pada suasana alamiah yang memaparkan situasi atau peristiwa. (Rakhmat, 45, 1999 ). Sedangkan metode etnografi merupakan metode yang biasa digunakan dalam etnografi, melingkupi wawancara, maupun pengalaman pribadi. Melalui metode etnografi akan dapat terungkap komitmen untuk menjadi lebih 'jujur' terhadap kehidupan masyarakat (Sauko, 2003:56).

Subjek dalam penelitian ini adalah remaja awal dan akhir yaitu mereka yang berada pada usia 16 tahun hingga 18 tahun sebagai *digital native* yang lebih banyak menggunakan media sosial Instagram dan menjadi perhitungan tersendiri agar dicapai kedalaman dalam penelitian ini. Dalam menganalisis penelitian terlebih dahulu akan melakukan klasifikasi, diverifikasi dan diinterpretasikan. Analisis ini pada prinsipnya bertujuan untuk menyederhanakan sekaligus menjelaskan bagian-bagian dari keseluruhan data melalui langkah-langkah klasifikasi dan kategorisasi sehingga tersusun rangkaian deskripsi yang sistematis. Pengujian validitas data dilakukan dengan teknik triangulasi, yaitu pengujian meminta sumber lain sebagai pembanding untuk lebih meyakinkan pernyataan yang ada. Pengujian ini dilakukan melalui diskusi dengan para ahli *culture studies*, komunikasi sosial dan ahli psikologi.

## **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Penelitian ini menggunakan tradisi penelitian paradigma kualitatif dengan pendekatan etnografi sebagai upaya penggambaran (mendeskripsikan) suatu budaya atau cara hidup orang-orang dalam sebuah komunitas tertentu yang dimaknai sebagai penulisan artifak budaya. Pendekatan etnografi digunakan untuk lebih melihat aktivitas subjek penelitian yang nyata namun berada pada dunia virtual. Oleh karena itu untuk lebih memudahkan dalam perolehan data penelitian yang akurat maka penelitian ini



menggunakan pendekatan etnografi yang bersifat virtual atau dapat dikatakan netnografi.

Secara prosedural alur penelitian etnografi virtual dalam penelitian ini menggunakan prosedural penelitian etnografi yang dikembangkan oleh Spradley (2016). Sebagaimana sebuah penelitian etnografi yang mengedepankan naturalistik dalam mendapatkan data yang bersifat deskriptif, maka penelitian ini memanfaatkan teknik pengumpulan melalui dua instrumen pengumpulan data kualitatif khas dan primer dalam etnografi virtual

Informan dalam penelitian ini adalah remaja yang bisa menjawab tentang posisi mereka sebagai remaja dan juga mereka yang bisa menjelaskan pertanyaan dari peneliti terkait dengan kontribusi mereka dalam melakukan aktivitas melalui media sosial Instagram. Para informan dalam penelitian ini adalah mereka remaja usia 16 tahun hingga 18 tahun, yaitu remaja awal dan remaja akhir. Pemilihan subjek penelitian adalah remaja menjadi pertimbangan tersendiri mengingat remaja adalah mereka yang lahir setelah tahun 1996 yaitu mereka yang sering disebut sebagai *digital natives* atau *net generation*, suatu generasi yang lahir setelah adanya teknologi internet. Subjek penelitian remaja lebih fasih dan berkompoten dalam menggunakan media sosial Instagram serta secara statistik adalah pengguna terbanyak dalam penggunaan Instagram.

Penelitian ini memadukan antara hasil wawancara dengan konten atau isi foto yang digunakan sebagai ekspresi budaya visual mereka. Melalui foto yang diunggah subjek penelitian akan dianalisis menggunakan pendekatan analisi isi agar di dapatkan kecenderungan subjek penelitian dalam menyampaikan pesan-pesan dalam bentuk foto sebagai simbol yang mereka gunakan.

Melihat perilaku penggunaan instagram oleh subjek penelitian maka dapat di lihat dalam beberapa aspek seperti lama mengenal dan menggunakan media sosial Instagram, durasi menggunakan Instagram, jenis foto yang diposting serta alasan memposting foto-foto yang ada dalam akun Instagram subjek penelitian. Dari 30 subjek penelitian didapatkan fakta-fakta mengenal dan penggunaan media sosial Instagram sebagai berikut :

**Tabel 1. Penggunaan Media Sosial Instagram**

NO	LAMA KEPEMILIKAN AKUN	JUMLAH	%
1.	1 tahun	4	13,3
2.	2 tahun	11	36,67
3.	3 tahun	10	33,33
4.	Lebih dari 3 tahun	5	16,67
		30	100

Sumber : data primer

Tabel 1, menunjukkan bahwa mereka sudah lama mengenal Instagram yang ditunjukkan bahwa 70 persen dari subjek penelitian telah mengenal dan menggunakan Instagram. Merujuk pada tahun 2014 sebagai awal *boomingnya* Instagram di Indonesia adalah seiring dengan perkembangan keremajaan para subjek penelitian yang saat itu yang usianya antara 12 hingga 13 tahun.

Para remaja yang menjadi subjek penelitian umumnya mengenal Instagram dari saudara dekat dan teman-teman mereka. Sehingga dapat dilihat disini bahwa para remaja mengenal Instagram melalui proses interaksi yang tentunya berujung kepada sosialisasi. Oleh karena itu maka istilah “*digital native*” pada remaja kelahiran pasca tahun 1996 kurang mengena dalam konteks ini dikarenakan para remaja bukan begitu saja mampu menggunakan media sosial Instagram melainkan melalui proses sosialisasi yang berlangsung dalam bentuk interaksi.

Sosialisasi Instagram sendiri mudah terjadi di kalangan remaja mengingat Instagram adalah media sosial ber-*platform* telepon seluler. Kebutuhan berkomunikasi dan berinteraksi menggunakan telepon seluler tentunya tidak bisa diabaikan dari kehidupan remaja. Penggunaan ponsel sebagai media komunikasi telah menjadi gaya hidup masyarakat termasuk remaja sehingga penyebaran media sosial Instagram tidak bisa diabaikan. Pada sisi lain adanya kebutuhan akan eksistensi diri melalui interaksi dan komunikasi juga semakin meningkat seiring perkembangan psikis dan aktivitas yang dibutuhkan oleh remaja. Hal inilah yang kemudian menjadi salah satu faktor semakin mudahnya sosialisasi penggunaan Instagram di kalangan remaja.

Durasi dalam penggunaan Instagram oleh remaja sebagai subjek penelitian umumnya memerlukan waktu dari 2 jam. Oleh karena itu rata-rata remaja sebagai subjek dalam penelitian ini tergolong *heavily user* atau pengguna berat. Durasi penggunaan media sosial Instagram tersebut umumnya digunakan untuk media komunikasi dan presentasi diri. Durasi penggunaan yang dimaksud adalah 2 jam lebih dari 16 jam waktu untuk beraktifitas selama satu hari. Fenomena ini menunjukkan bahwa remaja selalu terkoneksi secara daring (*online*) melalui media sosial Instagram baik untuk berkomunikasi ataupun melakukan presentasi dan ekspresi diri. Bila diperbandingkan secara hitungan menit maka perilaku penggunaan Instagram oleh remaja subjek penelitian adalah rata-rata setiap 8 menit melakukan akses ke media sosial Instagram.

Setiap akses yang dilakukan remaja subjek penelitian adalah melakukan aktivitas mengecek tanggapan dari postingan foto mereka, atau melakukan aktivitas pengunggahan foto sebagai visualisasi simbol diri mereka. Aktivitas akses lain yang dilakukan oleh remaja subjek penelitian adalah melakukan *direct message* (DM) pesan langsung untuk berkomunikasi dengan pengguna lain yang menjadi *followers* mereka yang bertema tentang persoalan sehari-hari mereka.

Temuan lain yang menarik dari hasil penelitian ini adalah semua remaja sebagai subjek penelitian menggunakan identitas asli dalam akun Instagram mereka. Mereka justru tidak menyukai penggunaan identitas karena berpengaruh pada identitas branding bagi mereka. Selain itu alasan menggunakan identitas asli adalah karena remaja subjek penelitian lebih nyaman dengan identitas asli mereka tanpa perlu menggunakan nama samaran atau alias di akun Instagram. Menggunakan identitas asli, remaja subjek penelitian akan mudah dikenali oleh pengguna lain. Pada sisi lain remaja subjek penelitian menginginkan kejujuran dalam ekspresi maupun presentasi diri mereka agar dapat mendapatkan tanggapan positif dalam bentuk *like* dan *comment* dari pengguna lain yang menjadi *followers*.

Tanggapan positif yang dimaksudkan merupakan tanggapan atas unggahan foto ekspresi yang dilakukan remaja. Dari sumber data primer diperoleh fakta bahwa remaja subjek penelitian lebih dominan mengunggah foto dalam bentuk *selfie* (swafoto). Unggahan yang berbentuk foto *selfie* tersebut berhubungan dengan identitas asli yang digunakan oleh remaja sebagai subjek penelitian. Swafoto merupakan ekspresi spontan yang ditunjukkan berkaitan situasi diri remaja untuk menyampaikan suatu pesan menggunakan diri mereka beserta atributnya. Oleh karena itu jika identitas palsu digunakan sementara *selfie* sebagai bagian pesan berbeda akan dianggap sebagai *fake* yang justru akan mendapatkan respon negatif dari para pengguna lain yang menjadi *followers*nya.

**Tabel 2. Penggunaan Media Sosial Instagram**

<b>N O</b>	<b>LAMA KEPEMILIKAN AKUN</b>	<b>JUMLA H</b>	<b>%</b>
1.	Selfie	13	43,3
2.	Groufie	4	13.3
3.	Pemandangan dan Wisata	5	16.7
4.	Moment activities	3	10
5.	Foto Random	5	16.7
		30	100

**Sumber : data primer**

Pengunggahan foto *selfie* yang dilakukan remaja subjek penelitian lebih berorientasi sebagai cara menunjukkan eksistensi mereka dalam bentuk ekspresi diri tentang apa yang mereka lakukan. Artinya disini bahwa remaja sebagai pengguna Instagram melakukan presentasi diri dengan menunjukkan aktivitas mereka sebagai simbol identitas diri dihadapan para *followers*. Kecenderungan tersebut juga similar dengan unggahan foto-foto mereka dalam kategori lain seperti foto *groufie*, *lanscape* dan *activites* serta random. Semua jenis kategori diekspresikan untuk merepresentasikan identitas diri mereka melalui simbol yang melekat dalam diri mereka dan di luar diri mereka.

Secara sudut pandang psikologis presentasi remaja melalui kategori unggahan foto lebih ditujukan untuk menunjukkan identitas diri mereka. Instagram sebagai media sosial yang menonjolkan foto dan video (simbol visual) mampu digunakan remaja untuk membandingkan diri mereka yang realistis dengan versi foto sebagai bentuk visualisasi diri yang tidak realistis. Remaja subjek penelitian dapat memanipulasi visualisasi diri mereka bahkan dapat juga membuat identitas diri baru yang digunakan sebagai presentasi diri mereka dihadapan orang lain khususnya para *followers*.

Alasan yang dominan para remaja merasa nyaman dengan cara visualisasi diri bahkan membuat identitas baru karena mereka menganggap media sosial Instagram mampu memenuhi aktualisasi diri mereka melalui moment-moment yang mereka anggap penting serta dapat dengan mudah di *share* (dibagikan) pada pengguna lain untuk mendapatkan pengakuan secara instant melalui *comment* dan *like*.

Fakta-fakta hasil penelitian di atas menggarisbawahi bahwa terdapat perbedaan praktek budaya antara fotografi tradisional dengan fotografi menggunakan media sosial Instagram. Menggunakan logika Bourdieu (1996), praktik fotografi tradisional didasarkan pada kepemilikan kamera untuk menghasilkan foto sebagai ritual domestik yang diabadikan dan disimpan dalam album foto untuk tujuan mengingat kembali momen-momen tertentu. Sedangkan praktik fotografi pada Instagram tidak lagi didasarkan pada kepemilikan kamera, namun multi media dalam hal ini diwakili oleh telepon seluler (ponsel) atau gawai.

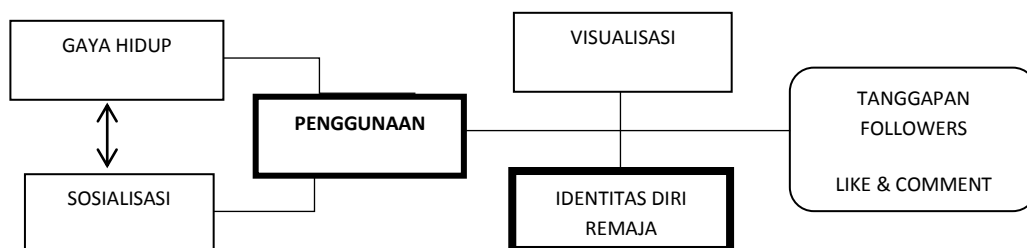
Gawai ataupun ponsel merubah bentuk komunikasi dan interaksi remaja subjek penelitian melalui perilaku keseharian yang selalu membutuhkan perangkat tersebut. Remaja subjek penelitian menjadikan gawai/ponsel sebagai media pokok dan gaya hidup yang dibutuhkan dalam perilaku sehari-hari khususnya dalam perolehan informasi dan memproduksi informasi. Salah satu produk informasi adalah unggahan foto yang digunakan untuk menyampaikan informasi dengan dominansi informasi seputar diri remaja.

Ponsel atau gawai sebagai alat utama Instagram telah merubah pratik fotografi yang rumit menjadi praktek fotografi yang mudah yaitu *take, edit, and share* dalam mereplikasi suatu peristiwa atau objek. Walaupun demikian penggunaan media sosial Instagram dengan alat utama ponsel/gawai tetap tidak mampu secara signifikan menghilangkan determinisme kelas. Kepemilikan ponsel di kalangan remaja subjek penelitian juga menyisakan adanya perbedaan kelas, pemilihan berbagai ponsel/gawai yang menyatu dengan kamera serta pertimbangan kualitas untuk pemilihan foto beserta situasional objek yang di foto beserta lingkungan yang akan diunggah menunjukkan adanya perbedaan kelas.

Praktek memotret melalui pesan visual (foto) pada Instagram memberikan kemudahan dan tanpa keterampilan khusus bagi remaja pengguna. Artinya Instagram menghilangkan edukasi dalam penggunaannya tidak seperti praktek fotografi tradisional. Instagram yang mengutamakan penerbitan instan dengan menekankan sifat *mobile* sehingga mendekatkan dan memudahkan praktik fotografi dan menjadi menjadi praktik budaya yang melekat dalam keseharian remaja.

Praktek mengunggah foto sebagai simbol visual oleh remaja subjek penelitian memang mengarah kepada budaya visual yaitu mengarahkan pada visualisasi peristiwa yang diberi makna untuk mendapatkan kesenangan berupa penghargaan atas presentasi diri mereka melalui keterhubungan mereka pada teknologi instagram sebagai media sosial. Dominansi pada unggahan foto selfie mengukuhkan jika remaja memang berusaha untuk memvisualisasikan suatu keberadaan (eksistensi) diri mereka dengan membuat visualisasi yang lebih mudah dipahami, ditampilkan secara cepat dan menimbulkan rasa kesenangan akan visualisasi foto yang diunggah tersebut.

Dengan demikian maka model dan pola CMC dalam pembentukan budaya visual adalah sebagai berikut :



## Gambar 1. Model dan pola CMC remaja dalam membentuk budaya visual

### Kesimpulan

Budaya visual yang dilakukan remaja melalui media sosial Instagram adalah merupakan bagian dari gaya hidup dalam penggunaan teknologi komunikasi berupa ponsel/gawai yang terjadi melalui ruang sosialisasi interaksi di kalangan remaja dengan lingkungannya. Media sosial Instagram selain merubah pola komunikasi dan interaksi remaja juga membudayakan remaja untuk menunjukkan eksistensi dan presentasi diri mereka melalui unggahan foto.

Unggahan foto dalam Instagram sebagai representasi eksistensi dan presentasi diri remaja yang lebih dominan digunakan untuk orientasi identitas diri mereka. Foto dalam Instagram sebagai simbol digunakan untuk menunjukkan diri remaja dalam kehidupan nyata serta manipulasi diri mereka secara virtual yang secara positif menginginkan tanggapan akan pengakuan identitas diri mereka dihadapan pengguna lain sebagai *followers*. Oleh karena itu budaya visual yang dilakukan remaja melalui unggahan foto dalam Instagram merupakan upaya remaja memvisualisasikan keberadaan/eksistensi identitas diri mereka dalam konteks moment tertentu dan kesenangan tertentu.

Saran yang diberikan dalam penelitian ini adalah literasi media sosial perlu diberikan kepada remaja sebagai digital natives agar mampu beretika dalam bermedia sosial serta terhindar dari dampak negatif penggunaan media sosial seperti kejahatan cyber, net bullying atau perilaku kriminal lainnya.

### DAFTAR PUSTAKA

- Bourdieu, Pierre , 1996, *Photography: A Middle-Brow Art Paperback – March 1, 1996*, Stanford University Press
- De Certeau, Michelle, 1984, *The Practice of every Day Life*, Berkely, Los Angeles
- Green, W, Lawrence.et.al, 2005, *Health Education Planing A Diagnostik Approach*, The Johns Hapkins University: Mayfield Publishing Company, 2005
- Heidegger, Martin, 1977, *The Origin The Work of Art*, Garland Publishing
- Knapp, ML, JA Dally, 2010, *Handbook Of Interpersonal Communication*, Sage Publication
- Mitchell, WJT, 1994, *Iconology: Image, Text, Ideology*, Chicago: U of Chicago P
- Mirzoeff, Nicholas (ed.), 2002, *The Visual Culture Reader*, second edition, London&New York:Routledge
- Martin, Judith, Thomas Nakayama, 2003, *Interculture Communication in Context*, US, McGraw Hill Companies
- Saukko, Paula, 2003, *Doing Research in Cultural Studies*, London, Sage Publication

Spradley, James, 2016, *The Ethnographic Interview*. Belmont, CA: Wadsworth.

Thurlow, Crispin etc, 2007, *Computer Mediated Communication*, Sage Publications, California

Walther, J. B., & Jang, J.-W., 2009, *Communication Processes In Participatory Web Sites*. *Journal Of Computer-Mediated Communication*, 18, 2-15. doi:10.1111/j.1083-6101.2012.01592.x

<http://sp.beritasatu.com/inovasi/popularitas-facebook-kian-meredup/72551> tgl 22 Desember 2014 diakses tanggal 21 Januari 2015

<http://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3834/Siaran+Pers+No.+17-PIH-KOMINFO-2-> diakses 25 Januari 2015

(<http://www.infospesial.net/40137/bosan-dengan-facebook-banyak-remaja-beralih-ke-instagram/?mobile=0>) tgl 9 Oktober 2014

<http://www.republika.co.id/berita/trendtek/aplikasi/14/01/01/mypdh6-instagram-bakal-geser-posisi-twitter> 1 januari 2015 diakses tanggal 12 Maret 2015

**PENGARUH KUALITAS PENYULUHAN DAN PEMAHAMAN PAJAK  
TERHADAP RESPON KEPATUHAN WAJIB PAJAK  
USAHA KECIL DAN MENENGAH DI DIY**

**Hiras Pasaribu**

UPN "Veteran" Yogyakarta; *E-mail*: pasaribuhiras@yahoo.com

**Asep Saefudin**

UPN "Veteran" Yogyakarta; *E-mail*: aasaepudin52@yahoo.co.id

**Alp. Yuwidianoro**

UPN "Veteran" Yogyakarta; *E-mail*: Yuwialip@yahoo.co.id

*Abstract*

*Small and Medium Enterprises (SMEs) have limited resources, therefore it is necessary to mediate not only the understanding of taxation, but can help to develop business management, so that SMEs get the ease of developing the business and will have a positive impact on SME players. Thus Taxpayers will respond positively to tax pay compliance. This research will continue the development of SME governance. However, the first year of this study will first see the quality of education and understanding of the taxpayer, with the aim is, to determine the effect of the quality of extension services tax and tax understanding of the taxpayer compliance response. The method used is an eplanatory survey of 100 SMEs in Yogyakarta. To get data using questionnaire. By sending a questionnaire by post or e-mail, many respondents do not return it, then do it directly collect from the respondent. Data Testing is done by Partial Leas Squar (PLS) method. PLS does not assume any particular distribution for parameter estimation, so no parametric technique is required to test parameters. The result of this research conclude that the quality of service of tax service influence but very low to taxpayer compliance, while the understanding of taxpayer has a significant effect on taxpayer compliance.*

*Keywords: Service, Comprehension and taxpayer compliance*

## **1. PENDAHULUAN**

Ketidakpatuhan wajib pajak dalam membayar kontribusi wajib kepada negara yang terutang disebabkan oleh tata kelola usaha yang kurang baik, karena tidak adanya standar operasi UMKM serta kurangnya pemahaman wajib pajak mengenai sistem informasi akuntansi pajak. Tata kelola adalah seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengurus (pengelola) perusahaan, pihak kreditur, pemerintah, karyawan, serta para pemegang kepentingan internal dan eksternal lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka; atau dengan kata lain suatu sistem yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan (FCGI, 2006).

Sistem informasi akuntansi hanya diterapkan di perusahaan-perusahaan besar. Sedangkan UMKM yang berkontribusi besar terhadap perekonomian Indonesia sebesar 90% belum menerapkan sistem informasi akuntansi. Padahal kontribusi UMKM yang cukup besar terhadap PDB Indonesia merupakan potensi sumber pajak penghasilan

yang cukup besar. Menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, kontribusi sektor UMKM terhadap pendapatan domestic bruto (PDB) dalam lima tahun terakhir mengalami lonjakan dari 57,84% menjadi 60,34% ditahun 2016. Melihat potensi pajak penghasilan yang cukup besar ini sangat disayangkan bahwa pada tahun 2013, UMKM hanya menyumbang 5% dari total penerimaan pajak Negara. Tinggi rendahnya tingkat kepatuhan wajib pajak salah satunya dapat diketahui dari besar atau kecilnya selisih antara pajak yang benar-benar diterima oleh negara dan pajak yang seharusnya diterima. Semakin besar atau kecil selisih tersebut menunjukkan tingkat kepatuhan yang tinggi atau rendah. Terdapat hubungan terbalik antara besar selisih pajak yang diterima oleh pemerintah dengan kepatuhan wajib pajak. Semakin besar selisih yang diterima pemerintah terhadap jumlah yang sesungguhnya diterima oleh pemerintah menunjukkan semakin rendahnya tingkat kepatuhan wajib pajak. Tata kelola yang baik dan Sitem Informasi Akuntansi Pajak mempengaruhi kemudahan dalam pengelolaan usaha. Adanya tata kelola serta ketersediaannya data mengenai sistem informasi akuntansi pajak memudahkan wajib pajak dalam memenuhi kewajibannya dalam membayar pajak.

Selain tata kelola serta ketersediaan data mengenai system informasi akuntansi pajak, didirikannya Tax Center juga akan memudahkan wajib pajak dalam memenuhi kewajibannya dengan cara memberikan informasi dan pendidikan pajak. Adanya informasi dan pendidikan pajak akan berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Pada tahun 2010 Direktorat Jenderal Pajak telah bekerja sama dengan 47 Universitas di Indonesia untuk mendirikan Tax center. Peran Tax Center di perguruan tinggi yang melibatkan civitas akademika sangat bermanfaat dalam memberikan bimbingan perpajakan kepada masyarakat, turut serta mencerdaskan masyarakat mengenai pengetahuan perpajakan, dan menyediakan akses kepada masyarakat untuk belajar tentang pajak. Berdasarkan hal-hal tersebut diperlukan kajian yang lebih dalam mengenai peran tax center dan civitas akademika secara berkelanjutan untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

Respon wajib pajak terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh Dirjen Pajak sangat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak. Kualitas layanan yang baik apabila tujuan penyuluhan dan kecepatan layanan administrasi wajib pajak dapat memuaskan wajib pajak. Efektif tidaknya kualitas layanan pajak kepada wajib pajak sangat ditentukan komitmen Direktorat Pajak (Dirjen) Pajak. Ketersediaan sumberdaya Dirjen pajak khususnya memberikan penyuluhan kepada wajib pajak sangatlah terbatas. Oleh karena itu diperlukan peran serta masyarakat baik dari kalangan perguruan tinggi dan organisasi profesi akuntansi sebagai mediasi untuk memberi penyuluhan langsung kepada wajib pajak.

Tujuan Penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas penyuluhan layanan pajak dan pemahaman pajak terhadap respon kepatuhan wajib pajak.

## **2. Pendekatan penyelesaian masalah**

Pendekatan masalah yang digunakan pada tahun pertama adalah melakukan survey kualitas penyuluhan dan pemahaman pajak dan pengaruhnya tingkat respon kepatuhan wajib pajak pada pelaku UKM. Setelah mengetahui tingkat respon kepatuhan wajib pajak dari hasil survei, maka data dari hasil penelitian ini akan dianalisis lebih lanjut pada tahun berikutnya dengan analisis SWOT, yaitu identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada



logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman atau *thereats* (Rangkuti, 2001). Dari hasil data yang dianalisis dijadikan sebagai dasar untuk mengembangkan tata kelola dan penyusunan sistem informasi Akuntansi Pajak sesuai kebutuhan UKM; Selain menata kelola UKM perlu melakukan praktik sistem informasi akuntansi yang sudah dirancang. Praktik ini dilakukan sebagai pemahaman awal bagi UKM, namun sebagai basis pengawasan awal yang akan dilakukan KPP pada masa yang akan datang; dan selanjutnya pada tahun ke tiga, akan melakukan survey respon kepatuhan wajib pajak sesudah penata kelolaan dan penyusunan sistim informasi akuntansi pajak pada UKM.

Manfaat hasil penelitian yang diharapkan adalah (1) dapat memberdayakan UKM menjadi usaha yang mandiri, yaitu memiliki kepatuhan membayar pajak ; (2) UKM adalah sebagai wajib pajak perlu mendapat perhatian tidak hanya dari pihak pemerintah khususnya Dirjen Pajak melalui penyuluhannya, tetapi perlu peran masyarakat akademisi sebagai mediasi untuk membantu pemerintah mencerdaskan pelaku UKM, agar merespon positif atas kualitas layanan pajak dan (3) Sebagai output yang diharapkan adalah kesadaran wajib pajak semakin tinggi membayar pajak, maka penerimaan pemerintah dari pajak semakin tinggi.

#### **1.4 Kebaharuan Penelitian**

Sebenarnya penelitian yang sama belum pernah dilakukan. Sebagian objek yang akan diteliti pernah dilakukan peneliti terdahulu oleh Subagyo dan Gendut (2012), tentang penelitian kualitas layanan pajak menggunakan model 4 D (Diskonfirmasi, Disastisfaksi, Disonansi, dan Disaffeksi) yang dilakukan pada Kantor Pelayanan Pajak Sidoarjo Barat. Hasil penelitian Subagyo dan Gendut (2012), menyimpulkan bahwa Diskonfirmasi, Disastisfaksi, dan Disaffeksi belum mampu mengevaluasi kualitas layanan perpajakan yang diberikan oleh KPP Sidorjo Barat, sedangkan model Disonasi mampu mengevaluasi kualitas layanan perpajakan yang diberikan oleh KPP Sidorjo Barat.

Model 4 D ini dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas layanan secara kualitatif dengan membandingkan *actual performance* dengan suatu standar atau *base line* tertentu yang mencerminkan *performance* yang dicapai pelanggan sebagai *focal brand* yang mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka (Dawes. 1999 dan Poerwanto, 2000). Hasil perbandingan akan dikategorikan menjadi "sama dengan", "lebih baik dari" atau "lebih buruk dari" standar.

Penelitian lainya pada para pelaku UMKM oleh Saptowibowo, 2012, diantara penelitiannya menyoroti tentang tingkat kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian ini menyimpulkan tingkat pemahaman akuntansi pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak. Dengan demikian apabila wajib pajak semakin memahami peraturan perpajakan, maka wajib pajak semakin mudah menghitung, dan memenuhi kewajiban pajaknya.

Perbedaan kedua penelitian ini, bahwa Subagyo dan Gendut (2012) lebih menyoroti kepada pelayanan administratif kepada semua tingkat wajib pajak di Kantor Pelayanan Pajak (KPP), sedangkan Saptowibowo, 2012, lebih menyoroti kepada praktik akuntansi pajak pada UMKM. Namun kedua penelitian ini sama sama memfokuskan kepada kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak. Penelitian ini

ingin melakukan pengembangan tata kelola pada UKM sebagai strategi pemajakan terhadap peningkatan kepatuhan wajib pajak.

### 1.5. Luaran Penelitian

Hasil penelitian ini ditargetkan akan dipublikasikan pada jurnal ilmiah Terakreditasi dan akan dijadikan sebagai Referensi Buku Ajar Perpajakan dan Pengelolaan Pajak, sehingga menambah referensi dan nilai tambah bagi mahasiswa yang mendalami penelitian tentang perpajakan. Buku Ajar ini akan diajukan untuk mendapatkan HAKI.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di DIY. Metode yang digunakan adalah metode survei penjelas (*eplanatory survey*) terhadap sampel berjumlah 100 UKM di DIY. Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian deskriptif survey, karena data penelitian diperoleh menggunakan instrumen kuesioner (Singarimbun, 2006). Penelitian akan dilakukan observasi dan survey lapangan untuk mengetahui lebih dekat yang dicapai UKM di empat kabupaten dan Kota di D. I. Yogyakarta. Langkah yang dilakukan adalah Survey kualitas penyuluhan dan pemahaman pajak dan kepatuhan pajak.

### Variabel dan Operasionalisasi Variabel

#### 1) Respon Kepatuhan Wajib Pajak (Y)

Kepatuhan Wajib Pajak adalah terpenuhi ketaatan dalam melaksanakan ketentuan maupun peraturan perpajakan. Chaizi Nasucha (2004) menggolongkan kepatuhan Wajib Pajak jika Wajib Pajak yang bersangkutan: (1) Mendaftarkan NPWP, artinya pelaku UMKM terdaftar sebagai Wajib Pajak dan memiliki NPWP; (2) Menghitung pajak terutang, yang meliputi pencatatan peredaran bruto sebagai dasar pengenaan pajak, perhitungan pajak terutang, serta perhitungan pajak kurang bayar; (3) Membayar pajak, yaitu pelunasan pajak terutang baik masa maupun tahunan sesuai dengan kewajiban; dan (4) Melaporkan SPT, merupakan penyampaian Surat Pemberitahuan dengan benar dan tepat waktu sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.

#### 2) Kualitas Penyuluhan Layanan Pajak (X<sub>1</sub>)

Penyuluhan bagian dari layana pajak. Kualitas layanan dinyatakan sebagai perbandingan antara pelayanan yang diharapkan konsumen dengan pelayanan yang diterimanya (Parasuraman, 2007). Pengertian ini memagnai bahwa kualitas layanan pajak mencakup usaha memenuhi harapan pelanggan yang diinginkan dari suatu produk dan jasa layanan. Kondisi harapan pelanggan selalu berubah sesuai keinginan yang selalu berkembang. Untuk mengetahui kualitas Penyuluhan Layanan Pajak, penelitian ini menggunakan model 4 D (Diskonfirmasi, Disatisfaksi, Disonasi, dan Disaffeksi). Model ini mampu mengevaluasi secara negatif terhadap kualitas layanan perpajakan.

**Diskonfirmasi** merupakan satu bentuk sikap umum, walaupun terkait tetapi tidak sama dengan kepuasan (*satisfaction*). Sikap umum ini merupakan hasil dari perbandingan harapan dengan persepsi. **Disatisfaksi** adalah sebagai hasil transaksi tertentu mengakibatkan mengubah sikap kearah negatif, misal adanya satu pengalaman

buruk dalam mengkonsumsi suatu jasa (Dawes dan Rowley, 1999). Disonasi adalah disonasi koqnitif. Kognitif artinya *knowledge* (pengetahuan), sedangkan disonasi artinya ketidak cocokan (Myers dan Tyrant, 1999). Disaffeksi muncul dari adanya diskonfirmasi dan satu keyakinan bahwa suatu jasa tertentu berkualitas rendah, yang mengarah pada penolakan total terhadap produk jasa tersebut. Disaffeksi Pelanggan seperti ini akan mengarah pada ”*terrorist atau defector*” dan akan segera dan cepat menceritakan pengalaman buruk ke sebanyak mungkin orang tentang pengalaman buruknya dalam mengkonsumsi jasa tertentu.

### 3) Pemahaman Wajib Pajak (X<sub>2</sub>)

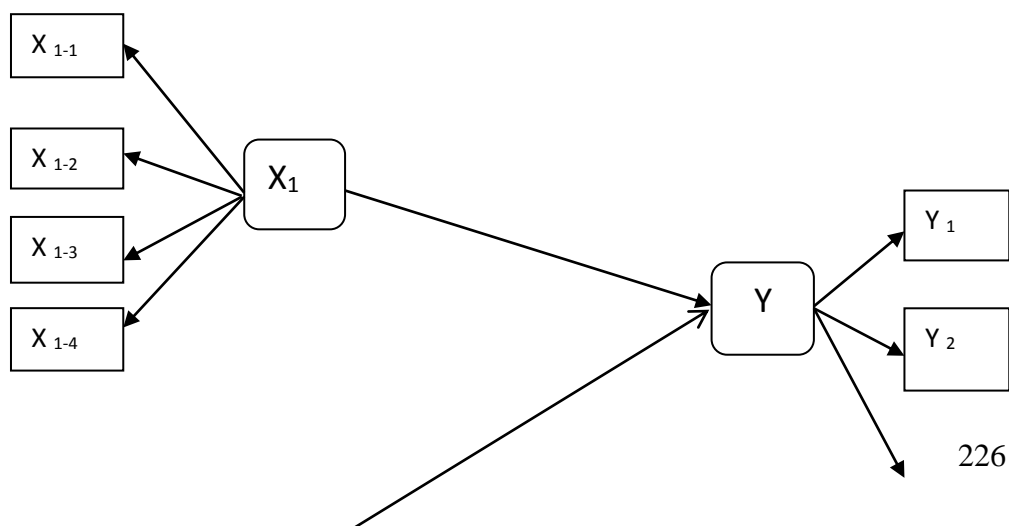
Dalam Kamus Bahasa Indonesia (1996), pemahaman disebut juga sebagai proses, perbuatan, cara memahami atau memahamkan. Dalam hal ini cara bagaimana individu sebagai wajib pajak dapat menginterpretasikan atau memandang peristiwa, objek, serta manusia dalam suatu gambaran yang berarti. Pengertian pemahaman ini disebut juga sebagai persepsi (Lubis, 2011). Indikator yang digunakan terdiri dari: (1) faktor internal orang yang bersangkutan yang meliputi sikap, motif, kepentingan dan pengalaman (2) faktor eksternal yang dipengaruhi oleh situasi waktu, keadaan tempat kerja, dan keadaan sosial; dan (3) faktor target, yaitu meliputi adanya perubahan, latar belakang, kedekatan, dan ukuran.

#### Sumber Data

Sumber data akan dilakkan melalui observasi dan menggunakan kuesioner kepada manajer sebagai pelaku UKM ataupun bagian akuntansi UKM sebagai responden penelitian. Alat analisis data pada tahun 1 (pertama) akan dianalisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif deskriptif dan statistik Partial Least Squar (PLS).

**Deskripsi Data** dalam penelitian ini terlebih dahulu dideskripsikan dengan menggunakan *Descriptive Statistic*. Deskripsi ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai pengujian pengukuran model (outer atau measurement model) dan pengujian model struktural (inner model). **Hipotesis** yang akan diuji, dilakukan menggunakan metode *Partial Least Squar* (PLS). PLS tidak mengasumsikan adanya distribusi tertentu untuk estimasi parameter sehingga tidak diperlukan teknik parametrik untuk menguji signifikansi parameter (Ghozali, 2006: 24). Alat yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah Software Smart Partial Least Square versi 2.0 M3 disingkat SmartPLS versi 2.0 M3 ([www.smartpls.de](http://www.smartpls.de)). Pengujian dengan metode PLS terdiri dari pengujian *outer* atau *measurement model* dan *inner model* atau *structural model*.

Tahun I (Pertama): Data Dianalisis dengan Deskriptif Kualitatif dan PLS.





Gambar 3.1  
Model Pen

Keterangan:

$X_1$  = Kualitas Penyuluhan layanan pajak: ( $X_{1-1}$  : Diskonfirmasi= 2 item; =  $X_{1-2}$  Disatisfaksi= 3 item ;  $X_{1-3}$  = Disonas = 3 item ; =  $X_{1-4}$  Disaffeksi = 2 item)

$X_2$  = Pemahaman pajak: ( $X_{2-1}$  = Faktor Internal = 4 item;  $X_{2-2}$  =Faktor Eksternal= 3 item;  $X_{2-3}$  = Faktor Target = 3 item)

$Y$  = Respon kepatuhan wajib pajak: ( $Y_{1-1}$ = Kepatuhan menghitung esuai peredaran bruto ;  $Y_{1-2}$  = Pembayaran Pajak Sesuai Kewajiban);  $Y_{1-3}$ = Melapokan SPT Sesuai UU Pajak.

### 3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian dilakukan pada populasi UKM di Kabupaten dan Kota di DIY. Sampel ditentukan hanya 100 responden UKM, karena dari 150 kuesioner yang disebar hanya kembali 100 kuesioner. Untuk pengujian hipotesis, maka teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi statistik deskriptif dan analisis statistik Partial Leas Square (PLS). PLS juga dapat digunakan untuk menjelaskan ada tidaknya hubungan antar variabel laten. PLS dapat sekaligus menganalisis konstruk yang dibentuk dengan indikator refleksif dan formatif. Untuk mengetahui karakteristik data yang digunakan, maka dilakukan uji statistik deskriptif.

Pengujian data menggunakan metode PLS terdiri dari pengujian *outer* model dan *inner* (struktural) model. *Outer* model (*outer relation* atau *measurement*) adalah untuk mengetahui apakah setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. *Inner* model atau model struktural adalah menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan pada *substantif theory*. Hasil pengujian data menggunakan metode PLS.

#### 3.1 Pengujian Outer Model (Measurement Model)

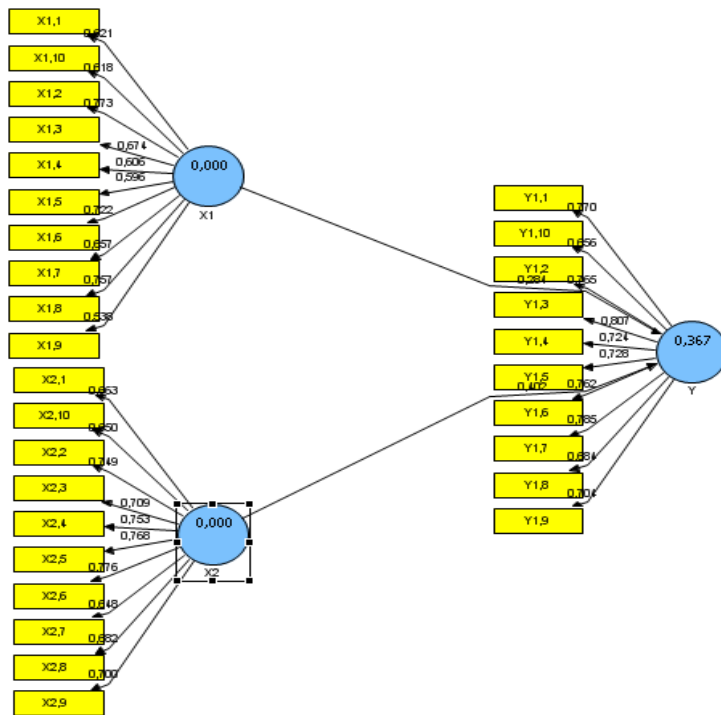
Ada tiga model yang digunakan dalam penilaian outer atau *measurement model* yaitu *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *composite reliability*. Penelitian ini hanya mengambil dua penilaian, yaitu Uji *Convergent Validity* dan *composite reliability*.

##### a. Uji *Convergent Validity*.

Model pengukuran dengan indikator refleksif dinilai berdasarkan korelasi antar *item score* atau *component score* dengan *construct score* yang dihitung dengan PLS. Ukuran refleksif individual dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,500 dengan konstruk yang diukur. Kurang dari 0,500 harus dikeluarkan dari model karena dianggap

kurang reliable dan tidak signifikan. Setelah itu akan dilakukan estimasi ulang terhadap model.

Dari hasil Uji *convergen validity* diperoleh koefisien korelasi masing-masing 10 (sepuluh) item dari masing-masing variabel Kualitas Penyuluhan layanan pajak, Pemahaman pajak, Respon kepatuhan wajib pajak. adalah lebih besar dari 0,600. ditunjukkan pada Gambar 3.1.



Gambar 3.2: Uji Convergen Validity

Faktor loading untuk langkah pertama sudah memenuhi convergen validity yaitu nilainya semua di atas 0,50.

### b. Uji *Composite Reliability*

Selanjutnya hasil uji *Composite Reliability*. Uji *composite reliability* dilakukan untuk menguji *reliability* dari variabel-variabel penelitian. Uji *composite reliability* dikatakan *reliable* apabila nilai *composite reliability* lebih besar dari 0,500. Hasil uji *composite reliability* ditunjukkan pada Tabel 2.1.

Tabel 2.1.  
uji *Composite Reliability*

Variabel	Composite Reliability	R. Square	Crombach Alpha
Kualitas Penyuluhan layanan pajak (X1)	0,884118		0,855456

Pemahaman pajak (X <sub>2</sub> )	0,910791		0,891900
Respon kepatuhan wajib pajak (Y)	0,923395	0,366590	0,907482

Berdasarkan Tabel 2.1 menunjukkan semua variabel memiliki *composite reliability* maupun menggunakan *Crombach Alpha* adalah diatas 0,500. Berarti variabel kualitas penyuluhan layanan pajak, pemahaman pajak, Respon kepatuhan wajib pajak memiliki reliabilitas tinggi.

### Pengujian Inner Model (Model Struktural)

#### a. Koefisien Determinasi

Inner model ingin melihat hubungan antara konstruk dan nilai signifikansi serta nilai R-square yang ditunjukkan pada Tabel 2.1. Nilai R-square sebesar 36,70. Berarti variabel konstruk Respon kepatuhan wajib pajak (RKWP) sebesar 36,70 persen dapat dijelaskan Kualitas Penyuluhan layanan pajak (KPL) dan Pemahaman pajak oleh wajib pajak (PP), sedangkan 63,30 persen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

#### b. Analisis Model Struktural: Pengaruh Secara Parsial

Analisis model struktural dilakukan dengan mengevaluasi hasil estimasi parameter koefisien *path* dan tingkat signifikansinya. Adapun hasil uji signifikansi koefisien *path* dari masing-masing variabel dapat dilihat pada Tabel 2.2.

Tabel 2.2

Koefisien Parameter dan Nilai Statistik Antar Variabel

	Original sample estimate (O)	Mean of sub-samples (M)	Standard deviation (STDEV)	Standar Error (STERR)	T-Statistic (ÍO/STERR)
KPL (X <sub>1</sub> ) -> RKWP (Y)	0.2842	0.2905	0.0792	0.0792	3.5898
PP-WP (X <sub>2</sub> ) -> RKWP (Y)	0.4019	0.4089	0.4090	0.0743	5.4105

Berdasarkan data pada Tabel 2.2 dapat diketahui bahwa, uji hubungan antara konstruk menunjukkan bahwa konstruk Kualitas Penyuluhan layanan pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak dengan koefisien parameter sebesar 0, 2842 dan signifikan pada 5% ( $T_{hitung}$  lebih besar daripada 1.96), sedangkan konstruk Pemahaman pajak oleh wajib pajak berpengaruh positif lebih besar terhadap kepatuhan wajib pajak dengan koefisien parameter sebesar 0,4019 dan signifikan pada 5% ( $T_{hitung} > 1.96$ ).

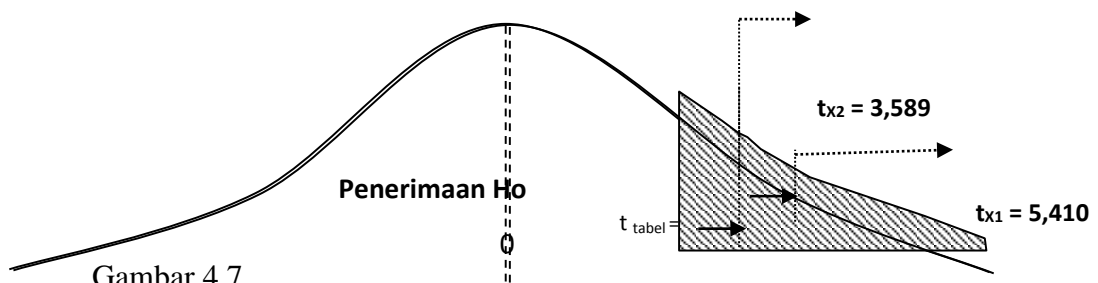
### Pengaruh Kualitas Penyuluhan layanan pajak dan Pemahaman pajak Terhadap Respon kepatuhan wajib pajak.)

Tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan besarnya pengaruh Kualitas Penyuluhan layanan pajak dan Pemahaman pajak terhadap Respon kepatuhan wajib

pajak. Hipotesis penelitian yang telah dirumuskan sesuai tujuan penelitian akan diuji menggunakan analisis statistik, yaitu analisis *Partial Least Square* (PLS). Data yang digunakan dalam analisis statistik sebanyak 100 UKM di Yogyakarta secara acak.

### Pengujian Hipotesis.

Dengan menggunakan tingkat keyakinan sebesar 95 % ( $\alpha = 0,05$ ) dan *degree of freedom* ( $df$ ), serta  $(n - k)$  diperoleh nilai  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 2,003, maka hasil penghitungan uji  $t$  diperoleh nilai  $t_{\text{hitung}}$  variabel Kualitas Penyuluhan layanan pajak ( $X_1$ ) sebesar 3,589, nilai  $t_{\text{hitung}}$  variabel Pemahaman pajak ( $X_2$ ) sebesar 5,410. Masing-masing lebih besar dari  $t$ -tabel. Dengan demikian,  $H_0$  ditolak yang berarti bahwa variabel Kualitas Penyuluhan layanan pajak dan pemahaman pajak oleh wajib pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Secara grafik dapat digambarkan sebagai berikut.



Gambar 4.7.  
Pengujian Hipotesisi dengan Uji  $t$

Berdasarkan hasil analisis *Partial Least Square* (PLS) dengan uji  $t$  diketahui nilai  $t_{\text{hitung}}$  untuk masing-masing variabel lebih besar daripada nilai  $t_{\text{table}}$ . Dengan demikian, maka hipotesis yang menyatakan bahwa Kualitas Layanan perpajakan dan Pemahaman pajak oleh wajib pajak terhadap Kepatuhan wajib pajak dapat diterima.

### Pembahasan.

Secara parsial pengaruh terbesar terhadap kepatuhan wajib pajak adalah pemahaman pajak oleh wajib pajak ( $X_2$ ) sebesar 5,410, sedangkan pengaruh terendah adalah Kualitas layanan pajak ( $X_1$ ) sebesar 3.589. Interpretasi penelitian ini adalah untuk meningkatkan Kepatuhan wajib pajak, maka pemahaman wajib pajak memberikan dukungan terbesar pada kepatuhan wajib pajak UKM, baik dilihat dari **faktor internal** (sikap wajib pajak, motif, kepentingan dan pengalaman), **faktor eksternal** (yang dipengaruhi faktor situasi waktu, keadaan tempat kerja dan keadaan sosial), dan **faktor target** (meliputi adanya perubahan, latar belakang, kedekatan dan ukuran). Semakin baik sikap wajib pajak, motif wajib pajak, kepentingan memajukan usaha dan semakin banyak pengalaman wajib pajak UKM, akan mendukung pemahaman pajak oleh wajib pajak UKM dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

Kualitas Penyuluhan Layanan Pajak memberikan pengaruh terendah terhadap kepatuhan wajib pajak UKM, baik dilihat dari Diskonfirmasi, Disatisfaksi, Disonasi dan Disafeksi. Hal ini menunjukkan Kualitas Penyuluhan Layanan Pajak masih rendah

memberikan dukungan terhadap kepatuhan wajib pajak. Berarti semakin besar Diskonfirmasi, Disatisfaksi, Disonasi dan Disafeksi pada pengusaha UKM, maka akan semakin baik dukungan pengusaha UKM untuk memenuhi kepatuhan wajib pajaknya. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan Saptowibowo (2012), yang mengemukakan terdapat pengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

## **Simpulan**

Dari hasil pengujian hipotesis dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan perpajakan dan Pemahaman pajak berpengaruh terhadap Kepatuhan wajib pajak. Kualitas Penyuluhan Layanan Pajak mempunyai pengaruh terendah terhadap kepatuhan wajib pajak. Berarti semakin besar Diskonfirmasi, Disatisfaksi, Disonasi dan Disafeksi pada pengusaha UKM, maka akan semakin baik dukungan pengusaha UKM untuk memenuhi kepatuhan wajib pajaknya. Pemahaman pajak mempunyai pengaruh terbesar terhadap kepatuhan wajib pajak. Berarti cukup tingginya Kepatuhan wajib pajak, didorong pemahaman wajib pajak UKM, baik dilihat dari faktor internal (sikap wajib pajak, motif, kepentingan dan pengalaman), faktor eksternal (yang dipengaruhi faktor situasi waktu, keadaan tempat kerja dan keadaan sosial), dan faktor target (meliputi adanya perubahan, latar belakang, kedekatan dan ukuran). Semakin baik sikap wajib pajak, motif wajib pajak, kepentingan memajukan usaha dan semakin banyak pengalaman wajib pajak UKM akan mendukung pemahaman pajak pengusaha UKM dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

## **Saran**

Peningkatan layanan pajak pada UKM saat ini masih dibutuhkan dalam rangka meningkatkan kepercayaan wajib pajak. Dari hasil observasi, pelaku UKM di DIY sangat membutuhkan komunikasi langsung dengan pengusaha UKM. Dengan demikian para pelaku UKM merasa mendapat perhatian yang tinggi. Komunikasi dua arah dapat merespon pelaku UKM dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

## **DATAR PUSTAKA**

Dawes dan Rowley. 1999. *Negative Evaluation of Service Quality – A Framework For Identification and Responce*, Journal Of Marketing Practice: Applied Marketing Science, Vol. 5 (2), Hal. 42-55.

Ghozali, Imam. 2008. *Struktural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)*, edisi 2. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Mardiasmo. 2010. *Perpajakan*, Edisi Revisi: Penerbit Andi, Yogyakarta.



- Parasuraman, A. 2007. *Marketing Research*, 3 Edisi 2<sup>nd</sup> ed. Penerbit: Houghton Mifflin.
- Parasuraman, A., 2007. *Marketing Research*, Buku 3 Edisi 2<sup>nd</sup> ed. Penerbit: Houghton Mifflin
- Poerwanto, Hendra. 2000. Mengevaluasi Kualitas Layanan dengan Model 4D, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 2 (2), hal. 59-67.
- Saptowibowo, Son Firriadi. 2012. *Pengaruh Kecerdasan Emosional Terhadap tingkat pemahaman Akuntansi Pajak serta Dampaknya terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak dengan Account representative sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada UMKM di Kludan Sidoarjo)*. Prosiding Seminar Nasional Akuntansi, UPN "Veteran" Jawa Timur. SINAU ISBN.: 978-979-18670-5-4, hal. 193-206.
- Subagio, Istuningtyas dan Gendut Sukarno. 2012. Mode 4D [Diskonfirmasi, Disatisfaksi, Disonasi dan Disafeksi], *Prosiding Seminar Nasional Akuntansi UPN "Veteran" Jawa Timur*. ISBN: 978-979-18670-5-4.
- Rangkuti, Freddy. 2001. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Penerbit: PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

## **Model Komunikasi Tripartit dalam pembentukan karakter Anak (Studi Kasus pada KB dan TK Amal Insani)**

**Ida Wiendijarti, Reny Triwardani, Christina Rochayanti**

Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta

### **Abstrak**

Pendidikan karakter yang utama dan pertama bagi anak adalah lingkungan keluarga. Dalam lingkungan keluarga, anak mempelajari dasar-dasar perilaku yang penting bagi kehidupannya. Akan tetapi, orangtua bekerja justru melimpahkan sebagian peran pengasuhan anak pada sekolah atau tempat penitipan anak. Konsekuensinya, pendidikan karakter anak pun tidak sepenuhnya dilakukan oleh orang tua. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan komunikasi tripartit yang melibatkan pengelola daycare dalam pengambilan peran pengasuhan pada anak. Penelitian ini menggunakan metode riset aksi dengan pengumpulan data yang didasarkan pada wawancara mendalam, FGD dan observasi partisipan pada sekolah full day Amal Insani di Yogyakarta. Model komunikasi segitiga yang melibatkan orang tua, pengelola dan anak diharapkan mampu menjadi alternatif model pendidikan karakter anak terutama bagi keluarga pekerja di Yogyakarta. Hasil penelitian menemukan penggunaan saluran komunikasi sebagai media penghubung sehingga ada kesinambungan pola pengasuhan orang tua dengan pengelola sekolah.

**Kata kunci: keluarga pekerja, komunikasi tripartit, sekolah full day, Pendidikan karakter**

### **Pendahuluan**

Pendidikan karakter yang utama dan pertama bagi anak adalah lingkungan keluarga. Karakter dipelajari anak melalui memodel para anggota keluarga yang ada di sekitar terutama orang tua. Adanya peningkatan jumlah partisipasi wanita dalam jumlah angkatan kerja di Indonesia yang mencapai 54,44 persen dari total angkatan kerja wanita membawa implikasi tertentu (<http://jogja.tribunnews.com/2015/04/20/partisipasi-wanita-pada-angkatan-kerja-perlu-ditingkatkan>). Jumlah keluarga dengan kondisi ibu bekerja penuh waktu semakin banyak dijumpai dalam kehidupan masyarakat modern masa kini, hal ini dapat dilihat pada masyarakat perkotaan. Fakta ini memberikan suatu gambaran bahwa peningkatan jumlah keluarga pekerja membawa konsekuensi pada terjadinya pelimpahan pengasuhan anak kepada pihak ketiga seperti pembantu rumah tangga atau pengasuh pada *daycare* atau tempat penitipan anak.

Pengasuhan yang dilakukan orang tua sangat berperan penting bagi tumbuh kembang anak. Pengasuhan merupakan suatu cara terbaik yang dapat ditempuh orang tua dalam mendidik anak-anaknya sebagai perwujudan dari rasa tanggung jawab kepada

anak-anaknya sehingga perlakuan orang tua terhadap anaknya memberikan andil sangat baik dalam proses pembentukan karakter anak. Keadaan ini dimanfaatkan baik oleh pemerintah serta yayasan untuk mendirikan Tempat Penitipan Anak atau yang sering disebut dengan istilah TPA. Menurut Pasal 28 Ayat 4 UU Sisdiknas No 20 Tahun 2003 berisi tentang pendidikan usia dini pada jalur pendidikan nonformal berbentuk Kelompok Bermain (KB), Taman Penitipan Anak (TPA), atau bentuk lain yang sederajat. Layanan TPA merupakan salah satu bentuk Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) nonformal yang diarahkan pada kegiatan pengasuhan anak bagi orang tua yang mempunyai kesibukan dalam bekerja, sehingga memerlukan sebuah layanan pengasuhan anak yang selain berfungsi untuk menjaga anak-anak saat orang tua sibuk bekerja tetapi juga memberikan pendidikan yang sesuai dengan usia anak-anak mereka.

TPA adalah salah satu cara agar anak tetap mendapatkan pendidikan serta pengasuhan yang baik selama orang tua sibuk bekerja. TPA bukanlah sekedar gedung tempat menitipkan anak dimana kebutuhan makan dan mandi adalah prioritas utama mereka tetapi fungsi TPA juga diperluas yaitu dengan memberikan nilai-nilai edukatif bagi anak sebagai bekal pengetahuan dan pengembangan maupun pembentukan perilaku, khususnya dalam pembangunan karakter anak. TPA diharapkan menjadi lembaga yang dapat membantu orangtua bekerja dalam pengasuhan sekaligus pendidikan karakter anak, yang dapat menghindarkan kemungkinan anak terlantar dan ibu dapat bekerja dengan tenang.

Pembangunan karakter anak kemudian menjadi upaya pola pengasuhan bersama yang diusahakan dengan melibatkan pengelola, pendidik dan pengasuh anak yang ada di *daycare* atau tempat penitipan anak selama orang tua bekerja. Salah satu komponen penting dalam keberhasilan pola pengasuhan bersama di TPA ialah model komunikasi yang terbangun diantara orang tua, pengelola dan anak.

## **Tinjauan Pustaka**

### **Pengertian Tempat Penitipan Anak (TPA) atau Daycare**

Menurut Patmonodewo (2003:77) day care adalah sarana pengasuhan anak dalam kelompok, biasanya dilaksanakan pada saat kerja. Day care merupakan upaya yang terorganisasi untuk mengasuh anak-anak di luar rumah mereka selama beberapa jam dalam satu hari bilamana asuhan orang tua kurang dapat dilaksanakan secara lengkap. Salah satu bentuk Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) yang secara tegas diamanatkan oleh Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional Dalam UU tersebut dijelaskan bahwa PAUD adalah suatu upaya pembiayaan yang ditujukan kepada anak sejak lahir sampai dengan usia enam tahun yang dilakukan melalui pemberian rangsangan pendidikan untuk membantu pertumbuhan dan perkembangan jasmani dan rohani agar anak memiliki kesiapan dalam memasuki pendidikan lebih lanjut.

### **Model layanan pengasuhan di TPA**

Berdasarkan dari pengertian TPA, jelas bahwa secara umum pelayanan TPA adalah memberikan pengasuhan kepada anak balita. Selain itu anak balita juga mendapatkan pelayanan pendidikan. Adapun jenis pelayanan yang harus diberikan baik pelayanan langsung maupun tidak langsung berlandaskan pada Undang-Undang No. 4

Tahun 1979 tentang Kesejahteraan Anak, pada Pasal 1 Ayat 1b dan Pasal 2 Ayat 2. Dimana isi dari kedua pasal tersebut adalah bahwa anak berhak atas kesejahteraan, perawatan, asuhan dan bimbingan untuk mengembangkan kemampuan serta kehidupan sosialnya sesuai dengan kepribadian bangsa agar menjadi warga negara yang baik.

### **Pola Pengasuhan dan Pembangunan Karakter Anak**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pengasuhan adalah proses, cara, perbuatan mengasuh. Pengasuhan secara sederhana menurut Sunarti (2004:3) adalah implementasi serangkaian keputusan yang dilakukan orang tua atau orang dewasa kepada anak, sehingga memungkinkan anak menjadi bertanggung jawab, menjadi anggota masyarakat yang baik, memiliki karakter-karakter baik. Menurut Mansur (2005:350) pengasuhan adalah merupakan suatu cara terbaik yang dapat ditempuh orang tua dalam mendidik anak-anaknya sebagai perwujudan dari rasa tanggung jawab kepada anak-anaknya. Pengasuhan sangat diperlukan bagi anak pada masa tumbuh kembang karena pengasuhan yang baik akan akan berpengaruh pada anak semasa hidupnya, terlebih lagi pengasuhan yang diberikan orang tua pada awal kehidupan menjadi dasar peletakan kepribadian seorang anak. Pengasuhan dapat diuraikan sebagai proses merawat, memelihara, mengajarkan dan membimbing anak. Menurut Yeni dan Euis (2011:8) mengatakan pola asuh orang tua merupakan salah satu faktor penting dalam mengembangkan ataupun menghambat tumbuhnya kreativitas. Semua orang tua tentu setuju terhadap pentingnya pengasuhan tetapi kadangkala alasan ketidaksiapan mengasuh anak menjadi alasan utama para pasangan yang telah menikah untuk menunda memiliki anak bahkan banyak diantaranya calon pasangan menunda pernikahan mereka karena alasan tersebut.

Soemiarti (2004:93) gaya pengasuhan merupakan pola perilaku orang tua yang paling menonjol atau yang paling dominan dalam menangani anaknya sehari-hari. Pola orang tua dalam mendisiplinkan anak, dalam menanamkan nilai-nilai hidup, dalam mengajarkan ketrampilan hidup dan dalam mengelola emosi. Dari beberapa cara penilaian gaya pengasuhan, yang paling sensitif adalah dengan mengukur kesan anak tentang pola perlakuan orang tua terhadapnya. Kesan yang mendalam dari seorang anak mengenai bagaimana dia diperlakukan oleh orang tuanya, itulah gaya pengasuhan. Menurut Mansur (2005:353) mendidik anak diharapkan agar anak mampu berkembang kepribadiannya, menjadi manusia dewasa yang memiliki sikap positif terhadap agama, kepribadian kuat dan mandiri, berperilaku ihsan, potensi jasmani dan rohani serta intelektual yang berkembang secara optimal.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode *Participatory action research* atau disingkat PAR merupakan penelitian yang melibatkan secara aktif semua pihak-pihak yang relevan (stakeholders) dalam mengkaji tindakan yang sedang berlangsung (dimana pengalaman mereka sendiri sebagai persoalan) dalam rangka melakukan perubahan dan perbaikan ke arah yang lebih baik. Dalam PAR perlu melakukan refleksi kritis terhadap konteks sejarah, politik, budaya, ekonomi, geografis dan konteks lain-lain yang terkait (Agus Affandi, 2014:91).

Pada konteks penelitian ini, pelibatan pengelola *daycare* dalam pengembangan komunikasi tripartit merupakan upaya penguatan pola pengasuhan bersama berbasis

pembangunan karakter anak. Pengembangan model komunikasi tripartit ini diharapkan mampu menjadi strategi komunikasi pada keluarga pekerja dalam pola pengasuhan bersama dengan pelibatan pengelola daycare. Metode pengumpulan data adalah wawancara mendalam untuk mengumpulkan data tentang identifikasi bentuk-bentuk komunikasi dan media komunikasi yang digunakan pada daycare.

## **Hasil Penelitian dan Analisis**

### **Profil TK dan KB Amal Insani**

KB dan TK Amal Insani merupakan sebuah lembaga pendidikan anak usia dini dibawah naungan Yayasan Amal Insani perwakilan Daerah Istimewa Yogyakarta. KB dan TK Amal Insani didirikan untuk berpartisipasi dalam bidang pendidikan dengan tujuan membangun sumber daya manusia dari lingkup yang paling dasar yaitu pendidikan untuk anak usia dini karena kami sadar bahwa usia dinilah yang menjadi penentu dan pondasi untuk perkembangan manusia selanjutnya dan merupakan periode emas perkembangan otak manusia.

Dalam mengembangkan konsep pendidikan KB dan TK Amal Insani memadukan pendidikan dan pengasuhan dengan cara islami. Oleh karena itu dalam menyusun kegiatan sehari-hari kami juga membiasakan anak-anak untuk dapat menjalankan kebiasaan-kebiasaan baik seperti berdoa sebelum dan sesudah melakukan kegiatan, wudhu dan sholat berjamaah, bersedekah/inafaq dan perilaku-perilaku yang mencerminkan akhlaqul karimah dan sesuai dengan ajaran Islam. Dalam menerapkan proses pembelajaran Kelompok Bermain dan Taman Kanak-kanak Amal Insani mengacu pada kurikulum 2013 PAUD, pada K13 PAUD Aspek Standar Tingkat Pencapaian Perkembangan Anak (STPPA) terdiri dari 6 aspek Antara lain perkembangan nilai agama dan moral, fisik motorik, kognitif, bahasa, social emosional dan seni. STPPA adalah standar minimal kemampuan yang harus dikuasai untuk Anak Usia Dini ( 0-6 tahun ) sesuai dengan standar PAUD yang tertuang pada PERMENDIKBUD No. 137 Tahun 2014 tentang Standar Nasional Pendidikan Anak Usia Dini

#### **I. Visi, Misi & tujuan**

##### **a. Visi :**

***Terbentuknya Generasi yang Cerdas, Mandiri dan Berakhlak Mulia***

##### **b. Misi**

Membiasakan anak untuk menjalankan ibadah sesuai ajaran Islam, menumbuhkan (menstimulasi) kecerdasan majemuk anak, mendorong anak untuk memiliki rasa ingin tahu yang tinggi dan menyenangkan ilmu pengetahuan, menumbuhkan kreatifitas anak, melatih kemandirian dan tanggung jawab, melatih sikap kepedulian terhadap sesame, menumbuhkan rasa kecintaan terhadap lingkungan

#### **Metode pembelajaran yang diterapkan KB dan TK Amal Insani dalam pendidikan karakter anak**

##### **a. Metode Sentra & Saat Lingkaran.**

Pendekatan sentra dan saat lingkaran adalah pendekatan penyelenggaraan PAUD yang berfokus pada anak dan proses pembelajarannya

berpusat di sentra main dan saat anak dalam lingkaran dengan menggunakan 4 jenis pijakan yaitu : 1. Pijakan penataan lingkungan main, 2. Pijakan sebelum main, 3. Pijakan selama main dan 4. Pijakan setelah main. Pijakan yang diberikan selalu berubah-ubah disesuaikan kebutuhan anak. Metode ini menekankan kebebasan bermain sepenuhnya tanpa intervensi, sesuai dengan kebutuhan individual, variatif permainannya. Belajar berbagi, bekerjasama dan kreatif. Pendekatan belajar melalui sentra yang ada di Amal Insani meliputi :

1. *Sentra Bahan Alam*

Pusat kegiatan belajar melalui bermain untuk mengembangkan pengalaman *sensorimotor* dalam rangka menguatkan otot-otot jari guna persiapan menulis serta mengenalkan sains pada anak, sehingga mendukung kebutuhan anak untuk mengenal tekstur, warna serta pengalaman main pembangunan sifat cair.

2. *Sentra Balok*

Kegiatan belajar melalui bermain untuk mengembangkan kecerdasan visual spasial kegiatan yang dilaksanakan dengan membangun berbagai fasilitas bangunan untuk merepresentasikan ide-ide kedalam bentuk nyata, yang bertujuan untuk melatih interaksi, komunikasi, melatih motorik halus, main peran, mengenal konsep matematika, geometri serta melatih beda penglihatan. Penekanan sentra balok adalah pada saat anak-anak memulai dan mengakhiri, dimana anak mengambil balok sesuai kebutuhan dan mengembalikan dengan mengklasifikasi sesuai bentuk balok.

3. *Sentra Persiapan*

Pusat kegiatan belajar melalui bermain untuk mengembangkan seluruh aspek perkembangan melalui 3 jenis main (main sensorimotor, main peran dan main pembangunan) dengan prioritas pengembangan main keaksaraan. Sentra ini bertujuan mengenalkan **calistung** ( baca, tulis & hitung) kepada anak dengan kegiatan bermain yang menyenangkan.

4. *Sentra Main Peran*

Pusat kegiatan belajar melalui bermain untuk mengembangkan daya imajinasi dan mengekspresikan perasaan anak saat ini, kemarin, dan yang akan datang. Dalam sentra ini, anak diharapkan mampu mengenal tokoh yang dimainkan, alat yang digunakan serta runtutan kegiatan main. Selain itu, main peran bertujuan untuk mengembangkan daya cipta, tahapan ingatan, kerjasama kelompok, penyerapan kosakata, konsep hubungan kekeluargaan, pengendalian diri, keterampilan pengambilan sudut pandang kognisi, afeksi dan spasial. Penekanan sentra ini terletak pada alur cerita sehingga anak terbiasa berfikir secara sistematis.

5. *Sentra Seni Kreativitas (TK)*

Pusat kegiatan belajar melalui bermain untuk mengembangkan Sentra yang mengembangkan kreasi anak untuk menciptakan karya sesuai dengan imajinasi.

b. ***Habbit Forming/Pembiasaan***

Metode pembiasaan banyak digunakan untuk menstimulasi dan mengenalkan ajaran islam dan nilai-nilai agama dan moral bagi setiap anak, seperti pembiasaan berdo'a sebelum & sesudah melakukan kegiatan, Praktek sholat mengenalkan bacaan dan gerakan sholat. Penanaman moral seperti saling memberi, berbagi dengan sesama, tidak menyakiti orang lain secara fisik

maupun simbolik. Menyayangi sesama dan juga menjaga lingkungan hidup selain itu penanaman kemandirian sosial emosi seperti anak terbiasa menggunakan toilet sendiri sesuai tahapan usia, makan tanpa bantuan, ganti baju dan bertanggung jawab merawat barang milik sendiri.

c. ***Learning by Expert*** (Belajar Langsung Dengan Ahli)

Metode ini terintegrasi dalam kegiatan ekstrakurikuler, antara lain : Tari, Lukis, Renang dan Drumband (di pilih berdasarkan minat & bakat anak), kegiatan *Fieldtrip* setiap 3 bulan sekali yang akan mengantarkan anak untuk belajar langsung dengan benda-benda yang dapat dilihat langsung dan mempraktekkan sendiri dengan bimbingan para ahli dibidangnya. Selain itu ada kegiatan pendukung yaitu mendatangkan ahli profesi ke sekolah.

d. ***Learning by Doing*** (belajar dengan melakukan)

metode ini digunakan untuk memberikan pengalaman secara langsung kepada anak untuk mencoba secara langsung hal-hal yang sedang dipelajari, metode belajar terintegrasi dalam kegiatan cooking class, atau percobaan sains sederhana seperti praktek menanam atau berkebun

**Model komunikasi tripartit (antara orangtua, pengelola/pengasuh dan anak) sebagai bentuk penguatan pola pengasuhan anak dalam menerapkan pendidikan karakter anak**

Komitmen pengasuhan anak diawali sejak dari proses pendaftaran, dimana pihak pengelola menghendaki untuk mengaak orangtua dalam hal ini bapak maupun ibu calon siswa untuk melakukan wawancara terlebih dulu, untuk mengetahui bersama mengenai pola pengasuhan yang diterapkan di KB dan TK Amal Insani dengan pola pengasuhan di rumah. Hal ini untuk menyamakan mengenai berbagai bentuk pengasuhan dan pembiasaan yang diterapkan dan diharapkan oleh orangtua, sehingga dalam proses pembelajaran ada kesinambungan pengasuhan dan pembiasaan yang diberlakukan di sekolah maupun di rumah, supaya anak menerima pengasuhan dan pembiasaan yang sama dan tidak saling bertentangan. Kesamaan pengasuhan ini penting, karena perilaku anak usia dini pada umumnya terjadi dari proses meniru,

Komunikasi guru dan orangtua pada dasarnya dilakukan dengan beberapa cara, orangtua bisa bertemu langsung dengan guru atau pengelola , menggunakan buku penghubung, melalui telepon, SMS dan WA. Media komunikasi guru dan orangtua yang paling rutin adalah melalui buku penghubung di mana di dalam buku tertulis semua perkembangan anak setiap hari sesuai dengan kegiatan yang dilakukannya. Orang tua dapat membaca dan memberikan paraf, bila dari media komunikasi sebagai penghubung itu ada hal yang kurang dipahami orangtua, maka orangtua akan menanyakan kepada guru melalui sarana komunikasi tersebut.

Menurut beberapa orangtua relasi yang terjalin dengan pihak sekolah amat baik. Komunikasi bukan hanya dilakukan dengan guru kelas, melainkan dengan kepala sekolah atau guru-guru yang lain. Para guru di KB dan TK Amal Insani selaku pengelola cukup pro aktif, hal ini diawali dengan menyambut kedatangan anak di pagi hari sehingga anak merasa nyaman. Hubungan dengan pihak sekolah selaku pengelola amat penting karena akan berhubungan langsung dengan perkembangan di sekolah dan orangtua yang mengasuh di rumah. Hal ini untuk menjaga kesinambungan proses pembelajaran sebagai upaya dalam pembentukan karakter anak.

Orangtua ketika ada sesuatu yang ingin diketahui, bisalangsung menanyakan kepada pihak sekola, baik secara langsung ataupun menggunakan media seperti telepon, dan pihak sekolah secara terbukaakan menjelaskannya, sehingga permasalahan diharapkan segera bisa diselesaikan. Hubungan antara orangtua dan guru yang terbentuk juga lebih dari sekadar hubungan profesional. Kadang antara guru dan murid (anak-anak saya) terjalin secara emosional karena kedekatannya.. Melihat kedekatan guru dengan anak asuh nampaknya juga menjadi tanda bahwa para guru nampak tulus dalam mendidik anak bukan sekadar melaksanakan kewajiban. Dalam proses pendidikan, guru memang memegang posisi yang penting. Kalau guru-gurunya baik, maka anak-anak akan mnejadi baik, demikian pula sebaliknya

Komunikasi dengan orang tua anak yang lain terjalin cukup baik, karena adanya komite kelas yang setiap bulan diadakan pertemuan, sehingga orangtua bisa saling mengenal dengan baik orangtua murid yang lain, hal ini juga diperkuat dengan membentuk group di media sosial “whatshap” . Media sosial menjadi sarana komunikasi antara orangtua, guru dan sesama orangtua murid, hal ini penting untuk memantau persoalan yang muncul, misalnya terkait dengan program sekolah, persoalan anak baik di rumah ataupun disekolah yang mungkin berkaitan dengan kegiatan belajar bisa terpantau dengan baik.

Pola komunikasi yang terbangun secara berkesinambungan antara orangtua, guru selaku pengelola menjadi penting untuk memantau perkembangan anak dalam pembentukan karakter anak. Proses pembentukan karakter anak membutuhkan pengarahan, peneguhan dan pemberian reward dan punishment yang konsisten antara orangtua selaku pengasuh di rumah dan guru selaku pengasuh di sekolah. Untuk menjadikan proses pembelajaran karakter yang dilakukan melalui pengarahan, pembiasaan tersebut harus diberlakukan secara konsisten baik dirumah maupun di sekolah.

## **Penutup**

Pembentukan karakter anak merupakan suatu proses yang harus dliakukan sejak dini. Perkembangan arus global sekarang ini menuntut orangtua baik bapak maupun ibu, memiliki aktivitas di sektor publik, sehingga proses pengasuhan anak tidak bisa dilakukan sepenuhnya oleh orangtua saja. Keberadaan orangtua untu beraktivitas di sektor publik, membuat anak di masukkan pada pengasuhan di luar rumah seperti Kelompok Bermain atau Daycare, sehingga pengasuhan anak menjadi tanggungjawab bersama antara orangtua dan guru selaku pengelola Kelompok Bermain atau Daycare.KB dan TK Amal Insani merupakan salah satu lembaga yang mengelola kelompok bermain dan sudah terakreditasi, yang memiliki visi membentuk Generasi yang Cerdas, Mandiri dan Berakhlaq Mulia. Pola komunikasi yang dilakukan yaitu dengan menjalin hubungan antara orangtua baik bapak maupun ibu dengan pihak pengelola atau guru, untuk menjaga kesinambungan proses pembelajaran baik di rumah maupun di sekolah. Orangtua bisa memantau di rumah terhadap perilaku anak, dan ketika ada permasalahan orangtua bisa segera mengkomunikasikan baik secara langsung atau menggunakan media sosial.

## **Referensi**

Balitbang, Departemen Pendidikan Nasional, III. (2010). Jakarta Erikson, E.H. (1968). Identity: Youth and Crisis. NewYork: Norton



- Dirto Hadisusanto, dkk. 1995. Pengantar Ilmu Pendidikan. Yogyakarta: FIP IKIP Yogyakarta
- Furqon Hidayatullah. 2010. Pendidikan Karakter: Membangun Peradaban Bangsa. Yuma Pustaka: Surakarta.
- H. Norman Wirght.1996. Menjadi Orang Tua yang Bijak (terjemahan). Andi Offset: Yogyakarta
- Lickona, Thomas. (1991). Educating for Character. How Our School can Teach Respect and Responsibility. New York: Bantam Books.
- Megawangi, Ratna. (2010). Pengembangan Program Pendidikan Karakter di Sekolah; Pengalaman Sekolah Karakter. Makalah. IHF,JKT
- Mansur. (2005). Pendidikan Anak Usia Dini Dalam Islam. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Rohmad Wahab. 1999. Perkembangan Belajar Peserta Didik. Depdikbud
- Ratna Pangastuti. (2011). Studi Analisis Implementasi Full Day Di TPA Beringharjo Kota Yogyakarta, TPA Pelangi Indonesia Dana TPA Laboratorium PAUD UGM Kabupaten Sleman, Dan TPA Jabal Rahamah Kabupaten Bantul. Tesis. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Soemiarti Patmonodewo. (2003). Pendidikan Anak Prasekolah. Jakarta: Rineka Cipta.
- Soekanto, Soerjono. 1992. Sosiologi keluarga (tentang ikhwal keluarga, remaja, dan anak). Rineka Cipta. Jakarta.
- Yasin Musthofa.2007. EQ untuk Anak Usia Dini dalam Pendidikan Islam. Sketsa: Yogyakarta

# STUDY EKSPLORATORY PEMASARAN PARIWISATA DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Dyah Sugandini  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”  
Yogyakarta  
Email: [diah\\_sugandini@yahoo.com](mailto:diah_sugandini@yahoo.com)

**Abstract:** The vision of tourism development in Yogyakarta Special Region (DIY) is to make DIY as a leading cultural tourism destination in Southeast Asia, international standard, competitive and sustainable. This research is to explore tourism in DIY which is seen from the number of tourists visit both foreign tourists and domestic tourists to DIY and analyze tourist destination of each of the tourists who are interested during a tour in DIY. This research is a descriptive research using primary and secondary data. The data used in this study includes secondary data on the number of DIY tourist visits collected from 2010-2016. Primary data obtained by conducting structured interviews on tourists who come to Yogyakarta. Number of respondents 100 people. The sampling technique uses convenience sampling. Data analysis is done descriptively to describe some characteristics of tourists who visit to DIY. Data analysis is done descriptively to describe some characteristics of tourists who visit to DIY. The results showed that the condition of tourism objects in Yogyakarta is quite potential to be developed and marketed for both foreign tourists and domestic tourists, because DIY has many attractions that are quite a lot and varied.

**Keywords:** Tour destination, foreign tourists and domestic tourists

## A. Latar belakang

Peraturan Pemerintah RI Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan kepariwisataan Nasional Tahun 2010 – 2025, Sasaran Strategis pengembangan Pariwisata yang merupakan cerminan amanat visi dan misi NAWA CITA adalah “Pariwisata sebagai sektor andalan yang harus didukung oleh semua sektor lain terutama yang terkait langsung dengan infrastruktur dan transportasi”. Pariwisata memberikan kontribusi yang signifikan bagi perekonomian Indonesia. Dampak kepariwisataan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional di tahun 2015 sebesar Rp. 461,36 triliun, 4,23 % dari PDB nasional.

Penciptaan PDB di sektor pariwisata terjadi melalui pengeluaran wisatawan nusantara, anggaran pariwisata pemerintah, pengeluaran wisatawan mancanegara, dan investasi pada usaha pariwisata yang meliputi: (1) Usaha daya tarik wisata; (2) Usaha kawasan pariwisata; (3) Jasa transportasi wisata; (4) Jasa perjalanan wisata; (5) Jasa makanan dan minuman; (6) Penyedia akomodasi; (7) Penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi; (8) Penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi dan pameran; (9) Jasa informasi pariwisata; (10) Jasa konsultan pariwisata; (11) Jasa pramuwisata; (12) Wisata tirta; dan (13) SPA. Sektor pariwisata juga memiliki peran strategis dalam menciptakan nilai tambah bagi perekonomian nasional. Selain pencipta nilai tambah, sektor pariwisata menyerap banyak tenaga kerja. Tahun 2015, dampak kepariwisataan terhadap penyerapan tenaga kerja sebesar 12,16 juta orang. Sehingga

dengan demikian sektor Pariwisata merupakan sektor yang efektif dalam menjawab kebutuhan peningkatan nilai tambah ekonomi dalam menanggulangi kemiskinan (*pro poor*) dan penciptaan lapangan kerja (*pro-job*). Sektor pariwisata juga merupakan pencipta devisa yang tinggi.

Tahun 2015 sektor pariwisata menciptakan devisa sebesar US\$ 11,9 miliar US\$ atau setara Rp. 163 triliun (meningkat 113% dibandingkan tahun 2014 yang mencapai angka devisa sebesar US\$ 11,17 miliar). Peningkatan penerimaan devisa di tahun 2015 tidak saja bersumber dari peningkatan jumlah wisatawan mancanegara dari 9,4 juta di tahun 2014 dan menjadi 10,4 juta di tahun 2015, tetapi juga bersumber dari peningkatan rata-rata pengeluaran per kunjungan dari US\$ 1.183,43 di tahun 2014, menjadi US\$ 1.190 di tahun 2015. Dengan kata lain, peningkatan kuantitas devisa kepariwisataan diikuti dengan peningkatan kualitas pengeluaran wisatawan (Lakip Kemenpar, 2016).

*A marketing strategy consists of an internationally integrated but externally focused set of choices about the organisation addresses its customers in the context of a competitive environment* (Brown & Sommers, 1982). Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk perusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata. Sustainable (kesinambungan) adalah konsep yang sering digunakan dalam kaitannya dengan pengembangan pariwisata. Pembangunan berkelanjutan meliputi hasil ekonomi, sosial dan lingkungan jangka panjang yang positif (Hunter, 1997 & Nesci, 2014). Berkaitan dengan pengembangan pariwisata, keberlanjutan sering kali masuk dalam diskusi tentang berbagai bentuk pariwisata dan dampaknya. Wisata massal konvensional, misalnya memiliki banyak dampak lingkungan dan sosial budaya yang negatif, sementara pada saat bersamaan manfaat ekonomi juga sering tidak dinikmati oleh penduduk setempat (Telfer & Wall, 2000; Torres, 2003; Telfer & Sharpley, 2008). Beberapa jenis wisata alternatif, seperti wisata budaya dan ekowisata, merupakan pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dan bermanfaat bagi penduduk lokal (Scheyvens, 2002; Brohman, 1996; Mowfort & Munt, 1998).

Berdasarkan Perda Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), no 1 tahun 2012 tentang RIPPDA DIY bahwa pembangunan kepariwisataan memiliki VISI: terwujudnya Yogyakarta sebagai Destinasi Pariwisata berbasis budaya terkemuka di Asia Tenggara, berkelas dunia, berdaya saing, berkelanjutan. Misi : mengembangkan pemasaran Pariwisata yang sinergis, unggul, dan bertanggung jawab untuk meningkatkan kunjungan Wisatawan baik wisman maupun wisnus. Tujuan: mewujudkan media pemasaran yang efektif dan efisien untuk meningkatkan citra Kawasan Pariwisata Daerah dan apresiasi terhadapnya sehingga mampu menarik kunjungan dan kunjungan. Sasaran: (1) meningkatnya kualitas paket Wisata yang variatif , yang dikelola secara sinergis dan terintegrasi antara Pemerintah Daerah dan/atau oleh pelaku Wisata, (2) meningkatnya kunjungan Wisatawan nusantara maupun mancanegara (3) terwujudnya media pemasaran yang efektif dan efisien. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi potensi wisata di DIY sebagai dasar untuk mengembangkan strategi pemasaran di wilayah DIY. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi pariwisata di DIY yang dilihat dari jumlah kunjungan wisatawan baik wisman dan wisnus ke DIY dan menganalisis DTW dari masing-masing wisatawan yang diminati selama berwisata di DIY.

## **B. LANDASAN TEORI**

Berbagai potensi wisata yang dimiliki oleh daerah destinasi wisata di tanah air, baik di daerah yang sudah maju maupun yang kurang berkembang kepariwisatannya adalah modal dasar pengembangan kepariwisataan Indonesia. Namun, mengandalkan kekayaan alam, budaya dan kesenian saja belum cukup untuk mendongkrak angka kunjungan wisatawan, diperlukan langkah strategis untuk memasarkan dan merancang pola pengembangan pariwisata yang sesuai dengan karakter daerah setempat. Tak ada objek wisata yang tak layak jual. Layaknya menjual sebuah produk, kepariwisataan perlu strategi pemasaran yang andal dan tepat sasaran. Berbagai upaya strategis yang dapat dilakukan untuk memajukan kepariwisataan di daerah kurang berkembang antara lain mengidentifikasi dan menggali potensi Objek Daya Tarik Wisata (ODTW). Langkah ini harus dilakukan dengan cermat agar dapat mengetahui secara keseluruhan mengenai kekuatan, potensi dan daya tarik wisata yang dimiliki.

Industri pariwisata merupakan industri yang sangat cepat berkembang. Dalam industri pariwisata ini tantangan dan persaingan di seluruh dunia menjadi sangat berat sehingga perlu dikelola secara tepat. Masing-masing negara harus mengelola wisata yang menjadi target kunjungan Wisatawan dengan baik. Banyak wisatawan yang membutuhkan pemasaran yang lebih bagus dibandingkan untuk masing-masing destinasi. Pemasaran yang tepat dapat meningkatkan pilihan dan motivasi konsumen untuk mengunjungi tempat wisata (Raju, 2009).

Industri pariwisata harus mengembangkan konsep pemasarannya untuk mendapatkan banyak konsumen. Pemasaran menjadi poin penting dalam industri wisata dan travel, karena keberhasilan dalam mengelola pemasaran pariwisata akan berpengaruh pada jumlah dan perilaku pasar yang ada dalam industri pariwisata. Beberapa perusahaan berupaya untuk memperbanyak produk-produk yang terkait dengan pariwisata untuk menunjang keberhasilannya. Agen-agen atau biro perjalanan harus mampu untuk memahami apa keinginan konsumen dan bagaimana menawarkan destinasi wisata kepada konsumennya. Pemasaran biasanya berhubungan dengan ketersediaan penawaran dan permintaan yang menfokuskan pada bagaimana konsumen bisa memutuskan untuk mengkonsumsi dan mengeluarkan uangnya untuk mendapatkan pengalaman yang baik atas produk yang ditawarkan. Etika pemasaran terkait dengan sumber daya pariwisata tanpa biaya apapun, contohnya membebaskan biaya masuk untuk mengunjungi taman nasional atau kota kuno. (Middleton & Clarke 2001)

Strategi pemasaran adalah komponen dasar dan menghasilkan keuntungan untuk jenis bisnis apapun, meningkatkan pendapatan dan keuntungan, memberi lebih banyak cara dalam meningkatkan penjualan serta meningkatkan jumlah konsumen dalam sebuah bisnis. Untuk meningkatkan penjualan dan menghasilkan keuntungan lebih besar, dibutuhkan strategi yang tepat dan akurat (Nykiel, 2002). Riset pasar yang akurat bisa menjadi sumber yang baik untuk menemukan target pasar dan calon konsumen. Riset pasar juga memberi pengetahuan kepada peneliti mengenai pandangan pelanggan terhadap layanan dan produk, dengan sisi positif dan negatifnya, juga gagasan tentang perbaikan, metode pemasaran yang dapat diterapkan. Riset pasar juga membantu dalam pembuatan keputusan tentang investasi. Sebagian besar bisnis pariwisata ingin memastikan konsumen kembali dan melakukan publisitas positif. Survei merupakan salah satu metode untuk mengetahui kepuasan wisatawan dan perbaikan apa yang perlu dilakukan. Selain survei, ada juga beberapa cara lain untuk mengetahui hal ini. Ini

adalah wawancara telepon, wawancara tatap muka dan kuesioner melalui pos (Briggs, 2001).

Saat mengidentifikasi segmen pasar, ada banyak metode yang digunakan, seperti usia, status ekonomi, tujuan perjalanan, kewarganegaraan, lokasi geografis dan gaya hidup, sikap dan perilaku konsumen (Briggs, 2001). Sebelum memulai kampanye iklan produk atau layanan apapun, penting untuk memastikan target pasar. Pemasaran merupakan alat yang sangat penting untuk mendapatkan kesuksesan di industri pariwisata. Akibatnya, pemasaran memiliki dampak yang besar terhadap bisnis pariwisata. Ini tidak mempengaruhi dari mana wisatawan datang dan ke mana mereka akan berkunjung, jadi pemasaran perlu dilakukan terutama untuk mendapatkan target pasar. Pemasaran pariwisata bukanlah tugas yang mudah. Pemasaran tujuan wisata berbeda dengan bisnis marketing. Prosedur pemasaran pariwisata yang terencana meningkatkan daya tarik tujuan wisata. Apakah tujuan wisata ada di resor tepi pantai atau tempat-tempat bersejarah bersejarah, perencanaan pemasaran strategis diperlukan untuk tujuan kesuksesan dan keuntungan jangka panjang. Jika rencana pemasaran sudah matang, maka akan mendorong wisatawan untuk mengunjungi tempat itu lagi. Ada banyak prosedur yang digunakan untuk melakukan pemasaran bisnis pariwisata. Prosedur ini adalah kemasan produk pariwisata, pencitraan merek tujuan wisata, iklan pariwisata, insentif penjualan, pengembangan situs web dan sebagainya. Prosedur ini diterapkan tergantung pada variasi bisnis pariwisata (Middleton & Clarke 2001).

### **C. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan data primer dan sekunder. Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data sekunder tentang jumlah kunjungan wisata DIY yang dikumpulkan dari tahun 2010-2016. Data primer diperoleh dengan melakukan wawancara terstruktur pada wisatawan yang datang ke Yogyakarta. Jumlah responden 100 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*. Analisis data dilakukan secara deskriptif untuk menggambarkan beberapa karakteristik wisatawan yang berkunjung ke DIY.

### **D. HASIL PENELITIAN**

#### **1. Analisa lingkungan eksternal**

Kunjungan wisatawan internasional mengalami pertumbuhan yang signifikan dengan rata-rata pertumbuhan 5-6% tahun 2016 telah mencapai 1,2 Miliar, dan diperkirakan akan mencapai 1,4 miliar pada tahun 2020 dan mencapai lebih dari 1,8 miliar perjalanan wisatawan internasional pada tahun 2030. Asia Pasifik menjadi wilayah yang cukup dinamis dengan lebih dari 303 juta wisatawan internasional tentu akan berpengaruh terhadap perkembangan wisatawan di negara-negara di wilayah ini termasuk Indonesia. Di lingkup Asia Tenggara, menurut *World Travel and Tourism Council* (WTTC) kedatangan wisatawan internasional ke kawasan ini pada tahun 2015 mencapai lebih dari 105,1 juta dengan segmen utama adalah pergerakan intra ASEAN (48%). Kunjungan wisman ke Indonesia pada tahun 2016 adalah yang tertinggi di 10 tahun terakhir dengan pertumbuhan 11% mencapai 11.5 juta kunjungan. Adanya Peraturan Presiden No. 69 Tahun 2015 tentang Bebas Visa Kunjungan. Saat ini ada 169 negara yang mendapatkan fasilitas bebas visa dari pemerintah di 29 Airports, 88 Seaports, dan 7 land borders. International Top Spenders yang dirilis WTO (*Tourism Highlights, Annual Report 2017*) dan peluang membuka sumber-sumber pasar baru (Cina, AS, Jerman, UK, Perancis, Canada, Korea, Italia, Australia, HKG). International

*Top Spenders* yang dirilis WTO (*Tourism Highlights, Annual Report 2017*) dan peluang membuka sumber-sumber pasar baru (Cina, AS, Jerman, UK, Perancis, Canada, Korea, Italia, Australia, HKG). Grafik perkembangan kunjungan wisata Indonesia dapat dilihat dalam gambar 1.

## 2. Analisa lingkungan internal

Kunjungan Wisman ke Yogya mengalami trend pertumbuhan yang positif dalam 5 tahun terakhir dengan 350 ribu wisman yang menginap di Hotel dan lebih dari 800 ribu yang mengunjungi DTW (Statistik Pariwisata DIY, 2016). Keragaman daya tarik wisata (99 DTW yang sudah resmi tercatat dalam buku statistik kepariwisataan) dan sejumlah DTW baru yang belum resmi tercatat sebagai DTW. Rencana operasional bandara baru NYIA tahun 2019 dengan kapasitas 15 juta penumpang (Adisutjipto berkapasitas 2 juta tetapi aktual telah mencapai  $\pm 7$  juta penumpang per tahun). Semangat pengembangan kepariwisataan secara regional (Joglosemar) dan juga antar daerah di Jawa-Bali yang diharapkan akan membawa dampak positif terhadap DIY. Secara umum Yogya masih menjadi DTW yang menarik (berdasarkan kesan/impresi kunjungan). Saat ini Yogya masih lekat pandangan umum sebagai “*Secondary Destination*” (setelah Bali/Destinasinya lain di Jawa dan bersaing dengan negara-negara Singapura, Malaysia, Thailand, Vietnam. Dari data wisman 600 responden 68% mengatakan Yogya bukan tujuan utama (rata-rata menyatakan bahwa Bali adalah tujuan utama wisatawan ke Indonesia). Paket-paket wisata yang belum secara optimal melibatkan DTW baru sehingga pola kunjungan masih terpaku pada paket-paket konvensional. DTW baru sendiri dipandang para pelaku industri belum sepenuhnya memadai untuk dipasarkan khususnya untuk segmen wisman. Data hasil survei yang berpengaruh terhadap kondisi kepariwisataan di Yogyakarta (1) Yogya bukan tujuan utama perjalanan, (2) Keberadaan Bali sebagai destinasi yang memiliki daya tarik lebih Wisatawan Eropa yang rata-rata memiliki lama tinggal lebih panjang dibandingkan lainnya, (3) Yogya lebih merupakan tempat transit atau sekedar *one day trip*.

## 3. Analisis pasar Wisatawan Mancanegara (wisman)

Wisatawan Mancanegara adalah setiap pengunjung yang mengunjungi suatu negara di luar tempat tinggalnya, didorong oleh satu atau beberapa keperluan tanpa bermaksud memperoleh penghasilan di tempat yang dikunjungi dan lamanya kunjungan tersebut tidak lebih dari 12 (dua belas) bulan (Pusdatin Kemenpar, 2017). Sebaran kunjungan per-kabupaten dan kota (berdasarkan kunjungan wisatawan ke daerah target wisata di kabupaten/kota) dapat dilihat dalam tabel 1 dan 2.

Tabel 1

Sebaran kunjungan wisatawan ke daerah target wisata di kabupaten/kota

WISMAN							
KAB/KOTA	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Sleman	142,412	255,167	262,916	337,974	340,599	509,507	227,054
Kota Yogyakarta	241,047	204,941	233,804	306,301	226,197	230,879	249,470
Bantul	13,387	-	-	-	502	-	5,545
Kulon Progo	18,358	1,054	705	-	-	23	5,641
Gunung Kidul	-	-	2,053	3,558	5,319	-	3,882
WISNUS							
KAB/KOTA	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Sleman	2,357,465	2,234,896	2,769,316	3,274,980	3,882,432	4,441,427	5,229,592
Kota Yogyakarta	3,297,092	2,992,371	3,849,143	4,366,164	5,025,155	5,388,352	5,264,318
Bantul	1,286,655	2,521,303	2,378,209	2,037,874	2,708,314	4,519,199	5,143,093
Kulon Progo	425,767	545,743	595,824	695,850	907,709	1,289,672	4,922,663
Gunung Kidul	687,705	688,405	1,277,012	1,818,693	3,679,818	2,642,759	3,476,008
WISMAN + WISNUS							
KAB/KOTA	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Sleman	2,499,877	2,490,063	3,032,232	3,612,954	4,223,031	4,950,934	5,456,646
Kota Yogyakarta	3,538,139	3,197,312	4,082,947	4,672,465	5,251,352	5,619,231	5,513,788
Bantul	1,300,042	2,521,303	2,378,209	2,037,874	2,708,816	4,519,199	5,148,638
Kulon Progo	444,125	546,797	596,529	695,850	907,709	1,289,695	4,928,304
Gunung Kidul	687,705	688,405	1,279,065	1,822,251	3,685,137	2,642,759	3,482,514

Sumber: data Pusdatin Kemenpar 2017

Sebaran jumlah kunjungan wisman ke DIY dapat dilihat dalam gambar 1.



Gambar 1. Kunjungan wisman ke Indonesia tahun 2005-2016

Sumber: Pusdatin Kemenpar, 2017

Jika dilihat dari asal Wisman yang mengunjungi Indonesia, nampak pada tabel 2 berikut.

Tabel 2. Negara asal

	<b>Kunjungan ke Indonesia</b>	<b>Kunjungan ke DIY</b>	<b>%</b>
1. BELANDA	175,317	45,043	25.7%
2. MALAYSIA	1,458,593	35,777	2.5%
3. JEPANG	549,705	25,548	4.6%
4. AS	1,624,058	21,142	1.3%
5. SINGAPURA	276,027	22,934	8.3%
6. PERANCIS	212,575	17,658	8.3%
7. AUSTRALIA	1,099,058	16,642	1.5%
8. JERMAN	203,611	16,760	8.2%
9. CINA	1,260,700	14,698	1.2%
10. KORSEL	387,473	10,366	2.7%

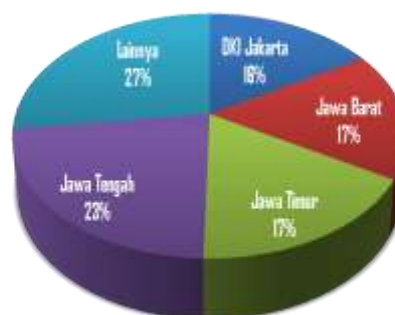
Sumber Pusdatin Kemenpar, 2017

#### 4. Analisis pasar Wisatawan Nusantara (Wisnus).

Wisatawan nusantara adalah seseorang yang melakukan perjalanan di wilayah teritori suatu negara, dalam hal ini Indonesia, dengan lama perjalanan kurang dari 6 bulan dan bukan bertujuan untuk memperoleh penghasilan ditempat yang dikunjungi serta bukan merupakan perjalanan rutin (sekolah atau bekerja), untuk mengunjungi obyek wisata komersial, dan atau menginap di akomodasi komersial, dan atau jarak perjalanan lebih besar atau sama dengan 100 (seratus) kilometer pergi pulang (Pusdatin Kemenpar, 2017).

Tabel 2. Pasar Wisnus yang berkunjung di DIY

Asal Daerah	Jumlah
Jawa Tengah	22.7%
Jawa Barat	17.0%
Jawa Timur	17.0%
DKI Jakarta	16.5%
D.I Yogyakarta	3.2%
Kalimantan Timur	2.2%
Sumatera Utara	2.0%
Sulawesi Selatan	1.7%
Bali	1.5%
Kep Riau	1.5%
NTB	1.5%
Sumatera Selatan	1.5%
Papua	1.3%
Sumatera Barat	1.3%
Lampung	1.2%
Kalimantan Selatan	1.0%
Sulawesi Utara	1.0%
D.I Aceh	0.8%
Jambi	0.8%
Riau	0.8%
Kalimantan Tengah	0.7%
Maluku	0.7%
Bangka Belitung	0.5%
Bengkulu	0.3%
Gorontalo	0.3%
Maluku Utara	0.3%
NTT	0.3%
Kalimantan Utara	0.2%
Sulawesi Barat	0.2%
Lainnya	27.0%
Jumlah	100.%



Gambar 2. Kunjungan wisnus ke Indonesia tahun 2005-2016  
Sumber: Pusdatin Kemenpar, 2017



Hasil survey terhadap 100 wisatawan Nusantara yang berkunjung di DIY menunjukkan bahwa segmen pasar wisnus banyak di dominasi oleh wilayah-wilayah yang memiliki kedekatan secara geografis dengan Yogyakarta seperti Jawa Tengah, Jawa Timur, Jawa Barat, dan DKI Jakarta. Beberapa dari luar wilayah tersebut jumlahnya tidak signifikan, kecuali beberapa daerah dengan penerbangan langsung ke Yogya (Makassar, Medan, Balikpapan).

## 5. Analisis destinasi wisata

Yogyakarta saat ini adalah salah satu kota tujuan wisata unggulan di Indonesia. Guna menjangkit turis mancanegara maupun lokal, pesona alam yang indah serta aneka pagelaran seni budaya terus digalakkan pemerintah daerah maupun pemerintah pusat agar Yogyakarta semakin dikenal di mata dunia. Hasil survey yang dilakukan terhadap 100 pengunjung menunjukkan bahwa terdapat beberapa destinasi yang paling sering dikunjungi wisatawan di DIY. Destinasi Yogyakarta adalah: Kraton Yogyakarta; Tamansari, Pasar Tradisional, Malioboro dan sekitar. Sleman meliputi candi prambanan, ratuboko; ramayana, merapi dan sekitarnya, desa wisata, museum ullen sentalu., Kuliner; Lava Tour. Di Bantul terdapat Imogiri; Parangtritis, desa wisata/kerajinan (tembi, kasongan), mangunan dan sekitarnya (hutan pinus, puncak becici), lomba paralayang/paragliding internasional. Di Kulon Progo destinasi wisata yang sering dikunjungi adalah Kalibiru, desa wisata/kerajinan, menoreh dan sekitar (nglinggo, banjarsari, boro). Gunung Kidul destinasi yang sering dikunjungi adalah hutan wanagama, pantai pok tunggal – baron, minat khusus goa, gunung api purba (Langgeran).

## E. KESIMPULAN

Hasil penelitian yang dilakukan dan dari data-data yang diperoleh dan di analisis maka, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: kondisi obyek wisata di DIY cukup berpotensi untuk dikembangkan dan dipasarkan baik untuk Wisnus maupun Wisman, karena DIY memiliki banyak obyek wisata yang cukup banyak serta beragam. Wisman yang datang ke DIY terbanyak adalah dari Belanda, disusul Malaysia dan Jepang. Jumlah wisnus yang datang ke DIY paling banyak berasal dari Jawa Tengah, Jawa Barat, Jawa Timur dan DKI Jakarta. Derah tujuan wisata yang paling banyak digemari adalah Candi Prambanan; Kraton Yogyakarta; Tamansari, Malioboro dan sekitar; Museum, Ratuboko; Pasar Tradisional, Kuliner; Lava Tour; Imogiri; dan Parangtritis.

## DAFTAR PUSTAKA

- Briggs, S, (2001), “*Successful Tourism Marketing: A Practical Handbook*”, 2<sup>nd</sup> Edition. London: Kogan Page Limited.
- Brohman, J. (1996), “New directions for tourism in the Third World,” *Annals of Tourism Research*. 23(1), 48-70.;

- Brown, A., J., & Sommers, E., D (1982), "Developing a Strategic Marketing Orientation in a Large Industrial Firm," *Industrial Marketing Management*, 11(3): 167.
- Hunter, C. (1997), "Sustainable tourism as an adaptive paradigm," *Annals of Tourism Research*. 24(4), 850-867.
- Middleton, V & Clarke, J (2001), "*Marketing in travel and tourism*", 3<sup>rd</sup> ed. Butterworth-Heinemann: Oxford
- Mowfort, M., & Munt, I. (1998), "*Tourism and sustainability: Development and new tourism in the Third World*", New York: Routledge.
- Nesci, F.S (2014), "Sustainable Tourism in the Metropolitan Area," *Advanced Engineering Forum*. Vol. 11, p555-559
- Nykiel, R. A, (2002), "*Marketing your business: a guide to developing a strategic marketing plan*". New York :Best Business Books,
- Scheyvens, R. (2002), "*Tourism for development: empowering communities*", Harlow: Pearson Education Limited.
- Telfer, D. J., & Sharpley, R. (2008). "*Tourism and development in the developing world*", New York: Routledge.
- Telfer, D.J., & Wall, G. (2000). "Strengthening backward economic linkages: local food purchasing by three Indonesian hotels," *Tourism Geographies*. 2(4), 421-447.
- Torres, R. (2003), "Linkages between tourism and agriculture in Mexico," *Annals of Tourism Research*. 30(3), 546-566.

-----

Laporan akuntabilitas Kinerja Kementerian Pariwisata tahun (Lakip) tahun 2016.  
 Peraturan Pemerintah RI Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan kepariwisataan Nasional Tahun 2010 – 2025.  
 Pusat data dan informasi Kementerian Pariwisata (Pusdatin) tahun 2017.  
 Statistik Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta tahun 2016.  
*Tourism Highlights, Annual Report* tahun 2017.

# PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PENGEMBANGAN KAWASAN PARIWISATA PERBATASAN DI KABUPATEN MERAUKE

**Machya Astuti Dewi<sup>1)</sup> dan Meilan Sugiarto<sup>2)</sup>**

FISIP UPN “Veteran” Yogyakarta

machdewi@yahoo.com

## ***Abstract***

Urgensi pengentasan kemiskinan di kawasan perbatasan merupakan hal yang penting. Di tengah situasi dimana masih kuatnya pendekatan keamanan dalam pengelolaan perbatasan, maka pemberdayaan masyarakat melalui pendekatan “sadar wisata perbatasan” dalam rangka mengembangkan pariwisata perbatasan merupakan pendekatan yang penting. Hal ini diharapkan mampu membangun ketahanan sosial ekonomi masyarakat perbatasan karena pergeseran kesejahteraan dalam pengelolaan perbatasan dapat menjadi satu pijakan bagi proyek pengentasan kemiskinan di kawasan perbatasan.

## **A. PENDAHULUAN**

Merauke merupakan salah satu kabupaten di Papua yang secara geografis berada di kawasan perbatasan Indonesia dan Papua Nugini. Potensi yang tampak adalah adanya kunjungan wisatawan lokal maupun luar Merauke untuk sekedar berakhir pekan dan melihat aktivitas perdagangan tradisional masyarakat suku Weam dan Wereaber dan sekali waktu ada pedagang dari Papua Nugini (PNG). Aiptu Ma’ruf, pernah melakukan pengolahan lokasi perbatasan tersebut menjadi taman yang menarik dan bersih (Saepudin, Rachmawati dan Fauzan, 2014), sehingga mampu menarik minat wisatawan dan menghidupkan pasar tradisional untuk aktivitas ekonomi masyarakat.

Permasalahan yang seringkali muncul dalam pengelolaan kawasan perbatasan di Indonesia antara lain: 1) batas wilayah dan penegakan hukum (Sasmini, 2007; Arsana, 2010); 2) pengelolaan kawasan perbatasan (Rachmawati dan Fauzan, 2013; Panda, 2015); dan 3) institusi pengelola perbatasan (Rachmawati dan Fauzan, 2012; Partnership, 2011). Di Merauke sendiri, masalah utama perbatasan adalah institusi pengelola perbatasan, dimana pendekatan keamanan dan tumpang tindihnya institusi pengelola perbatasan masih terjadi. Pendekatan keamanan menjadikan militer sebagai pemeriksa utama pelintas batas yang seharusnya dilakukan petugas imigrasi untuk memeriksa dokumen, petugas bea cukai untuk memeriksa barang bawaan dan petugas karantina untuk memeriksa kesehatan hewan ternak atau tanaman yang dibawa oleh pelintas batas. Badan Pengelola Perbatasan Daerah sudah ada namun belum jelas kewenangannya di lapangan, sehingga seringkali belum mampu menyelesaikan persoalan praktis yang ada di lapangan (Rachmawati dan Fauzan, 2013).

Perbedaan persepsi dalam mengelola perbatasan menjadikan aktivitas sosial ekonomi yang pernah tumbuh di perbatasan kembali pudar. Kondisi ini menjadi persoalan tersendiri dalam upaya pengembangan kawasan berbasis pemberdayaan masyarakat. Pemerintah pusat dan lokal sendiri, belum menemukan sebuah kebijakan dan program yang mampu memberikan pondasi bagi pengembangan aktivitas sosial ekonomi di perbatasan.

Urgensi pengentasan kemiskinan di kawasan perbatasan merupakan hal yang penting. Pemberdayaan masyarakat melalui pendekatan “sadar wisata perbatasan” dalam rangka mengembangkan pariwisata perbatasan merupakan pendekatan yang penting. Hal ini diharapkan mampu membangun ketahanan sosial ekonomi masyarakat perbatasan, dimana melalui pendekatan ini pula masyarakat dapat memiliki peluang untuk memanfaatkan potensi budaya dan lingkungan yang ada di sekelilingnya guna meningkatkan kesejahteraan. Kesadaran dan kemauan masyarakat dapat menjadi modal utama pengembangan pariwisata perbatasan dengan dukungan pemerintah lokal dan pusat.

## **B. TINJAUAN PUSTAKA**

### **1. Pariwisata dan Peningkatan Perekonomian Masyarakat**

Studi mengenai industri pariwisata dalam menopang perekonomian masyarakat menunjukkan adanya dampak positif bagi perekonomian dan kesejahteraan masyarakat sekitar (Dritsakis, 2012). Industri pariwisata memberikan kesempatan yang luas kepada masyarakat lokal untuk bertemu dengan kesempatan kerja yang lebih baik dengan menjadi pekerja pada industri pariwisata, menjadi supplier atas kebutuhan industri tersebut atau menjadi bagian dari industri pariwisata yang lainnya. Bahkan industri semacam ini juga mampu mendatangkan program-program bantuan melalui CSR perusahaan yang mengembangkan industrinya di wilayah setempat (Ashley *et.all*, 2007). Industri ini bahkan dipercaya dapat memberikan perbaikan ekonomi bagi rakyat miskin melalui manajemen pariwisata yang terbuka dan berkelanjutan. Masyarakat miskin dapat mengakses perbaikan ekonomi melalui: a) Pembangunan usaha mikro pendukung industri pariwisata lokal; b) Pembangunan infrastruktur yang dilakukan oleh pemerintah guna mendukung industri pariwisata; c) Pemberdayaan masyarakat melalui pelibatan mereka di dalam pengambilan kebijakan dalam sektor pariwisata (Goodwin and Robson, 2004).

Dewi dkk (2014) menjelaskan bahwa kreativitas masyarakat sangat menentukan apakah potensi kepariwisataan memiliki nilai jual yang tinggi atau tidak. Kadar dan bentuk keterlibatan masyarakat dalam pengembangan desa wisata telah berkontribusi dalam pemberdayaan masyarakat desa, terutama pemberdayaan ekonomi. Selanjutnya, dalam tentang pembangunan desa wisata, Dewi dkk (2015) menemukan bahwa kendala utama yang menghambat pertumbuhan desa wisata berasal dari kesadaran masyarakat yang masih rendah mengenai arti penting mengembangkan potensi alam dan potensi budaya yang mereka miliki. Padahal, kedua potensi ini memiliki nilai jual dan nilai ekonomis yang sangat tinggi. Ada beberapa tindakan yang bisa dilakukan untuk meningkatkan nilai jual pariwisata di pedesaan, yaitu: a) mengembangkan web bilingual; b) melakukan pelatihan bahasa Inggris untuk kebutuhan praktis berkomunikasi dengan wisatawan asing; c) melakukan promosi dengan memanfaatkan kerjasama dengan perguruan tinggi yang memiliki program internasional, BKPM dan kantor perwakilan RI di luar negeri; d) mendorong keterlibatan aktif masyarakat dalam paket kegiatan tamu yang berkunjung; dan e) mendorong pemuda secara rutin mengunggah foto-foto dan kegiatan di desa wisata melalui media sosial.

### **2. Pengelolaan Border Tourism**

Hasil penelitian Rachmawati dan Fauzan (2012) menunjukkan pengembangan kawasan perbatasan harus didasarkan potensi kawasan yang bersangkutan yang

berlandaskan kesejahteraan masyarakat lokal. *Three Nodes Model* yang diajukan bagi model pengembangan kawasan perbatasan di Merauke merujuk pada industri rumah tangga, pengembangan kapasitas perikanan dan pariwisata perbatasan dengan ditunjang infrastruktur yang memadai bagi ketiga simpul tersebut (Rachmawati dan Fauzan, 2013). Timothy (2002) menggambarkan kerjasama tersebut dalam beberapa tingkatan, yaitu *Alienation*, *Coexistence*, *Cooperation* dan *Collaboration*. *Alienation* merupakan situasi dimana dua negara yang berbatasan tidak memiliki kerjasama yang cukup baik akibat perbedaan ideologi atau persoalan politik di masa lalu. *Coexistence* merupakan tahapan dimana kedua negara sudah memiliki kerjasama meski berada dalam area yang sangat terbatas. *Cooperation* adalah tahapan dimana kedua negara saling bekerja sama untuk memecahkan persoalan bersama terkait dengan perbatasan mereka. *Collaboration* adalah tahapan dimana kedua negara yang berbatasan telah memiliki kerjasama yang cukup stabil dan saling menguntungkan

Hasil penelitian Saepudin *dkk* (2014) menemukan bahwa pengembangan pariwisata perbatasan lebih mengeksplorasi kawasan perbatasan. Meski tidak dapat mengabagalkan sepenuhnya kerjasama antar negara, pengelolaan kawasan perbatasan sebagai pariwisata di Indonesia lebih diutamakan untuk mengembangkan kerjasama antar sektor yang berbasis pada wisata lingkungan dan budaya. Keunikan kawasan perbatasan ditilik dari kondisi lingkungan dan budaya dapat menjadi modal besar sekaligus murah bagi pariwisata perbatasan.

### **C. METODE**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan instrumen utama *indepth interview* untuk mengenali persepsi masing-masing pihak dalam pengelolaan *border tourism* dan upaya merancang gerakan sadar wisata dan pemberdayaan masyarakat di kawasan perbatasan. Data sekunder mengenai potensi kawasan perbatasan di Merauke diperoleh dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Merauke dan Badan Pengelola Perbatasan Daerah. Beberapa dinas terkait dalam pengelolaan perbatasan sekaligus masyarakat perbatasan merupakan narasumber dalam penelitian ini. Persepsi berbagai pihak yang menjadi narasumber dipertemukan dalam *Focus Group Discussion* sebagai jembatan bagi peneliti dengan dinas serta mitra terkait dalam memahami arti pengelolaan perbatasan bagi pariwisata. Analisis data dilakukan dengan metode deskriptif-kualitatif, dimana hasil analisis untuk tahun berjalan adalah deskripsi tentang peta pengembangan kawasan pariwisata di kabupaten Merauke.

### **D. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **1. Permasalahan Pengelolaan Perbatasan**

Informasi yang diperoleh dari salah seorang petugas Babinsa Sota (Bapak Wilu) bahwa penduduk asli Sota masih sulit diajak guyup, sehingga pemberdayaan masyarakat masih sulit dilakukan, misalnya jika ada uang bantuan maka akan ada keributan, termasuk antara laki-laki dan perempuan akan berebut bagian. Kebiasaan masyarakat asli Sota bahwa laki-laki lebih dominan daripada perempuan. Setiap kampung di Merauke mendapatkan bantuan dari pemerintah daerah 15 juta per-RT. Melihat besarnya bantuan tersebut, seringkali ketua RT yang sudah pindah domisili belum mau menyerahkan jabatannya sehingga masih menerima bantuan tersebut.

Berbeda dengan pendatang di Sota, para pendatang lebih tertata dalam berinteraksi, mungkin karena berasal dari tempat asal yang sudah tertata dan paham hukum.

Minuman keras juga menjadi salah satu hambatan. Di era tahun 1990an masyarakat Sota pernah diserang kasus miras. Namun dengan adanya pendampingan dan pembinaan dari Babinsa Polsek Sota maka saat ini kondisi sudah aman.

Distrik Sota mencakup 5 kampung dengan total penduduk sekitar 3.000 orang. Sebagai sarana dialog dan komunikasi terdapat forum mitra masyarakat, yaitu di **Yanggandur** dan **Forum Masyarakat Sota**. Ada juga **Pilar Formas** yang terdiri dari ketua forum masyarakat dengan pembina ketua distrik. Distrik Sota secara wilayah kependudukan dibagi menjadi dua jalur yaitu jalur A yang merupakan perkampungan penduduk asli Papua dan jalur B yang merupakan perkampungan penduduk pendatang (biasanya dari Jawa dan Sulawesi).

Upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat pernah dilakukan oleh IOM dengan dana dari pemerintah Belanda, masyarakat dimotivasi agar berdaya secara mandiri. Salah satu motivator IOM adalah bapak Yossi. Namun, hambatan yang dialami dalam pemberdayaan masyarakat selama ini adalah masyarakat asli setempat lebih termotivasi oleh uang. Berbeda dengan informasi yang diperoleh dari Kapolsek Sota (Bapak Aiptu Ma'ruf) bahwa masyarakat sebenarnya bisa diajak bekerjasama. Kelompok pemuda (karangtaruna) dan ibu-ibu rumah tangga adalah unsur yang paling mudah digerakkan (Wawancara dengan Ma'ruf, 21 April 2017).

## 2. Potensi Pariwisata di Sota

Sejak tahun 2004 kapolsek Sota Aiptu Ma'ruf Suroto mencoba mengembangkan potensi pariwisata Sota karena melihat adanya potensi wisata dengan kedatangan orang luar Sota yang berkunjung ke tugu batas. Tahun 2010 yang bersangkutan memulai berjualan souvenir-souvenir dan mengajak masyarakat disekitar perbatasan. Pada akhirnya masyarakat lokal mulai berjualan hasil bumi, hasil kerajinan seperti tas, ukiran-ukiran, anyaman, dan masih tampak berjalan sampai sekarang.

Upaya membangun Sota dilakukan dengan bekerjasama dengan pemilik ulayat (pemilik wilayah) dan kepala suku. Pemuda juga berpartisipasi dengan membuat souvenir berbentuk tifa untuk hiasan dan gantungan kunci. Jika musim kunjungan wisatawan mereka berkumpul di perbatasan untuk berjualan. Namun jika tidak ada kunjungan atau hari sedang hujan mereka tidak datang. Dengan karakter seperti itu proses pendampingan memerlukan kesabaran dan ketelatenan.

Kelompok ibu-ibu rumah tangga justru menjadi segmen yang mudah digerakkan. Mereka memiliki kegiatan berkebun dan membuat souvenir. Aiptu Ma'ruf menceritakan: "Saya punya kumpulan ibu-ibu PKK. Tahun lalu kita sudah punya kebun. Tapi Karena sekarang musim hujan. Airnya menggenang, jadi kami belum bisa bergerak. Sayur yang ditanam kangkung, terong, bayam, cabe, untuk konsumsi sehari-hari atau dijual ke tetangga" (Wawancara, 21 April 2017)

Potensi lain yang bisa dikembangkan adalah produksi minyak penyulingan minyak kayu putih. Namun hingga saat ini kesulitan utama dalam produksi minyak kayu putih di Sota adalah pengemasan. Aiptu Ma'ruf menjelaskan bahwa di Sota, bahkan di Papua belum ada pabrik botol. Karenanya selama ini masyarakat Sota memanfaatkan botol suplemen bekas. Bahkan karena keterbatasan alat penyulingan prosesnya pun bergantian antara keluarga. Contohnya Marga Ndiken ada 50 keluarga yang bergantian memproduksi minyak kayu putih. Bapak Niko Ndiken sebagai

koordinator, yang bersangkutan juga sebagai Bamuska (Badan Musyawarah Kampung) dan sudah dituakan disana sekaligus mengatur penyulingan (Wawancara, 21 April 2017).

Di Sota, tepatnya di sekitar tugu perbatasan terdapat pasar yang menjajakan aneka souvenir oleh-oleh khas Merauke. Bangunan pasar terdiri dari los sederhana yang ditata kayu berjejer dan meja beton untuk meletakkan barang dagangan. Di atas meja dibentangkan seutas tali untuk menggantungkan aneka tas, topi dan gantungan kunci. Sementara itu botol-botol kecil aneka bentuk dan warna berjejer di meja, demikian juga the sarang semut yang dikemas dalam plastik. Sepintas terlihat dengan jelas bahwa botol-botol kecil tersebut adalah botol bekas minuman berenergi yang banyak dijual di pasaran. Botol-botol tersebut berisi minyak kayu putih hasil penyulingan penduduk setempat. Di dekat botol –botol minyak kayu putih berjejer pula botol lain yang berisi madu hutan. Sama halnya dengan minyak kayu putih, botol yang digunakan untuk mengemas madu adalah botol bekas dan tanpa merk.

Pada hari-hari biasa kawasan perbatasan di Sota tidak terlalu ramai. Hanya beberapa pengunjung yang nampak berfoto-foto di depan tugu perbatasan RI-PNG atau di depan musamus (sarang semut) raksasa setinggi lebih dari 2 meter, bercakap-cakap dengan penduduk sekitar yang kebetulan sedang duduk di sekitar warung. Kios penjualan pun tidak semuanya terhuni. Penduduk tidak secara rutin berjualan di area perbatasan. Mereka masih menggantungkan pada *event-event* tertentu, misalnya ketika ada tamu atau kunjungan bupati. Pada *event* semacam itu pasar menjadi ramai sekali. Penduduk menjual apapun yang bisa dijual. Tidak hanya souvenir, minyak kayu putih, madu hutan dan teh sarang semut, tetapi juga hasil kebun seperti pisang, pepaya, ketela dan keladi (Wawancara dengan Aiptu Ma'ruf 21 April 2017).

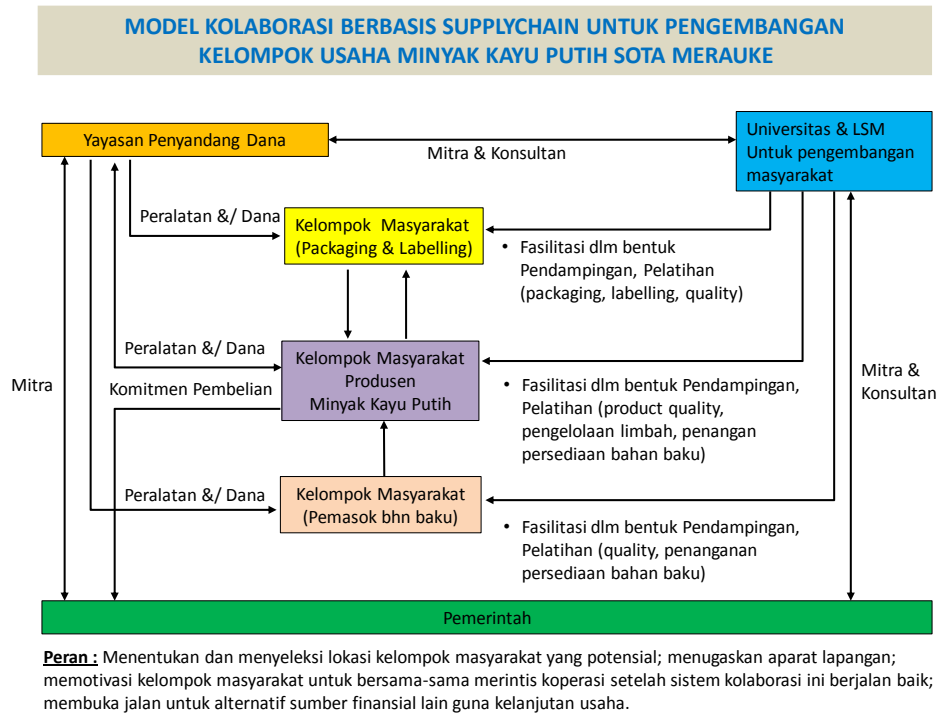
Upaya untuk memajukan kawasan perbatasan di Sota sudah pernah dilakukan oleh pemda kabupaten Merauke. Gagasan yang muncul adalah mengembangkan Sota sebagai sebuah kawasan *ecotourism* atau wisata lingkungan. Namun gagasan tersebut gagal untuk dikembangkan. Menurut Aiptu Ma'ruf *ecotourism* kurang dikembangkan dan dikelola dengan baik, sehingga tidak menarik perhatian orang untuk datang.

### **3. Model Pemberdayaan Ekonomi**

Tantangan terbesar dalam melakukan pemberdayaan masyarakat Sota adalah kesabaran dan ketelatenan untuk terus-menerus mengajak masyarakat maju dan berkembang. Aiptu Ma'ruf yang sudah lama sekali berbaur dengan masyarakat Sota mengemukakan pengalamannya. Melalui FKPM (Forum Kemitraan Polisi dan Masyarakat) yang mencakup perwakilan tokoh-tokoh masyarakat seperti tokoh agama, tokoh pemuda, tokoh perempuan, dan lainnya. FKPM dijadikan media untuk berembug hal-hal berkaitan dengan wilayah Sota. Perwakilan untuk satu distrik biasanya ada perwakilan dari Danramil, dunia Pendidikan seperti guru-guru dan kepala sekolah, tokoh agama dari Islam, Khatolik, Hindu, Budha dan sebagainya. Selain FKPM terdapat juga Polmas, dimana masyarakat menjadi polisi untuk dirinya sendiri. Polmas masih berjalan sampai sekarang (Wawancara dengan Aiptu Ma'ruf, 21 April 2017).

Berikut rancangan model untuk pemberdayaan masyarakat dalam mendorong pertumbuhan wisata perbatasan:

**Gambar 1.**



## PENUTUP

Tantangan pemberdayaan masyarakat dalam rangka pengelolaan pariwisata di perbatasan adalah adanya perbedaan persepsi dalam pengelolaan perbatasan. Kejelasan dan otoritas organisasi pengelola perbatasan perlu diperjelas, dimana pemerintah pusat dan lokal perlu merumuskan sebuah kebijakan dan program yang mampu memberikan pondasi bagi pengembangan aktivitas sosial ekonomi di perbatasan melalui pemberdayaan masyarakat lokal di perbatasan.

Pemberdayaan masyarakat melalui pendekatan “sadar wisata perbatasan” dalam rangka mengembangkan pariwisata perbatasan merupakan pendekatan yang dapat dijadikan sebuah pijakan untuk membangun ketahanan sosial ekonomi masyarakat perbatasan, dimana melalui pendekatan ini masyarakat lokal dapat memiliki peluang untuk memanfaatkan potensi budaya dan lingkungan yang ada di sekelilingnya guna meningkatkan kesejahteraan. Kesadaran dan kemauan masyarakat merupakan modal utama pengembangan pariwisata perbatasan dengan dukungan pemerintah lokal dan pusat.

Untuk pemerintah daerah setempat, tidak dapat hanya berorientasi jangka pendek karena merubah sikap dan perilaku masyarakat agar sadar wisata perbatasan harus diawali dengan merubah *mindset* yang mengarah pada filosofi *demand* dan *supply*. *Demand* diciptakan dalam diri masyarakat terhadap pengelolaan wisata perbatasan dalam upaya meningkatkan kesejahteraan sehingga muncul kesadaran perlunya potensi wisata yang ada dikelola, sedangkan *supply* dapat dibangun oleh pemerintah daerah,



forum masyarakat, organisasi pemerhati pariwisata, perguruan tinggi dalam bentuk dukungan kebijakan, program, pengetahuan dan ketrampilan untuk menggali sumber daya dan potensi yang ada di wilayah perbatasan agar menarik wisatawan. Pada akhirnya, *integrated approach* yang melibatkan banyak stakeholder wilayah perbatasan sangat dibutuhkan untuk kesuksesan pengelolaan wisata perbatasan.

## REFERENSI

- Ashley, Caroline, Peter DeBrine, Amy Lehr dan Hannah Wilde. 2007. "The Role of the Tourism Sector in Expanding Economic Opportunity". Corporate Social Responsibility Initiative Report No.23. Cambridge, MA: Kennedy School of Government, Harvard University.
- Arsana, I Made Andi. 2010. "Penyelesaian Sengketa Ambalat dengan Delimitasi Maritim: Kajian Geospasial dan Geoyuridis". Paper Lomba Olimpiade karya Tulis Inovatif PPI Paris, Perancis tahun 2009.
- Padan, Belinda. 2015. "Startegi Badan Pengelolaan Kawasan Perbatasan Pedalaman dan Daerah Tertinggal Provinsi Kalimantan Timur dalam Rangka Pelaksanaan Pembangunan Kecamatan Kayan Selatan. *eJournal Pemerintahan Integratif* 2015,3(1): 175-189 ISSN 2337-8670.
- Dewi, Machya Astuti,dkk. 2015. *Pengembangan Desa Wisata Berbasis People-to-People-Contact di Provinsi DIY*, Laporan Penelitian Strategis Nasional Tahun 1, Ditlitabmas, 2014. Tidak Dipublikasikan.
- , *Pengembangan Desa Wisata Berbasis People-to-People-Contact di Provinsi DIY*, Laporan Penelitian Strategis Nasional Tahun 2, Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Dikti, 2015.
- Dritsakis, Nikolaos. 2012. "Tourism Development and Aconomic Growth in Seven Mediterranean Countries: A Panel Data Approach". *Tourism Economic*. Vol. 18, No. 4. Paper lengkap dapat diakses melalui [http://users.uom.gr/~drits/publications/TOURISM\\_DEVELOPMENT.pdf](http://users.uom.gr/~drits/publications/TOURISM_DEVELOPMENT.pdf)
- Goodwin, Dr Harold and Stuart Robson .2004. "Tourism and Local Economic Development: How can businesses in travel and tourism increase the contribution of the industry to local economic development and pro-poor growth?". [http://www.haroldgoodwin.info/resources/Flyer\\_Final.pdf](http://www.haroldgoodwin.info/resources/Flyer_Final.pdf)
- Partnership. 2011. Partnership Policy Paper No. 2/2011 Kebijakan Pengelolaan Kawasan Perbatasan Indonesia. [http://www.kemitraan.or.id/sites/default/files/20111125095137.Policy%20Brief%202%20PSG%20arsip\\_2.pdf](http://www.kemitraan.or.id/sites/default/files/20111125095137.Policy%20Brief%202%20PSG%20arsip_2.pdf)
- Peraturan BNPP No. 3 Tahun 2011. Rencana Aksi Pengelolaan Batas Wilayah Negara dan Kawasan Perbatasan Tahun 2011. <http://www.djpp.kemendikham.go.id/arsip/bn/2011/bn46-2011Imp1.PDF>
- Rachmawati, Iva dan Fauzan. 2012. "Problem Diplomasi Perbatasan dalam Tata Kelola Perbatasan Indonesia-Malaysia". *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* ISSN 1410-4946 Volume 16, Nomor 2, November 2012 (95-186)
- . 2013. *Menuju Kabupaten Merauke Provinsi Papua Sebagai Model Pengembangan Kawasan di Indonesia Bagian Timur*. Penelitian Klaster. LPPM UPN "Veteran" Yogyakarta.

- Saepudin, Asep, Iva Rachmawati dan Fauzan. 2014. *Model Pengembangan Border Tourism bagi Kawasan Perbatasan Studi Kasus: Sota, Merauke, Papua*. Jurnal Manajemen, Akutansi dan Ekonomi Pembangunan .ISSN 1410-2293.
- Sasmini, 2007.“Staregi Pengelolaan dan Pengamanan Pulau-Pulau Terluar oleh Pemeirntah Indonesia (Analisis Berdasarkan United Nations Covention on the Law of the Sea / UNCLOS 1982)”.*Yustisia*.Edini No. 71 Mei-Agustus 2007.
- Timothy, D.J. 2002.” Tourism in Borderlands: Competition, Complementarity, and Cross Border Cooperation”. Dalam Krakover, S. and Gradus, Y (eds) .*Tourism in Frontier Areas*. Lexington Books: Maryland.
- Wawancara dengan Wilu, 19 April 2017.
- Wawancara dengan Aiptu Ma’ruf, 21 April 2017.

**MODEL MANAJEMEN KOMUNIKASI BENCANA  
BERBASIS KOMUNITAS MELALUI RENCANA KONTIJENSI  
ERUPSI GUNUNG SINABUNG**

**Puji Lestari, Eko Teguh Paripurno, Arif Rianto Budi Nugroho, Sari Bahagiarti,  
Awang Hendrianto Pratomo  
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta  
Jl. SWK 104, Condongcatur, Depok, Sleman Yogyakarta, Telp 0274 485268,  
email; pujilestariupn@gmail.com**

*Abstract*

*Communication disaster management eruption mountain Sinabung less well-ordered . The location of mount Sinabung is the high risk of disaster needed proper management , including through Contingency plan to reduce the risk disaster Sinabung .This research support of the strategic research Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta years 2016-2020 in the field of disaster mitigation and environment especially disaster the volcano in improvement disaster program information system to forewarn and early detection effective .This research using the concept and models of disaster management communication community-based . Research objectives is to make disaster risk management model based the community ( PRBBK) through the Contingency plan of Sinabung.*

*Keywords: Communication disaster management Sinabung contingency plan*

**PENDAHULUAN**

Bencana erupsi Sinabung masih menyisakan banyak persoalan. Hasil Penelian Lestari , et.all , ( 2016: 4265) *communication disaster management eruption mountain Sinabung less well-ordered .The results of the study Indonesia has many volcanoes that are still active and could erupt at any time one of them is mount sinabung.The eruption of mount sinabung in Karo district of North Sumatera began in 2010 until now .The location of mount Sinabung is the high risk of disaster.* Diperlukan manajemen komunikasi bencana yang tepat. Manajemen bencana atau pengelolaan bencana didefinisikan oleh Carter yang dikutip Suri (2015;459) sebagai suatu ilmu pengetahuan terapan (*aplikatif*) yang mencari, dengan observasi sistematis dan analisis bencana untuk meningkatkan tindakan-tindakan (*measures*) terkait dengan pencegahan (*preventif*), pengurangan (*mitigasi*), persiapan, respon darurat dan pemulihan. Dari pendapat tersebut, tujuan dari penanggulangan bencana diantaranya, mengurangi atau menghindari kerugian secara fisik,ekonomi maupun jiwa yang dialami oleh perorangan, masyarakat, negara, mengurangi penderitaan korban bencana, mempercepat pemulihan,

dan memberikan perlindungan kepada pengungsi atau masyarakat yang kehilangan tempat ketika kehidupannya terancam.

Dasar pengelolaan bencana di Indonesia diatur oleh Undang-undang No.24 tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana. Pada Pasal 1 ayat (6) tertulis bahwa penyelenggaraan penanggulangan bencana adalah serangkaian upaya yang meliputi penetapan kebijakan pembangunan yang berisiko timbulnya bencana, kegiatan pencegahan bencana, tanggap darurat, dan rehabilitasi. Pasal 3 ayat (1) dijelaskan bahwa asas-asas penanggulangan bencana, yaitu kemanusiaan, keadilan, kesamaan kedudukan dalam hukum dan pemerintah, keseimbangan, keselarasan, dan keserasian, ketertiban dan kepastian hukum, kebersamaan, kelestarian lingkungan hidup, dan ilmu pengetahuan dan teknologi. Pada ayat (2) ditulis prinsip-prinsip dalam penanggulangan bencana, yaitu cepat dan tepat, prioritas, koordinasi dan keterpaduan, berdaya guna dan berhasil guna, transparansi dan akuntabilitas, kemitraan, pemberdayaan, nondiskriminatif dan nonproletisi. Tujuan penanggulangan bencana menurut Undang-undang No.24 tahun 2007 Pasal 4 yaitu memberikan perlindungan kepada masyarakat dan ancaman bencana, menyelaraskan peraturan perundang-undangan yang sudah ada, menjamin terselenggaranya penanggulangan bencana secara terencana, terpadu, terkoordinasi, dan menyeluruh, menghargai budaya lokal, membangun partisipasi dan kemitraan publik serta swasta, mendorong semangat gotong-royong, dan kesetiakawanan, dan kedermawanan dan menciptakan perdamaian dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara. Pelaksanaan UU tersebut sudah didukung adanya Peraturan Pemerintah No. 21 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Penanggulangan Bencana. Inti dari penanggulangan bencana adalah koordinasi yang dilakukan pada saat sebelum bencana, saat bencana dan sesudah bencana terjadi. Pemerintah dalam hal ini BPBD diharapkan melakukan koordinasi yang merupakan faktor penting pada pengelolaan bencana, yaitu terkait aspek manajemen komunikasi bencana.

Manajemen komunikasi bencana merupakan pengelolaan proses pembuatan pesan atau informasi yang terkait kebencanaan, penyampaian pesan dan penerimaan pesan dari tahap prabencana, saat terjadi bencana dan pascabencana. Peran komunikasi bencana menentukan keberhasilan pemerintah untuk memberikan informasi bagi keamanan masyarakat dan mengatasi bencana yang terjadi. Kajian ini memberikan kontribusi bahwa optimalisasi komunikasi bencana secara terpadu penting dilakukan dalam manajemen bencana (Asteria,2016).

Terkait pengelolaan bencana menurut Nugroho (2008:2) upaya melakukan investigasi atas wilayah yang rawan bencana memerlukan kerjasama dan koordinasi antar berbagai institusi pemerintah, karena tanpa adanya koordinasi (komunikasi) maka upaya penanganan dampak bencana hanya sekedar reaktif semata. Penelitian ini menitikberatkan pada manajemen komunikasi bencana melalui koordinasi yang diimplementasikan pada peninjauan Rencana Kontinjensi Sinabung yang menghasilkan draf Rencana Kontinjensi Sinabung yang diperbarui.

Salah satu pilar penting dalam upaya manajemen komunikasi bencana adalah Pengelolaan Risiko Bencana Berbasis Komunitas (PRBBK) sebagai praktik mitigasi bencana yang dilembagakan dengan pengetahuan dan konsep yang lebih sistematis. Beberapa elemen (aspek) penting pembentuk komunitas yang selalu melekat pada

pengertian komunitas adalah: 1. Wilayah atau lokalitas (area), atau aspek esensial dimana sekelompok individu hidup dan membina kehidupan sosial mereka. Bersama-sama dengan individu-individu manusia, aspek ini sangat penting dan menjadi syarat mutlak terbentuknya sebuah komunitas. Wilayah menjadi tempat bermukimnya suatu komunitas. Tanpa wilayah tak akan pernah terbentuk suatu komunitas. 2. Ikatan-ikatan sosial bersama (*common ties*) yang membentuk jejaring sosial (*social networking*) yang dibangun oleh anggota komunitas. Dalam hal tertentu jejaring sosial tersebut membantu individu tertentu untuk secara mudah menemukan cara mempertahankan hidup (*ways to survive*). 3. Interaksi sosial (*social interaction*) yang terbentuk diantara individu-individu

anggota suatu komunitas. Ketiga aspek tersebut akan selalu tampil bersama-sama menentukan ciri sebuah komunitas (Nasution, 2005:16). Komunitas yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu wilayah dan masyarakat yang tinggal di Kabupaten Karo di sekitar Gunung Sinabung. Komunitas ini melakukan kegiatan melalui koordinasi dan komunikasi dalam rangka mengurangi dampak erupsi Gunung Sinabung.

Menurut Paripurna (2014:13) pengelolaan Risiko Bencana Berbasis Komunitas (PRBBK) adalah sebuah pendekatan yang mendorong komunitas akar rumput dalam mengelola risiko bencana di tingkat lokal. Upaya tersebut memerlukan serangkaian upaya yang meliputi melakukan interpretasi sendiri atas ancaman dan risiko bencana yang dihadapinya, melakukan prioritas penanganan/ pengurangan risiko bencana yang dihadapinya, mengurangi serta memantau dan mengevaluasi kinerjanya sendiri dalam upaya pengurangan bencana.

Penelitian ini melakukan eksplorasi secara mendalam tentang program dan kompetensi para pelaku PRBBK, dengan subjek lembaga pemerintah (Pemda dan BPBD) Kabupaten Karo, lembaga non pemerintah dan masyarakat di wilayah rawan bencana Gunung Sinabung. Tujuan penelitian ini adalah menemukan model komunikasi bencana dalam pengelolaan risiko bencana berbasis komunitas melalui Rencana Kontijensi Erupsi Gunung Sinabung Kabupaten Karo, Provinsi Sumatera Utara.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan bersifat pengembangan penelitian sebelumnya yaitu model komunikasi bencana Gunung Sinabung di Kabupaten Karo Sumatera Utara yang meletus tahun 2010 dan 2013 sampai 2017 masih erupsi. Penelitian dilakukan dengan metoda deskriptif kualitatif. Metoda ini merupakan penelitian untuk membuat gambaran masalah mengenai situasi atau kejadian. Data primer dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan *Focus Group Discussion* (FGD). Alasan menggunakan FGD adalah, *Focus Group Discussions (FGD) method is a common approach for data collection in qualitative research projects* (Afiyanti,2008:58). Data lain diperoleh dari wawancara dengan staff di Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) saat acara Runggu di Kabupaten Karo tanggal 6 April 2017. *Focus Group Discussion* (FGD) dilaksanakan tanggal 3 dan 4 April 2017 dilanjutkan wawancara mendalam. Peserta FGD adalah komunitas yang terkait penanganan bencana, yaitu; Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD), Dinas

Kesbanglinmas di Tanah Karo, Dinas sosial, Dinas Pendidikan, Dinas Kesehatan, Dinas Lingkungan Hidup, Kominfo, Dinas Pertanian, Dinas Perikanan, Dinas Pekerjaan Umum, Transportasi, Satpol PP, Bappeda, BPKPAD, PVMBG, Polres, Kodim, Perwakilan LSM, Perwakilan pendonor Moderamen, Sekber, MUI, Perwakilan relawan, Bank Sumut, Camat dari Kecamatan Naman Teran, Tiganderket, dan Payung. Jumlah peserta FGD dan lokakarya peninjauan ulang Renkon Sinabung sebanyak 40 orang. Data yang terkumpul dianalisis dengan teknik deskriptif-kualitatif.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pengelolaan bencana erupsi Gunung Sinabung belum terselenggara dengan baik. Kendala yang ada antara lain belum ada Rencana Kontijensi yang dijadikan pedoman dalam penanggulangan bencana erupsi Sinabung. Hasil penelusuran peneliti menemukan rencana kontijensi erupsi Sinabung yang dibuat oleh Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) pusat tahun 2014. Dokumen tersebut disimpan di BNPB pusat dan di kabupaten Karo tidak ditemukan. Alasan tidak ditemukannya dokumen tersebut antara lain terjadinya pergantian kepemimpinan di BPBD Karo yang sangat cepat dan tidak ada serah terima dokumen. Penelitian ini menemukan solusi dengan merevisi rencana kontinjensi untuk penanggulangan bencana erupsi Gunung Sinabung. Rencana kontinjensi meliputi; manajemen dan koordinasi (posko) , gugus tugas sar dan evakuasi, tugas kesehatan dan psikososial, gugus tugas pengungsian dan huntara (pendidikan dan relawan), gugus tugas air bersih dan sanitasi tabel gugus tugas khusus/ternak, gugus tugas transportasi dan distribusi ,gugus tugas keamanan dan ketertiban,rekapitulasi kebutuhan dampak terhadap pertanian. Semua rencana kontinjensi diperbarui sesuai data terbaru.

Menurut hasil wawancara dengan Ketua Pelaksana BPBD Karo dan Kepala Bidang Kesiapsiagaan, Pemerintah Kabupaten Karo khususnya Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) belum mempunyai dokumen Rencana Kontijensi. Dalam mengatasi bencana Sinabung mereka menggunakan dokumen Rencana Aksi atau disebut Rencana Operasi. Tidak ada perbedaan yang prinsip antara Rencana Kontinjensi dengan Rencana Operasi, kecuali waktu penyusunannya saja. Rencana kontinjensi disusun menjelang dan sebelum terjadi bencana, sehingga rencana tersebut disusun berdasarkan asumsi dan skenario. Sedangkan Rencana Operasi disusun pada saat bencana (benar-benar) terjadi sehingga rencana ini disusun sesuai dengan keadaan riil/yang sebenarnya. Rencana operasi disusun dengan menyesuaikan jenis kegiatan dan sumberdaya yang ada dalam rencana kontinjensi, berdasarkan kebutuhan nyata dari jenis bencana yang telah terjadi.

Berdasarkan informasi tersebut, penulis berusaha mencari informasi ke Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) Pusat, hasilnya terdapat Rencana Kontijensi erupsi Gunung Sinabung tahun 2014. Peneliti melakukan konfirmasi ke BPBD Kabupaten Karo melalui ketua pelaksana, sekretaris, dan kepala bidang kesiapsiagaan mengenai keberadaan dokumen Rencana Kontijensi. Hasilnya mereka tidak mengerti dokumen tersebut karena sebagai pejabat baru hasil pergantian pejabat di BPBD beberapa bulan sebelumnya. Mengingat sudah ada dokumen Rencana Kontijensi dari BPBD, maka program penelitian ini sifatnya pemutakhiran data rencana kontijensi yang sudah dibuat oleh BNPB tahun 2014. Pemutakhiran data ini dimungkinkan agar perencanaan yang dilakukan dapat mendekati fakta di lapangan.

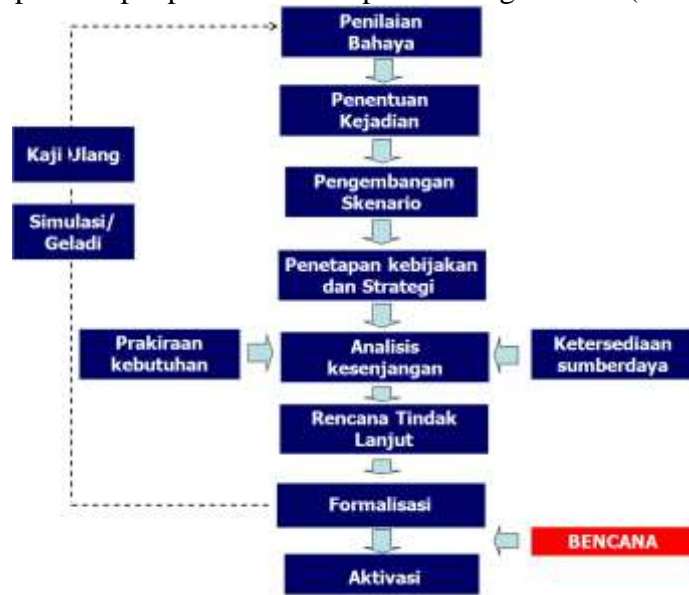
Pemutakhiran data didasarkan pada buku panduan penyusunan rencana kontinjensi yang diterbitkan oleh BNPB pusat, meliputi; Kegiatan-kegiatan dalam rangka rencana tindak lanjut ini disusun dalam tabel yang memuat tahapan-tahapan dan para pelaku atau sektor-sektor serta waktu pelaksanaan kegiatan. Model pemutakhiran rencana kontinjensi yang ditemukan dalam penelitian ini dijelaskan pada gambar 1.



Gambar 1: Model Manajemen Komunikasi Bencana Berbasis Komunitas Melalui Rencana Kontinjensi Erupsi Gunung Sinabung

Proses pemutakhiran dokumen Rencana Kontinjensi melibatkan komunitas baik di tingkat pemerintah maupun masyarakat di sekitar Sinabung seperti yang telah disebutkan pada metode penelitian. Proses pemutakhiran dokumen Rencana Kontinjensi meliputi; a. Inventarisasi dan pemeliharaan ketersediaan dan kesiapan sumber daya, sarana dan prasarana yang ada di tiap daerah dilakukan secara berkala. b. Pertemuan-pertemuan berkala untuk kaji ulang dalam rangka pemutakhiran data dan asumsi-asumsi dampak bencana atau proyeksi kebutuhan sumberdaya. c. Menyusun prosedur-prosedur tetap yang sifatnya dapat mendukung pelaksanaan/aktivasi rencana kontinjensi yang telah disusun. d. Melakukan pemantauan secara periodik terhadap ancaman dan peringatan dini beserta diseminasinya. Tahapan penyusunan Renkon

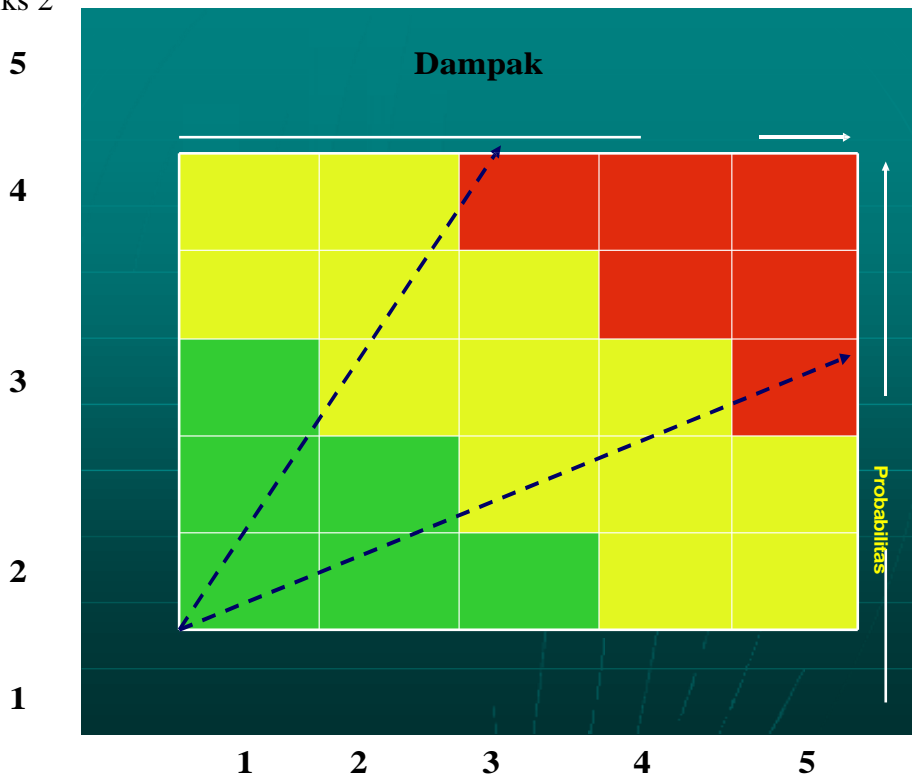
mulai persiapan sampai pelaksanaan dapat dilihat gambar 2 (Triutomo,2011).



Gambar 4

Diagram alir penyusunan rencana kontinjensi (sumber; Tatas dkk, Jurnal Aplikasi Vol 13 no 2 Agustus 2015).

Setelah langkah tersebut, hasil penilaian bahaya di-plot ke dalam *Matriks Skala Tingkat Bahaya* untuk mengidentifikasi bahaya yang bersiko tinggi, sebagaimana matriks 2





## Matrik 2

### Matriks Skala Tingkat Bahaya

#### KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan Model Perencanaan Komunikasi Bencana melalui Rencana Kontinjensi erupsi Gunung Sinabung. Model ini adalah proses penentuan data Renkon Sinabung guna mengurangi dampak bencana erupsi Gunung Sinabung terutama pada saat tanggap darurat dalam bentuk dokumen Rencana Kontinjensi. Rencana kontinjensi menjadi dokumen milik pemerintah Kabupaten Karo yang disahkan/ditanda-tangani oleh pejabat yang berwenang yakni Bupati Karo dan menjadi dokumen resmi (dokumen daerah) dan siap untuk dilaksanakan menjadi Rencana Operasi Tanggap Darurat (melalui informasi kerusakan dan kebutuhan hasil dari kegiatan kaji cepat) saat bencana terjadi. Rencana kontinjensi tersebut juga akan disampaikan ke pihak legislatif untuk mendapatkan komitmen/dukungan politik dan alokasi anggaran. Pada tahap penelitian ini, produk Rencana Kontinjensi belum memperoleh pengesahan formal karena tahap ujicoba atau gladi posko baru akan dilaksanakan pada penelitian tahun kedua (2018).

#### DAFTAR PUSTAKA

- Afiyanti, Yati. (2008) . Focus Group Discussion Sebagai Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif. *Jurnal Keperawatan Indonesia*,12(1), Pp. 58- 2. Universitas Indonesia, Jakarta.
- Lestari, Puji, Sari Bahagiarti, Eko Teguh Paripurno, Herlina Jayadianti. (2016). Environmental Communication Model For Disaster Mitigation Of Mount Sinabung Eruption Karo Regency Of North Sumatra. *Information Journal*. International Information Institute. Tokyo. 19 (9B), Pp. 4265-4270. ISSN 1343-4500 eISSN 1344-8994.
- Nasution, M Safii. 2005. Penanggulangan Bencana Berbasis Komunitas (Studi Kasus Kesiapsiagaan Bencana Berbasis Komunitas Daerah Rawan Bencana Alam Tanah Longsor Di Desa KidangPananjung Kecamatan Cililin Kabupaten Bandung Propinsi Jawa Barat). (<http://repository.ipb.ac.id/bitstream/handle/123456789/9658/2005msn.PDF;jsessionid=3B6038A7341EE49C965F551993F01F40?sequence=2>)
- Paripurno, 2014, Panduan Pengelolaan Risiko Bencana Berbasis Komunitas, [\\_PRBBK/Links/59b36648458515a5b48d370c/PANDUAN-PENGELOLAAN-RISIKO-BENCANA-BERBASIS-KOMUNITAS-PRBBK.Pd](#)
- Republik Indonesia. (2008). Peraturan Pemerintah No. 21 Tahun 2008 tentang

Penyelenggaraan Penanggulangan Bencana. Lembaran Negara RI Tahun 2008, No. 4828. Sekretariat Negara. Jakarta.

Republik Indonesia. (2007). Undang-Undang No. 24 Tahun 2007 tentang

Penanggulangan Bencana. Lembaran Negara RI Tahun 2007, No. 4723. Sekretariat Negara. Jakarta.

Suri, Nur Khotimah. 2015. Analisis Kinerja Badan Penanggulangan Bencana Daerah Kabupaten Karo Dalam Upaya Penanggulangan Bencana Erupsi Gunung Sinabung Di Kabupaten Karo. ([ojs.uma.ac.id/index.php/perspektif/article/download/172/124](https://ojs.uma.ac.id/index.php/perspektif/article/download/172/124).)

Perspektif/Volume 8/Nomor 1/ April 2015.

Tatas, I Putu Artama Wiguna, Machsus, Tri Dani Widyastuti, Mohammad Arif

Rohman.(2015). Rencana Kontijensi Untuk Tanah Longsor Di Desa Kalikuning, Pacitan, Jawa Timur. *Jurnal APLIKASI Media Informasi & Komunikasi Aplikasi Teknik Sipil Terkini* . Vol 13 No 2 Agustus 2015. Institut Teknologi Sepuluh November. Surabaya.

Triutomo,Sugeng,et.el.(2011). *Panduan Perencanaan Kontinjensi Menghadapi*

*Bencana*. Badan Nasional Penggulangan Bencana. Jakarta.

# **PENGARUH TEMAN, PERAN KOMUNIKASI KELUARGA DAN MEDIA MASA PADA KEPUTUSAN MENGGUNAKAN NARKOBA**

**Danang, Lestanta, Arief  
UPN “Veteran” Yogyakarta**

**Abstract:** Perilaku menyimpang bisa terjadi pada perilaku konsumen secara umum, khususnya pada individu yang memiliki daya beli cukup dan kecenderungan untuk membeli produk dengan frekuensi tinggi.. Studi-studi empiris yang terdahulu mengindikasikan adanya fenomena *compulsive* yang ditinjau dari perspektif psikiatrik individu. Fokus pendekatan psikiatrik menyebabkan adanya suatu pemodelan yang cenderung berlaku pada situasi terbatas. Situasi terbatas ini menunjukkan bahwa, perilaku *compulsive* hanya ditujukan pada individu yang cenderung mengalami kondisi jiwa atau mental yang menyimpang. Survey awal yang dilakukan menunjukkan bahwa banyak perilaku menyimpang yang dilakukan anak muda, antara lain merokok, meminum obat-obatan terlarang, minum alkohol, kekerasan dan narkoba. Penelitian ini menganalisis keputusan menggunakan narkoba dengan menggunakan teori *compulsive* dan sosialisasi konsumen. Penelitian dilakukan menggunakan 192 responden mahasiswa yang berada di wilayah Yogyakarta, Indonesia dengan menggunakan survey sampel. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa model keputusan menggunakan narkoba yang dipengaruhi oleh pengaruh teman, pola komunikasi keluarga dan media masa dapat diterima.

**Kata kunci:** Teman, keluarga, media masa, narkoba.

## **1.1. Latarbelakang**

Fenomena tentang perilaku menyimpang (*compulsive*) menjadi obyek menarik untuk dikaji. Studi-studi empiris yang terdahulu mengindikasikan adanya fenomena *compulsive* yang ditinjau dari perspektif psikiatrik individu (Roberts & Jones, 2001; Dittmar, 2005). Perspektif psikiatrik individu menunjukkan bahwa, individu yang melakukan suatu tindakan *compulsive* cenderung mengalami suatu ketidak teraturan kondisi jiwa, memiliki penyimpangan seksual, cenderung menyukai suatu tindakan perjudian, penggunaan alkohol yang berlebihan, pola makan tidak teratur, dan penggunaan obat yang tidak tepat (Hirschman, 1992; Lesieur & Heineman, 1988; Lesieur & Blume, 1991).

Perilaku pembelian *compulsive* didefinisi sebagai perilaku konsumsi negatif. Perilaku ini dikarakteristikan sebagai (1) pembelian produk ditujukan bukan karena nilai guna produk; (2) konsumen yang membeli produk secara terus-menerus tidak mempertimbangkan dampak negative pembelian; (3) pembelian produk yang tidak bertujuan memenuhi kebutuhan utama dalam frekuensi tinggi dapat mempengaruhi

harmonisasi dalam keluarga dan lingkungan sosial; (4) perilaku ini merupakan perilaku pembelian yang tidak bisa dikontrol oleh individu; (5) ada dorongan yang kuat untuk mempengaruhi konsumen segera membeli produk tanpa mempertimbangkan risiko misalnya keuangan; (6) pembelian dilakukan secara tiba-tiba tanpa mencari informasi; (7) pembelian dilakukan untuk menghilangkan kekhawatiran atau ketakutan dalam diri; (8) perilaku yang ditujukan untuk melakukan kompensasi misalnya kurangnya perhatian keluarga (Krueger, 1988; Magee, 1994)

O'Guinndan Faber (1989) memandang perilaku compulsive sebagai perilaku yang aditif terhadap dorongan yang tidak bisa dikontrol untuk memperoleh sesuatu yang ingin diulangi lagi terus-menerus dan pada akhirnya bisa merugikan diri sendiri dan orang lain. Perilaku ini merupakan pencapaian kepuasan jangka pendek dan cenderung untuk sulit dihentikan. Meskipun sudah memiliki suatu produk, individu berkeinginan untuk tetap membeli produk yang sama ketika mengetahui produk yang sama ditawarkan oleh pemasar dengan atribut, desain, atau warna yang berbeda.

## **1.2. Tujuan penelitian.**

Tujuan penelitian ini adalah menguji model keputusan menggunakan narkoba yang dipengaruhi oleh sosialisasi, oleh teman, pola komunikasi keluarga dan peran media masa.

## **1.3. Tinjauan literature**

### **1. Perilaku menyimpang (compulsive)**

Konsep pembelian compulsive berasal dari pembuatan keputusan pembelian konsumen pada umumnya. Studi perilaku konsumen menjelaskan bahwa, stimulus dalam model perilaku konsumen meliputi aspek individu dan lingkungan (Assael, 1998; Schiffman & Kanuk, 2004). Aspek individu meliputi persepsi, motivasi atau keinginan, pembelajaran, kepribadian, emosi, dan sikap; sedangkan aspek eksternal meliputi budaya, sub-budaya, demografi, status sosial, kelompok referensi, dan strategi pemasaran. Dalam studi ini, stimulus yang digunakan untuk menjelaskan perilaku konsumen adalah stimulus dari diri individu yang berupa kepribadian, sikap, dan juga pengaruh eksternal. Stimulus bisa berupa kebutuhan yang muncul dan dirasakan oleh individu serta stimuli di luar individu. Kebutuhan ini menjadi suatu tekanan yang menjadi kekuatan pendorong individu untuk memenuhinya. Proses ini merupakan aspek kognitif yang berfungsi sebagai regulator untuk menentukan arah yang diambil dalam

menyikapi stimulus. Evaluasi pembelian dilakukan sesudah individu melakukan pembelian.

Pembelian compulsive dianggap sebagai respon yang merupakan fungsi stimulus spesifik tertentu sehingga faktor-faktor lain yang dianggap sebagai pemoderasi diabaikan. Model hubungan antara stimulus dan respon merupakan model perilaku konsumen pada umumnya. Berdasarkan hirarki keputusan, pembelian compulsive bisa dilakukan tanpa melakukan evaluasi merek terlebih dahulu.

## **2. Sosialisasi oleh Teman**

Proses sosialisasi dengan seseorang dengan agen-agen sosialisasi seringkali dijelaskan dengan teori perbandingan sosial Festinger (Churchill & Moschis, 1979). Teori ini menyatakan bahwa seseorang memiliki kebutuhan untuk membandingkan dirinya dengan orang lain dalam berbagai hal atau atribut untuk menilai konsekuensi perilakunya. Dalam berbagai situasi sosial, seseorang lebih cenderung suka membandingkan dirinya sendiri dengan orang lain atau kelompok lain yang berada pada tingkat strata yang sama atau berbeda. Bearden dan Etzel (1982) menunjukkan bahwa pengaruh teman sebaya cenderung dijelaskan oleh pengaruh kelompok referensi. Kelompok referensi mempengaruhi keputusan konsumen. Teman sebaya merupakan sumber informasi tentang tentang aspek konsumsi yang bersifat ekspresif serta sumber informasi tentang produk-produk yang berkaitan dengan penerimaan kelompok dan tingkat penggunaan harga dalam evaluasi produk (Moschis dan Moore, 1978). Selain itu Moschis dan Moore, (1978) menemukan bahwa individu lebih mengandalkan teman daripada orangtuanya untuk memperoleh informasi terkait dengan produk-produk yang dibeli atas dasar pertimbangan dapat diterima oleh teman sebaya. Makin tinggi frekuensi individu berinteraksi dengan teman sebaya tentang berbagai aspek konsumsi, makin besar kecenderungannya untuk memainkan peran dalam proses pembelian (seperti menyebutkan kebutuhan akan suatu produk, mendiskusikan pembelian, dan memutuskan pembelian) (Moschis dan Mitchel, 1986).

Hipotesis 1: Teman berpengaruh pada keputusan menggunakan narkoba.

## **3. Pola komunikasi keluarga**

Arnett (1995) mendefinisikan sosialisasi sebagai suatu proses yang dilalui oleh seseorang untuk belajar perilaku dan keyakinan tentang dunia sosial budaya di

lingkungan individu berada. Proses sosialisasi melalui pola komunikasi keluarga, pengaruh teman, dan media. Komunikasi yang berorientasi sosial adalah jenis komunikasi yang dirancang untuk menghasilkan rasa hormat serta menjunjung keharmonisan dan kenyamanan hubungan sosial di rumah. Anak-anak dari keluarga ini diminta untuk menghindari kontroversi dan menekan perasaannya terhadap topik-topik yang bersifat extrapersonal, seperti tidak membantah atau beradu argumentasi dengan orangtua. Sementara itu, komunikasi yang berorientasi konsep adalah pola komunikasi yang terfokus pada pada batasan positif yang membantu anak-anak untuk mengembangkan pandangannya sendiri tentang dunia.

Para orangtua akan mendorong anak-anaknya untuk menimbang semua alternatif sebelum membuat keputusan, atau mungkin membiarkan terjadinya kontroversi, misalnya dengan membiarkan adanya perbedaan isu secara terbuka untuk didiskusikan. Berdasar pola komunikasi keluarga yang berorientasi sosial, individu memiliki orientasi pada materialisme. Individu dengan pola komunikasi sosial, cenderung mengembangkan pembelian yang bertujuan untuk menunjukkan kesuksesan. Pembelian ditujukan untuk mencapai kebahagiaan. Komunikasi sosial merupakan komunikasi yang tidak memberikan keleluasaan dalam memperoleh informasi dari pihak luar. Individu hanya mengikuti ajaran orang tua selama dalam keluarga. Individu memiliki pengaruh sedikit pada tahap evaluasi. Ketika melihat orang tua mengajarkan pola konsumtif, maka individu akan melakukan pembelajaran selama hidupnya. Individu cenderung dibatasi dalam memperoleh informasi untuk membentuk sikap atau perilaku. Individu menjadi tidak memiliki peluang untuk mendiskusikan berbagai hal tentang aspek konsumsi.

Hipotesis 2: Pola komunikasi keluarga berpengaruh pada keputusan menggunakan narkoba.

#### **4. Peran Media Massa**

Pada saat ini televisi dapat ditemukan di mana-mana, dan dalam hal memberi ekspose, televisi telah menyaingi agen sosialisasi lainnya seperti sekolah, gereja, dan bahkan orang tua. Selain itu bagi banyak orang, kebutuhan menonton televisi memiliki status yang hampir sama dengan sarapan pagi, artinya telah menjadi bagian kehidupan sehari-hari (O'Guinn dan Shrum, 1977). Para ilmuwan di bidang keperilakuan menyatakan bahwa media massa khususnya televisi memiliki pengaruh langsung pada

akuisisi anak-anak muda tentang aspek-aspek konsumsi yang sifatnya ekspresif (Bandura, 1971 dalam Churchill dan Moschis, 1979)

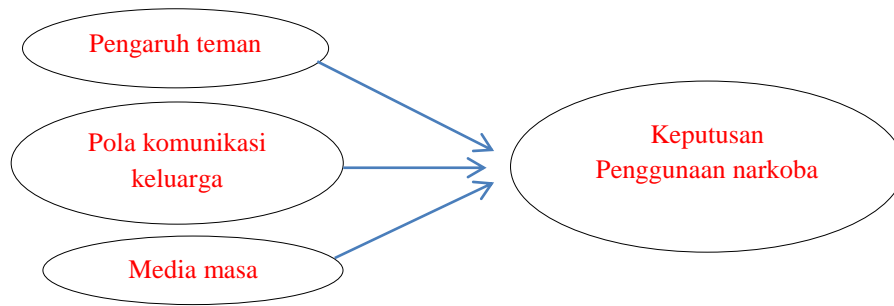
Bagi pemirsa berat, dunia nyata seakan menjadi seperti apa yang ada di televisi. Hasil temuan beberapa studi menunjukkan bahwa memberi perhatian pada acara-acara televisi yang sifatnya komersial lalu mendiskusikannya dengan teman-teman sebayanya (Ward dan Wackman, 1972; Moore dan Stephens, 1975). Interaksi dengan televisi yang tinggi menyebabkan individu mudah mendapatkan informasi produk yang ditawarkan oleh pemasar secara terkini. Kemudahan ini menyebabkan individu memutuskan pembelian produk.

Hipotesis 3: Media masa berpengaruh pada keputusan menggunakan narkoba.

#### **1.4. Model penelitian.**

Isu penelitian ini mengetengahkan adanya pergeseran perspektif dalam memahami perilaku pemakaian narkoba dengan pendekatan sosialisasi konsumen. Arnett (1995) mendefinisikan sosialisasi sebagai suatu proses yang dilalui oleh seseorang untuk belajar perilaku dan keyakinan tentang dunia sosial budaya di lingkungan individu berada. Proses sosialisasi melalui pola komunikasi keluarga, pengaruh teman, dan media. Pola komunikasi memiliki dimensi orientasi sosial dan konsep (Moschis & Mitchell, 1986).

Komunikasi yang berorientasi sosial adalah jenis komunikasi yang dirancang untuk menghasilkan rasa hormat dan menjunjung keharmonisan, serta kenyamanan hubungan sosial di rumah. Individu dari keluarga ini diminta untuk menghindari kontroversi dan tidak membantah. Individu cenderung bertindak untuk mengikuti pola keluarga. Individu akan selalu melihat pola atau kebiasaan teman-temannya dan apa yang ada di media masa. Jika teman sebaya cenderung memiliki aktivitas pembelian tertentu, maka individu akan melakukan peniruan tindakan. Ketika berinteraksi dengan televisi dan terekspose oleh berbagai informasi, individu akan dapat mengembangkan berbagai pengetahuan, sikap, dan perilaku, termasuk pengetahuan dan keterampilan sebagai konsumen (Moschis dan Moore, 1978). Dengan demikian, pola komunikasi sosial bisa menyebabkan seseorang melakukan pembelian compulsive. Pengaruh teman, pola komunikasi keluarga dan media masa dapat menyebabkan perilaku menggunakan narkoba. Model penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut.



Gambar 1. Model Penelitian

### 1.5. Metode Penelitian

Studi ini menerapkan pendekatan deduktif karena memfokuskan pada pengembangan hipotesis yang didasarkan pada suatu teori. Penelitian ini menggunakan survei sampel dengan kuesioner. Target populasi adalah mahasiswa, dengan metode pengambilan sampelnya adalah convenience sampling. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 192 orang. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Pada analisis regresi ini digunakan tingkat keyakinan 95 % ( $\alpha = 5\%$ ). Penerimaan hipotesis berdasarkan tingkat signifikansi yang ditunjukkan dari hasil pengolahan data. Nilai signifikansi yang direkomendasikan adalah  $\leq 0,05$ . Untuk Uji F, jika probabilitas signifikansi Uji F kurang dari 0.05 (5%) maka kesimpulannya adalah signifikan.

### 1.6. Hasil Penelitian

Penelitian menguji model keputusan menggunakan narkoba yang dipengaruhi oleh teman, pola komunikasi keluarga, dan media masa. Survei menggunakan kuesioner disebarikan pada 200 mahasiswa di Yogyakarta, namun data yang terkumpul hanya sebanyak 192 orang. Hasil penelitian dijelaskan berikut ini.

#### 1. Hasil pengujian goodness of fit ( $R^2$ )

Uji keserasian atau *uji goodness of fit* ditunjukkan dengan nilai  $R^2$  (koefisien determinasi). Hasil analisis data menunjukkan bahwa nilai  $R^2$  adalah sebesar 0.774. Hasil uji  $R^2$  ini menunjukkan bahwa *goodness of fit* baik, karena mendekati nilai 1. Hal ini menunjukkan bahwa model regresinya sanggup untuk menjelaskan data yang ada (Gujarati, 1995). Hasil pengujian  $R^2$  dapat dilihat dalam tabel 1 berikut.



Tabel 1.  
Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ )

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.808	.652	.628	.038121

Sumber: Data Primer.

- a. Predictors: (Constant), pengaruh teman ( $X_1$ ), pola komunikasi keluarga ( $X_2$ ), media masa ( $X_3$ ).

## 2. Uji varians regresi atau uji F regresi atau uji ragam regresi

Uji keragaman untuk menentukan garis regresi yang terbaik sering disebut dengan uji-F. Uji F juga bisa dilihat dari nilai signifikansi F yang diperoleh dari pengolahan data regresi. Uji F yang baik ditandai dengan nilai sig F yang  $\leq 0,05$ . Hasil uji F ditunjukkan dalam tabel 2.

Tabel 2. Hasil pengujian F test

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	23.161	4	3.860	26.563	.000 <sup>a</sup>
	Residual	12.352	185	.145		
	Total	35.513	191			

a. Dependent Variable: Keputusan menggunakan Narkoba

b. Predictors: (Constant), pengaruh teman ( $X_1$ ), pola Keputusan menggunakan Narkoba komunikasi keluarga ( $X_2$ ), media masa ( $X_3$ ).

Hasil pengujian F test menunjukkan bahwa nilai sig = 0.000 atau  $\leq 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi yang dipakai dalam pengujian ini adalah regresi yang mempunyai garis regresi linier sempurna.

## 3. Uji signifikansi persamaan regresi

Hasil uji persamaan regresi yang dilakukan menunjukkan bahwa semua variabel karakteristik komunikasi mempunyai pengaruh yang signifikan pada Dependent Variable: Keputusan menggunakan Narkoba. Hasil ini diindikasikan dengan nilai sig yang  $\leq 0,05$ . Persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut :  $Y = 3,468 + 0,431X_1 + 0,326X_2 + 0,440X_3 + e$

Hasil analisis regresi dapat dilihat dalam tabel 3.

Tabel 3. Estimasi Regresi Linear Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	3.468	.696		
Pengaruh Teman (X <sub>1</sub> )	0.431	.090	.343	4.773	.000
Pola Komunikasi dalam keluarga (X <sub>2</sub> )	0.326	.085	.276	3.864	.000
Media masa (X <sub>3</sub> )	0.440	.084	.355	5.220	.000
R Square = 0,652 Multiple R = 0,808 F hitung = 26.563 Sig F = 0,000 Dependend variable: Keputusan menggunakan narkoba.					

### 1.7. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji pengaruh teman, pola hubungan keluarga dan media masa pada keputusan menggunakan narkoba pada mahasiswa di Yogyakarta. Hasil analisis data menunjukkan bahwa model dapat diterima. Pengaruh teman, pola hubungan keluarga dan media masa berpengaruh signifikan pada keputusan menggunakan narkoba pada. Dilihat dari nilai koefisien beta, maka pengaruh media masa mempunyai pengaruh terbesar pada keputusan menggunakan narkoba, yaitu sebesar 35,5%.

Hal ini berdasarkan hasil survey menunjukkan bahwa ada rasa ingin tahu yang besar dari para pengguna narkoba yang sedemikian besar dan mengakibatkan mereka malah kecanduan, kedepan perlu dipikirkan pola pencegahan dan sosialisasi pencegahan narkoba yang lebih baik dan terintegrasi serta dilakukan secara berkelanjutan.

### Daftar Pustaka.

- Arnett, J.J. 1995. Broad and narrow socialization: The family in the context of cultural theory. *Journal of Marriage and the Family*, 57: 617-628.
- Assael, H (1998), *Consumer Behavior and Marketing Action*. 6<sup>th</sup> Edition. Ohio: South-Western College Publishing.
- Bearden, W.O., & Etzel, M.J. 1982. Reference group influence on product and brand purchase decisions. *Journal of Consumer Research*, 9: 183-194.
- Churchill, G.A., & Moschis, G.P. 1979. Television and interpersonal influences on adolescent consumer learning. *Journal of Consumer Research*, 6: 23-35.
- Dittmar, H. 2005. Compulsive buying-a growing concern? An examination of gender, age, and endorsement of materialistic values as predictors. *British Journal of Psychology*, 96: 467-491.

- Dittmar, H. 2005. A new look at compulsive buying: Self discrepancies and materialistic values as predictors of compulsive buying tendency. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 24: 832-859.
- Hirschman, E.C. 1992. The consciousness of addiction: Toward a general theory of compulsive consumption. *Journal of Consumer Research*, 19: 155-179.
- Krueger, D.W. 1988. On compulsive shopping and spending: A psychodynamic inquiry. *American Journal of Psychotherapy*, 42: 574-583.
- Lesieur, H.R., & Heineman, M. 1988. Pathological gambling among youthful multiple substance abusers in a therapeutic community. *British Journal of Addiction*, 83: 765-771.
- Lesieur, H.R., & Blume, S.B. 1991. Evaluation of patients treated for pathological gambling in a combined alcohol, substance abuse and pathological gambling treatment unit using the addiction severity index. *British Journal of Addiction*, 86: 1017-1028.
- Magee, 1994
- Magee, A. 1994. Compulsive buying tendency as a predictor of attitudes and perceptions. *Advances in Consumer Research*, 21: 590-594.
- Moore, R. L & Stephens, L. F. 1975. Some communication and demographic determinants of adolescent consumer learning. *Journal of Consumer Research*, 2, 80-92.
- Moschis, G.P., & Mitchell, L.G. 1986. Television advertising and interpersonal influences on teenagers' participation in family consumer decisions. *Advances in Consumer Research*, 13: 181-186.
- Moschis, G.P., & Mitchell, L.G. 1986. Television advertising and interpersonal influences on teenagers' participation in family consumer decisions. *Advances in Consumer Research*, 13: 181-186.
- Moschis, G. P & Moore, R, L. 1978. Decision making among the young: A socialization perspective. *Journal of Consumer Research*, 6, 101-112.
- O'Guinn, T.C., & Faber, R.J. 1989. Compulsive buying: A phenomenological exploration. *Journal of Consumer Research*, 16: 147-157.
- O'Guinn, T.C., & Shrum, L.J. 1997. The role of television in the construction of consumer reality. *Journal of Consumer research*, 23: 278-294.
- Roberts, J.A., & Jones, E. 2001. Money attitudes, credit card use, and compulsive buying among American college students. *Journal of Consumer Affairs*, 15: 213-240.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. 2004. *Consumer Behavior*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Ward, S & Wackman. 1972. Children's purchase influence attempts and parental yielding. *Journal of Marketing Research*, 9, 316-319.

