

ISBN 978-602-5534-19-5



UPN "VETERAN" YOGYAKARTA



RISTEKDIKTI

# PROSIDING

## Seminar Nasional Ke-4

*Call for Paper & Pameran*  
Hasil Penelitian dan Pengabdian  
Kemenristekdikti RI

**EKONOMI & SOSIAL**

**“APLIKASI RISET  
DALAM DUNIA INDUSTRI  
UNTUK KEMAJUAN BANGSA”**

**Yogyakarta, 9 Oktober 2018**

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” YOGYAKARTA  
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**

**PROSIDING**  
**SEMINAR NASIONAL TAHUN KE-4, *CALL FOR PAPER* DAN PAMERAN**  
**HASIL PENELITIAN & PENGABDIAN MASYARAKAT**  
**KEMENRISTEKDIKTI RI**

**EKONOMI & SOSIAL**

**APLIKASI RISET DALAM DUNIA INDUSTRI**  
**UNTUK KEMAJUAN BANGSA**

**YOGYAKARTA, 9 OKTOBER 2018**

**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**  
**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”**  
**YOGYAKARTA**  
**2018**

**PROSIDING SEMINAR NASIONAL TAHUN KE-4  
DAN CALL FOR PAPER**

**APLIKASI RISET DALAM DUNIA INDUSTRI  
UNTUK KEMAJUAN BANGSA**

Cetakan Tahun 2018

Katalog Dalam Terbitan (KDT):

Prosiding Seminar Nasional dan *Call For Paper*  
Aplikasi Riset dalam Dunia Industri untuk Kemajuan Bangsa  
LPPM UPNVY

934 hlm; 21 x 29.7 cm.  
ISBN: 978-602-5534-19-5

## **LPPM UPNVY PRESS**

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

**www.lppm.upnyk.ac.id**  
**Email: lppm@upnyk.ac.id**

**Penata Letak : Dedi Fatchurohman Hermawanto**  
**Desain Sampul : Ayu Ardhanariswari**

**Distributor Tunggal**  
**LPPM UPNVY Rektorat Lantai 4, LPPM, Puslitbang**  
**Jln. Padjajaran 104 (Lingkar Utara), 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-4, CALL FOR PAPER DAN PAMERAN**  
**HASIL PENELITIAN & PENGABDIAN MASYARAKAT**  
**KEMENRISTEKDIKTI RI**  
**9 OKTOBER 2018**  
**LPPM UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”**  
**YOGYAKARTA**

1. Prof. Dr. Ir. Sari Bahagiarti K, M.Sc. (UPNVY)
2. Prof. Dr. Didit Welly Udjianto, M.S. (UPNVY)
3. Prof. Dr. Arief Subyantoro, M.S. (UPNVY)
4. Prof. Dr. Danisworo, M.Sc. (UPNVY)
5. Prof. Dr. Bambang Prastistho, M.Sc. (UPNVY)
6. Ptof. Dr. Suwardjono, M.Sc. (UGM)
7. Prof. Dr. Jogiyanto Hartono, M.Sc. (UGM)
8. Prof. Dr. Sucy Kuncoro, M.Si (UNNES)
9. Prof. Bambang Subroto, M.M. (Brawijaya)
10. Prof. Ahmad Sudiro (Brawijaya)
11. Prof. Idayanti, M.Si. (UNHAS)
12. Dr. Ardhito Bhinadi, M.Si. (UPNVY)
13. Dr. Ir. Heru Sigit Purwanto, M.T. (UPNVY)
14. Dr. Sri Suryaningsum, S.E., M.Si., Ak (UPNVY)
15. Dr. Mahreni, M.T. (UPNVY)
16. Dr. Hendro Widjanarko, S.E, M.M. (UPNVY)
17. Dr. Joko Susanto, M.Si. (UPNVY)
18. Dr. Rahmat Setiawan, M.Si. (UNAIR)
19. Dr. Rahmad Sudarsono, M.Si. (UNPAD)
20. Prayudi, S.I.P., M.A., Ph.D. (UPNVY)

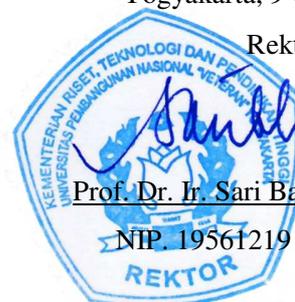
**PRAKATA REKTOR**  
**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”**  
**YOGYAKARTA**

Pertama-tama kami panjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LP2M) UPN “Veteran” Yogyakarta dapat menyelenggarakan Seminar Nasional Tahun Ke-4, *Call Paper* dan Pameran Hasil Penelitian & Pengabdian kepada Masyarakat Kemenristekdikti RI. Tema Seminar Tahun ini adalah “Aplikasi Riset dalam Dunia Industri untuk Kemajuan Bangsa” Seminar Nasional Tahun Ke-4, *Call Paper* dan Pameran Hasil Penelitian & Pengabdian kepada Masyarakat Kemenristekdikti RI diselenggarakan dengan tujuan untuk mempertemukan berbagai pihak, yaitu Pemerintah, Industri dan Perguruan Tinggi dalam membangun bangsa yang tangguh berbasis penelitian di semua bidang disiplin ilmu baik sosial maupun eksakta. Kegiatan ini juga merupakan salah satu wahana untuk penyebarluasan hasil-hasil penelitian dan kajian yang telah dilakukan oleh berbagai pihak, serta saling bertukar informasi untuk meningkatkan mutu baik penelitian maupun pengabdian. Lebih dari itu, melalui seminar diharapkan pula terjadi komunikasi yang baik antara pemerintah, dunia industri, perguruan tinggi, dan lembaga-lembaga riset, sehingga tercipta sinergi yang bersifat implementatif.

Pada kesempatan ini para peneliti, akademisi dan praktisi telah berhimpun di dalam seminar ini untuk menyampaikan makalah hasil-hasil penelitian dan pengabdiannya. Makalah-makalah tersebut selanjutnya dituangkan dalam sebuah prosiding. Diharapkan prosiding ini dapat bermanfaat, turut menambah informasi, dan memperluas pengetahuan mengenai penelitian pengabdian dan semoga Allah SWT meridhoi semua langkah baik kita.

Yogyakarta, 9 Oktober 2018

Rektor



Prof. Dr. Ir. Sari Bahagiarti K., M.Sc

NIP. 19561219 198411 2 001

**PRAKATA KEPALA LPPM  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”  
YOGYAKARTA**

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

1. Yth. Ibu Rektor UPN “ Veteran “ Yogyakarta
2. Yth. Bapak Ignasius Jonan Menteri ESDM RI
3. Yth. Bapak Prof. Ocky Karna Radjasa, M.Sc (Direktur Riset dan Pengabdian Masyarakat)
4. Yth. Kepala Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Wilayah V
5. Yth. Bupati Sleman, DIY

Puja dan Puji syukur senantiasa kita panjatkan kehadiran Allah SWT, atas limpahan rahmat, karunia, nikmat, dan segala anugerah serta kekuatannya, sehingga kita senantiasa diberikan semangat untuk terus memperbaiki diri guna mewujudkan pengabdian sebagai masyarakat akademik yang memiliki kepedulian atas berbagai permasalahan bangsa sesuai dengan kapasitas kita masing masing. Sholawat dan salam kami haturkan atas junjungan Nabi besar Muhammad SAW yang telah member pencerahan yang penuh dengan ilmu dan pengetahuan seperti sekarang ini.

Seminar Nasional, *Call Paper* dan Pameran Hasil Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Kemenristekdikti RI ini untuk memperkokoh sinergi pemerintah, Industri dan Perguruan Tinggi dalam membangun bangsa yang tangguh berbasis penelitian semua bidang disiplin ilmu. Bidang penelitian Sosial, Eksakta dan Pengabdian merupakan salah satu wahana penyebarluasan hasil hasil penelitian dan kajian yang dilakukan berbagai pihak untuk saling tukar menukar informasi dalam rangka peningkatan mutu penelitian dan pengembangan pendidikan tinggi. Lebih dari itu, melalui kegiatan ini juga diharapkan terpenuhinya prinsip tata kelola Pemerintah, Industri, dan Perguruan Tinggi akan memperkokoh martabat bangsa dan terjadi komunikasi antara dunia Industri, Perguruan Tinggi, serta lembaga – lembaga penelitian.

Seminar Nasional, *Call Paper* dan Pameran hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Kemenristekdikti RI ini diikuti oleh praktisi dan akademisi dari Perguruan Tinggi – Perguruan Tinggi terkemuka di Indonesia, baik bidang Sosial, Eksak, dan Pengabdian dengan jumlah naskah yang masuk lebih dari 90 naskah.

Akhir kata, semoga Semnas dan *Call Paper* ini bermanfaat dan saya menghaturkan terimakasih yang sebesar – besarnya kepada semua pihak, khususnya peserta seminar dan call paper serta seluruh pelaksana kegiatan atas peran sertanya dalam mendukung kelancaran pelaksanaan kegiatan ini.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Yogyakarta, 9 Oktober 2018

Kepala LP2M



Dit. J. Heru Sigit Purwanto, M.T

NIP. 19581202199203 1 001

**DAFTAR ISI**  
**EKONOMI DAN SOSIAL**

	halaman
<b>Halaman Judul</b>	i
<b>Daftar Reviewer</b>	iii
<b>Prakata Rektor</b>	iv
<b>Prakata Kepala LPPM</b>	v
<b>Konvergensi Pendapatan di Kabupaten Gunungkidul .....</b>	303
Didit Welly Udjiyanto, Joko Susanto, Purwiyanta	
<b>Ketimpangan Antar Wilayah di Kabupaten Sleman : Suatu Kajian Terhadap Hipotesis Kuznet .....</b>	311
Sri Suharsih, Asih Sri Winarti, Rini Dwi Astuti	
<b>Karakteristik Sosial Nelayan Tradisional Pantai Depok Parangtritis Kecamatan Kretek Kabupaten Bantul .....</b>	319
Sabihaini, Awang Hendrianto Pratomo, Heru Cahya Rustamaji, Sudaryatie	
<b>Pengaruh <i>Confidence Benefits</i> Terhadap Bank <i>Customer Trust</i> dan Bank <i>Customer Loyalty</i>: Studi Empiris pada Nasabah Institusi .....</b>	329
Susanta, Hendro Widjanarko, Humam Santosa Utomo, Suratna	
<b>Pengembangan Kompetensi Penambang Minyak Tradisional Sumur Tua di Desa Wonocolo Kecamatan Kedewan Bojonegoro .....</b>	338
Anis Siti Hartati, Sri Kussujaniatun, Marita	
<b><i>Destination Image</i> Pariwisata Berbasis Komunitas Pada Desa Wisata di Wilayah Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta .....</b>	348
Dyah Sugandini, Mohamad Irhas Effendi, Yenni Sri Utami, Agus Sasmito Aribowo	
<b>Implementasi Model Komunikasi Bencana Berbasis Komunitas melalui Rencana Kontijensi Erupsi Gunung Sinabung .....</b>	357
Puji Lestari, Eko Teguh P, Arif Rianto BN	
<b>Pemetaan Stratejik Klaster Tenun Lutik dan Batik Kabupaten Klaten Dalam Upaya Penguatan Ekonomi Lokal Melalui Inkubasi Bisnis Berbasis Komunitas ...</b>	363
Meilan Sugiarto, Herlina Jayadiyanti, Yekti Utami	
<b>Model Pelembagaan Seni Pertunjukan Jatilan di Desa Budaya .....</b>	373
Christina Rochayanti, Ida Wiendijarti, Kuswarsantyo, Rosalia Indriyati Saptatiningsih	
<b><i>Older Worker</i> dan Konsekuensinya Terhadap Organisasi dengan Pendekatan <i>Scoping Review</i> .....</b>	385
Yuni Siswanti, Ahmad Muhsin, Laila Nafisah	
<b>Pengembangan Pendidikan Akuntansi Berbasis KKNI menuju Pendidikan Berwawasan <i>Sustainable Development</i> .....</b>	401
Sri Astuti, Zuhrohtun, Kunti Sunaryo	

<b>Analisis Tata Kelola Dana Desa (Studi di Kecamatan Banguntapan Kabupaten Bantul) .....</b>	409
Sucahyo Heriningsih, Dwi Sudaryati, Lita Yulita Fitriyani	
<b>Analisis Biaya dan Manfaat pada Tebing Breksi Tinggalan Tambang Kapur di Yogyakarta .....</b>	420
Noto Pamungkas, Sri Suryaningsum	
<b>Pengembangan Wisata Perbatasan Sota Melalui Pembangunan Pusat Kegiatan Ekonomi .....</b>	427
Machya Astuti Dewi, Iva Rachmawati	
<b>Pengembangan Profil Pasar Wisatawan Nusantara Kabupaten Gunungkidul .....</b>	438
Sigit Haryono, Lukmono Hadi	
<b>Kecerdasan Emosional, Stres Kerja dan Kepuasan Kerja Sebagai Prediktor <i>Intention to Leave</i> .....</b>	447
Hastho Joko Nur Utomo, Sadeli	
<b>Simulasi Proporsi Pendapatan Retribusi Parkir Tepi Jalan pada Penerimaan Pendapatan Asli Daerah .....</b>	464
Irwan Soejanto, Intan Berlianty, Yuli Dwi Astanti, Dyah Rachmawati L, Muhammad Shahrani I	
<b>Akuntabilitas dan Transparansi Pengelolaan Alokasi Dana Desa .....</b>	473
Lita Yulita Fitriyani, Marita, Windyastuti, Yuna Adeptia	
<b>Impor Tembakau dan Alternatif Kebijakan Kenaikan Tarif Impor Tembakau Di Indonesia .....</b>	482
Antik Suprihanti, Harianto, Bonar M Sinaga, Reni Kustiari	
<b>Perilaku Ekonomi Rumah Tangga Petani Padi Gogo Lahan Tadah Hujan Di Kabupaten Gunungkidul .....</b>	491
Wulandari D. E. Rini, Mohammad Harisudin, Supriyadi, Endang Siti Rahayu	
<b><i>Firm Size, Leverage dan Firm Risk: Analisis Deskriptif Pada Perusahaan Manufaktur Listed Di Indonesia</i> .....</b>	500
Asih Marini Wulandari	
<b>Keterhubungan Strategi Bisnis dan Strategi Rantai Pasok Seberapa Penting .....</b>	513
Titik Kusmantini	
<b>Model Pengukuran Orientasi Pasar dalam Konteks UKM: Studi pada UKM Kreatif (Fesyen) di DIY .....</b>	522
Widhy Tri Astuti	
<b>Kapabilitas Perusahaan Sebagai Determinan Keunggulan Kompetitif Dalam Pendekatan <i>Dynamic Capabilities</i> .....</b>	534
Ida Susi Dewanti	
<b>Accountability of Semaan Al-Qur'an Jantiko Mantab and Dzikrul Ghofilin (Fenomenology Approach) .....</b>	547
Januar Eko Prasetyo, Iwan Triyuwono, Eko Ganis Sukoharsono, Lilik Purwanti	

<b>Relevansi Realisasi Untung atau Rugi Sekuritas Tersedia Untuk Dijual .....</b>	<b>557</b>
Retno Yulianti	
<b>Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Periode 1971 – 2016 .....</b>	<b>564</b>
Sultan, JJ. Sarungu, AM. Soesilo, Siti Aisyah Tri Rahayu	
<b>Pengaruh Likuiditas, Peluang Pertumbuhan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening .....</b>	<b>576</b>
Astohar, Dhian Andanarini Minar Savitri	
<b>Fanatisme Terhadap Nilai Religi di Sosial Media Pada Masa Pra Kampanye Pilpres 2019 .....</b>	<b>593</b>
Kurnia Arofah	
<b>Hierarki Pengelolaan Ekowisata Mangrove di Desa Jangkaran Kabupaten Kulon Progo .....</b>	<b>601</b>
Johan Danu Prasetya, Yohana Noradika Maharani, Istiana Rahatmawati	
<b>Metode <i>Circuit Training</i> untuk Kelas Khusus Olahraga Cabang Sepak Bola SMPN 3 Sleman .....</b>	<b>612</b>
Sumintarsih, Tri Saptono, Wahyu Wibowo E Y	
<b>Aglomerasi dan Pertumbuhan Ekonomi di Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2005 – 2016 .....</b>	<b>621</b>
Wahyu Dwi Artaningtyas, Asih Sri Winarti	
<b>Implementasi prinsip-prinsip <i>good university governance</i> dalam pengelolaan aset perguruan tinggi negeri baru .....</b>	<b>628</b>
Hari Kusuma Satria Negara, Dian Indri Purnamasari	
<b>Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Melakukan Pembayaran PBB .....</b>	<b>637</b>
Ratna Hindria DPS, Indra Kusumawardhani	
<b>Identifikasi Kendala Dalam Usaha Pengembangan UMKM (Studi pada UKM di Dusun Kepuh Kulon, Kecamatan Banguntapan, Bantul, Yogyakarta) .....</b>	<b>641</b>
AYN Warsiki, Dwi Hari Laksana, Oliver Samuel Simanjuntak	
<b>Strategi Pengembangan Wisata Berbasis IT di Desa Mangunan Kecamatan Dlingo Kabupaten Bantul Yogyakarta .....</b>	<b>652</b>
Sri Harjanti, Tri Mardiana, Hafisah	
<b>Analisis Ketimpangan Distribusi Pendapatan Terhadap Jumlah Penduduk Miskin di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Periode 2005 – 2017 .....</b>	<b>666</b>
Bambang Sulistiyono, Astuti Rahayu, Sri Budiwati Wahyu Suprapti	
<b>Analisis Pemangku Kepentingan Dalam Pengembangan Desa Wisata Pandean, Srumbung, Magelang .....</b>	<b>676</b>
Eko Murdiyanto, Teguh Kismantoroadji, Indah Widowati	
<b>Analisis Kota Yogyakarta Sebagai Kota Kreatif: Pendekatan Sinergitas Pentha Helix .....</b>	<b>685</b>
Kartika Ayu Ardhanariswari, Prayudi	

<b>Model Perilaku Knowledge Sharing Sebagai Salah Satu Alternatif Pelaksanaan Metode Pengajaran KKNI Pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta .....</b>	<b>696</b>
Danang Yudhiantoro, Ninik Probosari, Karyono	

**EKONOMI  
&  
SOSIAL**

## **KONVERGENSI PENDAPATAN DI KABUPATEN GUNUNGGIDUL**

**Didit Welly Udjiyanto, Joko Susanto, Purwiyanta**

UPN "Veteran" Yogyakarta,

email : [jk.susanto.68@gmail.com](mailto:jk.susanto.68@gmail.com)

### **Abstrak**

*This study examines whether or not there is a convergence of income in Gunungkidul Regency. Research data includes per capita income, labour productivity and employment rate published by the Central Bureau of Statistics during the period 2009-2016. This research uses dynamic panel regression analysis tool. The results showed that there was a convergence of income between sub-districts in Gunungkidul Regency. Revenue growth per capita in the underdeveloped region can pursue the labour productivity in the developed region so that employment gaps between sub-districts will be disappear. The increase in labour productivity and employment has a positive impact on per capita income and supports the convergence of income.*

**Keywords:** *income per capita, convergence, productivity, employment*

### **PENDAHULUAN**

Teori pertumbuhan Neo Klasik menyatakan bahwa ketimpangan 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 (*equilibrium*) 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 (modal dan tenaga kerja) 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 (Dreger *et al*, 2007; 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 ketimpangan 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.

Ketimpangan antar wilayah menjadi fenomena menarik dikaji agar dapat diperoleh solusinya. Solusi dituangkan melalui kebijakan pemerintah guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Ketimpangan timbul karena tidak seluruh anggota masyarakat mampu memanfaatkan peluang yang timbul dari pertumbuhan ekonomi. Hal ini terkait dengan keragaman potensi yang dimiliki masyarakat di antaranya keragaman dalam pendidikan. Mereka yang memiliki pendidikan dan keahlian tinggi mampu memanfaatkan peluang ini, sedangkan pekerja yang tidak memiliki pendidikan dan keahlian yang cukup akan tersisih. Kondisi ini menyebabkan pertumbuhan ekonomi tinggi diikuti dengan memburuknya ketimpangan pendapatan (Wilkinson dan Pickett, 2011).

Ketimpangan pendapatan berpotensi menyebabkan terjadinya masalah sosial. Ketimpangan pendapatan menyebabkan timbulnya masalah kemiskinan relatif. Penduduk yang berpendapatan rendah (miskin) tidak mampu memenuhi kebutuhannya terutama kebutuhan sekunder dan tersier. Kemiskinan yang dialami oleh masyarakat kelas bawah merupakan penyebab masalah ketimpangan pada bidang-bidang sosial. Secara umum indikator sosial seperti angka kriminalitas, angka perceraian, angka bunuh diri, angka harapan hidup dan angka melek huruf merupakan ukuran kesejahteraan yang menggambarkan kondisi nyata dialami masyarakat. Kepuasan masyarakat yang diukur dengan indikator-indikator sosial mampu menggambarkan tinggi rendahnya masalah sosial.

Ketimpangan pendapatan menyebabkan masyarakat yang berpendapatan rendah merasa *unfair*. Wujud dari penilaian *unfair* adalah perilaku masyarakat yang disfungsi. Hal ini berarti perilaku sekelompok masyarakat menyimpang dari aturan atau norma-norma yang seharusnya. Kelompok masyarakat yang berperilaku disfungsi menjadi sumber masalah sosial yang rumit. Tindakan kelompok ini dapat mengakibatkan penderitaan masyarakat. Apabila tindakan ini berlangsung terus menerus, maka dikhawatirkan hal ini akan menurunkan pola-pola kehidupan yang disfungsi kepada keturunan atau generasi penerus sehingga masalah sosial ini menjadi masalah yang berkelanjutan.

Pada umumnya kawasan perkotaan memiliki infrastruktur yang lebih baik sehingga menjadi tujuan investasi baru. Infrastruktur menyebabkan biaya produksi menjadi lebih murah. Perusahaan akan berupaya membangun pabriknya di lokasi-lokasi dengan infrastruktur memadai sehingga biaya produksi lebih rendah guna menghasilkan produk yang kompetitif. Investasi cenderung terkonsentrasi di beberapa tempat saja (Lall *et al*, 2004) yang letaknya berdekatan dengan pasar atau pelabuhan.

Di sisi lain, kemampuan penduduk berbeda-beda antar kawasan. Penduduk kawasan perkotaan cenderung memiliki pendidikan dan ketrampilan tinggi sehingga memperoleh manfaat dari aglomerasi perkotaan. Mereka mampu bekerja di sektor-sektor ekonomi yang produktif. Sebaliknya, penduduk kawasan perdesaan tidak memiliki pendidikan dan ketrampilan yang memadai sehingga mereka tidak bisa memperoleh pekerjaan di sektor-sektor ekonomi yang produktif. Dengan berbagai pertimbangan dalam efisiensi produksi, maka perusahaan menentukan spesifikasi pekerja yang dibutuhkan. Spesifikasi kebutuhan akan pekerja dengan

kualifikasi tertentu menjadikan tidak semua penduduk mampu memenuhi spesifikasi yang disyaratkan. Seringkali terjadi lowongan kerja di suatu industri tidak terisi, sedangkan pada saat bersamaan terdapat sejumlah pencari kerja yang tidak mendapatkan pekerjaan yang dicarinya. Pencari kerja yang tidak mendapatkan pekerjaan akan menjadi penganggur atau terpaksa bekerja di sektor informal dengan produktivitas yang lebih rendah. Mereka yang memiliki pendidikan dan keahlian tinggi mampu memanfaatkan peluang ini, sedangkan pekerja yang tidak memiliki pendidikan dan keahlian yang cukup akan tersisih. Perbedaan tingkat pendidikan dan ketrampilan antara penduduk kawasan kota dengan kawasan perdesaan mengakibatkan timbulnya ketimpangan produktivitas di antara kedua kawasan tersebut.

Di samping infrastruktur fisik, masalah lain yang perlu dibenahi adalah sumber daya manusia. Pekerja yang berkualitas tidak bisa diperoleh secara instan. Untuk memperoleh sumber daya manusia berkualitas dibutuhkan proses panjang melalui investasi yang serius dan berkesinambungan melalui pendidikan. Salah satu sektor terpenting yang secara langsung berkontribusi terhadap pengembangan kualitas SDM adalah pendidikan. Pendidikan erat kaitannya dengan aktivitas ekonomi. Ini karena faktor produksi utama dalam kegiatan ekonomi adalah tenaga kerja atau manusia.

Pembenahan dimensi ketenagakerjaan akan menambah jumlah *social capital* sehingga mampu meningkatkan aktivitas perekonomian. Pembangunan sisi ketenagakerjaan akan memberikan dampak *multiplier* terhadap perekonomian daerah tersebut sehingga mampu mengejar ketertinggalannya dari daerah lain yang lebih maju. Dengan adanya laju pertumbuhan ekonomi yang lebih tinggi, maka perekonomian daerah yang dulunya tertinggal mampu tumbuh lebih cepat dari perekonomian yang kaya. Perekonomian daerah tertinggal mampu mengejar (*catch up*) dengan perekonomian daerah maju (Barro dan Sala-i Martin, 2004). Dengan demikian telah terjadi konvergensi yang ditandai dengan turunnya ketimpangan antar wilayah.

Terdapat 2 (dua) konsep konvergensi, yaitu  $\sigma$  *convergence* dan  $\beta$  *convergence*. Konsep  $\sigma$  *convergence* mengacu pada dispersi yang dapat diukur dengan misalnya, standard deviasi dari logaritma pendapatan atau produk per kapita antardaerah. Apabila nilainya menunjukkan penurunan maka telah terjadi konvergensi pendapatan, dan sebaliknya. Adapun konsep  $\beta$  *convergence* menyatakan bahwa perekonomian miskin mampu mengejar (*catch up*) perekonomian kaya dalam hal pendapatan per kapita (Barro dan Sala-i Martin, 2004). Adapun konsep  $\beta$  *convergence* dibedakan menjadi 2 (dua) yaitu *absolute convergence* dan *conditional convergence*. Konvergensi absolut mengacu pada pengukuran konvergensi yang didasarkan pada tingkat pendapatan awal saja. Pengukuran konvergensi absolut dilakukan tanpa memasukkan variabel kontrol yang merupakan karakteristik tiap-tiap daerah. Setiap daerah dianggap mempunyai kondisi *steady state* yang sama sehingga dalam penghitungan konvergensi tidak memasukkan variabel lain seperti investasi dan pertumbuhan jumlah penduduk yang berbeda antar daerah. Adapun perhitungan konvergensi kondisional dilakukan dengan memasukkan pengaruh infrastruktur dan variabel lainnya (variabel kontrol) yang diperkirakan memengaruhi kondisi *steady state* masing-masing daerah. Untuk melihat pengaruh infrastruktur dan variabel lainnya yang memengaruhi kondisi *steady state* tiap-tiap daerah, dilakukan penghitungan konvergensi kondisional.

Beberapa penelitian tentang konvergensi produktivitas memberikan hasil yang berbeda-beda. Kim dan Kim (2003) mengkaji strategi pembangunan perkotaan ditinjau dari aspek pertumbuhan ekonomi dan distribusi pendapatan di Korea. Penelitian ini menggunakan alat

analisis keseimbangan umum terapan (*Computable General Equilibrium=CGE*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyebaran investasi di 6 (enam) kota besar merupakan kebijakan terbaik guna mencapai pertumbuhan ekonomi yang tinggi sekaligus menurunkan disparitas pendapatan antar daerah. Sebaliknya, pemusatan investasi di Seoul dan Pusan akan menyebabkan naiknya disparitas pendapatan. Akan tetapi penyebaran investasi sulit dilakukan karena berlawanan dengan nilai-nilai yang berlaku.

Niebuhr (2004) menganalisis kaitan antara akses pasar dan disparitas regional. Analisis ini dimulai dari persamaan upah nominal berasal dari Model Core-Periphery dan berfokus pada salah satu proposisi utama Ekonomi Geografi Baru (*New Economic Geography*). Studi ini menggunakan alat analisis regresi guna mengkaji peranan akses pasar terhadap disparitas regional yang diproksi dengan tingkat upah. Hasil analisis menunjukkan bahwa disparitas regional di Eropa cenderung meningkat dengan meningkatnya akses pasar.

Sementara itu, Checchi dan Peragine (2005) mengkaji disparitas pendapatan di Italia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa disparitas pendapatan yang lebih besar terjadi di daerah yang kurang berkembang (Italia Selatan). Mereka juga merasakan dampak dari relatif kecilnya kesempatan kerja. Pada umumnya, sebagaimana daerah yang kurang maju lainnya, penduduk Italia Selatan mengalami dampak dari rendahnya pendapatan per kapita yang disertai dengan ketimpangan pendapatan yang lebih besar pula. Salah satu faktor penyebab adalah tingkat pendidikan para orang tua yang berdampak pada kemampuannya untuk bekerja dengan produktif. Menurut Checchi dan Peragine (2005) disparitas pendapatan akan dapat diatasi dengan program pendidikan yang lebih baik. Faktor pendidikan yang lebih buruk di daerah Italia Selatan menyebabkan pekerja sulit untuk mencapai prestasi tinggi sebagaimana prestasi penduduk di bagian Utara Italia. Kondisi ini masih diperparah dengan latar belakang sosial ekonomi mereka yang lebih miskin yang menjadi kendala bagi investasi pendidikan di Italia Selatan. Untuk itu diperlukan investasi (sumber daya) lebih besar guna memajukan pendidikan di Italia Selatan.

Selanjutnya Combes *et al* (2008) meneliti faktor-faktor yang menyebabkan disparitas upah secara spasial di Perancis. Penelitian ini menggunakan alat analisis regresi data panel dengan memperhitungkan efek industri, efek pekerja dan karakteristik pasar tenaga kerja local. Hasil penelitian menunjukkan bahwa disparitas upah secara spasial terjadi akibat disparitas komposisi keahlian penduduk antar daerah. Disparitas keahlian pekerja merupakan faktor penentu terjadinya disparitas upah. Sementara itu, faktor *endowment* dan interaksi secara lokal tidak berdampak pada disparitas upah.

Banerjee and Jarmuzek (2009) menganalisis disparitas regional di Republik Slovakia. Penelitian tersebut mengkaji pertumbuhan ekonomi dan berbagai dimensi dari kesenjangan antar daerah di Slovakia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesenjangan antar daerah yang mencakup PDB per kapita, produktivitas tenaga kerja dan pemanfaatan tenaga kerja telah melebar sejak tahun 2000, bertepatan dengan waktu Republik Slovakia melakukan negosiasi untuk masuk ke Uni Eropa. Walaupun demikian, terdapat perbaikan dalam Produktivitas Faktor Total (*Total Faktor Productivity*) yang menjadi mesin utama pertumbuhan PDB di semua daerah. Upaya untuk mempertahankan pertumbuhan dan mengurangi kesenjangan perlu dilakukan melalui peningkatan rasio pemanfaatan tenaga kerja dan perbaikan struktural serta kebijakan guna mendorong produktivitas pekerja di wilayah Slovakia Timur. Prioritas kebijakan utama mencakup peningkatan infrastruktur transportasi, peningkatan daya saing melalui diferensiasi upah regional yang lebih besar dan desentralisasi perundingan bersama antara pekerja dan

pengusaha, serta peningkatan akumulasi modal manusia (*human capital*).

Selanjutnya penelitian ini mengambil wilayah Kabupaten Gunungkidul yang mencakup 18 dengan Kecamatan Wonosari yang menjadi pusat pemerintahan. Posisi kecamatan Wonosari sebagai pusat pemerintahan memungkinkan berkembangnya sektor tersier. Sektor tersier di Kecamatan Wonosari merupakan sektor yang dominan dalam pembentukan PDRB. Hal ini berarti untuk sektor perdagangan, hotel dan restoran; sektor pengangkutan dan komunikasi; sektor keuangan, sewa dan jasa perusahaan serta sektor jasa-jasa, terkonsentrasi di Kecamatan Wonosari, sedangkan di kecamatan lainnya masih terfokus pada sektor primer.

Pengambilan data penelitian yang berbasis kecamatan diharapkan mampu menggambarkan ada tidaknya konvergensi produktivitas secara lebih cermat. Pengambilan wilayah penelitian yang lebih sempit dapat menghilangkan bias karena faktor agregasi. Dengan penggunaan data mikro dapat dianalisis kondisi setiap kecamatan dengan lebih terperinci sehingga dapat didesain kebijakan yang lebih tepat menurut kondisi dan potensi ekonomi yang ada.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Gunungkidul. Data penelitian mencakup tentang pendapatan per kapita, produktivitas pekerja dan tingkat employment selama periode 2009-2016. Pemilihan titik awal penelitian tahun 2009 dikarenakan pada tahun tersebut mulai terjadi perubahan struktur ekonomi yang ditandai dengan kenaikan pangsa sektor tersier yang telah melebihi pangsa sektor primer. Adapun pemilihan titik akhir pada tahun 2015 dikarenakan data BPS pada tahun tersebut merupakan data terbaru.

Selanjutnya variabel operasional didefinisikan sebagai berikut. Pendapatan per kapita merupakan nilai produk domestik regional bruto (PDRB) kecamatan dalam harga konstan tahun 2010 dibagi dengan jumlah penduduk. Adapun produktivitas pekerja merupakan nilai produk domestik regional bruto (PDRB) kecamatan dalam harga konstan tahun 2010 dibagi dengan jumlah penduduk usia produktif. Sementara itu tingkat *employment* diukur dari proporsi penduduk usia produktif.

Penelitian ini meliputi pendapatan per kapita di setiap kecamatan di wilayah Gunungkidul dan variabel-variabel yang mempengaruhinya selama periode 2009-2016. Dengan demikian data penelitian berbentuk data panel dinamis. Data panel memiliki beberapa keunggulan dibandingkan data belah silang atau data runtun waktu (Baltagi, 2003). Adapun penggunaan model dinamis mampu menggambarkan kondisi riil di lapangan mengingat bahwa interaksi antar variabel ekonomi jarang yang bersifat seketika. Sangat sering variabel terikat bereaksi terhadap variabel bebas dengan suatu selang waktu (*lag*). Model dinamis mampu membuat teori yang bersifat statis menjadi dinamis dengan memperhitungkan secara eksplisit unsur waktu.

Selanjutnya model penelitian dibentuk dalam suatu model regresi dinamis dengan memasukkan *lag* baik pada variabel sisi kanan maupun sisi kiri persamaan. Guna memperoleh model estimasi sederhana, maka dilakukan reduksi mulai dari *lag* terpanjang hingga *lag* terpendek agar diperoleh model dimaksud. Estimasi model regresi proses konvergensi pendapatan dituliskan dalam persamaan berikut.

$$\Delta \ln Y_{it} = \alpha_i + \omega \ln Y_{i,t-1} + \sum_{j=0}^k \beta_{ij} \ln X_{1it-j} + \sum_{j=1}^k \gamma_{ij} \ln X_{2it-j} + e_{it} \quad (1)$$

Secara berturut-turut,  $Y$  adalah pendapatan per kapita,  $X_1$  adalah produktivitas pekerja, dan  $X_2$  adalah tingkat employment.

Analisis persamaan di atas memberikan gambaran mengenai proses konvergensi pendapatan dan pengaruh variabel-variabel independen dalam mendukung konvergensi tersebut. Konvergensi pendapatan terjadi apabila koefisien  $\omega$  bertanda negatif ( $\omega < 0$ ).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengujian kointegrasi berdasar metode Kao menunjukkan nilai  $t$  sebesar  $-4,464$  dengan nilai probabilitas kurang dari  $0,05$ . Hal ini berarti terdapat kointegrasi antar variabel dalam model. Dalam suatu set variabel terdapat suatu kombinasi linier yang stasioner (stabil). Residual yang dihasilkan bersifat stasioner  $I(0)$ . Variabel-variabel dalam model tersebut memiliki hubungan keseimbangan jangka panjang sesuai dengan teori ekonomi. Model yang diestimasi memiliki konsistensi dalam jangka panjang, atau setidaknya terdapat hubungan kausalitas dalam satu arah di antara variabel-variabel dalam model tersebut.

Penentuan panjang *lag* dalam penelitian ini menggunakan kriteria Akaike (Liew, 2004). Nilai kriteria Akaike (*AIC*) yang lebih kecil menunjukkan model yang lebih baik. Berdasar hasil estimasi *VAR*, maka nilai *AIC* minimum untuk ketiga model terjadi pada saat panjang *lag* adalah 1 tahun. Hal ini berarti estimasi *VAR* dengan panjang *lag* 1 akan terhindar dari kesalahan spesifikasi model dan masalah pengurangan derajat kebebasan. Estimasi *VAR* dengan panjang *lag* 1 merupakan *parsimonious VAR*. Selanjutnya, dalam regresi data panel terdapat 2 (dua) model dasar yaitu model *fixed effects* dan *random effects*. Hasil Uji Hausman menunjukkan bahwa model *fixed effects* lebih unggul daripada model *random effects*.

Berdasar estimasi dengan model *fixed effects* dan reduksi terhadap parameter-parameter yang tidak signifikan diperoleh hasil estimasi sederhana. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar  $0,864$  menunjukkan bahwa sebesar  $86,4$  persen variasi pendapatan per kapita dapat dijelaskan oleh variasi pada variabel-variabel independen, sisanya sebesar  $15,6$  persen dijelaskan oleh residual. Sementara itu nilai  $F$  hitung tinggi menunjukkan bahwa variabel-variabel independen secara serentak berpengaruh pada variabel dependen.

Tabel 1. Hasil Estimasi (*Fixed Effects*)

No.	Variabel ( dalam log)	Koefisien	Standard Errors
1	Pendapatan per kapita tahun sebelumnya	$-0,196^*$	0,011
2	Produktivitas pekerja	$0,212^*$	0,012
3	Employment	$0,004^*$	0,001
4	Konstanta	$1,232^*$	0,071

Outcome: Perubahan Pendapatan per kapita (dalam log)

$R^2 = 0,864$   $F = 40,88$  \* Signifikan pada ( $\alpha=5\%$ )

Hasil analisis menunjukkan bahwa koefisien regresi pendapatan per kapita (tahun sebelumnya) bertanda negatif. Hal ini berarti terdapat proses konvergensi pendapatan per kapita antar kecamatan di Kabupaten Gunungkidul. Pertumbuhan pendapatan per kapita di kecamatan yang terbelakang mampu mengejar pendapatan per kapita di kecamatan lain yang lebih maju. Dengan demikian kesenjangan pendapatan per kapita antar kecamatan akan hilang.

Koefisien variabel produktivitas pekerja sebesar  $0,212$  menunjukkan bahwa apabila produktivitas pekerja naik sebesar  $1\%$  akan diikuti kenaikan pendapatan per kapita sebesar

0.013% (dengan menganggap variabel lain konstan). Kenaikan produktivitas pekerja menunjukkan bahwa setiap pekerja mampu menghasilkan lebih banyak output. Kenaikan produktivitas pekerja di kecamatan tertinggal akan mampu menghasilkan output dalam jumlah yang lebih besar sehingga wilayah ini akan mampu mengejar ketertinggalannya dari kecamatan lain yang lebih maju. Kenaikan produktivitas pekerja mendukung konvergensi pendapatan.

Sementara itu tingkat employment berpengaruh positif terhadap pendapatan per kapita. Koefisien variabel tingkat employment sebesar 0.004 menunjukkan bahwa apabila tingkat employment naik sebesar 1% akan menyebabkan kenaikan pendapatan per kapita sebesar 0.004% (dengan menganggap variabel lain konstan). Kenaikan employment menunjukkan semakin besarnya jumlah pekerja produktif yang ikut serta dalam proses produksi sehingga PDRB meningkat. Kenaikan PDRB ini akan mendorong kenaikan pendapatan per kapita. Kenaikan employment di kecamatan tertinggal akan mampu mendorong terjadinya kenaikan output sehingga wilayah ini akan mampu mengejar ketertinggalannya dari kecamatan lain yang lebih maju. Kenaikan tingkat employment mendukung konvergensi pendapatan.

#### **KESIMPULAN DAN IMPLIKASI**

Terdapat proses konvergensi pendapatan per kapita antar kecamatan di Kabupaten Gunungkidul. Pertumbuhan pendapatan per kapita di kecamatan yang terbelakang mampu mengejar ketertinggalannya dari kecamatan lain yang lebih maju. Dengan demikian kesenjangan pendapatan per kapita antar kecamatan akan hilang. Kenaikan produktivitas pekerja dan tingkat employment akan meningkatkan PDRB. Kenaikan PDRB ini akan mendorong kenaikan pendapatan per kapita. Hal ini berarti kenaikan produktivitas pekerja dan tingkat employment mendukung konvergensi pendapatan.

Untuk mempercepat proses konvergensi pendapatan diperlukan pengembangan sumber daya manusia perlu adanya pelatihan, kursus-kursus ketrampilan untuk meningkatkan usaha ekonomi yang ada dan potensi di wilayah setempat, yang nantinya akan meningkatkan nilai tambah. Pemerintah melalui instansi terkait perlu mendorong berbagai lembaga pendidikan dan pelatihan untuk memudahkan akses pendidikan, agar masyarakat dapat meningkatkan keterampilan dan pengetahuannya untuk meningkatkan kualitasnya sebagai tenaga kerja.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Baltagi, Badi., H., (2003). *Econometric Analysis of Panel Data*, John Wiley and Sons.
- Banerjee, Biswajit and Jarmuzek, Mariusz (2009), Anatomy of Regional Disparities in the Slovak Republic, IMF Working Papers No.9/145: 1-28
- Barro, Robert J. and Xavier Sala-i Martin. (2004). *Economic Growth* 2nd Edition. MIT Press, London.
- Cecchi, D. And V. Peragine (2005): "Regional Disparities and Inequality of Opportunity: The Case of Italy"; IZA discussion paper series Working Paper No. 1874/2005.
- Combes, Pierre-Philippe, Duranton, Gilles, and Gobillon, Laurent (2008), "Spatial Wage Disparities: Sorting Matters!", *Journal of Urban Economics*, 63: 723-742
- Dreger, Christian, Konstantin Kholodilin, Kirsten L ommatzsch, Jirka Slacalek & Przemyslaw Wozniak (2007): "Price Convergence in The Enlarged Internal Market", *European Economy. Economic Papers* No. 292.
- Gyawali, Buddhi, Rory Fraser, James Bukenya, and 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 Non-metropolitan Income Divergence,” *Annals of Regional Science*, 40, 81–94.
- Kim, Euijune dan Kabsung Kim (2003). “Impacts of the development of large cities on economic growth and income distribution in Korea: A multiregional CGE Model”, *Papers Reg. Sci.* 82: 101–122
- Lall, S., Z. Shalizi, and U. Deichmann (2004). “Agglomeration economies and productivity in Indian Industry”, *Journal of Development Economics* 73
- Liew, V.K. S. (2004). Which Lag Length Selection Criteria Should We Employ?, *Economics Bulletin*, 3 (33), pp. 1–9.
- Niebuhr, Annekatrin and Friso Schlitte, (2004). Convergence, trade and factor mobility in the European Union -Implications for enlargement and regional policy, *Intereconomics: Review of European Economic Policy*, 39 (3), pp. 167-176
- Wilkinson, R. and Pickett, K. (2011), *The Spirit Level: Why Greater Equality Makes Societies Stronger*, Bloomsbury Press.

## **KETIMPANGAN ANTAR WILAYAH DI KABUPATEN SLEMAN: SUATU KAJIAN TERHADAP HIPOTESIS KUZNET**

**Sri Suharsih, Asih Sri Winarti, Rini Dwi Astuti**

FEB UPN “Veteran” Yogyakarta

Email [asiheko@yahoo.com](mailto:asiheko@yahoo.com), [asihwinarti09@gmail.com](mailto:asihwinarti09@gmail.com), [rinidwiastuti@upnyk.ac.id](mailto:rinidwiastuti@upnyk.ac.id)

### **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the pattern and structure of economic growth and disparities inter-region districts in Sleman Regency. In addition this study will testing Kuznets hypothesis about the relation between economic growth and disparities inter region in Sleman Regency. The study was conducted using secondary data using Williamson index, data correlation and regression method. Williamson index is used to measure disparities inter-region. The results showed (i) Based on the correlation analysis shows the variables of economic growth have positive correlate with number of regional disparities (iii) Based on the regression analysis shows the variables of growth have a positive effect on the number of regional disparities in Sleman Regency, and (iii) regional disparities is increasing and Kuznets hypothesis until this time is effective in Sleman Regency*

**Keyword:** *Economic Growth, Disparities Inter Region, Williamson Index, Kuznets Hypothesis*

### **I. PENDAHULUAN**

Pembangunan ekonomi daerah merupakan suatu proses yang mencakup pembentukan institusi-institusi baru, pembangunan industri-industri alternatif, perbaikan kapasitas tenaga kerja yang ada untuk menghasilkan produk dan jasa yang lebih baik, identifikasi pasar-pasar baru, alih ilmu pengetahuan, dan pengembangan perusahaan-perusahaan baru (Arsyad, 2002). Dalam pembangunan ekonomi daerah diperlukan campur tangan pemerintah. Apabila pembangunan daerah diserahkan sepenuhnya kepada mekanisme pasar maka pembangunan dan hasilnya tidak dapat dirasakan oleh seluruh daerah secara merata. Perbedaan tingkat pembangunan antar daerah mengakibatkan perbedaan tingkat kesejahteraan daerah yang pada akhirnya akan menyebabkan terjadinya ketidakmerataan.

Ketidakmerataan pembangunan secara spasial menimbulkan ketimpangan pada pertumbuhan ekonomi suatu wilayah. Perbedaan kemajuan ekonomi suatu daerah dengan daerah lainnya disebabkan adanya perbedaan sumber daya yang dimiliki oleh daerah-daerah tersebut serta adanya kecenderungan penanaman modal oleh para investor pada daerah-daerah yang telah memiliki fasilitas sarana dan prasarana yang lebih lengkap dan sumber daya manusia yang terampil, yang umumnya terdapat pada pusat-pusat pemerintahan/kota. Perbedaan pertumbuhan ekonomi antar wilayah juga disebabkan adanya ketimpangan redistribusi pendapatan dari pemerintah pusat ke daerah. Pendekatan pembangunan yang menekankan pada percepatan pertumbuhan ekonomi selama ini juga mengakibatkan melebarnya ketimpangan sosial-ekonomi antar wilayah. Hal ini mengakibatkan terciptanya konflik antar wilayah yang semakin besar.

Menurut Syafrizal (2008), ketimpangan yang terjadi antar wilayah disebabkan oleh perbedaan kekayaan sumber daya alam yang dimiliki dan perbedaan kondisi demografi yang terdapat pada masing-masing wilayah, sehingga tiap daerah mempunyai kemampuan yang berbeda-beda dalam proses pembangunan. Perbedaan wilayah ini yang menimbulkan adanya wilayah maju dan wilayah terbelakang. Menurut hipotesa Neo-Klasik, yang dipelopori oleh Simon Kuznet, dalam proses pembangunan awalnya ketimpangan akan meningkat, proses ini akan terjadi hingga ketimpangan tersebut mencapai titik puncak. Setelah mencapai titik puncak dan proses pembangunan masih terus berlanjut, maka secara berangsur-angsur ketimpangan tersebut akan menurun (Hipotesis U terbalik). Ketimpangan antar wilayah dalam kenyataannya tidak dapat dihilangkan dalam proses pembangunan suatu daerah. Dengan adanya ketimpangan, maka akan mendorong daerah yang terbelakang untuk dapat berusaha meningkatkan kualitas pembangunannya agar tidak tertinggal dengan daerah yang sudah maju.

Pengurangan kesenjangan antar kecamatan/kawasan di Kabupaten Sleman merupakan salah satu sasaran yang ingin dicapai pemerintah Kabupaten Sleman pada tahun 2025. Dokumen Rencana Pembangunan Jangka Panjang 2006-2025 mengamanatkan ketimpangan antar wilayah di Kabupaten Sleman berada pada angka  $\pm 0,03$ . Untuk dapat mencapai sasaran tersebut, tentunya perlu diketahui besaran ketimpangan ekonomi antar wilayah di Kabupaten Sleman pada saat ini untuk selanjutnya disusun strategi dan arah kebijakan yang sesuai dengan memperhatikan kekuatan, kelemahan, potensi dan tantangan yang ada di masing-masing wilayah. Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini akan menganalisis hubungan antara ketimpangan dan pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Sleman dan membuktikan apakah fenomena Kurva U terbalik (hipotesis Kuznet) terjadi di Kabupaten Sleman;

## **II. METODE PENELITIAN**

### **2.1. Data dan Sumber Data**

Tujuan penelitian ini akan dicapai dengan menggunakan data sekunder Data sekunder diperoleh dari beberapa penerbitan, antara lain dari Badan Pusat Statistik (BPS), Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (Bappeda) dan laporan dari berbagai studi, serta publikasi dari berbagai pihak yang relevan.

### **2.2. Metode Analisis Data**

Untuk mencapai tujuan penelitian, data yang telah dikumpulkan selanjutnya dianalisis dengan menggunakan statistik deskriptif baik kuantitatif dan kualitatif dengan tahapan sebagai berikut:

1. Pengumpulan data sekunder terkait ketimpangan ekonomi antar wilayah;
2. Analisis deskriptif kuantitatif dengan memanfaatkan data sekunder yang dianalisis menggunakan *Indeks Williamson* untuk mengetahui derajat ketimpangan antar wilayah dalam periode waktu yang telah ditentukan, rumus perhitungan ketimpangan antar wilayah dengan Indeks Williamson adalah sebagai berikut (Sjafrizal, 2008)

$$IW = \frac{\sqrt{\sum (Y_i - Y)^2 f_i / n}}{Y}$$

Dimana :

IW : Williamson

$Y_i$  : PDRB perkapita kecamatan  $i$   
 $Y$  : PDRB perkapita rata – rata kabupaten  
 $f_i$  : Jumlah penduduk kecamatan  $i$   
 $N$  : Jumlah seluruh penduduk kabupaten

- Selanjutnya dilakukan analisis korelasi dan regresi untuk menganalisis hubungan dan pengaruh pertumbuhan terhadap ketimpangan antar wilayah di Kabupaten Sleman, serta pengujian terhadap fenomena Hipotesa U terbalik

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Pertumbuhan Ekonomi dan Ketimpangan Ekonomi Antar Wilayah di Kabupaten Sleman

Besar kecilnya ketimpangan PDRB perkapita antar kecamatan memberikan gambaran tentang kondisi dan perkembangan pembangunan di Kabupaten Sleman. Terjadinya kenaikan pertumbuhan ekonomi, idealnya disertai dengan peningkatan pemerataan pendapatan antar wilayah. Untuk memberikan gambaran yang lebih baik tentang kondisi dan perkembangan pembangunan daerah di wilayah Kabupaten Sleman, dilakukan analisis pemerataan PDRB perkapita antar Kecamatan dengan menggunakan indeks ketimpangan Williamson. Angka indeks ketimpangan Williamson yang semakin kecil atau mendekati nol menunjukkan ketimpangan yang semakin kecil atau dengan kata lain menunjukkan kondisi merata, dan bila semakin jauh dari nol menunjukkan ketimpangan yang semakin melebar. Perhitungan Indeks ketimpangan Williamson ditunjukkan oleh tabel 1 sebagai berikut:

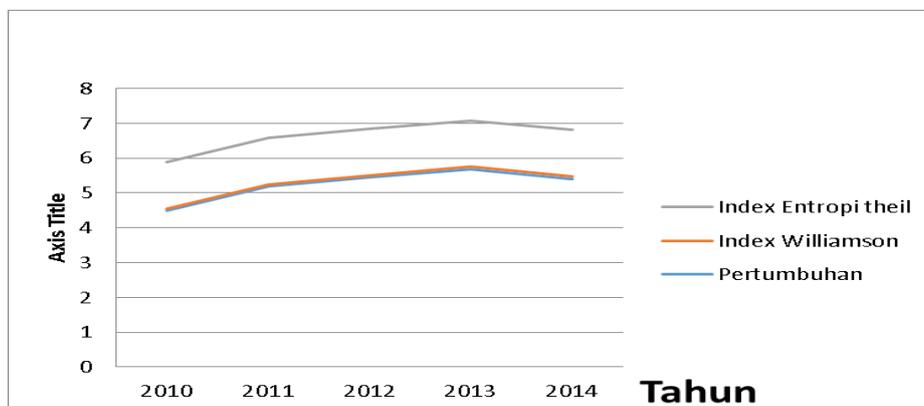
Tabel 1. Pertumbuhan, Indeks Williamson,  
Kabupaten Sleman, 2010 – 2016

No	Tahun	Pertumbuhan	Indeks Williamson
1	2010	4.49	0.411152051
2	2011	5.19	0.435784717
3	2012	5.45	0.456237178
4	2013	5.69	0.473539410
5	2014	5.41	0.493177078
6	2015	5.35	0.429903121
7	2016	5.25	0.480397255
Rata-rata		5.26	0.393978087
Rata-rata DIY		5.34	0.4479

Sumber : Hasil Analisis, lampiran

Tabel 1 menunjukkan angka indeks ketimpangan PDRB perkapita antar Kecamatan di Kabupaten Sleman selama periode 2010 – 2016 yaitu rata-rata 0,39. Angka ini lebih rendah jika dibandingkan dengan ketimpangan yang terjadi di DIY yaitu rata-rata sebesar 0,448 pada periode yang sama. Angka ini menunjukkan bahwa pada periode yang sama, pendapatan per kapita di Kabupaten Sleman relatif lebih tidak merata bila dibandingkan daerah yang lebih tinggi yaitu DIY. Berdasarkan tabel 1 tersebut dapat dilihat ketimpangan antar kecamatan yang terjadi di Kabupaten Sleman dari tahun 2010 – 2016 ada kecenderungan meningkat, Nilai Indeks

Williamson selalu mengalami kenaikan dengan rata rata 0,04 per tahun yang ditunjukkan oleh gambar 1. sebagai berikut:



Gambar 1. Pertumbuhan, Indeks Williamson, dan Indeks Entropy Theil Kabupaten Sleman, 2010-2016

### 3.2. Ketimpangan Antar Kecamatan di Kabupaten Sleman

Untuk memberikan gambaran gambaran yang lebih baik tentang kondisi dan perkembangan pembangunan daerah di wilayah Kabupaten Sleman, berikut ini disampaikan analisis pemerataan PDRB perkapita antar kecamatan di Kabupaten Sleman dengan menggunakan Indeks Ketimpangan Williamson yang ditunjukkan oleh tabel 2. sebagai berikut:

Tabel 2. Pertumbuhan, Indeks Williamson  
 Per Kecamatan di Wilayah Kabupaten Sleman, 2010 - 2016

No	Kecamatan	Pertumbuhan	Indeks Williamson
1	Moyudan	3.412	0.0037704
2	Minggir	4.884	0.0029081
3	Seyegan	4.516	0.0451521
4	Godean	5.162	0.0456851
5	Gamping	6.188	0.1159675
6	Mlati	5.322	0.0705396
7	Depok	7.3	0.0166906
8	Berbah	4.508	0.0460437
9	Prambanan	5.736	0.0111865
10	Kalasan	5.16	0.037974
11	Ngemplak	4.774	0.0450004
12	Ngaglik	5.572	0.10354
13	Sleman	5.714	0.4003604
14	Tempel	3.212	0.0118188
15	Turi	3.2	0.0153393
16	Pakem	2.984	0.0628748
17	Cangkringan	0.358	0.0425556
<b>Rata-rata</b>		<b>5.328</b>	<b>0.063376876</b>

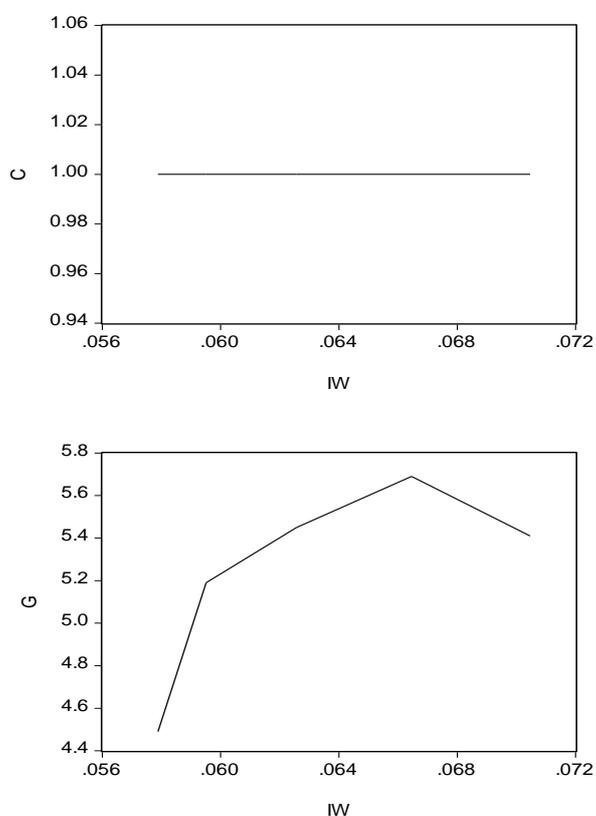
Sumber : Hasil Analisis, lampiran

Berdasarkan tabel 2. angka ketimpangan yang tinggi terjadi di wilayah Kecamatan Sleman dan Kecamatan Gamping. Kedua kecamatan tersebut terletak di wilayah tengah dan merupakan Kawasan Perkotaan Yogyakarta.. Di wilayah ini menjadi pusat pemerintahan, pendidikan, perdagangan, dan jasa

### 3.3. Ketimpangan di Kabupaten Sleman dan Hipotesa Kuznets

Hipotesa Kuznet dapat dibuktikan dengan membuat grafik hubungan antara pertumbuhan ekonomi dengan ketimpangan wilayah yang diukur dengan menggunakan Indeks Williamson. Simon Kuznet mengatakan bahwa tahap awal pertumbuhan ekonomi, distribusi pendapatan cenderung memburuk, dan tahap selanjutnya distribusi pendapatannya akan membaik, namun pada suatu waktu akan terjadi peningkatan disparitas lagi dan akhirnya menurun lagi. Hal tersebut seperti digambarkan dalam kurva Kuznet yang menunjukkan bahwa dalam jangka pendek ada korelasi positif antara pertumbuhan pendapatan perkapita dengan disparitas pendapatan, namun dalam jangka panjang menjadi berkorelasi negatif.

Berdasarkan gambar 1 dapat dilihat hasil Indeks Williamson menunjukkan bahwa kenaikan pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Sleman diikuti terjadi kecenderungan peningkatan ketimpangan di Kabupaten Sleman. Kecenderungan peningkatan tersebut merupakan indikasi berlakunya hipotesis Kuznets di Kabupaten Sleman. Hipotesis Kuznets dapat dibuktikan melalui grafik pertumbuhan PDRB dan Indeks ketimpangan seperti yang ditunjukkan oleh gambar 2. sebagai berikut



Gambar 2. Kurva Hubungan PDRB dengan Indeks Williamson

Di Kabupaten Sleman

Gambar 2 merupakan hubungan antara indeks ketimpangan dengan pertumbuhan PDRB. Kurva tersebut hampir menyerupai kurva U terbalik, pada tahun 2010 – 2013 mempunyai kecenderungan meningkat, pada tahun 2016 menunjukkan kecenderungan menurun walaupun penurunan tersebut sangat kecil. Kurva yang berbentuk kecenderungan U terbalik menunjukkan hipotesa Kuznets hampir berlaku di Kabupaten Sleman, tentunya jika pada tahun-tahun yang akan datang terjadi penurunan ketimpangan PDRB.

Dari hasil analisis korelasi (Korelasi Pearson) antara pertumbuhan dengan Indeks Williamson diperoleh nilai 0,72. Nilai koefisien korelasi tersebut menunjukkan adanya korelasi positif antara pertumbuhan PDRB dengan indeks ketimpangan. Hasil estimasi Korelasi Pearson ditunjukkan oleh tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3. Korelasi Pearson antara Pertumbuhan dan Indeks Williamson Kabupaten Sleman

	<b>Pertumbuhan</b>	<b>Indeks Williamson</b>	<b>Indeks Entropy Theil</b>
<b>Pertumbuhan</b>	1.000000	0.715318	0.113452
<b>Indeks Williamson</b>	0.715318	1.000000	0.303012
<b>Indeks Entropy Theil</b>	0.113452	0.303012	1.000000

Sumber : Analisis data

Hasil estimasi Korelasi Pearson yang ditunjukkan oleh tabel 3 sejalan dengan estimasi koefisien regresi yang menunjukkan seberapa besar pengaruh rata-rata pertumbuhan PDRB (2010-2016) terhadap rata-rata ketimpangan (2010-2016) di Kabupaten Sleman. Hasil Estimasi Regresi ditunjukkan oleh tabel 4. sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Estimasi Regresi Pengaruh Pertumbuhan terhadap Ketimpangan di Kabupaten Sleman

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
Konstanta	0.021340	0.023782	0.897340	0.4357
Pertumbuhan	0.008013	0.004520	1.772995	0.1743
R-squared	0.511680	Mean dependent var		0.063377
Adjusted R-squared	0.348907	S.D. dependent var		0.005134
S.E. of regression	0.004143	Akaike info criterion		-7.845621
Sum squared resid	5.15E-05	Schwarz criterion		-8.001846
Log likelihood	21.61405	F-statistic		3.143513
Durbin-Watson stat	1.159712	Prob(F-statistic)		0.174341

Sumber: Analisis Data, lampiran

Berdasarkan tabel 4 dapat dilihat bahwa pertumbuhan PDRB memberikan pengaruh positif meskipun pengaruh tersebut tidak signifikan (tingkat signifikansi hanya 83%) terhadap ketimpangan di Kabupaten Sleman periode Tahun 2010-2016 (data rata-rata). Besarnya koefisien regresi pertumbuhan tersebut sebesar 0,008, artinya jika PDRB naik 1 persen akan menyebabkan naiknya ketimpangan sebesar 0,008%. Kondisi tersebut harus menjadi perhatian kepada Pemda Sleman bahwa upaya meningkatkan pertumbuhan ekonomi harus disertai dengan upaya peningkatan pemerataan pendapatan

#### IV. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, disampaikan kesimpulan sebagai berikut berikut:

1. Dengan menggunakan data tahun 2010- 2016 terdapat hubungan dan pengaruh positif antara pertumbuhan dengan ketimpangan di Kabupaten Sleman
2. Dengan menggunakan data tahun 2010 – 2016, mengindikasikan bahwa fenomena Kurva U terbalik (hipotesis Kuznets) berlaku di Kabupaten Sleman.

#### V. REFERENSI

- Achmad, Rozany Nurmanah. (1999) “Kesejangan Pengeluaran Pembangunan Antar Wilayah dan Propinsi di Indonesia”, **Ekonomi dan Keuangan Indonesia**. Volume XLVII, Nomor 4.
- Nanda, Agung Widianarko Eka (2013), “Analisis Ketimpangan Distribusi Pendapatan dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi di Kabupaten Banjarnegara tahun 1990-2010”, **Skripsi**, UMS.
- Arbia. G. Laura de Dominicis. Gianfranco Piras. (2005). “Regional Growth and Regional Inequality in EU and Transition Countries: a Spatial Econometric Approach”. **45th Congress of the European Regional Science Association** 23-27 August 2005. Amsterdam.
- Arsyad, Lincolin (2002), **Pengantar Perencanaan Pembangunan**, BPFE, Yogyakarta.
- Junisa, Dewi dkk, 2015, “Analisis Ketimpangan Pembangunan antar Daerah Sumatra Utara Bagian Timur”, **QE Journal**, Vol.04 - No.04 December 2015 – 236.
- Fajar Utama, Putra. 2009. Analisis Pertumbuhan Ekonomi Dan Tingkat Ketimpangan di Kabupaten/Kota Yang Tergabung Dalam Kawasan Kedungsepur 2004 - 2008 <http://eprints.undip.ac.id/26414/2/JURNAL.pdf>
- Harmiyanti, Sherly. 2010. Pertumbuhan Ekonomi Dan Ketimpangan Antar Kecamatan Di Kabupaten Kupang. *Tesis* Program Pasca Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Udayana (Tidak di Publikasikan).
- Jhingan, ML (1993), **Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan**, Rajawali Press, Jakarta
- Kuncoro, Mudjarat. 2004. **Otonomi Pembangunan Daerah**. Jakarta: Erlangga.
- Meilani, Hilma dan Wuryandani, Dewi. (2012). “Pola perkembangan ekonomi dan ketimpangan regional di Provinsi Nusa Tenggara Barat”. **Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik**, 3(2), 203-214.
- Mopanga, Herwin. (2010) “Analisis Ketimpangan Pembangunan dan Pertumbuhan Ekonomi di Provinsi Gorontalo”. Sekolah Pascasarjana Institut Pertanian Bogor. **Tesis**. Sekolah Pascasarjana Institut Pertanian Bogor [Internet] Available from <[http://repository.ipb.ac.id/bitstream/handle/123456789/46671/Daftar%20Pustaka\\_%202011mab.pdf](http://repository.ipb.ac.id/bitstream/handle/123456789/46671/Daftar%20Pustaka_%202011mab.pdf)> (Accessed: January 2013)
- Rama Nurhuda, M. R. Khairul Muluk, Wima Yudo Prasetyo, 2013, “Analisis Ketimpangan Pembangunan (Studi di Provinsi Jawa Timur 2005-2011)”, **Jurnal Administrasi Publik (JAP)**, Vol. 1, Nomor 4, Hal. 110-119.
- Rondinelli, Dennis A. and Cheema, G. Shabbir. (1983). **Implementing Decentralization Policies: an Introduction, in Decentralization and Development, policy Implementation in Developing Countries**. California: Sage Publications Inc.
- Sari, Puput Desi kurnia dan Made Kembar Sri Budhi (2011), “Pertumbuhan Ekonomi dan Ketimpangan Antar Kecamatan di Kabupaten Buleleng” **E-Jurnal EP Unud**, 2 [3] : 164-172 Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Udayana
- Sjafrizal. 2008. **Pertumbuhan Ekonomi dan Ketimpangan Regional Wilayah Indonesia Bagian Barat**. Padang: Praninta Offset.

- Suhartono, 2015, “Ketimpangan dan Pembangunan Ekonomi Kabupaten/Kota di Daerah Hasil Pemekaran : Studi Kasus di Provinsi Banten dan Gorontalo”, **Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik**, Vol. 6 No. 1, Juni 2015.
- Suryana. 2000. **Ekonomika Pembangunan**. Jakarta: Salemba Empat.
- Thee Kian Wie, 1981, *Perekonomian di Negara Berkembang*, Jakarta : Pustaka Jaya.
- Panizza, Ugo. (2002). “Income Inequality and Economic Growth: Evidence from American Data”. **Journal of Economic Growth**. Vol. 7(1). pp. 25-41.
- Todaro, Michael P dan Smith Stephen C (2006), *Ekonomi Pembangunan Dunia Ketiga*, Edisi 9, Erlangga, Jakarta
- Umiyati, Etik. (2013). “Analisa tipologi pertumbuhan ekonomi dan disparitas pendapatan dalam implementasi otonomi daerah di Provinsi Jambi”. **Jurnal Paradigma Ekonomika**, 1(5), 15-21.
- Ying, Long. 2000. “China’s Regional Disparitas During The Reform Periode” Dalam **Journal Economic Geography**, 5(2): h:1-12

## **KARAKTERISTIK SOSIAL NELAYAN TRADISIONAL PANTAI DEPOK PARANGTRITIS KECAMATAN KRETEK KABUPATEN BANTUL**

<sup>1\*</sup>Sabihaini, <sup>2</sup>Awang Hendrianto Pratomo, <sup>3</sup>Heru Cahya Rustamaji, <sup>4</sup>Sudaryatie

<sup>1,4</sup>Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

<sup>2,3</sup>Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Industri UPN “Veteran” Yogyakarta

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

### **ABSTRAK**

*Profesi nelayan, sering dikesankan sebagai pekerjaan rendah, kotor, keras dan sebutan negatif lainnya sangat mempengaruhi kehidupan keseharian mereka, baik yang terkait dengan persepsi tentang nilai-nilai sosial maupun dalam aktualisasi dalam masyarakat. Pemetaan Sosial dilakukan untuk menemukenali kondisi karakteristik sosial nelayan tradisional pantai Depok. Sampel penelitian adalah nelayan tradisional yang berjumlah 35 nelayan. Semua nelayan tersebut dijadikan responden, sehingga teknik sampling yang digunakan yakni teknik sensus. Jenis data termasuk data primer. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara, dan observasi. Metode analisis data dengan metode statistik deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usia nelayan mayoritas antara 19 sampai dengan 49 tahun, namun ada nelayan yang berusia antara 50 sampai 60 tahun sebanyak 6 orang. Tingkat pendidikan nelayan cenderung rendah ke sedang dan masih ada dan tidak sekolah (8.3%). Dilihat dari status nelayan mayoritas sudah menikah dengan jumlah tanggungan tergolong cukup banyak (antara 2 sampai 7 orang). Besarnya beban tanggungan keluarga setiap nelayan berpengaruh terhadap kebutuhan dan kesejahteraan mereka. Mereka sudah menggeluti profesi nelayan cukup beragam berkisar antara 1 tahun sampai dengan 25 tahun. Adapun alasan mereka memilih profesi ini karena faktor: kebutuhan hidup (faktor ekonomi), upaya meningkatkan taraf hidup keluarga terpaksa, faktor turun temurun, sulitnya mendapatkan pekerjaan, menggali hasil laut, dan faktor suka.*

**Kata Kunci:** Karakteristik Sosial, Nelayan Tradisional, Pantai Depok, Kabupaten Bantul

### **I. PENDAHULUAN**

Dalam rangka mendukung blueprint Pemerintah daerah untuk mewujudkan perekonomian dan kesejahteraan nelayan di kawasan pantai Depok, Kretek, Kabupaten Bantul. Konsep pengembangan dan penguatan kelembagaan yang sesuai dengan potensi dan peluang daerah sangat diperlukan. Pemanfaatan SDM dan IPTEK kelautan untuk mendukung peningkatan dan penguatan SDM serta pengembangan IPTEK dibidang kelautan, sehingga penangkapan ikan nasional secara optimal memerlukan data yang akurat serta teknologi yang sesuai dengan karakteristik lokasi nelayan. Pihak pemerintah sendiri sudah mulai program modernisasi alat penunjang penangkapan ikan laut sehingga dapat lebih meningkatkan jumlah produksinya namun tetap juga diimbangi dengan mutu produk yang tetap terkendali.

Pada bulan Maret 2016, pemerintah bekerjasama dengan perusahaan telekomunikasi

swasta XL telah mendistribusikan produk mereka yaitu paket mFish sebanyak 160 unit untuk nelayan Pantai Baron, Gunung Kidul. Sementara itu, nelayan Pantai Depok, Bantul dialokasikan 100 paket mFish. Satu paket mFish terdiri dari handset, kartu SIM XL, pengisi batre tenaga sinar matahari, tas anti air, dan kabel data. Teknologi mFish masih berbasis pada sistem operasi android dengan teknologi jaringan 3G, yang dapat diadaptasi ke jaringan 4G. Fitur pada aplikasi mFish ini menyediakan akses informasi yang dibutuhkan oleh para nelayan seperti kondisi prakiraan cuaca, info ketinggian pasang surut, peta permukaan laut secara lebih tepat dan akurat, lokasi pencarian ikan dan plankton, nilai komersial dari ikan yang akan ditangkap. Secara real time, aplikasi ini mendapatkan data dari NOAA (National Oceanic and Atmospheric Administration) untuk mendeteksi data keberadaan plankton yang sekaligus bisa menjadi cara mendeteksi keberadaan ikan. Selain itu, mFish juga memiliki sejumlah fitur, antara lain e-wallet, panduan menjaga lingkungan, dan juga Social Media di dalamnya (<http://www.mobile88.co.id/mobile/news/read.asp?file=/2015/3/7/20150307225201&phone=X-L-dan-Tone-luncurkan-layanan-mFish>).

Dalam rangka mendukung blueprint Pemerintah daerah tersebut maka penelitian ini dilakukan untuk memperoleh gambaran secara jelas kondisi dan karakteristik sosial nelayan tradisional ditinjau dari aspek demografis di kawasan pantai Depok. Penelitian ini dilakukan karena masih kurangnya informasi tentang karakteristik nelayan tradisional di Kabupaten Bantul. Penelitian ini dapat dicapai dengan cara menginventarisasi data potensi. Sasaran penelitian ini adalah untuk meningkatkan ekonomi masyarakat berbasis pemberdayaan dan bela Negara, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui gambaran karakteristik nelayan pantai Depok dari aspek sosial. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai data Base pengelolaan masyarakat nelayan tradisional dan juga digunakan untuk merancang produk teknologi tepat guna yang akan dimanfaatkan dalam meningkatkan tangkapan ikan nelayan tradisional. Dengan adanya kegiatan penelitian ini diharapkan terjadi perubahan pola pikir dari nelayan tradisional di Depok dari “Among Tani ke Dagang Layar dan Putar Kemudi ke Visi Maritim“ melalui pengembangan potensi SDI, pemberdayaan SDM dan teknologi.

## **II. KAJIAN TEORITIS**

### **2.1 Nelayan**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), nelayan merupakan orang atau masyarakat yang mata pencarian utamanya adalah menangkap ikan, sedangkan menurut Pasal 1 angka 10 Undang-Undang No.31 Tahun 2004, nelayan adalah sebagai orang yang mata pencariannya melakukan penangkapan ikan. Para nelayan adalah orang yang hidup dari mata pencaharian hasil laut. Di Indonesia para nelayan biasanya biasanya hidup dan bermukim di daerah pinggir pantai atau pesisir laut. Komunitas nelayan adalah kelompok orang yang bermata pencaharian hasil laut dan tinggal didesa-desa atau pesisir (Sastrawidjaya. 2002). Ciri komunitas nelayan dapat dilihat dari berbagai segi:

- a. Dari segi mata pencaharian. Nelayan adalah mereka yang segala aktivitasnya berkaitan dengan lingkungan laut dan pesisir. Atau mereka yang menjadikan perikanan sebagai mata pencaharian mereka.

- b. Dari segi cara hidup. Komunitas nelayan adalah komunitas gotong royong. Kebutuhan gotong royong dan tolong menolong terasa sangat penting pada saat untuk mengatasi keadaan yang menuntut pengeluaran biaya besar dan pengerahan tenaga yang banyak. Seperti saat berlayar. Membangun rumah atau tanggul penahan gelombang di sekitar desa.
- c. Dari segi ketrampilan. Meskipun pekerjaan nelayan adalah pekerjaan berat namun pada umumnya mereka hanya memiliki ketrampilan sederhana. Kebanyakan mereka bekerja sebagai nelayan adalah profesi yang diturunkan oleh orang tua. Bukan yang dipelajari secara professional.
- d. Dari bangunan struktur sosial, komunitas nelayan terdiri atas komunitas yang heterogen dan homogen. Masyarakat yang heterogen adalah mereka yang bermukim di desa-desa yang mudah dijangkau secara transportasi darat. Sedangkan yang homogen terdapat di desa-desa nelayan terpencil biasanya menggunakan alat-alat tangkap ikan yang sederhana, sehingga produktivitas kecil. Sementara itu, kesulitan transportasi angkutan hasil ke pasar juga akan menjadi penyebab rendahnya harga hasil laut di daerah mereka (Sastrawidjaya, 2002).
- e. Dilihat dari teknologi peralatan tangkap yang digunakan dapat dibedakan dalam dua katagori, yaitu nelayan modern dan nelayan tradisional. Nelayan modern menggunakan teknologi penangkapan yang lebih canggih dibandingkan dengan nelayan tradisional. Ukuran *modernitas* bukan semata-mata karena penggunaan motor untuk menggerakkan perahu, melainkan juga besar kecilnya motor yang digunakan serta tingkat eksploitasi dari alat tangkap yang digunakan. Perbedaan modernitas teknologi alat tangkap juga akan berpengaruh pada kemampuan jelajah operasional mereka (Imron, 2003:68).

Pada umumnya dalam pengusahaan perikanan laut terdapat tiga jenis nelayan, yaitu; nelayan pengusaha, nelayan campuran dan nelayan penuh. Nelayan pengusaha yaitu pemilik modal yang memusatkan penanaman modalnya dalam operasi penangkapan ikan. Nelayan campuran yaitu seseorang nelayan yang juga melakukan pekerjaan yang lain di samping pekerjaan pokoknya sebagai nelayan. Sedangkan nelayan penuh ialah golongan nelayan yang hidup sebagai penangkap ikan di laut dan dengan memakai peralatan lama atau tradisional. Namun demikian apabila sebagian besar pendapatan seseorang berasal dari perikanan (darat dan laut) ia disebut sebagai nelayan (Mubyarto, 2002).

## **2.2 Pemetaan Sosial**

Pemetaan Sosial adalah satu kegiatan yang dilakukan untuk menemukenali kondisi sosial budaya masyarakat lokal atau disebut juga sebagai kegiatan orientasi social. Kegiatan ini merupakan bagian dari proses Sosialisasi Awal, dilakukan setelah dan atau bersamaan dengan kegiatan Kunjungan Informal ke kelompok-kelompok strategis di tingkat desa/kelurahan (lobby kelompok strategis). Kondisi sosial budaya dan social ekonomi yang perlu ditemukenali dan atau perlu diorientasi adalah mencakup beberapa kondisi sebagai berikut : Nilai-nilai apakah yang dianut oleh masyarakat secara dominan yang mampu menggerakkan masyarakat; Kekuatan-kekuatan sosial apakah yang mampu mendatangkan perubahan-perubahan sehingga masyarakat dapat berubah dari dalam diri mereka sendiri; Seperti apa karakter dan karakteristik masyarakat, khususnya dalam menyikapi intervensi social; Seperti apakah pola informasi, komunikasi yang terjadi di tengah masyarakat, baik penyebaran informasi maupun dalam kerangka pembelajaran; Media-media seperti apakah dan sumber belajar apakah yang digunakan dan diyakini masyarakat sebagai sarana informasi dan pembelajaran; Kekuatan-kekuatan sosial yang dominan di dalam

kerangka perubahan social; Faktor-faktor lingkungan apakah yang berpengaruh terhadap sikap dan perilaku masyarakat.

Tujuan dari pemetaan sosial menurut Lembaga Pengkajian Masyarakat Universitas Gadjah Mada (2011), sebagai langkah awal pengenalan lokasi sasaran program dan pemahaman fasilitator terhadap kondisi masyarakat yang menjadi sasaran. Untuk mengetahui kondisi sosial masyarakat sasaran program serta sebagai dasar pendekatan dan metoda pelaksanaan program pemerintah melalui sosialisasi dan pelatihan. Sedangkan tata cara pemetaan sosial (Orientasi Sosial dan Wilayah) ini adalah sebagai dasar penyusunan rencana kerja yang bersifat taktis terhadap permasalahan yang dihadapi serta sebagai acuan dasar untuk mengetahui terjadinya proses perubahan sikap dan perilaku pada masyarakat sasaran program. Lebih lanjut dikatakan bahwa Pemetaan sosial diharapkan menghasilkan data dan Informasi tentang: 1) data Demografi: jumlah penduduk, komposisi penduduk menurut usia, gender, mata pencaharian, agama, pendidikan; 2) Data Geografi: topografi, letak lokasi ditinjau dari aspek geografis, aksesibilitas lokasi, pengaruh lingkungan geografis terhadap kondisi sosial masyarakat; 3) Data psikografi: nilai-nilai dan kepercayaan yang dianut, mitos, kebiasaan-kebiasaan, adat istiadat, karakteristik masyarakat, pola hubungan sosial yang ada, motif yang menggerakkan tindakan masyarakat, pengalaman pengalaman masyarakat terutama terkait dengan mitigasi bencana, pandangan, sikap, dan perilaku terhadap intervensi luar, kekuatan sosial yang paling berpengaruh, serta; 4) Pola komunikasi: media yang dikenal dan digunakan, bahasa, kemampuan baca tulis, orang yang dipercaya, informasi yang biasa dicari, tempat memperoleh informasi.

Robert Chamber (1994) "social map" adalah proses pengumpulan dan penggambaran (profiling) data dan informasi, termasuk potensi, kebutuhan dan permasalahan (sosial, ekonomi, teknis dan kelembagaan) masyarakat. Pada dasarnya pemetaan sosial adalah pengumpulan informasi sosial sebanyak-banyaknya bagi pengambilan keputusan dan pengembangan masyarakat yang terbaik pada wilayah tertentu.

### **III. METODE PENELITIAN**

Sampel penelitian ini nelayan tradisional di desa Depok. Semua nelayan tradisional (36 nelayan) dijadikan responden, sehingga teknik sampling yang digunakan yaitu teknik sensus. Jenis data yang digunakan data primer. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara, dan observasi. Metode analisis data dengan metode statistik deskriptif.

### **IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Pantai Depok Parangtritis Kecamatan Kretek Kabupaten Bantul**

Penelitian ini dilakukan di kawasan Pantai Depok Parangtritis Kecamatan Kretek Kabupaten Bantul. Pantai Depok terletak pada dataran rendah, beriklim tropis dan beruaca panas. Bentang wilayah 95% daerah yang datar sampai berombak 5% daerah yang berombak sampai berbukit. Secara geografis Kabupaten Bantul terletak antara 7°58'33" LS sampai 8°2'26" LU dan diantara 110°25'15" BT sampai dengan 110°28'15" BB, dengan batas wilayah sebagai berikut:

- Sebelah Utara : Desa Donotirto
- Sebelah Selatan : Samudera Hindia
- Sebelah Barat : Desa Tirgohargo
- Sebelah Timur : Desa Selohadjo/Desa Girijati

Pantai Depok merupakan dataran rendah dengan jumlah perairan (pantai) yang cukup banyak, daerah Pantai Depok memiliki ketinggian 25 m di atas permukaan air laut dengan kemiringan rata-rata 2-15%. Karena pantai Depok terletak pada dataran rendah maka beriklim tropis dan bercuaca panas. Bentang wilayah 95% daerah yang datar sampai berombak 5% daerah yang berombak sampai berbukit. Luas Pantai Depok sendiri cukup luas sekitar  $\pm$  25 ha. Pantai Depok merupakan kawasan nelayan terbesar di Bantul, DI Yogyakarta.

Keberadaan aktivitas nelayan di Pantai Depok terbilang masih baru. Sebelum tahun 1980-an, warga di Pantai Depok, Kretek, Bantul, DI Yogyakarta, merupakan para petani. Profesi masyarakat pantai Depok berubah pada tahun 1997 karena sekelompok nelayan asal Cilacap menyasar dan mendarat di Pantai Depok. Nelayan asal Cilacap tersebut membawa hasil tangkapan yang cukup banyak. Hal ini, menginspirasi masyarakat Pantai Depok untuk mengikuti jejak nelayan asal Cilacap tersebut. Dengan berjalannya waktu semakin banyak masyarakat pantai Depok yang jadi nelayan. Untuk menampung penangkapan ikan yang semakin banyak maka di kawasan tersebut dibangun tempat pelelangan ikan (TPI) yang diberi nama TPI Mina Bahari. Dengan adanya pasar ikan tersebut, mendorong semakin banyak wisatawan yang berkunjung untuk membeli ikan segar. Kondisi ini dimanfaatkan oleh masyarakat dengan mendirikan warung makan.

Pantai Depok semakin berkembang dan menjadi tempat favorit bagi pecinta wisata kuliner. Warung makan yang telah dibangun dibuat menghadap ke laut sehingga pengunjung dapat menikmati keindahan panorama laut sambil beristirahat dengan menyantap aneka hidangan hasil laut yang disediakan, seperti: ikan kakap, cakalang, bawal, bandeng, tongkol, layur, kepiting, udang, pari, kerapu, cucut, cumi-cumi bahkan ikan hiu jenis kecil. juga disediakan macam olahan hasil laut yang siap untuk dibawa pulang, seperti peyek undur-undur laut, peyek grinting, keripik rumput laut dan masakan lainnya.

Fasilitas wisata yang ada di Pantai Depok adalah parkir yang luas, tempat ibadah, kolam renang, penyewaan ATV dan kios-kios yang menjual aksesoris khas pesisir. Di sebelah timur Pantai Depok terdapat Landasan FASI DIY. Selain itu, setiap tahunnya diadakan acara Jogja Air Show di Landasan FASI yang dimaksudkan untuk lebih menarik wisatawan untuk berkunjung ke pantai Depok.

## **4.2 Karakteristik Sosial Nelayan Pantai Depok dari Aspek Sosial**

Karakteristik sosial nelayan yang diamati dalam penelitian mencakup: gender, usia, agama, status perkawinan, tingkat pendidikan, jumlah keluarga, lama jadi nelayan dan alasan memilih profesi nelayan. Hasil pemetaan karakteristik sosial nelayan tradisional disajikan pada Tabel 1.

### **4.2.1 Jumlah Nelayan**

Berdasar Tabel 1, nelayan tradisional pantai Depok, Kretek, Bantul, DI Yogyakarta berjumlah 36 nelayan dan semua nelayan tersebut dijadikan responden pada penelitian ini. Mayoritas yang menjadi nelayan adalah lak-laki (100%) sedangkan perempuan (ibu-ibu) umumnya menjadi pedagang makanan dan membuka tempat makan yang menyediakan jasa mengolah ikan (wawancara dengan Bapak Darmanto). Selanjutnya, Bapak Darmanto menambahkan bahwa masyarakat di pantai Depok tidak semuanya menjadi nelayan, ada juga yang jadi petani, seperti petani padi, bawang merah, dan cabai.

#### **4.2.2 Usia nelayan**

Usia nelayan berada pada rentang antara 19 sampai dengan 60 tahun. Mayoritas usia nelayan berada antara lebih dari 40 sampai dengan 49 tahun (44.4%). Selanjutnya diikuti usia 19 tahun sampai 30 tahun (22.2%), usia 31 tahun sampai dengan 39 tahun (16.7%), usia 50 tahun sampai 59 tahun (13.8%) dan usia 60 tahun hanya satu orang (2.8%). Usia nelayan mayoritas antara usia 19 sampai dengan 49 tahun, hal ini dapat dipahami karena nelayan pada dasarnya mengandalkan kemampuan otot untuk mendayung perahu yang digunakan dan pengalaman. Namun demikian masih ada nelayan yang berusia antara 50 sampai 60 tahun

#### **4.2.3 Keyakinan Nelayan**

Kehidupan beragama pada dasarnya merupakan kepercayaan terhadap keyakinan adanya kekuatan di luar diri kita sendiri, kekuatan gaib, luar biasa atau supra natural yang berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat. Seperti tradisi kepercayaan yang terdapat di masyarakat pantai Depok adalah pada jum'at kliwon nelayan libur melaut, karena bisa jadi musibah bagi nelayan itu sendiri. Kepercayaan ini masih berlaku sampai sekarang dan masyarakat memiliki kepatuhan yang tinggi terhadap hal tersebut. Nelayan pantai Depok sebanyak 36 orang adalah beragama islam. Kesadaran nelayan terhadap pemahaman agama masih tergolong rendah yang diakui oleh beberapa informan (misal Dm, Hd, Sg). Hal ini dapat dilihat dari minimnya kepedulian masyarakat nelayan terhadap pemahaman keagamaan terhadap putra-putra-putrinya, lebih-lebih terhadap perilaku agama yang jelas-jelas diperlukan sekali dalam kehidupan sehari-hari (Ensiklopedi Indonesia, 1983).

#### **4.2.4 Status perkawinan**

Mayoritas nelayan sudah menikah sebanyak 34 orang (44.4%) hanya 2 orang nelayan yang belum menikah (5.6%). Status perkawinan terkait dengan besarnya beban tanggungan keluarga setiap nelayan dan akhirnya berpengaruh terhadap kebutuhan dan kesejahteraan mereka.

#### **4.2.5 Tingkat pendidikan**

Tingkat pendidikan mencerminkan kualitas seseorang. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka akan berdampak terhadap kualitas sumber daya manusia. Kualitas nelayan jika dilihat dari tingkat pendidikan masih rendah. Adapun rinciannya sebagai berikut: mayoritas tingkat pendidikan nelayan SMP (41.7%), SMA dan SD (25%) dan tidak sekolah (8.3%). Sejalan dengan temuan ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan bagi seorang nelayan memang tidak penting. Artinya karena pekerjaan nelayan merupakan pekerjaan kasar yang lebih banyak mengandalkan otot dan pengalaman, maka setinggi apapun tingkat pendidikan nelayan tersebut tidak memberikan pengaruh terhadap kecakapan mereka dalam melaut. Hal ini akan menjadi masalah jika seorang nelayan ingin berpindah ke pekerjaan lain yang lebih menjanjikan. Dengan pendidikan yang rendah ini akan mempersulit nelayan tradisional mendapatkan pekerjaan lain selain mejadi nelayan (Kusnadi, 2002:3). Walaupun nelayan pantai depok sebagian besar memiliki pendidikan rendah, tetapi keinginan untuk menyekolahkan anak mereka tinggi. Artinya mereka sangat paham bahwa pendidikan merupakan salah satu investasi yang sangat penting untuk memperbaiki kehidupan keluarga dalam jangka panjang. Untuk itu para nelayan perlu diberikan tambahan pendidikan non untuk formal meningkatkan kualitas dengan memberikan edukasi soft-skill (kepribadian) maupun hard-skill.

Tabel 1. Karakteristik Sosial Nelayan Tradisional Pantai Depok,  
Kretek, Bantul, DI Yogyakarta

Karakteristik Responden	Frekwensi (Orang)	Persentase (%)	Karakteristik Responden	Frekwensi (Orang)	Persentase (%)
<b>Gender</b>			<b>Agama</b>		
Laki-laki	36	100.0	Islam	36	100
Perempuan	0	0	Jumlah	36	100
Jumlah	36	100	<b>Status Perkawinan</b>		
<b>Usia</b>			Belum Nikah	2	5.6
19-30	8	22.2	Nikah	34	44.4
31-39	6	16.7	Jumlah	36	100.0
40-49	16	44.4	<b>Jumlah Tanggungan Keluarga</b>		
50-59	5	13.8	0 Orang	2	5.6
60	1	2.8	1 Orang	1	2.8
Jumlah	36	100.0	2 Orang	8	22.2
<b>Tingkat Pendidikan</b>			3 Orang	16	44.4
Tidak Sekolah	3	8.3	4 Orang	4	11.0
SD	9	25.0	5 Orang	3	8.4
SMP	15	41.7	6 Orang	1	2.8
SMA	9	25.0	7 Orang	1	2.8
Jumlah	36	100.00	Jumlah	36	100.0
Karakteristik Responden			Frekwensi (Orang)	Persentase (%)	
<b>Lama Jadi Nelayan (Tahun)</b>					
1-5 tahun			8	22.2	
>5-10			9	25.0	
>10-15			5	13.9	
>15-20			10	27.8	
>20-25			4	11.1	
Jumlah			36	100.00	
<b>Alasan Profesi Nelayan</b>					
1. Kebutuhan hidup /faktor ekonomi			13	43.3	
2. Untuk meningkatkan taraf hidup keluarga			5	16.7	
3. Terpaksa			5	16.7	
4. Kebutuhan hidup			4	13.3	
5. Faktor turun temurun			2	6.7	
6. Susah cari kerja			2	6.7	
7. Untuk menggali hasil laut kita sendiri potensi dengan kekayaan alamnya			2	6.7	
8. Faktor suka			2	6.7	
9. Tekat hati sendiri			1	3.3	
<b>Jumlah</b>			36	100.00	

Sumber: data primer diolah 2018

Sejalan dengan itu, dalam hal tingkat pendidikan khususnya bagi nelayan tradisional, untuk bekal kerja mencari ikan dilaut, latar belakang seorang nelayan memang tidak penting, karena pekerjaan nelayan merupakan pekerjaan kasar yang lebih banyak mengandalkan otot dan pengalaman, maka setinggi apapun tingkat pendidikan nelayan tersebut tidaklah memberikan pengaruh terhadap kecakapan mereka dalam melaut. Persoalan muncul ketika seorang nelayan ingin berpindah ke pekerjaan lain yang lebih menjanjikan. Pendapat ini diperkuat oleh (Kusnadi, 2002:3) yang menyatakan bahwa pendidikan yang rendah jelas akan mempersulit nelayan tradisional memilih atau memperoleh pekerjaan lain selain mejadi nelayan

#### **4.2.6 Jumlah Tanggungan Keluarga**

Jumlah tanggungan nelayan pantai Depok antara 0 sampai dengan 7 orang. Jumlah anggota keluarga nelayan mayoritas memiliki 3 anak sebanyak 16 keluarga (44.4%), diikuti nelayan yang memiliki anak 2 orang sebanyak 8 keluarga (22.2%), nelayan yang memiliki anak 4 orang sebanyak 4 keluarga (11.0%), dan nelayan yang memiliki anak 3 orang sebanyak 5 keluarga (11.0%), nelayan yang memiliki anak 1 orang sebanyak 1 keluarga (2.8.0%), bahkan ada nelayan yang memiliki anak 6 dan 7 orang masing-masing 1 keluarga dan 2 nelayan yang belum memiliki keturunan serta 2 nelayan yang belum menikah (Tabel 1). Besarnya beban tanggungan keluarga setiap nelayan berpengaruh terhadap kebutuhan dan kesejahteraan mereka.

#### **4.2.7 Pekerjaan Nelayan**

Nelayan adalah orang yang mencari ikan di laut atau orang yang pekerjaan pokoknya melakukan penangkapan ikan. Sedangkan nelayan tradisional yaitu orang yang mata pencariannya melakukan penangkapan ikan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Nelayan pantai Depok dalam menggeluti pekerjaan sebagai nelayan sudah cukup lama dan beragam berkisar antara 1 tahun sampai dengan 25 tahun. Nelayan yang sudah menggeluti pekerjaan sebagai nelayan antara 1 tahun sampai dengan 5 tahun sebanyak 8 orang (22.2%), lebih dari 5 sampai dengan 10 tahun sebanyak 8 orang (22.2%), lebih dari 10 sampai dengan 15 tahun sebanyak 9 orang (25.0%), lebih dari 15 sampai dengan 20 tahun sebanyak 10 orang (27.8%), dan lebih dari 20 tahun sampai dengan 25 tahun sebanyak 4 orang (11.1%).

#### **4.2.8 Alasan memilih Profesi Nelayan**

Adapun alasan mereka jadi nelayan (Tabel 1) beragam, yaitu karena faktor: kebutuhan hidup (faktor ekonomi) (43.3%), upaya meningkatkan taraf hidup keluarga (16.7), terpaksa (16.7%), faktor turun temurun (6.7%), susah cari kerja (6.7%), untuk menggali hasil laut kita sendiri potensi dengan kekayaan alamnya (6.7%), faktor suka (6.7 %), tekak hati sendiri (3.3%), dan responden yang tidak menjawab (mengisi) sebanyak 6 orang. Dari sudut sosial pemberdayaan mendorong masyarakat untuk tidak malu menjadi nelayan tetapi memiliki rasa bangga, karena pekerjaan nelayan sudah ada dari nenek moyang dan sudah turun temurun. Pemerintah harus memberikan apresiasi dan prioritas bagi nelayan untuk lebih diperhatikan tingkat kehidupan dan kesejahteraannya.

## **V. ACKNOWLEDGEMENT**

Penelitian ini didukung oleh: Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat, Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan, Kementerian Riset Teknologi Dan

Pendidikan Tinggi Republik Indonesia sesuai dengan Kontrak Penelitian Tahun Anggaran 2018 Nomor: 084/SP2H/LT/DRPM/2018, dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat

## **VI. KESIMPULAN DAN SARAN**

Dari paparan tentang karakteristik sosial nelayan dalam kehidupan nelayan di atas, dapat disimpulkan bahwa: profesi nelayan, yang sering dikesankan sebagai pekerjaan rendah, kotor, keras dan sebutan negatif lainnya sangat mempengaruhi kehidupan keseharian mereka, baik yang terkait dengan persepsi tentang nilai-nilai sosial maupun dalam aktualisasi dalam masyarakat. Nelayan memiliki karakteristik yang khusus yang membedakan mereka dari masyarakat lainnya, yakni karakteristik yang terbentuk dari kehidupan di lautan yang sangat keras dan penuh dengan risiko, terutama risiko yang berasal dari faktor alam.

Nelayan tradisional pantai Depok berjumlah 36 orang, mayoritas adalah laki-laki. Usia nelayan berada pada rentang antara 19 sampai dengan 60 tahun. Mayoritas usia nelayan antara 40 sampai dengan 49 tahun (44.4%), dan diikuti usia 19 tahun sampai 30 tahun (22.2%), usia 31 tahun sampai dengan 39 tahun (16.7%), usia 50 tahun sampai 59 tahun (13.8%) dan usia 60 tahun hanya satu orang (2.8%). Keyakinan yang dianut Nelayan adalah muslim namun mereka meyakini adanya kekuatan di luar diri mereka sendiri, yaitu kekuatan gaib, luar biasa (supra natural) yang berpengaruh terhadap kehidupan mereka. Seperti tradisi kepercayaan yang terdapat di masyarakat pantai Depok adalah pada jum'at kliwon nelayan libur melaut, karena bisa jadi musibah bagi nelayan itu sendiri. Kepercayaan ini masih berlaku sampai sekarang dan masyarakat memiliki kepatuhan yang tinggi terhadap hal tersebut.

Dilihat dari status perkawinan, mayoritas nelayan sudah menikah sebanyak 34 orang (44.4%) hanya 2 orang nelayan yang belum menikah (5.6%). Tingkat pendidikan nelayan cenderung rendah ke cukup, mayoritas tingkat pendidikan nelayan SMP (41.7%), SMA dan SD (25%) dan masih ada yang tidak sekolah (8.3%). Jumlah tanggungan nelayan pantai Depok cenderung tinggi, yaitu: mayoritas memiliki 3 anak sebanyak 16 keluarga (44.4%), memiliki anak 2 orang sebanyak 8 keluarga (22.2%), memiliki anak 4 orang sebanyak 4 keluarga (11.0%), dan yang memiliki anak 3 orang sebanyak 5 keluarga (11.0%), nelayan yang memiliki anak 1 orang sebanyak 1 keluarga (2.8.0%), bahkan ada nelayan yang memiliki anak 6 dan 7 orang. Nelayan pantai Depok dalam menggeluti pekerjaan sebagai nelayan sudah cukup lama dan beragam berkisar antara 1 tahun sampai dengan 25 tahun. Nelayan yang sudah menggeluti pekerjaan sebagai nelayan antara 1 tahun sampai dengan 5 tahun sebanyak 8 orang (22.2%), lebih dari 5 sampai dengan 10 tahun sebanyak 8 orang (22.2%), lebih dari 10 sampai dengan 15 tahun sebanyak 9 orang (25.0%), lebih dari 15 sampai dengan 20 tahun sebanyak 10 orang (27.8%), dan lebih dari 20 tahun sampai dengan 25 tahun sebanyak 4 orang (11.1%). Adapun alasan mereka jadi nelayan beragam, antara lain faktor: kebutuhan hidup (faktor ekonomi) (43.3%), upaya meningkatkan taraf hidup keluarga (16.7), terpaksa (16.7%), faktor turun temurun (6.7%), susah cari kerja (6.7%), faktor suka dan menggali potensi dengan kekayaan alam (6.7%).

Saran yang dapat diberikan: dari sudut sosial mendorong masyarakat untuk tidak malu menjadi nelayan tetapi memiliki rasa bangga, karena pekerjaan nelayan sudah ada dari nenek moyang dan sudah turun temurun. Pemerintah seharusnya memberikan apresiasi dan prioritas bagi nelayan untuk lebih diperhatikan tingkat kehidupan dan kesejahteraannya.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Chambers, Robert, 1994, Participatory Rural Appraisal (PRA): Analysis of Experience, World Development, Vol. 22, No. 9, pp. 1253-1268
- Hasil Penelitian Laboratorium Pertanian UGM, 2011, Tentang Pemetaan Masyarakat Desa di Jawa Tengah
- Imron, 2003, Pengembangan Ekonomi Nelayan dan Sistem Sosial Budaya, Penerbit PT Gramedia Jakarta.
- Kusnadi. 2002. *Konflik Sosial Nelayan*. Yogyakarta: LKiS. Yogyakarta
- Mubyarto, 2002, *Membangkitkan Ekonomi Kerakyatan Melalui Gerakan Koperasi: Peran Perguruan tinggi*". Jurnal Ekonomi Rakyat, Thn I, No 6
- Sastrawidjaya. 2002. *Nelayan Nusantara*. Jakarta: Pusat Riset Pengolahan Produk Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan.

**Sumber-sumber lain :**

- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), online.
- Pasal 1 angka 10 Undang-Undang No.31 Tahun 2004, tentang Perikanan  
<http://www.mobile88.co.id/mobile/news/read.asp?file=/2015/3/7/20150307225201&phone=XL-dan-Tone-luncurkan-layanan-mFish>

## **PENGARUH CONFIDENCE BENEFITS TERHADAP BANK CUSTOMER TRUST DAN BANK CUSTOMER LOYALTY: STUDI EMPIRIS PADA NASABAH INSTITUSI**

**Susanta<sup>1</sup>, Hendro Widjanarko<sup>2</sup>, Humam Santosa Utomo<sup>1</sup>, Suratna<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik , UPN “Veteran” Yogyakarta

<sup>2</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas ekonomi dan Bisnis, UPN “Veteran” Yogyakarta

### **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to examine the effect of confidence benefits on trust and customer loyalty. This study involves a survey of institutional customers from banks operating in Yogyakarta. A total of 60 questionnaires were completely received from bank customer respondents in Yogyakarta Special Province and can be analyzed. The analytical tool used is PLS. The results show that confidence benefits have a significant effect on customer trust and customer loyalty. Meanwhile, confidence benefits do not directly affect customer loyalty. The findings of this study contribute to providing support for relationship marketing theory and empirical findings in the context of institutional customers.*

**Keywords:** *Confidence benefit, trust, loyalty*

### **1. PENDAHULUAN**

Setiap perusahaan menginginkan hubungan jangka panjang dengan pelanggan karena hubungan jangka panjang lebih menguntungkan daripada hubungan jangka pendek (Reichheld dan Sasser, 1990). Biaya mendapatkan pelanggan baru bisa lebih mahal daripada menjaga pelanggan yang sudah ada (Reichheld dan Sasser, 1990; Mitchell, 2002; Dagger and O’Brien, 2009). Berry and Parasuraman (1991) mengungkapkan bahwa hubungan antara konsumen dan produsen/penyedia jasa membutuhkan kepercayaan untuk bisa menjadi hubungan jangka panjang. Perusahaan harus berinvestasi membangun hubungan dan kedekatan dengan pelanggan untuk mendapatkan pembeli yang loyal (Ndubisi, 2006).

Loyalitas pelanggan dalam dunia bisnis dianggap sebagai perilaku utama (Reichheld dan Sasser, 1990; Oliver, 1999; Hennig-Thurau dkk., 2002; Wong dan Zhou, 2006). Studi tentang faktor-faktor anteceden yang mempengaruhi loyalitas konsumen selalu menarik untuk dikaji karena konsumen yang loyal merupakan asset yang berharga bagi perusahaan. Sebagaimana diungkapkan oleh Berry and Parasuraman (1991) loyalitas membutuhkan kepercayaan (trust). Hanya konsumen yang manaruh kepercayaan kepada perusahaan yang akan menjadi loyal. Kualitas hubungan antara perusahaan dengan konsumen memegang peran penting dalam menciptakan loyalitas. Trust dianggap sebagai salah satu komponen kualitas hubungan, disamping komponen yang lain seperti kepuasan dan komitmen (Athanasopoulou, 2009).

Menurut *social exchange theory*, seseorang konsumen akan manaruh perhatian pada hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan jika konsumen merasakan mendapatkan manfaat dari hubungan tersebut. Perusahaan menciptakan hubungan melalui nilai yang dirasakan

sehingga akan menciptakan keunggulan bersaing (Zineldin, 2006). Tantangan untuk menciptakan nilai adalah bagaimana perusahaan memahami kebutuhan dan keinginan yang dianggap penting oleh konsumen. Gwinner et al. (1998) membantu dalam memahami persepsi konsumen tentang manfaat dengan mengklasifikasikan manfaat menjadi confidence benefit, social benefit, dan special treatment benefit. Penelitian ini menginvestigasi pengaruh confidence benefits terhadap kepercayaan nasabah dan loyalitas pada perusahaan bank. Masih minim penelitian yang mengungkap pengaruh antar variabel tersebut pada konteks Business to Business (B to B), sementara itu hubungan B to B lebih penting bagi perusahaan dibandingkan Business to Consumer (B to C) karena memiliki efek yang lebih tinggi. Oleh karena itu penelitian ini berkontribusi dalam mengungkap fenomena hubungan perusahaan perbankan dengan nasabah dalam konteks B to B.

## **2. TINJAUAN LITERATUR**

### **2.1. Confidence Benefits**

Zineldin, 2006 menjelaskan bahwa kemampuan perusahaan untuk menciptakan hubungan pelanggan melalui nilai yang dirasakan akan menciptakan keunggulan bersaing. Jadi keunggulan bersaing tidak hanya diciptakan oleh layanan inti saja namun juga sejauhmana kekuatan hubungan antara pelanggan dengan perusahaan. Penciptaan nilai bagi pelanggan dilakukan melalui manfaat yang terkait dengan kualitas hubungan dan pada akhirnya akan membentuk kesetiaan (Gwinner et al., 1998; Hennig-Thurau et al., 2002; Reynolds dan Beatty, 1999). Manfaat atau benefit meliputi confidence benefit, social benefit, dan special treatment benefit (Gwinner et al., 1998). Penelitian ini secara spesifik menguji dan membahas pengaruh confidence benefit terhadap kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Confidence benefit mengacu pada persepsi berkurangnya kecemasan, kenyamanan, dan pemahaman perusahaan dalam melayani pelanggan dalam pertemuan layanan.

### **2.2. Customer Trust**

Kepercayaan pelanggan merupakan komponen dari kualitas hubungan. Berbagai penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan merupakan unsur penting dari kualitas hubungan. Penelitian kualitas hubungan terkait dengan kepercayaan pelanggan umumnya dilakukan pada konteks B to C (Woo and Cha, 2002; Walter *et al.* 2003; Fynes *et al.* 2004; Bennett and Barkensjo, 2005; Farrelly and Quester, 2005; Park and Deitz, 2006; Ramaseshan *et al.* 2006; Ulaga and Eggert, 2006; Ndubisi, 2006, Lin and Ding, 2006), sementara itu sebagian kecil penelitian dilakukan pada konteks B to B (Papassapa and Miller 2007; Huntley, 2006)

Kepercayaan merupakan harapan atau keinginan bahwa perusahaan dapat diandalkan untuk melakukan apa yang telah dijanjikan. Dalam konteks pelanggan, kepercayaan pelanggan adalah harapan pelanggan bahwa penjual tidak akan berperilaku negatif dan merugikan pembeli (Hennig-Thurau and Klee, 1997). Sementara itu Morgan and Hunt (1994) mendefinisikan *trust* sebagai kondisi dimana satu pihak percaya kepada kehandalan dan integritas partnernya. Kepercayaan adalah evaluasi kognitif dari tindakan seorang mitra relasional (Moorman et al., 1992). Kepercayaan konsumen memandang perusahaan dapat diandalkan dan membantu konsumen dengan baik (Delgado-Ballester dan Munuera-Aleman, 2001). Sementara itu Gefen (2000) mendefinisikan kepercayaan adalah penilaian pelanggan bahwa penyedia dapat dipercaya.

Koeszegi (2004) menyatakan bahwa kepercayaan adalah pengetahuan bahwa penjual tidak akan bertindak dengan cara beresiko yang dianggap sebagai ancaman bagi pembeli. Akhirnya, kepercayaan dapat diartikan sebagai penilaian pelanggan bahwa penyedia layanan dapat diandalkan untuk memenuhi harapan-harapannya. Ada dua aspek yang harus dipercaya: kehandalan dan integritas (Doney dan Cannon, 1997). Kehandalan adalah sejauh mana pelanggan merasa bahwa kata-kata dan janji-janji dari seorang mitra dapat diandalkan (Doney dan Cannon, 1997). Integritas adalah sejauh mana pelanggan percaya bahwa mitra mereka bertindak demi kepentingan terbaik pelanggan (Doney dan Cannon, 1997).

Para peneliti telah mengukur kepercayaan konsumen dengan berbagai indikator. Lewis and Weigert (1985) mengukur kepercayaan konsumen dengan tiga komponen yang meliputi kognitif, afektif, dan perilaku. Chang (2012) hanya menggunakan dua dimensi yaitu kognitif, afektif. Sementara itu, Morgan and Hunt (1994) mengukur kepercayaan konsumen dengan perusahaan dapat dipercaya, kehandalan, dan integritas.

### **2.3. Customer Loyalty**

Tujuan utama *relationship marketing* adalah untuk mendapatkan dan mempertahankan pelanggan (Gronroos, 1995). Peng dan Wang (2006) mendefinisikan *relationship marketing* sebagai semua kegiatan pemasaran diarahkan untuk membangun loyalitas pelanggan (menjaga dan memenangkan pelanggan) dengan memberikan nilai kepada semua pihak yang terlibat dalam pertukaran relasional. Loyalitas pelanggan diidentifikasi dalam penelitian yang dilakukan oleh Zeithaml *et al.*, (1996), Bloemer *et al.*, (1999), Leverin dan Liljander, (2006), Evanschitzky *et al.*, (2006) Ndubisi *et al.*, (2009), Hoq *et al.*, (2009), Dagger dan O'Brien (2010)

Niat beli ulang menunjukkan apakah pelanggan akan mempertahankan atau tidak hubungan dengan penyedia layanannya (Zeithaml *et al.*, 1996). Loyalitas adalah komitmen yang dipegang teguh untuk membeli kembali atau repatronisasi produk atau layanan yang disukai di masa depan meskipun ada pengaruh situasional dan upaya pemasaran untuk menyebabkan peralihan perilaku (Oliver, 1999). Sementara itu Dimitriades, 2006 mendefinisikan pelanggan yang setia sebagai orang yang memiliki sikap yang baik terhadap layanan penyedia, merekomendasikan penyedia layanan kepada konsumen lain dan pameran pembelian kembali perilaku. Pelanggan yang loyan cenderung membeli tambahan layanan dan menyebarkan komunikasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan dalam jangka panjang (Liang dan Wang, 2007).

Loyalitas umumnya dinyatakan dalam istilah dua hasil perilaku (Bitner, 1990; Zeithaml *et al.*, 1996): (1) niat membeli kembali; dan (2) kesediaan untuk merekomendasikan. Word-of-mouth recommendation adalah sejauh mana pelanggan memberi tahu teman-teman, kerabat, dan kolega tentang pengalaman konsumen (Soderlund, 1998). Pelanggan yang merekomendasikan perusahaan kepada orang lain juga kemungkinan akan terus menggunakan layanan ini untuk kebutuhan mereka sendiri (Eisingerich dan Bell, 2007). Kata-kata dari mulut ke mulut telah ditemukan untuk memainkan peran yang sangat penting dalam iklan layanan (Mangold *et al.*, 1999). Hal ini merupakan kekuatan yang kuat dalam mempengaruhi keputusan pembelian di masa depan, terutama saat layanan dianggap sebagai risiko tinggi bagi pelanggan; dan itu juga membantu dalam menarik pelanggan yang baru sebagai mitra relasional untuk penawaran perusahaan (Molina *et al.*, 2007).

#### **2.4. Hubungan Confidence Benefit, Trust, dan Loyalitas**

Pemasaran jasa bertujuan untuk memastikan bahwa upaya pemasaran mereka dapat menghasilkan perilaku yang menguntungkan di masa depan perusahaan berupa loyalitas. Grossman (1998) mengungkapkan bahwa ketika manfaat yang dirasakan itu berarti maka pelanggan membuat komitmen untuk tetap setia. Memahami relational benefit sangat penting jika perusahaan ingin meningkatkan kepuasan, kepercayaan dan komitmen dan akhirnya membangun basis pelanggan setia (Dagger and Timothy K. O'Brien, 2009). Hasil penelitian Rauyruen dan Miller (2007) mendukung pengaruh antara kepercayaan terhadap loyalitas.

#### **2.5. Hipotesis**

Berdasarkan alasan teoritis dan empiris maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

- H1. Confidence benefit berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah
- H2. Confidence benefit berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah
- H3. Kepercayaan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah

### **3. METODE PENELITIAN**

Unit analisis penelitian ini adalah institusi nasabah bank di Yogyakarta. Responden penelitian ini pimpinan institusi yang bermitra dengan bank minimal 1 tahun terakhir. Sebanyak 100 kuesioner didistribusikan secara acak dan dikembalikan sebanyak 65 kuesioner dan setelah dilakukan pengecekan maka dinyatakan layak dianalisis sebanyak 60 kuesioner. Jumlah ini telah memenuhi sampel minimal untuk pengolahan data menggunakan WarpPLS.

Pengukuran semua konstruk menggunakan literature. Confidence benefit mengadaptasi dari Dagger and O'Brien (2009), trust mengadaptasi Morgan and Hunt (1994), sedangkan loyalitas mengadaptasi Bitner (1990) dan Zeithaml et al. (1996). Untuk mengukur semua item, penulis menggunakan skala Likert lima poin dari sangat tidak setuju (1) sampai dengan sangat setuju (5) dan dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas instrumen pada 30 orang responden. Hasil pengujian instrument menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi  $> 0,3$  dan koefisien Cronbach's alpha  $> 0,6$  maka dapat dinyatakan bahwa instrument menghasilkan data yang valid dan reliable dan dapat digunakan untuk mengukur variabel dengan responden lebih besar. Analisis data penelitian ini menggunakan SPSS 20.0 dan WarpPLS 5.0.

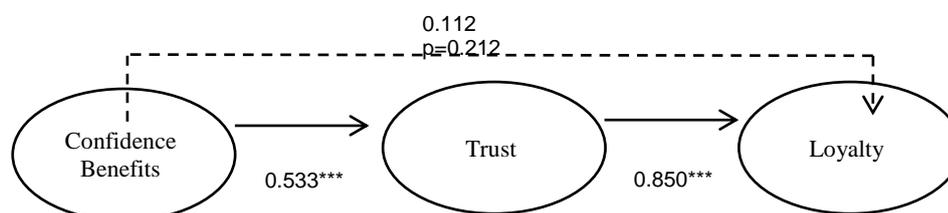
### **4. HASIL**

Cross check validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan validitas konvergen, validitas diskriminan, composite reliability, dan Cronbach's alpha. Hasil pengukuran validitas konvergen menunjukkan bahwa all standardized factor loadings exceeded 0.50. AVE dalam semua variabel melebihi estimasi kuadrat masing-masing. Dengan demikian maka dapat memenuhi validitas konvergen dan validitas diskriminan. Composite Construct Reliability  $> 0,7$  dan Cronbach's alpha  $> 0.6$  maka reliabilitas terpenuhi. Interkorelasi antar konstruk menunjukkan hubungan yang signifikan sehingga diprediksikan memiliki pengaruh yang signifikan.

Tabel 1. Hasil pengujian Instrumen Penelitian

Variabel dan Indikator	Koef. korelasi	Cronbach's Alpha
<b>Confidence Benefit</b>		0,916
Merasa yakin keberadaan bank memberi manfaat	937	
Yakin bahwa bank melakukan proses secara benar	830	
Produk layanan yang ditawarkan oleh bank masuk akal	899	
Tidak ragu-ragu ketika menabung di bank	922	
Mengetahui yang bisa diharapkan dengan menabung di bank	806	
<b>Trust</b>		0,779
Bank selalu menepati janji	0,677	
Bank dapat dipercaya	0,778	
Bank selalu melindungi kepentingan nasabah	0,845	
Sebagai nasabah saya yakin menabung di bank aman	0.896	
Pegawai bank memiliki integritas yang tinggi	0.798	
<b>Loyalty</b>		0,775
Tetap menjadi nasabah bank di tahun-tahun mendatang	668	
Dalam melakukan berbagai transaksi ekonomi saya akan lebih banyak menggunakan jasa bank	561	
Bank .... merupakan bank pilihan utama saya diantara bank sejenis	844	
Sebagai nasabah saya terikat secara emosional dengan bank	788	
Sebagai nasabah saya tidak akan berpindah dari bank ....	608	
Sebagai nasabah saya merasa perlu menyampaikan hal yang baik tentang bank kepada pihak lain	618	

Pengukuran model fit and quality indices mengacu pada alat analisis WarpPLS (Kock, N., 2015). Hasil pengukuran menunjukkan: Average Path Coefficient (APC)=0.312,  $p < 0.001$ ; Average R-squared (ARS)=0.500,  $p < 0.001$ ; Average Adjusted R-squared (AARS)=0.359,  $p < 0.001$ ; Average block VIF (AVIF)=3.303, acceptable if  $\leq 5$ ; Average full collinearity VIF (AFVIF)=4.188, acceptable if  $\leq 5$ ; Tenenhaus GoF (GoF)=0.718, acceptable if  $\geq 0.36$ ; Sympson's Paradox Ratio (SPR)=0.815, acceptable if  $\geq 0.7$ ; Statistical Suppression Ratio (SSR)=1.000, acceptable if  $\geq 0.7$ ; Nonlinear Bivariate Causality Direction Ratio (NLBCDR)=0.821, acceptable if  $\geq 0.7$ . Hasil tersebut menunjukkan bahwa model didukung dengan data yang baik dan memiliki indikator kualitas yang memenuhi persyaratan dalam WarpPLS.



Gambar 1. Final Structural Model  
Standardized coefficient, \*\*\*  $p < 0.01$

Hasil pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

- (1) Hipotesis 1 menyatakan bahwa confidence benefits berpengaruh signifikan terhadap customer trust. Hasil menunjukkan bahwa Standardized coefficient 0,533 dan p value sebesar 0.000. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 diterima. Hasil penelitian ini mendukung pendapat Dagger and O'Brien (2009) yang menyatakan bahwa relational benefit sangat penting jika perusahaan ingin meningkatkan kepercayaan.
- (2) Hipotesis 2 menyatakan bahwa confidence benefits berpengaruh signifikan terhadap customer loyalty. Hasil menunjukkan bahwa Standardized coefficient 0,112 dan p value sebesar 0.212 ( $>0.050$ ). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 ditolak. Hasil penelitian ini tidak mendukung pendapat Dagger and O'Brien (2009) yang menyatakan bahwa relational benefit sangat penting jika perusahaan ingin meningkatkan kepercayaan yang akhirnya akan membentuk kesetiaan pelanggan.
- (3) Hipotesis 3 menyatakan bahwa customer trust berpengaruh signifikan terhadap customer loyalty. Hasil menunjukkan bahwa Standardized coefficient 0,850 dan p value sebesar 0.000. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 diterima. Hasil penelitian ini konsisten dan mendukung Rauyruen dan Miller (2007) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas.

Tabel 2. Pengujian Hipotesis

Variabel Eksogen	Variabel Endogen	Standardized coefficient	P value	Kesimpulan
Confidence Benefits	Trust	0.533	0.000	H1 diterima
Confidence Benefits	Loyalty	0.112	0.212	H2 ditolak
Trust	Loyalty	0.850	0.000	H3 diterima

Hasil penelitian ini memiliki implikasi teoritis maupun praktis. *Pertama*, hasil penelitian memberikan kontribusi dalam mendukung hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa confidence benefits berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Namun hasil penelitian ini menunjukkan sesuatu yang berbeda, confidence benefit tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan memiliki peran penting dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Confidence benefits harus diarahkan untuk membangun kepercayaan pelanggan. *Kedua*, implikasi praktis memberikan wawasan kepada manajemen bank dalam menciptakan nilai pelanggan. Pelayanan bank harus mampu menciptakan kepercayaan yang tinggi bagi nasabah

sehingga nasabah tidak ragu-ragu dalam bermitra dengan bank. Karyawan bank harus melakukan proses pelayanan secara benar dan rasional sehingga membentuk perasaan percaya pada bank.

Penelitian ini memiliki beberapa kelemahan. *Pertama*, penelitian ini hanya menganalisis nasabah institusi dan tidak menganalisis nasabah perseorangan sehingga tidak dapat membandingkan keduanya. Penelitian yang akan datang diharapkan dapat mengambil dua kelompok nasabah sehingga dapat membandingkan efek benefits terhadap kepercayaan dan loyalitas. *Kedua*, penelitian ini bersifat cross sectional sehingga diperlukan penelitian yang bersifat longitudinal untuk meningkatkan generalisasi.

#### **4. KESIMPULAN**

Berbasis pada data dan analisis data maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- (1) Confidence benefits berpengaruh signifikan terhadap customer trust.
- (2) Confidence benefits berpengaruh signifikan terhadap customer loyalty.
- (3) Customer trust berpengaruh signifikan terhadap customer loyalty.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Athanasopoulou, Pinelopi (2009), Relationship quality: a critical literature review and research Agenda, *European Journal of Marketing*, Vol. 43 No. 5/6, pp. 583-610
- Bennett. R and Barkensio A. (2005) Relationship quality, relationship marketing, and client perceptions of the levels of service quality of charitable organisations, *International Journal of Service Industry Management* , 16(1) 81-106
- Berry, L.L. and Parasuraman, A. (1991), *Marketing Services: Competing through Quality*, The Free Press, New York, NY.
- Bitner, M. (1990), "Evaluating Service Encounters: The Effects of Physical Surroundings and Employee Responses", *Journal of Marketing*, Vol. 54, April, pp. 69-82.
- Bloemer, J.M.M. and Kasper, J.D.P. (1995), "The complex relationship between consumer satisfaction and brand loyalty", *Journal of Economic Psychology*, Vol. 16, pp. 311-29.
- Dagger, Tracey S. dan O'Brien, Timothy K. (2010), Does experience matter? Differences in relationship benefits, satisfaction, trust, commitment and loyalty for novice and experienced service users, *European Journal of Marketing*, Vol. 44 No. 9/10, pp. 1528-1552
- Doney, P. M., and Cannon, J. P. (1997). An examination of the nature of trust in buyer-seller relationships. *Journal of Marketing*, Vol. 61, No. 2, pp: 35-51.
- Eisingerich, A.B. and Simon J. Bell (2007). Maintaining customer relationships in high credence services. *Journal of Services Marketing* 21/4 (2007) 253–262 q Emerald Group Publishing Limited [ISSN 0887-6045] [DOI 10.1108/08876040710758559]
- Evanschitzky, H., B. Ramaseshan, David M. Woisetschläger, Verena Richelsen, Markus Blut & Christof Backhaus (2006). Consequences of customer loyalty to the loyalty program and to the company. *J. of the Acad. Mark. Sci.*
- Farrelly, F. and Quester, P. (2005) 'Examining important relationship constructs of the focal sponsorship exchange' in *Industrial Marketing Management*, 34 (3), pp. 211-219
- Fynes, B., De Búrca, S. & Marshall, D. 2004. Environmental uncertainty, supply chain relationship quality and performance. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 10, 179-190.
- Gefen, D. and Detmar Straub (2000). The Relative Importance of Perceived Ease of Use in IS Adoption: A Study of E-Commerce Adoption. *Journal of the Association for Information Systems*. Volume 1, Article 8

- Gronroos, C. (1995). Relationship Marketing: The Strategy Continuum. *Journal of Academy of Marketing Science*. Sage Journal
- Gwinner, K. P., Gremler, D. D., & Bitner, M. K. (1998). Relational benefits in services industries: The customer's perspective. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 26(2), pp. 101-114.
- Hennig-Thurau, T. and Alexander Klee (1997). The Impact of Customer Satisfaction and Relationship Quality on Customer Retention: A Critical Reassessment and Model Development. *Psychology and Marketing*, 14, pp. 737-764
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K.P., dan Gremler, D.D. (2002). Understanding Relationship Marketing Outcomes: an integration of Relational Benefits and Relationship Quality,
- Hoq, Mohammad Ziaul, Sultan Nigar dan Amin, Muslim (2009), The Effect of Trust, Customer Satisfaction and Image on Customers' Loyalty in Islamic Banking Sector, *South Asian Journal of Management*, Volumen 17, No. 1, pp. 70-93
- Huntley, J. (2006), "Conceptualization and measurement of relationship quality: linking relationship quality to actual sales and recommendation intention," *Industrial Marketing Management*, 35, 703-14
- Koeszegi, S.T. (2004). Trust-Building in Inter-Organizational Negotiations. *Journal of Managerial Psychology*, 19(6), 640-660
- Leverin, A., & Liljander, V. (2006). Does relationship marketing improve customer relationship satisfaction and loyalty? *International Journal of Bank Marketing*, 24(4), 232-251.
- Lewis, D.J. and Weigert, A. 1985. "Trust as a Social Reality" in *Social Forces*. 63:969-985.
- Lin, C.P. and Ding, C.G. (2006). Evaluating Group Differences in Gender During the Formation of relationship Quality and Loyalty in ISP Service. *Journal of Organization and End User Computing*. 18(2) 38-62
- Mangold, G. W., F. Miller, et al. (1999). "Word-of-mouth communication in the service marketplace." *The Journal of Services Marketing* 13(1): 73-89
- Mangold, G. W., F. Miller, et al. (1999). "Word-of-mouth communication in the service marketplace." *The Journal of Services Marketing* 13(1): 73-89.
- Mitchell, A. (2002), "Consumers fall by wayside as CRM focuses on costs", *Marketing Week*, Vol. 25 No. 5, pp. 30-1.
- Molina, A., Consuegra, D. M., dan Esteban A., (2007), Relational benefits and customer satisfaction in retail banking, *International Journal of Bank Marketing* Vol. 25 No. 4, pp. 253-271
- Moorman, C., G. Zaltman, and R. Deshpandé. 1992. Relationships between providers and users of market research: The dynamics of trust within and between organizations. *Journal of Marketing Research* 29 (3): 314-29.
- Morgan, R. M. and Hunt, S.D. (1994), "The commitment trust theory of relationship marketing", *Journal of Marketing*, Vol. 58, July, pp. 20-38
- Ndubisi, N.O. (2007) Relationship Marketing and Customer loyalty", *Marketing Intelligence and Planning*, Vol. 25, No. 1, pp. 98-106
- Ndubisi, Nelson Oly; Malhotra, Naresh K.; dan Wah, Chan Kok; (2009), Relationship Marketing, Customer Satisfaction and Loyalty: A Theoretical and Empirical Analysis From an Asian Perspective, *Journal of International Consumer Marketing*, pp. 21:5-16
- Oliver, R. L. 1999. Whence consumer loyalty? *Journal of Marketing* 63 (Special Issue):33-44.
- Papassapa, R., & Miller, K. E. (2007). Relationship quality as a predictor of B2B customer loyalty. *Journal of Business Research*, 60(1), 21-31.

- Park, J.E. and Deitz, G.D. (2006). The effect of working relationship quality on salesperson performance and job satisfaction: Adaptive selling behavior in Korean automobile sales representatives. *Journal of Business Resarch* Vo. 59 Issue 2: 204-213
- Ramaseshan, B. Bejou, D. Jain, S. Mason, C. and Pancras, J. 2006. 'Issues and Perspectives in Global Customer Relationship Management', *Journal of Service Research*, 9(2): 195-207.
- Rauyruen, P., & Miller, K.E. (2007). Relationship quality as a predictor of B2B customer loyalty. *Journal of Business Research*, 60, 21-31.
- Reichheld, F.F. and Sasser, E.W. (1990), "Zero defections: quality comes to services", *Harvard Business Review*, Vol. 68, September/October, pp. 105-11.
- Reynolds, E.K. and Beatty, S.E. (1999), "Customer benefits and company consequences of customer-salesperson relationships in retailing", *Journal of Retailing*, Vol. 75, pp. 11-32.
- Söderlund, M. (1998). Customer satisfaction and its consequences on customer behaviour revisited. *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 9 No. 2, 1998, pp. 169-188,
- Ulaga, W. and A. Eggert (2005), "Relationship value in business markets: the construct and its dimensions," *Journal of Business-to-Business Marketing*, 12 (1), 73-99.
- Walter, A. and Ritter, T. (2003). The Influents of Adaptations, Trust and Commitment on Value-creating Functions of Customer Relationship. *Journal of Business and Industrial Marketing*, Vol. 18, No. 4/5, pp. 353-365
- Wong, A.; & Zhou, L. (2006). Determinants and Outcomes of Relationship Quality: a Conceptual Model and Empirical Investigation. *Journal of International Consumer Marketing*, 18(3), 81-96.
- Woo, G. K.; Cha, Y. (2002), "Antecedents and consequences of relationship quality in hotel industry", *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 21, No. 4, pp. 321-38.
- Zeithaml, V.A., Berry, L.L., and Parasuraman, A. (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing* Vol. 60 (April 1996), 31-46
- Zineldin M (2006). The quality of health care and patient satisfaction. *Int. J. Health Care Quality Assurance*, 19(1): 60-92.

## **PENGEMBANGAN KOMPETENSI PENAMBANG MINYAK TRADISIONAL SUMUR TUA DI DESA WONOCOLO, KECAMATAN KEDEWAN, BOJONEGORO**

**Anis Siti Hartati, Sri Kussujaniatun, Marita**

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

Email: [anis.sitihartati@upnyk.ac.id](mailto:anis.sitihartati@upnyk.ac.id), [sri.kussujaniatun@upnyk.ac.id](mailto:sri.kussujaniatun@upnyk.ac.id), [marita@upnyk.ac.id](mailto:marita@upnyk.ac.id)

### **ABSTRACT**

*The background to developing competencies for traditional oil miners is due to conflicts that occur in the field. Competency development focuses on the occupational health and safety of oil miners where the work location includes those who have high occupational risks, as well as entrepreneurial skills. The purpose of this study is to increase awareness of traditional oil miners in Wonocolo Village regarding occupational health and safety and to lead to the formation of entrepreneurial villages as a form of optimizing village resources. The basic research method used in this study is descriptive analytical method, with 197 people as the research sample.*

**Keywords:** *developing competencies, traditional oil miners, occupation health and safety, entrepreneur.*

### **PENDAHULUAN**

Potensi migas di wilayah Kabupaten Bojonegoro cukup besar. Perkiraan cadangan minyak di Kabupaten Bojonegoro mencapai 600 juta – 1,4 milyar barel dan cadangan gas sekitar 1,7 – 2 triliun kaki kubik. Angka tersebut merupakan jumlah perkiraan terbesar di Indonesia yang berada di blok Cepu yang dieksploitasi oleh Exxon Mobil. Selain itu terdapat JOBPPEJ (Petrochina – Pertamina) yang mengelola lapangan Sukowati dengan produksi rata-rata 3 juta barel/tahun. Juga terdapat lapangan Tiung biru yang masih dalam tahap eksplorasi oleh Pertamina EP dengan potensi gas yang diduga cukup besar dan mampu memberikan tambahan produksi gas 250 juta kaki kubik per hari. Dengan potensi migas yang cukup besar tersebut maka diperkirakan mampu menyumbang 20 % produksi nasional. Selain tambang minyak yang dikelola secara mekanis oleh perusahaan besar juga terdapat penambangan tradisional yang dikelola oleh masyarakat dengan peralatan sederhana untuk pengambilan minyak di sumur-sumur minyak yang ada. (RPJMD,2013).

Kecamatan Kedewan memiliki empat desa penghasil minyak yang masih dikelola secara tradisional, yaitu Desa Hargomulyo, Desa Beiji, Desa Dandangilo dan Desa Wonocolo. Desa Wonocolo adalah satu dari empat desa penghasil minyak di Kecamatan Kedewan yang memiliki sumber minyak terbanyak dari lokasi sumur tua (Siddiqoh, 2015). Desa Wonocolo terletak di dataran tinggi atau pegunungan yang memiliki luas 140.002 Ha atau 11,37 Km<sup>2</sup>. Di kawasan Wonocolo terdapat sumur-sumur tua yang dipercaya sebagai peninggalan nenek moyang saat Belanda menjajah Indonesia, jumlahnya sekitar 700 sumur tua yang terkenal akan area penambangan sumur minyak mentah yang dikelola secara tradisional oleh warga, sedangkan 250

sumur minyak masuk kontrak dengan Pertamina EP "Asset IV Field" Cepu, Jawa Tengah.

Tanah sawah yang tidak luas di Desa Wonocolo mengakibatkan masyarakat tidak memiliki pekerjaan sampingan selain menjadi penambang minyak bumi. Sawah sebagai penghasil bahan makanan pokok berupa beras seharusnya mampu menopang perekonomian masyarakat, namun struktur tanah di Desa Wonocolo adalah tandus dan berkapur sehingga hanya cocok ditanami pohon-pohon besar dan kayu. Letak pemukiman yang dikelilingi oleh hutan pohon jati membantu kehidupan masyarakat setempat, misalnya mereka dapat memanfaatkan daun-daun jati yang dijual sebagai bungkus ketika berbelanja, akar-akar pohon yang sudah mati (rencek) dapat dimanfaatkan sebagai bahan bakar untuk memasak minyak mentah, namun hal tersebut masih belum dapat meningkatkan pendapatan penambang secara optimal.

Selain keadaan topografi Desa Wonocolo yang menjadi salah satu konflik bagi masyarakat, juga hasil tambang minyak bumi yang dibeli dengan harga rendah oleh koperasi Bogo Sasono yang merupakan bentukan dari PT Pertamina. PT Pertamina membeli hasil tambang minyak warga dengan harga di bawah harga pasar, dan setiap minyak yang dihasilkan oleh warga harus disetorkan kepada PT Pertamina. Sehingga, pada saat ini banyak warga menjual sendiri minyaknya kepada konsumen perorangan secara illegal, tetapi minyak yang dihasilkan relatif sedikit. Selain itu, Penjualan minyak secara illegal tersebut juga sangat beresiko, karena kalau tertangkap bisa dicabut hak penambangannya.

Kondisi kerja pada kegiatan penambangan sumur-sumur tua di Desa Wonocolo masih kurang adanya perhatian dan sangat rentan bahaya bagi penambang baik secara fisik maupun psikis. Pasalnya penambangan yang dilakukan secara swadaya oleh masyarakat kurang mempertimbangkan berbagai aspek, terutama kesehatan dan keselamatan (*safety*) kerja karena belum adanya kemampuan penambang untuk menyediakan perlengkapan kerja yang memadai.

Latar belakang dilakukannya pengembangan kompetensi bagi penambang minyak tradisional ini adalah karena adanya konflik-konflik yang terjadi di lapangan. Pengembangan kompetensi fokus pada kesehatan dan keselamatan kerja para penambang minyak dimana lokasi kerjanya termasuk yang memiliki resiko kerja yang tinggi, serta kemampuan berwirausaha sehingga nantinya diharapkan menjadi salah satu sumber penghasilan yang dapat meningkatkan ekonomi masyarakat. Perlu juga dipikirkan mengenai pembuatan *geopark* kegiatan penambangan minyak sumur tradisional di Desa Wonocolo yang merujuk pada Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kabupaten Bojonegoro periode 2013-2018 mengenai Kebijakan Umum dan Program Pembangunan Daerah dimana salah satu poin menyebutkan bahwa Kabupaten Bojonegoro diharapkan dapat mengembangkan industri kreatif pariwisata berbasis *event* (ekonomi, olahraga, seni dan budaya) dan berbasis alam, serta desa wisata, sehingga pemerintah Kabupaten Bojonegoro dalam hal ini akan melakukan langkah pasti dalam usaha pengembangan potensi wisatanya

## **KAJIAN LITERATUR**

### **Kompetensi**

Pengertian dan arti kompetensi menurut Lyle Spencer & Signe Spencer (dalam Moeheriono, 2010) adalah karakteristik yang mendasari seseorang berkaitan dengan efektivitas kinerja individu dalam pekerjaannya atau karakteristik dasar individu yang memiliki hubungan kausal atau sebagai sebab-akibat dengan kriteria yang dijadikan acuan, efektif atau berkinerja

prima atau superior di tempat kerja atau pada situasi tertentu (*A competency is an underlying characteristic of an individual that is causally related to criterion referenced effective and or superior performance in a job or situation*). Berdasarkan dari definisi tersebut, maka beberapa makna yang terkandung didalamnya adalah sebagai berikut :

1. Karakteristik dasar (*underlying characteristic*) kompetensi adalah bagian dari kepribadian yang mendalam dan melekat pada seseorang serta mempunyai perilaku yang dapat diprediksi pada berbagai keadaan tugas pekerjaan.
2. Hubungan kausal (*causally related*) berarti kompetensi dapat menyebabkan atau digunakan untuk memprediksikan kinerja seseorang, artinya jika mempunyai kompetensi yang tinggi, maka akan mempunyai kinerja tinggi pula (sebagai akibat).
3. Kriteria (*criterion referenced*) yang dijadikan sebagai acuan, bahwa kompetensi secara nyata akan memprediksikan seseorang dapat bekerja dengan baik, harus terukur dan spesifik atau terstandar.

Tiga karakter utama pembentukan kompetensi, yaitu:

1. Pengetahuan (*knowledge*), yaitu fakta dan angka dibalik aspek teknis.
2. Keahlian/keterampilan (*skill*), yaitu kemampuan untuk menunjukkan tugas pada tingkat kriteria yang dapat diterima secara terus menerus dengan kegiatan yang paling sedikit.
3. Sikap (*attitude*), yaitu yang ditunjukkan kepada pelanggan dan orang lain bahwa yang bersangkutan mampu berada dalam lingkungan kerjanya.

### **Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3)**

Definisi kesehatan kerja mengacu pada Komisi Gabungan ILO/WHO dalam kesehatan kerja pada tahun 1950 yang disempurnakan pada tahun 1995 adalah upaya mempertahankan dan meningkatkan derajat kesehatan fisik, mental dan kesejahteraan sosial semua pekerja yang setinggi-tingginya. Mencegah gangguan kesehatan yang disebabkan oleh kondisi pekerjaan, melindungi pekerja dari faktor risiko pekerjaan yang merugikan kesehatan, penempatan dan pemeliharaan pekerja dalam suatu lingkungan kerja disesuaikan dengan kapabilitas fisiologi dan psikologinya serta disimpulkan sebagai adaptasi pekerjaan kepada manusia dan setiap manusia kepada pekerjaannya (Kurniawidjaja, 2010 dalam Afrianto, 2017).

Berdasarkan peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor 66 tahun 2016 tentang Keselamatan dan Kesehatan Kerja Rumah Sakit, keselamatan kerja adalah upaya yang dilakukan untuk mengurangi terjadinya kecelakaan, kerusakan dan segala bentuk kerugian baik terhadap manusia, maupun yang berhubungan dengan peralatan, obyek kerja, tempat bekerja, dan lingkungan kerja, secara langsung dan tidak langsung. Dengan peraturan perundangan No. 1 tahun 1970 tentang keselamatan kerja pada Bab 3 ditetapkan syarat-syarat keselamatan kerja untuk :

1. mencegah dan mengurangi kecelakaan;
2. mencegah, mengurangi dan memadamkan kebakaran;
3. mencegah dan mengurangi bahaya peledakan;
4. memberi kesempatan atau jalan menyelamatkan diri pada waktu kebakaran atau kejadian-kejadian lain yang berbahaya;
5. memberi pertolongan pada kecelakaan;
6. memberi alat-alat perlindungan diri pada para pekerja;
7. mencegah dan mengendalikan timbul atau menyebar luasnya suhu, kelembaban, debu, kotoran, asap, uap, gas, hembusan angin, cuaca, sinar atau radiasi, suara dan getaran;

8. mencegah dan mengendalikan timbulnya penyakit akibat kerja baik fisik maupun psychis, peracunan, infeksi dan penularan;
9. memperoleh penerangan yang cukup dan sesuai;
10. menyelenggarakan suhu dan lembah udara yang baik;
11. menyelenggarakan penyegaran udara yang cukup;
12. memelihara kebersihan, kesehatan dan ketertiban;
13. memperoleh keserasian antara tenaga kerja, alat kerja, lingkungan cara dan proses kerjanya;
14. mengamankan dan memperlancar pengangkutan orang, binatang, tanaman atau barang;
15. mengamankan dan memelihara segala jenis bangunan;
16. mengamankan dan memperlancar pekerjaan bongkar muat, perlakuan dan Penyimpanan barang;
17. mencegah terkena aliran listrik yang berbahaya;
18. menyesuaikan dan menyempurnakan pengamanan pada pekerjaan yang bahaya kecelakaannya menjadi bertambah tinggi.

Menurut Mangkunegara (2002), [Keselamatan dan kesehatan kerja](#) adalah suatu pemikiran dan upaya untuk menjamin keutuhan dan kesempurnaan baik jasmaniah maupun rohaniah tenaga kerja pada khususnya, dan manusia pada umumnya, hasil karya dan budaya untuk menuju masyarakat adil dan makmur. Tujuan dari keselamatan dan kesehatan kerja adalah sebagai berikut:

1. Agar setiap pegawai/tenaga kerja mendapat jaminan keselamatan dan kesehatan kerja baik secara fisik, sosial, dan psikologis.
2. Agar setiap perlengkapan dan peralatan kerja digunakan sebaik-baiknya, selektif mungkin.
3. Agar semua hasil produksi dipelihara keamanannya.
4. Agar adanya jaminan atas pemeliharaan dan peningkatan kesehatan gizi pegawai/tenaga kerja. Agar meningkatkan kegairahan, keserasian kerja, dan partisipasi kerja.
5. Agar terhindar dari gangguan kesehatan yang disebabkan oleh lingkungan atau kondisi kerja.
6. Agar setiap pegawai/tenaga kerja merasa aman dan terlindungi dalam bekerja.

Dalam implementasi bidang keselamatan dan kesehatan kerja di lingkungan kerja, dibutuhkan sistem manajemen keselamatan dan kesehatan kerja yang melindungi pekerja dari berbagai macam bahaya, kecelakaan dan penyakit akibat kerja dengan melaksanakan upaya K3 secara efisien dan efektif. Sistem manajemen merupakan elemen yang saling berkaitan yang berguna untuk menetapkan kebijakan dan sasaran untuk dapat mencapai tujuan yang telah ditentukan. Manajemen risiko terbagi atas 3 bagian, yaitu Hazard Identification, Risk Assessment dan Risk Control atau juga dikenal dengan HIRARC. HIRARC terdapat pada awal elemen perencanaan sistem manajemen K3 yang dijadikan sebagai pangkal dari pengelolaan K3 (Ramli, 2010 dalam Afrianto, 2017). Untuk dapat menciptakan kondisi yang aman dan sehat dalam bekerja diperlukan adanya unsur – unsur dan prinsip – prinsip K3. Adapun unsur –unsur keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) menurut Sutrisno dan Kusmawan Ruswandi (2007) dalam Lusia dan Nurhasanah (2016) antara lain adalah:

1. Adanya APD (Alat Pelindung Diri) di tempat kerja
2. Adanya buku petunjuk penggunaan alat dan atau isyarat bahaya
3. Adanya peraturan pembagian tugas dan tanggung jawa
4. Adanya tempat kerja yang aman sesuai standar SSLK (Syarat-syarat lingkungan kerja) antara lain tempat kerja steril dari debu,kotoran, asap rokok, uap gas, radiasi, getaran mesin dan

peralatan, kebisingan, tempat kerja aman dari arus listrik, lampu penerangan cukup memadai, adanya aturan kerja atau aturan keprilakuan.

5. Adanya penunjang kesehatan jasmani dan rohani di tempat kerja
6. Adanya kesadaran dalam menjaga K3.

**Kewirausahaan**

Menurut Suryana (2014) kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses, inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui pemikiran kreatif dan tindakan yang inovatif demi terciptanya peluang. Keberhasilan dalam kewirausahaan ditentukan oleh tiga faktor, yaitu yang mencakup hal-hal berikut:

1. Kemampuan dan kemauan

Orang yang memiliki kemampuan tetapi tidak memiliki kemauan dan orang yang memiliki kemauan tetapi tidak memiliki kemampuan, keduanya tidak akan menjadi seorang wirausaha yang sukses. Misalnya seseorang yang memiliki kemauan untuk membuka toko tapi tidak memiliki kemampuan untuk mengelolanya, maka lama kelamaan tokonya akan tutup. Begitu juga dengan orang yang memiliki kemampuan mengelola usaha tetapi tidak memiliki kemauan untuk membuka usaha, maka selamanya orang tersebut tidak pernah memiliki usaha.

2. Tekad yang kuat dan kerja keras

Orang yang tidak memiliki tekad kuat tetapi mau bekerja keras dan orang yang tidak mau bekerja keras tetapi memiliki tekad yang kuat, keduanya tidak akan menjadi wirausahawan yang sukses.

3. Kesempatan dan peluang

Mengenal peluang yang ada dan berusaha meraihnya ketika ada kesempatan merupakan salah satu faktor yang menentukan keberhasilan seorang wirausaha.

Berikut adalah gambar menuju kewirausahaan sukses menurut Steinhoff dalam Suryana (2014):

<b>Sukses</b>	Bertanggung jawab atas kesuksesan dan kegagalan.
	Membangun hubungan dengan karyawan, pelanggan, pemasok dan yang lainnya.
	Bekerja Keras.
	Merencanakan, mengorganisasikan dan menjalankan.
	Berani mengambil resiko waktu dan uang.
	Memiliki visi dan tujuan usaha

Gambar 1. Tahap Membangun Kewirausahaan yang Sukses Steinhoff dan Burgess

Clelland dalam Handayani (2013) menggolongkan dua faktor yang menentukan keberhasilan wirausaha, antara lain:

1. Faktor Internal, meliputi:

- a. Motivasi

Keberhasilan kerja membutuhkan motif-motif untuk mendorong atau memberi semangat dalam pekerjaan. Motif itu meliputi motif untuk kreatif dan inovatif yang merupakan motivasi yang mendorong individu mengeluarkan pemikiran spontan dalam menghadapi suatu perubahan dengan memberi alternatif yang berbeda dari yang lain. Motif lain yaitu

motif untuk bekerja yang ada pada individu agar mempunyai semangat atau minat dalam memenuhi kebutuhan serta menjalankan tugas dalam pekerjaan.

- b. Pengalaman atau pengetahuan  
Ketika seseorang bekerja pastinya membutuhkan pengetahuan lebih mengenai pekerjaan yang akan dilakukannya. Sedangkan pengalaman muncul setelah individu tersebut mencari tahu mengenai pekerjaan yang dia kerjakan sebanyak mungkin. Wirausaha yang berpengalaman jeli melihat banyak jalan untuk mengembangkan potensi usahanya.
- c. Kepribadian  
Kepribadian yang rapuh akan berdampak negatif terhadap pekerjaan. Pribadi yang berhasil yaitu apabila seseorang dapat berhubungan baik dan dapat menyesuaikan diri dengan lingkungannya secara wajar dan efektif.

2. Faktor Eksternal, meliputi:

- a. Lingkungan keluarga  
Keadaan keluarga dapat mempengaruhi keberhasilan usaha seseorang. Ketegangan dalam kehidupan keluarga akan menurunkan produktivitas kerja seseorang. Lingkungan keluarga yang harmonis dalam interaksinya akan membantu memotivasi kesuksesan dan meningkatkan produktivitas kerja.
- b. Lingkungan tempat bekerja
- c. Lingkungan tempat dimana seseorang menjalani usahanya mempunyai pengaruh yang cukup penting dalam menjalankan usaha. Lingkungan ini dapat digolongkan menjadi dua bagian, yaitu:
  - 1) Situasi kerja secara fisik Seorang wirausaha dapat menciptakan pekerjaannya dalam situasi apapun melalui bakat dan keterampilan yang dimiliki terutama dalam mencari peluang atau mengambil inisiatif agar usahanya bisa maju.
  - 2) Hubungan dengan mitra kerja Menjaga hubungan baik dengan teman kerja yang merupakan mitra akan mempermudah dalam mendukung atau memotivasi untuk dapat menyelesaikan konflik dengan baik merupakan sesuatu yang mendasar dalam pekerjaan.

Lambing dan Kuehl dalam Suryana (2014), mengemukakan tentang beberapa faktor kunci untuk mengembangkan produk, yaitu mencakup hal-hal sebagai berikut.

1. Lakukanlah riset pasar secara memadai.
2. Memuaskan suatu kebutuhan.
3. Memiliki suatu keunggulan produk yang tinggi.
4. Gunakanlah harga dan kualitas yang tepat sejak pertama kali.
5. Gunakanlah saluran distribusi yang tepat.

## **METODE PENELITIAN**

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). Analisis data yang dilakukan akan menghasilkan pemetaan. 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). Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah penambang minyak

tradisional di Desa Wonocolo, Kecamatan Kedewan, Kabupaten Bojonegoro. Di Desa Wonocolo, Kecamatan Kedewan terdapat 250 sumur tua yang terdaftar di Pertamina EP "Asset 4 Field" Cepu, yang setiap sumur dikelola oleh 10 sampai 30 penambang. Dalam penelitian ini, pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria penambang minyak tradisional dan bekerja minimal 5 tahun. Sehingga sampel dari penelitian ini didapat sejumlah 197 orang.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dari 197 sampel yang telah dilakukan pengambilan data dengan metode observasi dan kuesioner, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua responden laki-laki (100 %), sebanyak 73% berusia 34 tahun dan tingkat pendidikan terbanyak SMA sebanyak 59 %. Dilihat dari hasil tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa masih banyaknya tingkat masyarakat dalam usia yang produktif. Oleh sebab itu tantangan besar yang dihadapi adalah mengupayakan agar sumberdaya manusia usia produktif yang melimpah ini ditransformasikan menjadi sumberdaya manusia yang memiliki kompetensi dan keterampilan melalui pendidikan agar tidak menjadi beban (Permendikbud, 2013). Kompetensi suatu daerah dapat diukur dari tingkat produktivitasnya. Meningkatnya kompetensi daerah otomatis akan mengangkat produktivitas daerah tersebut. Apabila usia produktif yang besar itu memiliki tingkat kompetensi yang tinggi, maka hal itu akan meningkatkan produktivitas daerah. Tapi, sebaliknya, apabila daerah tersebut ketika itu memiliki usia produktif yang tinggi tapi tanpa kompetensi yang tinggi, maka produktivitas daerah takkan berubah secara signifikan.

Merujuk pada Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kabupaten Bojonegoro periode 2013-2018 mengenai Kebijakan Umum dan Program Pembangunan Daerah dimana salah satu poin menyebutkan bahwa Kabupaten Bojonegoro diharapkan dapat mengembangkan industri kreatif pariwisata berbasis *event* (ekonomi, olahraga, seni dan budaya) dan berbasis alam, serta desa wisata. Desa Wonocolo dengan tingkat masyarakat dengan usia produktif yang tinggi seharusnya berbanding lurus dengan kompetensi yang dimiliki apabila daerah tersebut ingin maju.

Potensi utama Desa Wonocolo yaitu pertambangan minyak tradisional sumur tua yang dipercaya sebagai peninggalan nenek moyang saat Belanda menjajah Indonesia, jumlahnya sekitar 700 sumur tua yang terkenal akan area penambangan sumur minyak mentah yang dikelola secara tradisional oleh warga, sedangkan 250 sumur minyak masuk kontrak dengan Pertamina EP "Asset IV Field" Cepu, Jawa Tengah. Dimana pertambang ini sudah dilakukan dengan turun temurun. Apabila masyarakat Desa Wonocolo tidak mencoba keluar dari zona nyaman maka desa tersebut tingkat pertumbuhannya akan stagnan atau bisa jadi akan turun. Ditambah dengan kondisi struktur tanah di Desa Wonocolo yang tandus dan berkapur sehingga hanya cocok ditanami pohon-pohon besar dan kayu, tentu kurang menguntungkan bagi masyarakat jika ingin bercocok tanam. Disinilah tim peneliti mencoba memberikan masukan kepada masyarakat di Desa Wonocolo untuk mengembangkan kompetensinya terutama yang berkaitan dengan pertambangan dan mencoba berwirausaha sebagai salah satu alternatif pengembangan masyarakat yang diharapkan dapat memberikan manfaat dan berbanding lurus dengan perekonomian masyarakat yang semakin meningkat.

### **Pengembangan Kompetensi Dengan Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3)**

Mata pencaharian yang utama di Desa Wonocolo, Kecamatan Kedewan, Kabupaten Bojonegoro yaitu penambangan minyak mentah di sumur tua yang dilakukan dengan cara tradisional. Peralatan yang digunakan oleh penambang minyak berasal dari swadaya penambang sendiri, sehingga keamanan dari penambangan itu bisa dikatakan masih jauh dari aman. Padahal bisa dikatakan kegiatan penambangan memiliki resiko kerja yang sangat tinggi. Dampak positif adanya kegiatan tambang ini adalah tingkat pengangguran di daerah pertambangan menjadi berkurang, akan tetapi dampak negatif dari kegiatan pertambangan yang tidak dikelola dengan baik, dan bisa dikatakan ilegal tentu lebih banyak, diantaranya kerusakan lingkungan karena masih terbatasnya keahlian penambang tradisional dalam pengelolaan lingkungan, kurang memperhatikan kesehatan dan keselamatan kerja, serta penghasilan yang tidak tetap, ditambah dengan minyak bumi adalah hasil tambang yang termasuk dalam energi tidak terbarukan.



Gambar 2. Salah seorang penambang sedang melakukan kegiatan penambangan minyak.

Dapat dilihat pada gambar diatas, seorang penambang yang sedang melakukan kegiatan pertambangan, adalah contoh dari kurangnya perhatian penambang pada kesehatan dan keamanan dalam kegiatan penambangan. Masih rendahnya perhatian akan hal tersebut, maka tim peneliti melakukan pengembangan komeptensi kepada penambang minyak tradisional di Desa Wonocolo, Kecamatan Kedewan, Kabupaten Bojonegoro yang diharapkan dapat meningkatkan kesadaran penambang minyak akan pentingnya kesehatan dan keselamatan kerja di dunia pertambangan, terutama pertambangan minyak tradisional.

Pengembangan kompetensi ini dilakukan dengan cara pelatihan berupa seminar kepada para penambang minyak tradisional, materi mencakup pengetahuan dasar tentang kesehatan dan keselamatan kerja, penerapan kesehatan dan keselamatan kerja di lingkungan pertambangan, serta undang-undang mengenai kesehatan dan keselamatan kerja.

### **Pengembangan Kompetensi Dengan Kewirausahaan**

Penataan ekonomi perdesaan perlu segera dilakukan dengan memanfaatkan sumber daya desa secara optimal dengan cara yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan masyarakat dalam mencapai kesejahteraan secara menyeluruh dan berkelanjutan. Untuk mencapainya, diperlukan dua pendekatan yaitu: (a) Kebutuhan masyarakat dalam melakukan upaya perubahan dan mencegah hal-hal yang tidak diinginkan; dan (b) *Political will* dan kemampuan pemerintah desa bersama masyarakat dalam mengimplementasikan perencanaan pembangunan yang sudah disusun. Potensi sumber daya desa selama ini belum termanfaatkan secara optimal. Jika pun ada yang memanfaatkan, cenderung eksploitatif dan tidak mempertimbangkan dampak yang ditimbulkan akibat eksploitasi sumber daya desa (desalestari.com).

Mengembangkan wirausaha pada masyarakat desa merupakan salah satu cara mendorong perekonomian daerah. Kewirausahaan menjadi strategi dalam pertumbuhan kesejahteraan masyarakat, mengurangi tingkat pengangguran, dan diharapkan dapat mengurangi kemiskinan di desa tersebut. Pengembangan kompetensi pada masyarakat di Desa Wonocolo yang sebagian besar berprofesi sebagai penambang minyak di sumur tua tradisional, dapat diterapkan pula wirausaha desa dengan mengoptimalkan potensi yang lainnya dari Desa Wonocolo.

Desa Wonocolo dengan struktur tanah yang tandus dan berkapur sehingga hanya cocok ditanami pohon-pohon besar dan kayu, dapat memanfaatkan kayu jati dimana pohon tersebut banyak tumbuh di daerah ini. Sebenarnya pohon jati sudah dimanfaatkan oleh masyarakat Desa Wonocolo, akan tetapi hanya daun sebagai pembungkus makanan, dan akar kayu jati yang dijadikan bahan bakar pengolahan minyak bumi.

Pengembangan kompetensi pada masyarakat di Desa Wonocolo yang sebagian besar berprofesi sebagai penambang minyak di sumur tua tradisional, dapat diterapkan pula wirausaha desa dengan mengoptimalkan potensi yang lainnya dari Desa Wonocolo. Salah satunya yaitu dengan pemanfaatan akar kayu jati, yang tidak hanya digunakan sebagai bahan bakar pengolahaminyak bumi tetapi juga bisa dibuat sebagai kerajinan akar kayu jati seperti yang telah dilakukan oleh masyarakat di Desa Geneng, Kecamatan Margomulyo, Kabupaten Bojonegoro. Disana akar kayu jati diubah menjadi kerajinan dan menjadi berbagai bentuk seperti asbak, tempat buah, meja, kursi, pintu, dll. Hasil kerajinan tersebut cukup menjanjikan, sebagian pengrajin di Desa Geneng, Kecamatan Margomulyo telah mengeksport hasil kerajinannya ke beberapa negara di Asia.

Pengembangan kompetensi ini dilakukan dengan cara pelatihan berupa seminar kepada para sebagian masyarakat Desa Wonocolo, materi yang diberikan mencakup profil Desa Wonocolo, motivasi usaha, perencanaan usahan, pengelolaan keuangan usaha, dan pemilihan & pemilahan sasaran.

### **KESIMPULAN**

Tingginya masyarakat dengan usia produktif di Desa Wonocolo menjadi salah satu potensi daerah berupa sumber daya manusia dalam upaya meningkatkan perekonomian suatu daerah. Pengembangan kompetensi sangat diperlukan bagi suatu daerah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya dengan mengoptimalkan potensi daerah tersebut. Kompetensi suatu daerah dapat diukur dari tingkat produktivitasnya. Meningkatnya kompetensi daerah otomatis akan mengangkat produktivitas daerah tersebut. Apabila usia produktif yang besar itu memiliki

tingkat kompetensi yang tinggi, maka hal itu akan meningkatkan produktivitas daerah. Tapi, sebaliknya, apabila daerah tersebut ketika itu memiliki usia produktif yang tinggi tapi tanpa kompetensi yang tinggi, maka produktivitas daerah takkan berubah secara signifikan.

Di Desa Wonocolo, dimana mata pencaharian masyarakat sebagian besar sebagai penambang minyak sumur tua tradisional yang telah turun temurun menjadikan masyarakat Desa Wonocolo masih fokus dalam kegiatan pertambangan tradisional tersebut. Namun, dalam kegiatan pertambangan tersebut, penambang masih minim akan pentingnya menjaga kesehatan dan keselamatan kerja serta kepedulian akan lingkungan pertambangan. Masih rendahnya perhatian akan hal tersebut, maka tim peneliti melakukan pengembangan komeptensi kepada penambang minyak tradisional di Desa Wonocolo, Kecamatan Kedewan, Kabupaten Bojonegoro yang diharapkan dapat meningkatkan kesadaran penambang minyak akan pentingnya kesehatan dan keselamatan kerja di dunia pertambangan, terutama pertambangan minyak tradisional.

Selain pengoptimalan pada peningkatan kepedulian akan k3 penambang minyak, tim peneliti juga melakukan pengembangan kompetensi kepada masyarakat mengenai kewirausahaan. Mengembangkan wirausaha pada masyarakat desa merupakan salah satu cara mendorong perekonomian daerah. Kewirausahaan menjadi strategi dalam pertumbuhan kesejahteraan masyarakat, mengurangi tingkat pengangguran, dan diharapkan dapat mengurangi kemiskinan di desa tersebut.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Afrianto, Rifki. (2017). *Analisis Potensi Bahaya Serta Kajian Risiko Keselamatan Dan Kesehatan Kerja Profesi Radiografer Di Rumah Sakit Pelita Anugerah Mranggen Demak*. Undergraduate Thesis, Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Cooper, Donald R., dan Pamela, S. Schindler. 2006. *Metode Riset Bisnis, Volume 1*. PT Media Global Edukasi. Jakarta.
- Handayani, Intan Septi. 2013. *Faktor-faktor Penentu Keberhasilan Wirausaha*. Universitas Semarang. Skripsi Publikasi.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. (2002), *Manajemen Sumber Daya Manusia*, PT. Remaja Rosda Karya, Bandung.
- Moehersono. 2010. *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi*. Surabaya: Ghalia Indonesia.
- Lusia, Vivi dan Nurhasanah. 2016. *Pengaruh Keselamatan, Kesehatan Kerja Dan Pendidikan Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan Migas*. Jurnal Manajemen FE-UB. Vol. 4, No. 1; 49-57.
- Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 66 tentang Keselamatan dan Kesehatan Kerja Rumah Sakit. Jakarta; 2016.
- Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 67 Tahun 2013 tentang Kerangka Dasar Dan Struktur Kurikulum Sekolah Dasar/ Madrasah Ibtidaiyah.
- Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kabupaten Bojonegoro Tahun 2011-2018.
- Siddiqoh, Elha Ayu Alinda. 2015. *Konflik Masyarakat Penambang Minyak Mentah (Analisis Konflik Pengelola Pertambangan Minyak Mentah Desa Wonocolo, Kecamatan Kedewan, Kabupaten Bojonegoro Periode 2009-2015)*. Jurnal Universitas Airlangga.
- Surakhmad, Winarno. 1998. *Pengantar Penelitian Ilmiah: Dasar, Metode dan Teknik*. edisi kedelapan. Bandung: Tarsito (anggota IKAPI).
- Suryana. 2014. *Kewirausahaan*, Edisi IV. Jakarta: Salemba Empat.
- Undang Undang Republik Indonesia Nomor 1 tahun 1970 Bab 3 tentang Keselamatan Kerja. Wirausaha Desa. <http://desalestari.com/layanan/wirausaha-desa/>. Diakses 14 Septemeber 2018.

**DESTINATION IMAGE PARIWISATA BERBASIS KOMUNITAS  
PADA DESA WISATA DI WILAYAH SLEMAN,  
DAERAH ISTIMEWAYOGYAKARTA**

**Dyah Sugandini, Mohamad Irhas Effendi, Yenni Sri Utami, Agus Sasmito Aribowo**  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

**ABSTRACT**

*Penelitian ini bertujuan untuk menguji model destinasi image yang dipengaruhi oleh kualitas destinasi dan eWOM. Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk mengukur kualitas destinasi, eWOM dan destination image. Responden dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke desa wisata Grogol dan Lava tour merapi di Kabupaten Sleman DIY. Teknik analisis data menggunakan SEM. Jumlah responden sebanyak 120 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas destinasi dan eWOM terhadap destination image.*

**Keywords:** *Kualitas destinasi, eWOM dan destination image.*

**PENDAHULUAN**

Industri pariwisata merupakan salah satu sektor terpenting di banyak ekonomi lokal, terutama karena kontribusinya yang terus meningkat terhadap pendapatan daerah, tetapi juga karena peluang yang ditawarkan untuk pertumbuhan lebih lanjut (Karakitsiou *et al.*, 2007). Naisbitt (1995), menekankan bahwa ekonomi dunia pada abad ini akan didominasi oleh tiga sektor: teknologi informasi, telekomunikasi, dan pariwisata. Pariwisata adalah sebuah peluang industri memiliki jaringan sangat luas bahkan dapat membangun bidang usaha lainnya. Pariwisata memiliki peluang yang sangat menguntungkan bagi suatu negara. Peluang yang didapat yaitu seperti bertambahnya pendapatan negara dikarenakan bertambahnya kunjungan wisatawan mancanegara (Wisman) maupun wisatawan nusantara (Wisnus) ke negara tertentu dan juga dapat membuka peluang usaha baru. Menurut Undang-Undang Pemerintah No 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan menyebutkan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Sedangkan wisata adalah perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari daya tarik wisata yang dikunjunginya dalam jangka waktu sementara.

Kesuksesan bisnis pariwisata tidak terlepas dari kualitas layanan yang diberikan oleh destinasi wisata. Kualitas layanan dianggap sebagai penentu utama kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya mempengaruhi niat pembelian (Grigoroudis dan Siskos, 2010). *Destination image* juga merupakan faktor utama yang mempengaruhi pengambilan keputusan wisata disamping *destination quality*. *Destination image* yang baik akan menumbuhkan komunikasi *word-of-mouth* (WOM) yang baik juga. WOM telah terbukti sebagai yang paling berpengaruh dan dominan sumber informasi dalam mengembangkan *destination image* (Ishida, Slevitch dan Siamionava, 2016). Kekuatan WOM telah diteliti selama beberapa dekade di bidang pemasaran. Namun, meski pentingnya WOM dalam pilihan destinasi pariwisata, penelitian yang ada di bidang pariwisata masih terbatas (Litvin, Goldsmith, dan Pan, 2008; Ishida *et al.*, 2016). Pada waktu bersamaan, perkembangan terbaru dalam teknologi komunikasi elektronik telah menyebabkan munculnya *electronic-WOM* (eWOM) yang memungkinkan individu untuk berbagi pendapat dan pengalaman

mereka dengan orang lain melalui saluran komunikasi elektronik, seperti *e-mail*, *blog*, jaringan, ruang obrolan, ulasan *online*, dan situs *web* dengan informasi yang dibuat oleh pengguna telah menjadi alat promosi yang kuat (Blal dan Sturman, 2014).

Penelitian ini dilakukan untuk menguji model *destination image* pada *Community Based Tourism (CBT)* yang ada di Sleman DIY. Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang banyak menganalisis pengaruh *destinasi image* pada loyalitas wisatawan (Jamaludin dan Sam, 2018). CBT yang dianalisis merupakan jenis wisata minat khusus, yaitu *home stay*, wisata alam dan *live in*. Beberapa desa wisata yang ada di Sleman menawarkan wisata edukasi, budaya dan wisata alam bagi pengunjung. Desa wisata di Sleman juga memiliki pemandangan yang sangat indah, udara yang sejuk. Desa wisata yang ada di Sleman sepenuhnya dikelola oleh masyarakat dan diberdayakan oleh masyarakat, dan termasuk destinasi wisata berbasis masyarakat (CBT).

## **TINJUAN PUSTAKA**

### ***Community Based Tourism (CBT)***

Pariwisata berbasis komunitas (*Comunity Based Tourism*) merupakan bentuk pengembangan pariwisata berkelanjutan. Dalam CBT ini partisipasi masyarakat setempat tinggi, dan seluruh masyarakat mendapat manfaat dari pariwisata (Sugandini *et al.*, 2018). Pengembangan masyarakat adalah inti dari CBT. CBT dianggap mempunyai efek yang baik bagi lingkungan sosial budaya. Karena penduduk setempat memegang kendali, mereka memutuskan ciri budaya mana yang mereka jual. CBT juga bisa gagal karena kurangnya akses ke pasar, masyarakatnya miskin, kurangnya pengetahuan dan sumber daya, dan fakta bahwa masyarakat setempat tidak selalu beroperasi dalam sebuah komunitas (Scheyvens, 2002). Hasil penelitian Nesci, (2014) menunjukkan bahwa wilayah harus dilihat sebagai produk yang akan dijual, dan memerlukan strategi baru dan lebih efektif untuk pariwisata yang berkelanjutan, dan tetap fokus pada pelayanan yang terbaik, atraksi menarik, menghubungkan pertanian dan pariwisata untuk melestarikan tradisi dan produk yang akan membuka celah peluang.

### ***Destination Image***

Pemahaman tentang citra (*image*) destinasi mulai berkembang selama fase yang berbeda dari kunjungann perjalanan wisata: sebelum, selama, dan setelah kunjungan (Yilmaz *et al.*, 2009). Studi yang dilakukan oleh Tasci dan Gartner (2007) membangun suatu model hubungan kompleks yang terhubung ke evolusi citra tujuan wisata. *Destination image* berevolusi dari fokus pada tempat dan komponen kognitifnya ke pendekatan berdasarkan pengalaman dan *image* setelah kunjungan (Lee, Kang, Reisinger dan Kim, 2012). Lee *et al.*, (2012) menegaskan bahwa proses perubahan *image* memunculkan hasil yang berbeda dalam hal ketidaksesuaian: positif ketika *image pasca-kunjungan* lebih baik daripada pra-kunjungan pertama, atau negatif ketika *image* setelah perjalanan kurang menguntungkan daripada *image* sebelumnya perjalanan. Ketidaksesuaian antara *image* sebelum dan sesudah kunjungan mempengaruhi pengalaman wisata, kepuasan, dan perilaku pasca-perjalanan. Faktanya, variabel seperti motivasi yang dimiliki wisatawan sebelum mengunjungi suatu tujuan dan konfirmasi motivasi tersebut setelah kunjungan dapat mempengaruhi perubahan *image* sebelum dan setelah kunjungan wisata.

*Image* didefinisikan sebagai keyakinan, sikap, kesan seseorang atau kelompok tentang suatu objek dan tayangan yang mungkin benar atau salah (Barich dan Kotler, 1990). *Image* juga didefinisikan sebagai pemahaman yang diinternalisasi, dikonsepsi, dipersonalisasi tentang apa yang diketahui orang (*Destination image* mencakup komponen citra kognitif. Citra kognitif mengacu pada keyakinan, kesan, ide, persepsi, dan pengetahuan yang dimiliki orang pada objek (Crompton, 1979). Keseluruhan atau totalitas *image* berdasarkan atribut individu dan juga mengungkapkan hubungan antara atribut kognitif dan keseluruhan *image* Totalitas *image* tergantung pada evaluasi berbagai produk dan layanan (Susilowati dan Sugandini, 2018). Persepsi

wisatawan tentang atribut tujuan dari berbagai kegiatan dan atraksi di suatu daerah berinteraksi untuk membentuk *image* keseluruhan (Gartner, 1993). *Image* dibentuk oleh penilaian kognitif dan afektif, penilaian afektif berdasarkan perasaan dan emosi individu terhadap suatu objek (Baloglu dan Mangalolu 2001).

#### ***Destination quality dan eWOM***

Destinasi wisata didefinisikan sebagai lokasi sekelompok objek wisata, fasilitas wisatawan dan layanan (Kim dan Brown, 2012), dan kombinasi dari berbagai fitur-fitur produk pariwisata (Zabkar *et al.*, 2010). Zabkar (2010) menunjukkan bahwa terdapat empat As (*Attractions, Access, Amenities and Ancillary services*) dan 6A yaitu (*Attractions, Access, Amenities, Available packages, Activities and Ancillary services*) untuk menunjukkan kualitas destinasi wisata. Moutinho *et al.*, (2012) menyatakan bahwa penggunaan atribut berbeda penting untuk menilai *destination quality*. Baloglu dan McCleary (1999) mengusulkan bahwa kualitas destinasi wisata bisa berpengaruh pada *WOM*. *Word-of-mouth (WOM)* menurut Sugandini dan Susilowati (2018) merupakan komunikasi dari orang ke orang antara penerima dan komunikator sebagai bentuk komunikasi non-komersial, mengenai merek, produk atau layanan". *Positive WOM* sangat efektif karena beberapa alasan. Pertama, sesuai dengan informan yang menggambarkan informasi dengan cara yang relevan kepada penerima. Kedua, menghemat waktu dan uang dalam mengidentifikasi informasi yang tepat. Ketiga, setidaknya jika ditawarkan melalui sumber-sumber informal, ia bersifat independen, karena informan tidak memiliki kepentingan dalam penjualan layanan, yang menambah kredibilitasnya (Herr *et al.*, 1991).

Bone (1995) menunjukkan bahwa pengaruh *WOM* lebih kuat ketika konsumen menghadapi situasi ambigu. *eWOM* sangat penting bagi penyedia yang penawarannya terutama tidak berwujud dan berbasis pengalaman (Ng, David dan Dagger, 2011). Deskripsi terakhir sangat relevan untuk pilihan tujuan sebagai wisatawan sangat bergantung pada saran dari orang lain yang telah mengalami tujuan yang dimaksud. Karena produk pariwisata sifatnya yang tidak berwujud dan sering ambigu, *WOM* lebih kuat mempengaruhi pilihan destinasi tujuan wisata dari pada pada industri lain (Tat *et al.*, 2011). Semakin berkualitas destinasi wisata, maka destinasi tersebut akan semakin sering diperbincangkan oleh konsumen melalui media elektronik.

Swarbrooke dan Horner (2007), menyatakan bahwa terdapat dua determinan keputusan mengunjungi destinasi wisata, yaitu (1) determinan yang mempengaruhi secara personal, seperti: persepsi terhadap suatu destinasi wisata, situasi pada saat akan melakukan perjalanan wisata, pengetahuan wisatawan akan destinasi wisata, dan pengalaman masa lalu wisatawan, (2) determinan yang mempengaruhi secara eksternal, seperti pandangan teman kerabat, aktivitas pemasaran dari industri kepariwisataan, pengaruh media, faktor-faktor sosial, ekonomi, politik secara nasional maupun global. Sedangkan menurut Middleton *et al.*, (2009) menyatakan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi sikap wisatawan, yaitu daya tarik destinasi wisata, seperti kondisi alam (*nature*), *culture* ataupun *event* hiburan, ketersediaan fasilitas utama dan pendukung di destinasi wisata, aksesibilitas destinasi wisata, *image* destinasi wisata, tingkat harga destinasi wisata, kualitas destinasi serta promosi dari organisasi wisata untuk memperkenalkan suatu destinasi wisata (Sugandini *et al.*, 2018).

#### ***eWOM (Electronic Word of Communication)***

Baloglu dan McCleary (1999); Ishida *et al.*, (2016) menyatakan bahwa rekomendasi dari mulut ke mulut dari teman dan kerabat merupakan sumber penting dalam membentuk citra wisata. Beerli dan Martin (2004) menyatakan bahwa kata-kata dari mulut ke mulut adalah saluran komunikasi yang paling dipercaya dan benar, yang juga secara signifikan mempengaruhi *destination image*. Beerli dan Martin (2004) juga menyatakan bahwa *destination image* merupakan konsep yang terbentuk dari konsekuensi kognitif dan afektif. Evaluasi kognitif mengacu pada pengetahuan individu dan keyakinan tentang wisata, sementara penilaian afektif berhubungan dengan perasaan individu terhadap wisata. Susilowati dan Sugandini (2018),

menunjukkan bahwa kualitas destinasi berpengaruh pada *destination image*. Lebih lanjut *destination image* dapat membentuk seseorang melakukan *eWOM* yang baik. Mason dan Nassivera, (2012) menyatakan bahwa terdapat hubungan kualitas layanan dan loyalitas. Pelanggan setia cenderung lebih terbuka dengan dukungan WOM positif, referensi, dan kunjungan berulang. Cole dan Illum (2006) dan Chen and Tsai (2007) menyatakan bahwa terdapat hubungan kualitas layanan dan niat perilaku. *Electronic Word-of-Mouth (eWOM)* merupakan pernyataan positif dan negatif tentang apa pun yang dibuat oleh calon pelanggan atau pelanggan tentang suatu produk atau perusahaan, yang tersedia bagi banyak orang melalui internet (Hennig-Thurau, Gwinner, Walsh dan Gremler, 2004).

### **HIPOTESIS**

Penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H1: Kualitas destinasi berpengaruh pada *e-WOM*.

H2: Kualitas destinasi berpengaruh pada *destination image*

H3: *e-WOM* berpengaruh pada *destination image* .

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian survei dengan telah mengelompokkan responden berdasarkan motivasi wisata. Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah wisatawan yang termotivasi untuk mengunjungi destinasi wisata alam dan minat khusus (desa wisata dan *live-in*), Responden ini dianggap paling tepat dalam memprediksi *image* wisatawan pada CBT. Penelitian ini menggunakan data primer dengan kuesioner melalui indept interview sehingga menghasilkan data yang benar-benar akurat dan dipercaya. Kuesioner dalam penelitian ini berjumlah 11 yang terdiri dari 3 pertanyaan *destination image* (Jenkins, 1999), 4 pertanyaan *eWOM* (Susilowati dan Sugandini, 2018; Sugandini *et al*, 2018), dan 4 pertanyaan *destination quality* (Parasuraman *et al.*, 1988; Chen and Tsai, 2007). Jawaban responden mengacu pada 5 poin skala Likert mulai dari sangat setuju dan sangat tidak setuju. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang mengunjungi destinasi wisata berbasis masyarakat yang ada di wilayah. Teknik pengambilan sampelnya menggunakan *non random sampling*, yaitu *purposive sampling*. Adapun kriterianya adalah respondennya adalah tujuan wisata responden adalah minat khusus, yaitu responden yang benar-benar mempunyai motivasi mengunjungi desa wisata dan *live-in* di desa wisata Grogol dan *lava tour Merapi*. Jumlah responden adalah sebanyak 120 responden. Teknik analisa data menggunakan *Structural Equation Modeling*. Pengaruh langsung (koefisien jalur) diamati dari bobot regresi terstandar, dengan pengujian signifikansi pembandingan nilai CR (*Critical Ratio*) yang sama dengan nilai t-hitung (Hair *et al.*, 1998). Dari keluaran program AMOS akan diamati hubungan kausal antar variabel dengan melihat efek langsung dan efek tak langsung serta efek totalnya. Penilaian signifikansi berpedoman pada nilai probabilitas (p), batas signifikansi yang digunakan adalah nilai  $p \leq 0,05$ . Pengujian terhadap model yang dikembangkan dengan berbagai kriteria *Goodness of Fit*, yakni *Chi-square*, *probality*, *RMSEA*, *GFI*, dan *TLI* (Hair *et al.*, 1998).

**HASIL PENELITIAN**

**Deskripsi Karakteristik Responden.**

Deskripsi responden dalam penelitian ini ditunjukkan dalam tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden

<b>Demografi</b>		<b>Asal wisatawan</b>	-Wisatawan Nusantara 50% -Wisatawan International 50%
Jenis Kelamin	-Laki-laki 42%, -Perempuan 58%	<b>Tujuan/ Daya tarik wisata</b>	-Kemudahan akses 37% -Fasilitas yang mendukung 30%, -Popularitas 12%, -Harga yang terjangkau 18% -Wisata baru 3%,
Umur	-≤ 20 tahun 31% -≥ 20 tahun 69%	<b>Sumber informasi perjalanan</b>	-Teman / kerabat (11%) -Brosur elektronik (8%) -Internet dan <i>Social media</i> (72%) - Agen perjalanan (9%)
Pendidikan	-SMP, SMA 36% -Diploma, sarjana 54% -Lainnya 10%		
Pekerjaan	-Pelajar dan Mahasiswa 40% -Pegawai perusahaan/Swasta 48% -Pegawai pemerintah 12%		
<b>Jenis yang diinginkan</b>	<b>CBT</b> -Minat khusus (Desa wisata) 90 %. -wisata pendidikan, budaya dan <i>live in</i> 10%.		

**Hasil pengujian Validitas dan Reliabilitas**

Penelitian ini menggunakan data yang dikumpulkan dari 120 wisatawan CBT yang ada di Sleman DIY. Data diperoleh dengan menggunakan instrumen yang dilengkapi dengan *Indepth Interview*. Hasil Analisis *confirmatory factor analysis* menjelaskan bahwa tiga *construct* yaitu: *destination quality*, *eWOM* dan *destination image* yang terdiri atas 11 butir pertanyaan dinyatakan validitas baik karena memiliki *standardized factor loadings*  $\geq 0.3$ , dan *reliable*, yang ditunjukkan dengan nilai *construct reliability* di atas 0,7 dan *variance extracted*  $\geq 0,50$  (Hair *et al.*, 1998).

**Hasil pengujian Model *destination image* menggunakan SEM.**

Hasil pengujian model SEM *destination image* dengan menggunakan AMOS dapat dilihat dalam gambar 1. Evaluasi terhadap hasil pengujian model tersebut dapat dilihat dalam Tabel 2.

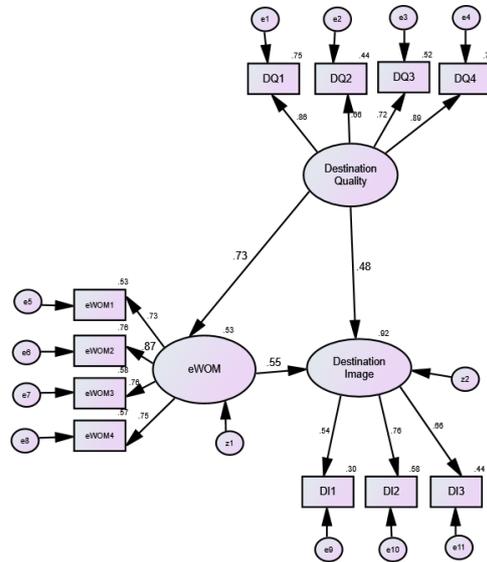


Figure 1  
 Structural Equation Modelling  
 Destination Image

Tabel. 2. Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices

Kriteria	Hasil	Nilai Kritis *)	Evaluasi Model
<i>Cmin/DF</i>	5.329	$1 \leq Cmin/DF \leq 5,00$	Baik
<i>Probability</i>	0.041	$\geq 0,05$	Baik
<i>RMSEA</i>	0.018	$\leq 0,08$	Baik
<i>GFI</i>	0.934	$\geq 0,90$	Baik
<i>TLI</i>	0.945	$\geq 0,95$	Baik
<i>CFI</i>	0.962	$\geq 0,94$	Baik

Sumber : \*) Hair *et al.*, (1998).

Dari Tabel 2 dapat dijelaskan bahwa model *destination image* dapat diterima. Untuk menguji hipotesis hubungan kausal antara kualitas destinasi, *eWOM* dan *destination image* disajikan koefisien jalur yang menunjukkan hubungan kausal antara variabel tersebut. Hubungan tersebut ditunjukkan dalam Tabel 3.

Tabel 3. Koefisien Jalur (*Standardize Regression*) antar Variabel

Jalur	Koefisien Jalur	Probabilitas (p)	CR	Keterangan
<i>eWOM</i> ← <i>Destination_Quality</i>	0.729	0.00	10.549	Terdukung
<i>Destination_Image</i> ← <i>Destination_Quality</i>	0.485	0.00	5.497	Terdukung
<i>Destination_Image</i> ← <i>eWOM</i>	0.549	0.00	6.043	Terdukung

Sumber: Data primer diolah 2018

Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai probability ( $p$ ). Dikatakan signifikan apabila nilai  $p \leq 0.05$ . Dengan kriteria tersebut terlihat semua jalur signifikan sehingga semua hipotesis diterima.

## **PEMBAHASAN**

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa model *destination image* pada CBT di wilayah Sleman DIY adalah *fit*, artinya model *destination image* bisa dijelaskan oleh *destination quality* dan *eWOM*. Pengaruh *destination quality* terhadap *eWOM* sebesar 72.9%, dan dalam penelitian ini mendukung temuan riset yang dilakukan oleh Kim dan Brown, (2012); Zabkar *et al.*, (2010); Moutinho *et al.*, (2012). Pengaruh *destination quality* terhadap *destination image* adalah positif sebesar 48.5%, artinya kualitas layanan yang baik akan mempengaruhi wisatawan dalam membentuk citra destinasi. Hasil penelitian ini mendukung Ishida *et al.*, (2016); Tat *et al.*, (2011); Susilowati dan Sugandini, (2018) yang menyatakan bahwa semakin berkualitas sebuah destinasi wisata, maka destinasi tersebut akan semakin sering diperbincangkan oleh konsumen melalui media elektronik. Pengaruh *e-Wom* terhadap *destination image* juga didukung, artinya bahwa wisatawan yang berkunjung ke desa wisata di Sleman bisa merasa percaya dengan komunikasi secara elektronik melalui social media dan internet lainnya menjadi pendorong wisatawan ini mengunjungi desas wisata. Pengaruh *eWOM* terhadap *destination image* sebesar 54.9%. Hasil penelitian ini mendukung Mason dan Nassivera, (2012); Chen and Tsai (2007).

## **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

Hasil riset ini menunjukkan bahwa *destination image* menjadi salah satu hal yang dapat meningkatkan kunjungan wisata di sebuah destinasi wisata. *Destination image* yang dianalisis dalam penelitian ini dipengaruhi oleh kualitas destinasi wisata dan *e-WOM*. Pariwisata berbasis masyarakat yang ada di Sleman menunjukkan kualitas yang bagus, artinya desa wisata di Sleman memiliki pemandangan alam yang indah, bersih, masyarakatnya ramah dan lingkungan yang sejuk. Di samping itu, kemauan para wisatawan yang datang ke destinasi wisata minat khusus desa wisata di Sleman biasanya langsung meng-*upload* hasil kunjungannya di media *social* yang mereka miliki, sehingga komunikasi dari mulut ke mulut secara elektronik ini cepet tersebar. Hasilnya, *e-WOM* dapat meningkatkan *image* desa wisata yang ada di Sleman. Namun sayangnya, penelitian ini belum menganalisis lebih lanjut tentang efek dari wisata terhadap ekonomi masyarakat dan kehidupan sosial masyarakat. Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya efek keberhasilan pengelolaan destinasi wisata dapat diteliti lebih lanjut, agar bisa mengukur dengan tepat apakah kunjungan wisatawan di sebuah destinasi berdampak positif atau negatif terhadap eonomi masyarakat setempat.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Baloglu S. and Mangaloglu M. (2001). "Tourism destination images of Turkey, Egypt, Greece, and Italy as perceived by US-based tour operators and travel agents". *Tourism Management*. 22: 1-9.
- Baloglu S. and McCleary K. W. (1999). "A Model of destination image formation". *Annals of Tourism Research*. 26(4): 868-897.
- Barich, H. and Kotler, P. (1990). "A framework for marketing image management". *Sloan management review*, Vol. 32, No. 2, pp. 94-104.
- Berli, A and Martin, J.D. (2004). "Factors influencing destination image". *Ann. Tour. Res.*31, 657-681
- Blal, I.; Sturman, M. (2014). "The differential effects of the quality and quantity of online reviews on hotel room sales". *CQ*, 55, 365-375.

- Bone, P.F. (1995). "Word-of-mouth effects on short-term and long-term product judgments". *J. Bus. Res.* 32, 213–223
- Chen, C and Tsai, D. (2007). "How Destination Image and Evaluative Factors Affect Behavioral Intentions? *Tourism Management*. Vol 28, pp: 1115-1122.
- Cole, T. & Illum, S. (2006). Examining the mediating role of festival visitors' satisfaction in the relationship between service quality and behavioural intentions. *Journal of Vacation Marketing*, 12(2), 160-173.
- Crompton, J. L. (1979). "An assessment of the image of Mexico as a vacation destination and the influence of geographical location upon that image". *Journal of Travel Research*, 17(4), 18-23.
- Gartner, W.C. (1993). "Image formation process". *J. Travel Tour. Mark.* 2, 191–216.
- Grigoroudis, E., Siskos Y. (2010). Customer satisfaction evaluation: Methods for measuring and implementing service quality. *Technical University of Crete*.
- Hair Jr., Anderson R.E., Tatham R.L and Black W.C (1998). "Multivariate data analysis," *New Jersey: Prentice-Hall International, Inc Hawkins D.I., Best*.
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., and Gremler D.D. (2004). "Electronic word-of-mouth via consumer- opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet?" *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38–52
- Herr, P.M.; Kardes, F.R.; Kim, J. Effects of word-of-mouth and product attribute information on persuasion: An accessible-diagnostics perspective. *J. Consum. Res.* 17, 454–462.
- Swarbrooke, J and Horner, S. (2007). *Consumer Behaviour in Tourism – 2 nd Edition*, Oxford: Butterworth Heinemann
- Ishida, Koji., Slevitch, Lisa and Siamionava, Katia (2016). "The effects of traditional and electronic word-of-mouth on destination image: A case of vacation tourists visiting branson, missouri". *Adm. Sci.* Vol. 6. 12; doi:10.3390/admsci6040012 [www.mdpi.com/journal/admsci](http://www.mdpi.com/journal/admsci)
- Jamaludin, Nor Lelawati and Sam, David Lackland. (2018). "Destination motivation, cultural orientation, and adaptation: International students' destination-loyalty intention, *Journal of International Students*, Volume 8, Issue 1. 38–65.
- Jenkins, Olivia H. (1999). "Understanding and measuring tourist destination images. *International Journal of Tourism Research*. Vol.1, p. 1-15.
- Karakitsiou, A., A. Mavrommati, A. Migdalas, and K. Tsiakali, (2007). "Customer satisfaction evaluation in the tourism industry: The case of Chania". *Foundations of Computing and Decision Sciences*, 32 (2), 111-124.
- Kim, A.K. and Brown, G. (2012), "Understanding the relationships between perceived travel experiences, overall satisfaction, and destination loyalty". *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, Vol. 23 No. 3. 328-347.
- Lee, Choong-Ki., Kang, Soo., Reisinger, Yvette and Kim, Natalia. (2012). "Incongruence in destination image: Central Asia Region". *Tourism Geographies*. Vol. 14, No. 4, 599–624
- Litvin, S.W., Goldsmith, E.R., and Pan, B. (2008). "Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism Management". *Tourism Management*. 29, 458–468
- Mason, M.C and Nassivera, F. (2012). "A conceptualization of the relationships between quality, satisfaction, behavioral intention and awareness of a festival". *Journal of Hospitality Marketing and Management*. 22(2), 162–182.
- Middleton, V., Fyall, A., Morgan, M and Ranchhod, A. (2009). *Marketing in travel and tourism*. 4<sup>th</sup> edition. Oxford, UK: Butterworth-Heinemann.
- John Naisbitt, (1995). *Megatrends Asia The Eight Asian Megatrends That Are Changing The World*. London, Nicholas Breal.
- Nesci, F.S (2014), "Sustainable tourism in the metropolitan area," *Advanced Engineering Forum*. Vol. 11, p. 555-559.

- Ng, S.; David, M.; Dagger, T (2011). "Generating positive word-of-mouth in the service experience". *MSQ*. 21,133–151.
- Parasuraman, A., Zeithaml, Valerie A. and Berry, Leonard L. (1988) "SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality," *Journal of Retailing*, vol. 64(1), p. 12-40
- Scheyvens, R. (2002). *Tourism for development: empowering communities*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Sugandini, D., Effendi, M.I, Aribowo, A.S and Utami, Y.S. (2018). "Marketing strategy on community based tourism in Special Region of Yogyakarta". *Journal of Environmental Management and Tourism*, Volume IX, Issue 4 (28) Summer.
- Susilowati, C., Sugandini, D. (2018). "Perceived value, eword-of-mouth, traditional word-of mouth, and perceived quality to destination image of vacation tourists". *Review of Integrative Business and Economics Research*, Vol. 7(s1), pp: 312-321
- Tasci, A., and Gartner, W. (2007). "destination image and its functional relationships". *Journal of Travel Research*, 45(4), 413-425.
- Tat, H. H., Sook-Min, S., Ai-Chin, T., Rasli, A and Hamid, A. B. A. (2011). "Consumers' purchase intentions in fast food restaurants: An empirical study on undergraduate students". *The special issue on contemporary issues in Business and Economics*. 2 (5).
- Timothy, D. J. (1999), "Participatory planning: A view of tourism in Indonesia," *Annals of Tourism Research*. 26(2), 371-391.
- Tosun, C. (2000), "Limits to community participation in the tourism development process in developing countries," *Tourism Management*. 21, 613-633.
- Yilmaz, Y., Yilmaz, Y., İçigen, E.T., Ekin, Y and Utku, B.D (2009). "Destination Image: A comparative study on pre and post trip image variations". *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18:461–479.
- Zabkar, V., Brenc, M. M and Dmitrovic, T. (2010). "Modelling perceived quality, visitor satisfaction and behavioural intentions at the destination level". *Tourism management*, 31(4), 537-546.

---

Undang-Undang No 10 tahun 2009, tentang Kepariwisataaan Indonesia.

## **IMPLEMENTASI MODEL KOMUNIKASI BENCANA BERBASIS KOMUNITAS MELALUI RENCANA KONTIJENSI ERUPSI GUNUNG SINABUNG**

**Puji Lestari, Eko Teguh P, Arif Rianto BN**

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

Email: [puji.lestari@upnyk.ac.id](mailto:puji.lestari@upnyk.ac.id), [paripurno@gmail.com](mailto:paripurno@gmail.com), [arif.rianto@gmail.com](mailto:arif.rianto@gmail.com)

### **ABSTRACK**

*The purpose of this study was to implement a trial of disaster communication model in Community-Based Disaster Risk Management through the Mount Sinabung Eruption Contingency Plan program, Karo District, North Sumatra. The object of this research is the ability of government institutions, non-governmental organizations and communities as perpetrators of CBDRR. This study used descriptive qualitative method. The main purpose in using this method is to describe the nature, character and causes caused by a phenomenon. The results of this study indicate that group communication is a communication from various communities to compile various contingency documents. The similarity of culture and similarities in the fate of the communities involved is one strategy that can produce contingency documents.*

**Keyword:** *Disaster communication, community, contingency plan, Sinabung*

### **PENDAHULUAN**

Gunung Sinabung merupakan gunung yang tertidur sejak tahun 1600. Pada tahun 2010 Gunung Sinabung mengalami erupsi dan berlanjut pada tahun 2013, 2015, 2016 and 2018 (Kusumayudha et al., 2018). Hingga kini, tidak dapat dideteksi kapan erupsi Sinabung akan berakhir. Erupsi Gunung Sinabung mengakibatkan berbagai dampak dalam kehidupan masyarakat sekitarnya. Kerusakan terjadi terutama pada tempat tinggal dan fasilitas umum. Pada erupsi yang terjadi tahun 2015 terdapat 17 orang meninggal dunia akibat erupsi tersebut. Tahun 2016 korban bertambah sejumlah 7 orang karena tergulung awan panas dan 4 orang terseret lahar dingin.

Dalam situasi bencana, manajemen komunikasi bencana dapat dilakukan untuk mengurangi risiko bencana. Komunikasi dalam bencana tidak saja dibutuhkan dalam kondisi darurat bencana, tapi juga penting pada saat pra bencana. Mempersiapkan masyarakat di daerah rawan bencana tentu harus senantiasa dilakukan. Selain informasi yang memadai tentang potensi bencana di suatu daerah, pelatihan dan internalisasi kebiasaan menghadapi situasi bencana juga harus dilakukan secara berkelanjutan (Rudianto, 2015: 59). Komunikasi dalam bencana merupakan salah satu hal yang penting, seperti saat mitigasi bencana. Komunikasi mitigasi bencana merupakan tindakan yang harus menjadi prioritas utama untuk dipikirkan dan dilakukan kepada masyarakat yang bertempat tinggal di wilayah rawan bencana (Rokusmah, 2013: 60)

Berdasarkan temuan penelitian Lestari,dkk (2016) manajemen komunikasi bencana erupsi Gunung Sinabung kurang tertata dengan baik, butuh pengelolaan yang baik, antara lain

melalui Rencana Kontijensi untuk mengurangi risiko bencana Sinabung. Komunikasi bencana untuk pengurangan risiko bencana berbasis komunitas (PRBBK) melalui Rencana Kontijensi merupakan praktik mitigasi yang dilembagakan dengan pengetahuan dan konsep yang lebih sistematis. PRBBK adalah salah satu pilar penting dalam upaya pengelolaan risiko bencana saat ini, namun di Pemerintah Kabupaten Karo, Provinsi Sumatera Utara pelaksanaannya belum memiliki Rencana Kontijensi.

Pencarian model komunikasi bencana melalui program Rencana Kontijensi Erupsi Gunung Sinabung menjadi penting guna mewujudkan ketangguhan komunitas menghadapi bencana Gunung Sinabung. Penelitian ini menggunakan teori Identitas Kultural. Teori Identitas Kultural menurut Roger & Steinfatt (dalam Suryandari, 2017) akan menentukan individu-individu yang termasuk dalam *ingroup* dan *outgroup* secara kultural. Prilaku seseorang sebagian ditentukan oleh apakah mereka termasuk ke dalam budaya tertentu atau tidak. Di sisi yang lain, kemajemukan budaya dengan identitas kultural yang dimiliki masing-masing etnis, merupakan kekayaan bangsa yang sangat bernilai apalagi di tengah desakan budaya global saat ini. Teori ini relevan dengan penelitian ini bahwa dalam proses penyusunan dokumen Rencana Kontijensi Sinabung melibatkan berbagai komunitas yang memiliki identitas kultural beragam dari identitas etnis, jenis kelamin, tingkat ekonomi, pendidikan, perasaan senasib, dan perilaku yang dipengaruhi oleh kelompok mayoritas. Keragaman identitas kultural mewarnai proses penyusunan Rencana Kontijensi maupun hasilnya.

Penelitian ini mendukung Rencana Strategis Penelitian UPN Veteran Yogyakarta tahun 2016-2020 di bidang mitigasi bencana dan lingkungan khususnya bencana gunung api pada program peningkatan sistem informasi kebencanaan untuk peringatan dini dan deteksi dini yang efektif. Penelitian dilakukan di daerah rawan bencana Gunung Sinabung, Kabupaten Karo Provinsi Sumatera Utara. Tujuan penelitian ini untuk implementasi atau uji coba model komunikasi Pengelolaan Risiko Bencana Berbasis Komunitas (PRBBK) melalui program Rencana Kontijensi Erupsi Gunung Sinabung, Kabupaten Karo, Provinsi Sumatera Utara.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mengidentifikasi implementasi atau uji coba model komunikasi Pengelolaan Risiko Bencana Berbasis Komunitas (PRBBK) melalui program Rencana Kontijensi Erupsi Gunung Sinabung, Kabupaten Karo, Provinsi Sumatera Utara. Tujuan utama dalam menggunakan metode ini adalah dapat menggambarkan sifat, karakter serta sebab-akibat yang ditimbulkan oleh sebuah fenomena. Menurut Bungin (2007:68) penelitian deskriptif kualitatif akan memiliki tujuan untuk menggambarkan dan meringkaskan berbagai kondisi dan situasi. Penelitian deskriptif berupaya menarik realitas permukaan sebagai ciri, karakter, sifat, model ataupun fenomena tertentu.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan Focus Group Discussion (FGD), wawancara, observasi dan dokumentasi. Carey (dalam Afyanti, 2008: 59), menjelaskan karakteristik pelaksanaan metode FGD yaitu menggunakan wawancara semi struktur kepada suatu kelompok individu dengan seorang moderator yang memimpin diskusi dengan tatanan informal dan bertujuan mengumpulkan data atau informasi tentang topik isu tertentu. Metode FGD memiliki karakteristik jumlah individu yang cukup bervariasi untuk satu kelompok diskusi.

Penelitian dilakukan dengan tahapan (1) Pengorganisasian data, verifikasi data, dan

penyimpulan sementara program Rencana Kontijensi, (2) Implementasi model melalui Gladi Meja (Table Top Exercice disingkat TTX) tentang Renkon Erupsi Gunung Sinabung. Manfaat penelitian (1) Terlaksananya pengelolaan risiko bencana erupsi Gunung Sinabung melalui Rencana Kontijensi yang lebih terstruktur dan sistematis, (2) Terfasilitasinya program Rencana Kontijensi guna mewujudkan ketangguhan terhadap risiko bencana Gunung Sinabung, (3) Memungkinkan lahirnya kebijakan Rencana Kontijensi yang mendukung proses perwujudan ketangguhan komunitas dalam pengelolaan risiko bencana Gunung Sinabung.

### **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 Gunung Sinabung. Hasil penelusuran peneliti menemukan rencana kontijensi erupsi Gunung 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.

Pada tahun ini, peneliti melakukan uji coba atas perbaikan Rencana Kontijensi pada tahun sebelumnya. Rencana Kontijensi 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. Seluruh rencana kontijensi diperbarui sesuai data terbaru 2018.

Hasil yang diperoleh dari implementasi Renkon Sinabung (Gladi Meja) di Ruang Rapat Asisten Kabupaten Karo pada 28 Maret 2018, pukul 09.00 WIB bertujuan untuk memvalidasi pemikiran/ide berupa prosedur, rencana kontijensi, rencana operasi, dan kesepakatan kerjasama. Tugas/mandat dalam keadaan normal/pra-bencana dan waspada dari setiap pihak yang terlibat, antara lain (1) BPMBG, Armen Putra yang bertugas melaporkan ke BPBD, dan melakukan pendataan dimana ketika terjadi peningkatan gunung sinabung diadakan sosialisasi, sehingga saat terjadi erupsi lancar. (2) BPBD, Ginting yang bertugas memberikan sosialisasi bagaimana bahaya, evakuasi, dan membuat jalur-jalur/rambu-rambu untuk jalur evakuasi ketika terjadi bencana gunung api. (3) Kasdim yang bertugas untuk mengumpulkan staf, membuat rencana perlibatan, merencanakan perencanaan kebutuhan personil, merencanakan kegiatan satuan tugas, merencanakan anggaran yang dibutuhkan ke instansi atau daerah.

Persiapan yang dilakukan dengan melakukan koordinasi dengan BNPD dan BPBD dan instansi terkait di daerah, berusaha memberikan arahan dan saran kepada bawahan sesuai dengan tugas, kegiatan untuk personil, menghimpun sumberdaya yang bisa digunakan ketika gunung meletus, mengkonfirmasi anggaran, kegiatan mitigasi yang dibantu oleh instansi yang dapat mengurangi kerugian, penyusunan organisasi, menentukan kegiatan yang dibuat, membuat rencana operasi yang nantinya akan berubah menjadi perintah operasi ketika terjadi erupsi, pelatihan-pelatihan, memnentukan satuan yang melaksanakan tugas, menjabarkan anggaran untuk latihan dll, mengendalikan diklat untuk kontijensi, sumberdaya dan potensi, penutup dengan melatih posko 1 (staf staf yang dilatih yang unsur—unsur pelayanan), gladi posko 2 (secara teknis akan diriilkan), menyempurnakan semua yang sudah dikerjakan dan hasil eksistensi

(keterempalan dll), lalu membuat laporan untuk atasan. (4) Satpol PP, Darwin Tarigan menyediakan materil dan anggota, dupleton 2 anggota, pleton 1 unit, mobil damkar 9 unit. Instansi ini tidak membahas anggaran, karena anggaran ada di BPBD. BPBD sebaiknya melakukan pelatihan untuk Satpol PP. Beberapa masukan dari Eko Teguh dalam hal penyampaian tugas dari masing-masing divisi pada saat keadaan normal/pra-bencana dan waspada, yaitu melihat dimana sebaiknya dilakukan titik kumpul untuk melakukan sosialisasi dan siapa yang melakukan sosialisasi. Mengisi peran dan ruang yang kosong.

Tugas/mandat dalam keadaan siaga dan awas dari setiap pihak yang terlibat, antara lain: (1) BPMBG, Armen Putra memberi informasi KRB 1 dan 2, memberitakan daerah yang dievakuasi dan ancamannya. (2) BPBD melakukan koordinasi persiapan personil OPD atau sarana dan prasaran setiap OPD, menyiapkan *logistic* atau mengadakan kegaitan kepada perusahaan swasta, anggaran masih terlambat, Perda sudah disusun sehingga bisa menggunakan ketika bencana, mengerahkan sumberdaya yang ada yang diperintahkan oleh komandan operasi, sarana dan prasarana sudah disiapkan. (3) Kasdim bertugas membuat RO (renana operasi) menjadi perintah untuk menganggulaingi bencana, tindakan bencana yang berkoordinasi dengna instansi, mengirimkan ajudulum (mengukur skala prioritas dan penentuan tugas), menyusun rencana pergeseran pasukan 125 dan organik, rencana penyaluran bantuan kemanusiaan, merencanakan hal hal yang antispasip ang timbul dari bencana, tahap bencana: akan digeser ke skala prioritas, berkerjsama dengan orari (mengaktifkan komunikasi intern atau out), siapkan bantuan bencana, menyesuaikan dengan data yang didadapat sehingga dapat dikirim personil, mengecek peralatan yang disiapkan, segala kemappuan satgas, dikaji dengan tepat, identifikasi prasarana, pelayanan, kemampuan sumberdaya alam, mengendarilkan unsur pertolongan, mengerahkan sumberdaya ke masyarakat, mendirikan posko utama dan poskaktif dan mengaktifkan semua sistem komunikasi, siapkan titik bekal untuk distribusi, menentukan dan menyiapkan penampungan untuk pengungsian korban (barak), memebrikakn bantuan kesehatan, mencatat kondisi nata dan dampak bencana, mengorganisir personil dan materil (atau kurang efisien), pencarian korban dengan SAR, rapat koordinasi untuk pembagian tugas pada saat ada waktu, atispasip dari yang timbul dari dampak bencana, melakukan koordinasi dengan jaringagn kerja, perdayakan masyarakat untk memberikan evakuasi, penyuluhan kepada masyarakat, pengawasan dan pengendalian untuk unsur masyarakat, keamanan masyarakat berkoordinasi dengan TNI dan POLRI, melaporkan situasi ke komando atas dan pemerintah setempat. (4) Satpol PP bertugas melakukan koordinasi untuk menurunkan sarana dan prasarana. Beberapa masukan dari Eko Teguh dalam hal penyampaian tugas dari masing-masing divisi pada saat keadaan siaga dan awas, yaitu mobilisasi sumberdaya belum bisa dilakukan jika belum ada status tanggap darurat. Ada aturan mengenai operasi tanggap darurat.

Tugas/mandat dalam keadaan pasca dari setiap pihak yang terlibat, antara lain: (1) BPBD bertugas memfasilitasi desa-desa yang terkena bencana (memperbaiki atau membangun seperti HUNTAP). (2) Kasdim bertugas untuk rehabilitasi dan rekontruksi daerah bencana dan korban bantuan rehabilitasi dengan adanya satgas, hingga menunggu program rehabilitasi fisik dan non fisik, perbaikan lingkungan daerah bencana, menghindari wabah penyakit, perbaikan saran dan prasaran umum agar menunjang masyarakat contoh jalan, rumah sakit, sekolah dll, pemberian bantuan tempat tinggal, pelayanan kesehatan dll, melakukan patrol bersama, membuat pos kamling, rekonsialisasi dan konflik mengenai masalah tanah, pembagian hak waris, adm pemukiman. Pemulihan sosial ekonomi dan budaya dengan hidupkan lagi aktifitas pasar, program

jaka panjang: membuat pemukiman penduduk, sarana preasanara sosial, jalan, serta lahan bencana, membantu pemerintah untuk pemulihan daerah dengan menganalisa kerusakan. Membantu dalam ketahanan daerah, menyusun dan organisir untuk tugas kedepan, menganalisa dan evaluasi untuk penyempurnaan tugas bila ada bencana, selesaikan adm. (3) POLRI bertugas menyiapkan pemeliharaan pemukiman ke desa-desa, mendata harta benda yang masih tertinggal di lokasi, pemulihan kesehatan jasmani rohani dengan mendatangkan dokter, melakukan kegiatan hiburan untuk anak-anak korban bencana untuk pemulihan kesehatan dan psikologi, mensosialisasikan untuk meningkatkan ekonomi masyarakat, contoh peternakan ayam dengan tidak membutuhkan lahan yang besar dan tidak menimbulkan bau.

Komunikasi kelompok yang dilakukan merupakan komunikasi dari berbagai komunitas untuk menyusun berbagai dokumen kontijensi. Implementasi dalam penyusunan renkon menerapkan teori Identitas Kultural yaitu melibatkan, pihak perwakilan dari berbagai lembaga yaitu BPBD, PVMBG, TNI, Camat, Kominfo, ORARI, URC BPBD, Sat Pol PP, Dinas kesehatan, RSUD, URC BPBD, DPPPA, Tagana, Klasis, Dinas Lingkungan Hidup, URC BPBD, Dinas perhubungan, URC BPBD, Kominfo, POLRI, URC BPBD, Dinas Perikanan, Dinas Pertanian dan URC. Kesamaan budaya dan kesamaan nasib dari komunitas yang terlibat menjadi salah satu strategi yang dapat menghasilkan dokumen Rencana Kontijensi. Roger & Steinfatt (dalam Suryandari, 2017) menjelaskan bahwa identitas budaya akan menentukan individu secara kultural, hal itu berdampak pada perilaku seseorang. Dengan kesamaan tersebut, penyusunan dokumen kontijensi dapat terselesaikan sesuai dengan harapan komunitas untuk mengurangi dampak erupsi Gunung Sinabung.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini telah mengimplementasikan model komunikasi bencana berbasis komunitas untuk pengurangan risiko bencana melalui dokumen Rencana Kontijensi erupsi Gunung Sinabung. Berbagai komunitas terlibat dalam komunikasi kelompok, masing-masing mencerminkan identitas kultural yang dimilikinya. Berbagai identitas telah dapat disepakati dalam wujud dokumen Rencana Kontijensi. Hasil implementasi Rencana Kontijensi masih memerlukan perbaikan sesuai dengan situasi dan kondisi di lapangan, yaitu perkembangan mengenai erupsi Gunung Sinabung Kabupaten Karo Sumatera Utara Indonesia.

Rencana kontinjensi menjadi dokumen milik pemerintah Kabupaten Karo yang akan 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 disampaikan ke pihak legislatif untuk mendapatkan komitmen/dukungan politik dan alokasi anggaran.

Substansi penelitian ini bahwa perguruan tinggi (UPN "Veteran" Yogyakarta) mendukung proses pengurangan risiko bencana melalui pendampingan penyusunan dokumen Rencana Kontijensi erupsi Gunung Sinabung melalui dana Hibah Penelitian Ristekdikti skim Penelitian Terapan Unggulan Perguruan Tinggi.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Afiyanti, Yati. Focus Group Discussion (Diskusi Kelompok Terfokus) Sebagai Metode

- Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif. *Jurnal Keperawatan Indonesia* Volume 12, No. 1 Maret, hlm 58-62, 2008
- Bungin, Burhan. (2007). *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya, edisi kedua*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Kusumayudha, Sari Bahagiarti; Puji Lestari and Eko Teguh Paripurno. 2018. Eruption Characteristic of the Sleeping Volcano, Sinabung, North Sumatera, Indonesia, and SMS gateway for Disaster Early Warning System. *Jurnal Indonesian Journal of Geography* Vol. 50, No. 1, June 2018, hlm 70 – 77
- Lestari, Puji and Kusumayudha, Sari Bahagiarti and Paripurna, Eko Teguh. 2016. *Environmental Communication Model for Disaster Mitigation of Mount Sinabung Eruption Karo Regency of North Sumatra. Information an International Interdisciplinary Journal*, 19 (9(B)). . ISSN 1343-4500, hlm 4265-4270
- Suryandari, Nikmah. 2017. Eksistensi Identitas Kultural Di Tengah Masyarakat Multikultur Dan Desakan Budaya Global. *Jurnal Komunikasi Universitas Turnojoyo*, Vol. XI No. 01, Maret 2017, ISSN: 2549-4902 hlm 21-28
- Rudianto. 2015. Komunikasi Dalam Penanggulangan Bencana. *Jurnal Simbolika*, Volume 1, Nomor 1, April 2015 hlm 51-61
- Roskusmah, Titan. 2013. Komunikasi Mitigasi Bencana Oleh Badan Geologi Kesdm Di Gunung Api Merapi Prov. D. I. Yogyakarta. *Jurnal Kajian Komunikasi*, Volume 1, No. 1, Juni 2013, hlm 59-68

## **PEMETAAN STRATEGIK KLASTER TENUN LUTIK DAN BATIK KABUPATEN KLATEN DALAM UPAYA PENGUATAN EKONOMI LOKAL MELALUI INKUBASI BISNIS BERBASIS KOMUNITAS**

**Meilan Sugiarto, Herlina Jayadiyanti, Yekti Utami**  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta  
Email: [msugiarto89@gmail.com](mailto:msugiarto89@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Program pemberdayaan klaster dinilai strategis dalam rangka mempersiapkan daya saing UMKM di era Masyarakat Ekonomi ASEAN. Hal ini didorong oleh adanya tantangan kompetisi bisnis yang semakin berat dan membutuhkan tata kelola UMKM yang lebih profesional. UMKM tenun Lutik dan Batik merupakan salah satu klaster yang menjadi perhatian pemerintah Kabupaten Klaten untuk memperkuat ekonomi lokal, produk tersebut juga telah dijadikan sebagai produk khas Kabupaten Klaten. Pemberdayaan daya saing UMKM berbasis klaster diharapkan dapat meningkatkan dan mengembangkan ekonomi daerah lebih produktif, kreatif, inovatif dan berdaya saing yang berbasis pada potensi lokal untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pengentasan kemiskinan. Pemetaan kondisi klaster merupakan bagian dalam membuka potensi lokal dalam upaya penguatan ekonomi lokal melalui inkubator bisnis berbasis komunitas yang memfokuskan pada pandangan *resources based*.

**Kata kunci** : *pemetaan kondisi, klaster tenun Lutik dan Batik, daya saing UMKM, inkubator bisnis, resources based.*

### **PENDAHULUAN**

Visi Kabupaten Klaten adalah mewujudkan sebuah kota yang maju, mandiri dan berdaya saing, dimana salah misi strategis yang menjadi prioritas adalah program pemberdayaan daya saing UMKM berbasis klaster. Ancangan RPJMD 2015-2020 Kabupaten Klaten adalah mewujudkan keunggulan perekonomian berbasis klaster dan agropolitan. Sejak tahun 2010, pemerintah telah memetakan potensi klaster UMKM beserta kawasan wilayahnya, diantaranya klaster Lutik (lurik) dan klaster Batik yang sekaligus dijadikan salah satu ciri khas produk unggulan Kabupaten Klaten. Tujuannya meningkatkan dan mengembangkan ekonomi daerah yang lebih produktif, kreatif, inovatif dan berdaya saing berlandaskan ekonomi kerakyatan yang berbasis pada potensi lokal.

Penggunaan sumberdaya lokal sebagai keunggulan kompetitif menjadi isu yang menarik, baik di bidang akademik maupun praktis (Barney, 2001). Pendekatan yang digunakan dalam membangun daya saing berbasis sumberdaya lokal adalah *resources based view* untuk mengelola sumberdaya dan kapabilitas secara strategik. Berdasarkan sumberdaya lokal dan fokus perhatian pada proses menciptakan keunggulan kompetitif, maka *resources based view* dipercaya merupakan prinsip dasar yang menentukan perbedaan dalam menciptakan kemakmuran

(Biedenbach and Muller, 2012).

Program pemberdayaan kluster dinilai strategis dalam rangka mempersiapkan daya saing UMKM di era Masyarakat Ekonomi ASEAN, dimana tantangan kompetisi bisnis semakin berat dan membutuhkan tata kelola UMKM yang lebih profesional. Hasil survey awal mengidentifikasi dari 11 prioritas kluster yang telah dipetakan pemerintah daerah Kabupaten Klaten, Kluster Lutik dan Batik memiliki potensi perbaikan ekonomi lokal paling besar mengingat cakupan wilayah tersebar paling luas yakni di 9 kecamatan dimana jumlah pelaku UMKM paling banyak dan potensi peningkatan taraf hidup masyarakat sangat besar mengingat di beberapa kecamatan tersebut memiliki indeks angka kemiskinan cukup tinggi, khususnya di kecamatan Bayat, Kemalang, Trucuk dan Juwiring.

Keberpihakan pemerintah terhadap UMKM Tenun Lurik dan Batik diwujudkan dalam bentuk penetapan kebijakan atas pemberlakuan seragam kerja berbahan kain motif Lutik dan Batik di hari Kamis dan Jum'at bagi Pegawai Negeri Sipil (PNS). Adanya kebijakan tersebut diharapkan mampu mendorong pertumbuhan industri Lutik dan Batik di 9 Kecamatan, dampak pemberdayaan ekonomi lokal diharapkan dapat memperbaiki daya saing entitas usaha mulai dari penun/pembatik, pedagang hingga kelompok usaha penjahit. Kebijakan dinas terkait seperti Disperindagkop dan UMKM Kabupaten Klaten melalui program KUR (Kredit Usaha Rakyat) dengan bunga rendah dan tanpa agunan serta program pembagian kartu IUMK yaitu kartu ijin usaha bagi usaha menengah dan kecil di kabupaten Klaten.

Pemberdayaan UMKM dinilai merupakan sebuah solusi alternatif yang dirasakan tepat untuk meningkatkan ekonomi lokal. Secara lebih luas, ekonomi negara akan menjadi lebih kuat ketika didukung oleh UMKM yang secara signifikan memberikan kontribusi pada negaranya. Di Indonesia, UMKM sudah diketahui dengan jelas sebagai salah satu pendukung ekonomi ketika terjadi krisis ekonomi (Dipta, 2011).

Artikel ini memaparkan tentang hasil pemetaan stratejik kluster Lutik dan Batik di Kabupaten Klaten yang merupakan bagian dari hasil Penelitian Unggulan Perguruan Tinggi (PTUPT) tahun pertama dalam upaya penguatan ekonomi lokal melalui inkubasi bisnis berbasis komunitas, dimana tujuan utama penelitian tersebut adalah mengatasi permasalahan yang dihadapi UMKM kluster Lutik dan Batik di Kabupaten Klaten dengan meningkatkan sinergi pemerintah dan industri melalui penerapan inkubator bisnis berbasis komunitas.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **a. Pendekatan *Resources Based***

Pembangunan ekonomi lokal merujuk pada sebuah proses di mana pemerintah lokal dan swasta (organisasi yang ada di masyarakat) bekerjasama untuk mendorong berkembangnya aktifitas-aktifitas usaha sehingga terbuka kesempatan kerja lokal, khususnya bagi masyarakat yang kurang beruntung/miskin dan menganggur. Istilah lokal merujuk pada sebuah area geografis dari sebuah otoritas pemerintah lokal dengan penduduknya yang secara bersama-sama menggunakan sumberdaya yang ada dalam aktifitas kehidupan mereka. Otoritas pemerintahan yang dimaksud dapat berupa kecamatan, kota, atau desa. Tujuan utama pembangunan ekonomi lokal adalah menstimulasi terbukanya kesempatan-kesempatan kerja lokal/di daerah di sektor-sektor yang memanfaatkan sumberdaya manusia, alam, dan kelembagaan lokal (Blakely dan Bradshaw, 2002).

Pendekatan *resources based* telah dikembangkan dan dipelajari sebagai dasar untuk pengelolaan sumberdaya lokal untuk menghasilkan keunggulan kompetitif (Hitt, Ireland, and Hoskisson, 2011). Pendekatan tersebut merupakan sebuah konsep yang menekankan untuk fokus dan mengukur kompetensi inti yang dilakukan dengan analisis kapabilitas internal. Kunci dari pendekatan *resources based* adalah berbasis pada identifikasi sumberdaya lokal yang merupakan dasar utama untuk menemukan dan mengembangkan kompetensi inti. Kompetensi inti tersebut merupakan kapabilitas yang telah diidentifikasi, dikembangkan, dan digunakan dalam bisnis, dan akan menjadi dasar keunggulan kompetitif jangka panjang.

Menurut Moser (1998), sumberdaya atau aset sebagai input proses produksi, antara lain modal, kompetensi tenaga kerja, patent, keuangan dan bakat manajer. Sumberdaya tersebut secara umum sumber daya dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori, yaitu sumber daya fisik, sumberdaya manusia, dan organisasi. Satu sumberdaya tidak akan menghasilkan keunggulan bersaing yang berkelanjutan, oleh karena itu perlu kombinasi dan pengelompokkan secara integrasi dari sumberdaya tersebut untuk mencapai keunggulan bersaing.

Di dalam sebuah bisnis, sumberdaya termasuk keuangan, fisik, manusia, dan budaya digunakan untuk mengembangkan, menciptakan, dan menjual produk atau jasa pada para pelanggan. Mungkin setiap lokasi memiliki sumberdaya lokal, namun tidak secara otomatis menjadi unik dan kapabel untuk mencapai keunggulan bersaing secara berkelanjutan. Oleh karena itu, untuk membuat menjadi unik dan memiliki nilai tambah, pendekatan *resources based* merupakan pendekatan yang mampu menjadi pedoman agar sumberdaya sesuai dengan kebutuhannya. Dengan demikian, sumberdaya harus dikelola secara profesional sehingga akan menjadi keunggulan bersaing dalam jangka panjang.

#### **b. Analisis SWOT Untuk Pemetaan Strategik**

Pemetaan strategik yang dimaksudkan adalah pemetaan kondisi obyek penelitian berdasarkan analisis SWOT, mencakup kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan yang dihadapi obyek penelitian.

Analisis SWOT mencakup upaya-upaya untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menentukan kinerja perusahaan. Informasi eksternal mengenai peluang dan ancaman dapat diperoleh dari banyak sumber, termasuk pelanggan, dokumen pemerintah, pemasok, kalangan perbankan, rekan perusahaan lain. Banyak perusahaan menggunakan jasa lembaga pemindaian untuk memperoleh keliping surat kabar, riset di internet, dan analisis tren-tren domestik dan global yang relevan (Daft, 2010). Analisis SWOT merupakan alat analisis yang bertahan paling lama serta banyak digunakan oleh perusahaan untuk melakukan analisis situasional dalam formulasi strategi (Solihin, 2012).

Analisis SWOT merupakan instrumen analisis yang ampuh bila digunakan dengan tepat. SWOT merupakan akronim untuk kata-kata *strengths* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (ancaman). Faktor kekuatan dan kelemahan terdapat dalam organisasi, sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor lingkungan yang dihadapi oleh perusahaan. Kemampuan Analisis SWOT terletak pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk memaksimalkan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga sekaligus meminimalisasi kelemahan dan menekan dampak ancaman. Jika para penentu strategi perusahaan mampu melakukan kedua hal tersebut, maka menentukan dan memilih strategi yang efektif akan membuahkan hasil (Siagian, 2011). Lebih lanjut, dijelaskan bahwa penting pula untuk menyadari

bahwa berbagai faktor kekuatan dan kelemahan yang sifatnya kritical berperan sangat penting dalam membatasi usaha pencaharian berbagai alternatif dan pilihan stratejik untuk digunakan. Dengan perkataan lain, dengan menggunakan analisis SWOT kompetensi khusus yang dimiliki dan kelemahan yang menonjol dapat dinilai dan dikaitkan dengan berbagai faktor penentu keberhasilan satuan usaha (Siagian, 2011).

Matrik SWOT adalah alat yang membantu manajer untuk mengembangkan empat tipe strategi: SO (*Strenghts- Opportunities*), WO (*Weakesses-Opotrunities*), ST (*Strenghts-Threats*) dan WT (*Weakesses- Threats*) mencocokkan faktor internal dan eksternal kunci adalah bagian yang paling sulit dalam mengembangkan matrik SWOT dan membutuhkan penilaian yang baik (David, 2006). Strategi SO menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Semua manajer lebih suka organisasi mereka berada pada posisi dimana kekuatan internal dapat mamananfaatkan tren dan kejadian eksternal. Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal. Kadang-kadang terdapat peluang eksternal kunci tetapi organisasi memiliki kelemahan internal yang menghambatnya untuk mengeksploitasi peluang tersebut. Satu strategi WO adalah dengan membentuk *join venture* dengan perusahaan yang memiliki kompetensi dalam hal ini. Alternatif Strategi WO adalah merekrut staf dengan kemampuan teknis yang dibutuhkan. Strategi ST menggunakan kekuatan organisasi untuk mengurangi pengaruh dari ancaman eksternal. Strategi WT adalah taktik defensif yang diarahkan pada pengurangan kelemahan internal dan menghindari ancaman. Sebuah organisasi yang menghadapi ancaman eksternal dan kelemahan internal berada pada posisi yang tidak aman.

### **c. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia**

UMKM adalah kepanjangan dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang diatur berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang Undang ini. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Berdasarkan kekayaan dan hasil penjualan bersih, dapat dibedakan untuk usaha mikro, kecil, dan menengah yaitu nilai kekayaan bersih (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) untuk usaha mikro adalah sampai dengan 50 juta, usaha kecil adalah 50 juta sampai dengan 500 juta, dan usaha menengah adalah 500 juta sampai dengan 10 milyar. Sedangkan dari hasil penjualan, untuk usaha dikatakan usaha mikro dengan hasil penjualan sampai dengan 300 juta, usaha kecil dengan hasil penjualan 300 juta sampai dengan 2.5 milyar, usaha menengah dengan hasil penjualan 2.5 milyar sampai dengan 50 milyar. BPS membagi jenis usaha mikro, kecil dan menengah dari sisi jumlah tenaga kerja yaitu untuk usaha dikategorikan mikro dengan jumlah tenaga kerja 1 sampai dengan 5 orang, usaha dikategorikan kecil dengan jumlah tenaga kerja 6 sampai dengan 19 orang, dan usaha dikategorikan menengah dengan jumlah tenaga kerja 20

sampai dengan 99 orang.

## **METODE**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan instrumen penelitian *indepth interview* dan *focus group discussion* (FGD). Selain itu, pendekatan survei juga digunakan dalam pengumpulan data lapangan dengan kuesioner maupun observasi langsung ke lokasi obyek penelitian. Nara sumber dalam penelitian ini adalah para tenant yaitu 6 pelaku usaha kecil yang mewakili klaster lutik dan batik di Kabupaten Klaten. Analisis data untuk menyusun pemetaan strategik klaster lutik dan batik tersebut dilakukan dengan analisis SWOT yang selanjutnya akan disusun matrik SWOT untuk mengembangkan empat tipe strategi: SO (*Strenghts-Opportunities*), WO (*Weakesses-Opotrunities*), ST (*Strenghts-Threats*) dan WT (*Weakesses- Threats*).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil pengumpulan data dan analisis data yang telah dilakukan pada tahun pertama, berikut ini adalah hasil pemetaan strategik klaster lutik dan batik di Kabupaten Klaten. Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, pemetaan strategik yang dilakukan mengacu pada matrik SWOT (David, 2006) yang didasarkan pada faktor internal untuk memetakan kekuatan dan kelemahan dan faktor eksternal untuk memetakan peluang dan tantangan, sehingga dapat mengembangkan empat tipe strategi: SO (*Strenghts-Opportunities*) dengan memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang, WO (*Weakesses-Opotrunities*) dengan menekan kelemahan untuk meraih peluang, ST (*Strenghts-Threats*) dengan memanfaatkan kekuatan untuk menghadapi tantangan, dan WT (*Weakesses- Threats*) dengan menekan kelemahan untuk menghadapi tantangan.

**Tabel 1.** Pemetaan Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Tantangan  
Klaster Tenun Lutik dan Batik

<b>Kekuatan (<i>Strenght</i>)</b>	<b>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b>
1. Produk yang dihasilkan telah dijadikan produk unggulan di Kabupaten Klaten.	1. Belum memiliki corak khusus yang menjadi spesifikasi produk.
2. Produk yang dihasilkan memiliki variasi model.	2. Peran paguyuban kurang maksimal.
3. Produk sudah menggunakan pewarna alami.	3. Promosi produk terbatas.
4. Telah ada paguyuban wirausaha.	4. Kemasan kurang berdaya jual.
5. Produk sudah dipasarkan keluar daerah.	5. Pengetahuan untuk pemanfaatan teknologi informasi rendah.
6. Kebijakan pemerintah Kabupaten Klaten untuk mengembangkan klaster lutik dan batik.	6. Pengetahuan tentang pengelolaan usaha rendah.
7. Mampu menerima pesanan.	7. Manajemen keuangan campur aduk.
8. Harga bersaing.	8. Produk belum memiliki hak patent/HaKI.

<b>Peluang (<i>Opportunity</i>)</b>	<b>Tantangan (<i>Threat</i>)</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Teknologi informasi pendukung usaha mudah didapat.</li> <li>2. Permintaan produk dengan pewarna alami tinggi.</li> <li>3. Pasar produk terbuka lebar tidak hanya pasar <i>offline</i> tapi juga <i>online</i>.</li> <li>4. Dukungan pemerintah Kabupaten Klaten untuk pengembangan klaster lutik dan batik tinggi.</li> <li>5. Dukungan pemerintah Kabupaten Klaten untuk penguatan ekonomi lokal berbasis usaha kecil dan menengah tinggi.</li> <li>6. Bahan baku produk selalu tersedia di pasaran.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Munculnya produk substitusi impor di pasaran.</li> <li>2. Persaingan produk sejenis tinggi.</li> <li>3. Pesaing sudah memanfaatkan teknologi informasi dengan menjual produk secara <i>online selling</i>.</li> <li>4. Keadaan ekonomi Indonesia yang tidak stabil.</li> <li>5. Hak patent/HaKI</li> </ol>

Sumber: Data primer yang diolah, 2018.

Berdasarkan pemetaan kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan pada Tabel 1. maka dapat disusun pemetaan strategik yang mengacu matrik SWOT untuk SO (*Strenghts-Opportunities*) dengan memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang dan ST (*Strenghts-Threats*) dengan memanfaatkan kekuatan untuk menghadapi tantangan WO (*Weakesses-Opotrunities*) dengan menekan kelemahan untuk meraih peluang dan WT (*Weakesses- Threats*) dengan menekan kelemahan untuk menghadapi tantangan sebagai berikut:

**Tabel 2.** Pemetaan Strategik SO dan ST  
 Klaster Tenun Lutik dan Batik

Faktor Eksternal 	<b>PELUANG (<i>Opportunity</i>)</b>	<b>TANTANGAN (<i>Threat</i>)</b>
Faktor Internal 	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Teknologi informasi pendukung usaha mudah didapat.</li> <li>2. Permintaan produk dengan pewarna alami tinggi.</li> <li>3. Pasar produk terbuka lebar tidak hanya pasar <i>offline</i> tapi juga <i>online</i>.</li> <li>4. Dukungan pemerintah Kabupaten Klaten untuk pengembangan klaster lutik dan batik tinggi.</li> <li>5. Dukungan pemerintah Kabupaten Klaten untuk penguatan ekonomi lokal berbasis klaster tenun lutik dan batik tinggi.</li> <li>6. Bahan baku produk selalu tersedia di pasaran.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Munculnya produk substitusi impor di pasaran.</li> <li>2. Persaingan produk sejenis tinggi.</li> <li>3. Pesaing sudah memanfaatkan teknologi informasi dengan menjual produk secara <i>online selling</i>.</li> <li>4. Keadaan ekonomi Indonesia yang tidak stabil.</li> <li>5. Hak patent/HaKI</li> </ol>

<b>KEKUATAN (<i>Strength</i>)</b>	<b>SO</b>	<b>ST</b>
<p>a. Produk yang dihasilkan telah dijadikan produk unggulan di Kabupaten Klaten.</p> <p>b. Produk yang dihasilkan memiliki variasi model.</p> <p>c. Produk sudah menggunakan pewarna alami.</p> <p>d. Telah ada paguyuban wirausaha.</p> <p>e. Produk sudah dipasarkan keluar daerah.</p> <p>f. Kebijakan pemerintah Kabupaten Klaten untuk mengembangkan klaster lutik dan batik.</p> <p>g. Mampu menerima pesanan.</p> <p>h. Harga bersaing</p>	<p>a. Mempertahankan produk sebagai unggulan Kabupaten Klaten yang mengarah pada penguatan ekonomi lokal berbasis klaster tenun lutik dan batik.</p> <p>b. Memperluas pasar produk ke luar daerah menggunakan jaringan <i>online</i> dengan memanfaatkan teknologi informasi.</p> <p>c. Meningkatkan kualitas produk pewarna alami untuk memenuhi permintaan dalam dan luar negeri (ekspor).</p> <p>d. Memperkuat paguyuban wirausaha untuk memperkuat jaringan pemasaran produk.</p> <p>e. Mempertahankan harga bersaing untuk memperluas pasar produk.</p> <p>f. Meningkatkan kapasitas produksi untuk memenuhi kenaikan permintaan.</p>	<p>a. Mempertahankan produk unggulan dengan desain yang khas, sehingga produk tetap dan lebih menarik.</p> <p>b. Meningkatkan variasi model dan memiliki pembeda sehingga tetap mampu bersaing dengan produk sejenis.</p> <p>c. Memanfaatkan teknologi informasi dalam pemasaran produk secara <i>online</i> sehingga mampu bersaing secara luas.</p> <p>d. Mengelola usaha lebih profesional agar dapat bertahan dalam jangka panjang ketika menghadapi ketidakstabilan ekonomi.</p> <p>e. Mengembangkan produk dengan hak patent/HaKI untuk memenuhi syarat ekspor maupun agar tidak dapat ditiru oleh pesaing.</p>

Sumber: Data primer yang diolah, 2018.

**Tabel 3.** Pemetaan Stratejik WO dan WT  
Klaster Tenun Lutik dan Batik

Faktor Eksternal 	<b>PELUANG (<i>Opportunity</i>)</b>	<b>TANTANGAN (<i>Threat</i>)</b>
Faktor Internal 	<p>a. Teknologi informasi pendukung usaha mudah didapat.</p> <p>b. Permintaan produk dengan pewarna alami tinggi.</p> <p>c. Pasar produk terbuka lebar tidak hanya pasar <i>offline</i> tapi juga <i>online</i>.</p> <p>d. Dukungan pemerintah Kabupaten Klaten untuk pengembangan klaster lutik dan batik tinggi.</p>	<p>1. Munculnya produk substitusi impor di pasaran.</p> <p>2. Persaingan produk sejenis tinggi.</p> <p>3. Pesaing sudah memanfaatkan teknologi informasi dengan menjual produk secara <i>online selling</i>.</p> <p>4. Keadaan ekonomi Indonesia yang tidak stabil.</p> <p>5. Hak patent/HaKI</p>

	<p>e. Dukungan pemerintah Kabupaten Klaten untuk penguatan ekonomi lokal berbasis klaster tenun lutik dan batik tinggi.</p> <p>6. Bahan baku produk selalu tersedia di pasaran.</p>	
<b>KELEMAHAN</b> ( <i>Weakness</i> )	<b>WO</b>	<b>WT</b>
<p>1. Belum memiliki corak khusus yang menjadi spesifikasi produk.</p> <p>2. Peran paguyuban kurang maksimal.</p> <p>3. Promosi produk terbatas.</p> <p>4. Kemasan kurang berdaya jual.</p> <p>5. Pengetahuan untuk pemanfaatan teknologi informasi rendah.</p> <p>6. Pengetahuan tentang pengelolaan usaha rendah.</p> <p>7. Manajemen keuangan campur aduk.</p> <p>8. Produk belum memiliki hak patent/HaKI.</p>	<p>a. Menciptakan corak khusus yang unik untuk memperluas pasar.</p> <p>b. Meningkatkan peran paguyuban untuk mendukung pemerintah dalam pengembangan klaster lutik dan batik dan penguatan ekonomi lokal.</p> <p>c. Meningkatkan promosi secara <i>online</i> untuk memperluas pasar produk.</p> <p>d. Memperbaiki kemasan menjadi lebih menarik dan khas untuk mendukung promosi produk dalam rangka memperluas pasar.</p> <p>e. Meningkatkan pengetahuan tentang pemanfaatan teknologi informasi agar dapat memasarkan produk secara <i>online</i>.</p> <p>f. Meningkatkan pengetahuan tentang pengelolaan usaha, manajemen keuangan agar usaha dapat berkembang secara profesional.</p>	<p>a. Menciptakan corak khusus agar memiliki kekhasan dan keunikan dibandingkan produk substitusi.</p> <p>b. Menciptakan corak khusus, meningkatkan promosi secara <i>online</i>, memperbaiki kemasan lebih menarik dan khas, mendaftarkan hak paten/HaKI, meningkatkan peran paguyuban untuk menghadapi persaingan dengan produk sejenis.</p> <p>c. Meningkatkan pengetahuan tentang pemanfaatan teknologi agar dapat bersaing melalui pemasaran secara <i>online</i>.</p> <p>d. Memperbaiki pengelolaan usaha dan manajemen keuangan agar lebih profesional dan mampu bertahan dalam kondisi ekonomi yang tidak stabil.</p> <p>e. Mendaftarkan hak patent/HaKI untuk produk dengan desain spesifik dan unik.</p>

Sumber: Data primer yang diolah, 2018.

## KESIMPULAN

Hasil pemetaan kekuatan dan kelemahan klaster tenun lutik dan batik menunjukkan beberapa kondisi yang perlu dipertahankan, ditingkatkan, maupun diperbaiki untuk meraih peluang dan tantangan yang muncul. Beberapa kekuatan yang dimiliki kedua klaster tersebut

seperti produk yang dihasilkan telah dijadikan produk unggulan di Kabupaten Klaten, memiliki variasi model, telah menggunakan pewarna alami, telah ada paguyuban wirausaha, sudah dipasarkan keluar daerah, kebijakan pemerintah Kabupaten Klaten untuk mengembangkan klaster lutik dan batik, mampu menerima pesanan, dan harga bersaing. Sedangkan kelemahan yang masih tampak dari kedua klaster tersebut seperti belum memiliki corak khusus yang menjadi spesifikasi produk, peran paguyuban kurang maksimal, promosi produk terbatas, kemasan kurang berdaya jual, pengetahuan untuk pemanfaatan teknologi informasi dan pengelolaan usaha rendah, manajemen keuangan campur aduk, produk belum memiliki hak patent/HaKI.

Peluang yang dihadapi kedua klaster tersebut seperti teknologi informasi pendukung usaha mudah didapat, permintaan produk dengan pewarna alami tinggi, pasar produk terbuka lebar tidak hanya pasar *offline* tapi juga *online*, dukungan pemerintah Kabupaten Klaten untuk pengembangan klaster lutik dan batik tinggi, dukungan pemerintah Kabupaten Klaten untuk penguatan ekonomi lokal berbasis klaster tenun lutik dan batik tinggi, bahan baku produk selalu tersedia di pasaran. Selain peluang terdapat tantangan seperti munculnya produk substitusi impor di pasaran, persaingan produk sejenis tinggi, pesaing sudah memanfaatkan teknologi informasi dengan menjual produk secara *online selling*, keadaan ekonomi Indonesia yang tidak stabil, hak patent/HaKI.

Berdasarkan faktor internal maupun faktor eksternal tersebut, maka disusun pemetaan strategik untuk kedua klaster yang menghasilkan strategi dengan memperkuat kekuatan untuk meraih peluang dan menghadapi tantangan antara lain mempertahankan produk sebagai unggulan Kabupaten Klaten yang mengarah pada penguatan ekonomi lokal berbasis klaster tenun lutik dan batik, memperluas pasar produk ke luar daerah menggunakan jaringan *online* dengan memanfaatkan teknologi informasi, meningkatkan kualitas produk pewarna alami untuk memenuhi permintaan dalam dan luar negeri (ekspor), meningkatkan variasi model dan memiliki pembeda sehingga tetap mampu bersaing dengan produk sejenis, memanfaatkan teknologi informasi dalam pemasaran produk secara *online* sehingga mampu bersaing secara luas. Sedangkan strategi yang menekan kelemahan untuk meraih peluang dan menghadapi tantangan antara lain menciptakan corak khusus yang unik untuk memperluas pasar, memperbaiki kemasan menjadi lebih menarik dan khas untuk mendukung promosi produk dalam rangka memperluas pasar, meningkatkan pengetahuan tentang pemanfaatan teknologi agar dapat bersaing melalui pemasaran secara *online*, memperbaiki pengelolaan usaha dan manajemen keuangan agar lebih profesional, maupun mendaftarkan hak patent/HaKI untuk produk dengan desain spesifik dan unik.

## **REFERENSI**

- Barney.2001. Is the Resouce Based View a Useful Perspective for Strategic Management Research? Yes., *Academy of Management Review*, 26 (1), pp. 41-56.
- Biedenbach, and Müller.2012. Absorptive, Innovative, and Adaptive Capabilities and Their Impact on Project and Project Portfolio Performance. *International Journal of Project Management*. pp. 621-635.
- Blakely, E.J., and Bradshaw, T.K. 2002. *Planning Local Economooic Development: Theory and Practice*, 3rd edition. Sage Publication, Inc. United Kingdom.
- Daft, R.L.2010, *Era Baru Manajemen*. Penerjemah: Edward Tanujaya, Edisi 9, Salemba Empat, Jakarta.
- David, Fred R.2006. *Manajemen Strategis*. Edisi 10, Jakarta: Salemba Empat, Jakarta.

- Dipta, I.W.2011. Model Pengembangan Wirausaha.*INFOKOP*, Volume 19, Juli, h. 53-66.
- Hitt, M.A., R.D., Ireland, and R.E., Hoskisson. 2011. *Strategic management: Competitiveness and Globalization: Concepts*. Ninth Edition.USA: South-Western Cengage Learning.
- Moser, C. 1998. The asset vulnerability framework: Reassessing urban poverty reduction strategies. *World Development*. 26(1), pp. 1-19.
- Siagian, S.P. 2011. *Manajemen Stratejik*. PT Bumi Aksara, Jakarta.
- Solihin, I. 2012. *Manajemen Strategik*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Sugiarto, M., Jayadianti, H., Utami, Y.2018. *Peningkatan Sinergi Pemerintah Dan Industri Dalam Upaya Penguatan Ekonomi Lokal Melalui Inkubasi Bisnis Berbasis Komunitas Terhadap Klaster Tenun Lutik Dan Batik Di Kabupaten Klaten*. Laporan Kemajuan PTUPT. Tidak dipublikasikan.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008

**PENGHARGAAN:**

Penelitian ini dilaksanakan dengan Dana Hibah Penelitian Terapan Unggulan Perguruan Tinggi (PTUPT) Direktorat Riset dan Pengabdian kepada Masyarakat Kemenristekdikti Republik Indonesia Tahun 2018.

## **MODEL PELEMBAGAAN SENI PERTUNJUKAN JATILAN DI DESA BUDAYA**

**Christina Rochayanti**, Ilmu Komunikasi FISIP UPN “Veteran” Yogyakarta  
[christina.rochayanti@upnyk.ac.id](mailto:christina.rochayanti@upnyk.ac.id)

**Ida Wiendijarti**, Ilmu Komunikasi FISIP UPN “Veteran” Yogyakarta  
[idawiendijarti@yahoo.co.id](mailto:idawiendijarti@yahoo.co.id)

**Kuswarsantyo**, Pendidikan Seni Tari, Fak. Bahasa dan Seni, UNY  
[condrowasesa@yahoo.co.id](mailto:condrowasesa@yahoo.co.id)

**Rosalia Indriyati Saptatiningsih**, Universitas PGRI Yogyakarta  
[iin.rosalia@yahoo.com](mailto:iin.rosalia@yahoo.com)

### **ABSTRAK**

*Penelitian ini bertujuan membuat model pelebagaan seni pertunjukan jatilan dalam rangka merevitalisasi seni budaya lokal untuk menciptakan harmoni bangsa dan rasa nasionalisme ideologi bangsa di era kuatnya pengaruh budaya global. Lokasi penelitian di desa budaya Banjarharjo Kulon Progo Daerah Istimewa Yogyakarta. Pelebagaan seni pertunjukan jatilan yang melibatkan warga, seniman dan pengelola desa budaya, memberikan sentuhan koreografi tata panggung, tata iringan, tata busana dan tata kelola organisasi seni pertunjukan. 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 (di mana pengalaman mereka sendiri sebagai persoalan) dalam rangka melakukan perubahan dan perbaikan ke arah yang lebih baik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model pelebagaan seni pertunjukan jatilan di desa budaya berhasil melestarikan gerakan seni tari jatilan, tata iringan dan pengelolaan organisasi seni sehingga terciptalah harmoni warga desa budaya Banjarharjo. Hal ini ditunjukkan dengan tetap tekun berlatih gerakan tari, tata iringan dan pengelolaan sumber daya manusia sebagai pendukung seni budaya lokal.*

**Kata kunci** : desa budaya, seni pertunjukan jatilan, nasionalisme.

### **PENDAHULUAN**

Desa Banjarharjo yang berada di kecamatan Kalibawang Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta, ditetapkan sebagai desa budaya berdasarkan Keputusan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta nomor: 325/KPTS/1995. Desa budaya adalah “suatu desa dan wilayah yang tumbuh dan berkembang segala kreativitas seni budaya yang didukung oleh pamong budaya serta kesadaran masyarakat untuk memasyarakatkan sadar budaya” (Dinas Kebudayaan, 2008). Artinya desa ini telah memenuhi kriteria dengan memiliki beragam seni budaya lokal seperti seni pertunjukan, tradisi adat, bahasa Jawa yang masih dilestarikan dan dipatuhi oleh warga. Penetapan desa budaya dimaksudkan untuk mendukung Visi pemerintah DIY dalam “mewujudkannya pengembangan regional menuju pada kondisi di tahun 2025 sebagai pusat pendidikan, pusat budaya dan daerah tujuan wisata terkemuka dalam

lingkungan masyarakat yang maju, mandiri sejahtera lahir dan batin”. Oleh sebab itu Dinas Kebudayaan DIY mendukung visi pemerintahan daerah adalah “terwujudnya tata nilai budaya masyarakat yang berbasis pada nilai-nilai luhur budaya lokal didukung pemerintah daerah yang katalistik”. Dengan demikian budaya lokal sebagai karakter bangsa tetap lestari dan menjadi bentuk identitas bangsa. Budaya lokal sebagai jati diri sebuah bangsa merupakan nilai yang sangat penting dan tidak dapat dikesampingkan peranannya. Untuk itu, budaya lokal harus tetap dijaga serta diwariskan dengan baik agar budaya bangsa tetap kokoh dan utuh sampai kapanpun. Menurut Wardoyo (Kepala Seksi Adat Tradisi Dinas Kebudayaan DIY)...”desa budaya lebih berfokus pada perawatan kebudayaan setempat. Kriteria desa budaya di Yogyakarta harus memiliki potensi seni budaya, potensi kuliner, kerajinan, adat istiadat, warisan budaya serta bahasa”. Penetapan desa Banjarharjo sebagai desa budaya ternyata juga di dukung oleh warga, hal ini ditunjukkan dengan berhasilnya desa Banjarharjo melestarikan budaya lokal khususnya dibidang seni pertunjukan, kuliner dan adat tradisi.

Penelitian ini bertujuan membuat model pelebagaan seni pertunjukan jatilan dalam rangka merevitalisasi seni budaya lokal untuk menciptakan harmoni bangsa dan rasa nasionalisme ideologi bangsa di era kuatnya pengaruh budaya global. Kapasitas desa menurut Kolopaking (2011: 136) digerakkan oleh tiga aras kerja yang saling terkait; 1) Aras individu yang meliputi kemahiran dan kualifikasi individu menyokong kinerja desa, biasanya meliputi uraian pekerjaan, motivasi dan sikap kerja; 2) Aras kelembagaan atau organisasi, yang meliputi kejelasan proses dan budaya kerja; 3) Aras sistem yang diarahkan untuk menetapkan pembatasan dan kerangka penguatan beragam unsur dalam meningkatkan mutu desa. Semua itu berkaitan dengan persoalan peningkatan manajerial pengelolaan kegiatan. Model pelebagaan seni pertunjukan juga untuk mendukung arus globalisasi dan perkembangan ekonomi menurut Rencana Strategis Penelitian LPPM UPN “Veteran” tahun 2016-2020 tentang Peluang dan tantangan bagi perguruan tinggi di masa depan untuk dapat berperan aktif baik di tingkat domestik, regional, maupun internasional dalam rangka mendukung tujuan pembangunan nasional. Kuatnya arus globalisasi dan perkembangan ekonomi menuntut Bangsa Indonesia memiliki Sumber Daya Manusia (SDM) yang profesional dalam segala bidang. Desa budaya membutuhkan penguatan seni budaya melalui model pelebagaan seni pertunjukan seperti seni tari jatilan dalam upaya melestarikan budaya lokal. Seni pertunjukan jatilan sebagai salah satu modal sosial yang dimiliki masyarakat desa budaya Banjarharjo dengan kuantitas dan kualitas yang cukup baik perlu adanya penguatan seni pertunjukan yang bernilai sosial maupun bernilai ekonomi. Sebaran kelompok seni Jatilan di wilayah desa Banjarharjo dengan tata kelola yang tidak seragam dan standar pengelolaan seni pertunjukan yang belum tertata, justru menimbulkan persaingan yang tidak sehat di antara kelompok seni tersebut. Keterlibatan seluruh warga desa dalam suatu gerakan sosial bersama dalam penguatan kelompok seni jatilan menjadi kekuatan pendukung yang penting dalam pelestarian budaya lokal. Pelebagaan seni pertunjukan jatilan di desa Budaya diharapkan dapat menjadi model kelompok seni pertunjukan yang memiliki standar tata kelola pada tata gerak koreografi, tata rias, tata irama musik dan tata busana yang menjadi kesatuan seni pertunjukan yang bernilai seni tinggi sekaligus nilai ekonomi bagi pelaku seni budaya jatilan. Seni Jatilan desa Banjarharjo belum memiliki sentuhan estetika dalam kemasan seni pertunjukan karena gerakan tari, kostum dan iringan musik masih sangat sederhana. Pertunjukan jatilan yang kerap ditampilkan pada acara tertentu warga desa seperti pernikahan, Agustusan atau pentas seni lainnya masih

dalam lingkup wilayah desa Banjarharjo dan sekitarnya. Selanjutnya hal ini membuat seni jatilan yang ada kurang memiliki nilai estetika yang baik dan menarik, karena mereka hanya mengandalkan hafalan dan gerakannya juga berdasarkan warisan dari pendahulunya yang tidak ada sentuhan yang baru. Keadaan ini yang memunculkan pemikiran caraya agar seni jatilan bukan hanya kegiatan sosial tetapi juga memiliki seni pertunjukan yang baik. Pengertian seni pertunjukan Kegiatan bernilai seni yang melibatkan para penampil (performers) yang menginterpretasikan suatu materi kepada penonton (audiences); baik melalui tutur kata, musik, gerakan, tarian dan bahkan akrobat. Unsur terpenting dari seni pertunjukan adalah terjadinya interaksi secara langsung (live) antara penampil dan penonton, walaupun elemen pendukung seperti film atau materi rekaman termasuk di dalamnya.

(<http://indonesiakreatif.bekraf.go.id/ikpro/wp-content/uploads/2015/07/Rencana-Pengembangan-Seni-Pertunjukan-Nasional.pdf> akses 1 Juli 2018)

Model pelebagaan seni pertunjukan jatilan ini diharapkan menjadi kegiatan warga untuk melestarikan budaya lokal di desa budaya dan menjadi ikon seni dalam desa Banjarharjo Kalibawang Kulon Progo DIY. Luaran penelitian ini adalah model pelebagaan seni jatilan sebagai modal sosial yang didokumentasikan dalam bentuk rekaman pertunjukan gerakan tari dan tata iringan jatilan dilanjutkan pengambilan gambar gerakan tari yang sesuai dengan gaya tari Ngayogyakarta Hadiningrat yang akan dijadikan buku ajar. Rekaman dan buku ajar ini sebagai bentuk komunikasi kepada masyarakat luas dalam rangka melestarikan budaya lokal khususnya jatilan sebagai tarian rakyat yang sangat diminati warga desa dan sekitarnya.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Pelebagaan seni perunjukan sebagai upaya pelestarian budaya lokal**

Penelitian tentang seni pertunjukan sebagai bentuk untuk pelestarian atau sebagai bentuk seni pertunjukan baru telah banyak dilakukan seperti Alrisa Ayu Candra Sari, Sutomo, M. Hadi Makmur (2016), keberhasilan pemerintah kabupaten Ponorogo melakukan pelebagaan kesenian reyog agar tetap lestari. Penelitian ini mengambil judul Peran Pemerintah Kabupaten Ponorogo Dalam Pelebagaan Kesenian Reyog, Upaya Pemerintah Daerah Kabupaten Ponorogo dalam melestarikan Kesenian Reyog ditinjau dari variabel-variabel pelebagaan, dapat disimpulkan bahwa interaksi antara variabel lembaga dengan kaitan menghasilkan 1) keadaran bersama atau kesepakatan untuk mendaftarkan Kesenian Reyog sebagai warisan dunia milik Ponorogo di UNESCO; 2) adanya kerjasama dalam penyelenggaraan even-even Kesenian Reyog di tingkat nasional maupun internasional, misalnya Festival Reyog Nasional dan penampilan Kesenian Reyog di acara ASEAN Pasific; 3) adanya dukungan dari Kelompok-kelompok Reyog dalam festival-festival di Ponorogo maupun di luar Ponorogo. Eny Kusumastuti dengan tema “Makna Simbolik Filosofis Dalam Pelebagaan Tari Bedhaya Bedhah Madiun Di Keraton Yogyakarta” (tanpa tahun), hasil penelitian menunjukkan bahwa pelebagaan tari Bedhaya yang selalu dimunculkan dalam upacara-upacara atau ritus kerajaan yang bersifat sakral berfungsi sebagai alat kebesaran raja, sama halnya dengan alat-alat kebesaran lainnya yang memiliki kekuatan magis seperti senjata, mahkota dan payung kebesaran. Tari Bedhaya juga dimaksudkan sebagai bentuk sakti raja yang akan menambah kekuatan dan kekuasaan demi kesuburan, kemakmuran dan kesejahteraan bagi seluruh kawula-nya. Selanjutnya penelitian tentang seni pertunjukan di Bali yang diangkat oleh Ni Made Ruastiti1, Ni Wayan Parmi2, Ni Nyoman Manik Suryani3, I Nyoman Suidiana (2018), tentang “Seni Budaya Nusantara Dalam Pertunjukan

Davedan Show Di Amphi Theatre Nusa Dua, Bali". Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa : (1) Sebagai sebuah seni pertunjukan pariwisata baru, Davedan Show disajikan dengan gagasan baru, konsep penyajian baru dalam bentuk oratorium dengan menggunakan dialog bahasa Inggris. Davedan Show disajikan dengan struktur pertunjukan : seni budaya Bali, Sumatra, Sunda, Solo, Kalimantan, dan Papua. Seni Budaya daerah Nusantara yang disajikan secara medley, berkelanjutan itu diiringi musik rekaman berupa casset, dilatari properti bangunan, dan film tentang suasana alam daerah-daerah setempat; (2) Daveda Show banyak diminati wisatawan karena pertunjukan itu dilatari oleh adanya ideologi pasar, ideologi estetika, dan ideologi pelestarian budaya Nusantara; (3) Hingga kini pertunjukan Davedan Show terus berkembang secara berkelanjutan di Amphi Theatre Nusa Dua Bali karena berimplikasi positif bagi ekonomi pelaku, para pihak terkait, pengayaan pada seni pertunjukan daerah Bali, dan sebagai identitas kawasan wisata Nusa Dua, Bali. Sementara Gissela Tridayanti (2014), meneliti tentang "Fungsi Tari Rembara Sebagai Media Komunikasi Budaya Pada Masyarakat Di Kabupaten Paser" hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi budaya tentunya tidak terlepas dengan media yang digunakan dalam menyampaikan informasi atau pesan. Apalagi dengan kondisi sebagian masyarakatnya bertempat tinggal dipedalaman, maka sarana untuk menyampaikan informasi yang cocok adalah melalui media kesenian. Sejauh ini peran tari Rembara sebagai media komunikasi budaya dalam penyampaian pesan non-verbal bisa diterima oleh masyarakat yang berbeda kebudayaan. Artinya, masyarakat bisa memahami arti dan pesan yang disampaikan melalui gerakan tari tradisional. Penyampaian pesan yang berisikan emosi, kebahagiaan, informasi gagasan terangkum pada seni tari Rembara, penghayatan, kerjasama diantara pelaku seni tari dapat memberikan pengertian pesan yang dimaksud dengan baik. Selain itu masyarakat asli Kabupaten Paser dan seluruh masyarakat yang berbeda kebudayaan bisa belajar dari nilai-nilai yang terkandung dalam tari tradisional yang juga menghibur masyarakat.

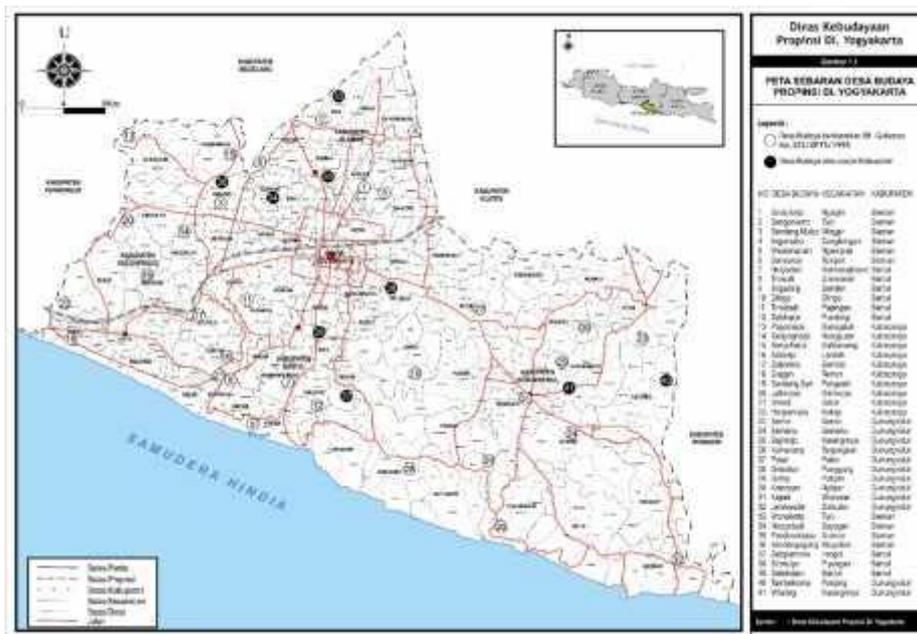
Berdasarkan penelitian sebelum tentang seni pertunjukan ada berbagai macam hasil yang diperoleh yaitu tentang identitas raja seperti pelebagaan tari bedhoyo di Kasultanan Yogyakarta, seni pertunjukan sebagai media komunikasi budaya seperti halnya yang terjadi dengan tarian Rembara yang dapat memberikan pesan yang dimaksud dalam tarian tersebut. Demikian juga penelitian tentang seni pertunjukan baru di Bali melalui pertunjukan Davedan Show ternyata banyak diminati oleh wisatawan yang dilatari oleh ideologi pasar, ideologi estetika, dan ideologi pelestarian budaya Nusantara. Seni pertunjukan Reyog Ponorogo yang juga difasilitasi oleh pemerintah untuk didaftarkan ke UNESCO sebagai warisan budaya dunia perlu juga dikomunikasi kepada masyarakat dunia.

Berdasarkan penelitian sebelumnya tentang seni pertunjukan telah memberikan berbagai macam hasil seperti menjadi identitas, adanya kesadaran untuk memperoleh pengakuan dunia dan juga dapat memberikan dampak ekonomi bagi pelakunya. Sementara penelitian yang kami lakukan lebih pada model pelebagaan seni pertunjukan jatilan yang selama ini belum pernah dilakukan. Tujuan pelebagaan seni pertunjukan, di samping untuk melestarikan seni budaya lokal sehingga menumbuhkan cinta dan bangga pada budaya sendiri.

### **Seni Pertunjukan**

Sesuai visi pemerintah DIY adalah mewujudkannya pengembangan regional menuju pada kondisi di tahun 2020 sebagai pusat pendidikan, budaya dan daerah tujuan wisata terkemuka dalam lingkungan masyarakat yang maju, mandiri sejahtera lahir dan batin. Umar

(Kepala Dinas Kebudayaan) menjelaskan menurut Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJM) DIY, ditargetkan tahun 2025 DIY menjadi kota pariwisata, budaya dan pendidikan nomer satu di Asia Tenggara. "Kita akan berusaha untuk memenuhi target tersebut," lanjutnya (KRjogja.com).



Gambar Sebaran Desa Budaya di DIY

Hal ini didukung daerah Yogyakarta yang memiliki kekayaan seni budaya dan kreativitas masyarakat dan apresiasi terhadap seni budaya. Dukungan itu melalui pembinaan desa budaya sebagai sarana untuk melestarikan dan mengembangkan budaya lokal. Desa budaya berdasarkan Keputusan Gubernur Kepala Daerah Istimewa Yogyakarta nomor: 325/KPTS/1995 adalah "suatu desa dan wilayah yang tumbuh dan berkembang segala kreativitas seni budaya yang didukung oleh pamong budaya serta kesadaran masyarakat untuk memasyarakatkan sadar budaya" (Dinas Kebudayaan, 2008). Melalui desa budaya diharapkan visi pemerintah DIY ini dapat terwujud, di satu sisi untuk melestarikan dan mengembangkan dan arahnya dapat menjadi desa wisata yang berbasis budaya dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar.

Seni pertunjukan jatlilan merupakan salah satu bentuk kesenian yang berkembang di masyarakat Jawa baik di DIY, Jawa Tengah maupun Jawa Timur. Seni pertunjukan jatlilan ini untuk saat ini semakin berkembang baik iringan, pakaian maupun property, hampir desa budaya di DIY pasti memiliki kelompok seni jatlilan ini. Namun demikian kelompok seni ini masih membutuhkan sentuhan dalam segala bidang baik pengelolaan organisasi maupun pengelolaan seni pertunjukannya. Hal ini disebabkan kelompok seni ini melakukan kegiatan berkeseniannya hanya terbatas sebagai kegiatan sosial sehingga gerakan tari dan pelibatan warga sangat banyak. Kondisi seperti ini membuat kelompok seni dalam pementasannya seringkali membutuhkan biaya yang banyak, sering kali kurang efisien. Pelembagaan seni pertunjukan jatlilan sangat dibutuhkan agar gerakan dan pengelolaan organisasi dapat semakin baik. Berdasarkan penelitian sebelumnya kajian tentang seni pertunjukan menunjukkan bahwa seni ini masih dilestarikan dan mulai mengalami perkembangan. Berdasarkan penelitian (Rochayanti dan Tri Wardani, 2013-

2014) seni membutuhkan sentuhan gerakan dan tata iringan yang baik. Penelitian tentang seni pertunjukan jathilan telah banyak dilakukan seperti Widya Susanti dan Indriyanto (2016), yang meneliti tentang jathilan dari segi nilai estetis di Kabupaten Magelang. Nilai estetis yang terdapat pada tata busana, tata rias dan property antara lain terletak pada penggunaan warna yang cerah dengan dominan menggunakan warna merah pada tata busana yang melambangkan keberanian, dan penggunaan rias korektif yang membuat wajah para penari menjadi terlihat gagah. Nilai estetis pada penggunaan tata busana juga terlihat dari irah-irahan (hiasan kepala) yang dipakai oleh penari Jathilan Tuo, hiasan kepala tersebut dibuat khusus untuk penari Jathilan Tuo yang melambangkan kegagahan dan ketangguhan. Nilai estetis yang terdapat pada properti yang digunakan oleh penari yaitu terdapat pada pedang yang digunakan dalam perang, suara yang dihasilkan saat pedang dari masing-masing penari bertemu dan kepintaran penari dalam bermain pedang. Aspek nilai estetis selain bentuk adalah bobot dan penampilan. Nilai yang terdapat pada bobot atau isi adalah dalam pertunjukan tradisional Jathilan Tuo adalah suasananya yang tenang, meriah dan mistis karena terdapat atraksi dan variasi pola lantai sehingga suasana menjadi ramai dan tidak membosankan. Gagasan yang muncul dalam pertunjukan tradisional Jathilan disampaikan secara literer untuk menyampaikan cerita kehidupan yang diangkat dalam pertunjukan tradisional Jathilan Tuo. Pertunjukan tradisional Jathilan Tuo merupakan gambaran dari seorang prajurit yang berani dalam berperang. Namun pesan yang ditujukan kepada kehidupan sehari-hari yaitu sebagai motivasi bagi para penonton khususnya untuk generasi muda agar mampu melestarikan budaya dan kesenian yang ada. Nilai estetis yang terkandung dalam penampilan yaitu setiap penari mempunyai bakat dan ketrampilan dalam menari dan bermain music. Sementara Kuswarsantyo (2014) meneliti jathilan dengan fokus pada seni jathilan dalam dimensi ruang dan waktu. Seni tradisional jathilan dari waktu ke waktu mengalami perkembangan. Dari sisi estetika, kualitas pertunjukan jathilan mengalami perkembangan luar biasa, hal ini seiring dengan perjalanan waktu yang menyertai kesenian jathilan. Aspek-aspek yang berpengaruh terhadap perkembangan tersebut secara internal banyak dipengaruhi oleh kualitas sumber daya manusia yang berada dalam wilayah kesenian jathilan. Secara eksternal adanya interaksi kultural warga setempat dengan warga di luar komunitas jathilan membuka peluang adanya inspirasi untuk pengembangan kesenian jathilan. Dari pengaruh internal dan eksternal tersebut menghasilkan bentuk-bentuk kesenian jathilan yang variatif. Ada tiga kategori jathilan secara fungsional yang berkembang saat ini. Pertama jathilan ritual, kedua jathilan untuk hiburan dan ketiga jathilan untuk festival. Ketiganya memiliki karakteristik yang satu sama lain memberikan citarasa jathilan yang memiliki sumber cerita variatif. Adanya penawaran dan permintaan pementasan di era pariwisata saat ini. Jathilan dalam Dimensi Ruang dan Waktu membuka peluang seniman jathilan untuk membuat kreasi baru yang sekaligus memberikan prospek kesenian jathilan. Kenyataan ini mampu membuka peluang pasar bagi kesenian jathilan dalam menghadapi tantangan global dengan tetap berpijak pada tradisi budaya yang ada. Dengan demikian jathilan tetap berada dalam dimensi ruang dan waktu yang selalu berkembang dengan tetap berpijak pada tradisi yang ada. Sementara Kuswarsantyo, Haryono dan Soearsono (2010), mengkaji seni jathilan dari segi perkembangan seni jathilan yang semakin variatif dengan masuknya iringan musik campursari. Perkembangan seni musik campursari menarik generasi muda untuk bergabung dan melibatkan diri dalam upaya mempertahankan seni jathilan. Demikian juga dengan kostum yang digunakan mengalami perkembangan meskipun tradisi pakaian yang lama tetap ada. Peranan Kesenian Jathilan Terhadap Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Kendal oleh Sri

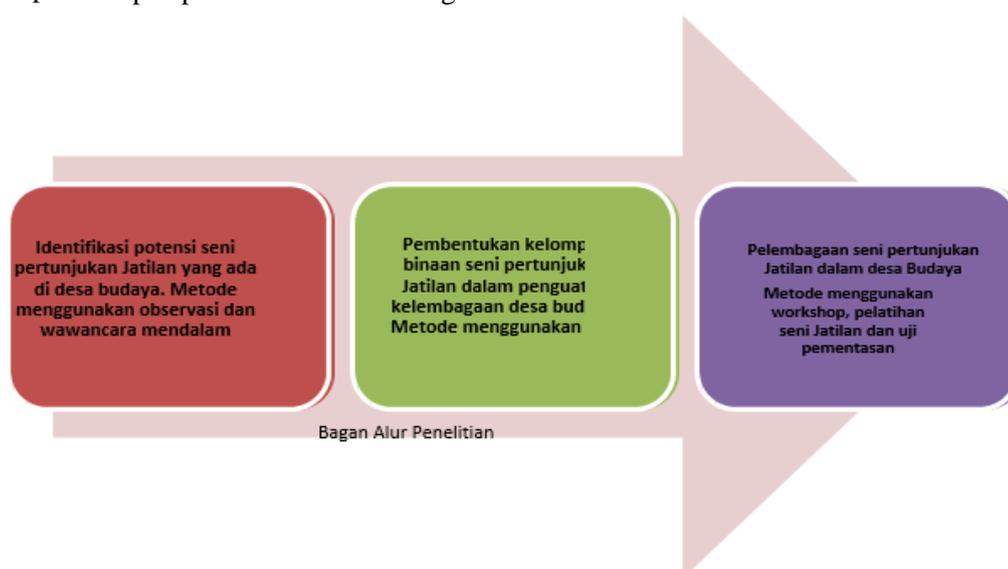
Mulyani, Edipeni Pramusinto (2017) dalam jurnal Gema Wisata menunjukkan bahwa seni jatilan tetap bertahan dengan berbagai upaya adaptasi dan perkembangan zaman. Kelangsungan seni jatilan dipengaruhi oleh pendukungnya dan pencinta seni maupun penikmat seni, baik kalangan masyarakat umum, tokoh masyarakat, seniman serta Dinas terkait.

Berdasarkan penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa seni pertunjukan ini telah mengalami perkembangan dalam seni penyajian, sehingga membuka peluang para seniman untuk berkreasi dalam meningkatkan penampilan agar dapat dinikmati sesuai dengan perkembangan zaman. Upaya berkesenian jatilan telah dilakukan oleh berbagai pihak baik pendukung, pemerintah terkait maupun para senimannya, namun demikian pengelolaan yang baik dan profesional akan meningkatkan seni pertunjukan jatilan lebih baik. Salah satunya dengan pelembagaan seni pertunjukan agar kesenian semakin berkembang sebagai upaya pelestarian budaya lokal.

## **METODOLOGI**

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). Dengan kata lain, Participatory Action Research (PAR) yaitu metode riset yang dilaksanakan secara partisipatif di antara warga masyarakat dalam suatu komunitas aras bawah yang semangatnya untuk mendorong terjadinya aksi-aksi transformatif melakukan pembebasan masyarakat dari belenggu ideologi dan relasi kekuasaan (perubahan kondisi hidup yang lebih baik). Pada konteks penelitian ini, pelibatan pengelola desa budaya dalam pelembagaan seni pertunjukan jatilan di desa budaya merupakan upaya melestarikan budaya lokal sangat dibutuhkan.

Adapun tahapan penelitian adalah sebagai berikut :



## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Banjarharjo merupakan satu dari tiga desa di wilayah Kecamatan Kalibawang Kabupaten Kulon Progo. Pusat Desa Banjarharjo berjarak 35 km arah utara ibu kota kabupaten Kulon Progo, yang dapat diakses dengan jalur darat selama 20-30 menit perjalanan melalui jalan provinsi. Letak Desa Banjarharjo di sebelah selatan ibu kota kecamatan Kalibawang dengan jarak 2 km. Secara administratif, pusat pemerintahan Desa Banjarharjo tercatat dengan alamat Jl. Sentolo-Muntilan Km 20 Kalibawang, dengan kode pos 55672. Desa Banjarharjo mempunyai luas wilayah 1234,56 Ha yang terbagi atas 22 pedukuhan. Selain berbatasan dengan sesama desa di wilayah kecamatan Kalibawang yaitu Desa Banjarasri di sebelah selatan dan barat, desa Banjaroya di sebelah utara, Desa Banjarharjo juga berbatasan langsung dengan wilayah kabupaten lain yaitu Kabupaten Magelang Provinsi Jawa Tengah dan Kabupaten Sleman D.I. Yogyakarta di sebelah timur. Desa Banjarharjo dialiri dua aliran sungai, yaitu sungai Krawang dan sungai Klepu yang alirannya masih alami dan satu saluran irigasi yang mengalir sejajar. (<http://desabanjarharjo.blogspot.com/>, 9 Oktober 2013).

Para seniman di desa budaya merupakan unsur penting, melalui seni pertunjukan maka masyarakat bisa bersatu dan tidak memandang ras, agama. Pelaku seni mendapatkan tempat yang penting untuk tetap lestarnya budaya lokal. Semangat para pelaku seni sangat luar biasa, meskipun dukungan sarana dan prasarana sangat minim, namun karena ingin tetap melestarikan seni budaya lokal maka mereka akan melakukannya apa saja. Pengorbanan itu termasuk waktu, pikiran dan juga keuangan. Dana sangat dibutuhkan untuk mengembangkan seni itu. Selama ini dukungan dana ditanggung bersama-sama dengan warga sekitar. Modal semangat yang ditunjukkan para pelaku seni di desa budaya perlu didukung, tanpa dukungan dan pembinaan maka seni budaya ini tidak mungkin akan lestari. Desa budaya telah ditetapkan oleh pemerintah melalui SK Gub. Nomor 325/KPTS/1995, tidak semua warga memahami arti penetapan tersebut. Namun berdasarkan informasi dari anggota dewan kebudayaan kecamatan untuk tahun ini akan ada pembinaan dari kalangan akademisi untuk pembinaan berkesenian di wilayah DIY. Desa budaya Banjarharjo memiliki ragam seni budaya, namun yang masih tetap ada dan berkembang adalah seni pertunjukan jatilan. Seni pertunjukan khususnya jatilan merupakan seni budaya yang masih ada dan berkembang dengan baik. Di desa budaya Banjarharjo ada sekitar lima group jatilan yang masih ada yaitu Turonggo Mudo, Ngesti Budoyo, Bekso Turonggo Mudo, Panji Laras dan Campur Putro Menorek.

Pertunjukan Jatilan merupakan pertunjukan rakyat yang menggambarkan kelompok orang pria atau wanita sedang naik kuda dengan membawa senjata yang dipergunakan untuk latihan atau gladi perang para prajurit. Kuda yang dinaiki adalah kuda tiruan yang terbuat dari bambu, disebut jaran kepang atau kuda lumping. Jumlah penari Jatilan seluruhnya bisa mencapai 30-an orang, meliputi tokoh raja, prajurit, raksasa, Hanoman, penthul, dan barongan. Khusus penari utama yang membawa kuda lumping sekitar 10 orang atau 5 pasangan. (Sutiyono, 2009:2)

Tarian jatilan biasanya mencapai puncaknya dengan adanya penari yang kesurupan (*ndadi*), hal ini disebabkan memang disengaja agar menarik perhatian, dan para sesepuh memang mengundang roh halus yang tahu seni untuk datang dan masuk dalam tubuh salah satu penari. Penari kemudian akan diberi makan kembang atau minum air dengan cara seperti kuda, kemudian mereka akan berguling-guling ditanah. Dengan demikian “seni tradisional ini memiliki nilai magis” (Sutiyono, 2009:2).

### **TAHAPAN MODEL PELEMBAGAAN**

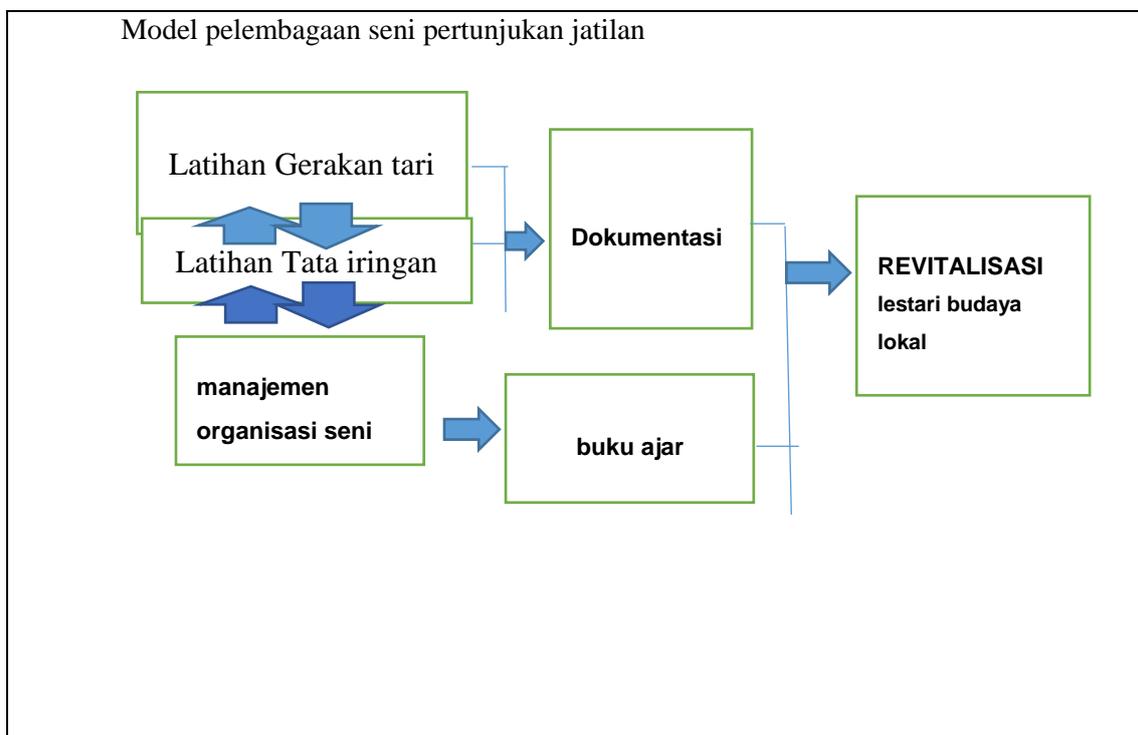
Pertamkali yang kami lakukan untuk pelebagaan adalah melakukna diskusi atau forum group diskusi (FGD) dengan berbagai macam kalangan sepeti kepala desa, ketua pengelola desa budaya, warga desa budaya dan kalangan seniman di desa budaya Banjarharjo. Hasil diskusi menunjukan bahwa warga berniat untuk mengikuti pelebagaan seni pertunjukan jatilan dengan melakukan latihan gerakan tari dan tata iringan yang kemudian akan didokumentasikan melalui rekaman dan pengambilan gerakan tari jatilan yang benar untuk dibuat buku. Hal ini dilakukan agar seni pertunjukan dapat terdokumentasikan dan dapat disebarkan kepada masyarakat luas khususnya warga desa budaya Banjarharjo. Tahap ini dilakukan penunjukan kelompok seni jatilan dusun Salam sebagai kelompok seni jatilan yang masih lengkap pendukung dan perangkat gamelan maupun tempat latihan serta perangkat kostum dan kuda kepang sebagai property seni tari jatilan. Latihan berdasarkan jadwal yang diberikan warga dan kesempatan kami sebagai peneliti. Dalma latihan ditentukan pada malam hari setelah mereka selesai melakukan segala aktifitasnya. Di samping latihan gerakan tari dan tata iringan juga dilakukan pelatihan pengelolaan organisasi seni. Pelatihan meliputi pemberian ilmu tentang seni pertunjukan, mengelola anggota dan bagaimana melakukan regenerasi kepada anggota yang lebih demi lestarinya seni jatilan. Berdasarkan pengamatan kami warga yang terlibat dalam seni jatilan ini terdiri dari para sesepuh yang dulu juga berkesinian dan sekarang ini sebagai orang dituakan. Kemudian para orang dewasa atau orang yang juga turut terlibat, para remaja dan anak-anak, arti seni jatikan cukup didukung dan sudah terjadi regenerasi. Hal ini sudah menjadi modal untuk tetap menjaga dan melanjutkan berkesenian di desa budaya. Sebutan sebagai desa budaya yang banyak didukung budayawan dan kalangan muda tidak mengawatirkan lestarinya budaya lokal dan terwujudnya revitalisasi budaya lokal yang akan menumbuhkan rasa bangga dan cinta seni budaya sendiri. Gerakan tari diharapkan bukan hanya hapalan tetapi juga ada gerakan yang sesuai dengan gaya Yogyakarta. Perbaikan gerakan ini dibantu oleh mahasiswa seni tari yang menguasai tarian jatilan sebagai ikon desa budaya. Jatilan ini sebagai seni tari tarian rakyat yang memang berkembang di sekitar desa di sekitar Yogyakarta. Seperti pernyataan Sedyawati (2012: 296) bahwa “Penguasaan teknik yang benar disertai pemahaman akan nilai-nilai keindahan serta makna-makna simbolik yang mungkin terkandung dalam tari akan dapat meningkatkan penghayatan tari pada si seniman, maupun penikmatan tari pada apresiatornya”. Dengan demikian karya tari dapat memiliki kedalaman makna dan keindahan komposisinya untuk dinikmati dan dihayati dengan baik oleh penarinya.

Gerakan tari jatilan selama ini hanya berdasarkan warisan dari pendahulunya dan itu tidak ada pembaharuan dan kurang memiliki nilai estika sebagai seni pertunjukan yang strandar. Hal ini terjadi karena tinggat pentas hanya di wilayah desa saja, mereka jarang mendapatkan kesempatan pentas di luar desa budaya sendiri, di samping itu juga karena banyak peserta yang terlibat. Kelemahan saat ini mereka hanya mau pentas tetapi untuk latihan kurang berminat, mereka menganggap latihan itu tidak penting toh karena ketika pentas gerakannya ya seperti biasanya saja. Tata iringan termasuk juga membutuhkan sentuhan karena agar lebih baik, selama ini iringan untuk kelompok jatilan memang hanya standarnya ada, tetapi perlu diperbaiki agar lebih berirama yang dinamis dan rampak. Kebetulan anggota penelitian ini juga berasal juga tata iringan atau seni kerawitan. Tata iringan mengalami kendala karena penabuhnya kebanyakan para orang tua sementara gerakannya membutuhkan tenaga untuk ritme yang cepat, namun berkat semangat warga dan pelatih maka usaha untuk memperbaiki. Di samping gerakan dan tata iringan

yang perlu diperbaiki tetapi juga pelatihan manajemen pengelolaan organisasi seni termasuk mengelola latihan sumber daya manusia (SDM) untuk regenerasi anggota, pementasan dan juga keuangan. Kelemahan organisasi seni adalah mengelola uang karena belum bisa mengembangkan organisasi lebih profesional. Pelatihan professional organisasi seni dengan memberikan mengelola panggung, tata kostum atau busana untuk penari dan penabuh. Di samping itu juga pelatihan bagaimana mengelola organisasi harus lebih professional yaitu dengan mengembangkan seni lokal tetapi bisa menjadi nasional.

Tahap akhir yang kami lakukan melakukan rekaman gambar seni tari dengan iringan gamelan yang ditarikan secara utuh kurang lebih 20 menit sebagai bentuk dokumentasi, hal ini kami lakukan untuk didaftarkan HKI untuk mendapat pengakuan, di samping itu kami juga melakukan pengambilan gambar untuk dijadikan buku ajar tentang seni pertunjukan jatilan kepada generasi muda sebagai ahli waris seni budaya lokal. Hasil penelitian model pelestarian seni pertunjukan berhasil melestarikan budaya lokal dan juga mendokumentasikan sebagai sarana pelestarian dengan memanfaatkan teknologi komunikasi. Pelestarian budaya lokal membutuhkan sentuhan kreatifitas dengan memanfaatkan sarana dan prasarana modern untuk menumbuhkan kecintaan generasi muda pada budaya lokal.





## KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa melakukan pelebagaan seni pertunjukan jatilan dapat berhasil di desa budaya karena adanya kesadaran dan kebanggaan terhadap seni budaya sendiri. Model pelebagaan seni pertunjukan jatilan bermanfaat untuk melestarikan budaya sehingga mempercepat terwujudnya revitalisasi budaya lokal. Jatilan sebagai salah satu seni pertunjukan di desa budaya jangan sampai ditinggalkan generasi muda oleh itu dibutuhkan sentuhan gerakan yang lebih energik serta didukung kebijakan pemerintah setempat, membantu tumbuhnya cinta dan bangga budaya sendiri. Kendala melibatkan warga untuk melestrikan adalah mencari kesepakatan tujuan dari bergiatan bukan hanya berkumpul tetapi harus ada hasil yang dapat dimanfaatkan untuk warga dan generasi selanjutnya. Dukungan warga, kepala desa dan pengelola desa budaya sangat membantu mewujudkan pelebagaan seni pertunjukan jatilan, selain gerakan tari dan tata iringan dibutuhkan juga pengelolaan organisasi seni agar lebih professional dan bermanfaat untuk kelangsungan kehidupan berkesenian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Irwan, 2007, *Konstruksi dan Reproduksi Kebudayaan*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar
- Burhan Bungin, (2001), *Metode Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis ke Arah Varian Kontemporer*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Hasil Penelitian – Rochayanti, Christina, 2008, *Komunikasi Antarbudaya dalam Keluarga Jawa*, Hibah Bersaing-Dikti.
- Hasil Penelitian – Rochayanti, Christina dan Reny Triwardani, 2013-2014, *Model Pelestarian Budaya Lokal melalui Desa Budaya*

- Kolopaking, Lala M. 2011. *Peningkatan Kapasitas dan Penguatan Struktur Kelembagaan Otonomi Desa*. Dalam buku Menuju Desa 2030, editor Arif Satria, Erman Rustadi dan Agustina M Purnomo. Yogyakarta. Pohon Cahaya.
- Kusumastuti, Ayu, 2015, Modal Sosial dan Mekanisme Adaptasi Masyarakat Pedesaan dalam Pengelolaan dan Pembangunan Infrastruktur, <file:///E:/Jurnal%20Masyarakat.pdf>, Pusat Kajian Sosiologi FISIP Universitas Indonesia.
- Kuntjara, Esther, 2006, *Penelitian Kebudayaan*, Graha Ilmu, Yogyakarta
- Moleong, Lexy, 2008, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung, Remaja Rosdakarya.
- Nana Syaodah Sukmadinata, (2009), *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Rosdakarya
- Nuryanti, Wiendu. 1993. *Concept, Perspective and Challenges*, makalah bagian dari Laporan Konferensi Internasional mengenai Pariwisata Budaya – Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. Hal 2-3
- Sanapiah Faisal, (2001), *Format-format Penelitian Sosial*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sutrisno, Mudji dan Hendar Putranto (editor), 2009, *Teori-Teori Kebudayaan*, Yogyakarta, Kanisius
- Roqip, Moh. ,2007, *Harmoni dalam Budaya Jawa*, Purwokerto, STAIN Purwokerto Press.
- Suharto, Edi, 2013, *Kebijakan Sosial*, Bandung, Alfabeta.
- Sedyawati, Edi. 2012. *Budaya Indonesia, Kajian Arkeologi, Seni dan Sejarah*. Jakarta. Raja Grafindo Persada.

**Situs website:**

- <http://hartiningrum.blogspot.com/2010/10/peran-kebudayaan-daerahmemperkokoh.html> akses April 2011
- <http://wartawarga.gunadarma.ac.id/2009/10/peran-budaya-lokal-emperkokohbudaya-bangsa.html> akses April 2011
- [www.pagaralam.go.id](http://www.pagaralam.go.id) akses April 2011
- Jurnal Gema Wisata [Home > Vol 13, No 1 \(2017\) > Sri Mulyani](#) dan Edipeni <http://stiepari.greenfrog-ts.co.id/jurnal/index.php/JT/index>
- Jurnal Seni Tari [Vol 5 No 1 \(2016\)](#), Widya Susanti Jurusan Sendratasik Universitas Negeri Semarang, <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jst/about/contact>
- RESITAL : JURNAL SENI PERTUNJUKAN**, Kuswarsantyo, Haryono dan Soedarsono, Vol 11, No 1 (2010): Juni, <http://id.portalgaruda.org/?ref=browse&mod=viewarticle&article=132562>, ISI Yogyakarta
- Jurnal Kajian Seni VOLUME 01, No. 01, November 2014: 48-59, Kuswarsantyo, UGM. Yogyakarta, <https://jurnal.ugm.ac.id/jks>
- Chandrasari et al., Peran Pemerintah Kabupaten Ponorogo Dalam Pelembagaan Kesenian Reyog, E-SOSPOL Volume III Edisi 1, Januari – April 2016; hal. 27 – 33, <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/ESOS/article/download/5672/4234/>
- Ni Made Ruastiti1 , Ni Wayan Parmi2 , Ni Nyoman Manik Suryani3 , I Nyoman Sudiana3, *Seni Budaya Nusantara Dalam Pertunjukan Davedan Show Di Amphi Theatre Nusa Dua, Bali* , MUDRA Jurnal Seni Budaya Volume 33, Nomor 2, Mei 2018 p 118 – 127 [https://www.researchgate.net/publication/325124907\\_Seni\\_Budaya\\_Nusantara\\_Dalam\\_Pertunjukan\\_Davedan\\_Show\\_Di\\_Amphi\\_Theatre\\_Nusa\\_Dua\\_Bali](https://www.researchgate.net/publication/325124907_Seni_Budaya_Nusantara_Dalam_Pertunjukan_Davedan_Show_Di_Amphi_Theatre_Nusa_Dua_Bali)
- Eny Kusumastuti, MAKNA SIMBOLIK FILOSOFIS DALAM PELEMBAGAAN TARI BEDHAYA BEDHAH MADIUN DI KERATON YOGYAKARTA, <download.portalgaruda.org/article.php?...>
- Gissela Tridayanti, FUNGSI TARI REMBARA SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI BUDAYA PADA MASYARAKAT DI KABUPATEN PASER, eJournal Ilmu Komunikasi, 3 (2) 2014: 396 - 405 ISSN 0000-0000, [ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id](http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id) © Copyright 2014 [portalgaruda.org/article.php?article=136200&val=5660&title=](http://portalgaruda.org/article.php?article=136200&val=5660&title=)

## **OLDER WORKER DAN KONSEKUENSINYA TERHADAP ORGANISASI DENGAN PENDEKATAN SCOPING REVIEW**

<sup>1)</sup> Yuni Siswanti, <sup>2)</sup> Ahmad Muhsin, <sup>2)</sup> Laila Nafisah

<sup>1)</sup> Manajemen, FEB, UPN "Veteran" Yogyakarta

<sup>2)</sup> Teknik Industri, FTI, UPN "Veteran" Yogyakarta

[yuni.siswanti@upnyk.ac.id](mailto:yuni.siswanti@upnyk.ac.id) , [ahmad.muhsin@upnyk.ac.id](mailto:ahmad.muhsin@upnyk.ac.id) , [lailanafisah71@gmail.com](mailto:lailanafisah71@gmail.com)

### **ABSTRACT**

#### **Research purposes :**

*Knowing and analyzing perceptions and stereotypes of older workers (positive and negative), organizational attitudes towards older workers (positive and negative), skills and negotiation processes for older workers and identifying "knowledge gap" in previous studies on older worker ( workers entering full duty.*

#### **Research Method:**

*Scoping review includes five stages: (1) defining study objectives, (2) identification, (3) screening process, (4) data extraction, and (5) summarizing data. by utilizing electronic databases (CINAHL, Embase, Proquest Nursing & Allied Health Source, J-Stor, Emerald) from various professions, ranging from the age of students to older workers (56 years and over). The results of data extraction are 50 relevant articles for analysis.*

#### **Research result:**

*The main focus was successfully identified from the results of scooping review regarding older workers, namely: 1). Perceptions and stereotypes of older workers (positive and negative), 2). The tendency of organizational attitudes towards older workers (positive and negative), 3). The skills and negotiation process of the older workers, 4) the results of this scooping review show that there is a "knowledge gap" in terms of organizational perceptions of older worker.*

**Key Words:** *older worker, scooping review, persepsi dan stereotip, sikap terhadap older worker, ketrampilan negosiasi older worker*

### **PENDAHUAN**

Krisis ekonomi global yang terjadi pada tahun 1997-1998 menyebabkan perubahan besar dalam segala unsur, termasuk di dalamnya adalah aspek manusia. Manusia menjadi bagian sentral dalam setiap kegiatan organisasi untuk mencapai tujuannya. Pada saat krisis ekonomi ini terjadi, sebagian besar organisasi/perusahaan berpikir cukup keras untuk mempertahankan karyawannya tanpa harus melakukan pemutusan hubungan kerja dan sejenisnya. Upaya organisasi ini meliputi di dalamnya: masalah pensiun, pemeliharaan karyawan, pemberian insentif yang sesuai bagi karyawan usia produktif, dan sebagainya (Mann, 2007; Rigg & Taylor, 2005).

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa masalah yang dialami organisasi bukan hanya terkait dengan pekerja usia produktif, melainkan juga termasuk pekerja usia tua (*older worker*). *Older worker* didefinisikan sebagai seorang pekerja/pegawai/karyawan yang berusia di atas 50 tahun yang sering dikonotasikan dengan pengalaman kerja sebagai pekerja sudah cukup lama,

namun ketrampilan kerja semakin menurun. Dalam kondisi ini, *older worker* memiliki kecenderungan lebih menyukai bekerja sebagai tenaga paruh waktu, pengusaha, atau pegawai kontrak (Biggs, 2014; Phillipson, 2012; Rigg & Taylor, 2005). Menurut Beal (2018) bahwa *older worker* memiliki kekuatan dalam hal merasa ikut terlibat secara lebih baik terhadap organisasi, loyal terhadap organisasi, dan lebih terampil dalam hal keterampilan sosial, dibandingkan pekerja yang berusia muda. Fenomena ini memotivasi para peneliti untuk memfokuskan risetnya pada faktor personal dan factor-faktor lingkungan yang menyebabkan *older worker* lebih memilih jenis-jenis pekerjaan seperti tersebut di atas.

Dalam kasus khusus, usia seringkali diidentifikasi sebagai penghambat untuk mempertahankan produktivitas kerja (Anderson, Richardson, Fields, & Harootyan, 2013; Berger, 2009; Duncan & Loretto, 2004). Menurut Butler (2008), usia dapat didefinisikan lebih mendalam sebagai “diskriminasi dan stereotip sistematis seseorang karena mereka menjadi tua. Menurut Palmore, Branch, & Harris (2005), usia merujuk pada bagaimana kepercayaan, sikap, asumsi-asumsi, dan stereotip tentang usia digunakan untuk mendukung (eksplisit maupun implisit), diskriminasi perilaku bagi pekerja yang marjinal. Kepercayaan, asumsi-asumsi, dan stereotip positif seringkali berdampak terhadap *older worker*, seperti dihubungkan dengan format *ism*” yang bermakna “sistem/ajaran/keyakinan” (seperti: gender, ras) yang merujuk pada kepercayaan tidaktoleran yang berkontribusi terhadap ketidakadilan dan ketidakseimbangan (Aosved, Long & Voller, 2009). (Bodner, 2009).

Lebih khusus, *older worker* seringkali didiskripsikan sebagai personil yang tidak mampu dilatih lagi, tidak efisien, dan kemampuan fisiknya yang melemah, serta kemampuan mengikuti perkembangan teknologi juga cukup rendah (Chui, Chan, Snape, & Redman, 2001; Dennis & Thomas, 2007). Pada tingkatan individu, internalisasi pemahaman tentang usia dapat terjadi pada saat *older worker* melakukan internalisasi stereotip negatif, yang berdampak terhadap penurunan kepercayaan diri dan berdampak terhadap rendahnya keinginan mereka untuk mengejar beragam peluang di dunia kerja (Loretto & White, 2006).

Penelitian ini melakukan scoping review untuk melakukan review penelitian-penelitian sebelumnya dari beragam alat metodologi, beragam latar belakang pekerjaan *older worker*, dan model tripartit dalam hal usia responden. Penelitian ini bertujuan untuk melihat konsekuensi akibat penambahan usia pekerja sehingga sampai pada masa *older worker*, terhadap kesempatan yang ada dan pengalaman mereka selama bekerja.

## **TUJUAN PENELITIAN**

1. Mengetahui dan menganalisis persepsi dan stereotip terhadap para *older workers* (positif dan negatif)
2. Mengetahui dan menganalisis kecenderungan sikap organisasi terhadap *older worker* (positif dan negatif)
3. Mengetahui Ketrampilan dan proses negosiasi *older worker*
4. Mengidentifikasi “*knowledge gap*” dalam penelitian-penelitian yang dilakukan sebelumnya tentang *older worker*.

## KAJIAN TEORI

Perkembangan usia dimaknai sebagai perubahan yang terjadi secara fungsi-fungsi biologis, psikologis, dan social selama jangka waktu tertentu dan menimbulkan konsekuensi pada : individu yang bersangkutan, organisasi, dan perilaku sosial (De Lange et al., 2006; McCarthy et al., 2014; Schalk et al., 2010).

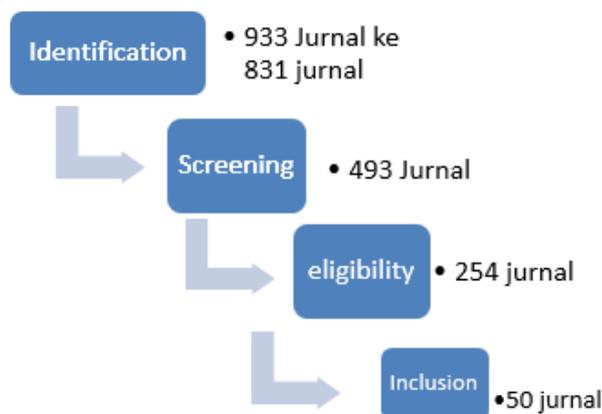
Sterns dan Doverspike (1989) mengidentifikasi lima (5) konsep usia dalam konteks organisasi, yakni: (1) Usia kronologis: merepresentasikan pada usia yang berjalan sesuai kalender aktual, (2) Usia psikologis-fungsional-kinerja: merepresentasikan tingkat kinerja dan kesehatan, (3) usia psikososial atau subjektif: berdasar pada persepsi sosial dan persepsi individu setiap *older worker*, (4) usia organisasional atau lama bekerja/pengalaman kerja: merepresentasikan tentang senioritas dalam kerja, dan (5) *life-span age*: merepresentasikan pada semua pertimbangan bahwa perubahan yang terjadi pasti terjadi selama hidup di dunia dan meyakini bahwa banyak variabel (termasuk : keluarga, tingkat ekonomi dan sebagainya) turut berkontribusi dalam proses perkembangan usia tersebut.

Di negara Italia, *older worker* adalah mereka yang berusia antara 56-65 tahun. Negara Amerika Serikat mengakui pekerja yang berusia di atas 60 tahun masuk sebagai *older worker* (Kinsella & Velkoff, 2001). Di Indonesia, secara umum tenaga kerja tetap memasuki purna tugas ketika usianya mencapai 56 tahun, sehingga *older worker* di Indonesia berkisar di atas 50 tahun.

## DESAIN DAN METODE PENELITIAN

Penelitian ini mencoba melanjutkan *scoping review* yang telah dilakukan peneliti sebelumnya (Arksey & O' Malley, 2005; Harris et al , 2018). Arksey & O'Malley, 2005 dan Harris et al (2018) telah melakukan review pada sejumlah artikel terkait *older worker Scoping review* yang dilakukan Arksey & O' Malley, 2005. Lima tahapan yang dilaluinya meliputi: (1) mendefinisikan tujuan studi, (2) identifikasi, (3) proses screening, (4) ekstraksi data, dan (5) meringkas data. Studi dilakukan selama bulan Mei 2015- 2018 dengan memanfaatkan database elektronik (CINAHL, Embase, Proquest Nursing & Allied Health Source, J-Stor, Emerald).

## HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 1. *Study Flowchart*

Tabel 1. Tipe Desain Studi dan Lokasi

Tipe Studi	Jumlah studi	Eropa	Amerika Utara	Asia	Australia	Cross National	Tidak terdefinisi
Meta analysis	1	-	-	-	-	-	1
Secondary Analysis	4	-	3	-	-	1	-
Cross Sectional Survey	23	6	7	4	1	2	3
Factorial/experimental survey	10	5	5	-	-	-	-
Mixed Method	5	2	2	1	-	-	-
Qualitative	7	4	2	1	-	-	-
Total studi yang di review setelah proses scoping	<b>50</b>						

Tabel 2. Diskripsi Karakteristik Studi

Peneliti	Judul	Partisipan	Desain Riset
Berger, 2006	“Aging” identities: Degradation and negotiation in the search for employment	30 unemployed workers, aged 45–65 tahun	Kualitatif, wawancara semi -terstruktur
Rupp, Vodanovich., Crede (2006)	Age bias in the workplace: The impact of ageism and causal attributions	353 siswa, usia rata-rata 23 tahun	Kuantitatif, desain eksperimen
Berger, 2009	A research note on age discrimination and the desire to retire: The mediating effect of psychological empowerment	30 unemployed workers, aged 45–65 tahun	Kualitatif, wawancara semi -terstruktur
Desmette & Gailiard (2008)	When a “worker” becomes an “older worker”: The effects of age-related social identity on attitudes towards retirement and work	352 older worker, usia : 50-59 tahun	Kuantitatif, cross sectional survey
Maurer, Barbiete., Leips., & Lipstreu (2008)	New measures of stereotypical beliefs about older workers’ ability and desire for development	134 older worker, usia rata-rata: 40-57 tahun	Kuantitatif,, cross sectional survey
Maria C.W. Peeters, Hetty van Emmerik, (2008)	"An introduction to the work and well-being of older workers: From managing threats to creating opportunities", Journal of Managerial Psychology, Vol. 23 Issue: 4, pp.353-363	Kajian teoritis dari hasil hasil kajian sebelumnya mengenai perkembangan usia memasuki older worker, dan konsekuensi setelah memasuki older worker	Telaah kritis
Gaillard & Desmette (2010)	(In)validating stereotypes about older workers influences	78 older workers (Study 1), 60 older workers	Kuantitatif, survey eksperimen

	their intentions to retire early and to learn and develop	(Study 2), usia: 46–58 tahun	
Bal et al., (2011)	Examining positive and negative perceptions of older workers: A meta-analysis	37 pekerja usia muda dan older worker	Kuantitatif, meta analisis
Cheung, Kam & Man Hung Ngan (2011)	Age discrimination in the labour market from the perspectives of employers and older workers	283 karyawan; 797 older workers, usia: 45 tahun dan older worker	Kuantitatif, survei <i>cross sectional</i>
Chou & Choi (2011)	A research note on age discrimination and the desire to retire: The mediating effect of psychological empowerment	420 older worker, usia rata-rata 58 tahun	Kuantitatif, survei <i>cross sectional</i>
Grima (2011)	The influence of age management policies on older employee work relationships with their company	40 pekerja, usia rata-rata 45 tahun dan older worker, sebagian manajer senior	Kualitatif, wawancara semi langsung
Krings, Sczesny & Kluge (2011)	Stereotypical inferences as mediators of age discrimination: The role of competence and warmth	109 siswa sekolah bisnis (Study 1); 95 siswa sekolah bisnis (Study 2); 88 tenaga HRM, usia rata-rata: 38 tahun (Study 3)	Kuantitatif, survei eksperimen
Leisink & Knies (2011)	Line managers' support for older workers	160 manajer front line	Mixed methods, wawancara semi terstruktur, dan kuesioner
Lu, Kao., & Hsieh (2011)	Attitudes towards older people and managers' intention to hire older workers: A Taiwanese study	35 manajer SDM, usia rata-rata 39 tahun	Kuantitatif, survei <i>cross sectional</i>
Thorsen, Rugulis, et al (2012)	The association between psychosocial work environment, attitudes towards older workers (ageism) and planned retirement	3122 older worker, usia rata-rata 50 tahun ke atas	Kuantitatif, survei <i>cross sectional</i>
Yang (2012)	Is adjustment to retirement an individual responsibility? Socio-contextual conditions and options available to retired persons: The Korean perspective	34 older worker, usia rata-rata 50-60 tahun	Kualitatif, wawancara semi terstruktur
Gringart et al (2012)	Negative stereotyping of older nurses despite contact and mere exposure: The case of	163 karyawan, usia rata-rata 48 tahun	Kuantitatif, survei <i>cross sectional</i>

	nursing recruiters in Western Australia		
Truxxilo er al (2012)	Perceptions of older versus younger workers in terms of big five facets, proactive personality, cognitive ability, and job performance	142 siswa, usia rata-rata 26 tahun	Kuantitatif, survei <i>cross sectional</i>
Thorsen et al (2012)	The association between psychosocial work environment, attitudes towards older workers (ageism) and planned retirement	3122 karyawan, usia rata-rata 50 tahun ke atas	Kuantitatif, survei <i>cross sectional</i>
Finkelstein et al (2013)	What do the young (old) people think of me? Content and accuracy of age-based stereotype	125 mahasiswa S2, usia rata-rata 21 tahun; 61 mahasiswa berusia di pertengahan, rata-rata usia 46 tahun; 61 older worker, usia rata-rata 57 tahun	<i>Mixed method</i> , survei dengan kuesioner terbuka dan tertutup
Fritzche & Marcus (2013)	The senior discount: Biases against older career changers	251 mahasiswa S2, usia rata-rata 18-25 tahun	Kuantitatif, desain faktorial
Fuertes et al (2013)	Extending working lives: Age management in SMEs	17 pegawai (3 bagian HRD dan 14 older worker)	Mixed method, survei dan wawancara
James et al (2013)	Exploring the workplace impact of intentional/unintentional age discrimination	4713 karyawan, usia rata-rata: 18-67 tahun	Kuantitatif, survei <i>cross sectional</i>
Lazzazzara et al (2013)	What factors influence training opportunities for older workers? Three factorial surveys exploring the attitudes of HR professionals	66 rofesioanl HR, usia rata-rata 24-65 tahun	Kuantitatif, survei
Mc Cann & Keaton (2013)	A cross cultural investigation of age stereotypes and communication perceptions of older and younger workers in the USA and Thailan	267 siswa, usia rata-rata 23 tahun	Kuantitatif, survei <i>cross sectional</i>
Richardson et al (2013)	Age discrimination in the evaluation of job applicants	52 pekerja dengan pengalaman cukup, usia rata-rata 40 tahun; 102 siswa dengan usia rata-rata 22 tahun	Kuantitatif, survei
Malinen & Johnson (2013)	Workplace ageism: Discovering hidden bias	Mahasiswa usia rata-rata 22 tahun (Study 1); 77 mahasiswa, usia rata-rata 26 tahun (Study 2)	Kuantitatif, survei <i>cross sectional</i>

Van Hippel et al (2013)	Stereotype threat among older employees: Relationship with job attitudes and turnover intention	56 tahun (Study 1); 473 older workers, usia rata-rata 55 tahun (Study 2)	Kuantitatif, survei <i>cross sectional</i>
De Gusman et al (2014)	A structural equation modeling of the factors affecting an age-friendly workplace	200 older worker, usia rata-rata 50-65 tahun	Mixed method, survei <i>cross sectional</i> dan stadardized
Hofsteter & Cohen (2014)	The mediating role of job content plateau on the relationship between work experience characteristics and early retirement and turnover intention	170 pekerja, usia 30 tahun dan older worker	Kuantitatif, survei <i>cross sectional</i>
Lindner et al (2014)	Age-based hiring discrimination as a function of equity norms and self-perceived objectivity	1580 karyawan, usia atntara 18-80 tahun	Kuantitatif, survei eksperimen
Rugg et al (2014)	Selection biases that emerge when age meets gender	320 pekerja, usia 20-82 tahun	Kuantitatif, survei <i>cross sectional</i>
Sckermully et al (2014)	A research note on age discrimination and the desire to retire: The mediating effect of psychological empowermen	130 older worker, usia rata-rata 50 tahun	Kualitatif, wawancara semi terstruktur
Ilaria Setti, Paola Dordoni, Beatrice Piccoli, Massimo Bellotto, Piergiorgio Argentero, (2015)	"Proactive personality and training motivation among older workers: A mediational model of goal orientation", European Journal of Training and Development, Vol. 39 Issue: 8, pp.681-699	2215 pegawai di Lembaga keuangan Italia, usia rata-rata di atas 55 tahun	Survei on line
Shiu, Hassan., & Parry (2015)	The moderating effects of national age stereotyping on the relationships between job satisfaction and its determinants: A study of older workers across 26 countries	5,110 karyawan usia 50 tahun dari hasil European Social Survey	Kuantitatif, data sekunder
Sophie Hennekam, (2015)	"Employability of older workers in the Netherlands: antecedents and consequences", International Journal of	1,112 pekerja; semua masuk dalam agen khusus older worker di Netherland. 77 % menganggur, 333% masih bekerja. Usia	Survei

	Manpower, Vol. 36 Issue: 6, pp.931-946	rata-rata di atas 59,5 tahun.	
Sophie Hennekam, (2015)	"Career success of older workers: the influence of social skills and continuous learning ability", Journal of Management Development, Vol. 34 Issue: 9, pp.1113-1133	920 pekerja older worker di Netherland, usia rata-rata 50 tahun ke atas	Mixed metdhod: survei dan semi wawancara terstruktur
Sophie Hennekam , (2016)	"Competencies of older workers and its influence on career success and job satisfaction", Employee Relations, Vol. 38 Iss 2 pp. 130 - 146	1112 older worker di Netherland (usia rata-rata di atas 45 tahun)	Survei
Jos Akkermans, Annet H. de Lange, Beatrice I.J.M. van der Heijden, Dorien T.A.M. Kooij, Paul G.W. Jansen, Josje S.E. Dijkers, (2016)	"What about time? Examining chronological and subjective age and their relation to work motivation", Career Development International, Vol. 21 Issue: 4, pp.419-439	186 Sopir taksi, di sebuah agen travel di Nedherland, usia rt-rata di atas 55 tahun	Survei
Beal, Brian (2016)	"Making older workers happy to carry on: Importance of social skills and continuous learning", Development and Learning in Organizations: An International Journal, Vol. 30 Issue: 2, pp.22-24	Telaah kritis dari penelitian Sophie ennekam. Diambil kesimpulan bahwa pada older worker akan berpengaruh terhadap kepuasan karir, keterampilan sosial, kompetensi, kesuksesan karir, dan kemampuan pembelajarannya	Telaah kritis
Michael A. Crumpton, (2016)	"The value of older library workers", The Bottom Line, Vol. 29 Issue: 4, pp.226-229	Kajian terhadap pustakawan yang memasuki older worker, dan factor-faktor yang membuat mereka tetap merasa eksis bagi organisasi	<i>Field literature</i>
Harris,Kelly, Krygsman, Sarah., Waschenko, Jessica., & Laliberte Rudman, (2018)	Ageism and the Older Worker: A Scoping Review (The Gerontologist cite as: Gerontologist, 2018, Vol. 58, No. 2:	43 Artikel penelitian di review dari hasil 5 tahapan proses scoping review yang dilakukan Arksey dan O'Malley	<i>Scoping review</i>

Hasil dari *scooping review* yang kami lakukan tersebut (tabel 2) menunjukkan:

1. Mayoritas penelitian mengenai *older worker* menggunakan *cross-sectional quantitative surveys*
2. Latar belakang pekerjaan responden bervariasi : *older workers*, manajer HRM, karyawan, pekerja muda, dan mahasiswa

**a). Persepsi dan Sikap Stereotip terhadap *Older Worker***

**1). Persepsi dan Stereotip positif**

Sebanyak 24 artikel menunjukkan persepsi dan stereotip positif. Penelitian Van, Henkens, & Schippers (2010), menunjukkan bahwa *older workers* dari beragam studi ditemukan memiliki *soft skill* yang lebih positif dibanding karyawan usia muda. *Soft skill* positif ini akan terlihat dalam bentuk keterampilan sosial, konsistensi dalam bekerja. Konsistensi ini secara umum terlihat sebagai bagian dari *soft skill*. Hasil survei pada para manajer dari negara-negara Eropa ditemukan bahwa *older worker* lebih konsisten dibandingkan pekerja usia muda (usia 35 tahun atau kurang) Dalen, Henkens, & Schippers, 2009). Di Australia, sejumlah 81% perawat diambil dari *older worker* untuk bergabung di rumah sakit-rumah saki disbanding perawat usia muda (Gringart et al., 2012). Sepuluh studi lain juga menunjukkan hasil yang sama dalam menilai karakteristik *older worker* dari sudut pandang manajer, pekerja muda, dan *older worker* itu sendiri (Bal et al., 2011; Finkelstein, Ryan, & King, 2013; Karpinska, Henkens, & Schippers, 2013; Porcellato, Carmichael, Hulme, Ingham, & Prashar, 2010; Richardson, Webb, Webber, & Smith, 2013; Sharit, Czaja, Hernandez, & Nair, 2009; Van Dalen et al., 2010).

Pengalaman kerja, pengetahuan, pengalaman hidup serta kekuatan dalam hal etika kerja, menjadi atribut positif *older worker* yang dipertimbangkan organisasi untuk memilih mereka (Finkelstein, Ryan, et al., 2013; Fuertes, Egdell, & McQuaid, 2013; Harris et al., 2018; Michael A. Crumpton., 2016).

Studi-studi lain menunjukkan bahwa *older worker* memiliki keterampilan sosial dan keterampilan interpersonal yang lebih baik dibanding pekerja usia muda (Karpinska et al., 2013; Loretto & White, 2006; Richardson et al., 2013; Van Dalen et al., 2009, 2010). Komitmen dan /atau loyalitas yang lebih tinggi terhadap organisasi, cenderung dimiliki *older worker* disbanding pekerja usia muda (Kluge and Krings, 2008); Finkelstein, Ryan et al. (2013), Loretto & White (2006), Karpinska et al. (2013), McCann & Keaton (2013); Van Dalen et al. (2009, 2010). Studi Kluge and Krings (2008); Shiu, Hassan, & Parry (2015) menunjukkan bahwa *older worker* sebagai pekerja yang hangat (menyenangkan, empati tinggi, baik, sabar) dibanding pekerja usia muda.

Van Dalen et al. (2010) menemukan bahwa meningkatnya usia pekerja berhubungan positif dengan produktivitas *older worker*. Meskipun demikian, studi Truxillo, McCune, Bertolino, & Fraccaroli (2012) menunjukkan bahwa usia responden tidak memoderasi hubungan tersebut.

Hasil riset Akkerman et al (2016) menunjukkan bahwa perkembangan usia yang dipersepsikan subjektif oleh individu berhubungan positif signifikan dengan motivasi pekerja. Artinya persepsi ini relative bagi masing-masing individu. Individu yang menuju *older worker* bisa jadi lebih tinggi motivasi kerjanya disbanding pekerja yang berusia muda.

## **2). Persepsi dan stereotip negatif**

Ada kecenderungan sebagian besar organisasi memiliki intensitas yang menurun memberi kesempatan *older worker* untuk diterima sebagai karyawan, diberikan pelatihan, pemeliharaan secara umum, maupun dipertahankan sebagai karyawan. Ada hubungan signifikan antara menurunnya aspek-aspek tersebut dengan perkembangan usia seseorang memasuki masa tua. (Karpinska, Henkens, & Schippers, 2011; Richardson et al., 2013 Lindner, Graser, & Nosek, 2014;; Ruggs et al., 2014). Survei eksperimen yang dilakukan Krings & colleagues (2011), 74% dari mahasiswa sekolah bisnis dan 77% professional SDM usia muda cenderung dipilih oleh organisasi untuk bergabung. Studi studi di Skotlandia dan Eropa mengindikasikan bahwa karyawan di usia *older worker*, bukan menjadi prioritas utama untuk dipilih. Mereka akan dipilih hanya untuk keperluan jangka pendek. (Loretto & White, 2006; Van Dalen et al., 2009).

Studi Richardson et al (2013) menunjukkan bahwa organisasi akan memberikan perhatian lebih rendah terhadap karyawan di atas usia 48 tahun.

### **b). Kecenderungan sikap organisasi terhadap *older worker***

#### **1). Intensitas negatif organisasi**

Sejumlah 25 artikel menemukan perilaku organisasi yang mendiskriminasi pekerja dari sisi usia, baik dalam hal rekrutmen dan seleksi, pelatihan, pemeliharaan dan pelepasan karyawan. Meta analisis yang dilakukan Bal et al (2011) ada banyak praktik yang tidak fair dalam hal seleksi karyawan, terutama terhadap *older worker*. Berger (2009); Porcellato et al (2010) dalam studi kualitatifnya menemukan praktik seleksi yang mendiskriminasi *older worker*. Praktik seleksi ini juga terjadi di Hongkong (Cheung et al., 2011). Fuertes et al. (2013) mencatat bahwa hanya sebagian kecil perusahaan yang mau menerima *older worker* di dunia jasa maupun industry rumah sakit. Proses seleksi menggunakan internet, informasi dari mulut ke mulut dalam upaya membatasi jumlah *older worker* memiliki peluang masuk ke perusahaan.

Dalam penelitian eksperimen Lahey (2008); Grima (2011) menunjukkan bahwa ada kecenderungan sebagian besar *older worker* memiliki kesempatan kecil untuk diberi pelatihan dibandingkan pekerja usia muda. Perusahaan perusahaan di Italia dalam memperlakukan manajer yang memasuki purna tugas dan *older worker* diberi kesempatan sangat kecil dalam pelatihan (Karpinska et al., 2013). Meta analisis tentang hubungan usia dalam dunia kerja, menunjukkan bahwa peningkatan usia memoderasi hubungan peningkatan ketrampilan karyawan dengan promosi. (Bal et al., 2011).

Karyawan dan manajer yang menjelang purna tugas juga mengalami diskriminasi dalam hal promosi (Cheung et al., 2011; De Guzman, Amrad, Araullo, & Cheung, 2014). Studi kualitatif di Perancis menunjukkan bahwa pola promosi yang ditujukan bagi karyawan usia muda relatif diarahkan untuk jenjang yang lebih tinggi, sedangkan para *older worker* dipromosikan untuk pekerjaan yang membutuhkan keterampilan lebih rendah. (Grima, 2011). Hasil riset James, McKechnie, Swanberg, & Besen (2013) menunjukkan bahwa karyawan yang memasuki purna tugas tidak tepat bila dipromosikan, karena dipandang memiliki keterlibatannya mulai turun terhadap organisasi. Data hasil riset sebelumnya menunjukkan bahwa perhatian terhadap *older worker* pun semakin rendah (Ball et al., 2011), pemindahan ke jenis pekerjaan lain juga tidak diharapkan organisasi (Chou & Choi, 2011), dan kecenderungan menurunnya bonus bagi mereka (Kluge & Krings, 2008).

Chou and Choi (2011) melakukan riset terhadap *older worker* dari sisi usia dan gender. Hal ini juga terjadi diskriminasi. Dimana pekerja pria yang menjelang purna tugas, akan menerima gaji lebih rendah seiring dengan bertambahnya usia mereka.

Hasil survei di China menunjukkan bahwa penerimaan gaji *older worker* akan semakin turun seiring bertambahnya usia (Cheung et al., 2011). Penelitian Yang (2012) menunjukkan bahwa karyawan yang memasuki masa pension menerima tekanan lebih besar dari manajer dan karyawan muda. Diskriminasi terlihat dalam bentuk gaji dan insentif yang diberikan kepada karyawan memasuki masa pension, khususnya menjelang usia 60 tahun.

## 2). **Intensitas Positif Organisasi**

Leisink and Knies (2011) menunjukkan bahwa manajer tingkat lini yang memasuki masa purna (*older worker*) di Neterland menerima perlakuan positif dalam hal pelatihan, termasuk pengembangan karir dan harapan dari hasil pelatihan.

## c). **Proses negosiasi organisasi kepada *older worker***

### 1). **Negosiasi internal**

Hasil riset kualitatif Berger (2006) menunjukkan bahwa *older worker* dalam menjalankan pekerjaannya berupaya mengubah kerangka kerja mereka . Sebagai contoh, mereka mengidentifikasi dirinya sebagai “semipensiun” atau “semipengangguran”. Grima (2011) menyatakan bahwa seiring bertambahnya usia pekerja, para karyawan akan lebih merasa aman dan sudah mapan dalam karir. Ada individu yang membatasi dirinya dalam hal kurang tertarik dipromosikan dan dikembangkan karena menyadari usia yang makin tua, sehingga mereka memilih posisi yang tetap (*stagnant*). Yang (2012) menunjukkan bahwa individu yang menerima uang pensiun (status yang jelas) akan memiliki protes lebih kecil terhadap organisasi. Berger (2009) menambahkan bahwa *older worker* dalam upaya mendapatkan pekerjaan pun lebih mudah mengubah harapannya ketika diterima dalam organisasi.

### 2). **Negosiasi eksternal**

Berger (2009) menemukan bahwa sebagian besar *older worker* lebih menyukai tidak mau beradu konflik dengan pekerja muda dalam masalah pekerjaan, dan ada hubungan signifikan antara bertambahnya usia dengan keterampilan negosiasi dengan pihak lain. Menurut Grima (2011) individu yang memiliki aspirasi untuk meningkatkan posisinya dalam organisasi cenderung berani menyampaikan keinginannya terhadap manajer seniornya. Yang (2012) dan Berger (2006) menemukan bahwa *older worker* cenderung memiliki keinginan mempertahankan peran dan identitasnya dalam organisasi melalui kerja yang bersifat sukarela.

## **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

1. Ada beberapa fokus utama yang berhasil diidentifikasi dari hasil *scooping review* mengenai *older worker*, yakni:
  - a). Persepsi dan stereotip terhadap para *older workers* (positif dan negatif)
  - b). Kecenderungan sikap organisasi terhadap *older worker* (positif dan negatif)
  - c). Keterampilan dan proses negosiasi *older worker*
2. Hasil *scooping review* ini menunjukkan adanya “*knowledge gap*” dalam hal persepsi organisasi terhadap *older worker*. Ada organisasi yang melihat *older worker* secara positif, menghargai kelebihan-kelebihan yang dimiliki *older worker* tersebut, dan sebaliknya. *Scooping review* ini dengan melihat hasil riset di beragam negara dan benua (Amerika, Asia,

Australia, Asia), sehingga kemungkinan besar terjadi *knowledge gap* mengenai persepsi organisasi terhadap *older worker* dapat saja terjadi. Hal ini dikarenakan, bahwa setiap wilayah memiliki konteks budaya, nilai-nilai, kepercayaan, keyakinan dan unsur-unsur penghargaan terhadap manusia yang berbeda-beda. Di Asia misalnya, penelitian dilakukan di China, bsas saja hasilnya berbeda dengan sesama negara Asia lainnya. Penelitian selanjutnya sebaiknya mencoba meneliti konteks di benua lain dan di negara lainnya yang belum dikaji dalam *scooping review ini*.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, K., Richardson, V. E., Fields, N. L., & Harootyan, R. (2013). Inclusion or exclusion? Exploring barriers to employment for low-income older adults. *Journal of Gerontological Social Work*, 56, 318–334.
- Aosved, A. C., Long, P. J., & Voller, E. K. (2009). Measuring sexism, racism, sexual prejudice, ageism, classism, and religious intolerance: The intolerant schema measure. *Journal of Applied Social Psychology*, 39, 2321–2354.
- Arksey, H., & O'Malley, L. (2005). Scoping studies: Towards a methodological framework. *International Journal of Social Research Methodology*, 8, 19–32.
- Bal, A. C., Reiss, A. E. B., Rudolph, C. W., & Baltes, B. B. (2011). Examining positive and negative perceptions of older workers: A meta-analysis. *The journals of Gerontology, Series B: Psychological Sciences and Social Sciences*, 66, 687–698.
- Berger, E. D. (2006). "Aging" identities: Degradation and negotiation in the search for employment. *Journal of Aging Studies*, 20, 303–316.
- Berger, E. D. (2009). Managing age discrimination: An examination of the techniques used when seeking employment. *The Gerontologist*.
- Blair, T., & Minkler, M. (2009). Participatory action research with older adults: Key principles in practice. *The Gerontologist*, 49, 651–662.
- Bodner, E. (2009). On the origins of ageism among older and younger adults. *International Psychogeriatrics*, 21, 1003–1014.
- Brian Beal, (2016) "Making older workers happy to carry on: Importance of social skills and continuous learning", *Development and Learning in Organizations: An International Journal*, Vol. 30 Issue: 2, pp.22-24
- Burr, J. A., & Mutchler, J. E. (2007). Employment in later life: A focus on race/ethnicity and gender. *Generations*, 31, 37–44.
- Butler, R. N. (2008). *Ageism* (2nd ed.). New York: Springer Publishing Company.
- Cheung, C., Kam, P. K., & Man-hung Ngan, R. (2011). Age discrimination in the labour market from the perspectives of employers and older workers. *International Social Work*, 54, 118–136.
- Chou, R. J.-A., & Choi, N. G. (2011). Prevalence and correlates of perceived workplace discrimination among older workers in the United States of America. *Ageing and Society*, 31, 1051–1070.
- Chui, W. C. K., Chan, A. W., Snape, E., & Redman, T. (2001). Age stereotypes and discriminatory attitudes towards older workers: An east-west comparison. *Human Relations*, 54, 629–661.
- De Guzman, A. B., Amrad, N. H., Araullo, R. C. G., & Cheung, H. B. O. (2014). A structural equation modeling of the factors affecting an age-friendly workplace. *Educational Gerontology*, 40, 387–400.
- De Lange, A.H.,Taris,T.W.,Jansen,P.,Smulders,P.,Houtman,I.& Kompier,M.(2006),“Ageas a factor in the relation between work and mental health: results of the longitudinal TAS

- survey”, *Occupational Health Psychology: European Perspectives on Research, Education and Practice*, Vol. 1, pp. 21-45.
- DeLange, A.H., Bal, P.M., VanderHeijden, B.I.J.M., DeJong, N. and Schaufeli, W.B. (2011), “When I’m 64: psychological contract breach, work motivation and the moderating roles of future time perspective and regulatory focus”, *Work & Stress*, Vol. 25 No. 4, pp. 338-354.
- De Lange, A.H., Van Yperen, N.W., Van der Heijden, B.I.J.M. and Matthijs Bal, P. (2010), “Dominant achievement goals of older workers and their relationship with motivation-related outcomes”, *Journal of Vocational Behavior*, Vol. 77 No. 1, pp. 118-125.
- Dennis, H., & Thomas, K. (2007). Ageism in the workplace. *Generations*, 31, 84–89.
- Desmette, D., & Gaillard, M. (2008). When a “worker” becomes an “older worker”: The effects of age-related social identity on attitudes towards retirement and work. *Career Development International*, 13, 168–185.
- Duncan, C., & Loretto, W. (2004). Never the right age? gender and age-based discrimination in employment. *Gender Work and Organization*, 11, 95–115.
- Finkelstein, R., Roher, S., & Owusu, S. (2013). *AgeSmart Employer NYC: Compendium of strategies and practices*. New York: New York Academy of Medicine.
- Finkelstein, L. M., Ryan, K. M., & King, E. B. (2013). What do the young (old) people think of me? Content and accuracy of age-based metastereotypes. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 22, 633–657.
- Fritzsche, B., & Marcus, J. (2013). The senior discount: Biases against older career changers. *Journal of Applied Social Psychology*, 43, 350–362.
- Fuertes, V., Egdell, V., & McQuaid, R. (2013). Extending working lives: Age management in SMEs. *Employee Relations*, 35, 272–293.
- Gaillard, M., & Desmette, D. (2010). (In)validating stereotypes about older workers influences their intentions to retire early and to learn and develop. *Basic and Applied Social Psychology*, 32, 86–98.
- Grima, F. (2011). The influence of age management policies on older employee work relationships with their company. *The International Journal of Human Resource Management*, 22, 1312–1332.
- Gringart, E., Jones, B., Helmes, E., Jansz, J., Monterosso, L., & Edwards, M. (2012). Negative stereotyping of older nurses despite contact and mere exposure: The case of nursing recruiters in Western Australia. *Journal of Aging & Social Policy*, 24, 400–416.
- Harris, Kelly, Krygsman, Sarah., Waschenko, Jessica., & Laliberte Rudman, (2018). Ageism and the Older Worker: A Scoping Review. *The Gerontologist* cite as: *Gerontologist*, Vol. 58, No. 2
- Hennekam, Sophie. (2015). "Employability of older workers in the Netherlands: antecedents and consequences", *International Journal of Manpower*, Vol. 36 Issue: 6, pp.931-946.
- Hennekam, Shopie. (2015). "Career success of older workers: the influence of social skills and continuous learning ability", *Journal of Management Development*, Vol. 34 Issue: 9, pp.1113-1133.
- Hennekam, Shoppie. (2016). "Competencies of older workers and its influence on career success and job satisfaction", *Employee Relations*, Vol. 38 Iss 2 pp. 130 – 146.
- Hofstetter, H., & Cohen, A. (2014). The mediating role of job content plateau on the relationship between work experience characteristics and early retirement and turnover intentions. *Personnel Review*, 43, 350–376.
- Ilaria Setti, Paola Dordoni, Beatrice Piccoli, Massimo Bellotto, Piergiorgio Argentero, (2015). "Proactive personality and training motivation among older workers: A mediational model of goal orientation", *European Journal of Training and Development*, Vol. 39 Issue: 8, pp.681-699.

- James, J. B., McKechnie, S., Swanberg, J., & Besen, E. (2013). Exploring the workplace impact of intentional/unintentional age discrimination. *Journal of Managerial Psychology*, 28, 907–927.
- Jos Akkermans, Annet H. de Lange, Beatrice I.J.M. van der Heijden, Dorien T.A.M. Kooij, Paul G.W. Jansen, Josje S.E. Dijkers, (2016). "What about time? Examining chronological and subjective age and their relation to work motivation", *Career Development International*, Vol. 21 Issue: 4, pp.419-439
- Karpinska, K., Henkens, K., & Schippers, J. (2011). The recruitment of early retirees: A vignette study of the factors that affect managers' decisions. *Ageing and Society*, 31, 570–589.
- Karpinska, K., Henkens, K., & Schippers, J. (2013). Retention of older workers: Impact of managers' age norms and stereotypes. *European Sociological Review*, 29, 1323–1335.
- Kluge, A., & Krings, F. (2008). Attitudes toward older workers and human resource practices. *Swiss Journal of Psychology*, 67, 61–64.
- Krings, F., Sczesny, S., & Kluge, A. (2011). Stereotypical inferences as mediators of age discrimination: The role of competence and warmth. *British Journal of Management*, 22, 187–201.
- Lahey, J. N. (2008). Age, women and hiring: An experimental study. *Journal of Human Resources*, 43, 30–56.
- Lazazzara, A., Karpinska, K., & Henkens, K. (2013). What factors influence training opportunities for older workers? Three factorial surveys exploring the attitudes of HR professionals. *The International Journal of Human Resource Management*, 24, 2154–2172.
- Leisink, P. L. M., & Knies, E. (2011). Line managers' support for older workers. *The International Journal of Human Resource Management*, 22, 1902–1917.
- Levy, S. R. (2016). Toward reducing ageism: PEACE (Positive Education about Aging and Contact Experiences) model. *The Gerontologist*. Advance online publication.
- Lindner, N. M., Graser, A., & Nosek, B. A. (2014). Age-based hiring discrimination as a function of equity norms and self-perceived objectivity. *PLoS One*, 9, e84752.
- Loretto, W., & White, P. (2006). Employers' attitudes, practices and policies towards older workers. *Human Resource Management Journal*, 16, 313–330.
- Lu, L. (2010). Attitudes toward older people and coworkers' intention to work with older employees: A Taiwanese study. *International Journal of Aging & Human Development*, 71, 305–322.
- Lu, L., Kao, S.-F., & Hsieh, Y.-H. (2011). Attitudes towards older people and managers' intention to hire older workers: A Taiwanese study. *Educational Gerontology*, 37, 835–853.
- Malinen, S., & Johnston, L. (2013). Workplace ageism: Discovering hidden bias. *Experimental Aging Research*, 39, 445–465.
- Mann, K. (2007). Activation, retirement planning and restraining the 'third age'. *Social Policy & Society*, 6, 279–292.
- Maria C.W. Peeters, Hetty van Emmerik, (2008). "An introduction to the work and well-being of older workers: From managing threats to creating opportunities", *Journal of Managerial Psychology*, Vol. 23 Issue: 4, pp.353-363.
- Maurer, T. J., Barbeite, F. G., Weiss, E. M., & Lippstreu, M. (2008). New measures of stereotypical beliefs about older workers' ability and desire for development: Exploration among employees age 40 and over. *Journal of Managerial Psychology*, 23, 395–418.
- McCann, R. M., & Keaton, S. A. (2013). A cross cultural investigation of age stereotypes and communication perceptions of older and younger workers in the USA and Thailand. *Educational Gerontology*, 39, 326–341.

- McCarthy, J., Heraty, N. and Cross, C. (2014), "Who is considered an 'older worker'? Extending our conceptualisation of 'older' from an organisational decision maker perspective", *Human Resource Management Journal*, Vol. 24 No. 4, pp. 374-393.
- Michael A. Crumpton, (2016). "The value of older library workers", *The Bottom Line*, Vol. 29 Issue: 4, pp.226-229
- Muhsin, A., Nafisah, L., & Siswanti, Yuni. 2018. *Development of an Advocacy Model with a Participatory*. 2<sup>th</sup> International Conference of Social Sciences and Education (ICSSSE). Yogyakarta, 4-5 September 2018 (UNY)
- Muhsin, A., Darpito, S. H., & Siswanti, Yuni. 2018. COMMUNITY-BASED POVERTY ALLEVIATION USING PARTICIPATORY RURAL APPRAISAL . *Russian Journal of Agricultural and Socio Economic Sciences*. Vol.6 (78): 112-118, June.
- Palmore, E. B., Branch, L., & Harris, D. (2005). *Encyclopedia of ageism*. New York: Haworth Pastoral Press.
- Phillipson, C. (2012). The future of work and retirement. *Human Relations*, 66, 143–153.
- Porcellato, L., Carmichael, F., Hulme, C., Ingham, B., & Prashar, A. (2010). Giving older workers a voice: Constraints on the employment of older people in the North West of England. *Work, Employment and Society*, 24, 85–103.
- Richardson, B., Webb, J., Webber, L., & Smith, K. (2013). Age discrimination in the evaluation of job applicants. *Journal of Applied Social Psychology*, 43, 35–44.
- Ruggs, E. N., Hebl, M. R., Walker, S. S., & Fa-Kaji, N. (2014). Selection biases that emerge when age meets gender. *Journal of Managerial Psychology*, 29, 1028–1043.
- Schalk, R., van Veldhoven, M., de Lange, A.H., de Witte, H., Kraus, K., Stamov-Rosnagel, C., Tordera, N., van der Heijden, B., Zappala, S., Bal, M., Bertrand, F., Claes, R., Crego, A., Dorenbosch, L., de Jonge, J., Desmette, D., Gellert, F.J., Hansez, I., Iller, C., Kooij, D., Kuipers, B., Linkola, P., van den Broeck, A., van der Schoot, E. and Zacher, H. (2010), "Moving European research on work and ageing forward: overview and agenda", *European Journal of Work and Organizational Psychology*, Vol. 19 No. 1, pp. 76-101.
- Schermyly, C. C., Deller, J., & Büsch, V. (2014). A research note on age discrimination and the desire to retire: The mediating. *The Gerontologist*, 2018, Vol. 58, No. 2 e13
- Sharit, J., Czaja, S. J., Hernandez, M. A., & Nair, S. N. (2009). The employability of older workers as teleworkers: An appraisal of issues and an empirical study. *Human Factors and Ergonomics in Manufacturing*, 19, 457–477.
- Shiu, E., Hassan, L. M., & Parry, S. (2015). The moderating effects of national age stereotyping on the relationships between job satisfaction and its determinants: A study of older workers across 26 countries. *British Journal of Management*, 26, 255–272. doi:10.1111/1467-8551.12091
- Sterns, H.L. and Doverspike, D. (1989), "Aging and the training and learning process", in Goldstein, S.W. & Irwin, L.(Eds), *Training and Development in Organizations*, University of Akron, San Francisco, CA.
- Thorsen, S., Rugulies, R., Longgaard, K., Borg, V., Thielen, K., & Bjorner, J. B. (2012). The association between psychological work environment, attitudes towards older workers (ageism) and planned retirement. *International Archives of Occupational and Environmental Health*, 85, 437–445.
- Tope, D., Chamberlain, L. J., Crowley, M., & Hodson, R. (2005). The benefits of being there: Evidence from the literature on work. *Journal of Contemporary Ethnography*, 34, 470–493.
- Truxillo, D. M., McCune, E. A., Bertolino, M., & Fraccaroli, F. (2012). Perceptions of older versus younger workers in terms of Big Five facets, proactive personality, cognitive ability, and job performance. *Journal of Applied Social Psychology*, 42, 2607– 2639.

- Van Dalen, H. P., Henkens, K., & Schippers, J. (2009). Dealing with older workers in Europe: A comparative survey of employers' attitudes and actions. *Journal of European Social Policy*, 19, 47–60.
- Van Dalen, H. P., Henkens, K., & Schippers, J. (2010). Productivity of older workers: Perceptions of employers and employees. *Population and Development Review*, 36, 309–330.
- Von Hippel, C., Kalokerinos, E. K., & Henry, J. D. (2013). Stereotype threat among older employees: Relationship with job attitudes and turnover intentions. *Psychology and Aging*, 28, 17–27.
- Yang, Y. (2012). Is adjustment to retirement an individual responsibility? Socio-contextual conditions and options available to retired persons: *The Korean perspective. Ageing and Society*, 32, 177–195.

## **PENGEMBANGAN PENDIDIKAN AKUNTANSI BERBASIS KKNI MENUJU PENDIDIKAN BERWAWASAN *SUSTAINABLE* *DEVELOPMENT***

*Sri Astuti, Zuhrohtun, Kunti Sunaryo*  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

### **ABSTRACT**

*Artikel ini merupakan hasil evaluasi pembelajaran di Prodi Akuntansi UPN “Veteran” Yogyakarta. Evaluasi ini dilakukan dalam rangka menghadapi liberalisasi pasar tenaga kerja dan tantangan ketenagakerjaan di pasar bebas ASEAN. Kurikulum pendidikan harus disusun sesuai dengan kebutuhan pasar tenaga kerja. Sehingga penelitian ini dilakukan dengan mengevaluasi dan menyusun pedoman kurikulum berbasis Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI). Orientasi pembelajaran Prodi Akuntansi selama ini adalah orientasi ekonomi. Padahal arah pendidikan dan dunia bisnis adalah **bagaimana menjaga kelangsungan suatu entitas**. Sehingga dengan laporan ekonomi (keuangan) saja tidaklah cukup untuk pembuatan keputusan. Pertimbangan social dan lingkungan akan menjadi focus dalam perkembangan dunia bisnis mendatang, sehingga dibutuhkan laporan social dan lingkungan di samping laporan keuangan. Laporan ini disebut dengan laporan berkelanjutan (sustainability report). Untuk menjembatani permasalahan tersebut, maka kurikulum pembelajaran di Perguruan Tinggi harus selalu diperbaharui agar mampu mencetak calon tenaga kerja yang siap bersaing di pasar bebas tenaga kerja.*

**Kata Kunci:** *KKNI, Sustainability Report, Kurikulum*

### **LATAR BELAKANG DAN PERMASALAHAN**

Kurikulum pendidikan tinggi adalah seperangkat rencana dan pengaturan mengenai isi, bahan kajian, maupun bahan pelajaran serta cara penyampaiannya dan penilaian yang digunakan sebagai pedoman penyelenggaraan kegiatan pembelajaran di perguruan tinggi baik bagi dosen maupun mahasiswa.

Kurikulum memuat standar kompetensi lulusan yang terstruktur dalam kompetensi utama, pendukung dan lainnya yang mendukung tercapainya tujuan, terlaksananya misi, dan terwujudnya visi Program Studi (PS). Kurikulum memuat mata kuliah atau modul yang mendukung pencapaian kompetensi lulusan dan memberikan keleluasaan pada mahasiswa untuk memperluas wawasan dan memperdalam keahlian sesuai dengan minatnya, serta dilengkapi dengan deskripsi mata kuliah atau modul, silabus, rencana pembelajaran dan evaluasi.

Kurikulum dirancang berdasarkan relevansinya dengan tujuan, cakupan dan kedalaman materi, pengorganisasian yang mendorong terbentuknya *hard skills* dan keterampilan kepribadian dan perilaku (*soft skills*) yang dapat diterapkan dalam berbagai **situasi dan kondisi**.

Perkembangan akuntansi secara umum dipengaruhi oleh perkembangan dunia bisnis. Semakin pesat perkembangan dunia bisnis, maka akuntansi juga akan semakin berkembang. Hal

ini dikarenakan adanya tuntutan kebutuhan bagi pihak-pihak yang berkepentingan terhadap bisnisnya. Standar (Pedoman) akuntansi telah mengalami perkembangan dari masa ke masa. Hal ini dipicu oleh kebutuhan para pemakai informasi dalam pembuatan keputusan. Selama beberapa periode, pelaporan akuntansi lebih menggambarkan informasi tentang kondisi keuangan perusahaan saja, yaitu laporan keuangan. Seiring dengan perkembangan dunia bisnis, maka laporan keuangan bukan merupakan satu-satunya informasi yang dipakai oleh pembuat keputusan dalam menentukan keputusan. Sesuai dengan prinsip akuntansi, bahwa perusahaan harus memenuhi prinsip *going concern* (Ikatan Akuntan Indonesia, 2017). Kelangsungan usaha perusahaan (entitas) dipengaruhi oleh banyak faktor. Sehingga tujuan utama perusahaan melaksanakan operasinya, tidak semata-mata untuk memaksimalkan laba. Tetapi ada tuntutan untuk menjaga sumber daya yang ada. Perusahaan harus mampu menghemat penggunaan sumber daya yang ada, seperti penggunaan sumber daya air, energi dan pengelolaan limbah dengan baik agar tidak mencemari lingkungannya. Sehingga muncul tuntutan untuk menyampaikan informasi tentang hal tersebut.

Berkembangnya layanan teknologi digital (*fintech*) telah menuntut profesi akuntansi untuk lebih mengembangkan SDMnya (Wahyuni, 2018). Pioner di berbagai Negara bisa dikatakan sebagai pionir dalam beradaptasi dengan keberadaan *fintech*. Ada beberapa tantangan yang akan dihadapi akuntan ketika menjadi pemimpin ekonomi di era digital, yaitu: (1) Apakah *fintech* akan mengarah pada perubahan *value*; (2) Bagaimanakah kita sebagai akuntan profesional bisa meng *enable people*; dan (3) Apakah akuntan masih akan focus mengembangkan aspek finansial local ketika akses financial global telah terbuka.

Akuntan profesional harus mampu menghadapi tantangan di era milenial, karena akuntan profesional mempunyai kompetensi di bidang *governance*, *risk management* dan *compliance professional*. Sehingga akuntan profesional harus mampu memberikan *assurance* bahwa jasa yang mereka berikan mampu memberikan nilai tambah, patuh pada hukum dan etika yang berlaku, tanpa mengesampingkan aspek *humanity*.

Menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007, CSR atau Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan merupakan komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Sementara itu, Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 mendefinisikan CSR sebagai tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.

Pendidikan di perguruan tinggi khususnya Prodi Akuntansi, saat ini masih belum banyak memasukkan unsur sosial dan lingkungan dalam kurikulumnya. Hal ini bisa dilihat dari masing-masing tujuan pembelajaran yang ada dalam silabus perkuliahan. Untuk mengikuti tuntutan dan tantangan menghadapi perkembangan bisnis dan teknologi, maka perguruan tinggi harus melakukan perbaikan dan inovasi dalam proses pembelajarannya.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

Kurikulum adalah seperangkat rencana dan pengaturan mengenai capaian pembelajaran lulusan, bahan kajian, proses, dan penilaian yang digunakan sebagai pedoman penyelenggaraan program studi. (Permenristekdikti No.44 Thn 2015: SN-DIKTI).

Terdapat sejumlah deskripsi generic dan kualifikasi yang harus dicapai oleh lulusan

Strata 1 seperti yang tertuang pada Lampiran Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2012 tentang kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia, yang terdiri dari deskripsi kompetensi yang harus dimiliki oleh semua level dan deskripsi kompetensi yang terkait dengan level/jenjang pendidikan yang disandang oleh lulusan strata 1. Uraian deskripsi umum yang harus ada pada semua tingkatan dalam KKNI adalah sebagai berikut;

- a. Bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa,
- b. Memiliki moral, etika dan kepribadian yang baik di dalam menyelesaikan tugasnya,
- c. Berperan sebagai warga Negara yang bangga dan cinta tanah air serta mendukung perdamaian dunia,
- d. Mampu bekerja sama dan memiliki kepekaan social dan kepedulian yang tinggi terhadap masyarakat dan lingkungannya,
- e. Menghargai keanekaragaman budaya, pandangan, kepercayaan, dan agama serta pendapat/temuan orisinal orang lain,
- f. Menjunjung tinggi penegakan hukum serta memiliki semangat untuk mendahulukan kepentingan bangsa serta masyarakat luas.

### ***Sustainable Reporting***

*Sustainability Report* atau disebut juga dengan *Triple Bottom Line Reporting* merupakan alat pelaporan yang ditujukan kepada pihak pengguna, berisi tentang laporan ekonomi, social dan lingkungan. Istilah *Triple Bottom Line Reporting* dikenalkan oleh John Elkington (1997). Elkington menyatakan bahwa untuk menjaga kelangsungan usaha perusahaan, maka perusahaan harus mempertimbangkan 3P (*Profit, Planet, People*) dalam usahanya. Perusahaan sebagai entitas bisnis dalam menjalankan aktivitasnya, selain berorientasi pada *profit*, harus mempertimbangkan kesejahteraan masyarakat (*people*) seperti pemberian insentif kepada karyawan sepadan dengan karyawan. Selain itu perusahaan juga harus mempertimbangkan kelangsungan sumber daya alam dalam menjalankan aktivitasnya, seperti penghematan air, listrik dan bahan baku serta tidak merusak lingkungan (*planet*). *Sustainability report* merupakan komitmen perusahaan untuk melaksanakan pembangunan ekonomi, social dan lingkungan secara berkelanjutan.

*Sustainability Report* berisi uraian tentang upaya-upaya pencapaian perusahaan dalam pelaksanaan tanggung jawab social dan lingkungannya. Laporan ini ditujukan kepada pemangku kepentingan (Lindawati dan Puspita, 2015). Terdapat beberapa teori yang bisa menjelaskan tentang *sustainability report*, yaitu teori stakeholder, teori kontrak social, teori legitimasi, teori ekonomi politik.

### ***Teori Stakeholder***

*Stakeholder* adalah semua pihak, baik internal maupun eksternal yang dapat mempengaruhi maupun dipengaruhi, baik langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan. Teori stakeholder menggambarkan hubungan antara stakeholder sebagai penyedia sumber daya dengan perusahaan yang mengakomodir kebutuhan para stakeholdernya (Chariri dan Ghozali, 2007). Teori stakeholder mempunyai tujuan membantu korporasi meningkatkan nilai-nilai dari dampak aktivitas-aktivitasnya, dan meminimalisir kerugian bagi stakeholder. Sehingga perusahaan harus memberikan pertanggungjawaban dan akuntabilitas atas operasinya tersebut.

Jika dilihat dari penjelasan tersebut, maka perusahaan merupakan bagian dari system lingkungannya. Sehingga harus menjaga legitimasi stakeholder dengan melibatkannya ke dalam kebijakan operasi dan sebagai salah satu pertimbangan pembuatan keputusan. Dengan demikian

sinergi akan terjadi antara perusahaan dan stakeholder dalam rangka menjaga stabilitas dan keberlangsungan usaha perusahaan (Hadi, 2011).

Beberapa alasan yang mendorong perusahaan perlu memperhatikan kepentingan *stakeholders*, yaitu : 1) Isu lingkungan melibatkan kepentingan berbagai kelompok dalam masyarakat yang dapat mengganggu kualitas hidup mereka. 2) Dalam era globalisasi telah mendorong produk-produk yang diperdagangkan harus bersahabat dengan lingkungan. 3) Para investor dalam menanamkan modalnya cenderung untuk memilih perusahaan yang memiliki dan mengembangkan kebijakan dan program lingkungan. 4) LSM dan pencinta lingkungan makin vokal dalam mengkritik perusahaan-perusahaan yang kurang peduli terhadap lingkungan (Sri Rokhlinasari, 2016).

### **Teori Legitimasi**

Teori legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan beroperasi dalam lingkungan eksternal yang berubah secara konstan dan mereka berusaha meyakinkan bahwa perilaku mereka sesuai dengan batas-batas dan norma masyarakat (Michelon dan Parbonetti, 2012). Teori legitimasi memfokuskan pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat (Lindawati dan Puspitawati, 2015). Legitimasi masyarakat merupakan factor pertimbangan strategis bagi perusahaan dalam rangka menjaga kelangsungan usaha perusahaan. Hal ini bisa dilihat dari strategi perusahaan, dan aktivitas-aktivitas perusahaan yang bernilai social. Apabila aktivitas perusahaan menyimpang dari nilai-nilai social masyarakat, maka hal ini dikatakan sebagai "*legitimacy gap*" dan dapat mengganggu kelangsungan usaha perusahaan.

Perusahaan akan menunjukkan kekonsistensian dengan norma-norma social dalam menjalankan aktivitasnya melalui pengungkapan (*disclosure*). Pengungkapan bisa terkait dengan perubahan-perubahan dalam perusahaan, juga membuat *image* stakeholder yang bagus terhadap perusahaan.

Bagi perusahaan yang memperoleh laba, akan meningkatkan reputasi dan kepercayaan bagi stakeholder dan konsumen (Ernst dan Young 2013). Kegiatan CSR diharapkan dapat memotivasi para karyawan dan menunjukkan praktek manajemen yang baik (Lindawati dan Puspitawati, 2015). Selain itu CSR diharapkan dapat memberikan reputasi yang baik di masyarakat dan juga membantu perusahaan untuk mengelola fungsinya agar lebih baik.

### **Teori Kontrak Sosial**

Teori kontrak social muncul karena adanya hubungan antara perusahaan sebagai suatu entitas dengan kehidupan social masyarakat. Teori ini membangun hubungan antara perusahaan dengan masyarakat agar berjalan harmonis dan selaras. Interaksi perusahaan dengan masyarakat akan selalu berusaha untuk memenuhi dan mematuhi aturan dan norma-norma yang berlaku di masyarakat, sehingga kegiatan perusahaan dapat dipandang *legitimate* (Hadi, 2011).

Perusahaan merupakan bagian dari system yang lebih besar. Perusahaan membutuhkan input dari luar perusahaan seperti sumber daya, baik manusia dan alam untuk diproses menjadi produk perusahaan yang dipakai untuk memenuhi kebutuhan masyarakat luas. Dari pandangan tersebut kelihatan nyata bahwa sebenarnya perusahaan tidak bisa berdiri sendiri, sehingga perusahaan mempunyai kewajiban kepada masyarakat untuk memberikan manfaat yang saling menguntungkan.

**PEMBAHASAN**

Peninjauan kembali terhadap kurikulum dan proses belajar mengajar hendaknya difokuskan pada pembinaan lulusan yang memiliki berbagai kompetensi, *pertama*, sikap dan tata nilai. **Kedua**, kemampuan kerja. **Ketiga**, penguasaan pengetahuan. **Keempat**, tanggung jawab dan wewenang. Keempat kompetensi tersebut dijabarkan dalam capaian pembelajaran kurikulum berbasis KKNI. Dengan harapan kompetensi lulusan perguruan tinggi dapat disandingkan, disetarakan, dan diintegrasikan antara bidang pendidikan dan bidang pelatihan kerja serta pengalaman kerja. Hal ini menyebabkan Negara-negara GATS dan AFTA menyusun kerangka kualifikasi nasional (Alhamuddin, 2015).

Bila ditinjau dari beberapa *Learning Outcome* dari Rencana Pembelajaran setiap mata kuliah, maka kandungan materi perkuliahan belum mengarah ke konsep *Sustainability Development*. Berikut adalah *Learning Outcome* dari beberapa mata kuliah di Program Studi Akuntansi secara keseluruhan:

No	Mata Kuliah	<i>Learning Outcome</i>
1	Pengantar Akuntansi	Mampu mengetahui, menjelaskan, dan memecahkan <i>short case</i> tentang konsep klasifikasi biaya, konsep pengukuran, pencatatan dan penyajian biaya pada perusahaan manufaktur dan jasa, mencatat, mengukur transaksi pada perusahaan manufaktur dan jasa, menyusun laporan harga pokok penjualan, laporan biaya produksi dan laporan keuangan pada perusahaan manufaktur dan jasa
2	Akuntansi Keuangan Menengah 1	Mampu mengetahui, menjelaskan, menyajikan, mengungkapkan dan memecahkan <i>short case</i> tentang kerangka dasar pelaporan keuangan, penyusunan laporan keuangan, dan perlakuan akuntansi (pengakuan, pengukuran, penyajian dan pengungkapan) di laporan keuangan untuk akun kas, piutang, persediaan, aset tetap, properti investasi, aset tak berwujud, liabilitas jangka pendek termasuk provisi dan kontinjensi sesuai dengan standar akuntansi keuangan
3	Akuntansi Keuangan Menengah 2	Mampu mengetahui, menjelaskan, menyajikan, mengungkapkan dan memecahkan <i>short case</i> tentang liabilitas jangka panjang ( <i>Long Term Liabilities</i> ), komponen ekuitas ( <i>Stockholder Equity</i> ), sekuritas dilutif ( <i>Dilutive Securities</i> ), informasi laba per lembar saham ( <i>Earning Per Share</i> ), investasi ( <i>Investment</i> ), pendapatan ( <i>Revenue Recognition</i> ), sewa ( <i>Leases</i> ), imbalan kerja dan pensiun ( <i>Employee Benefit and Pension</i> ), pajak penghasilan ( <i>Accounting for Income Tax</i> ) dan mampu mencatat dan mengungkapkan perubahan kebijakan dan estimasi akuntansi serta koreksi kesalahan mencatat ( <i>Accounting Changes &amp; Error Analysis</i> )
6	Akuntansi Manajemen	Mampu mengetahui, menjelaskan, dan memecahkan <i>short case</i> tentang <i>The role, History, and Direction of management accounting, Basic Management accounting Concept, Activity Product costing, Activity based Management, Budgeting For Planning and Control, Standard Costing, Segment Reporting, Investment Center Evaluation and Transfer Pricing, Cost-Volume-Profit Analysis, Tactical Decision Making, Quality Costs and Productivity: Measurement, reporting and control, Lean accounting, Target Costing, and The Balanced Scorecard, Environmental Cost Management, International Issues in Management Accounting</i>

Salah satu tolok ukur keberhasilan pembelajaran di Prodi Akuntansi adalah mahasiswa mampu menyusun laporan keuangan. Laporan keuangan yang dihasilkan dari proses Akuntansi dan dikerjakan oleh para Akuntan selama ini lebih banyak menyajikan informasi keuangan kepada para pemakai, sedangkan informasi social dan lingkungan diabaikan dalam proses akuntansi. Sehingga Laporan Keuangan lebih banyak hanya menyajikan sinyal-sinyal atau indikator “kesuksesan keuangan” sementara dampak-dampak sosial-ekologi yang ditimbulkan oleh aktivitas ekonomi atau aktivitas bisnis korporasi diabaikan. Hal ini dapat menyesatkan para pihak dalam pengambilan keputusan stratejik, taktikal dan operasional.

Mengingat pada 2020, model Sustainability Reporting yang dikembangkan Global Reporting Inisiatives (GRI) akan menjadi mandatory bagi korporasi global, maka muatan materi kuliah Prodi Akuntansi harus mengarah kepada Sustainability Reporting (Lako, 2018). Menurut GRI 2017, informasi yang akan dipakai sebagai dasar penyusunan laporan keberlanjutan menurut GRI dikelompokkan ke dalam kelompok berikut ini:

1. Aspek Ekonomi, meliputi kinerja Ekonomi; keberadaan di Pasar; Dampak Ekonomi Tidak Langsung; Praktik Pengadaan.
2. Aspek Lingkungan, meliputi Bahan; Energi; Air; Keanekaragaman hayati; Emisi; Efluen dan Limbah; Produk dan Jasa; Kepatuhan; Transportasi; Lain-lain; Asesmen Pemasok atas Lingkungan; Mekanisme Pengaduan Masalah Lingkungan.
3. Kategori Sosial, meliputi Praktik Ketenagakerjaan dan Kenyamanan Bekerja; Hak Asasi Manusia; Masyarakat; Tanggung Jawab atas Produk.

Untuk menyeragamkan praktik akuntansi di Indonesia, maka pedoman atau standar akuntansi yang berlaku harus disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan. Sebagai referensi, saat ini terdapat beberapa SAK yang dapat digunakan atau menjadi perhatian perusahaan yang memasukkan SDG's ke dalam laporan keuangan (Wahyuni, 2018):

1. Pencadangan Biaya Lingkungan dan PSAK 57 Provisi, Liabilitas, Kontinjensi dan Asset Kontinjensi.
2. Perubahan Teknologi yang cepat dan PSAK 48 Penurunan Nilai Aset.
3. Manajemen Risiko dan Pengungkappannya dalam PSAK 60 Instrumen Keuangan: Pengungkapan
4. Memperhitungkan Risiko Lingkungan dalam Model Penurunan Nilai PSAK 71 Instrumen Keuangan.
5. Kesetaraan Jender dan PSAK 24 Imbalan Kerja.
6. Beban Riset dan Pengembangan dan PSAK 19 Aset Berwujud.

Jika dilihat dari literature, temuan fakta materi pembelajaran di Prodi Akuntansi, maka pembelajaran ke depan sesuai dengan KKNI, harus memasukkan unsur-unsur SDG's. Hal ini dilakukan agar selaras dengan kondisi lingkungan bisnis. Terdapat beberapa mata kuliah yang relevan dengan unsur SDG's , yaitu mata kuliah akuntansi keuangan, akuntansi manajemen, manajemen strategi, sistem informasi, etika bisnis, hukum bisnis, pengauditan, teori akuntansi, analisis laporan keuangan. Langkah yang bisa digunakan untuk memasukkan unsur pelaporan social dan lingkungan dalam pelaporan *sustainability* adalah dengan cara mengidentifikasi biaya-biaya yang termasuk biaya social dan lingkungan. Kemudian melakukan pengevaluasian tentang penilaian biaya social dan lingkungan tersebut. Penilaian ini didasarkan pada Pedoman

Standar Akuntansi Keuangan, yang akan berlaku pada tahun 2020.

Terdapat beberapa langkah dalam pembelajaran di Prodi Akuntansi dalam menghadapi perkembangan di dunia bisnis, baik ditinjau dari segi perkembangan teknologi, social dan lingkungannya. Langkah tersebut antara lain dengan:

1. Penyesuaian silabus berdasarkan PSAK terkini. Hal ini dilakukan dengan cara mengidentifikasi mata kuliah yang berdampak signifikan dari PSAK tersebut; mempelajari dampak penerapan PSAK terhadap perusahaan; dan mempercepat penyesuaian silabus apabila terdapat PSAK baru.
2. Memperbanyak metode belajar melalui studi kasus. Hal ini bisa dilakukan dengan kasus di kelas atau bisa kerjasama dengan pihak praktisi.
3. Adanya dukungan dari pihak Universitas untuk mewajibkan mahasiswanya mengikuti seminar-seminar dan adanya kerjasama dengan pihak profesi dalam mengembangkan *skill* mahasiswa.

## **KESIMPULAN**

Kemajuan suatu bangsa sangat ditentukan oleh kualitas pendidikannya. Kualitas pendidikan banyak dipengaruhi oleh kualitas pendidik, kurikulum dan interaksi di kelas. Perkembangan bisnis dan teknologi telah menuntut perubahan dalam metode pembelajaran. Tingginya tingkat pengangguran sarjana banyak dipicu karena lulusan perguruan tinggi belum memiliki keterampilan yang dibutuhkan oleh sebagian user dan juga sebagian besar lulusan adalah pencari kerja, bukan pencipta lapangan kerja (kemenristek dikti, 2017).

Pembaharuan kurikulum berbasis KKNI didesain untuk memenuhi tuntutan tersebut. Dalam kurikulum berbasis KKNI antara lain memasukkan unsur capaian mahasiswa mampu bekerja sama dan memiliki kepekaan social dan kepedulian yang tinggi terhadap masyarakat dan lingkungannya. Hal ini seiring dengan adanya program SDG's oleh pemerintah Indonesia. Kurikulum pendidikan Prodi Akuntansi dituntut untuk memenuhi tantangan pasar tenaga kerja dengan memperbaiki kurikulum, dan membekali mahasiswa dengan keterampilan-keterampilan yang relevan. Selain itu institusi pendidikan bisa melakukan kerjasama dengan pihak lain yang berkompeten dengan pemberian pelatihan keterampilan, uji kompetensi dan sertifikasi.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Alhamuddin, 2015, Kurikulum Perguruan Tinggi Berbasis KKNI sebagai Upaya untuk Mengembangkan Sumber Daya Manusia Berdaya Saing di Era Global, Vokasional Vol. 1 No. 1.
- Ang Swat Lin Lindawati dan Marsella Eka Puspita, 2015, *Corporate Social Responsibility: Implikasi Stakeholder Dan Legitimacy Gap Dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan*, *Jurnal Akuntansi Multiparadigma JAMAL*, Volume 6. Nomor 1, Halaman 1-174.
- Edi Mulyono, 2018, Tantangan Terhadap Kurikulum S1 Akuntansi dalam Era Industri 4.0, Makalah SNA 18 Samarinda, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan, Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks, the triple bottom line of 21st century business*. Oxford: Capstone Publishing Limited.
- Ersa Tri Wahyuni, 2017, Menghadapi Turbulensi IFRS 2018-2022, *Majalah Akuntan Indonesia*: Juli-Agustus.

- Ersa Tri Wahyuni, 2018, Dampak SDGS dalam Laporan Keuangan dan Peran Penting Akuntan, Majalah Akuntan Indonesia: April-Juni.
- GRI, (2017), G4: Pedoman Pelaporan Keberlanjutan, [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org).
- Hadi. N, 2011, *Corporate Social Responsibility*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Ikatan Akuntan Indonesia, 2018, Standar Akuntansi Keuangan di Indonesia, Salemba Empat Jakarta.
- Ikatan Akuntan Indonesia, 2018, Tantangan Terhadap Kurikulum S1 Akuntansi dalam Era Industri 4.0, Makalah SNA 18 Samarinda.
- Kementerian Riset, Teknologi, Dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia, 2015, Buku Kurikulum Pendidikan Tinggi, Direktorat Pembelajaran Dan Kemahasiswaan Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan.
- Kementerian Riset, Teknologi, Dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia, 2015, Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia: Dokumen 001, Direktorat Jendral Pembelajaran Dan Kemahasiswaan Kementerian Riset, Teknologi, Dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia.
- Lako Andreas, 2018, Akuntansi Hijau: Isu, Teori dan Aplikasi, Salemba Empat Jakarta.
- Lewis. S. 2003. "Reputation And Corporate Responsibility". *Journal Of Communication Management*. Vol. 7, No. 4, Hlm 356–366.
- Michelon Giovanna and Parbonetti Antonio, 2012, *The Effect of Corporate Governance on Sustainability Disclosure*, Journal of Management and Governance, August.
- Sri Rokhlianisari, 2016, Teori-Teori dalam Pengungkapan Informasi Corporate Social Responsibility Perbankan, Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syari'ah Al-Amwal.
- Sumerdanta Pustaka, 2017, Peluncuran GRI Standars 2018: Membaca Arah Akuntabilitas Masa Depan, Majalah CSR: Panduan Bisnis Berkelanjutan, Juni.
- Undang-undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.

**ANALISIS TATA KELOLA DANA DESA**  
**(STUDI DI KECAMATAN BANGUNTAPAN KABUPATEN BANTUL)**

**Sucahyo Heriningsih, Dwi Sudaryati, Lita Yulita Fitriyani**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

Email: [sucahyoheriningsih@upnyk.ac.id](mailto:sucahyoheriningsih@upnyk.ac.id) , [sudaryati\\_dwi@yahoo.com](mailto:sudaryati_dwi@yahoo.com) , [lita.yf@gmail.com](mailto:lita.yf@gmail.com)

**ABSTRACT**

*The Village Law (UU No.6 of 2014), which came into effect in 2015, has become a necessity for village governments to implement. The realization of the Village Law is the achievement of village development goals that are the welfare of rural communities, by conducting financial management according to the needs of the village community, with transparent and accountable management. The specific purpose of this study is to provide direction for policy and governance research related to the enactment of UU No.6 of 2014 concerning villages, and how to manage village funds. The research method uses descriptive analysis method to analyze understanding of the implementation of UU No. 6 of 2014 related to village fund management. From the results of descriptive analysis the suitability level of the implementation of village fund management in Bantul district can be concluded as a whole in accordance with the required legislation (UU No.6 of 2014), along with the rules for its implementation (Permendagri No.20 of 2018).*

**Kata kunci:** UU Desa, Pengelolaan dana desa.

**PENDAHULUAN**

Desa merupakan daerah otonom terkecil di pemerintahan, yang berhak untuk mengurus, mengatur dan menyelenggarakan rumah tangganya sendiri, dan menyelenggarakan pemerintahan desa tetap harus dipertanggungjawabkan. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa merupakan Undang-Undang yang memberikan pengakuan pemerintah desa untuk mengatur pembangunan di desa yang bertujuan sebesar-besarnya untuk kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat desa. Pada UU Desa ini, terdapat poin yang menarik, yaitu adanya aturan yang membahas terkait alokasi anggaran untuk desa. Jumlah alokasi anggaran yang langsung ke desa, ditetapkan dengan mempertimbangkan jumlah penduduk, angka kemiskinan, luas wilayah, dan tingkat kesulitan geografi dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan pemerataan pembangunan Desa. Diperkirakan setiap desa akan mendapatkan dana sekitar 1.2 hingga 1.4 miliar setiap tahunnya. Pendanaan yang cukup besar yang diterima Desa diharapkan dapat mewujudkan kesejahteraan masyarakat di desa, sehingga penting adanya tata kelola pemerintah desa yang baik, karena kewenangan dan dana yang besar dapat menimbulkan kesalahpahaman, kolusi, nepotisme dan korupsi yang dapat menghambat kemandirian dan kesejahteraan desa. Dengan total dana sangat besar yang diterima desa, tidak mustahil bisa diselewengkan oleh perangkat desa yang tidak bertanggungjawab. Bahkan desa dapat terkena masalah hukum akibat ketidaktahuan tata cara penggunaan dan pelaporannya. Oleh sebab itu, perlu kesiapan dari aparat pemerintah desa dalam menerapkan UU Desa, baik dari sisi

penggunaan, manajemen penganggaran, pembangunan sarana prasarana, pelaporan pertanggungjawabannya terkait asset desa dan perpajakan dan program pengentasan kemiskinan, serta potensi desa untuk mewujudkan kemandirian desa melalui BUMDes.

Penelitian ini dapat memberikan arah untuk kebijakan dan tatakelola terkait diberlakukannya UU No.6 Tahun 2014 tentang desa dan implementasi otonomi di pemerintah desa. Metode penelitian dengan menggunakan metode analisis diskriptif untuk mengadakan evaluasi pemahaman atas implementasi UU no 6 Tahun 2014, setelah dilaksanakan pembinaan dan pelatihan teknis pencatatan akuntansi sederhana dengan menggunakan aplikasi komputer SISKEUDES. Penguatan manajemen, kelembagaan dan *governance*. Tata kelola pemerintahan yang akuntabel dan transparan dapat mendukung program dan proyek pengentasan kemiskinan yang menjadi sumber terjadinya korupsi. Tata kelola yang baik diperlukan agar usaha pengentasan penanggulangan kemiskinan menjadi efektif. Korupsi merupakan suatu gejala tata kelola pemerintahan yang buruk dan menjadi kendala besar bagi upaya penanggulangan kemiskinan. korupsi lebih mudah terjadi dalam lingkungan dimana pejabat mempunyai kontrol monopoli terhadap aset-aset negara dan kewenangan yang cukup tinggi atas siapa yang dapat menikmati aset-aset tersebut, dan pada saat yang sama mekanisme yang membuat para pejabat ini bertanggung jawab atas perbuatan mereka sangat lemah, bahkan tidak ada sama sekali. Transparency International Indonesia (TII) menyatakan Indeks Persepsi Korupsi Indonesia (CPI) pada 2016 naik satu poin sebesar 37 dari angka tertinggi 100, tetapi secara global posisi Indonesia masih berada di urutan ke-90 dari 176 negara yang diukur di dunia.

Tata kelola pemerintah desa yang efisiensi diharapkan dapat menciptakan efisiensi dalam pengeluaran publik, serta menurunkan angka kematian bayi/anak, dan menaikkan tingkat pendidikan penduduk. Pengeluaran publik menjadi lebih efektif apabila terdapat tata kelola pemerintahan yang baik dan menjadi kurang efektif apabila terdapat tata kelola pemerintahan yang buruk. Pada dasarnya institusi publik yang berfungsi dengan baik merupakan suatu hal yang sangat penting untuk membuat pengeluaran publik menjadi pelayanan publik yang baik. Dengan demikian, tata kelola pemerintahan yang baik sangatlah penting agar dapat mendukung kegiatan pengentasan kemiskinan yang efektif dan untuk mengurangi korupsi.

Model penguatan manajemen, kelembagaan dan *governance* bagi pemerintah desa, sangat penting untuk dapat memecahkan masalah pengentasan kemiskinan yang tidak efektif. Keutamaan penelitian ini penting sebagai perbaikan tata kelola, serta dengan mencegah penyelewengan dikarenakan ketidakmampuan dan ketidaktahuan desa dalam mengelola anggaran yang bersumber langsung dari APBN ataupun APBD. Hal ini karena tingkat pendidikan perangkat desa yang rendah/ bervariasi, sehingga menjadi persoalan karena bervariasi juga dalam memahami laporan APBDes. Desa yang diberikan kewenangan untuk mengelola sendiri pemerintahannya, diharapkan investasi dan pendapatan di tingkat desa dapat menghasilkan kegiatan ekonomi dan daya saing desa. Pengelolaan kekayaan milik Desa dilakukan untuk meningkatkan kesejahteraan dan taraf hidup masyarakat Desa serta meningkatkan pendapatan Desa. Permasalahan yang diajukan pada penelitian ini adalah: “Bagaimanakah implementasi UU No.6 tahun 2014, terkait dengan pengelolaan administrasi desa, pengelolaan aset desa, dan pengelolaan keuangan desa?”

### **State of the art**

Maraknya kasus korupsi yang terjadi di pemerintah desa yang dilakukan oleh kepala desa dalam beberapa dekade menjadi persoalan yang penting untuk dicermati, yang ternyata dalam pelaksanaan pengelolaan transparansi dan akuntabilitas di desapun perlu dilaksanakan sebagai perwujudan dari diberlakukannya UU No.6 Tahun 2014. Dengan demikian proses pengawasan atas pemerintah desa menjadi penting untuk pelaksanaan kebijakan desa, kelembagaan desa, keuangan desa, dan kekayaan desa.

Kendala pelaksanaan otonomi di desa telah membawa banyak kasus korupsi seperti: Tiga Kepala desa dan seorang carik di Kabupaten Kendal, Jawa Tengah, tersangkut kasus korupsi alokasi dana desa (ADD) dan tanah bengkok; serta kasus korupsi dana irigasi dilakukan kepala desa di kabupaten Ciamis, dan masih banyak lagi yang dilakukan oleh kepala desa. Tujuan khusus penelitian ini dapat memberikan arah untuk penelitian kebijakan dan tatakelola terkait diberlakukannya UU No.6 Tahun 2014 tentang desa.

Metode penelitian dengan melakukan analisis diskriptif untuk mengadakan analisis pemahaman atas implementasi UU no 6 Tahun 2014, setelah dilaksanakan pembinaan dan pelatihan teknis pencatatan akuntansi sederhana dengan menggunakan aplikasi komputer SISKEUDES, serta mengidentifikasi program potensi desa sebagai sarana pengentasan kemiskinan di desa. Bila dikaitkan dengan implementasi pelaksanaan UU No.6 Tahun 2014 maka penelitian ini menjadi sangat urgent untuk dilaksanakan, karena dengan mengidentifikasi kendala dalam pelaksanaan UU desa Tahun 2014, maka dengan teridentifikasi permasalahan tata kelola terkait dengan penyusunan anggaran, pengelolaan asset, implementasi pelaporan keuangan desa, harapannya dengan sistem dan tata kelola pemerintahan yang baik maka harapannya tingkat kemiskinan dan korupsi seharusnya bisa diidentifikasi lebih awal, karena proses administrasi dan pelaporan pertanggungjawaban yang sudah sesuai dengan perundang-undangan yang disyahkan.

### **Penelitian Terdahulu**

Menurut Kusuma (2013) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa komitmen, infrastruktur dan sistem informasi berpengaruh terhadap kesiapan pemerintah daerah kabupaten Jember dalam implementasi akuntansi akrual. 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. Sedangkan komitmen memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keberhasilan penerapan peraturan pemerintah No.24 Tahun 2005. Oluseyi O. (2010) dalam penelitiannya yang membandingkan pelaksanaan akuntansi akrual di Inggris dengan New Zealand, menyatakan bahwa peran sumber daya manusia, terutama para birokrat sangat penting perannya dalam meningkatkan tercapai mewujudkan tata kelola yang baik dan meningkatnya profesionalisme para akuntan pemerintah sehingga dapat mendukung penerapan akuntansi akrual.

### **Hipotesis**

Berdasarkan permasalahan penelitian yang sudah diuraikan, maka hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

H1: Terdapat pemahaman di pemerintah desa dalam pengelolaan dana desa meliputi perencanaan, pelaksanaan, penatausahaan, pelaporan, dan sistem pertanggungjawaban/ pengawasan dana desa.

### **Variabel Penelitian**

#### **Pengelolaan Keuangan Desa**

Pengelolaan Keuangan Desa adalah keseluruhan kegiatan yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, penatausahaan, pelaporan, dan pertanggungjawaban keuangan desa. Penyelenggaraan kewenangan lokal berskala Desa selain didanai oleh APB Desa, juga dapat didanai oleh anggaran pendapatan dan belanja negara dan anggaran pendapatan dan belanja daerah (Hamzah, 2014). Menurut UU No.6 Tahun 2014, Penyelenggaraan kewenangan Desa yang ditugaskan oleh Pemerintah didanai oleh anggaran pendapatan dan belanja negara. Pencairan dana dalam rekening kas Desa ditandatangani oleh kepala Desa dan Bendahara Desa. Pengelolaan keuangan Desa meliputi:

- a. perencanaan;
- b. pelaksanaan;
- c. penatausahaan;
- d. pelaporan; dan
- e. pertanggungjawaban;
- f. pembinaan dan pengawasan.

Penggunaan dana desa untuk kegiatan yang tidak prioritas dapat dilakukan sepanjang kegiatan pembangunan dan pemberdayaan masyarakat telah terpenuhi. Pembangunan dana Desa mengacu pada Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJM) Desa dan Rencana Kerja Pemerintah (RKP) Desa. Menurut UU No.6 Tahun 2014, dana desa diprioritaskan untuk mendanai program kegiatan yang meliputi:

- a. Pengentasan kemiskinan
- b. Peningkatan pelayanan kesehatan di Desa
- c. Infrastruktur Desa
- d. Pertanian

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya. Data penelitian mencakup hasil observasi atas pelaksanaan UU Desa dengan mengambil sasaran untuk semua perangkat desa yang terdapat di Kecamatan Banguntapan Kabupaten Bantul. Daerah observasi Kabupaten Bantul dipilih oleh peneliti karena kabupaten Bantul telah memperoleh opini wajar tanpa pengecualian sebanyak 3 tahun berturut-turut. Hal ini mengindikasikan adanya sistem penyelenggaraan pemerintah daerah bagus, akuntabel dan transparan pada wilayah kabupaten Bantul, namun demikian pengelolaan administrasi desa belum tentu sama dengan administrasi pengelolaan keuangan di pemerintah daerah kabupaten, karena tidak semua desa sudah maju dan memiliki SDM yang handal di bidang Komputer yang berkaitan dengan keuangan desa. Kecamatan Banguntapan berada di sebelah Timur Laut Ibukota Kabupaten Bantul dengan luas wilayah 2.865,9537 Ha dan wilayah administrasi kecamatan Banguntapan meliputi 8 desa.

Sampel di pilih untuk menyebar kuesioner untuk semua perangkat desa yang melakukan pencatatan administrasi di desa dan pelaksana dalam penyusunan laporan keuangan desa, dengan mengidentifikasi permasalahan yang mungkin terjadi atas pelaksanaan UU No.6 Tahun 2014 tentang desa. Penelitian ini menganalisis perencanaan, penatausahaan, pelaporan, dan

pertanggungjawaban/evaluasi pengelolaan dana desa, dengan menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif dengan menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi atas pemahaman dan pengungkapan pengelolaan dana desa, serta pemahaman akan sistem aplikasi SISKEUDES. Deskriptif kualitatif yaitu untuk menggambarkan suatu fenomena atau kejadian peristiwa saat itu juga atau masalah-masalah aktual berdasarkan fakta yang ada di lapangan. Dalam penelitian ini menganalisis bagaimana tata kelola pemerintah Desa dalam mengelola dana desa tahun 2017 oleh Pemerintah Desa di kecamatan Banguntapan Kabupaten Bantul. Serta melakukan identifikasi menggali potensi desa dan kemandirian desa, untuk mengurangi kemiskinan di masyarakat desa sebagai wujud pengentasan kemiskinan di Desa.

Tabel 1. Permasalahan, Hipotesis dan Metode Penelitian

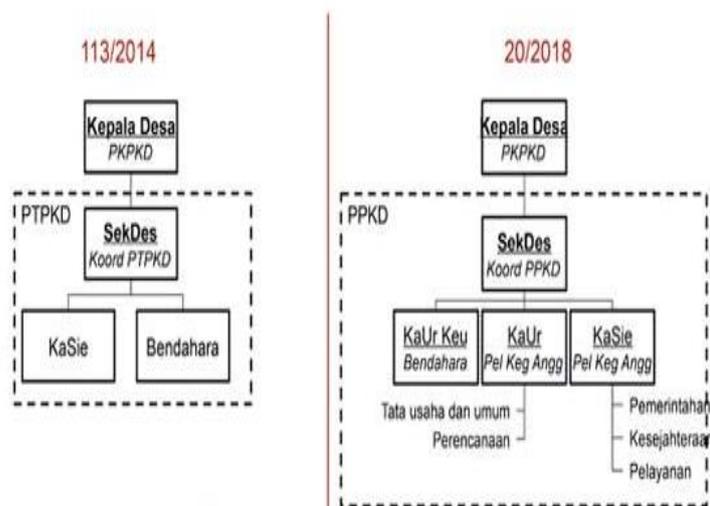
<b>Permasalahan</b>	<b>Hipotesis</b>	<b>Metode penelitian</b>
Bagaimanakah implementasi UU No.6 tahun 2014, terkait dengan pengelolaan administrasi desa, pengelolaan aset desa, dan pengelolaan keuangan desa?	H1: Terdapat pemahaman di pemerintah desa dalam pengelolaan dana desa meliputi perencanaan, pelaksanaan, penatausahaan, pelaporan, dan sistem pertanggungjawaban, pengawasan dana desa.	Metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan observasi, wawancara.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Gambaran Umum**

Sesuai dengan Permendagri No.20 tahun 2018, tentang Perubahan Pengelolaan Keuangan Desa yang sebelumnya diatur melalui Peraturan Nomor 113 Tahun 2014, bahwa kekuasaan pengelolaan keuangan desa adalah Kepala Desa selaku PKPKD (Pemegang Kekuasaan Pengelolaan Keuangan Desa) dan mewakili Pemerintah Desa dalam kepemilikan kekayaan milik Desa yang dipisahkan. Dalam melaksanakan kekuasaan pengelolaan keuangan Desa, kepala Desa menguasakan sebagian kekuasaannya kepada perangkat Desa selaku Pelaksana Pengelolaan Keuangan Desa/ PPKD (sekretaris desa, kaur dan kasi, kaur keuangan) yang ditetapkan dengan keputusan kepala Desa. Pada penelitian ini sebagai respondennya adalah para perangkat desa (lurah, carik, dan kaur keuangan). Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner di delapan desa pada Kecamatan Banguntapan Kabupaten Bantul, Terdapat dua desa yang mempunyai prosentase 100% telah memahami pengelolaan keuangan desa yaitu desa Jambidan dan desa Jagalan. Prosentase 85% terdapat tiga desa yaitu desa Singosaren, desa Banguntapan dan desa Tamanan. Prosentase 95% pada tiga desa yaitu desa Baturetno, desa Potorono, dan desa Wirokerten. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hampir 90% telah memahami pengelolaan keuangan sesuai dengan UU Desa dan Permendagri 20/2018 yang berlaku.

Tabel 2. Pengelolaan Keuangan Desa (Permendagri 20/2018)



Pengelolaan Keuangan Desa sesuai Permendagri 20/2018, dikelola berdasarkan asas-asas transparan, akuntabel, partisipatif serta dilakukan dengan tertib dan disiplin anggaran. APB Desa merupakan dasar pengelolaan keuangan Desa dalam masa 1 (satu) tahun anggaran mulai tanggal 1 Januari sampai dengan tanggal 31 Desember. Pengelolaan Keuangan Desa merupakan keseluruhan kegiatan yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, penatausahaan, pelaporan, dan pertanggungjawaban keuangan Desa.

**Perencanaan Pengelolaan Dana Desa sesuai Permendagri 20 / 2018**

Perencanaan pengelolaan keuangan Desa merupakan perencanaan penerimaan dan pengeluaran pemerintahan Desa pada tahun anggaran berkenaan yang dianggarkan dalam APB Desa. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebar di delapan desa di Bantul, menjelaskan bahwa perencanaan APBDesa berdasarkan UU No.6 Th.2014 dan Permendagri 20/2018 tentang pedoman pengelolaan Dana desa, telah dilaksanakan oleh desa Jambidan sebesar 100%, desa Jagalan dan desa Wirokerten dengan presentase 95%, desa Singosaren dan Baturetno presentase 80%, dan desa Banguntapan, desa Ponoroto, desa tamanan presentase 70% atas kesesuaian pelaksanaan perencanaan pengelolaan desa. Berikut beberapa indikator yang ditanyakan dalam kuesioner penelitian terkait perencanaan desa.

No	Pernyataan
1.	Sekretaris desa menyusun Raperdes tentang APBDes berdasarkan RKPDesa tahun berkenaan
2.	Sekretaris desa menyampaikan Raperdes tentang APBDes kepada Kepala Desa
3.	Raperdes tentang APBDes disampaikan oleh kepala desa kepada BPD untuk dibahas dan disepakati bersama
4.	Rapedes tentang APBDes disepakati bersama paling lambat Oktober tahun berjalan
5.	Raperdes tentang APBDes yang telah disepakati disampaikan oleh Kepala Desa Kepada Bupati melalui Camat paling lambat 3 hari sejak disepakati untuk dievaluasi

6.	Bupati menetapkan hasil evaluasi Raperdes tentang APBDes paling lambat 20 hari sejak diterima Raperdes
7.	Bupati tidak memberikan hasil evaluasi sesuai batas waktu ,maka Peraturan Desa (Perdes) berlaku dengan sendirinya
8.	Bupati menyatakan hasil evaluasi Raperdes tidak sesuai dengan kepentingan umum dan peraturan perundang-undangan yang lebih tinggi. Kepala Desa melakukan penyempurnaan paling lama 7 hari kerja sejak diterimanya hasil evaluasi.
9.	Hasil evaluasi tidak ditindak lanjuti oleh Kepala Desa. Kepala Desa tetap menetapkan Raperdes tentang APBDes menjadi Perdes, Bupati membatalkan Perdes dengan Keputusan Bupati.
10.	Pembatalan Perdes sekaligus menyatakan berlakunya pagu APBDes tahun anggaran sebelumnya.

#### **Pelaksanaan Pengelolaan Dana Desa sesuai Permendagri 20 / 2018**

Pelaksanaan pengelolaan keuangan Desa merupakan penerimaan dan pengeluaran Desa yang dilaksanakan melalui rekening kas Desa pada bank yang ditunjuk Bupati/ Wali Kota. Berikut indikator kesesuaian pelaksanaan pengelolaan keuangan desa yang ditanyakan dalam kuesioner penelitian.

No	Pernyataan
1.	Semua penerimaan dan pengeluaran desa dalam rangka pelaksanaan kewenangan desa dilaksanakan melalui rekening desa.
2.	Khusus bagi desa yang belum memiliki pelayanan perbankan di wilayahnya,maka pengaturannya ditetapkan oleh Pemetintah Kabupaten.
3.	Semua penerimaan dan pengeluaran desa didukung dengan bukti yang lengkap dan sah.
4.	Pemerintah desa dilarang melakukan pungutan sebagai penerimaan desa selain yang ditetapkan dalam peraturan desa.
5.	Bendahara desa menyimpan uang dalam kas desa untuk memenuhi kebutuhan operasional pemerintah desa
6.	Pengaturan jumlah uang dalamkas desa ditetapkan dalam peraturan Bupati.
7.	Pengeluaran desa yang mengakibatkan beban APBDes tidak dilakukan sebelum Raperdes tentang APBDes ditetapkan menjadi Perdes.
8.	Pengeluaran desa yang tidak dapat dikeluarkan sebelum ditetapkannya Perdes, tidak termasuk untuk belanja pegawai yang bersifat mengikat dan operasional perkantoran yang ditetapkan dalam Perdes.
9.	Penggunaan biaya tak terduga terlebih dahulu harus dibuat rincian anggaran biaya (RAB) yang telah disahkan oleh Kepala Desa.
10.	Pelaksana kegiatan mengajukan pendaan untuk melakukan kegiatan harus disertai dengan dokumen antara lain RAB.

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarakan pada delapan desa di Bantul, menjelaskan bahwa pelaksanaan pengelolaan keuangan APBDesa berdasarkan UU No.6 Th.2014 dan Permendagri 20/2018 tentang pedoman pengelolaan Dana desa, telah dilaksanakan oleh

empat (4) desa Jambidan, desa Baturetno, desa Jagalan, desa Wirokerten mencapai 100% atas tingkat kesesuaian pelaksanaan pengelolaan desa, sedangkan desa Banguntapan dan Tamanan dengan presentase 95%, dan desa Singosaren dan desa ponoroto tingkat kesesuaian pelaksanaan pengelolaan keuangan desa-nya mencapai 80%.

#### **Penatausahaan Pengelolaan Dana Desa sesuai Permendagri 20 / 2018**

Penatausahaan keuangan dilakukan oleh Kaur Keuangan sebagai pelaksana fungsi kebendaharaan. Penatausahaan sebagaimana dilakukan dengan mencatat setiap penerimaan dan pengeluaran dalam buku kas umum yang ditutup setiap akhir bulan. Berikut ini indikator pengukur penatausahaan pengelolaan dana desa.

No	Pernyataan
1.	Penatausahaan dilakukan oleh bendahara desa.
2.	Bendahara wajib melakukan pencatatan setiap penerimaan dan pengeluaran serta melakukan tutup buku setiap bulan secara tertib.
3.	Bendahara wajib mempertanggung jawabkan uang melalui laporan pertanggung jawaban.
4.	Laporan pertanggungjawaban disampaikan setiap bulan kepada Kepala desa dan paling lambat tanggal 10 bulan berikutnya.
5.	Penatausahaan penerimaan dan pengeluaran, menggunakan: a. Buku kas umum b. Buku kas pembantu pajak c. Buku bank

Berdasarkan hasil kuesioner atas penatausahaan keuangan desa kesesuaian mencapai 100% terdapat pada desa Wirokerten, desa Jambidan, desa Potorono, desa Tamanan, desa Baturetno dan desa Jagalan. Sedangkan untuk desa Banguntapan dan desa Singosaren tingkat kesesuaian masing-masing mencapai 93% dan 87%.

#### **Pelaporan Pengelolaan Dana Desa sesuai Permendagri 20 / 2018**

Kepala desa menyusun Laporan pengelolaan dana desa, paling lambat minggu kedua bulan Juli tahun berjalan, yang terdiri dari:

- a. laporan pelaksanaan APB Desa; dan
- b. laporan realisasi kegiatan

Kepala Desa menyampaikan laporan pelaksanaan APB Desa semester pertama kepada Bupati/Wali Kota melalui Camat.

Berdasarkan hasil kuesioner tingkat kesesuaian dalam pelaporan pengelolaan dana desa 100% pada desa wirokerten, desa Jambidan, desa Potorono, dan desa Baturetno. Prosentase 75% untuk desa Singosaren, dan 67% tingkat kesesuaian hasil pelaporan keuangan desa di desa Banguntapan dan desa Tamanan.

No	Pernyataan
1.	Kepala desa menyampaikan laporan realisasi pelaksanaan APBDes kepada Bupati berupa: a. Laporan semester pertama

	b. Laporan semester terakhir
2.	Laporan semester pertama berupa laporan realisasi APBDes.
3.	Laporan realisasi pelaksanaan APBDes semester pertama disampaikan paling lambat pada akhir bulan Juli tahun berjalan.
4.	Laporan semester akhir tahun disampaikan paling lambat pada akhir bulan Januari tahun berikutnya.

#### **Pertanggungjawaban Pengelolaan Dana Desa sesuai Permendagri 20 / 2018**

Kepala Desa menyampaikan laporan pertanggungjawaban realisasi APB Desa kepada Bupati/Wali Kota melalui camat setiap akhir tahun anggaran. Laporan pertanggungjawaban disampaikan paling lambat 3 (tiga) bulan setelah akhir tahun anggaran berkenaan yang ditetapkan dengan Peraturan Desa.

Peraturan Desa disertai dengan:

- a. laporan keuangan, terdiri atas:
  1. laporan realisasi APB Desa; dan
  2. catatan atas laporan keuangan.
- b. laporan realisasi kegiatan; dan
- c. daftar program sektoral, program daerah dan program lainnya yang masuk ke Desa.

Dari jawaban responden tingkat kesesuaian pertanggungjawaban 100% dengan yang ada di desa, pada desa Wirokerten, desa Singosaren, desa Jambidan, desa Potorono, desa Baturetno, dan desa Jagalan. Sedangkan untuk desa banguntapan mencapai prosentase 96% dan 90% untuk desa Tamanan.

#### **Pembinaan dan Pengawasan Pengelolaan Dana Desa sesuai Permendagri 20 / 2018**

Pembinaan dan pengawasan pengelolaan dana desa dilaksanakan oleh Menteri yang dikoordinasikan oleh Direktur Jenderal Bina. Pemerintahan Desa dan Inspektur Jenderal Kementerian Dalam Negeri sesuai dengan tugas dan fungsi. Pemerintah Daerah Provinsi melakukan pembinaan dan pengawasan terhadap pemberian dan penyaluran Dana Desa, Alokasi Dana Desa, bagian dari hasil pajak daerah dan retribusi daerah kabupaten/kota, dan bantuan keuangan kepada Desa.

Bupati/Wali Kota membina dan mengawasi pelaksanaan pengelolaan keuangan desa yang dikoordinasikan dengan APIP (Aparat Pengawas Internal Pemerintah) Daerah kabupaten/kota. Berdasarkan hasil kuesioner tingkat kesesuaian pembinaan dan pengawasan dengan prosentase kesesuaian mencapai 100% pada desa Wirokerten, desa Jambidan, desa Potorono, desa Baturaden, desa Jagalan. Dan prosentase 91% untuk desa Banguntapan dan desa Singosaren. Sedangkan 83% tingkat kesesuaian pada desa Tamanan.

#### **KESIMPULAN**

Pelaksanaan pengelolaan dana desa harus sesuai dengan ketentuan yang terdapat pada UU No.6 th 2014 tentang Desa, serta Permendagri No.20 th 2018 tentang pengelolaan keuangan desa. Pengelolaan keuangan desa merupakan keseluruhan kegiatan yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, penatausahaan, pelaporan, dan pertanggungjawaban keuangan Desa, serta tidak lepas dari proses pembinaan dan pengawasan oleh APIP. Dari hasil analisis diskriptif terkait tingkat kesesuaian pelaksanaan pengelolaan dana desa di kabupaten bantul dengan sampel

delapan (8) desa, secara keseluruhan desa di Kabupaten Bantul telah sesuai dengan peraturan perundangan yang disyaratkan beserta aturan pelaksanaannya.

## REFERENSI

- Azwardi, Sukanto. 2014. *Efektifitas Alokasi Dana Desa (ADD) dan Kemiskinan di Propinsi Sumatera selatan*. Jurnal Ekonomi Pembangunan.
- Bastian, Indra. 2010. *Akuntansi Sektor Publik: Suatu Pengantar*. Edisi Ketiga. Erlangga. Jakarta.
- Grigg, Neil and Fontane G. Darell. 2000. *Infrastructure System Management and Optimization. International Seminar "Paradigm and Strategy of Infrastructure Management"* Diponegoro University. Semarang.
- Hamzah, Ardi. 2014. *Tata Kelola Pemerintahan Desa: Menuju Desa Mandiri, Sejahtera dan Partisipatoris*. Penerbit Pustaka. Surabaya.
- Harsanti, P., Dwi Sudaryati dan Nora Hilmia. 2011. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah Daerah Kabupaten Kudus*. Jurnal Sosial dan Budaya. UMK. Kudus.
- Heriningsih, Suchyo. 2014. *Pengungkapan Laporan Keuangan, Kelemahan SPI, dan Ketaatan Terhadap Perundang-undangan dianalisis dari Opini Auditor*. Jurnal Paradigma. Fisip UPNVY. Yogyakarta.
- Ingram, Robert W. 1984. *Economics Incentives and the Choice of State Government Accounting Practices*. Journal of Accounting Research. Vol. 22. No. 1. pp 126-144.
- Kuratko, Hodgets. 1998. *The entrepreneurship: a Contemporary Approach*, Fifth edition, Harcourt College Publisher, New York.
- Laswad, Fawzi, Fisher, Richard, dan Oyelere, Peter. 2005. *Determinants of Voluntary Internet Financial Reporting by Local Government Authorities*. Journal of Accounting and Public Policy 24.
- Li, Siqiwen. 2005. *Accrual Accounting in China's Public Sector*. Thesis. James Cook University
- Mahmudi. 2011. *Akuntansi Sektor Publik*. UII pres. Yogyakarta.
- Mahfud. 2009. *Analisis Dampak Alokasi Dana Desa (Add) Terhadap Pemberdayaan Masyarakat dan Kelembagaan Desa*. Jurnal Organisasi dan Manajemen. Vol.5, No.1, Maret 2009.
- Oluseyi O, Adesina. 2010. *A comparative study of the adoption of accrual accounting in government*. PhD Thesis, Cardiff University.
- Robbins, Walter A., dan Austin, Kenneth R. 1984. *Disclosure Quality in Governmental Financial Reports: An Assessment of the Appropriateness of a Compound Measure*. Journal of Accounting Research. Vol 24. No. 2.
- Robbins SP, dan Judge. 2007. *Perilaku Organisasi*, Jakarta : Salemba Empat
- Roviyantie, Devi. 2012. *Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia Dan Penerapan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah terhadap Kualitas Laporan Keuangan Daerah (Survei pada Organisasi Perangkat Daerah (OPD) Kabupaten Tasikmalaya*. <http://journal.unsil.ac.id>.
- Sudaryati, Dwi dan Suchyo, Heriningsih. September 2014. *Pengaruh sumberdaya manusia terhadap keberhasilan penerapan akuntansi akrual (PP No.71 tahun 2010) dengan perangkat pendukung sebagai variabel moderasi pada Pemerintah Daerah Kota Yogyakarta*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Optimum Universitas Ahmad Dahlan ISSN: 1411-6025. Yogyakarta.
- Sudaryati, Dwi. 2013. *Pengaruh Penganggaran Terhadap Kinerja Aparat Pemerintah Daerah Melalui SIKD di Pemerintah Daerah Kabupaten Kudus*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis.UNIKAL. Kudus.
- Thomas. 2013. *Pengelolaan alokasi dana desa dalam upaya peningkatan pembangunan di desa sewang kecamatan sesayap Kabupaten Tana Tidung*. eJurnal Pemerintah Integratif.

Diakses tanggal 20 April 2015.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa

Permendagri No.20 Tahun 2018 Tentang Pengelolaan Keuangan Desa.

<http://regional.kompas.com/read/2015/01/21/15165221/Tiga.Kades.di.Kendal.Jadi.Tersangka.Korupsi.Dana.Desa>

<http://jogja.solopos.com/baca/2015/03/01/uu-desa-dana-rp14-miliar-picu-korupsi-di-desa-581193>

<http://www.kpk.go.id/id/berita/berita-kpk-kegiatan/> 2878 – kpk - libatkan-masyarakat- kawal-dana- desa

## **ANALISIS BIAYA DAN MANFAAT PADA TEBING BREKSI TINGGALAN TAMBANG KAPUR DI YOGYAKARTA**

**Noto Pamungkas, Sri Suryaningsum**

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UPN “Veteran” Yogyakarta

E-mail: [notopamungkas@upnyk.ac.id](mailto:notopamungkas@upnyk.ac.id)

### **ABSTRAK**

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis biaya dan manfaat pada Tebing breksi yang merupakan tinggalan tambang kapur di Yogyakarta. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Penelitian dilakukan dengan observasi, riset pustaka, dan wawancara mendalam. Objek penelitiannya adalah Tebing Breksi. Kegiatan pertambangan batu kapur di sana sudah dimulai sejak tahun 1980 an, kualitas batu kapurnya juga sudah tidak layak untuk ditambang dan sudah tidak memiliki nilai ekonomis. Sehingga warga setempat dengan kreatif mengcreate bekas tambang kapur tersebut menjadi objek wisata. Tebing Breksi ini merupakan bentuk reklamasi kreatif dalam bentuk museum alam yang memiliki nilai sejarah. Tebig Breksi menyuguhkan relief batu kapur yang dapat juga digunakan sebagai wisata edukasi. Berdasarkan taksiran perhitungan pendapatan/pemasukan per harinya apabila hari biasa sebesar Rp10.000.000,-, kemudian pada akhir pekan sebesar R20.500.000,- dan di musim liburan mencapai Rp51.250.000,-. Namun terkait regulasi atas retribusi belum ada. Pemerintah Kabupaten Sleman menjelaskan bahwa sampai saat ini belum ada aturan yang mengatur objek wisata yang dikelola oleh warga. Diharapkan Pemerintah Kabupaten Sleman segera membuat regulasi terkait retribusi yang dikelola oleh warga. Hasil retribusi tersebut juga dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Kemudian perbaikan infrastruktur sebaiknya lebih diperhatikan demi keamanan dan kenyamanan wisatawan.*

**Kata kunci:** *Pariwisata, Reklamasi, Pertambangan, Analisis Biaya dan Manfaat.*

### **PENDAHULUAN**

Indonesia selain terkenal akan budaya dan suku yang beragam juga terkenal akan kekayaan alam yang dimilikinya. Sudah bukan menjadi rahasia lagi bahwa kekayaan alam Indonesia sangatlah banyak dan beragam. Salah satunya yaitu memiliki potensi tambang yang cukup besar. Sudah cukup banyak daerah yang dijadikan sebagai tempat untuk kegiatan pertambangan. Kegiatan pertambangan yang dilakukan secara terus menerus tanpa henti dapat menimbulkan kerusakan alam. Maka dari itu di dalam UU No. 4 Tahun 2009 yang mengatur tentang pertambangan mineral dan batu bara terdapat beberapa tahap kegiatan pertambangan yang diakhiri dengan kegiatan pascatambang. Kegiatan pascatambang merupakan kegiatan terencana, sistematis, dan berlanjut setelah akhir sebagian atau seluruh kegiatan usaha pertambangan untuk memulihkan fungsi lingkungan alam dan fungsi sosial menurut kondisi lokal di seluruh wilayah penambangan.

Terkait dengan kegiatan pertambangan, Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) termasuk dalam daerah yang memiliki potensi tambang. Di daerah Sleman, DIY salah satunya terdapat tambang kapur. Kegiatan pertambangan kapur di Dusun Sambirejo, Prambanan, Sambirejo, Sleman, DIY sudah berjalan kurang lebih sejak tahun 1980-an. Terhitung lebih dari 20 tahun kegiatan pertambangan kapur tersebut berjalan. Setelah kegiatan pertambangan berhenti, kegiatan pascatambang yang dilakukan oleh warga sekitar yaitu dengan membuat reklamasi pariwisata. Reklamasi tersebut dapat dikatakan cukup unik dan memiliki nilai ekonomis yang tidak kalah saing dengan kegiatan pertambangan. Dengan pembenahan yang kreatif serta regulasi yang jelas dari Pemerintah Kabupaten (Pemkab) Sleman, reklamasi dari kegiatan pertambangan dapat juga dijadikan objek wisata. Adanya objek wisata tersebut juga memunculkan potensi lapangan pekerjaan baru bagi warga setempat. Objek wisata tersebut sekarang dikenal dengan nama Tebing breksi.

## **KAJIAN TEORI**

### **Pertambangan**

Menurut UU No. 4 Tahun 2009 tentang pertambangan mineral dan batu bara menjelaskan pertambangan adalah sebagian atau seluruh tahapan kegiatan dalam rangka penelitian, pengelolaan dan pengusahaan mineral atau batubara yang meliputi penyelidikan umum, eksplorasi, studi kelayakan, konstruksi, penambangan, pengolahan dan pemurnian, pengangkutan dan penjualan, serta kegiatan pascatambang. Kegiatan akhir dari pertambangan ini adalah kegiatan pascatambang. Kegiatan pascatambang adalah kegiatan terencana, sistematis, dan berlanjut setelah akhir sebagian atau seluruh kegiatan usaha pertambangan untuk memulihkan fungsi lingkungan alam dan fungsi sosial menurut kondisi lokal di seluruh wilayah penambangan. Dalam satu kegiatan pascatambang yaitu reklamasi. Reklamasi adalah kegiatan yang dilakukan sepanjang tahapan usaha pertambangan untuk menata, memulihkan, dan memperbaiki kualitas lingkungan dan ekosistem agar dapat berfungsi kembali sesuai peruntukannya.

### **Kegiatan Pengelolaan Lingkungan**

Dalam peraturan pemerintah Republik Indonesia Nomor 78 Tahun 2010 tentang reklamasi dan pascatambang prinsip perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup pertambangan meliputi:

1. Pendekatan Teknologi

Memuat semua tehnik pengelolaan lingkungan fisik maupun biologi yang direncanakan untuk menanggulangi dampak kegiatan pertambangan sehingga kelestarian lingkungan lebih lanjut dapat dipertahankan dan bahkan untuk memperbaiki/ meningkatkan daya dukungnya.

2. Pendekatan Ekonomi Sosial dan Budaya

Pada bagian ini dirinci semua bantuan dan kerjasama aparatur pemerintah terkait yang diperlukan oleh pemrakarsa untuk menanggulangi dampak-dampak lingkungan kegiatan pertambangan ditinjau dari segi biaya, kemudahan, sosial ekonomi.

3. Pendekatan Institusi

Pada bagian ini dirinci kegiatan setiap instansi/badan/lembaga lain yang terlibat dalam pelaksanaan pembangunan dan kegiatan penanggulangan dampak rencana kegiatan pertambangan umum ditinjau dari segi kewenangan, tanggungjawab, dan keterkaitan antar instansi.

### **Isu-Isu Lingkungan Akibat Kegiatan Pertambangan**

Kegiatan pertambangan, selain menimbulkan dampak lingkungan, ternyata menimbulkan dampak sosial yang kompleks. Oleh sebab itu, AMDAL suatu kegiatan pertambangan harus dapat menjawab dua tujuan pokok (World Bank, 1998) dalam (Mills, 2014):

1. Memastikan bahwa biaya lingkungan, sosial dan kesehatan dipertimbangkan dalam menentukan kelayakan ekonomi dan penentuan alternatif kegiatan yang akan dipilih.
2. Memastikan bahwa pengendalian, pengelolaan, pemantauan serta langkah-langkah perlindungan telah terintegrasi di dalam desain dan implementasi proyek serta rencana penutupan tambang.

### **Kepariwisataan**

Berdasarkan UU No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan menyebutkan bahwa kawasan strategis pariwisata adalah kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata yang mempunyai pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup, serta pertahanan dan keamanan. Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Terkait dengan hal tersebut, Tebing Breksi memiliki potensi sebagai destinasi wisata karena memiliki daya tarik selain itu juga tersedia fasilitas umum dan aksesibilitas menuju ke lokasi. Kepariwisataan diselenggarakan berdasarkan asas: manfaat; kekeluargaan; adil dan merata; keseimbangan; kemandirian; kelestarian; partisipatif; berkelanjutan; demokratis; kesetaraan; dan kesatuan.

### **Cost and Benefit Analysis (CBA)**

Menurut Schniederjans, dkk (2004), *Cost and Benefit Analysis* (CBA) adalah suatu teknik untuk menganalisis biaya dan manfaat yang melibatkan estimasi dan mengevaluasi dari manfaat yang terkait dengan alternative tindakan yang akan dilakukan. Teknik ini membandingkan nilai manfaat kini dengan investasi dari biaya investasi yang sama sebagai alat bantu dalam pengambilan keputusan. Tujuan *Cost and Benefit Analysis* (CBA) yaitu menentukan atau mengukur apakah kemanfaatan suatu proyek, program atau kegiatan merupakan suatu investasi ( biaya ) yang baik atau tidak. CBA juga bertujuan untuk memberikan dasar untuk membandingkan suatu proyek. Termasuk membandingkan biaya total yang diharapkan dari setiap pilihan dengan total keuntungan yang diharapkan, untuk mengetahui apakah keuntungan melampaui biaya serta berapa banyaknya.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Data**

Menurut Yasin dkk (2016) dalam Suryaningsum (2017), sumber data terbagi menjadi dua yaitu primer yang berarti pengambilan data secara langsung dari sumbernya sebagai obyek penelitian dan sekunder yang berarti data yang diperoleh secara tidak langsung dari data yang telah diperoleh sebelumnya. Data primer dalam penelitian ini merupakan hasil dari pengamatan peneliti agar dapat menganalisis biaya dan manfaat pada Tebing Breksi.

### **Metode Pengumpulan Data**

Penelitian dilakukan dengan metode studi kasus, observasi, riset pustaka, dan wawancara mendalam di Tebing Breksi selama kurang lebih enam bulan, Februari 2018 hingga Juli 2018. Peneliti mengobservasi serta mengamati kegiatan yang ada di Tebing Breksi yang berkaitan dengan analisis biaya dan manfaat. Mulai dari perkiraan volume pengunjung yang datang di setiap harinya, tarif parkir, uang masuk (seikhlasnya). Dari data – data tersebut, peneliti dapat menghitung taksiran pendapatan/pemasukan pada Tebing Breksi. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan penelitian: Bagaimana warga setempat mengelola objek wisata Tebing breksi? Bagaimana tindakan pemerintah dalam membuat regulasi terkait retribusi? Bagaimana tata kelola atau pembenahan Tebing breksi ke depannya? Seperti apakah keindahan yang disuguhkan di Tebing breksi? Bagaimana penerapan CBA di Tebing breksi?

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Tebing breksi**

Salah satu destinasi wisata di Dusun Sambirejo, Prambanan, Sambirejo, Sleman, Yogyakarta ini cukup menarik perhatian. Tebing breksi, objek wisata ini tidak terbentuk secara alami, bentuknya yang unik bagaikan sebuah ukiran mahakarya ini terbentuk karena terkikis aktifitas penambangan bahan material bangunan selama bertahun-tahun lamanya sejak tahun 1980-an dan menjadi sumber mata pencarian oleh warga setempat. Tebing breksi menyuguhkan sebuah tebing dengan ukiran yang klasik, tidak kalah dengan objek wisata yang ada di luar negeri. Selain itu juga wisatawan dapat menikmati indahnya Yogyakarta dari atas tebing. Wisatawan dapat menikmati keindahan Tebing breksi dari pukul 05.00 WIB. Untuk jam tutup objek wisata satu ini yaitu pukul 18.00 WIB. Tebing breksi sepenuhnya masih dikelola oleh masyarakat setempat. Hampir semua pengurus dan petugasnya berdomisili di daerah sekitar tebing breksi.

Untuk memasuki objek wisata ini dipungut biaya seikhlasnya, sedangkan untuk parkir motor akan dikenakan tarif sebesar Rp2.000,- dan parkir mobil dikenakan tarif Rp5.000,-. Meskipun biaya yang dipungut bisa dikatakan murah dan terjangkau, namun pengelolaannya cukup bagus dan tertata. Batuan kapur breksi yang ada di tempat itu adalah endapan abu vulkanik dari gunung api Purba Nglanggeran di Gunung Kidul. Berarti kawasan ini termasuk dalam cagar budaya yang harus dilestarikan. Pemkab Sleman bersiap menyusun peraturan bupati mengenai penarikan retribusi di kawasan wisata Tebing Breksi, Prambanan. Regulasi diperlukan segera seiring dengan keikutsertaan objek wisata ini dalam Anugerah Pesona Indonesia 2017. Penghargaan yang dimaksud ialah Anugerah Pesona Indonesia 2017 oleh Kementerian Pariwisata RI. Tebing Breksi masuk dalam kategori Tujuan Wisata Baru Terpopuler bersama dengan sejumlah obwis lainnya seperti *Skywalk*, Bandung. Per 30 September 2017, Breksi menduduki posisi pertama voting mengungguli Pulau Kumala, Kukar.

### **Cost and Benefit Analysis (CBA) Tebing Breksi**

Seperti yang dihimbau oleh Sultan Hamengkubuwana X bahwasanya Tebing breksi ini sudah cukup lama di eksploitasi batu kapurnya, sehingga kualitas dari batu kapur di Tebing breksi sudah tidak layak lagi dan memiliki nilai ekonomis yang rendah. Hingga kemudian dibentuklah objek wisata Tebing breksi yang sekarang sedang naik daun atau ada di tingkat popularitasnya. CBA untuk pertambangan kapur dinilai tidak memberikan manfaat maksimal jika diukur dari biaya yang dikeluarkan. Harga batu kapur juga tidak begitu mahal. Berbeda halnya CBA Tebing

breksi sebagai objek wisata yang memiliki nilai sejarah. Biaya yang dikeluarkan untuk reklamasi objek wisata dinilai mampu memberikan manfaat yang tinggi karena objek wisata yang satu ini memiliki jumlah pengunjung yang banyak. Hasil dari retribusi dan parkir dapat dialokasikan untuk pembenahan objek wisata dan infrastrukturnya.

Dari analisis manfaat juga untuk rute perjalanan menuju Tebing Breksi tidak hanya menuju ke Tebing Breksi tetapi juga jalur untuk menuju ke wisata lain seperti Candi Ijo. Jadi dengan rute yang jauh dan jalan yang susah tersebut, wisatawan dapat menikmati lebih dari satu objek wisata. Selain itu juga warga setempat dapat membuat paket pariwisata, di mana wisatawan dapat mengunjungi beberapa objek wisata di kawasan Dusun Sambirejo. Volume pengunjung yang datang juga cukup banyak. Ketika hari biasa jumlah pengunjung mencapai 2.500 pengunjung kemudian menjelang akhir pekan dapat mencapai 5.000 pengunjung. Lain lagi ketika musim liburan datang jumlah pengunjung dapat meningkat 5 kali lipat dari hari biasa yaitu mencapai 12.500 pengunjung. Dari penarikan untuk biaya parkir saja sudah mampu menghasilkan pendapatan yang cukup banyak. Berdasarkan jumlah pengunjung tersebut maka dapat menghasilkan uang retribusi yang cukup banyak, apabila Pemda segera membuat peraturan tentang retribusi objek wisata yang dikelola oleh warga. Karena dapat menambah Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang nantinya dapat dialokasikan untuk kepentingan masyarakat.

Taksiran pendapatan/pemasukan tebing breksi per hari berdasarkan hasil observasi dan pengamatan yang dilakukan peneliti selama kurang lebih enam bulan mulai dari bulan Februari 2018 – Juli 2018 adalah sebagai berikut:

<b>HARI BIASA</b>			
	<b>Kuantitas</b>	<b>Mobil</b>	<b>Jumlah</b>
<i>Parkir Motor</i>	750	Rp2.000,-	Rp1.500.000,-
<i>Parkir Mobil</i>	250	Rp5.000,-	Rp1.250.000,-
<i>Tiket Masuk</i>	2500	Rp3.000,-	Rp7.500.000,-
<b>Total pemasukan per hari</b>			<b>Rp10.000.000,-</b>

<b>AKHIR PEKAN</b>			
	<b>Kuantitas</b>	<b>Mobil</b>	<b>Jumlah</b>
<i>Parkir Motor</i>	1500	Rp2.000,-	Rp3.000.000,-
<i>Parkir Mobil</i>	500	Rp5.000,-	Rp2.500.000,-
<i>Tiket Masuk</i>	5000	Rp3.000,-	RP15.000.000,-
<b>Total pemasukan per hari</b>			<b>Rp20.500.000,-</b>

<b>AKHIR PEKAN</b>			
	<b>Kuantitas</b>	<b>Mobil</b>	<b>Jumlah</b>
<i>Parkir Motor</i>	3750	Rp2.000,-	Rp7.500.000,-
<i>Parkir Mobil</i>	1250	Rp5.000,-	Rp6.250.000,-
<i>Tiket Masuk</i>	12500	Rp3.000,-	Rp37.500.000,-
<b>Total pemasukan per hari</b>			<b>Rp51.250.000,-</b>

**Masalah yang dihadapi dan pembenahan**

1. Belum ada regulasi untuk retribusi objek wisata yang dikelola oleh masyarakat. Meskipun objek wisata Tebing breksi sudah lama dibuka, tetapi sampai saat ini belum ada regulasi yang mengatur tentang retribusi objek wisata yang dikelola oleh masyarakat. Pemerintah Kabupaten Sleman menjelaskan memang sampai saat ini belum dibuat untuk aturan terkait retribusi objek wisata yang dikelola oleh masyarakat. Diharapkan untuk Pemerintah Kabupaten Sleman segera membuat regulasi tentang retribusi tersebut mengingat Tebing breksi sudah memiliki tingkat popularitas yang cukup tinggi, selain itu banyak juga wisatawan yang mengunjungi objek wisata yang satu ini. Retribusi tersebut juga dapat meningkatkan pendapatan daerah.
2. Infrastruktur seperti jalan yang rusak dan medan yang berbahaya menuju Tebing breksi. Jalan menuju Tebing breksi masih jauh dari tingkat kelayakan, karena masih ada jalan yang rusak dan berlobang. Mengingat medan menuju Tebing breksi cukup curam, dengan kondisi jalan seperti itu maka dikhawatirkan menimbulkan kecelakaan. Sebaiknya masyarakat yang mengelola Tebing breksi lebih memperhatikan lagi perbaikan infrastrukturnya.
3. Infrastruktur seperti penginapan yang masih dalam proses pembangunan. Saat ini tengah dilaksanakan pembangunan penginapan di Tebing breksi. Pembangunan penginapan tersebut diharapkan tetap memperhatikan lingkungan sekitar.

**KESIMPULAN DAN SARAN**

**Kesimpulan**

1. Tebing breksi tidak terbentuk secara alami, bentuknya yang unik bagaikan sebuah ukiran mahakarya ini terbentuk karena terkikis aktifitas penambangan bahan material bangunan selama bertahun-tahun lamanya sejak tahun 80-an dan menjadi sumber mata pencarian oleh warga setempat.
2. Berdasarkan CBA, Tebing breksi lebih memberikan manfaat ketika digunakan sebagai objek wisata dibandingkan pertambangan jika dinilai dari biaya yang dikeluarkan.
3. Pengelolaan wisata Tebing Breksi seluruhnya dikelola oleh warga setempat dan masih ada beberapa pembenahan yang harus dilakukan seperti perbaikan jalan dan infrastruktur lainnya.
4. Belum ada regulasi yang mengatur retribusi objek wisata yang dikelola oleh warga.

**Saran**

1. Perbaiki infrastruktur seperti jalan raya menuju Tebing breksi agar wisatawan merasa aman dalam perjalanannya.
2. Pengelola Tebing Breksi dapat membuat paket pariwisata sekitar Dusun Sambirejo.
3. Sebaiknya segera dibentuk regulasi terkait retribusi objek wisata yang dikelola oleh warga, karena hasil retribusi tersebut dapat meningkatkan pendapatan asli daerah.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Mills, Joseph. 2014. *Amdal Pada Bidang Pertambangan*. <https://www.scribd.com/doc/232354699/Amdal-Pada-Bidang-Pertambangan>. Diakses pada 02 Juli 2018, pukul 19.00 WIB.
- Pamungkas, Noto. 2017. *Keterkaitan Tata Kelola Pertambangan dengan Pengelolaan Lingkungan Hidup*. Artikel Publikasi. <http://detakpos.com/mobile-detil.php?cat=142&idx=809>. Diakses 02 Juli 2018, pukul 19.00 WIB.
- Pamungkas, Noto. 2017. *Sawahlunto Menjadi Kota Wisata*. Artikel Publikasi. <http://detakpos.com/berita-detil.php?cat=&idx=1065>. Diakses 02 Juli 2018, pukul 19.00 WIB.
- Pamungkas, Noto. 2018. *Keindahan Tebing Breksi Tinggalan Tambang Kapur Yogyakarta*. Artikel Publikasi. <http://detakpos.com/mobile-detil.php?cat=183&idx=5121>. Diakses 02 Juli 2018, pukul 20.00 WIB.
- Radar Jogja. 2017. *Tebing Breksi Layak Untuk Ditarik Retribusi*. Berita Redaksi. <https://www.radarjogja.co.id/2017/10/25/tebing-breksi-layak-untuk-ditarik-retribusi/>. Diakses 01 Juli 2018, pukul 19.00 WIB.
- Suryaningsum, Sri. 2016. *Jangan Gantungkan Pendapatan dari Migas*. <https://jatim.antaranews.com/berita/172523/sri-suryaningsum-jangan-gantungkan-pendapatan-dari-migas>. Diakses 03 Juli 2018, pukul 08.00 WIB.
- Suryaningsum, Sri. 2017. *“Due Diligence” pada Holding Pertambangan*. <http://detakpos.com/berita-detil.php?cat=&idx=1020>. Diakses 03 Juli 2018, pukul 08.00 WIB.
- Suryaningsum, Sri. 2017. *“Participating Interest” Bagi Daerah Migas Untuk Peningkatan Kesejahteraan*. <http://detakpos.com/berita-detil.php?cat=&idx=1050>. Diakses 03 Juli 2018, pukul 09.00 WIB.
- Suryaningsum, Sri. 2017. *Pembentukan “Holding” BUMN Pertambangan Tingkat “Bargaining Power”*. <http://detakpos.com/berita-detil.php?cat=&idx=3121>. Diakses 03 Juli 2018, pukul 09.00 WIB.
- Suryaningsum, Sri. 2017. *Reklamasi Lahan Pasca Tambang*. <http://detakpos.com/berita-detil.php?cat=&idx=828>. Diakses 03 Juli 2018, pukul 13.00 WIB.
- Suyoto. 2015. *Enam Elemen Pembangunan Berkelanjutan Bojonegoro*. <http://bojonegorokab.go.id/berita/baca/110/ENAM-ELEMEN-PEMBANGUNAN-BERKELANJUTAN-BOJONEGORO->. Diakses 02 Juli, pukul 21.00 WIB.
- Suyoto. 2015b. *Strategi Pengelolaan Pemerintah Daerah*. Semnas Pembangunan Indonesia UPN “Veteran” Yogyakarta.
- Wikipedia. 2018. *Kabupaten Sleman*. [https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten\\_Sleman](https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Sleman). Diakses 02 Juli 2018, pukul 15.00 WIB.
- Wikipedia. 2018. *Tebing Breksi*. [https://id.wikipedia.org/wiki/Tebing\\_Breksi](https://id.wikipedia.org/wiki/Tebing_Breksi). Diakses 02 Juli 2018, pukul 15.00 WIB.

## **PENGEMBANGAN WISATA PERBATASAN SOTA MELALUI PEMBANGUNAN PUSAT KEGIATAN EKONOMI**

**Machya Astuti Dewi, Iva Rachmawati**

Jurusan Ilmu Hubungan Internasional, FISIP, UPN “Veteran” Yogyakarta

### **ABSTRACT**

*Border tourism is an alternative tourism that can be an effort for the development and improvement of border community welfare. Border tourism can be initiated by considering the potential and existing activities in the border region of the country. Sota, beside a state border area, also became a traditional cross-border trade area as well as transit areas between districts. These can be an embryo for developing Sota as a center of economic activity. As a center of economic activity, Sota can be encouraged by improving the quality and facilities of public services along with increasing the types and volume of merchandise. In some cases on developing state border found that the growth of economic activities on the border can be a pull factor on tourist visits other than natural conditions and the uniqueness of the region as a state border. Using qualitative methods based on field surveys and interviews, this article believes that increasing the types and volume of trade, including local products, as well as improvements to public facilities and services in order to make Sota a center of economic activity can drive border tourism in Sota. Improving border tourism will further enhance the welfare of local communities.*

**Keywords:** *Border Tourism, Economic Activity Center, Traditional Cross Border Trade*

### **PENDAHULUAN**

Wisata perbatasan atau *border tourism* di Indonesia merupakan wisata yang belum dikembangkan dengan cukup baik di Indonesia. Menilik jarak yang begitu jauh dari wilayah yang lain dan minimnya fasilitas yang tersedia menjadi kendala untuk menarik wisatawan datang ke kawasan perbatasan. Sementara di sisi lain, wisata merupakan salah satu hal penting yang dapat mendorong masyarakat pada kesejahteraan yang lebih baik. Sota sebagai salah satu kawasan perbatasan yang ada di Indonesia memiliki peluang yang cukup potensial sebagai salah satu destinasi wisata perbatasan. Selain berada pada area perbatasan yang menjadi lalu lintas keluar masuknya pelintas batas dari dan ke Papua Nugini, Sota juga memiliki potensi alam yang cukup menarik karena terletak di kawasan Taman Nasional Wasur.

Pada bulan November-Desember 2016, Kementerian Pariwisata menggelar *crossborder festival* di Papua. Dua *crossborder festival* diadakan di Skouw, Jayapura dan 1 di Sota, Merauke. Acara tersebut menampilkan sejumlah tari-tarian dan musik. Selain menghadirkan sanggar lokal yang menampilkan tarian dan musik tradisional, penyanyi dan band dari Jakarta ikut memeriahkan acara tersebut. Di Skouw, band yang berasal dari Vanimo pun turut tampil dalam *crossborder festival* tersebut. Sedangkan *corssborder festival* yang diselenggarakan di Sota, Merauke semerupakan *crossborder festival* yang pertama dan sukses diselenggarakan pada tanggal 3 Desember 2016 (Consulate of the Republic of Indonesia in Vanimo, Papua New

Guinea, 2016). Festival dihadiri oleh ratusan penduduk Papua Nugini dan disambut gembira oleh penduduk Sota. Acara dilangsungkan di lapangan Sota, Merauke dengan menampilkan berbagai pertunjukan dan permainan (*CNN Indonesia*2016).

Kegiatan semacam ini sesungguhnya setiap tahun sudah diselenggarakan oleh Distrik Sota dalam memperingati perayaan 17 Agustus. Bekerja sama dengan militer penjaga perbatasan, perayaan 17 Agustus dirayakan dengan mengundang penduduk Wereaber/Wariaber, Weam dan Morehead yang merupakan penduduk dari desa terdekat di perbatasan Papua Nugini (PNG). Selain mengikuti kegiatan berupa lomba dan upacara 17 Agustus, setiap tahun tidak kurang 500 orang warga PNG datang dan menginap selama beberapa hari di Sota. Mereka menempati beberapa fasilitas umum seperti sekolah. Selama mereka tinggal di Sota, Kepala Distrik Sota menyiapkan konsumsi yang dananya didapat dari beberapa sumbangan instansi dan penduduk lokal. Sebaliknya, penduduk Sota datang ke kawasan perbatasan PNG atas undangan pemerintah lokal untuk menghadiri perayaan yang sama.

Perhatian terhadap perbatasan di Indonesia mulai meningkat beberapa tahun terakhir terutama ketika pendekatan kesejahteraan mulai menggantikan pendekatan keamanan dalam pengelolaan kawasan perbatasan. Ada keyakinan bahwa tingkat kesejahteraan yang baik dapat menjadi pertahanan perbatasan yang baik pula. Oleh karenanya, perbatasan tidak lagi dipandang sebagai benteng beton yang tinggi untuk melindungi apa yang ada di dalam dengan memutus semua akses dan fasilitas. Ia justru dilihat sebagai beranda terdepan negara yang dikelola bersama dengan negara tetangga untuk menghasilkan hubungan baik dan saling menguntungkan.

Riset Fauzan et.all mengenai pengembangan kawasan Sota sebagai kawasan wisata perbatasan menunjukkan bahwa penting bagi Sota untuk mulai membangun wisata perbatasan melalui dua pilar utama yaitu *eco tourism* dan *cultural tourism* (Fauzan et. all. 2014). Namun demikian, kedatangan wisatawan masih sangat terbatas mengingat jarak dan fasilitas publik yang tersedia di Merauke. Ketertarikan atas *eco tourism* pun terbatas pada mereka yang tertarik dan berkepentingan langsung atas studi terkait dengan flora dan fauna yang terdapat di kawasan perbatasan. Sementara *cultural tourism* nampaknya masih sangat terbatas mengingat penyelenggaraan *event* budaya hanya diselenggarakan pada perayaan 17 Agustus saja sebelum Kementerian Pariwisata menyelenggarakan *crossborder festival*.

Artikel ini hendak menunjukkan bahwa selain lingkungan dan budaya lokal, potensi lain berupa aktivitas ekonomi dapat menjadi embrio bagi pengembangan wisata perbatasan. Aktivitas ekonomi yang terdapat di kawasan perbatasan Sota berupa perdagangan tradisional lintas batas dan aktivitas ekonomi pada area transit merupakan embrio bagi pembangunan pusat kegiatan ekonomi Sota yang selanjutnya akan mendorong aktivitas yang lebih luas termasuk wisata.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

Kawasan perbatasan negara menurut Robinson, dapat tumbuh dan berkembang melalui kegiatan ekonomi yang harus mampu *survive* dengan memperhatikan aspek jangkauan dan ambang batas (Robinson, 2005: 85-87). Konsep jangkauan terkait dengan luas wilayah pengaruh sebuah pelayanan secara geografis, sedang konsep ambang batas lebih terkait dengan tingkatan minimal jumlah penduduk agar sebuah produk atau pusat pelayanan mampu *survive* karena adanya konsumen yang dilayani. Merujuk hal tersebut, selain adanya fasilitas publik yang cukup guna mendukung kegiatan ekonomi masyarakat yang sedang berlangsung, kawasan perbatasan

memerlukan jumlah pelaku ekonomi pun cukup untuk mampu menghidupkan sebuah pasar (ada permintaan dan penawaran).

Hal ini disepakati oleh Husnadi bahwa sebuah kawasan perbatasan dimungkinkan menjadi sebuah simpul ekonomi dengan syarat bahwa ada pergerakan orang dan barang yang cukup intens. Catatan penting yang ditambahkan Husnadi adalah bahwa situasi tersebut dapat memberikan keuntungan bagi wilayah perbatasan namun bisa juga sebaliknya, justru akan meminggirkan masyarakat lokal ketika masyarakat di kawasan perbatasan memiliki daya saing yang rendah, tanpa obyek tawar, pengelolaan sumber daya alam yang lemah serta sarana dan prasarana yang tidak memadai (Husnadi, 2006). Dengan demikian, guna menjadikan sebuah kawasan perbatasan sebagai kawasan yang memiliki tingkat kesejahteraan yang lebih baik adalah menjadikannya sebuah pusat kegiatan ekonomi masyarakat.

Beberapa perdagangan tradisional di kawasan perbatasan negara menunjukkan tren positif dengan semakin tingginya keterlibatan perdagangan antara masyarakat dua negara. Kasus perdagangan tradisional desa Silawan, Kabupaten Belu, Nusa Tenggara Timur yang berbatasan dengan Timor Leste disambut baik oleh warga kedua negara. Meski tidak setiap hari diselenggarakan pasar tersebut, namun antusiasme pedagang kedua negara sangat besar. Pembeli lebih banyak datang dari Timor Leste sedang pedagang lebih banyak dari Indonesia. Pasar Silawan tersebut menjadi simpul kegiatan ekonomi masyarakat perbatasan (Rachmawati & Fauzan, 2013). Demikian pula di Vietnam dan Laos, perdagangan tradisional (perdagangan informal) berupa sayuran dan buah, pakaian dan barang-barang plastik menjadi jalur perdagangan yang lebih mampu memberikan peluang lebih baik kepada pedagang karena harga kompetitif yang ditawarkan ketimbang perdagangan formal. Dukungan fasilitas transportasi dan kemudahan aturan mendorong peningkatan volume perdagangan setiap tahunnya (Myers & Whartoned, 2005).

Perdagangan yang terjadi di kawasan perbatasan menjadi satu hal penting yang dapat mendorong perkembangan kawasan perbatasan dan memberikan kehidupan yang lebih baik bagi masyarakat lokal. Riset Awang et. all (2013) mengenai pasar Serikin di perbatasan Malaysia Indonesia menunjukkan hal positif bagi kegiatan ekonomi baru dan kesejahteraan masyarakat. Pasar tradisional tersebut berkembang tidak hanya sebagai kegiatan ekonomi yang dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Blatter, 2000), tetapi juga menjadi kegiatan ekonomi lainnya yaitu wisata. Pasar Serikin mampu menjadi tempat wisata belanja baru di Serawak, Malaysia. Penduduk Malaysia banyak berdatangan ke pasar Serikin ini di akhir minggu untuk membeli produk tertentu seperti mukenah, kerajinan Dayak, kerajinan rotan dan sekedar berwisata kuliner (Fe Gadingga, 2016).

Aktivitas belanja di perbatasan juga menjadi bagian dari aktivitas lintas batas di Padang Besar, perbatasan Malaysia-Thailand. Semenjak tahun 50-an, area ini telah menjadi pusat aktivitas perdagangan perbatasan yang semakin hari semakin menarik pendatang. Pendatang yang datang ke Padang Besar tersebut kebanyakan berasal dari Malaysia baik untuk berbelanja karena harga yang ditawarkan cukup murah, juga untuk menghabiskan akhir pekan mereka di kawasan perbatasan Thailand ini. Sebab, selain menyuguhkan wisata belanja, Padang Besar juga memiliki wisata sejarah seperti Kerajaan Pattani Melayu dan pulau Tarutao. Adanya pasar perbatasan ini memberikan kehidupan yang lebih baik di desa sekitarnya seperti Wang Kelian dan Kaki Bukit (Azmi et, all., 2015).

Merujuk pada aktivitas perdagangan perbatasan yang dapat menjadi salah satu produk

dari wisata tentu memperluas kesempatan bagi penduduk sekitar perbatasan untuk lebih meningkat kesejahteraan mereka. Orang datang tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan ekonomi tetapi juga untuk menikmati perdagangan itu sendiri dan mendapati rasa senang karena berbelanja. Bagi Miller, perdagangan sendiri merupakan bagian dari produk wisata yang dapat dijual untuk memenuhi kebutuhan berwisata belanja sekelompok orang tertentu. Miller memasukkan “belanja” sebagai bagian dari motivasi sejumlah wisatawan yang menumbuhkan apa yang disebut dengan wisata berbelanja (Denise Miller, Tanpa Tahun). Wisata belanja di perbatasan menawarkan sebuah kesempatan bagi kawasan perbatasan untuk menjadi sebuah pusat kegiatan ekonomi dimana ada atau terselenggara aktivitas ekonomi yaitu penawaran dan permintaan baik barang maupun jasa. Ia sekaligus dapat menjadi simpul kegiatan ekonomi masyarakat yang akan mendorong bagi adanya aktivitas ekonomi pada area di sekitarnya. Perluasan ini terjadi karena pusat kegiatan ekonomi tersebut membutuhkan area lain yang dapat memenuhi permintaan pada simpul aktivitas ekonomi tersebut. Area penyangga aktivitas kegiatan ekonomi dibutuhkan untuk mensuplai barang dan jasa yang dibutuhkan oleh area simpul kegiatan ekonomi. Blair menyebutnya sebagai agglomerasi ekonomi, yaitu ketika sebuah penghematan ekonomi yang muncul karena adanya kegiatan ekonomi yang berada dalam satu lokasi dan memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap perkembangan sebuah wilayah atau kota (Blair, 1995: 5). Namun demikian, aglomerasi ekonomi hanya terdukung oleh keterkaitan antara aktivitas ekonomi dalam area geografis yang secara relatif terbatas dimana bentuk keterkaitan meliputi keterkaitan produksi, pelayanan dan pasar (penawaran dan permintaan).

Sebuah pusat kegiatan ekonomi dengan aglomerasi ekonomi pada wilayah perbatasan pada akhirnya dapat mencapai *multiplier effect* atau efek pengganda dimana kesejahteraan yang dicapai akan meluas pada wilayah disekitarnya. Hal ini bukan tidak mungkin, karena kawasan perbatasan antar negara merupakan kawasan strategis yang dapat menjadi titik tumbuh bagi perekonomian regional maupun nasional. Melalui kawasan ini, kegiatan perdagangan antar negara dapat dilakukan dengan mudah, cepat dan murah yang pada gilirannya akan mendorong naiknya aktivitas produksi masyarakat, pendapatan masyarakat dan berujung pada kesejahteraan masyarakat (Husnadi 2006).

Merujuk pada beberapa riset yang telah dilakukan pada beberapa kawasan perbatasan, maka perdagangan tradisional lintas batas dapat menjadi awal bagi dikembangkannya Sota bagi pusat kegiatan ekonomi, di samping Sota sendiri merupakan kawasan transit yang menghubungkan Kabupaten Merauke dan kabupaten lain di bagian utara Merauke. Para pelintas batas tradisional yang sedianya berdagang untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari dapat menjadi bagian yang unik dari wisata perbatasan itu sendiri. Selain barang dagangan yang mereka bawa merupakan hasil kerajinan tangan, aktivitas perdagangan tradisional sendiri merupakan obyek yang menarik bagi para pelancong dari luar Sota dan dari luar Papua

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang dipergunakan dalam riset yang mendasari artikel ini adalah metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif ini dipilih untuk mendapatkan data yang mendalam mengenai persepsi masyarakat dan pengambil kebijakan atas pembangunan kawasan perbatasan sebagai tujuan wisata. Data diperoleh dari pengamatan lapangan karena terbatasnya dokumen tertulis dan wawancara kepada sejumlah pembuat kebijakan di daerah, pelaku

pariwisata perbatasan dan masyarakat lokal. Data yang didapat dari pengamatan lapangan dan hasil wawancara menjadi bagian inti dari penelitian ini untuk memperoleh gambaran nyata mengenai pengembangan kawasan perbatasan sebagai pusat kegiatan ekonomi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### ***Sota sebagai Destinasi Wisata Perbatasan***

Sota merupakan salah satu kampung yang berada di Kecamatan Merauke Kabupaten Merauke yang telah tumbuh menjadi sebuah kawasan pariwisata. Sota berjarak 80 km dari Kabupaten Merauke dan menarik untuk dikunjungi karena memiliki keunggulan yang jarang dimiliki oleh daerah lain yaitu sebagai kawasan yang berbatasan langsung dengan negara lain. Di Sota dibangun tugu perbatasan negara yang kembarannya hanya ada di Sabang, Nangroe Aceh Darussalam. Selain memiliki keunggulan sebagai kawasan yang berbatasan langsung dengan negara lain, perdagangan lintas batas juga memungkinkan wisatawan melihat aktivitas perdagangan tradisional yang dilakukan oleh warga antar negara berikut beberapa kerajinan tradisional yang mereka bawa seperti tombak dan tas tradisional. Sementara alam Sota juga menawarkan keunikan yang tidak ditemukan di tempat lain seperti Musamus atau rumah rayap. Sebagai kawasan yang masuk ke dalam wilayah Taman nasional Wasur, Sota menawarkan beragam flora dan fauna yang dapat dinikmati oleh wisatawan.

Tugu perbatasan negara dan perdagangan lintas batas tersebut menarik minat beberapa orang wisatawan yang berkunjung ke area perbatasan di Sota. Ketertarikan tersebut mendorong Ma'ruf Suroto membuat taman yang indah di area perbatasan tempat pengunjung dapat duduk-duduk menikmati alam dan mengamati warga PNG yang datang untuk berdagang. Minimnya tempat wisata di Merauke membuat taman ini cukup ramai dikunjungi terutama di akhir minggu. Sempat pula penjual makanan ada di kawasan tersebut. Namun, perbedaan pandangan atas pengelolaan kawasan di mana terdapat tugu nol kilometer membuat aktivitas di kawasan tersebut dihentikan. Taman yang tadinya nampak indah menjadi terbengkelai tidak terawat. Ma'ruf Suroto menyebutkan penduduk lokal menghendaki akses pengelolaan yang sama atas kawasan tersebut. Sayangnya, tanggung jawab atas kawasan tugu titik nol kilometer tersebut belum nampak cukup baik sehingga taman terkesan kotor (Wawancara dengan Ma'ruf Suroto di Merauke, tanggal 19 April 2017). Beberapa sumber juga menyebutkan bahwa persoalan kepemilikan tanah di kawasan Merauke dan Papua pada umumnya memberikan kerumitan pada pembangunan kawasan dan pengembangan wilayah. Area perbatasan dan sekitarnya pun tidak terlepas dari tanah yang dimiliki oleh klan tertentu yang menghendaki akses atas pengelolaan area perbatasan negara.

Keinginan masyarakat lokal untuk mendapatkan kesempatan dalam kegiatan ekonomi di area perbatasan tersebut mendorong pemerintah daerah akhirnya mendirikan sejumlah kios bagi warga lokal. Sekitar 10 meter sebelum area tugu nol kilometer, didirikan kurang lebih 15 kios sebagai tempat berdagang warga lokal di akhir tahun 2016 atas bantuan pemerintah daerah dan institusi keuangan (bank). Dengan adanya sejumlah kios di perbatasan, penduduk mulai berjualan rumah semut, minyak kayu putih, gantungan kunci, tas noken, juga minuman dan makanan kecil. Sayangnya, dari sekitar 15 kios yang ada, hanya 5 kios yang dipakai untuk berjualan kecuali jika ada acara besar.

Kawasan Sota sebagai kawasan wisata lebih banyak dikunjungi oleh wisatawan lokal yang berasal dari Merauke sendiri atau luar daerah seperti Jayapura. Beberapa wisatawan dari

luar Papua atau luar negeri datang dengan tujuan untuk melihat Taman Nasional Wasur atau karena memiliki kepentingan lain di Merauke. Dapat dikatakan bahwa kawasan perbatasan Sota belum menjadi tempat kunjungan wisata utama di Merauke. Motivasi kedatangan wisatawan ke kawasan perbatasan semata-mata ingin melihat perbatasan negara yang tidak selalu ada di setiap tempat di Indonesia. Semenjak Ma'ruf Suroto membangun sebuah taman di sekitar tugu titik nol di Sota, kedatangan semakin tinggi. Setiap akhir pekan sejumlah wisatawan datang ke taman untuk sekedar duduk-duduk dan makan siang bersama. Terlebih lagi di taman tersebut dijual makanan dan minuman bagi pengunjung. Tidak sekedar duduk-duduk dan menikmati pemandangan, kedatangan sekelompok pelintas batas juga menjadi aktivitas yang menarik wisatawan. Tidak jarang wisatawan mengajak mereka berfoto bersama bersama dengan sepeda dan barang bawaan mereka.

Pada tahun 2013, Sota pernah mendapat dana bantuan bagi pembangunan kawasan *ecotourism* selama 3 tahun. Sayangnya upaya ini terhenti dengan berbagai alasan. Dari beberapa wawancara yang dilakukan kepada beberapa pejabat daerah disebutkan bahwa kendala utama yang muncul justru datang dari masyarakat sendiri. Minimnya kesadaran atas peluang ekonomi yang dibarengi oleh keterbatasan dalam pengelolaan pariwisata menjadikan ide tersebut tidak dapat berlanjut kembali setelah 3 tahun masa bantuan pendanaan diberikan oleh pemerintah pusat (Wawancara dengan Mike Talubun, Misni dan Ma'ruf Suroto di Merauke, tanggal 18 dan 19 April 2017). Beberapa penginapan yang dibangun mangkrak dan kebun-kebun buah yang direncanakan sebagai destinasi wisata tidak lagi digarap. Sementara tiga bantuan alat penyulingan minyak kayu putih hanya tinggal satu yang masih dimanfaatkan.

Ide *ecotourism* bermula dari keinginan Pemerintah Kabupaten Merauke untuk menjadikan Sota tidak saja sebagai tujuan wisata perbatasan dengan tugu nol kilomernya tetapi juga memberikan kepada wisatawan sebuah pengalaman yang berbeda melalui keunggulan alam. Oleh karena kawasannya yang dekat dengan alam yang subur, keinginan untuk menjadikan Sota seperti halnya Taman Buah Mekarsari pun muncul. Selain menikmati keindahan taman buah sekaligus menikmati buah-buahan yang ada, wisatawan dapat membawa pulang buah-buahan sebagai buah tangan (Wawancara dengan Mike Talubun, di Merauke, tanggal 18 April 2017). Sota sendiri merupakan kampung penghasil buah-buahan di Merauke dengan potensi  $\pm$  500 ton pertahun (Merauke Dalam Angka, 2014). Adapun buah-buahan yang dihalalkan adalah manga, jeruk keprok, nanas dan pisang.

#### ***Sota sebagai Pusat Kegiatan Ekonomi***

Sebuah kawasan perbatasan dapat tumbuh dan berkembang dengan mengembangkannya sebagai pusat kegiatan ekonomi. Sota memiliki potensi yang besar untuk tumbuh dan berkembang sebagai sebuah pusat kegiatan ekonomi. Selain menjadi kawasan perdagangan tradisional lintas batas, Sota juga merupakan kawasan transit bagi mereka yang hendak bepergian dari Kabupaten Merauke ke Kabupaten Boven Digoel dan Kabupaten Pegunungan Bintang atau sebaliknya. Pertama, sebagai area perdagangan lintas batas, Sebagai tempat perdagangan lintas batas, Sota menjadi tujuan berdagang mereka yang berasal dari Weam, Wereaber/Wariaber dan Morehead. Setiap bulannya rata-rata 200 orang dari PNG datang ke Sota, sementara rata-rata 100 orang Indonesia berkunjung ke PNG (Data Pos Imigrasi Perbatasan Sota, Merauke, 2013). Warga PNG yang datang ke Sota biasanya berbelanja kebutuhan sehari-hari seperti mie, gula, kopi, beras, pakaian dan lain sebagainya. Dalam kurun 6 bulan (Januari-Juni 2012) omset pembelian warga

PNG tersebut mencapai Rp. 250.000.000,- (Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Merauke, 2012). Mereka datang ke Sota dengan beberapa barang dagangan seperti daging rusa, kasuari dan beberapa peralatan pertanian sederhana. Beberapa tahun terakhir, para pelintas batas dari PNG tersebut mulai menjual beberapa tombak, tas atau barang kerajinan lainnya sebagai souvenir yang dikelola oleh seorang warga lokal. Berbekal pas lintas batas, para pelintas batas tersebut mendapatkan perlakuan khusus untuk dapat melalui perbatasan Indonesia-PNG hanya pada area tertentu. Tidak jarang juga mereka hanya membawa surat keterangan dari kepala desa namun tetap diperbolehkan masuk dengan alasan kemanusiaan.

Perdagangan tradisional yang dilakukan warga menunjukkan angka yang cukup signifikan. Meski demikian, pola perdagangan yang dilakukan oleh para pelintas batas selama ini masih sangat sederhana yaitu pola perdagangan rumahan. Pola perdagangan rumahan dilakukan oleh para pelintas batas di rumah-tumah penduduk yang tinggal di dekat tugu nol kilometer. Para pelintas batas asal Papua Nugini tersebut cenderung memilih rumah kerabat mereka atau orang yang sudah mereka percaya untuk melakukan transaksi perdagangan. Ketika rumah pertama tidak mampu menyediakan barang dagangan yang mereka perlukan barulah mereka akan berpindah ke rumah lain. Sistem kekerabatan dan kepercayaan menjadi kunci dari pola perdagangan rumahan semacam ini dan hal ini telah terjalin selama berpuluh-puluh tahun semenjak perbatasan negara dibuat. Adapun barang-barang yang mereka beli adalah barang-barang kebutuhan sehari-hari seperti beras, sabun, mie instan, gula, teh dan kopi. Kadang-kadang mereka pun memesan beberapa perkakas pertanian atau pertukangan. Sebaliknya kadang-kadang mereka datang dengan membawa barang dagangan seperti daging rusa, kasuari, tombak atau bahan baku noken (tas tradisional).

Sebagai area transit, Sota dilintasi oleh 8-10 mobil beroda besar setiap harinya. Mereka berhenti di area transit di sekitar tugu perbatasan di jalan utama. Oleh karena jalan belum sepenuhnya selesai, maka hanya mobil beroda besarliah yang dapat melintasi daerah tersebut. Jika cuaca buruk, tidak jarang mereka harus menginap di pinggir jalan. Situasi ini menjadikan area transit tidak hanya menjadi tempat peristirahatan tetapi juga sebagai tempat untuk berbelanja kebutuhan logistik. Beberapa warung makan tersedia di area ini, begitu juga pompa bensin, warung kelontong dan bengkel sederhana. Semakin hari baik warung makan maupun warung kelontong semakin ramai di area transit tersebut. Sayangnya tempat ini sangat berdekatan dengan tugu perbatasan yang juga merupakan destinasi wisata. Penataan ruang publik masih kurang mendapat perhatian pemerintah daerah. Demikian bangunan yang dibuat pun masih merupakan lapak-lapak sederhana dari kayu yang dibangun di sepanjang jalan.

Baik sebagai tujuan perdagangan lintas batas maupun area transit, keduanya dapat memberi kontribusi penting bagi peningkatan Sota sebagai pusat kegiatan ekonomi. Sebagai pusat perdagangan lintas batas, penataan kondisi fisik dan juga aturan pelintas batas perlu menjadi pertimbangan pemerintah pusat dan lokal. Merujuk pada beberapa pasar perbatasan di beberapa negara, ketersediaan kondisi fisik berupa jalan dan pasar integratif dapat menjadi dukungan utama kehadiran penjual dan pembeli. Demikian pula area pasar menjadi poin penting terjalinnya aktivitas perdagangan tersebut.

Merujuk pada Model Pusat Pertumbuhan yang dirancang oleh Bappenas (2003), kawasan perbatasan dapat menjadi pusat kegiatan ekonomi dengan menata kawasan tersebut sejalan dengan aktivitas ekonomi yang terjadi di perbatasan. Fasilitas yang mendukung seperti Welcome Plaza dan Kawasan Industri dibangun di dekat dengan Pos Pemeriksaan Lintas Batas (PPLB) dan

Kawasan Pemukiman .Kawasan Berikat menjadi fasilitas yang dibangun kemudian pada perbatasan-perbatasan yang telah lebih modern dengan tingkat keluar masuk barang perdagangan yang tinggi.

Jalan Merauke-Sota sendiri telah dibangun dengan cukup baik, meski fasilitas transportasi publik masih sangat terbatas. Warga lebih sering mengandalkan kendaraan sewa karena Damri tidak selalu melintas pada jam yang sama setiap harinya. Dukungan sarana transportasi yang lebih baik tentu akan menjadi pendorong bagi aktivitas ekonomi karena pusat aktivitas ekonomi berada dalam jangkauan.

Dengan adanya pasar yang integratif dan fasilitas publik berupa jalan dan transportasi yang memadai, bukan tidak mungkin Sota hanya menjadi sebuah area persinggahan saja. Sota justru dapat menjadi area tujuan berbelanja warga dari kabupaten-kabupaten yang berada di sebelah utara Kabupaten Merauke, seperti Kabupaten Boven Digoel dan Pegunungan Bintang.Mereka yang berasal dari kabupaten tersebut dapat memotong jarak sekitar 80-90 km jika dibandingkan harus sampai ke ibukota Kabupaten untuk berbelanja.

Selain mengoptimalkan fungsi perbatasan sebagai tempat bagi perdagangan lintas batas yang menarik bagi kawasan wisata, Sota juga dapat mengembangkan dirinya dalam kegiatan ekonomi yang lain yaitu mengolah potensi alam menjadi produk khas bagi Sota. Sebuah destinasi wisata membutuhkan produk khas yang dapat memberikan kepuasan bagi para wisatawan ketika mereka berkunjung. Meski masih sangat sederhana, produk rumah semut, minyak kayu putih dan kerajinan tangan baik tas noken, gantungan kunci dan asesoris lain dapat menjadi produk khas Sota. Kegiatan produksi masyarakat lokal tersebut juga dapat menjadi mesin penggerak lain bagi Sota sebagai sebuah pusat aktivitas ekonomi selain juga menjadi bagian dari obyek wisata perbatasan. Kegiatan semacam ini dapat diintegrasikan dalam satu area tertentu yang dapat dikunjungi wisatawan yang ingin melihat cara pembuatan minyak kayu putih atau tas tradisional.

Produk lokal yang ada di Sota saat ini salah satunya adalah sarang semut. Sarang semut ini dipercaya dapat menjadi obat bagi berbagai macam jenis penyakit dengan menyeduh sarang semut tersebut sebagai minuman seperti teh. Dengan kemasan yang sangat sederhana, sarang semut dijual dengan harga Rp. 50.000 per bungkus dengan berat sekitar ¼ kg. Sarang semut yang dijual tidak dalam produk olahan tetapi dalam bentuk mentah dan hanya dipotong-potong atau dicacah saja. Dikemas dengan mempergunakan plastik dan disertai dengan selebar kertas yang menjelaskan khasiat dan cara mengonsumsi produk tersebut. Plastik-plastik sarang semut dijual di kios-kios sederhana oleh ibu-ibu (mama-mama) warga lokal.

Selain rumah semut, di kios-kios sederhana tersebut juga dijual minyak kayu putih yang dijual dalam kemasan botol bekas minuman ringan atau minuman kesehatan dengan dan tanpa merek. Dijual dengan harga Rp. 100.000,- perbotol minuman kesehatan, produk minyak kayu putih tersebut merupakan hasil olahan warga lokal dengan cara yang masih sangat sederhana. Sayangnya, produk minyak kayu putih lokal tersebut masih tidak dapat bersaing dengan minyak kayu putih dari Ambon karena aroma dan efek hangat yang dihasilkannya kurang bagus. Nampaknya diperlukan kajian mengenai penyebab rendahnya kualitas minyak kayu putih asal Sota agar kualitas minyak kayu putih tersebut dapat ditingkatkan demi kekhasan produk lokal dan kesejahteraan masyarakat Sota.

Produk khas lain yang dapat dikembangkan di Sota adalah noken. Tas traditional berbahan dasar serat kayu tersebut memiliki keunikan tersendiri dibandingkan noken yang dihasilkan dari kawasan lain. Meski sama-sama berbahan dasar serat kayu, noken Merauke

memiliki bentuk yang cenderung berbentuk persegi dibandingkan noken dari daerah lain yang memanjang. Noken Merauke juga diberi hiasan lebih banyak dari bulu-bulu burung ataupun kerang. Noken dibuat oleh mama-mama lokal secara mandiri. Dengan tali yang terbuat dari akar pohon (sebagian mereka beli dari pelintas batas) serta bulu kasuari atau bulu ayam, ibu-ibu membuat tas secara berkelompok yang kemudian mereka jual di kios-kios di perbatasan. Sayangnya, mereka masih mendapatkan bahan mentah berupa tali dari serat kayu dari pelintas batas yang datang dari Papua Nugini dan buak dibuat sendiri oleh warga lokal (Wawancara dengan warga lokal, di Sota tanggal 17 April 2017).

Produk khas lokal sebagai sebuah produk penarik wisatawan sangat dibutuhkan untuk dapat melekatkan ciri yang berbeda bagi Sota. Selain produk tersebut, potensi rumah semut juga masih sangat mungkin untuk dikembangkan sebagai produk kekhasan lokal yang mendorong aktivitas ekonomi yang lebih luas. Beberapa pemuda yang telah mulai berkelompok untuk membuat asesoris bagi wisatawan yang berkunjung ke perbatasan dapat memperluas jenis produksinya dengan memanfaatkan bahan mentah yang ada di sekitar Sota dan distrik sekitarnya. Selain rumah semut, produksi jahe yang melimpah dapat diperoleh di Jagebob dan Elikobel. Setiap tahunnya sekita 50 ton jahe (Badan Pusat Statistik Merauke 2016) dihasilkan dan hanya dijual mentah saja. Jahe masih dapat ditingkatkan nilai jualnya dengan menjadikannya sebagai serbuk minuman yang dapat menjadi produk khas Sota seperti halnya rumah semut.

Dengan memanfaatkan aktivitas dan sumber daya alam yang ada di Sota, industri pariwisata perbatasan dapat ditingkatkan untuk menarik minat wisatawan. Sangat disayangkan memang jika ekowisata yang pernah digagas oleh pemerintah lokal tidak lagi dapat berlanjut sementara Sota sendiri merupakan salah satu distrik penghasil buah-buahan di Kabupaten Merauke. Budaya bercocok tanam mungkin memang masih menjadi hal yang tidak mudah bagi masyarakat lokal yang lebih dekat dengan budaya meramu. Hal ini dapat menjadi pertimbangan bagi pemilihan kegiatan ekonomi yang lebih menarik minat warga lokal. Pembuatan minyak kayu putih, tas dan kerajinan tradisional lainnya dapat menjadi pilihan lain bagi warga Sota untuk mendukung peningkatan pariwisata di Sota.

## **KESIMPULAN**

Pengembangan Sota sebagai sebuah kawasan industri pariwisata dapat dilakukan melalui pengembangan pusat kegiatan ekonomi. Adanya pergerakan orang dan barang yang cukup intens dapat menjadi sebuah daya tarik tersendiri bagi wisatawan untuk berkunjung. Selain fasilitas jalan, transportasi dan ketersediaan pasar secara fisik, pusat kegiatan ekonomi akan menjadi magnet bagi pengunjung terutama ketika pusat kegiatan ekonomi tersebut memiliki kekhasan tersendiri.

Sota sebagai sebuah kawasan perbatasan yang tumbuh menjadi sebuah area bagi wisata perbatasan memiliki kekhasan yang lain, selain sebagai batas wilayah negara. Perdagangan lintas batas tradisional dapat menjadi embrio bagi kegiatan ekonomi yang lebih besar dengan meningkatkan jenis dan volume perdagangan. Adanya pasar tradisional dapat menjadi satu produk wisata tersendiri dimana wisatawan dapat melihat bagaimana kegiatan perdagangan tersebut berlangsung. Sementara di sisi lain, warga lokal dapat menjual berbagai jenis kerajinan dan makanan tradisional. Produk unggulan kayu putih, rumah semut dan produk olahan lain dari sumber daya alam lokal dapat memberi dorongan yang lebih besar bagi kegiatan ekonomi

tersebut. Baik perdagangan tradisional dan pengolahan kerajinan khas lokal dapat menjadi obyek wisata tersendiri bagi Sota jika dikemas dan dikembnagkan dengan baik.

Satu hal penting dalam pengembangan kawasan perbatasan Sota adalah adanya pendampingan yang terus menerus dan meletakkan jenis kegiatan ekonomi sejalan dengan budaya masyarakat lokal. Gagalnya ekowisata menunjukkan bahwa budaya bercocok tanam belum sepenuhnya menjadi budaya masyarakat lokal. Selama ini kebun-kebun buah lebih banyak dimiliki oleh para transmigran. Sementara masyarakat lokal cenderung memilih mengolah produk alam menjadi bahan jadi seperti tas tradisional dan juga minyak kayu putih. Budaya meramu sepertinya lebih dekat dengan aktivitas mengolah bahan baku menjadi produk sebuah produk seperti membuat souvenir atau mengolah daun-daun minyak kayu putih. Kegiatan semacam ini sepertinya dapat menjadi pilihan bagi pemberdayaan masyarakat lokal terutama dalam mendukung pembangunan kawasan perbatasan sebagai salah satu destinasi wisata.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Awang, Abd. Hair et. all. (2013). "Perdagangan informal rentas sempadan Malaysia-Indonesia: Kajian kes di Serikin, Daerah Bau, Sarawak". *GEOGRAFIA OnlineTM. Malaysia Journal of Society and Space*. 9 Issue 1 (52 - 60) .[http://www.ukm.my/geografia/images/upload/6.geografia-jan%202013-hair-edam%20\(52%20-%2060\)2.pdf](http://www.ukm.my/geografia/images/upload/6.geografia-jan%202013-hair-edam%20(52%20-%2060)2.pdf). Diunduh 7 Febuari 2017.
- Azmi, Azila et, all. (2015). "Shopping Tourism and Trading Activities at the Border Town of Malaysia-Thailand : A Case Study in Padang Besar .*International Academic Research Journal of Social Science* 1(2) 2015.
- Badan Pusat Statistik Merauke. (2016). <https://meraukekab.bps.go.id/index.php/publikasi/index?Publikasi%5BtahunJudul%5D=2016&Publikasi%5BkataKunci%5D=tanah+miri&yt0=Tampilkan>. Diunduh 14 Juli 2017. Diunduh 14 Juli, 2017.
- Bangun, Budi Hermawan. (2014). "Membangun Model Kerjasama Pengelolaan Perbatasan Negara di kalimantan Barat – Serawak (Suatu Studi Perbandingan)". MMH., Jilid 43 No. 1 Januari 2014. [http://download.portalgaruda.org/article.php?article=363340&val=1246&title=MEMBANGUN%20MODEL%20KERJASAMA%20%20PENGELOLAA%20PERBATASAN%20NEGARA%20DI%20KALIMANTAN%20BARAT-SARAWAK%20\(Suatu%20Studi%20Perbandingan\)](http://download.portalgaruda.org/article.php?article=363340&val=1246&title=MEMBANGUN%20MODEL%20KERJASAMA%20%20PENGELOLAA%20PERBATASAN%20NEGARA%20DI%20KALIMANTAN%20BARAT-SARAWAK%20(Suatu%20Studi%20Perbandingan)). Diunduh 6 Febuari 2017.
- Blair, JP.(1995). *Local Economic Development-Analysis and Practice*. Canada: Sage Publication.
- Blatter.(2000). "Emerging Cross-border Regions as a Step towards Sustainable Development?" *.International Journal of Economic Development* (3), 402-439.
- Consulate of the Republic of Indonesia in Vanimo, Papua New Guinea. (2016). "Cross Border Music ans Dance Festival in Batas Shows Wonderful Indonesia" <http://www.kemlu.go.id/vanimo/en/berita-agenda/berita-perwakilan/Pages/CROSS-BORDER-MUSIC-AND-DANCE-FESTIVAL-IN-BATAS-SHOWS-WONDERFUL-INDONESIA.aspx>. Diunduh 5 Febuari 2017.
- Data Pos Imigrasi Perbatasan Sota, Merauke, 2013.
- Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Merauke (2012). "Pemantauan dan Evaluasi Kegiatan Perdagangan Lintas Batas di Distrik Sota Kabupaten Merauke 2012".
- Drumm, Andy and Alan Moore.(2001). *An Introduction to Ecotourism Planning Volume I*. Arlington: Alex C. Walker Educational & Charitable Foundation.
- Fauzan et. all. (2014). "Model Pengembangan Border Tourism bagi Kawasan Perbatasan: Studi Kasus Sota, Merauke, Papua". *Buletin Ekonomi* Vol. 12, No. 2, Desember 2014.
- Gadingga, Fe. (2016). "Serikin Market, Pasar di Perbatasan Indonesia-

- Malaysia". *Kompasiana*. [http://www.kompasiana.com/fe\\_gadingga/serikin-market-pasar-di-perbatasan-indonesia-malaysia-timur\\_569f6a1af97a61070855067a](http://www.kompasiana.com/fe_gadingga/serikin-market-pasar-di-perbatasan-indonesia-malaysia-timur_569f6a1af97a61070855067a). Diunduh 7 Februari 2017.
- Husnadi.(2006). *Menuju Model Pengembangan Kawasan Perbatasan Darat antar Negara (Studi Kasus: Kecamatan Paloh dan Sajingan Besar Kabupaten Sambas, Kalimantan Barat)*. Tesis. Semarang.
- Kiper, Tuğba.(Tanpa Tahun). "Role of Ecotourism in Sustainable Development". [http://cdn.intechopen.com/pdfs/45414/InTech-Role\\_of\\_ecotourism\\_in\\_sustainable\\_development.pdf](http://cdn.intechopen.com/pdfs/45414/InTech-Role_of_ecotourism_in_sustainable_development.pdf). Diunduh tanggal 11 Juli 2017.
- Koespramoedyo, Deddy et. all.(2003). *Strategi dan Model Pengembangan Wilayah Perbatasan Kalimantan*. Direktorat Pengembangan Kawasan Khusus dan Tertinggal. Deputi Bidang Otonomi Daerah dan Pengembangan Region. Badan Perencanaan Pembangunan Nasional.
- Kosmaryandi, Nandi, Sambas Basuni, Lilik Budi Prasetyo dan Soeryo Adiwibowo. (2012). "Gagasan Baru Zonasi Taman Nasional: Sintesis Kepentingan Konservasi Keanekaragaman Hayati dan Kehidupan Masyarakat Adat". *JMHT* Vol. XVIII (2) 2012. ISSN: 2087-0469 .
- Miller, Denise. (Tanpa Tahun) "the Increasing Importance of Cultural Tourism". TTRA International. Strategic Marketing and Research, Inc.
- Myers, Allen and David Whartoned.(2005). *The Cross Border Economies of Cambodia, Laos Thailand and Vietnam*. Development Analysis Network. <https://www.cdri.org.kh/webdata/download/dan/ddan4.pdf>. Accessed 5th February 2017.
- Niebuhr, A. and Stiller, S. (2001). *Integration Effect in Border Regions-A Survey of Economic Theory and Empirical Studies*. HWWA Discussion Paper: Hamburg.
- Palma, Aguslavia S.M, Amran Achmad, Muhammad Dassir. (Tanpa Tahun). "Model Kolaborasi Pengelolaan Tamn Nasional Wasur". <http://pasca.unhas.ac.id/jurnal/files/2f222034db6282e8fd73afcbd7a41719.pdf>. Accessed 8th Juli 2017.
- Rachmawati, Iva dan Fauzan.(2013). *Model Pengelolaan Perbatasan Darat Indonesia-Timor Leste Melalui Optimalisasi Fungsi Pos Lintas Batas (PLB) di Kabupaten Belu, Nusa Tenggara Timur*. Hibah Bersaing Kemenristek Dikti.
- Robinson, Tarigan. (2005). *Perencanaan Pembangunan Wilayah*. Edisi Revisi. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- WWF.(2009). "95% potensi kayu putih ada di Kabupaten Merauke". <http://www.wwf.or.id/?19844/95-potensi-kayu-putih-ada-di-Kabupaten-Merauke>. Diunduh 9 Juli 2017.
- . (2016). "Merauke Sumbang Kunjungan Wisman dengan Festival Crossborder". *CNN Indonesia*. <http://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20161215134527-307-79851/merauke-sumbang-kunjungan-wisman-dengan-festival-crossborder/>. Diunduh 5 Februari 2017.
- Wawancara dengan Mike Talubun, di Merauke, tanggal 18 April 2017
- Wawancara dengan staff WWF di Merauke, tanggal 20 April 2017
- Wawancara dengan Ka. Distrik Sota, Mike Walinaulik di Sota, tanggal 17 Agustus 2014.
- Wawancara dengan warga lokal, di Sota tanggal 17 April 2017
- Wawancara dengan Ma'ruf Suroto di Merauke, tanggal 19 April 2017
- Wawancara dengan Mike Talubun, Misni dan Ma'ruf Suroto di Merauke, tanggal 18 dan 19 April 2017.

## **PENGEMBANGAN PROFIL PASAR WISATAWAN NUSANTARA KABUPATEN GUNUNGGKIDUL**

**Sigit Haryono, Lukmono Hadi**

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Yogyakarta

### **ABSTRACT**

*The study of market profiles provide information about the characteristics of tourists visiting tourist destinations in Gunungkidul. Based on the research it is known that the characteristics of tourists are dominated by local tourists from Central Java and DIY themselves. Most of them are internet literacy, meaning that information about tourist destinations comes from social media owned. Knowledge of this market profile is useful for developing marketing strategic. The marketing strategy used to study is the marketing strategy with the BAS, DOT and POS approaches*

**Keywords :** *Market Profile, BAS, DOT and POS*

### **LATAR BELAKANG**

Pariwisata merupakan salah sektor yang diandalkan untuk meningkatkan Produk Domestik Bruto (PDB). Keyakinan ini didukung dengan fenomena tentang *economy leisure* yang ditunjukkan dengan maraknya pariwisata dengan indikator ramainya penjualan tiket-tiket perjalanan dan tiket destinasi wisata mrelalui situs-situs online.

Target penerimaan pemerintah dari sektor pariwisata akan tercapai apabila ada usaha keras. Usaha keras dilakukan dengan membuat suatu strategi pemasaran. Strategi pemasaran ini adalah rumusan yang komprehensif tentang bagaimana mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Tujuan dalam hal ini adalah mencapai kontribusi 15% PDB dari sektor ini pada tahun 2019 (Kemenpar RI, 2015).

Pemerintah melalui Kementerian Pariwisata telah menyusun portofolio strategi pemasaran yang dikenal dengan istilah DOT, BAS dan POS. DOT adalah singkatan dari Destination, Origin, Time. BAS adalah Branding, Advertising dan Selling. POS adalah Paid Media, Own Media, dan Social Media.

Penyusunan strategi pemasaran salah satu yang perlu dilakukan adalah dengan berdasar pada profil pasar. Jadi strategi yang dibuat adalah mengikuti karakteristik pasar. Penelitian terhadap profil pas wisatawan nusantara yang berkunjung ke destinasi wisata yang ada di Kabupaten Gunungkidul menunjukkan bahwa sebagian besar responden berusia 15 s.d 19 tahun. Pendidikan terakhir mereka sebagian besar adalah SMA . Wisata alam menjadi pilihan utama dan destinasi favorit mereka adalah pantai. Sebagian besar mereka adalah melek internet yang dapat dilihat dari akses informasi mereka dan penggunaan media sosial untuk memamerkan hasil foto mereka di destinasi wisata.

Berdasarkan profil tersebut maka dapat dikembagkan strategi pemasaran berdasarkan portofolio strategi yang disusun oleh Kemenpar RI yautu strategi DOT, BAS, dan POS. DOT adalah Destination, Origin, dan Time. BAS adalah Branding, Advertising dan Selling. POS adalah Paid Media, Own Media dan Social Media.

## **TINJAUAN LITERATUR**

Beberapa penelitian yang berhubungan dengan profil pasar wisata dalam rangka untuk membuat strategi pemasaran pariwisata di antaranya adalah

Wang, Li dan Liu (2016) pada penelitiannya yang berjudul *AMultidimensional Environmental Value Orientation Approach to Forest Recreation Area Tourism Market Segmentation*. Hasil penelitiannya menyebutkan bahwa orientasi nilai sebagai dasar segmentasi lebih dapat menjelaskan profil wisatawan secara psikologis. Hasil penelitian berupa profil wisatawan berdasarkan orientasi nilai ini bermanfaat untuk pengambilan keputusan manajemen kepariwisataan.

Buffa (2015) pada penelitiannya yang berjudul *Young Tourism and Sustainability, Profiles, Attitude and Implication for Destination Strategies*. Penelitian ini mengelompokkan profil wisatawan berdasarkan personal profile, motivational profile, dan behavioral profile. Rekomendasi hasil penelitian adalah diperlukannya strategi pemasaran yang berbeda untuk profil yang berbeda.

Ordian, Rativa dan Gheres (2013) dalam penelitiannya yang berjudul *Using the Resident's Profile as Potential Tourist in Tourist Market Segmentation: The Case of Mores Country, Romanian*. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan empat segmen wisatawan yang merupakan profil mereka yaitu ordinary tourist, average tourist, idle tourist, dan frequent tourist. Rekomendasi hasil penelitian ini adalah pengembangan pemasaran pariwisata harus berbasis pada profil ini.

Candrea, Constantin, dan Ispas (2012) pada penelitiannya yang berjudul *Tourism Market Heterogeneity in Romanian Urban Destination, the Case of Brosov*. Hasil penelitiannya menyebutkan bahwa segmen pasar pariwisata adalah berbeda-beda. Hasil penelitian merekomendasikan bahwa agar dapat memformulasikan strategi dengan tepat maka perlu diperhatikan profil dari masing-masing segmen. Tujuannya agar destinasi wisata dapat lebih kompetitif di pasar nasional dan internasional.

Qirici (2011) dalam penelitiannya yang berjudul *Analysis of Consumer Profile as an Important Tool for Tourism Development*. Hasil penelitian menyebutkan bahwa profil pasar pariwisata dapat digunakan untuk membuat perencanaan dan pengembangan pariwisata. Profil pasar menunjukkan perilaku pasar sehingga dapat digunakan untuk pengembangan pemasaran pariwisata.

## **STRATEGI PEMASARAN PARIWISATA**

Strategi pemasaran adalah pernyataan (baik secara implisit maupun eksplisit) mengenai bagaimana suatu merek atau lini produk mencapai tujuannya. Tull dan Kahle (1990) dalam Tjiptono (2002) mendefinisikan strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut.

Strategi Pemasaran menurut Kemenpar RI adalah dengan merangkum beberapa kegiatan menjadi satu kesatuan terpadu seperti yang terlihat pada Gambar 1 dan dikenal dengan istilah DOT (*Destination, Origin, dan Time*), BAS (*Branding, Advertising, dan Selling*) dan POS (*Paid Media, Own Media, dan Social Media*) (Kemenpar RI, 2016).

*Destination* berkaitan dengan destinasi tujuan wisata yang dikunjungi oleh para wisatawan. *Origin* berkaitan dengan daerah asal wisatawan. *Time* berkaitan dengan waktu-waktu tertentu yang biasa digunakan oleh wisatawan untuk berlibur.

*Branding* berkaitan dengan usaha Kemenpar dan seluruh *stakeholder* kepariwisataan untuk meningkatkan citra daerah tujuan wisata. *Advertising* berkaitan dengan kegiatan komunikasi pemasaran daerah tujuan wisata yang bersifat nonpersonal yang ditujukan kepada masyarakat luas. *Selling* berkaitan dengan upaya jangka pendek untuk merangsang agar segera masyarakat untuk mengunjungi destinasi tujuan wisata.

*Paid Media* adalah media berbayar yang digunakan untuk mengkomunikasikan DTW. *Own Media* adalah media milik sendiri yang digunakan untuk mengkomunikasikan DTW. *Social Media* adalah media sosial yang digunakan untuk mengkomunikasikan DTW.



Gambar 1: Portofolio Strategi Pemasaran

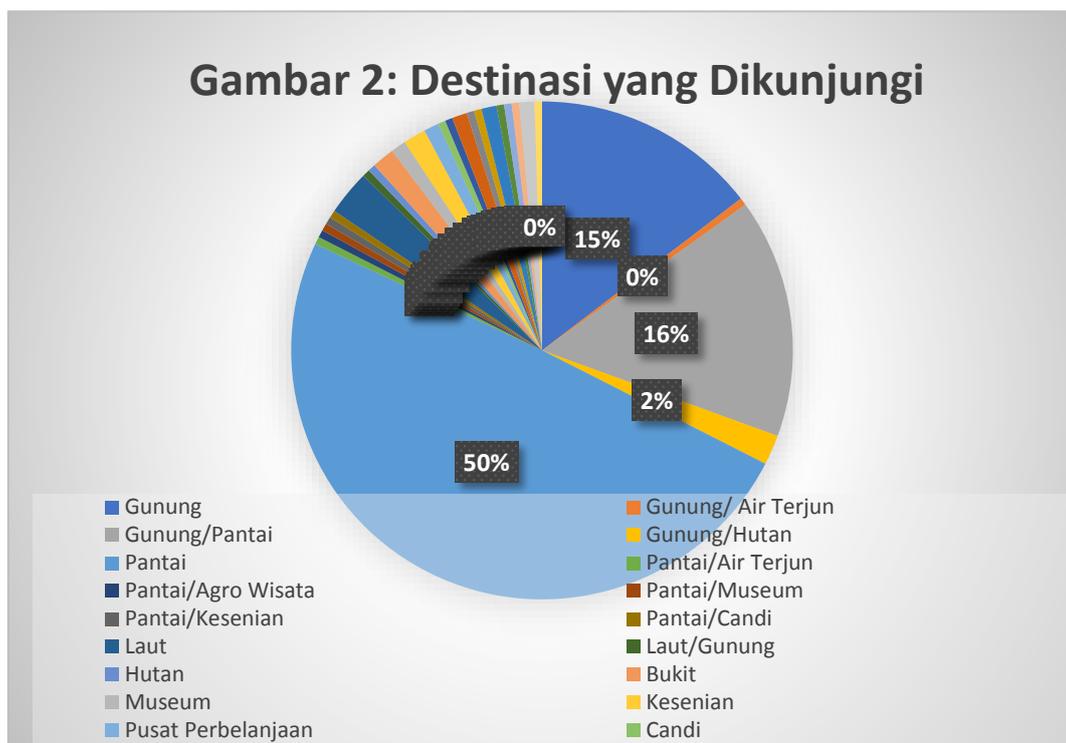
## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian dengan pendekatan DOT, BAS dan POS diketahui beberapa hal sebagai berikut:

### 1. *Destination*

Destinasi berkaitan dengan destinasi tujuan wisata yang dikunjungi oleh para wisatawan. Destinasi adalah produk pariwisata yang akan dipasarkan (Haryono, 2016). jadi, jika menggunakan pendekatan bauran pemasaran istilah destinasi ini adalah produk. Menurut Kotler dan Keller (2013) produk adalah segala sesuatu yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Pada konteks ini produk berarti destinasi yang digunakan untuk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan berwisata.

Gunungkidul memiliki banyak sekali destinasi wisata. Berdasarkan hasil penelitian destinasi yang menjadi favorit terlihat pada Gambar 3.



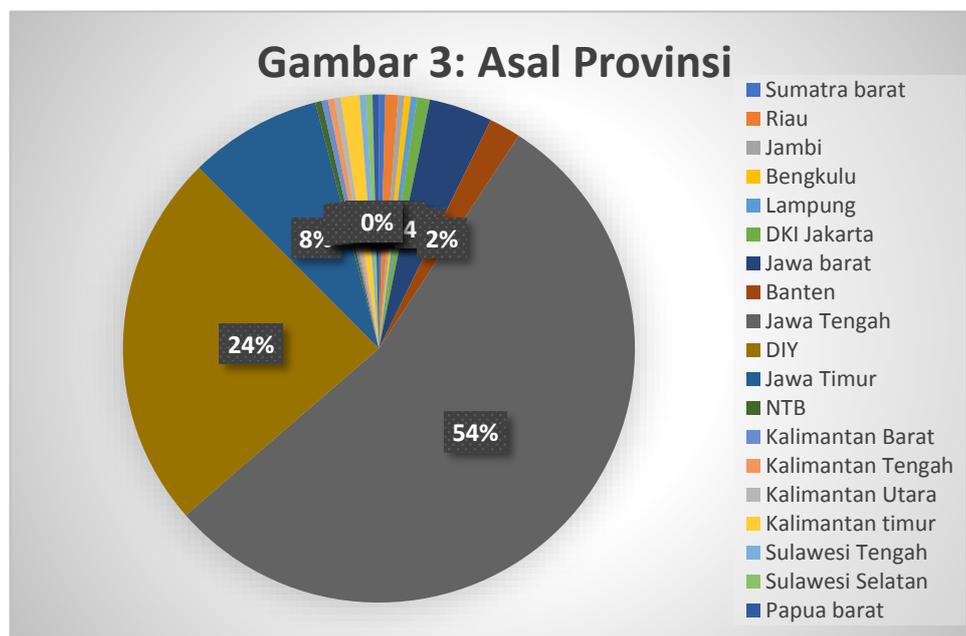
Sumber: Haryono dan Hadi, 2017

Berdasarkan Gambar 2 maka diketahui bahwa jenis destinasi yang menjadi favorit adalah pantai sebanyak 50%, disusul oleh pegunungan sebanyak 16%. jika mengacu pada data ini maka strategi yang harus dilakukan oleh Dinas Kabupaten Gungkidul adalah dengan mengembangkan wisata pantai sebagai prioritas karena destinasi-destinasi wisata pantai yang menjadi favorit para wisatawan untuk mengunjunginya.

## 2. Origin

*Origin* berkaitan dengan daerah asal wisatawan. Pengetahuan tentang daerah asal wisatawan akan sangat membantu ketika akan memutuskan daerah yang akan dijadikan pasar sasaran kegiatan pemasaran (Haryono, 2016).

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa daerah asal wisatawan sebagian besar berasal dari Jawa Tengah dan DIY sendiri (Gambar 3). Banyak wisatawan yang berasal dari daerah-daerah lain yang hampir dari seluruh Indonesia ada tetapi yang paling dominan hanya dua daerah itu.



Sumber: Haryono dn Hadi, 2017

Berdasarkan data tersebut maka strategi yang harus dilakukan adalah Dinas Pariwisata atau stakeholder pariwisata lainnya adalah dengan banyak melakukan kegiatan pemasaran di daerah-daerah lain yang belum mengenal atau belum banyak datang ke Gunungkidul untuk strategi ofensifnya. Sedangkan strategi defensifnya adalah dengan memanfaatkan pasar yang sekarang ada sebanyak 79% yang ada di Jawa Tengah dan DIY untuk dimaksimalkan potensinya untuk semakin banyak mengunjungi destinasi-destinasi wisata yang ada.

### 3. *Time*

*Time* berkaitan dengan waktu-waktu tertentu yang biasa digunakan oleh wisatawan untuk berlibur. Pengetahuan tentang *time* akan sangat membantu untuk merencanakan kapan sebaiknya melakukan kegiatan promosi (Haryono, 2016). Hal ini karena sebagian besar masyarakat menganggap bahwa berwisata adalah masalah *seasonal* sehingga tidak semua orang dapat berlibur kapan saja. Berdasarkan fenomena ini maka tidak heran jika suatu destinasi wisata sangat ramai pada waktu-waktu tertentu dan sepi pada suatu waktu tertentu. Demikian juga dengan wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata yang ada di Gunungkidul, destinasi tersebut sangat ramai pada hari Sabtu atau Minggu dan hari-hari libur nasional maupun libur sekolah.

Strategi yang harus dilakukan adalah memanfaatkan momen-momen libur untuk mengeruk sebanyak mungkin pengunjung dengan mengadakan event atau kegiatan yang merangsang wisatawan untuk berkunjung.

### 4. *Branding*

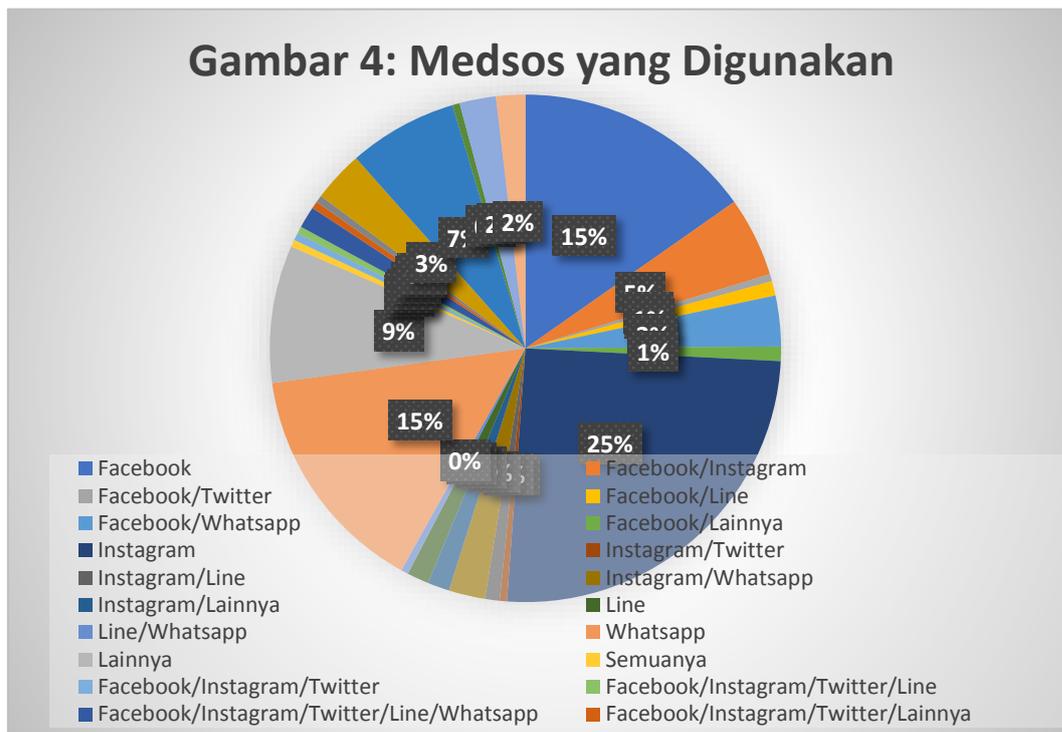
Branding berkaitan dengan usaha untuk meningkatkan citra daerah tujuan wisata (Haryono, 2016). Branding sangat penting dilakukan karena persaingan antar destinasi tidak hanya berkaitan dengan objek berupa pemandangan pantai atau pegunungan saja tetapi berkaitan dengan persepsi. Persepsi inilah yang harus diciptakan sehingga suatu destinasi mempunyai citra yang baik di mata pasa.

Gunungkidul memiliki *branding* berupa **Exotic Gunungkidul**. *Branding* ini harus terus

dikomunikasikan terutama kepada pasar sasaran yang profilnya sudah diketahui, jadi jika karakter pasar yang mengunjungi destinasi wisata yang ada di Gunungkidul tersebut yaitu favorit adalah pantai, generasi milenial, berpendidikan SMA ke atas, dan dari daerah Jawa Tengah dan DIY telah diketahui, maka komunikasi branding tersebut lebih mudah untuk dilakukan.

**5. Advertising**

*Advertising* atau periklanan berkaitan dengan kegiatan komunikasi pemasaran yang bersifat non personal yang ditujukan kepada khalayak luas (Haryono, 2016). *Advertising* harus sesuai dengan pasar sasaran, Diketahui bahwa pasar sasaran adalah generasi milenial maka strategi *advertising* harus disesuaikan dengan karakter mereka. Selain generasi milenial, berdasarkan hasil penelitian juga diketahui bahwa sebagian besar mereka adalah melek internet dan dominan menggunakan media sosial instagram sehingga strategi yang harus dilakukan adalah dengan menggunakan *advertising* di media-media sosial khususnya instagram. Gambar 4 menjelaskan tentang hal tersebut,



Sumber: Haryono dan Hadi (2017)

**6. Selling**

*Selling* atau penjualan adalah ilmu dan seni yang memengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang/jasa yang ditawarkan (Swastha, 2001). Kegiatan *selling* bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan dalam waktu singkat. Kegiatan *selling* dapat berupa pameran, diskon, sayembara, bonus dan lain-lain. Dengan kegiatan *selling* ini maka dapat merangsang wisatawan untuk mengunjungi objek wisata.

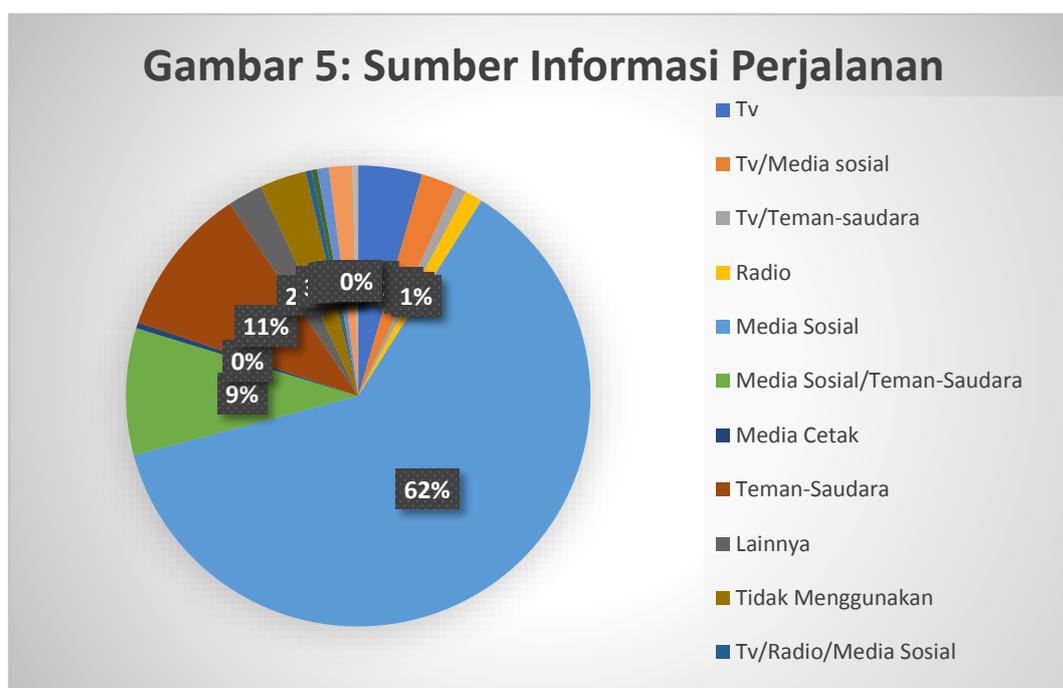
Hasil penelitian terhadap para wisatawan yang berkunjung ke Gunungkidul menyatakan bahwa sebagian besar mereka adalah sensitif terhadap biaya liburan. Artinya mereka adalah bukan

wisatawan yang royal menghamburkan uang. Hal ini dapat dilihat bahwa dari berbagai atribut wisata faktor biaya menempati urutan tinggi. Berdasarkan ini maka strategi *selling* yang harus dilakukan adalah dengan memberikan *value of money* yang tinggi kepada mereka. Memberi diskon tiket atau yang sejenisnya nampaknya menjadi ampuh untuk merangsang kedatangan mereka.

### 7. *Paid Media*

*Paid media* adalah media berbayar untuk mengkomunikasikan daya tarik wisata (Haryono, 2016). Media berbayar dapat berupa iklan baliho, atau iklan di televisi maupun iklan di media cetak juag media sosial dari internet.

Media iklan melalui media sosial di internet nampaknya memegang peran dominan untuk saat ini karena pasar sasaan mempunyai karakter sebagai generasi mileniah. Selain itu berdasarkan hasil penelitian juga diketahui bahwa mereka melakukan akses informasi sebagian besar melalui media sosial melalui internet. Gambar 5 menjelaskan tentang hal tersebut.



Sumber: Haryono dan Hadi (2017).

Berdasarkan Gambar 5 maka strategi *Paid Media* yang harus dilakukan sebaiknya melakukan iklan di media soial melalui internet. Media sosial yang dipakai berdasarkan hasil penelitian adalah instagram. Hal ini tidak mengherankan karena instagram lebih dapat menampilkan gambar dibandingkan media lain,

### 8. *Own Media*

*Own Media* adalah media milik sendiri yang digunakan untuk mengkomunikasikan Daya Tarik Wisata (DTW). Di samping menggunakan media berbayar kegiatan komunikasi pemasaran juga dapat menggunakan media sosial milik sendiri. Media milik sendiri dapat berupa website atau saluran komunikasi lain yang merupakan milik sendiri (Haryono, 2016).

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Own Media telah dimanfaatkan untuk menkomunikasikan destinasi wisata meskipun belum optimal seperti yang diharapkan. Strategi yang harus dilakukan adalah dengan mengotimalkan peran website tentang pariwisata yang dimiliki sendiri oleh Dinas Pariwisata.

#### **9. Social Media**

*Social media* yang dimaksud di sini adalah media sosial yang digunakan untuk mengkomunikasikan destinasi wisata Daya Tarik Wisata (DTW) atau suatu destinasi wisata. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa 86% responden menggunakan media sosial. Sementara media sosial yang digunakan adalah sebagian besar adalah instagram (Gambar 4).

Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka strategi yang harus dilakukan adalah dengan mengotimalkan peran media sosial internet untuk mengkomunikasikan beragam destinasi wisata yang ada di Kabupaten Gunungkidul. Media yang menjadi prioritas digunakan adalah instagram.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan pembahasan maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Strategi *Destination* yang harus dilakukan adalah dengan memprioritaskan pengembangan destinasi pantai karena berdasarkan hasil penelitian destinasi ini menjadi favorit para wisatawan.
2. Strategi *Origin* yang harus dilakukan adalah dengan strategi ofensif yang bertujuan menarik wisatawan dari daerah-daerah yang belum banyak berkunjung, juga strategi defensif untuk mempertahankan wisatawan yang selama ini banyak berkunjung yaitu dari daerah Jawa Tengah dan DIY.
3. Strategi *Time* yang harus dilakukan adalah dengan banyak melakukan kegiatan atau event pada saat liburan karena di saat itu destinasi wisata sangat ramai. Event dilakukan untuk menarik wisatawan yang berkunjung lebih banyak lagi.
4. Strategi *Branding* yang harus dilakukan adalah dengan memperkuat branding Exotic Gunungkidul sehingga dikenal tidak hanya oleh wisatawan nusantara tetapi juga wisatawan mancanegara.
5. Strategi *Advertising* dilakukan dengan melakukan periklanan yang disesuaikan dengan karakter generasi milenial yang merupakan pasar terbesar dari destinasi ini.
6. Strategi *Selling* dilakukan dengan memberi *value of money* berupa potongan harga atau diskon mengunjungi objek wisata karena berdasarkan hasil penelitian karakter pasar menunjukkan sensitif terhadap uang.
7. Strategi *Paid Media* dilakukan dengan membuat periklanan di media berbayar yang sesuai dengan karakter pasar yaitu generasi milenial yang melek internet.
8. Strategi *Own Media* dilakukan dengan mengoptimalkan media milik sendiri berupa website atau media milik sendiri lainnya untuk mengkomunikasikan keragaman destinasi yang dimiliki.
9. Strategi *Social Media* dilakukan dengan mengoptimalkan peran *social media* untuk mengkomunikasikan destinasi-destinasi wisata yang ada, terutama melalui instagram.

**DAFTAR PUSTAKA**

- 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
- Haryono, Sigit. 2016. Strategi Pengembangan Wisata Bahari dengan Pendekatan DOT, BAS dan POS. *Prosiding Indusi dan Jasa Maritim dalam Visi Poros Maritim Dunia*, Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman, dan Pushankam UPN “Veteran” Yogyakarta.
- Haryono, Sigit and Hadi, Lukmono. 2017. The Market Profile of the Archipelago Tourist in Gunungkidul Regency Yogyakarta, *International Journal of Business and Management*, Volume 5, Issue 9 September.
- Kemenpar RI, 2016. *Profil Pasar Wisatawan Nusantara Personal Umum*, Jakarta.
- Kemenpar RI. 2015. *Perancangan Pasar Wisata Umum*, Jakarta
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Penerbit Indeks, Jakarta.
- 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*
- Swastha, Basu. 2001. *Manajemen Penjualan*, BPFE UGM, Yogyakarta.
- 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*
- 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
- Wang, Ching Li and Sung-Ta Liu. 2016. A Multidimensional Environmental Value Orientation Approach to Forest Recreation Area Tourism Market Segmentation. *Forests*, 7, 92

## **KECERDASAN EMOSIONAL , STRES KERJA DAN KEPUASAN KERJA SEBAGAI PREDIKTOR *INTENTION TO LEAVE***

**Hastho Joko Nur Utomo, Sadeli**

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

### **ABSTRAK**

*Insurance agents are salespeople who play an important role in marketing insurance products. Challenges Insurance agents working in private insurance companies in Indonesia have become increasingly severe since the government imposed BPJS for the entire community. Insurance agents are required to be able to increase the sales volume of insurance products that are not guaranteed by BPJS. This demand causes agents to work in depressed conditions so that they are prone to work stress and create opportunities for intention to leave. The purpose of this study was to examine the effect of: emotional intelligence on work stress, emotional intelligence on Intention to quit, emotional intelligence on job satisfaction, work stress on job satisfaction, work stress on Intention to quit, and job satisfaction with Intention to quit. This research is classified as explanatory research. A total of 68 private insurance agents obtained by proportional random sampling technique were asked to fill out questionnaires. Data analysis was carried out with GSCA. The results of the study concluded that all exogenous variables affect the endogenous variables*

**Keywords :** *emotional intelligence, job stress, job satisfaction, intention to leave,*

### **PENDAHULUAN**

*Intention to quit* merupakan niat individu untuk secara sukarela meninggalkan organisasi, dan belum menjadi perilaku yang sebenarnya atau merupakan potensi perilaku yang tersembunyi dan berpeluang menjadi perilaku yang nyata. *Intention to quit* menjadi indikator yang efektif dari *employee turn over* (Hom & Griffeth, 1995). Karyawan memiliki beberapa alasan yang menunjukkan adanya keinginan untuk berhenti atau keluar dari suatu organisasi, kemudian pindah ke organisasi lain. Alasan tersebut bagi masing-masing individu belum tentu sama. Namun demikian, saat ini telah ada konsistensi dalam temuan penelitian yang bisa digunakan sebagai *antecedent* dari keinginan karyawan untuk keluar dari organisasi (*intention to quit*), yaitu : pengalaman yang berkaitan dengan stres kerja (*job stress*), faktor-faktor pekerjaan yang berhubungan dengan stres kerja (*stressor*), kurangnya komitmen dalam organisasi (*lack of commitment in organization*) dan ketidakpuasan kerja (*job dissatisfaction*) (Firth *et al.*, 2004).

Sebagaimana diketahui bahwa Undang-Undang No. 24 tahun 2011 tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) telah diberlakukan sejak bulan Januari 2014. BPJS merupakan lembaga baru yang dibentuk untuk menyelenggarakan program jaminan sosial di Indonesia. Mulai tanggal 1 Januari 2014, PT Askes (Persero) bertransformasi menjadi BPJS Kesehatan. 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. Dengan kata lain kalau rakyat Indonesia ada yang sakit, kecelakaan dalam bekerja, memasuki masa pensiun, atau meninggal dunia, maka BPJS adalah lembaga yang bertanggung jawab untuk memastikan rakyat tidak terlunta-lunta. BPJS dibagi menjadi dua, yaitu : 1) BPJS Kesehatan , yang bertanggung jawab menyelenggarakan program jaminan kesehatan, 2 ). BPJS Ketenagakerjaan, yang bertanggung jawab menyelenggarakan program jaminan kecelakaan kerja, jaminan hari tua, jaminan pensiun dan kematian.

Setelah berlakunya BPJS, maka perusahaan asuransi swasta dihadapkan pada dua kondisi. **Kondisi pertama**, perusahaan asuransi yang memberikan layanan produk setara dengan BPJS akan cenderung ditinggalkan nasabah, karena iuran bulanan BPJS lebih murah. Sebaliknya pada **kondisi kedua**, perusahaan asuransi yang memberikan layanan produk di atas level BPJS akan tetap eksis karena masih bisa mengejar segmen nasabah kelas menengah ke atas. Kedua kondisi tersebut sama-sama tidak mudah bagi profesi agen asuransi. **Kondisi pertama** menyebabkan kuatnya keinginan untuk keluar dari perusahaan / *intention to quit*, karena perusahaan asuransi mengalami kerugian akibat beralihnya nasabah ke BPJS yang mampu memberikan berbagai cakupan layanan dengan iuran bulanan yang lebih murah. **Kondisi kedua** tetap mendorong terjadinya *intention to quit*, karena agen asuransi dituntut untuk mencari nasabah baru yang membutuhkan layanan yang levelnya lebih tinggi daripada layanan BPJS. Calon nasabah baru ini tentu saja secara kuantitatif jumlahnya lebih kecil, sehingga memaksa agen asuransi bekerja keras untuk mendapatkannya.

Penelitian ini berasumsi bahwa *intention to quit* merupakan perilaku yang belum terwujud nyata. Sebelum berubah menjadi *actual quit* atau *actual turn over*, perilaku ini bisa dipengaruhi oleh variabel-variabel lain, misalnya dipengaruhi oleh kecerdasan emosional agen, tingkat stres kerjanya, maupun tingkat kepuasan kerjanya. Berdasarkan uraian di latar belakang, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah kecerdasan emosional berpengaruh signifikan terhadap stres kerja?
2. Apakah kecerdasan emosional berpengaruh signifikan terhadap *Intention to quit*?
3. Apakah kecerdasan emosional berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan kerja?
4. Apakah stres kerja berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan kerja?
5. Apakah stres kerja berpengaruh signifikan terhadap *Intention to quit*?
6. Apakah kepuasan kerja berpengaruh signifikan terhadap *Intention to quit*?

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Kecerdasan Emosional**

Goleman (1998) memperkenalkan kecerdasan emosional yang didasarkan pada teori kinerja (yang berbasis prestasi) yang mencakup seperangkat kemampuan yang tersendiri yang mengintegrasikan keterampilan kognitif dan afektif. Kecerdasan emosional adalah kemampuan menganali perasaan sendiri dan perasaan orang lain, kemampuan memotivasi diri sendiri, dan kemampuan mengelola emosi dengan baik, dalam berinteraksi dengan orang lain. Goleman (1998) mengidentifikasi lima dimensi kecerdasan emosional yang terdiri dari kesadaran diri (*self-awareness*), pengelolaan diri (*self-regulation*), motivasi diri (*motivation*), empati (*empathy*) dan keterampilan sosial (*social skill*).

### **Stres Kerja**

Stres 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 3 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*.

### **Kepuasan kerja**

Para pakar memiliki berbagai sudut pandang dalam memberikan batasan tentang kepuasan kerja. Kepuasan merupakan ungkapan emosi yang bersifat menyenangkan/ positif, setelah dilakukan penilaian terhadap suatu pekerjaan yang telah dikerjakan (Luthans, 2007). Robbins (2003) menyatakan bahwa suasana kerja, kepemimpinan, upah sekarang, promosi, hubungan dengan rekan sekerja dan pimpinan, adalah aspek-aspek yang menyebabkan kepuasan kerja. Luthans (2007) menyebutkan aspek-aspek tersebut : upah, pekerjaan, promosi, supervisi, dan rekan sekerja.

### **Intention to Quit**

Keinginan untuk keluar (*intention to quit*) adalah niat perilaku individu untuk secara sukarela meninggalkan organisasi. *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 menentukan niat orang untuk berhenti dengan menyelidiki kemungkinan *antecedent* dari *intention to quit*. Saat ini telah ada konsistensi dalam temuan penelitian, yang bisa menjadi *antecedent* keinginan karyawan untuk berhenti (*intention to quit*). Ada beberapa alasan mengapa orang berhenti dari satu organisasi pindah ke organisasi yang lain atau mengapa orang meninggalkan organisasi. Pengalaman yang berkaitan dengan stres kerja (*job stres*), faktor-faktor pekerjaan yang menyebabkan berhubungan dengan stres, kurangnya komitmen dalam organisasi, dan ketidakpuasan kerja membuat karyawan untuk berhenti (Firth *et al.*, 2004).

### **H1. Pengaruh Kecerdasan Emosional terhadap Stres Kerja**

Penelitian Yamani *et al.* (2014) ditujukan mengkaji pengaruh kecerdasan emosional dan stres kerja pada 202 karyawan Isfahan University of Medical Sciences (IUMS). Analisis data dengan regresi. Hasil penelitian menjelaskan bahwa kecerdasan emosional memiliki pengaruh

negatif dengan stres kerja. Individu yang memiliki kecerdasan emosional tinggi maka stres kerjanya rendah.

Penelitian Hosseini (2015) ditujukan untuk mengetahui hubungan antara kecerdasan emosional dan stres kerja pada karyawan administrasi dan akademik Lorestan Payame Noor University. Populasi penelitian 100 karyawan (50 administrasi dan 50 karyawan akademik) dari Lorestan Payame Noor University dan dipilih secara *cluster sampling*. Data dan informasi yang diperoleh dari penelitian ini dianalisis dengan menggunakan korelasi Pearson dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara kecerdasan emosional dan stres kerja .

Penelitian Samaei *et al.* (2017) mengkaji hubungan antara kecerdasan emosional dan stres kerja terhadap kelelahan kerja. Sampelnya 300 orang perawat di rumah sakit umum di Kerman. Analisis data dengan SEM. Hasil penelitian menjelaskan bahwa kecerdasan emosional dan stres kerja berpengaruh terhadap kelelahan kerja. Selain itu, ada pengaruh negatif yang signifikan kecerdasan emosional terhadap stres kerja dan meningkatnya kecerdasan emosional dapat menurunkan stres kerja.

## **H2. Pengaruh Kecerdasan Emosional terhadap *Intention to Quit***

Penelitian Khanolkar (2013) bertujuan menguji hubungan antara kecerdasan emosional , keterlibatan karyawan dan *intention to quit*. Data dikumpulkan dari 160 *salesman* industri farmasi di India. Hasil analisis menunjukkan ada korelasi positif yang signifikan antara kecerdasan emosional dan keterlibatan karyawan. Keterlibatan karyawan memiliki korelasi negatif yang signifikan dengan *intention to quit*. Tidak ada korelasi yang signifikan antara kecerdasan emosional dan *intention to quit* . Korelasi antara kecerdasan emosional dan *intention to quit* ditemukan berbeda dari yang diharapkan. Korelasi ini ditemukan negatif tetapi tidak signifikan .

Penelitian Ogungbamila *et al.* (2014) ditujukan untuk menguji pengaruh stres kerja, emosi karyawan, dan kecerdasan emosional terhadap *intention to quit*. Tiga variabel tersebut digunakan untuk memprediksi *intention to quit* pada karyawan bank dan karyawan kesehatan. Sampel penelitian terdiri dari 270 karyawan. Hasil analisis regresi berganda menjelaskan bahwa stres kerja tidak berpengaruh positif terhadap *intention to quit* (H1 ditolak), atau dengan kata lain stres kerja bukan merupakan prediktor yang kuat terhadap *intention to quit*. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa emosi karyawan berpengaruh positif terhadap *intention to quit* (H2 diterima), emosi karyawan meningkatkan *intention to quit*. Hasil analisis berikutnya, kecerdasan emosional berpengaruh negatif terhadap *intention to quit* (H3 diterima).

Penelitian Akhtar MW *et al.* (2017) bertujuan mengkaji peran moderasi *Organizational commitment* dalam memperantarai hubungan antara kecerdasan emosional dan *turnover intention*. Sampel 348 karyawan Telkom di Lahore. Analisis data dengan regresi . Hasil penelitian menjelaskan bahwa kecerdasan emosional berpengaruh positif terhadap *organizational commitment*. Selain itu, kecerdasan emosional berpengaruh negatif terhadap *turnover intention*.

Temuan penelitian Pradhan (2018) menjelaskan bahwa pengawasan yang kasar (*abusive supervision*) berpengaruh positif signifikan terhadap *intention to quit* . Temuan penelitian juga menjelaskan ada pengaruh negatif kecerdasan emosional terhadap *intention to quit*. Selain itu, kecerdasan emosional secara signifikan memoderasi hubungan antara pengawasan yang kasar (*abusive supervision*) dan *intention to quit*

### **H3. Pengaruh Kecerdasan Emosional terhadap Kepuasan Kerja**

Hasil penelitian Shooshtarian *et al.* (2013) pada 350 karyawan industri Fars Province di Iran menunjukkan bahwa kecerdasan emosional karyawan berhubungan positif dengan kepuasan kerja. Di samping itu, ada hubungan yang signifikan antara kecerdasan emosional dan kinerja karyawan.

Seyal & Afzaal (2013) menemukan hasil penelitian terhadap 90 staf academic di Technical University Brunei Darussalam bahwa kecerdasan emosional dan komitmen organisasi sangat berpengaruh terhadap kepuasan kerja.

Papathanasiou & Siati (2014) menjelaskan hasil penelitiannya bahwa di Greek banking sector, kecerdasan emosional memiliki pengaruh signifikan pada tingkat kepuasan kerja para profesional. Alnidawy (2015) menjelaskan hasil penelitiannya terhadap 300 karyawan bahwa kecerdasan emosional memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan.

Tujuan penelitian Khan *et al.* (2016) untuk menyelidiki hubungan antara kecerdasan emosional dan kepuasan kerja umum pustakawan. Analisis data dengan regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kecerdasan emosional berpengaruh signifikan pada kepuasan kerja dan dapat mendorong kinerja yang efektif.

Tujuan penelitian Tagoe and Quarshie (2016) untuk menguji hubungan antara kecerdasan emosional dan kepuasan kerja 120 perawat di Accra, Ghana. Temuan menunjukkan korelasi positif yang signifikan antara kecerdasan emosi dan kepuasan kerja. Namun, tidak ada perbedaan gender yang signifikan dalam kecerdasan emosi dan kepuasan kerja.

Zamani *et al.* (2016) menjelaskan hasil penelitiannya bahwa pada 30 karyawan Payam Noor University of Ardebil City, ada pengaruh signifikan kecerdasan emosional dan kepuasan kerja. Kecerdasan emosional mencakup *self-awareness*, *self-controlling*, *empathy* and *social skills*.

### **H4. Pengaruh Stres Kerja terhadap Kepuasan Kerja**

Penelitian Bemana *et al.* (2013) bertujuan menyelidiki hubungan antara stres kerja dan kepuasan kerja. Sampel terdiri dari 200 karyawan bagian teknis, bagian *official* dan *city service* kotamadya di daerah Shiraz, Iran. Teknik analisis data dengan regresi. Hasil penelitian menunjukkan ada hubungan negatif yang signifikan antara stres kerja dan kepuasan kerja. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara pria dan wanita dalam hal stres kerja dan kepuasan kerja.

Penelitian Long (2015) dilakukan untuk menyelidiki hubungan antara stres kerja dan kepuasan kerja. Faktor penentu stres kerja yang diteliti meliputi ambiguitas peran, kelebihan peran, dan konflik kerja-keluarga. Sampel terdiri dari 386 guru di Malaka. Analisis deskriptif, korelasi Pearson dan analisis regresi berganda digunakan untuk menganalisis data. Hasilnya, tingkat ambiguitas peran dan kelebihan peran terlalu tinggi. Namun, ada tingkat konflik kerja keluarga moderat. Temuan juga mengungkapkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara stres kerja dan kepuasan kerja. Ambiguitas peran yang memiliki hubungan signifikan dengan kepuasan kerja. Hasilnya juga menunjukkan bahwa peran ambiguitas dan kelebihan peran adalah prediktor kepuasan kerja.

Tujuan penelitian Kamalanabhan (2016) ini adalah menguji hubungan antara stres kerja, *coping strategy*, kesehatan mental, kesehatan fisik dan kepuasan kerja. Sampel 360 karyawan industri. Hasil menunjukkan bahwa ada hubungan negatif antara stres kerja dan kesehatan (baik

mental dan fisik), juga ada hubungan negatif antara stres kerja dengan kepuasan kerja. Selain itu, ada dampak dari *coping strategy* pada kesehatan dan kepuasan kerja karyawan. Temuan menunjukkan bahwa organisasi terus menuntut kinerja terbaik dari karyawannya dan sehingga tingkat stres mereka harus dikelola. Strategi untuk mengelola stres kerja harus dirancang sehingga karyawan secara fisik dan mental sehat untuk melakukan pekerjaan.

Penelitian Talasaz *et al.* (2016) bertujuan untuk mengkaji pengaruh kepuasan kerja dan stres kerja terhadap komitmen organisasi. Sampel penelitian ini 107 bidan di Iran. Hasil penelitian menunjukkan ada korelasi negatif signifikan antara stres kerja dan komitmen organisasi; juga menunjukkan korelasi positif signifikan antara komitmen organisasi dan kepuasan kerja. Regresi linier menunjukkan bahwa kepuasan diri dapat menentukan kinerja organisasi yang lebih baik. Selain itu, stres kerja berpengaruh negatif terhadap kepuasan kerja .

#### **H5. Pengaruh Stres Kerja terhadap *Intention to Quit***

Penelitian yang dilakukan oleh Mosadeghrad (2013) ini ditujukan untuk mengeksplorasi keadaan stres kerja perawat di rumah sakit di Isfahan, Iran. Selain itu juga bertujuan menguji hubungan antara stres kerja perawat dan keinginan mereka untuk meninggalkan rumah sakit. 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 uji regresi menyatakan bahwa stres kerja berhubungan positif dengan keinginan berpindah perawat.

Penelitian yang dilakukan oleh Arshadi & Damiri (2013) bertujuan untuk menguji hubungan antara stres kerja dengan *intention to quit* dan prestasi kerja, dengan dimoderasi oleh *organization-based self-esteem* (OBSE). Data dikumpulkan dari 286 karyawan di *Iranian National Drilling Company* (INDC). Sampel dipilih dengan metode *simple random sampling*. Korelasi Pearson dan regresi digunakan untuk analisis data. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan negatif antara stres kerja dan *job performance*. Ada hubungan positif antara stres kerja dan keinginan berpindah (*intention to quit*).

Penelitian Chika *et al.* (2016) menguji pengaruh stres kerja dan depresi terhadap keinginan berpindah (*intention to quit*).. Sampel 270 guru di negara bagian Ondo, Nigeria, yang dipilih secara acak dari 5 pemerintah lokal di negara bagian Ondo. Analisis data dengan korelasi dan regresi berganda. Hasil menunjukkan bahwa stres kerja dan depresi secara signifikan memprediksi keinginan berpindah dari guru sekolah menengah. Para perencana dan manajer pendidikan didorong untuk mempertimbangkan faktor-faktor stres kerja dan depresi guru saat merancang program yang bertujuan untuk mengurangi keinginan berpindah (*intention to quit*)

#### **H6. Pengaruh Kepuasan Kerja terhadap *Intention to Quit***

Penelitian yang dilakukan oleh Issa *et al.*(2013) ini ditujukan untuk menguji hubungan antara kepuasan kerja dan *intention to quit*, serta untuk mengidentifikasi dimensi apa yang paling berpengaruh terhadap *intention to quit*. Responden 200 orang tenaga penjualan. Analisa data dengan regresi berganda. Temuan penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan negatif yang signifikan antara lima dimensi kepuasan kerja dan *intention to quit*. Hasil penelitian menemukan bahwa kepuasan pada pembayaran merupakan dimensi paling dominan dalam kepuasan kerja yang mempengaruhi *intention to quit*.

Tujuan penelitian Masum *et al.* (2016) adalah untuk mengidentifikasi aspek yang mempengaruhi kepuasan dan *intention to quit* dari perawat yang dipekerjakan di Turki. Kepuasan kerja perawat ditemukan pada tingkat sedang dengan 61% perawat yang dimaksudkan untuk berhenti. Namun demikian, perawat melaporkan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap lingkungan kerja, dukungan pengawas, dan rekan kerja. Mereka juga melaporkan tingkat kepuasan rendah terhadap reward, tunjangan, dan gaji. Studi ini mengungkapkan hubungan yang negatif antara kepuasan kerja dan *intention to quit* dari pekerjaan yang ada. Manajemen disarankan untuk meningkatkan kepuasan dan retensi kerja perawat.

### Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini

- H1** : kecerdasan emosional berpengaruh signifikan terhadap stres kerja
- H2** : kecerdasan emosional berpengaruh signifikan terhadap *Intention to quit*
- H3** : kecerdasan emosional berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan kerja
- H4** : stres kerja berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan kerja
- H5** : stres kerja berpengaruh signifikan terhadap *Intention to quit*
- H6** : kepuasan kerja berpengaruh signifikan terhadap *Intention to quit*

Model hipotesis



Gambar 1 . Model Hipotesis

### METODE PENELITIAN

Secara metodologis, penelitian ini tergolong dalam tipe *Explanatory Research*. Populasi penelitian ini adalah 82 karyawan yang berstatus sebagai agen asuransi dari 5 buah perusahaan asuransi yang sudah *go public* dan memiliki kantor cabang di Yogyakarta. Teknik samplingnya adalah *proportional random sampling* yaitu teknik pengambilan sampel secara proporsional dari 5 perusahaan asuransi yang menjadi anggota populasi. Ukuran sampel berdasarkan rumus Slovin diperoleh 68 karyawan.

**Kecerdasan emosional** adalah kemampuan agen asuransi dalam mengelola emosi saat menjalankan pekerjaan. Indikatornya sebagai berikut : kesadaran diri (*Self-Awareness* ),

pengelolaan diri (*Self-Regulation*), motivasi (*Motivation*), empati (*Empathy*), dan kecakapan dalam membina hubungan (*social skill*).

**Stres kerja** adalah gejala psikologis atau fisiologis yang dirasakan oleh agen asuransi karena adanya tekanan / tuntutan saat menjalankan tugas. Indikatornya sebagai berikut : kecemasan karena harus melaporkan hasil penjualan, kebosanan karena pekerjaan bersifat monoton, kebosanan dalam melayani nasabah, dan pekerjaan ditunda-tunda.

**Kepuasan kerja** adalah kepuasan agen asuransi terhadap berbagai aspek yang ada pada pekerjaan mereka. Indikatornya sebagai berikut : kepuasan terhadap pekerjaan itu, kepuasan terhadap atasan, kepuasan terhadap rekan, kepuasan terhadap pembayaran dan kepuasan terhadap kesempatan promosi.

**Intention to Quit** merupakan keinginan agen asuransi untuk meninggalkan tempat kerja mereka dan pindah ke perusahaan lain. Indikatornya sebagai berikut : pemikiran untuk keluar dari perusahaan, pemikiran untuk mencari pekerjaan baru, dan keaktifan dalam mencari pekerjaan baru.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis *Generalized Structured Component Analysis* (GSCA). Metode GSCA dapat diterapkan pada hubungan variabel yang kompleks, bisa rekursif dan non-rekursif. (Solimun, 2013). Pendekatan *Variance Based* atau *Component Based* dengan GSCA selain berorientasi pada analisis prediksi (*predictive model*), juga dapat digunakan untuk mengkonfirmasi teori/model (Ghozali, 2008).

## RESULT

### Hasil analisis deskriptif:

Sebanyak 60 responden (88 %) berjenis kelamin laki-laki dan 8 responden ( 12 %) berjenis kelamin perempuan. Responden yang berusia 28 < - 37 tahun merupakan kelompok usia produktif dengan jumlah terbesar, yaitu 34 orang (50 %). Urutan berikutnya kelompok responden berusia 37 < - 46 tahun, sebanyak 22 orang (32 %). Sisanya 12 orang (18%) tergolong dalam kelompok responden usia tua (46 < - 55 tahun). Responden berpendidikan S1, yaitu sebanyak 34 orang (50 %). Responden yang berpendidikan Diploma sebanyak 16 orang (24 %), S2 ada 18 orang (26 %). Berdasarkan masa kerja, maka dapat diketahui bahwa 32 responden (47 %) memiliki masa kerja 1 - 5 tahun, kelompok ini merupakan kelompok terbesar. Kelompok kedua adalah responden dengan masa kerja 5 < - 10 tahun, sebanyak 20 orang (29 %). Urutan berikutnya, kelompok responden dengan masa kerja 10 < - 15 tahun yang terdiri dari 16 orang (24 %).

Berdasarkan analisis diskriptif dapat diketahui *Mean* variabel sebesar 4,37, yang berarti rata-rata tenaga penjualan sepeda motor memiliki kecerdasan emosional yang sangat baik. *Mean* variabel sebesar 1,80. Artinya stres kerja responden berada pada kategori sangat rendah. *Mean* variabel kepuasan kerja adalah 4,02. Hal ini berarti kepuasan kerja responden berada pada kategori tinggi. *Mean* variabel *intention to leave* adalah sebesar 2,91. Artinya *intention to leave* responden berada pada kategori sedang.

**Hasil Analisis Inferensial:**

**Pengujian Linearitas**

Hasil pengujian Linearitas disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 1. Hasil Pengujian Linearitas

No	Hubungan Antar Variabel	Probabilitas	Keterangan
1	Kecerdasan Emosional dan Stres Kerja	0,000 < 0,05	Linear
2	Kecerdasan Emosional dan Intention to Leave	0,000 < 0,05	Linear
3	Kecerdasan Emosional dan Kepuasan Kerja	0,000 < 0,05	Linear
4	Stres Kerja dan Kepuasan Kerja	0,000 < 0,05	Linear
5	Stres Kerja dan Intention to Leave	0,000 < 0,05	Linear
6	Kepuasan Kerja dan Intention to Leave	0,000 < 0,05	Linear

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa semua hubungan antara variabel eksogen dan variabel endogen menghasilkan probabilitas sebesar 0,000 yang lebih kecil daripada *level of significance* ( $\alpha$  5 %). Hal ini berarti semua hubungan antara variabel eksogen dan variabel endogen adalah hubungan linier.

**Pengujian Normalitas**

Hasil pengujian Normalitas disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 2. Hasil Pengujian Normalitas

No	Variabel	Probabilitas (p)	Hasil
1.	Kecerdasan Emosional	0.61	normal
3.	Stres Kerja	0.58	normal
4.	Kepuasan Kerja	0.64	normal
6.	<i>Intention to Leave</i>	0.67	normal

Berdasarkan tabel 2 terlihat bahwa nilai probabilitas semua variabel lebih besar daripada 0,05 sehingga  $H_0$  ditolak. Hal ini berarti distribusi populasi yang diwakili oleh sampel untuk setiap variabel penelitian adalah normal.

**Analisis Goodness of Fit**

Hasil analisis goodness of fit disajikan pada tabel berikut :

Tabel 3. Model Fit

No	Model Fit	
1	FIT	0.494
2	AFIT	0.484
3	GFI	0.969
4	SRMR	0.138
5	NPAR	74

Berdasarkan analisis *goodness of fit* dapat disimpulkan bahwa keseluruhan asumsi dari model bisa terpenuhi, sehingga model penelitian ini layak untuk digunakan.

### **Pengujian Hipotesis**

Pengujian hipotesis dimaksudkan untuk menguji ada tidaknya pengaruh variabel eksogen secara langsung terhadap variabel endogen. Pengujian hipotesis dapat diketahui melalui nilai *Critical Ratio* (CR). Apabila nilai *Critical Ratio* (CR) lebih besar daripada nilai kritis, maka hipotesis dapat diterima. Sebaliknya, apabila *Critical Ratio* (CR) lebih kecil daripada nilai kritis, maka hipotesis ditolak. Pada penelitian ini dengan ukuran sampel N=68 diperoleh nilai kritis 1,96. Hasil pengujian pengaruh antar variabel disajikan pada tabel 4.

Tabel 4. Hasil Pengujian Hipotesis.

		Path Coefficients			
		Estimate	SE	CR	Keterangan
1	Kecerdasan Emosional -> Stres Kerja	-0.465	0.118	3.94*	signifikan
2	Kecerdasan Emosional -> <i>Intention to Leave</i>	-0.343	0.135	2.54*	signifikan
3	Kecerdasan Emosional -> Kepuasan Kerja	0.205	0.053	3.87*	signifikan
4	Stres Kerja -> Kepuasan Kerja	-0.639	0.060	10.66*	signifikan
5	Stres Kerja -> <i>Intention to Leave</i>	0.642	0.230	2.79*	signifikan
6	Kepuasan Kerja -> <i>Intention to Leave</i>	-0.048	0.219	2.18*	signifikan

CR\* = significant at .05 level

Nilai kritis untuk N=68 adalah 1,96

Berdasarkan pada Tabel 4 dapat dijelaskan sebagai berikut :

#### **1. Pengaruh Kecerdasan emosional terhadap stres kerja**

Kecerdasan emosional memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap stres kerja karena diperoleh koefisien jalur sebesar -0,465 dengan nilai kritis sebesar 3,94 yang lebih besar dari 1,96. Hal ini berarti hipotesis pertama diterima. Kecerdasan emosional yang tinggi berdampak pada rendahnya tingkat stres kerja karyawan. *Estimate* -0.465 artinya variabel kecerdasan emosional dapat berkontribusi perubahan pada variabel stres kerja sebesar 46,5 %, dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

#### **2. Pengaruh Kecerdasan emosional terhadap *intention to leave***

Kecerdasan emosional memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap *intention to leave* karena diperoleh koefisien jalur sebesar -0.343 dengan nilai kritis sebesar 2,54 yang lebih besar daripada 1,96. Hal ini berarti hipotesis kedua diterima. Kecerdasan emosional yang tinggi berdampak pada rendahnya *intention to leave*. *Estimate* -0.073 artinya variabel kecerdasan emosional dapat berkontribusi perubahan pada variabel *intention to leave* sebesar 7,3 %, dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

#### **3. Pengaruh Kecerdasan emosional terhadap kepuasan kerja**

Kecerdasan emosional memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan kerja karena diperoleh koefisien jalur sebesar 0,205 dengan nilai kritis sebesar 3,87 yang lebih besar dari 1,96. Hal ini berarti hipotesis keempat diterima. Kecerdasan emosional yang tinggi berdampak pada tingginya kepuasan kerja. *Estimate* 0.205 artinya variabel kecerdasan

emosional dapat berkontribusi perubahan pada variabel kepuasan kerja sebesar 20,5 %, dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

**4. Pengaruh Stres kerja terhadap kepuasan kerja**

Stres kerja memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan kerja karena diperoleh koefisien jalur sebesar -0,639 dengan nilai kritis sebesar 10,66 yang lebih besar dari 1,96. Hal ini berarti hipotesis keempat diterima. Stres kerja yang tinggi menyebabkan rendahnya kepuasan kerja *Estimate* -0.639 artinya variabel stres kerja dapat berkontribusi perubahan pada variabel kepuasan kerja sebesar 63,9 %, dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

**5. Pengaruh Stres kerja terhadap *intention to leave***

Stres kerja memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *intention to leave* karena diperoleh koefisien jalur sebesar 0,642 dengan nilai kritis sebesar 2,79 yang lebih besar daripada 1,96. Hal ini berarti hipotesis kelima diterima. Stres kerja yang tinggi menyebabkan tingginya *intention to leave*. *Estimate* 0,412 artinya variabel stres kerja dapat berkontribusi perubahan pada variabel *intention to leave* sebesar 41,2 %, dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

**6. Pengaruh Kepuasan kerja terhadap *intention to leave***

Kepuasan kerja memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap *intention to leave* karena diperoleh koefisien jalur sebesar -0,048 dengan nilai kritis sebesar 2.18 yang lebih besar dari 1,96. Hal ini berarti hipotesis keenam diterima. Kepuasan kerja yang tinggi menyebabkan rendahnya *intention to leave*. *Estimate* -0,191 artinya variabel kepuasan kerja dapat berkontribusi perubahan pada variabel *intention to leave* sebesar 19,1 %, dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

**PEMBAHASAN**

**1. Pengaruh Kecerdasan Emosional terhadap Stres Kerja**

Kecerdasan emosional memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap stres kerja karena diperoleh koefisien jalur sebesar -0,465 dengan nilai kritis sebesar 3,94 yang lebih besar dari 1,96. Hal ini berarti hipotesis pertama diterima. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa agen asuransi yang memiliki kecerdasan emosional tinggi, maka tingkat stres kerjanya rendah. Agen asuransi yang kecerdasan emosionalnya tinggi memiliki kemampuan yang baik dalam berinteraksi dengan siapa saja. Agen asuransi yang memiliki kemampuan mengelola emosi, menjaga motivasi, berempati pada orang lain, dan memiliki ketrampilan bergaul dan menghindarkan diri prasangka negatif, maka akan memperoleh manfaat lebih banyak dalam dunia kerjanya. Agen asuransi yang seperti ini akan nyaman dalam berinteraksi dengan calon pembeli, rekan kerja, maupun atasannya.

Hasil penelitian ini mendukung teori kecerdasan emosional yang disampaikan oleh Goleman (1998) bahwa kecerdasan emosional merupakan kemampuan menganali perasaan sendiri dan perasaan orang lain, kemampuan memotivasi diri sendiri, dan kemampuan mengelola emosi dengan baik, dalam berinteraksi dengan orang lain. Goleman (1998) mengidentifikasi lima dimensi kecerdasan emosional yang terdiri dari kesadaran diri (*Self-Awareness*), pengelolaan diri (*Self-Regulation*), motivasi diri (*Motivation*), empati (*Empathy*) dan keterampilan sosial (*Social Skill*). Lima dimensi kecerdasan emosional tersebut akan berdampak pada rendahnya stres kerja.

Hasil penelitian ini mendukung temuan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ogungbamila *et al.* (2014), Yamani *et al.* (2014), Hosseini (2015) dan Samaei *et al.* (2017) bahwa individu dengan kecerdasan emosional yang tinggi akan mengalami stres kerja yang rendah. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kecerdasan emosional berpengaruh negatif terhadap stres kerja. Artinya, bila kecerdasan emosionalnya tinggi, maka stres kerjanya akan rendah.

## **2. Pengaruh Kecerdasan Emosional terhadap *Intention to Leave***

Kecerdasan emosional memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap *intention to leave* karena diperoleh koefisien jalur sebesar -0,343 dengan nilai kritis sebesar 2,54 yang lebih besar dari 1,96. Hal ini berarti hipotesis kedua diterima. Asumsi yang diajukan oleh peneliti bahwa semakin tinggi kecerdasan emosional seorang karyawan, maka akan semakin rendah *intention to leave*-nya. Asumsi ini didasarkan pada teori bahwa kecerdasan emosional merupakan kemampuan untuk memahami diri sendiri dan orang lain, yang berkaitan dengan adaptasi terhadap orang lain dan lingkungan sekitarnya, agar seseorang menjadi lebih sukses (Bar-On, 1997). Kecerdasan ini melibatkan asimilasi, ekspresi, regulasi, dan pengelolaan informasi emosional untuk berbagai tujuan yang bersifat adaptif (Goleman, 1998; Mayer *et al.*, 2000). Karyawan yang tinggi kecerdasan emosionalnya akan cenderung terlihat tegas, optimis, toleran, fleksibel dan selalu berfikir positif (Bar-On, 2005; Griffeth *et al.*, 2000).

Berdasarkan teori tersebut peneliti berpendapat bahwa *intention to leave* adalah termasuk dalam kategori berfikir negatif, yang tidak semestinya ada pada karyawan yang memiliki kecerdasan emosional tinggi. Kecerdasan emosional dalam penelitian ini berpengaruh negatif signifikan terhadap *intention to leave* karena nilai kritis  $2,54 > 1,96$ . Koefisien jalurnya -0,343. Artinya variabel kecerdasan emosional dapat berkontribusi perubahan pada variabel *intention to leave* sebesar 7,3 %. Sisanya berasal dari kontribusi variabel lain.

Hasil penelitian ini mendukung temuan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Khanolkar (2013), Ogungbamila *et al.* (2014), Akhtar MW *et al.* (2017) dan Pradhan (2018) bahwa kecerdasan emosional berpengaruh negatif signifikan terhadap *intention to leave*.

## **3. Pengaruh Kecerdasan Emosional terhadap Kepuasan Kerja**

Kecerdasan emosional memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan kerja karena diperoleh koefisien jalur sebesar 0,205 dengan nilai kritis sebesar 3,87 yang lebih besar dari 1,96. Hal ini berarti hipotesis ketiga diterima. Profesi sebagai agen asuransi menuntut adanya interaksi yang intens terhadap konsumen. Dari sisi *job content*, seorang agen asuransi harus menguasai spesifikasi produk asuransi. Seiring dengan bertambahnya masa kerja, maka kemampuan menguasai *product knowledge* ini semakin tinggi.

Kemampuan lain yang lebih dituntut adalah melayani konsumen sebaik mungkin sehingga mampu menyebabkan konsumen untuk mengambil keputusan membeli. Konsumen akan puas manakala agen asuransi memberikan pelayanan yang optimal. Kemampuan melayani konsumen inilah yang menuntut adanya kecerdasan emosional. Kecerdasan emosional memiliki peran penting dalam situasi tertentu, misalnya ketika menghadapi keluhan atau kritik dari konsumen, agen asuransi harus bisa mengendalikan emosi, menunjukkan empati dan juga tetap menampilkan citra positif di hadapan konsumen. Agen asuransi yang bisa menikmati *job content* seperti ini akan bisa merasakan adanya kepuasan kerja. Agen asuransi yang tinggi kecerdasan emosionalnya bisa merasakan adanya kepuasan kerja dalam menjalani profesi ini.

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa agen asuransi yang kecerdasan emosionalnya tinggi, maka kepuasan kerjanya juga tinggi. Hasil penelitian ini mendukung teori kecerdasan emosional yang dikemukakan oleh Goleman (1998) bahwa seseorang yang mampu memahami dan menyadari perasaan sendiri, mengendalikan diri dari emosi negatif, pasti bisa memiliki hubungan yang lebih baik dengan rekan kerja dan atasan, sehingga meningkatkan kepuasan kerja. Daus & Ashkanasy (2005) menjelaskan bahwa kecerdasan emosional merupakan prediktor kepuasan kerja.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Seyal & Afzaal (2013), Shooshtarian *et al.* (2013), Paphanasiou & Siati (2014), Alnidawy (2015), Zamani *et al.* (2016), Tagoe and Quarshie (2016) dan Khan *et al.* (2016) bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kecerdasan emosional dan kepuasan kerja. Dengan kata lain, kecerdasan emosional yang tinggi akan menyebabkan kepuasan kerja yang tinggi.

#### **4. Pengaruh Stres Kerja terhadap Kepuasan Kerja**

Stres kerja memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan kerja karena diperoleh koefisien jalur sebesar -0,639 dengan nilai kritis sebesar 10,66 yang lebih besar dari 1,96. Hal ini berarti hipotesis keempat diterima. Stres kerja merupakan gejala fisiologis maupun psikologis yang timbul karena adanya ketidaksesuaian antara tuntutan pekerjaan dan kemampuan yang dimiliki oleh karyawan (Drenth *et al.*, 1998). Stres kerja berpeluang terjadi pada profesi apapun, termasuk juga pada agen asuransi. Secara umum tugas agen asuransi adalah mencapai target penjualan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Agen asuransi dituntut untuk bersikap profesional dalam melayani konsumen .

Stres kerja agen asuransi biasanya berupa kecemasan yang terjadi pada hari-hari terakhir setiap akhir bulan, karena masing-masing agen asuransi dituntut untuk merekap dan melaporkan pencapaian target penjualannya. Selain itu, stres kerja sering dialami oleh agen asuransi yang belum banyak pengalaman. Bentuk stres yang lain adalah adanya rasa bosan karena pekerjaan bersifat monoton / tidak variatif.

Berdasarkan analisis data diperoleh kesimpulan bahwa agen asuransi mengalami kebosanan dalam melayani konsumen karena tidak selalu menghasilkan penjualan, dan kebosanan tersebut hanya menimbulkan stres yang ringan. Apabila dikaji dari sisi teori, maka stress yang ringan ini termasuk dalam stres yang bersifat positif (*eustress*). Hal ini sesuai dengan teori stres kerja yang disampaikan oleh Selye (1982) yang membedakan stres menjadi dua, yaitu *eustress* yang bersifat positif dan *distress* yang bersifat negatif. *Eustress* adalah stres yang bermakna positif karena memotivasi pelakunya untuk terus melakukan pekerjaan yang dilakukan. Stres yang bersifat positif ini justru bisa dinikmati oleh pelakunya.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa agen asuransi yang stres kerjanya rendah, maka kepuasan kerjanya tinggi. Hasil penelitian ini mendukung temuan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bemana (2013), Long (2015) dan Kamalanabhan (2016) bahwa stres kerja berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan kerja .

#### **5. Pengaruh Stres Kerja terhadap *Intention to Leave***

Stres kerja memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *intention to leave* karena diperoleh koefisien jalur sebesar 0,642 dengan nilai kritis sebesar 2,79 yang lebih besar dari 1,96. Hal ini berarti hipotesis kelima diterima. Peneliti berasumsi bahwa profesi sebagai agen asuransi merupakan profesi yang rawan terhadap stres. Seorang agen asuransi memiliki target penjualan

bulanan yang harus dicapai sebagai wujud prestasi kerjanya. Ketidakmampuan mencapai target itulah yang berpotensi menimbulkan stres kerja. Stres kerja yang muncul berupa kecemasan pada tiap akhir bulan karena harus melaporkan hasil penjualan yang dicapai, kecemasan bila tidak mampu menghasilkan penjualan, kebosanan terhadap pekerjaan yang terasa monoton, kebosanan dalam melayani konsumen karena tidak selalu menghasilkan penjualan dan pekerjaan ditunda-tunda karena dirasakan berat.

Kondisi stres kerja yang menekan psikis menyebabkan mereka memiliki keinginan untuk keluar dari perusahaan (*intention to leave*). Peneliti mengajukan hipotesa ada pengaruh stres kerja terhadap *intention to leave*. Semakin tinggi stres kerja yang dirasakan, maka akan semakin tinggi *intention to leave*.

Apakah setiap stres kerja selalu menyebabkan *intention to leave* ? Pertanyaan ini mendorong peneliti untuk memberikan argumen dengan mengacu pada teori stres kerja yang disampaikan oleh Selye (1982) bahwa stres kerja dapat membuahkan hasil yang baik maupun buruk, tergantung dari jenis stres yang terjadi. Selye (1982) membedakan stres menjadi dua kategori, yaitu *distress* dan *eustress*. *Distress* merupakan kondisi stres yang dapat menimbulkan efek negatif, dan gejala yang ditimbulkan lebih banyak yang merugikan diri karyawan itu sendiri maupun perusahaan. *Eustress* merupakan kondisi stres yang dapat menimbulkan efek positif, oleh karena itu jenis stres ini justru diperlukan untuk menghasilkan prestasi yang tinggi.

Ditinjau dari analisis deskriptif ternyata rata-rata skor stres kerja responden adalah 1,80 (sangat rendah) dan rata-rata skor *intention to leave* adalah 2,91 (sedang). Artinya responden berada pada level stres yang rendah, sehingga tidak sampai menimbulkan *intention to leave*. Stres yang terjadi termasuk dalam kategori ringan, karena hanya berindikasi berupa kebosanan dalam melayani konsumen, sehingga tidak sampai menyebabkan *intention to leave*.

Hasil penelitian ini mendukung temuan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Arshadi & Damiri (2013), Mosadeghrad (2013), Ogungbamila *et al.* (2014) dan Chika (2016) yang menyatakan bahwa stres kerja berpengaruh positif signifikan terhadap *intention to leave*. Hasil penelitian Ogungbamila *et al.* (2014) dengan sampel 270 orang karyawan bank di Nigeria menjelaskan bahwa stres kerja ternyata tidak berpengaruh positif terhadap *intention to leave*, atau dengan kata lain stres kerja bukan merupakan prediktor yang kuat terhadap *intention to leave*. Ogungbamila *et al.* (2014) menjelaskan bahwa karyawan bank di Nigeria tidak punya keinginan untuk meninggalkan pekerjaan, meskipun mengalami stres kerja. Hal ini disebabkan karena adanya kesadaran pada diri mereka bahwa pindah kerja untuk mendapatkan pekerjaan baru merupakan hal yang tidak mudah di negara tersebut.

#### **6. Pengaruh Kepuasan Kerja terhadap *Intention to Leave***

Kepuasan kerja memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap *intention to leave* karena diperoleh koefisien jalur sebesar -0,048 dengan nilai kritis sebesar 2,18 yang lebih besar dari 1,96. Hal ini berarti hipotesis keenam diterima. Peneliti berasumsi bahwa karyawan yang merasakan adanya kepuasan kerja akan cenderung bertahan bekerja di organisasi dan tidak akan ada keinginan untuk keluar/ pindah dari organisasi. Bila kepuasan kerjanya tinggi, maka *intention to leave*-nya rendah. Asumsi ini didasarkan pada pendapat pakar yang menyatakan bahwa kepuasan kerja merupakan faktor kunci untuk mengurangi *intention to leave* (Velez, 1993). Suatu meta analisis menyatakan ada hubungan negatif antara kepuasan kerja dan *intention to leave* (Hom & Griffeth, 1995). Kepuasan kerja memiliki efek langsung yang kuat pada *intention to leave*

(Lambert *et al.*, 2001).

Ditinjau dari data deskriptif dapat diketahui bahwa *mean score* variabel kepuasan kerja sebesar 4,02 (tinggi); sedangkan *mean score* variabel *intention to leave* adalah 2,91 (sedang). Hipotesis yang diajukan adalah ada pengaruh negatif signifikan kepuasan kerja terhadap *intention to leave*. Artinya, semakin tinggi kepuasan kerja, maka akan semakin rendah *intention to leave*-nya. Hasil uji hipotesa menunjukkan bahwa kepuasan kerja berpengaruh negatif signifikan terhadap *intention to leave*.

Hasil penelitian ini mendukung temuan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Azlinaa *et al.* (2012), Chen *et al.* (2013), Issa *et al.* (2013), Choerudin (2014) dan Masum *et al.* (2016) bahwa kepuasan kerja berpengaruh negatif signifikan terhadap *intention to leave*.

## CONCLUSION

Berdasarkan pembahasan penelitian dapat disimpulkan bahwa

1. Kecerdasan emosional berpengaruh signifikan terhadap stres kerja.
2. Kecerdasan emosional berpengaruh signifikan terhadap *Intention to quit*.
3. Kecerdasan emosional berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan kerja.
4. Stres kerja berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan kerja.
5. Stres kerja berpengaruh signifikan terhadap *Intention to quit*.
6. Kepuasan kerja berpengaruh signifikan terhadap *Intention to quit*.

## REFERENCES

- Akhtar MW *et al.* 2017. Impact of Emotional Intelligence on Turnover Intentions: The Role of Organizational Commitment and Perceive Organizational Support, *Journal of Accounting and Marketing*
- Alnidawy .2015/ The Effect of Emotional Intelligence on Job Satisfaction: Applied Study in the Jordanian Telecommunication Sector, *International Journal of Business Administration*
- Arshadi N & Damiri H. 2013. The Relationship of Job Stress with Turnover Intention and Job Performance: Moderating Role of OBSE, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* Vol. 84 : 706 – 710.
- Azlinaa, 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.
- Bar-On, R. 1997. *Emotional Quotient Inventory (EQ-i): a Test of Emotional Intelligence*. Toronto: Multi-Health System.
- Bar-On, R. 2005. The impact of emotional intelligence on subjective well-being. *Perspective in Education*, Vol. 23(2), 41-62.
- Bemana S., Moradi H., Ghasemi M, Taghavi S & Ghayoor H. 2013. The Relationship among Job Stress and Job Satisfaction in Municipality Personnel in Iran. *World Applied Sciences Journal* Vol.22 (2): 233-238
- 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
- Chika *et al.* 2016 Teacher Turn Over Intention: Impact of Job Stress and Depression, *African Journal for the Psychological Study of Social Issues*
- Choerudin A. 2014 , Model of Integration of Spirituality towards the Work Behavior and

- Emotional Intelligence as Mediating Variable: An Approach of Structural Equation Modelling, *International Journal of Research in Commerce, IT & Management*, Vol. 4 : 62-70.
- Daus, C. S., & Ashkanasy, N. M. 2005. The case for the ability-based model of emotional intelligence in organizational behavior. *Journal of Organizational behavior*, Vol. 26, (4) : 453-466.
- 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.
- Ghozali, Imam. 2008. *Generalized Structured Component Analysis (GSCA). Model Persamaan Struktural Berbasis Komponen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Goleman, D. 1998. *Working with emotional intelligence*. New York: Bantam Books.
- Griffeth RW, Hom PW, Gaertner S. 2000. "A meta-analysis of antecedents and correlates of employee turnover: update, moderator tests, and research implications for the next millennium", *Journal. Management*, Vol. 26 (3): 463-88.
- Hom P. W. & Griffeth R. 1995. *Employee Turnover*, South Western Publishing, USA
- Hosseini (2015) The Relation Between Emotional Intelligence and Job Stress: A Case Study of Lorestan Payam Noor University, *Jurnal UMP Social Sciences and Technology Management*
- 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
- Kamalanabhan (2016) A study on Occupational Stress and Job Satisfaction, *International Journal of Business Innovation and Research*, Vol. 11, No. 3
- Khan *et al.* (2016) Emotional intelligence and job satisfaction of academic librarians: An assessment of the relationship, *Journal of Librarianship and Information Science*
- Khanolkar RS, 2013, Effect of Emotional Intelligence on Salesperson's Employee Engagement and Intention to Quit : an Empirical Study, *International Journal of Research in Commerce, economic and management*, Vol. 3, (6): 50-57.
- Lambert, E.G., Hogan, N.L., Barton, A., & Lubbock, S.M. 2001. The impact of job satisfaction on turnover intent: A test of a structural measurement model using a national sample of workers. *Social Science Journal*, Vol.38, (2): 233-251.
- 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
- Long (2015) Role of Occupational Stress on Job Satisfaction *Mediterranean Journal of Social Sciences MC SER Publishing*, Rome-Italy, Vol 6 No 2
- 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.
- Masum *et al.* (2016) Job satisfaction and intention to quit: an empirical analysis of nurses in Turkey, *Peer Journal*
- Mayer, J.D., Salovey, P. & Coruso, D.R. 2000 Models of emotional intelligence. In R.J. Sternberg (Ed.), *The handbook of intelligence*, Cambridge university Press, New York, page 396-420.
- 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, MCSER Publishing, Rome-Italy*, Vol 5, (6): 78-91.
- Papathanasiou & Siati (2014) Emotional Intelligence and Job Satisfaction in Greek Banking Sector Research in Applied Economics ISSN 1948-5433 , Macrothink Institute
- Pradhan (2018) , "Emotional Intelligence as a Moderator in Abusive Supervision- Intention to Quit Relationship among Indian Healthcare professionals", *Asia-Pacific Journal of Business Administration*
- Robbins, Stephen. 2003. *Organizational Behavior*. 9th Ed. New Jersey: Prentice Hall.
- Samaei *et al.* (2017) The Effect of Emotional Intelligence and Job Stress on Burnout: A Structural Equation Model among Hospital Nurses, *International Journal of Occupational , Iran*
- 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
- Seyal & Afzaal (2013) An Investigation of Relationship among Emotional Intelligence, Organizational Commitment and Job Satisfaction: Evidence from Academics in Brunei Darussalam , *International Business Research*
- Shooshtarian, Zakieh; Ameli, Fatemeh and Aminilari, Mahmood, 2013, The Effect of Labor's Emotional Intelligence on Their Job Satisfaction, Job Performance and Commitment, *Iranian Journal of Management Studies (IJMS)*, Vol.6, (1) : 29-45
- Solimun. 2013. *General Structural Component Analysis (GSCA)*. Materi Diklat Penguatan Metodologi Penelitian, PDIA-FIA Unibraw, Malang.
- Tagoe and Quarshie (2016) The relationship between emotional intelligence and job satisfaction among nurses in Accra, *Wiley on line Library Journal*
- Talasz *et al.* (2016) Job Satisfaction and Occupational Stress in Organizational Commitment Among Midwives Working in the Maternity Wards, *Health Scope Journal, Iran*
- Velez, Padilla, D. 1993. Job satisfaction of vocational teachers in Puerto Rico, Ohio State University
- Yamani *et al.* (2014) The relationship between emotional intelligence and job stress in the faculty of medicine in Isfahan University of Medical Sciences, *Journal of Advance in Medical Education and Profesionalism, Iran*
- Zamani *et al.* (2016) Analyzing the relationship between emotional intelligence and job satisfaction among the employees of PNU ( Ardabil branch), *International Journal of Humanities and Cultural Studies*. ISSN 2356-592

## **SIMULASI PROPORSI PENDAPATAN RETRIBUSI PARKIR TEPI JALAN PADA PENERIMAAN PENDAPATAN ASLI DAERAH**

**Irwan Soejanto, Intan Berlianty, Yuli Dwi Astanti, Dyah Rachmawati L, Muhammad Shahrani I**

Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Industri  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta  
Email: [yuli.upnyk@yahoo.com](mailto:yuli.upnyk@yahoo.com)

### **ABSTRAK**

*Kabupaten Sleman memiliki program pembangunan yang dalam pelaksanaannya akan didukung pendanaan yang berasal dari Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Sleman. Salah satu sumber yang sangat potensial dan banyak memberikan pemasukan terhadap PAD yaitu melalui retribusi parkir tepi jalan umum. Namun perhitungan potensi yang dilakukan selama ini belum maksimal karena Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika (Dis HubKominfo) hanya mengandalkan formulir kontrak, tanpa adanya observasi lapangan secara langsung. Sebagai contoh di Jalan Raya Babarsari hanya terdapat 4 titik parkir tepi jalan umum yang terdaftar, padahal Jalan Raya Babarsari merupakan daerah keramaian. Berdasarkan hasil observasi lapangan memperlihatkan bahwa ada 7 titik keramaian parkir tepi jalan umum yang berpotensi untuk meningkatkan PAD. Selain itu dalam menentukan potensi Dis HubKominfo tidak mempertimbangkan faktor probabilistik kendaraan yang parkir setiap harinya. Penelitian ini diawali dengan pengamatan langsung terhadap jumlah kendaraan yang parkir di setiap titik-titik parkir tepi jalan umum di Jalan Raya Babarsari. Kemudian mensimulasikannya dan mengestimasi potensi pendapatan yang sebenarnya selama 1 tahun menggunakan metode simulasi monte carlo. Berdasarkan hasil simulasi tersebut dapat diketahui potensi dan proporsi pendapat retribusi parkir tepi jalan yang sebenarnya. Serta estimasi jumlah pendapatan yang masuk kedalam kas daerah Kabupaten Sleman. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa proporsi potensi terhadap jumlah realisasi pendapatan parkir tepi jalan Kabupaten Sleman pada tahun 2016 juga terdapat perbedaan yaitu 0,006 % untuk proporsi potensi sebelum simulasi, dan 0,21% setelah simulasi. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa terdapat ketidaksesuaian/kebocoran yang seharusnya bisa masuk menjadi sumber peningkatan PAD Kabupaten Sleman.*

**Kata kunci:** Pendapatan Asli Daerah, parkir tepi jalan, simulasi monte carlo

### **PENDAHULUAN**

Pada era otonomi daerah seperti saat ini, daerah otonom memiliki kewenangan dan kemampuan untuk menggali sumber-sumber keuangan sendiri. Sehingga Pendapatan Asli Daerah (PAD) menjadi bagian sumber keuangan terbesar. Sedangkan kemampuan suatu daerah menggali PAD akan mempengaruhi perkembangan dan pembangunan daerah tersebut. Undang-Undang No. 23 tahun 2014 pasal 285 menyebutkan, salah satu sumber PAD adalah retribusi. Retribusi daerah dapat digolongkan menjadi beberapa macam retribusi, salah satunya yaitu retribusi

pelayanan parkir di tepi jalan umum atau sering disebut parkir tepi jalan umum . Parkir tepi jalan perlu dikelola dengan baik agar hasilnya maksimal sehingga dapat meningkatkan PAD.

Kabupaten Sleman merupakan salah satu kabupaten di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) yang terus berkembang. Program-program pembangunan yang telah direncanakan, dalam pelaksanaannya akan didukung dengan pendanaan yang berasal dari PAD Kab. Sleman. Salah satu sumber yang sangat potensial untuk dikembangkan dan banyak memberikan pemasukan terhadap PAD Kab. Sleman yaitu melalui sumber retribusi daerah khususnya retribusi parkir tepi jalan umum . Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan oleh Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika (Dis HubKominfo) Kab. Sleman, potensi/target pendapatan parkir tepi jalan di Kab. Sleman pada tahun 2016 yang paling tinggi berasal dari Kecamatan Depok yaitu sebanyak Rp.623.981.600. Namun perhitungan potensi yang dilakukan selama ini belum maksimal karena Dis HubKominfo hanya mengandalkan formulir kontrak dengan pengelola lahan parkir yang terdaftar/legal, tanpa adanya observasi lapangan secara langsung.

Sebagai contoh di Jalan Raya Babarsari hanya terdapat 4 titik parkir tepi jalan yang terdaftar menurut data Dis HubKominfo, padahal Jalan Raya Babarsari merupakan daerah pusat keramaian di Kecamatan Depok karena terdapat banyak pertokoan, tempat makan (restoran), bahkan banyak tempat makan kaki lima. Keramaian tersebut berpotensi menyebabkan banyaknya kendaraan yang parkir di tepi jalan umum karena tidak tersedianya lahan parkir yang cukup. Selain itu hasil observasi lapangan memperlihatkan bahwa ada 7 titik keramaian parkir tepi jalan umum yang perlu dikelola secara resmi untuk meningkatkan PAD. Selain itu perhitungan potensi berdasarkan formulir kontrak tidak melibatkan tingkat probabilistik jumlah kendaraan yang parkir setiap harinya. Faktor-faktor tersebutlah yang mengakibatkan perhitungan potensi tidak maksimal dan adanya perbedaan potensi pendapatan retribusi daerah yang telah ditentukan sebelumnya dengan realisasi pendapatan yang seharusnya bisa diterima pemerintah daerah. Penelitian ini mencoba melakukan prediksi/estimasi pendapatan retribusi parkir tepi jalan umum yang memiliki karakteristik ketidakpastian atau probabilistik yang tinggi. Maka dari itu, penelitian ini akan diarahkan untuk dapat mengatasi masalah-masalah yang ada dan membantu Dis HubKominfo Kab. Sleman dalam melakukan prediksi pendapatan parkir tepi jalan umum di Jalan Raya Babarsari dengan lebih maksimal menggunakan Simulasi Monte Carlo. Monte Carlo adalah simulasi tipe probabilitas yang mendekati solusi sebuah masalah dengan melakukan sampling dari proses acak. Ketika sistem terdapat elemen-elemen yang memperlihatkan perilaku yang cenderung tidak pasti atau probabilistik maka metode simulasi Monte Carlo dapat diterapkan (Tersine, 1994). Hasil simulasi dapat menunjukkan prediksi pendapatan parkir tepi jalan umum yang selanjutnya menjadi sumber kas Pendapatan Asli Daerah (PAD).

## **METODE PENELITIAN**

Objek penelitian adalah jumlah kendaraan yang parkir di tepi jalan umum. Pengamatan pada penelitian ini akan dilakukan di titik-titik parkir tepi jalan umum yang ada di Jalan Raya Babarsari, Kecamatan Depok. Total titik parkir tepi jalan yang diamati berjumlah 11 titik, terdiri dari 4 titik parkir legal dan 7 titik parkir ilegal. Titik parkir legal yaitu Nasi Kuning Bu Tuti, Satria Net, Lotek Colombo, dan Yamie Panda. Sedangkan titik parkir ilegal yaitu, Penyetan, Waroeng SS, Master Piece, Blue Sky, Ayam Rempah, Petraco, dan Soto Boyolali. Sedangkan jangka waktu pengamatan yang dilakukan yaitu mulai dari pukul 08.00 – 21.00 WIB. Pengamatan dilakukan

masing-masing selama 10 hari untuk setiap titik-titik parkir. Langkah-langkah pengolahan data pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menghitung estimasi jumlah kendaraan yang parkir dan estimasi pendapatan parkir.

Perhitungan estimasi ini akan menggunakan Simulasi Monte Carlo yang memiliki tahap-tahap sebagai berikut (sebagai contoh lokasi Parkir Nasi Kuning bu Tuti):

- a. Menentukan distribusi probabilitas dan distribusi probabilitas kumulatif dari data jumlah kendaraan

**Tabel 1.** Distribusi probabilitas motor parkir di lokasi Parkir Nasi Kuning

No	Interval Kelas		Freq. Kum	Freq. Rel.	Prob.	Prob. Kum
1	75.00	92.25	2	2	0.200	0.200
2	92.25	109.50	3	1	0.100	0.300
3	109.50	126.75	8	5	0.500	0.800
4	126.75	144.00	10	2	0.200	1.000
				10	1	

**Tabel 2** Distribusi probabilitas mobil parkir di lokasi Parkir Nasi Kuning

No	Interval Kelas		Freq. Kum	Freq. Rel	Probabilitas	Prob. Kum
1	4.00	7.25	4	4	0.400	0.400
2	7.25	10.50	8	4	0.400	0.800
3	10.50	13.75	9	1	0.100	0.900
4	13.75	17.00	10	1	0.100	1.000
				10	1	

- b. Menentukan interval angka random untuk setiap variabel (jumlah kendaraan)

**Tabel 3.** Interval angka random motor parkir di lokasi Parkir Nasi Kuning

No	Interval Kelas		Random Number	
1	75.00	92.25	1	199
2	92.25	109.50	200	299
3	109.50	126.75	300	799
4	126.75	144.00	800	999

**Tabel 4.** Interval angka random mobil parkir di lokasi Parkir Nasi Kuning

No	Interval Kelas		Random Number	
1	4.00	7.25	1	399
2	7.25	10.50	400	799
3	10.50	13.75	800	899
4	13.75	17.00	900	999

- c. Membangkitkan bilangan random dan mensimulasikan

Bilangan random dibangkitkan dengan menggunakan bantuan software *Microsoft excel*. Bilangan random yang telah dibangkitkan kemudian akan mewakili variabel yang belum diketahui yaitu jumlah motor dan mobil yang parkir dalam 1 tahun kedepan Adapun hasil

pembangkitan angka random dan hasil simulasi di lokasi Parkir Parkir Nasi Kuning Bu Tuti akan ditampilkan pada tabel berikut.

**Tabel 5.** Hasil simulasi jumlah motor di lokasi Parkir Nasi Kuning Bu Tuti

<b>Hari ke-</b>	<b>Random Digit</b>	<b>Jumlah Motor</b>
1	515	116
2	403	121
3	703	114
4	305	126
5	171	77
6	443	124
7	304	111
8	739	119
9	695	124
10	569	111
...	...	...
...	...	...
...	...	...
365	723	112
Total		<b>40981</b>

**Tabel 6.** Hasil simulasi jumlah mobil di lokasi Parkir Nasi Kuning Bu Tuti

<b>Hari ke-</b>	<b>Random Digit</b>	<b>Jumlah Mobil</b>
1	816	11
2	193	5
3	574	8
4	603	9
5	732	8
6	464	9
7	395	4
8	608	9
9	709	8
10	397	7
...	...	...
...	...	...
...	...	...
365	768	8
Total		<b>3280</b>

d. Penentuan jumlah replikasi

Perhitungan replikasi dilakukan dengan mengolah hasil keluaran entitas dari replikasi awal yaitu jumlah motor dan mobil dalam 1 tahun. Hasil dari keluaran dari proses *running* sebanyak 15 kali dapat dilihat pada table berikut.

**Tabel 7.** Hasil replikasi awal jumlah motor (R=15)

R	Nasi Kuning	Penyetan	Master Piece	SS	Satria Net	Lotek Colombo	Yamie Panda	Blue Sky	Ayam Rempah	Petraco	Soto Boyolali	Total
1	40981	22963	23797	67697	36825	19616	39469	37070	35036	27656	24318	375428
2	41150	22814	23705	66872	36737	19474	39175	37199	35119	27946	23330	373521
3	40484	23166	23811	67050	36468	19573	39694	37612	35065	27457	23753	374133
4	41214	23203	23901	66723	36822	19676	39371	36899	35143	27694	23987	374633
5	40822	23410	23912	67119	36539	19694	39207	37171	35224	27746	24790	375634
6	41144	22850	24055	67238	36801	19702	39587	37615	35093	27595	23281	374961
7	40765	22822	23510	67065	36787	19707	39534	37237	35017	27653	23474	373571
8	41598	23084	23898	67184	37138	19749	39566	37361	35504	27428	23385	375895
9	41601	23034	23928	66971	36906	19497	39574	37266	35178	27750	23236	374941
10	41167	22964	23734	67397	36931	19556	39464	37736	35384	27541	23828	375702
11	40943	23049	23979	67210	37009	19755	39325	37220	35383	27688	22739	374300
12	41474	22827	23645	67240	36738	19326	39392	38070	34900	27782	23412	374806
13	40529	23124	23907	67092	36847	19580	39847	37915	34953	27704	23197	374695
14	41562	22958	24017	67262	36817	19680	39025	37278	35093	27572	23467	374731
15	41403	22764	23616	67351	36942	19636	39176	37814	35319	27398	23356	374775
Rata-Rata	41122	23002	23828	67165	36820	19615	39427	37431	35161	27641	23570	374782
												709
												Standar Deviasi

**Tabel 8.** Hasil replikasi awal jumlah mobil (R=15)

R	Nasi Kuning	Penyetan	Master Piece	SS	Satria Net	Lotek Colombo	Yamie Panda	Blue Sky	Ayam Rempah	Petraco	Soto Boyolali	Total
1	3280	866	4469	7324	2836	1211	4460	4209	4231	3567	7968	44421
2	3176	830	4378	7358	2820	1219	4409	4239	4186	3573	8038	44226
3	3205	872	4445	7465	2792	1175	4340	4178	4086	3591	7962	44111
4	3173	865	4489	7380	2816	1213	4329	4171	4135	3528	8108	44207
5	3102	904	4557	7388	2822	1215	4371	4225	4145	3529	8048	44306
6	3222	868	4444	7429	2831	1223	4448	4205	4189	3543	7801	44203
7	3068	914	4439	7346	2853	1231	4420	4128	4096	3530	8017	44042
8	3066	852	4466	7317	2853	1199	4320	4298	4202	3528	8032	44133
9	3151	842	4477	7361	2795	1235	4430	4180	4206	3553	8077	44307
10	3057	876	4320	7411	2834	1187	4375	4391	4158	3555	7907	44071
11	3017	868	4314	7217	2815	1192	4376	4169	4117	3533	7828	43446
12	3134	889	4456	7296	2833	1201	4303	4258	4210	3561	7816	43957
13	3122	886	4315	7552	2858	1172	4436	4230	4180	3570	7643	43964
14	3092	856	4320	7269	2855	1205	4419	4203	4138	3487	7516	43360
15	3259	858	4399	7312	2858	1224	4409	4173	4099	3544	7965	44100
Rata-Rata	3142	870	4419	7362	2831	1207	4390	4217	4159	3546	7915	44058
												295
												Standar Deviasi

e. Melakukan Uji Validasi

Uji validasi menggunakan hipotesis nol bahwa data nyata sama dengan data yang dihasilkan oleh simulasi. *Confident level* yang digunakan adalah 95%, maka taraf signifikansinya ( $\alpha$ ) adalah 0,05. Dengan demikian, apabila *p-value* > 0,05, maka hipotesis nol diterima dan data

dikatakan *valid*. Hasil dari uji validasi menggunakan SPSS *Mann-Whitney Test* untuk data jumlah motor dan jumlah data jumlah mobil dapat dilihat

**Tabel 9.** Hasil uji validasi data jumlah motor

No.	Data	Uji Validasi	<i>P-value</i>	Keterangan
1	Parkir Nasi Kuning	<i>Mann-Whitney Test</i>	0,795	Valid
2	Parkir Penyetan	<i>Mann-Whitney Test</i>	0,746	Valid
3	Parkir MasterPiece	<i>Mann-Whitney Test</i>	0,963	Valid
4	Parkir Waroeng SS	<i>Mann-Whitney Test</i>	0,940	Valid
5	Parkir Satria Net	<i>Mann-Whitney Test</i>	0,767	Valid
6	Parkir Yamie Panda	<i>Mann-Whitney Test</i>	0,878	Valid
7	Parkir Lotek Colombo	<i>Mann-Whitney Test</i>	0,932	Valid
8	Parkir Petraco	<i>Mann-Whitney Test</i>	0,692	Valid
9	Parkir Soto Boyolali	<i>Mann-Whitney Test</i>	0,943	Valid
10	Parkir Blue Sky	<i>Mann-Whitney Test</i>	0,953	Valid
11	Parkir Ayam Rempah	<i>Mann-Whitney Test</i>	0,765	Valid

**Tabel 10.** Hasil uji validasi data jumlah mobil

No.	Data	Uji Validasi	<i>P-value</i>	Keterangan
1	Parkir Nasi Kuning	<i>Mann-Whitney Test</i>	0,634	Valid
2	Parkir Penyetan	<i>Mann-Whitney Test</i>	0,252	Valid
3	Parkir MasterPiece	<i>Mann-Whitney Test</i>	0,937	Valid
4	Parkir Waroeng SS	<i>Mann-Whitney Test</i>	0,929	Valid
5	Parkir Satria Net	<i>Mann-Whitney Test</i>	0,884	Valid
6	Parkir Yamie Panda	<i>Mann-Whitney Test</i>	0,766	Valid
7	Parkir Lotek Colombo	<i>Mann-Whitney Test</i>	0,253	Valid
8	Parkir Petraco	<i>Mann-Whitney Test</i>	0,931	Valid
9	Parkir Soto Boyolali	<i>Mann-Whitney Test</i>	0,765	Valid
10	Parkir Blue Sky	<i>Mann-Whitney Test</i>	0,941	Valid
11	Parkir Ayam Rempah	<i>Mann-Whitney Test</i>	0,932	Valid

2. Menghitung potensi pendapatan retribusi parkir tepi jalan umum yang masuk ke dalam kas Pendapatan Asli Daerah (PAD)
  - a. Menghitung potensi pendapatan yang masuk ke dalam kas PAD tiap tahunnya. Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Sleman Nomor 1 Tahun 2012 Tentang Retribusi Pelayanan Parkir Di Tepi Jalan Umum, 65% dari pendapatan retribusi parkir tepi jalan umum akan masuk ke kas daerah.
  - b. Menghitung proporsi potensi retribusi parkir tepi jalan umum terhadap kas Pendapatan Asli Daerah (PAD)

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

1. Rekap hasil simulasi

Rekap hasil simulasi jumlah kendaraan yang parkir baik itu motor maupun mobil dan hasil estimasi pendapatannya selama satu tahun ke depan di setiap lokasi pengamatan, dapat dilihat pada table berikut.

**Tabel 11.** Rekap hasil simulasi dan estimasi pendapatan

No	Lokasi	Jumlah (Unit)	Kendaraan/Tahun		Estimasi Pendapatan/Tahun	
			Mobil	Motor	Mobil	Motor
1	Parkir Nasi Kuning	41122	3142		Rp41.122.000	Rp6.284.000
2	Parkir Blue Sky	37431	4217		Rp37.431.000	Rp8.434.000
3	Parkir Lotek Colombo	19615	1207		Rp19.615.000	Rp2.414.000
4	Parkir Master Piece	23828	4419		Rp23.828.000	Rp8.838.000
5	Parkir Satria Net	36820	2831		Rp36.820.000	Rp5.662.000
6	Parkir Waroeng SS	67165	7362		Rp67.165.000	Rp14.724.000
7	Parkir Yamie Panda	39427	4390		Rp39.427.000	Rp8.780.000
8	Parkir Penyetan	23002	870		Rp23.002.000	Rp1.740.000
9	Parkir Petraco	27641	3546		Rp27.641.000	Rp7.092.000
10	Parkir Soto Boyolali	23570	7915		Rp23.570.000	Rp15.830.000
11	Parkir Ayam Rempah	35161	4159		Rp35.161.000	Rp8.318.000
	<b>Total</b>	<b>374782</b>	<b>44058</b>		<b>Rp374.782.000</b>	<b>Rp88.116.000</b>
					<b>0</b>	<b>0</b>

2. Perhitungan potensi kas Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan proporsinya

a. Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan proporsinya sebelum simulasi

Berdasarkan data DisHub Kominfo diketahui bahwa potensi pendapatan parkir tepi jalan umum Jalan Raya Babarsari sebelum dilakukannya simulasi yaitu sebesar Rp1.200.000,00/bulan. Maka perhitungan pendapatan yang masuk ke kas PAD/tahunnya yaitu :

$$\begin{aligned} \text{Pendapatan masuk ke kas PAD/tahun} &= 65\% \times (\text{Rp}1.200.000,00 \times 12) \\ &= 65\% \times (\text{Rp}14.400.000,00/\text{tahun}) \\ &= \text{Rp}9.360.000,00/\text{tahun} \end{aligned}$$

Sedangkan perhitungan proporsinya, yaitu :

$$\begin{aligned} \text{Proporsi potensi} &= \frac{\text{Rp}9.360.000,00}{\text{Rp}1.416.855.000,00} \times 100\% \\ &= 0,006\% \end{aligned}$$

b. Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan proporsinya setelah simulasi

Berdasarkan Tabel diketahui bahwa potensi pendapatan parkir tepi jalan umum Jalan Raya Babarsari setelah dilakukannya simulasi yaitu Rp374.782.000,00/ tahun untuk motor dan Rp88.116.000,00/tahun untuk mobil. Sehingga total jumlah pendapatan/tahunnya yaitu

Rp 462.898.000,00/tahun. Maka perhitungan pendapatan yang masuk ke kas PAD/tahun yaitu :

$$\begin{aligned} \text{Pendapatan masuk ke kas PAD/tahun} &= 65\% \times (\text{Rp}462.898.000,00/\text{tahun}) \\ &= \text{Rp}300.883.700,00/\text{tahun} \\ \text{Pendapatan masuk ke kas PAD/bulan} &= \frac{\text{Rp}300.883.700,00}{12} \\ &= \text{Rp}25.073.641,00/\text{bulan} \end{aligned}$$

Sedangkan perhitungan proporsinya, yaitu :

$$\begin{aligned} \text{Proporsi potensi} &= \frac{\text{Rp}300.883.700,00}{\text{Rp}1.416.855.000,00} \times 100\% \\ &= 0,21\% \end{aligned}$$

### 3. Analisis Hasil

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan simulasi monte carlo, total estimasi pendapatan retribusi tepi jalan umum di Jalan Babarsari selama satu tahun yaitu Rp462.898.000,00 dan akan masuk ke kas daerah sebesar Rp300.883.700,00. Hasil potensi tersebut merupakan hasil yang lebih tinggi dari pada potensi yang telah dihitung oleh Dis Hubkominfo sebelumnya pada tahun 2016 yaitu hanya sebesar Rp14.400.000,00/tahun dan yang masuk ke kas daerah sebesar Rp9.360.000,00. Sedangkan untuk perhitungan proporsi potensi terhadap jumlah realisasi pendapatan parkir tepi jalan umum Kabupaten Sleman pada tahun 2016 juga terdapat perbedaan yaitu 0,006 % untuk proporsi potensi sebelum simulasi, dan 0,21% untuk proporsi potensi setelah simulasi.

Perbedaan/selisih tersebut menunjukkan bahwa terdapat ketidaksesuaian/kebocoran yang terjadi, dan hal tersebut seharusnya bisa masuk menjadi sumber peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kab. Sleman. Ketidaksesuaian terjadi antara data kontrak yang dibuat dengan keadaan lapangan yang sebenarnya. Jumlah kontrak yang disepakati antara pengelola parkir dan Dis Hubkominfo terlalu kecil/sedikit dibandingkan dengan kondisi di lapangan. Selain itu selisih yang seharusnya masuk ke kas daerah (kebocoran) juga disebabkan karena masih banyaknya parkir ilegal yang melakukan pemungutan liar, yaitu tempat parkir di tepi jalan umum yang belum terdaftar di Dis Hubkominfo. Maka dari itu, Dis Hubkominfo diharapkan dapat menyediakan petugas khusus untuk melakukan observasi secara langsung ke lapangan dalam menentukan jumlah potensi retribusi parkir tepi jalan umum di setiap lokasinya. Selain itu dalam perhitungan potensi yang dilakukan diharapkan dapat melibatkan karakteristik probabilitas jumlah kendaraan yang parkir setiap harinya.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari pengolahan data dan analisis hasil yang telah dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Estimasi pendapatan retribusi parkir tepi jalan umum di Jalan Raya Babarsari selama satu tahun sebesar Rp462.898.000,00, dengan jumlah kendaraan yang parkir sebanyak 374.782 unit motor dan 44.058 unit mobil. Estimasi pendapatan tersebut akan masuk ke kas daerah sebesar Rp300.883.700,00. Sedangkan potensi yang telah dihitung oleh Dis Hubkominfo sebelumnya pada tahun 2016 sebesar Rp14.400.000,00 dan yang masuk ke kas daerah sebesar Rp9.360.000,00. Terdapat selisih pendapatan yang tidak masuk ke dalam kas daerah (kebocoran) sebesar Rp291.523.700,00.

2. Proporsi potensi pendapatan parkir tepi jalan umum yang dihasilkan dari Jalan Raya Babarsari terhadap jumlah realisasi pendapatan parkir tepi jalan umum Kabupaten Sleman pada tahun 2016 sebelum simulasi yaitu sebesar 0,006%. Sedangkan proporsi setelah dilakukannya simulasi yaitu sebesar 0,21%. Terdapat selisih sebesar 0,204% potensi yang tidak masuk kedalam kas daerah.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Peraturan Daerah Kabupaten Sleman Nomor 1 Tahun 2012, Tentang Retribusi Pelayanan Parkir Di Tepi Jalan Umum
- Peraturan Daerah Kabupaten Sleman Nomor 6 Tahun 2015, Tentang Perparkiran
- Tersine, R., J., 1994, *Principles of Inventory and Materials Management*, Prentice Hall, United States of America
- Undang – Undang Dasar Nomor 23 Tahun 2014, Tentang Pemerintahan Daerah

**AKUNTABILITAS DAN TRANSPARANSI PENGELOLAAN  
ALOKASI DANA DESA  
(STUDI PADA DESA BOKOHARJO, PRAMBANAN, SLEMAN, PROPINSI DAERAH  
ISTIMEWA YOGYAKARTA)**

**Lita Yulita Fitriyani, Marita. Windyastuti, Yuna Adeptia**

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

[lita.yf@gmail.com](mailto:lita.yf@gmail.com), [handadita@gmail.com](mailto:handadita@gmail.com), [windyastuti@upnyk.ac.id](mailto:windyastuti@upnyk.ac.id), [yunaadeptia@gmail.com](mailto:yunaadeptia@gmail.com)

**ABSTRACT**

*Allocation of Village Funds is a budget given by the central government to the village, where the source is derived from the Regional Tax Revenue as well as the Central and Regional Financial Balance Fund received by the district. The purpose of this research is to know the effect of accountability and transparency on the allocation of village funds (ADD) in Bokoharjo Village, Prambanan, Sleman, Special Region of Yogyakarta. The type of data that being used in this research is primary data and survey method with distributing questionnaires to 35 respondents. The results based on Government Regulation of 113 of 2014 indicated that the management of village fund allocation in Bokoharjo was already accountability and transparency.*

**Keywords:** Village Fund Allocation, Accountability, Transparency

**1. PENDAHULUAN**

Akuntansi pemerintah merupakan salah satu bidang ilmu akuntansi yang saat ini berkembang pesat seiring dengan perkembangan zaman. Hal ini dikarenakan adanya tuntutan transparansi dan akuntabilitas publik atas dana-dana masyarakat yang dikelola pemerintah, sehingga memunculkan kebutuhan atas penggunaan akuntansi dalam mencatat dan melaporkan kinerja pemerintah. Akuntansi pemerintah memiliki tiga tujuan pokok, yaitu pertanggungjawaban, manajerial, dan pengawasan. Pertanggungjawaban yang dilakukan pemerintah merupakan perwujudan dari penyediaan informasi mengenai setiap tindakan atas kegiatan dan pengelolaan keuangan yang dilakukan pemerintah selama satu periode. Akuntansi pemerintah juga harus menyediakan informasi yang diperlukan dalam proses manajerial, seperti perencanaan, penganggaran, pelaksanaan, pengawasan, dan evaluasi kinerja pemerintah. Akuntansi pemerintah harus memungkinkan terselenggaranya pemeriksaan oleh aparat pengawasan fungsional secara efektif dan efisien.

Pendanaan dan setiap kegiatan pembangunan desa, memerlukan biaya yang terbilang tidak sedikit. Di setiap desa di Indonesia diberikan Alokasi Dana Desa (ADD) setiap tahun dengan jumlah tertentu dengan tujuan untuk pembangunan desa tersebut. Pengalokasian dana oleh Pemerintah Kabupaten untuk Desa, bersumber dari bagi hasil penerimaan pajak daerah, bagi hasil

penerimaan retribusi daerah, dan bagian dana perimbangan keuangan pemerintah pusat dan daerah yang diterima Pemerintah Kabupaten kecuali Dana Alokasi Khusus. Besarnya bagi hasil pajak daerah sebagaimana yang dimaksud yang diperuntukkan bagi desa paling sedikit adalah 10% dari penerimaan pajak daerah per tahun, dengan memperhatikan aspek pemerataan dan potensi desa yang bersangkutan. Untuk besarnya bagi hasil retribusi daerah yang diperuntukkan bagi desa adalah paling sedikit 10% dari penerimaan retribusi daerah per tahun dengan memperhatikan aspek keterlibatan desa dalam penyediaan pelayanan. Sedangkan untuk besarnya bagian dana perimbangan keuangan pemerintah pusat dan daerah yang diterima kabupaten untuk desa adalah sebesar 5% sampai dengan 10% dari penerimaan dana perimbangan per tahun, yang terdiri dari bagi hasil pajak dan sumber daya alam, serta Dana Alokasi Umum (DAU) setelah dikurangi belanja pegawai.

ADD yang diberikan tersebut pada prinsipnya harus mengnut prinsip akuntabel, transparansi, dan partisipasi maupun efisiensi menjadi agenda yang sangat penting. Pengelolaan keuangan desa yang diberikan kepada daerah melalui ADD pada prinsipnya tetap mengacu pada pokok pengelolaan keuangan daerah, yang dimaksudkan untuk membiayai program pemerintah desa dalam melaksanakan kegiatan pemerintah dan pemberdayaan masyarakat.

Dalam penelitian sebelumnya, Ruth Yuliyanti (2017) meneliti mengenai pengaruh akuntabilitas dan transparansi terhadap pengelolaan alokasi dana desa di Desa Maguwoharjo, Depok, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Dalam penelitian tersebut menjelaskan bahwa akuntabilitas dan transparansi berpengaruh terhadap pengelolaan alokasi dana desa.

Penelitian ini merupakan lanjutan dari penelitian yang dilakukan oleh Ruth Yuliyanti (2017) yang menguji tentang pengaruh akuntabilitas dan transparansi terhadap pengelolaan alokasi dana desa. Perbedaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian saat ini adalah pada responden, pada penelitian sebelumnya menggunakan responden yaitu masyarakat dimana masyarakat tidak berkompeten dalam alokasi dana desa. Penelitian ini menggunakan kriteria responden yang berkompeten dalam alokasi dana desa seperti kepala desa, sekretaris desa, bendahara desa dan perangkat desa.

Permendagri No. 113 Tahun 2014, menjelaskan bahwa keuangan desa dikelola berdasarkan asas-asas transparan, akuntabel, partisipatif serta dilakukan dengan tertib dan disiplin anggaran, sehingga dari latar belakang dapat dikemukakan rumusan masalah “Bagaimana Akuntabilitas dan Transparansi dalam Pengelolaan Alokasi Dana Desa?”

## **2. TINJAUAN TEORI**

### **2.1 Akuntabilitas**

Asas Pengelolaan Keuangan Desa menurut Permendagri 113 tahun 2014 yaitu dikelola berdasarkan asas-asas transparan, akuntabel, partisipatif serta dilakukan dengan tertib dan disiplin anggaran. Menurut Mardiasmo (2009), akuntabilitas publik adalah kewajiban pihak pemegang amanah (*agent*) untuk memberikan pertanggung jawaban, menyajikan, melaporkan, dan mengungkapkan segala aktivitas dan kegiatan yang menjadi tanggung jawabnya kepada pihak pemberi amanah (*principal*) yang memiliki hak dan kewenangan untuk meminta pertanggung jawaban tersebut.

Akuntabilitas publik terdiri atas 2 macam menurut (Mardiasmo, 2009:21), yaitu :

- 1) Akuntabilitas vertikal (*vertical accountability*)

Pertanggungjawaban vertikal adalah pertanggungjawaban atas pengelolaan dana kepada otoritas yang lebih tinggi, misalnya pertanggungjawaban unit-unit kerja (dinas) kepada pemerintah daerah, pertanggungjawaban pemerintah daerah kepada pemerintah pusat, dan pemerintah pusat kepada MPR.

2) Akuntabilitas horisontal (*horizontal accountability*)

Pertanggungjawaban horisontal adalah pertanggungjawaban kepada masyarakat luas.

## 2.2 Transparansi

Menurut Mardiasmo (2009), transparansi berarti keterbukaan (*openness*) pemerintah atas aktivitas pengelolaan sumber daya publik. Transparansi informasi terutama informasi keuangan dan fiskal harus dilakukan dalam bentuk yang relevan dan mudah dipahami. Transparansi dapat dilakukan apabila ada kejelasan tugas dan kewenangan, ketersediaan informasi kepada publik, proses penganggaran yang terbuka, dan jaminan integritas dari pihak independen mengenai prakiraan fiskal, informasi, dan penjabarannya.

Menurut Krina (2003) indikator-indikator dari transparansi adalah sebagai berikut:

- a. Penyediaan informasi yang jelas tentang tanggung jawab.
- b. Menyusun suatu mekanisme pengaduan jika ada peraturan yang dilanggar atau permintaan untuk membayar uang suap.
- c. Kemudahan akses informasi.
- d. Meningkatkan arus informasi melalui kerjasama dengan media massa dan lembaga non pemerintah.

## 2.3 Alokasi Dana Desa

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah Pasal 1 ayat 12, Desa merupakan kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas-batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat setempat, berdasarkan asal-usul dan adat istiadat setempat yang diakui dan dihormati dalam sistem Pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia. Undang-undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa Pasal 1 ayat 1, menjelaskan lebih khusus mengenai desa, 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.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 2005 Alokasi Dana Desa (ADD) adalah dana yang dialokasikan oleh pemerintah kabupaten/kota untuk desa, yang bersumber dari bagian dana perimbangan keuangan pusat dan daerah yang diterima oleh kabupaten /kota. Alokasi Dana Desa (ADD) merupakan dana lanjutan dari program desa sejak tahun 1969 yang diberikan oleh pemerintah pusat dalam bentuk inpres pembangunan desa.

Pengelolaan Alokasi Dana Desa merupakan satu kesatuan dengan pengelolaan keuangan desa. Pengelolaan Desa adalah keseluruhan kegiatan yang meliputi perencanaan, penganggaran, penatausahaan, pelaporan, pertanggungjawaban dan pengawasan keuangan desa. Pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah Dalam Negeri Nomor 37 Tahun 2007 tentang Pedoman Pengelolaan Keuangan Desa. Permendagri tersebut bertujuan untuk memudahkan dalam

pelaksanaan pengelolaan keuangan desa yang diharapkan dapat diwujudkan tata kelola pemerintah desa yang baik, yang memiliki dua pilar utama yaitu transparansi dan akuntabilitas

### **3. METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yaitu melakukan observasi dengan indikator analisa akuntabilitas dan transparansi pengelolaan Alokasi Dana Desa. Jenis data yang penulis gunakan yaitu data primer dan pengumpulan data menggunakan metode survei dengan penyebaran kuesioner. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel secara sengaja sesuai persyaratan sampel yang diperlukan. Menurut Sugiyono (2014) peneliti menentukan sendiri sampel yang diambil karena ada pertimbangan tertentu. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah Kepala Desa , Sekretaris Desa , Bendahara Desa, Kepala Dusun dan Perangkat Desa.

#### **Definisi Operasional**

##### **1. Pengelolaan Alokasi Dana Desa**

Alokasi Dana Desa adalah bagian dari keuangan desa yang diperoleh dari Bagi Hasil Pajak Daerah dan Bagian dari Dana Perimbangan Keuangan Pusat dan Daerah yang diterima oleh Kabupaten. Dalam Peraturan Pemerintah No. 72 Tahun 2005 menyatakan bahwa Alokasi Dana Desa adalah dana yang dialokasikan oleh Pemerintah Kabupaten/Kota untuk Desa, yang bersumber dari bagian dana perimbangan keuangan pusat dan daerah yang diterima oleh Kabupaten/Kota untuk desa sekurang-kurangnya 10% (sepuluh per seratus), setelah dikurangi belanja pegawai, yang pembagiannya untuk setiap Desa secara proposional yang merupakan Alokasi Dana Desa.

Indikator yang digunakan untuk mengukur ini adalah indikator yang diadopsi dari penelitian yang diambil dari Meidawati (2012) yang diukur dengan menggunakan skala Likkert dengan skala penilaian 1 sampai 5 yakni SS (Sangat Setujui), S (Setuju), TT (Tidak Tahu), TS (Tidak Setuju) dan STS (Sangat Tidak Setuju). Terdapat 2 indikator dalam penelitian ini yakni akuntabilitas dan transparansi penjelasan indikator adalah sebagai berikut:

##### **A. Akuntabilitas**

Dalam penelitian ini menggunakan skala Likkert dengan penilaian 1 sampai 5 yakni SS (Sangat Setuju), S (Setuju), TT (Tidak Tahu), TS (Tidak Setuju) dan STS (Sangat Tidak Setuju). Indikator yang digunakan dalam pengukuran ini antara lain adalah:

- a. Akuntabilitas hukum dan kejujuran
- b. Akuntabilitas proses
- c. Akuntabilitas program
- d. Akuntabilitas kebijakan

##### **B. Transparansi**

Dalam penelitian ini menggunakan skala Likkert dengan penilaian 1 sampai 5 yakni SS (Sangat Setuju), S (Setuju), TS (Tidak Setuju), STS (Sangat Tidak Setuju). Indikator yang digunakan dalam pengukuran ini antara lain adalah:

- a. Komunikasi publik oleh pemerintah

- b. Hak masyarakat terhadap akses informasi
- c. Ketepatan dalam pelaporan
- d. Kualitas informasi yang disampaikan

**Skala Pengukuran**

Skala adalah perangkat ukur yang digunakan untuk mengetahui intensitas, arah atau tingkat dalam sebuah variabel yang berada pada tingkat pengukuran ordinal. Penelitian ini menggunakan skala likert yaitu pengukuran yang memungkinkan responden untuk merangking seberapa kuat mereka sesuai atau tidak sesuai terhadap pernyataan – pernyataan tertentu. Menurut Nur Indrianto, Bambang Supomo “ **Skala Likert merupakan metode yang mengukur sikap dengan menyatakan setuju atau ketidak setujuan-nya terhadap subjek, obyek atau kejadian tertentu** “.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis interval yaitu metode nilai tertinggi-nilai terendah, dengan rumus :

$$P = \frac{\text{Rentang}}{\text{Banyak Kelas}}$$

$$I = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Banyak Kelas}}$$

Keterangan :

I = Selisih

P = Panjang Kelas interval

Rentang= Data Tertinggi dikurang dengan data terendah

Banyak Kelas= Jumlah Alternatif Jawaban Responden

Cara menganalisis data :

Nilai Tertinggi = Jumlah Pertanyaan x Jumlah Responden x Nilai Tertinggi

Nilai Terendah = Jumlah Pertanyaan x Jumlah Responden x Nilai Terendah

**4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Tabel 1. Rincian kuesioner

No	Keterangan	Jumlah
1	Kuesioner yang disebar	35
2	Kuesioner yang kembali	33
3	Kuesioner yang tidak lengkap	3
4	Kuesioner yang dapat diolah	30
	<i>Response rate = 33/35 X 100%</i>	94%
	<i>Usable response rate = 30/35 X 100%</i>	86%
	Data yang diperoleh	30

Sumber : Data olahan, 2018

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Responden

No	Umur	Jumlah	Persentase
1.	20 – 30 Tahun	3	10%
2.	31 – 40 Tahun	5	16,7%
3.	41 – 50 Tahun	13	43,4%
4.	51 – 60 Tahun	9	30%
	Total	30	100%

Sumber : Data Olahan *Output SPSS* versi 20 (2018)

Berdasarkan tabel 2 diatas menunjukkan umur responden terbanyak 13 orang dengan umur 41 – 50 tahun (43,3%). Responden dengan umur 20 – 30 tahun sebanyak 3 orang (10,0%), responden dengan umur 31 – 40 tahun sebanyak 5 orang (16,7%), serta responden dengan umur 51 – 60 tahun sebanyak 9 orang (30,0%).

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1.	Laki – Laki	25	83,3%
2.	Perempuan	5	16,7%
	Total	30	100%

Sumber : Data Olahan *Output SPSS* versi 20 (2018)

Berdasarkan tabel 3 diatas menunjukkan bahwa responden laki – laki lebih banyak dibandingkan dengan responden perempuan. Responden laki – laki berjumlah 25 orang (83,3%) dan responden perempuan 5 orang (16,7%).

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase (%)
1.	SMP	2	6,7%
2.	SMA	13	43,4%
3.	D3	4	13,3%
4.	S1	11	36,7%
	Total	30	100%

Sumber : Data Olahan *Output SPSS* versi 20 (2018)

Berdasarkan tabel 4 diatas menunjukkan bahwa tingkat pendidikan responden terbanyak adalah SMA yaitu sebanyak 13 orang dengan persentase sebesar (43,3%). Responden dengan tingkat SMP dbanyak 2 orang (6,7%), responden dengan tingkat pendidikan D3 sebanyak 4 orang (13,3%), dan responden dengan tingkat pendidikan S1 sebanyak 11 orang (36,7%).

### Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2011). Dinyatakan valid apabila nilai signifikansi <0,05. Dalam penelitian ini terdapat 2 indikator yaitu Akuntabilitas dan Transparansi.

Berdasarkan indikator akuntabilitas yang terdiri atas 11 butir pertanyaan memiliki kriteria valid dengan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 berarti dinyatakan valid. Dan indikator transparansi yang terdiri atas 12 butir pertanyaan memiliki kriteria valid dengan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 berarti dinyatakan Valid. Dari hasil penelitian dapat diperoleh tidak ada satupun indikator – indikator yang dinilai gugur.

**Uji Reliabilitas**

Menurut Ghozali (2011), reabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha >0,700.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

<b>Indikator</b>	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>Keterangan</b>
Akuntabilitas	0,749	Reliabel
Transparansi	0,852	Reliabel

Sumber : Data Olahan *Output SPSS* versi 20 (2018)

Berdasarkan uji reliabilitas dalam tabel 5 di atas, dapat diketahui bahwa Cronbach's Alpha pada masing – masing variabel lebih besar dari 0,70. Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian dapat dinyatakan reliabel. Sehingga butir – butir pertanyaan dalam variabel penelitian dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

**a. Indikator Akuntabilitas Pengelolaan Alokasi Dana Desa**

Cara penarikan kesimpulan untuk Indikator Akuntabilitas dalam Permendagri No 113 Tahun 2014 dan UU No 6 Tahun 2014, dapat dilihat dari Lampiran Tabulasi Jawaban Kuisisioner dengan menggunakan skala likert, yaitu sebagai berikut:

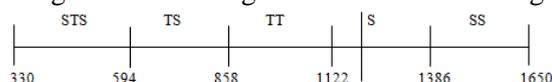
Jumlah Responden = 30  
 Item (Jumlah Pertanyaan) = 11  
 Banyak Kelas = 5  
 Total Jawaban Responden =  
 $113 + 114 + 105 + 111 + 108 + 105 + 110 + 113 + 95 + 104 + 109 = 1187$   
 Nilai Tertinggi =  $11 \times 30 \times 5 = 1650$   
 Nilai Terendah =  $11 \times 30 \times 1 = 330$   

$$I = \frac{\text{NilaiTertinggi}-\text{NilaiTerendah}}{\text{BanyakKelas}}$$

$$I = \frac{1650-330}{5} = 264$$

Berdasarkan Perhitungan diatas, maka diperoleh panjang kelas interval sebesar 264.

Dengan demikian digambarkan interval sebagai berikut :



**b. Indikator Transparansi Pengelolaan Alokasi Dana Desa**

Cara penarikan kesimpulan untuk Indikator Transparansi dalam Permendagri No 113 Tahun 2014 dan UU No 6 Tahun 2014, dapat dilihat dari Lampiran Tabulasi Jawaban Kuisioner dengan menggunakan skala likert, yaitu sebagai berikut:

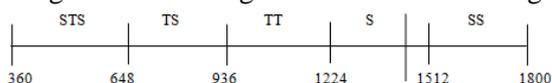
Jumlah Responden	= 30
Item (Jumlah Pertanyaan)	= 12
Banyak Kelas	= 5
Total Jawaban Responden	= 114 + 99 + 119 + 108 + 104 + 102 + 91 + 115 + 111 + 113 + 101 + 109 = 1405
Nilai Tertinggi	= 12 x 30 x 5 = 1800
Nilai Terendah	= 12 x 30 x 1 = 360

$$I = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Banyak Kelas}}$$

$$I = \frac{1650 - 330}{5} = 288$$

Berdasarkan Perhitungan diatas, maka diperoleh panjang kelas interval sebesar 288.

Dengan demikian digambarkan interval sebagai berikut :



Seluruh kegiatan yang didanai Alokasi Dana Desa (ADD) direncanakan, dilaksanakan, dan dievaluasi secara terbuka dengan melibatkan seluruh unsur masyarakat di desa, dimana seluruh kegiatan harus dapat dipertanggungjawabkan.

Dana bantuan program Alokasi Dana Desa yang dimaksud adalah dana mengenai perincian penerimaan dana dari pemerintah Kabupaten yang diberikan dan pemberdayaan masyarakat. Penyaluran Alokasi Dana Desa (ADD) dilakukan secara bertahap.

Penggunaan Alokasi Dana Desa yang diterima setiap desa digunakan untuk pembiayaan Biaya Penyelenggaraan Pemerintah Desa dan Biaya Pemberdayaan Masyarakat.

Alokasi Dana desa dengan melihat indikator akuntabilitas dan transparansi pada Desa Bokoharjo dikategorikan sesuai dengan permendagri No 113 Tahun 2014. Hal ini didasarkan pada hasil jawaban bahwa alokasi dana desa yang dinyatakan sesuai dengan hasil perhitungan indikator akuntabilitas sebesar 1187 berada pada kategori setuju dan indikator transparansi sebesar 1405 berada pada kategori setuju.

Alokasi Dana Desa dilihat dari indikator akuntabilitas secara keseluruhan menyatakan sesuai dengan skor sebanyak 1187 yang berada pada kategori setuju. Dari hasil tersebut, jumlah skor berada diantara 1122 dan 1386. Dalam pengelolaan keuangan Desa Bokoharjo sudah menggunakan format sesuai dengan lampiran dalam Permendagri No 113 Tahun 2014 baik format Raperdes tentang APBDes, proposal kegiatan, Rancangan Anggaran Biaya (RAB), Pernyataan pertanggungjawaban belanja, buku besar umum, buku bank, buku pembantu pajak, buku pembantu kegiatan, laporan realisasi APBDes, laporan pertanggungjawaban realisasi pelaksanaan APBDes, laporan kekayaan milik desa, dan laporan program sektoral dan program daerah masuk ke desa. Sementara secara teknis dari sisi penerimaan, pengeluaran, pencatatan maupun pertanggungjawaban telah sesuai dengan Permendagri No 113 Tahun 2014. Maka dengan begitu Pengelolaan Alokasi Dana Desa di Desa Bokoharjo dikatakan Akuntabel. Jika desa tersebut sudah akuntabel maka akan mempengaruhi Pengelolaan Alokasi Dana Desa semakin baik.

Alokasi Dana Desa dilihat dari indikator transparansi secara keseluruhan menyatakan sesuai dengan skor sebanyak 1405 yang berada pada kategori setuju. Dari hasil tersebut, jumlah skor berada diantara 1224 dan 1512. Dalam segi transparansi untuk Desa Bokoharjo sudah sesuai dengan Permendagri No 113 Tahun 2014, yakni hal ini terjadi karena informasi yang mudah diakses dari desa dan komunikasi yang baik dari perangkat desa serta adanya musrenbangdes setiap awal tahun untuk mengapresiasi ide atau keluhan warga. Sehingga Pengelolaan Alokasi Dana Desa di itu Desa Bokoharjo dikatakan Transparan. Jika desa tersebut sudah transparan maka akan mempengaruhi Pengelolaan Alokasi Dana Desa semakin baik.

## **5. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan tentang Akuntabilitas dan Transparansi Pengelolaan Alokasi Dana Desa, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Alokasi Dana Desa dalam indikator Akuntabilitas di Desa Bokoharjo, Prambanan, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta sudah sesuai dengan Permendagri No 113 Tahun 2014. Hal ini menunjukkan bahwa akuntabilitas yang dimiliki oleh pemerintah Desa Bokoharjo dalam pengelolaan alokasi dana desa (ADD) telah sesuai.
- 2) Alokasi Dana Desa dalam indikator Transparansi di Desa Bokoharjo, Prambanan, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta sudah sesuai dengan Permendagri No 113 Tahun 2014. Hal ini menunjukkan bahwa transparansi yang dimiliki oleh pemerintah Desa Bokoharjo dalam pengelolaan alokasi dana desa (ADD) sangat baik

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Fitriyani, Lita Yulita dan Marita. 2017. *The Effect Of Apbdesa Planning, Fulfillment Of Basic Needs, And Institutional Development Of Rural Area (Study On Wonocolo Village Bojonegoro Regency)*. Prosiding. UPN Yogyakarta.
- Krina, P. 2003. *Indikator dan Alat Ukur Prinsip Akuntabilitas Transparansi dan Partisipasi*. Jakarta: Sekretariat *Good Public Governance*, Badan Perencanaan Pembangunan Nasional.
- Mardiasmo. 2009. *Akuntansi Sektor Publik*. Yogyakarta: Andi.
- Nasirah. 2016. “*Analisis Transparansi dan Akuntabilitas Pengelolaan Alokasi Dana Desa (Studi pada Desa Mulyoagung Kecamatan Dau)*”, Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Malang.
- Peraturan Pemerintah RI Nomor 72. 2005. *tentang Sumber Kependudukan Keuangan Desa*
- Permendagri Nomor 37. 2007. *tentang Pedoman Pengelolaan Keuangan Desa*
- Permendagri Nomor 113. 2014. *tentang pengelolaan keuangan desa*
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014, tentang Desa
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintah Daerah
- Yulianti.(2017). *Pengaruh Akuntabilitas dan Transparansi Terhadap Pengelolaan Alokasi Dana Desa Di Desa Maguwoharjo Kecamatan Depok Kabupaten Sleman*. Skripsi. UPN Yogyakarta.

## **IMPOR TEMBAKAU DAN ALTERNATIF KEBIJAKAN KENAIKAN TARIF IMPOR TEMBAKAU DI INDONESIA**

**Antik Suprihanti<sup>1\*</sup>, Harianto<sup>2</sup>, Bonar M Sinaga<sup>2</sup>, Reni Kustiari<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Ilmu Ekonomi Pertanian, Institut Pertanian Bogor, Indonesia

<sup>2</sup>IPB Darmaga, Bogor, Indonesia

<sup>3</sup>Litbang, Deptan, Indonesia

\* email: antik.s@upnyk.ac.id

### **ABSTRAK**

*Upaya peningkatan produksi rokok sebagai sumber pendapatan pemerintah telah menimbulkan konsekuensi semakin tingginya impor tembakau bahan baku rokok dewasa ini. Trend meningkatnya impor tembakau ini dikhawatirkan petani dapat mengancam kelangsungan tembakau lokal sehingga menimbulkan wacana untuk menaikkan tarif impor tembakau. Tujuan penelitian ini adalah menggambarkan perkembangan impor tembakau Indonesia dan menganalisis dampak jika alternatif kebijakan kenaikan tarif impor tembakau diberlakukan terhadap pasar tembakau dan pasar cengkeh di Indonesia. Penelitian ini menggunakan data time series dari tahun 1990-2016 dengan sistem persamaan simultan yang terdiri dan diestimasi menggunakan metode 2SLS (Two-Stage Least Squares). Hasil penelitian menunjukkan bahwa jika tarif impor tembakau diberlakukan akan mengakibatkan impor tembakau akan berkurang sebesar 15,8 persen. Suplai tembakau impor akan berkurang karena hanya mengandalkan tembakau lokal saja. Suplai tembakau yang turun sementara kebutuhan industri rokok meningkat berdampak pada peningkatan harga tembakau di tingkat industri hingga 3,7 persen dan ditingkat petani sebesar 0,24 persen. Dampaknya bahan baku tembakau meningkat dan produksi sigaret kretek akan turun sebesar 0,14 persen. Penurunan produksi rokok akan berimbas pada penurunan permintaan bahan baku cengkeh sehingga berdampak pada penurunan harga cengkeh ditingkat petani dan berdampak pada penurunan produksi cengkeh di tingkat petani.*

**Kata kunci:** tembakau impor, tariff, pasar tembakau, pasar cengkeh

### **PENDAHULUAN**

Ditengah upaya pemerintah untuk mengurangi konsumsi rokok di Indonesia. Pemerintah Indonesia juga mengandalkan peningkatan produksi hasil tembakau sebagai sumber pendapatan pemerintah yang cukup besar. Pendapatan pemerintah dari produk hasil tembakau terutama pendapatan dari cukai rokok sangat besar sehingga berdampak pada upaya pemerintah untuk tetap meningkatkan produksi rokok sebagai sumber pendapatan yang potensial.

Upaya pemerintah tersebut menimbulkan konsekuensi peningkatan produksi rokok yang berimplikasi pada peningkatan ketersediaan bahan baku utama rokok yaitu tembakau dan cengkeh. Selain itu roadmap pengembangan industri hasil tembakau (IHT) melalui Perpres No.28 tahun 2008 tentang Kebijakan Industri Nasional, Industri Hasil Tembakau (IHT) dan Permenperin No. 117/M-IND/PER/10/2009 tentang Roadmap Pengembangan Klaster Industri Hasil Tembakau dan memasukkan industri ini sebagai salah satu industri prioritas untuk dikembangkan. Kebijakan ini memberikan kesempatan untuk meningkatkan produksi 12% hingga tahun 2020.

Hal ini membuka peluang Indonesia sebagai negara tujuan yang potensial bagi pasar maupun produksi rokok oleh perusahaan transnasional seperti Philip Morris Internasional (PMI). Pasar yang luas di mana Indonesia menempati urutan keempat sebagai jumlah perokok terbanyak dunia (Tempo, 2015) dengan konsumsi rokok Indonesia meningkat lebih dari dua kali lipat tahun 1995-2013 seiring kenaikan jumlah perokok dan populasi penduduk dewasa (Ahsan et.al, 2014). yang masuk melalui akuisisi pabrik rokok nasional PT. HM. Sampurna. PMI masuk melalui strategi akuisisi untuk memudahkan mereka memasuki pasar rokok dan mempengaruhi kebijakan kesehatan di Indonesia serta mengembangkan bisnisnya di Indonesia (Hurt *et al* , 2011). Lemahnya peraturan pada bisnis komoditas ini telah mengakibatkan industri sigaret Indonesia ini terus berkembang. Indonesia bahkan memiliki potensi sebagai produsen utama rokok sigaret di dunia (Rachmat dan Aldillah, 2010).. Perusahaan transnasional juga menggunakan strategi *westernisasi* pabrik kretek lokal untuk bisnisnya. Tahun 2013, pangsa pasar HM Sampurna bahkan terus meningkat dan mampu melampaui perusahaan nasional seperti Gudang Garam dan Djarum (Barber *et al*, 2008).

Konsekuensi dari berkembangnya industri sigaret ini adalah semakin meningkatkan kebutuhan bahan baku tembakau untuk industri rokok. Menurut (Kemenperin, 2017) mayoritas (97%) produksi tembakau petani digunakan untuk industri rokok. Pertumbuhan produksi rokok sekitar 5% hingga 7,4% per tahun dan diprediksi akan terus meningkat hingga mencapai 524,2 miliar batang pada tahun 2020. Jika jumlah produksi tembakau secara nasional hanya mencapai 190 ribu -200 ribu ton per tahun, sementara kebutuhan industri berkisar 360-400 ribu ton tembakau per tahun (untuk produksi 360-400 milyar batang rokok) maka sekitar 50 persen tembakau harus diimpor.

Secara teoritis permintaan impor suatu negara terhadap suatu barang merupakan kelebihan konsumsi yang tidak sanggup di produksi didalam negeri (Labys,1973). Suatu negara akan mengimpor karena produksi di negara pengimpor relatif kecil dibandingkan dengan konsumsinya. Menurut Kindleblenger dan Lindert (1982) permintaan impor dipengaruhi oleh harga impor, nilai tukar, pendapatan, dan kebijakan negara pengimpor. Dalam penelitian ini adalah kebijakan pemerintah berupa wacana kenaikan tarif impor tembakau.

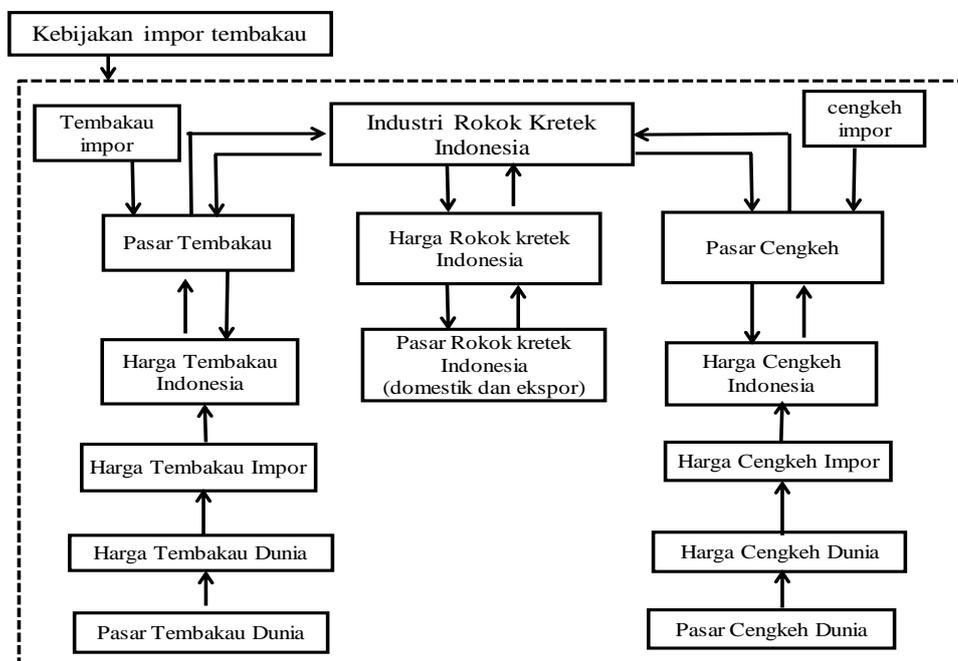
Semakin gencarnya kampanye bahwa konsumsi rokok yang memiliki kandungan nikotin tar yang rendah lebih aman dikonsumsi telah mengakibatkan konsumen Indonesia, terutama kaum muda, banyak yang beralih ke rokok jenis *mild* yang dianggap lebih ringan dan aman. Namun rokok jenis *mild* ini membutuhkan jenis tembakau yang tidak dapat sepenuhnya dipenuhi oleh tembakau domestik, di mana diketahui bahwa jenis tembakau lokal asli Indonesia mempunyai kandungan nikotin dan tar yang tinggi. Kondisi ini mengakibatkan impor tembakau Indonesia untuk jenis tembakau yang rendah kandungan tar nikotinnya seperti tembakau virginia akan terus meningkat. Menurut GAPPRI, sebanyak 50-55 persen kebutuhan tembakau virginia oleh pabrik rokok Indonesia merupakan tembakau impor. impor tembakau terutama jenis virginia mulai meningkat sejak tahun 2008, dikarenakan ketersediaanya di dalam negeri kurang mencukupi. Tembakau jenis virginia direkomendasikan oleh WHO karena mempunyai kadar nikotin dibawah 2 persen. Penggunaan tembakau impor yang meningkat ini dikhawatirkan akan menggeser pangsa tembakau produksi Indonesia, terutama *grade* menengah ke bawah.

Selama ini tarif impor tembakau terhadap tembakau yang diimpor masih tergolong rendah. Hal ini disebabkan masih tingginya ketergantungan industri rokok di Indonesia. Produksi tembakau jenis virginia selama ini di Indonesia belum berkembang dengan baik mengingat kondisi iklim dan kondisi tanah Indonesia yang kurang sesuai untuk jenis tembakau ini serta kurangnya dukungan pemerintah terhadap tembakau maupun cengkeh. Hasil penelitian Nur dan Apriana (2013) menunjukkan tembakau jenis virginia di Indonesia belum bisa diusahakan secara optimal baik dari sisi produktivitas maupun kontinuitasnya. Menurut Haryono (2015) tembakau lokal masih belum memiliki standar spesifikasi teknis yang dibutuhkan industri, akibatnya industri harus menanggung biaya *grading* ulang agar dapat dimanfaatkan secara benar dalam

proses industri

Data impor tembakau yang terus meningkat menjadi salah satu faktor bagi pemerintah untuk menaikkan tarif impor tembakau. Namun kenaikan tarif impor ini menimbulkan pro kontra di kalangan petani maupun industri rokok. Kenaikan tarif impor dianggap akan berdampak pada penurunan produksi karena kebutuhan tembakau impor sangat tinggi sementara industri rokok menganggap ketersediaan tembakau lokal yang memenuhi syarat masih kurang. Tarif yang meningkat diharapkan dapat mengurangi konsumsi tembakau impor dan lebih meningkatkan konsumsi tembakau domestik. Upaya ini juga diharapkan akan meningkatkan produksi sigaret domestik tidak hanya untuk konsumsi domestik tetapi juga mendorong untuk ekspor (Suprihanti, 2016).

Penelitian umumnya dilakukan pada pasar tembakau dan industri rokok seperti penelitian yang dilakukan oleh Maulidah dan Suryawijaya (2010), Hasan dan Dwidjono (2013). Irawan (1996), Harini (2001) dan Buana (2013) yang melihat dampak kebijakan pemerintah dan faktor eksternal terhadap industri rokok kretek Indonesia. Penelitian lain tentang dampak kebijakan kontrol tembakau (kebijakan kenaikan pajak rokok dan kebijakan pembatasan iklan tembakau) terhadap konsumsi rokok (Jeremy (2010), Ruiz et al (2008), dan Chauopka dan Corbett (1998). Dampak kebijakan kontrol tembakau terhadap perekonomian secara umum seperti penelitian di Afrika Selatan (Merwe, 1998), di Taiwan (Hsieh dan Lin, 1998), di Jepang (Nikahara dan Mochizuki, 1998), di Brazil (Silva, 1998) dan di Indonesia (Barber, *et al*, 2008). Penelitian khususnya kebijakan tarif impor pada komoditas tembakau belum banyak dianalisis. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan perkembangan impor tembakau di Indonesia dan menganalisis dampak alternatif kebijakan kenaikan tarif impor khususnya terhadap pasar tembakau dan pasar cengkeh di Indonesia.



Gambar 1. Kerangka pemikiran

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data sekunder tahunan (*time series*) selama 27 tahun mulai tahun 1990-2016. Data bersumber dari Departemen Keuangan (Direktorat Jenderal Bea dan

Cukai), Gabungan Perserikatan Pabrik Rokok Indonesia (GAPPRI), *United Nations Commodity Trade Statistics Database* (UNCOMTRADE), Badan Pusat Statistik, Food and Agricultural Organization, Direktorat Jenderal Perkebunan Kementerian Pertanian Republik Indonesia, *Index Mundi*, *Food and Agriculture Organization Statistics* (FAOSTAT), *World bank* dan beberapa literatur terkait. Wawancara mendalam juga dilakukan dengan Asosiasi Petani Tembakau dan cengkeh, GAPPRI, survei lapangan dengan pelaku usaha rokok kretek (petani, tengkulak, Grader).

Metode analisis menggunakan metode ekonometrika yang terdiri dari identifikasi model, metode estimasi, dan validasi model. Model dalam penelitian ini dibangun dalam bentuk sistem persamaan simultan yang terdiri dari tiga blok yaitu, Blok Pasar Tembakau Indonesia, Blok Pasar Cengkeh Indonesia serta Blok pasar sigaret kretek Indonesia. Dalam subsistem pasar sigaret kretek, didisagregasi menjadi 3 kelompok yaitu Sigaret Kretek Mesin (SKM), Sigaret Kretek Tangan (SKT), dan Sigaret Kretek Klobot (SKB). Model terdiri dari 63 persamaan yaitu 38 persamaan struktural dan 25 persamaan identitas.

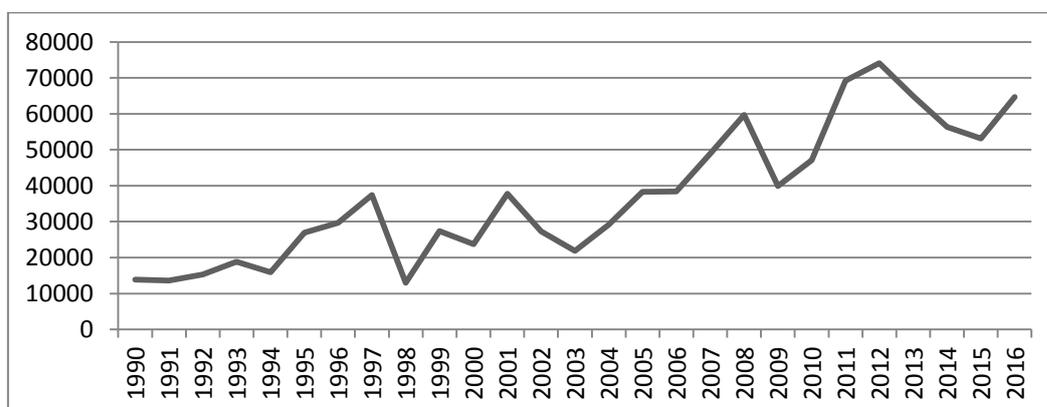
Hasil identifikasi model adalah *overidentified*. Model yang *over identified* dapat diestimasi dengan metode *Two Stage Least Square* (2SLS) (Intriligator et al, 1996). Validasi model dilakukan agar dapat melihat apakah model cukup valid digunakan untuk simulasi alternatif kebijakan. Kriteria yang digunakan untuk validasi nilai estimasi model ekonometrika menggunakan *Root Means Squares Percent Error* (RMSPE) dan U-Theil. Jika RMPSE semakin kecil maka model yang digunakan akan semakin baik, sedangkan nilai U berkisar diantara 0 dan 1. Simulasi dampak dilakukan untuk melihat respon yang terjadi pada variabel endogen akibat perubahan variabel eksogen (misalnya instrumen kebijakan). Skenario simulasi yang dilakukan yaitu simulasi kebijakan kenaikan tarif impor tembakau.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Impor Tembakau**

Impor tembakau dilakukan karena produksi dalam negeri tidak mampu mencukupi kebutuhan industri sigaret. Dari data UNComtrade selama 10 tahun terakhir menunjukkan total impor tembakau Indonesia, sebagian besar (lebih dari 50 persen) berasal dari China, sedangkan sisanya diimpor dari Brazil, Amerika Serikat dan India. Tembakau yang diimpor umumnya adalah virginia, oriental dan burley. Namun jenis tembakau virginia yang paling banyak diperlukan sebagai bahan campuran dalam produksi rokok kretek (GAPPRI). Kurangnya produksi jenis tembakau ini ditunjukkan dari data Ditjenbun yang menunjukkan bahwa lahan yang diusahakan untuk jenis tembakau virginia tahun 2011-2015 kurang dari 20 persen dari total lahan yang ditanami tembakau di daerah sentra tembakau (Ditjenbun, diolah).

Data impor tembakau Indonesia dari tahun 1990-2016 menunjukkan bahwa impor tembakau berfluktuasi dengan kecenderungan yang semakin meningkat. Trend impor tembakau mulai meningkat sejak tahun 2005 (Gambar 1). Impor tembakau paling rendah terjadi saat terjadinya krisis di Indonesia dimana nilai tukar mata uang Indonesia mengalami pelemahan sekitar tahun 1997/1998.



Gambar 2. Perkembangan Impor Tembakau Tahun 1990-2016 (ton)

Sumber: UN Comtrade.com

Impor tembakau yang tinggi pada sejak tahun 2005 ini diperkirakan terjadi karena masuknya investasi asing melalui akuisisi perusahaan rokok nasional tahun 2005. Sejak itulah ekspansi perusahaan asing semakin meningkat dengan orientasi pasar domestik dan juga pasar internasional sehingga berdampak pada meningkatkan kebutuhan bahan baku tembakau maupun cengkeh. Dengan strategi *westernisasinya* dengan promosi produk yang gencar, dan didukung oleh adanya kampanye nasional dan dunia telah mendorong peningkatan konsumsi rokok rendah nikotin dan tar menjadikan permintaan rokok jenis *mild* semakin meningkat terutama dikalangan perokok pemula. Akibatnya, bahan baku yang dibutuhkan untuk produksi rokok inipun semakin meningkat. Menurut Nadel, *et al* (2005) kandungan tar dan nikotin per batang rokok yang terkandung dalam rokok kretek Indonesia tergolong tinggi dibandingkan jenis rokok putih (konvensional Amerika).

#### **Dampak Alternatif Kebijakan Kenaikan Tarif Impor Tembakau Indonesia.**

Alternatif kebijakan kenaikan tarif impor tembakau dimungkinkan karena kekhawatiran petani tembakau akan membanjirnya tembakau impor dan anjloknya harga tembakau petani lokal. Skenario kebijakan untuk melihat dampak tarif impor tembakau yaitu jika tarif impor tembakau ditetapkan sebesar 10 persen. Dampak simulasi kebijakan ini terhadap pasar tembakau dan cengkeh dapat dilihat secara rinci pada Tabel 1.

Tarif impor dikenakan pada tembakau impor yang masuk ke Indonesia. Impor tembakau Indonesia dilakukan karena adanya permintaan tembakau untuk kebutuhan dalam negeri terutama untuk konsumsi industri sigaret kretek. Impor tembakau Indonesia asal negara produsen utama dunia dalam penelitian ini adalah impor asal Cina, Amerika Serikat dan Brazil. Hasil analisis menunjukkan bahwa tarif impor tembakau yang ada selama ini mampu mengurangi impor tembakau Indonesia namun pengaruhnya tidak signifikan terhadap jumlah impor tembakau Indonesia. Hal ini ditunjukkan dari trend impor tembakau Indonesia yang masih terus meningkat. Hal ini mengindikasikan bahwa permintaan tembakau Indonesia jenis tertentu masih tinggi terutama untuk konsumsi industri sigaret kretek baik untuk produksi rokok maupun untuk stok pabrik rokok. Tarif impor yang berlaku selama ini tidak cukup efektif mengurangi impor tembakau Indonesia.

Kenaikan tarif impor tembakau akan mengakibatkan penurunan jumlah impor tembakau Indonesia sebesar 15,8 persen meliputi impor tembakau Indonesia asal China (QMTIC), Amerika Serikat (QMTIU) dan Brazil (QMTIB) masing-masing sebesar 20,7 persen, 25,3 dan 0,42 persen. Jumlah impor tembakau yang berkurang mengakibatkan turunnya suplai tembakau Indonesia (STI) sebesar 0,9 persen. Akibatnya harga tembakau industri (PTI) meningkat sebesar 3,7 persen dan berdampak pada kenaikan harga tembakau di tingkat petani (PFTI) sebesar 0,24 persen. Harga

tembakau di tingkat petani yang sedikit naik akan menaikkan luas areal tembakau (ATI) sebesar 0,08 persen sehingga menaikkan produksi tembakau (QPTI) sebesar 0,07 persen.

Namun kenaikan harga input tembakau akan berdampak pada penurunan produksi sigaret kretek Indonesia (QPSKI) sebesar 0,15 persen di mana penurunan produksi terbesar pada SKB. Hal ini disebabkan karena produksi SKB sangat dipengaruhi oleh harga input tembakau. Kenaikan harga tembakau sangat berpengaruh pada produksi SKB disamping pengaruh upah tenaga kerja. Penurunan produksi rokok juga akan diikuti dengan penurunan konsumsi komplemen tembakau yaitu konsumsi cengkeh industri sigaret (CCSKI) sebesar 0,16 persen. Hal ini berdampak pada penurunan permintaan bahan baku cengkeh (DCI) sebesar 0,03 persen. Akibatnya harga cengkeh di tingkat industri (PCI) dan di tingkat petani (PFCI) akan turun masing-masing sebesar 0, 5 persen.

Tabel 1. Dampak kebijakan pembebasan dan pembatasan impor cengkeh terhadap pasar tembakau dan pasar cengkeh

No	Notasi dan keterangan variabel	Satuan	Nilai Dasar	Perubahan (%)
1	ATI (luas areal tembakau)	ha	204185.82	0.0776
2	QPTI (produksi tembakau Indonesia)	ton	181036.12	0.0677
3	CTSKT (konsumsi tembakau SKT)	ton	88549.208	-0.2572
4	CTSKM (konsumsi tembakau SKM)	ton	178148.43	-0.098
5	CTSKB (konsumsi tembakau SKB)	ton	607.9132	-0.269
6	CTSKI (konsumsi tembakau sigaret kretek)	ton	267305.55	-0.1511
7	QMTIC (jumlah impor tembakau asal Cina)	ton	29264.425	-20.7592
8	QMTIU (jumlah impor tembakau asal USA)	ton	24071.033	-25.3455
9	QMTIB (jumlah impor tembakau asal Brazil)	ton	5079.262	-0.4256
10	QMTI (jumlah impor tembakau total)	ton	77284.725	-15.7827
11	QSTT (stok tembakau Indonesia)	ton	2929566.2	-0.6461
12	QXTI (jumlah ekspor tembakau Indonesia)	ton	12964.154	-0.2645
13	DTI (permintaan tembakau Indonesia)	ton	3228567	-0.5998
14	STI (penawaran tembakau Indonesia)	ton	2994920.2	-0.9032
15	PFTI (harga tembakau di tingkat petani)	Rp/kg	25423.735	0.2408
16	PTI (harga tembakau di tingkat industri)	Rp/kg	27083.044	3.7361
17	PTW (harga tembakau dunia)	US\$/kg	5.605799	-0.1888
18	ACI (luas areal cengkeh Indonesia)	ha	453096.81	-0.0263
19	QPCI (produksi cengkeh Indonesia)	ton	91393.522	-0.0094
20	CCSKT (konsumsi cengkeh SKT)	ton	56671.493	-0.2572
21	CCSKM (konsumsi cengkeh SKTM)	ton	66909.18	-0.0724
22	CCSKB(konsumsi cengkeh SKB)	ton	534.9634	-0.269
23	CCSKI (konsumsi cengkeh Sigaret kretek)	ton	124115.64	-0.1576
24	QXCI (jumlah ekspor cengkeh Indonesia)	ton	8564.949	-0.0617
25	QMCI (jumlah impor cengkeh Indonesia)	ton	3998.087	-3.4231
26	QSTC (jumlah stok cengkeh Indonesia)	ton	422283.89	0.092

27	DCI (permintaan cengkeh Indonesia)	ton	556811.48	0.0337
28	SCI (penawaran cengkeh Indonesia)	ton	490479.87	-0.0538
29	PFCI (harga cengkeh di tingkat petani)	Rp/kg	47454.95	-0.2299
30	PCI (harga cengkeh di tingkat industri)	Rp/kg	73926.878	0.2721
31	PCW(harga cengkeh dunia)	US\$/kg	6.407202	-0.0678
32	QSKT (produksi SKT)	juta batang	88549.208	-0.2572
33	QSKM (produksi SKM)	juta batang	197942.7	-0.098
34	QSKB (produksi SKB)	juta batang	607.9132	-0.269
35	QPSKI ( produksi sigaret kretek Indonesia)	juta batang	287099.82	-0.1474
36	QXSKM (jumlah ekspor SKM)	juta batang	43588.613	-0.0537
37	CSKT (konsumsi SKT)	juta batang	182616.54	-0.0034
38	CSKM (konsumsi SKM)	juta batang	344082.89	0.0046
39	CSKB (konsumsi SKB)	juta batang	12263.564	-0.0093
40	CSKI (konsumsi sigaret kretek Indonesia)	juta batang	538962.99	0.0015
41	PSKT (harga SKT)	Rp/batang	821.0883	0.047
42	PSKM (harga SKM)	Rp/batang	769.8238	0.0053
43	PSKB (harga SKB)	Rp/batang	170.8333	0.1299
44	PXSKM (harga ekspor SKM)	US\$/kg	7.945228	0.0128

Sumber: Data diolah

Harga cengkeh di tingkat petani yang sedikit menurun ini berdampak pada penurunan luas areal cengkeh dan sekaligus menurunkan luas areal cengkeh (ACI) sebesar 0,03 persen sehingga menurunkan produksi cengkeh (QPCI) sebesar 0,01 persen. Penurunan produksi sigaret kretek akan mengakibatkan penurunan suplai sigaret kretek. Akibatnya harga sigaret kretek akan naik dengan asumsi permintaan sigaret kretek tetap. Kenaikan harga sigaret akan mengakibatkan sedikit penurunan konsumsi rokok terutama SKT dan SKM sedangkan SKB konsumsinya sedikit meningkat.

Jadi akibat kenaikan tarif impor tembakau, impor tembakau akan berkurang sehingga menurunkan suplai tembakau karena hanya mengandalkan tembakau lokal saja. Suplai yang turun sedangkan kebutuhan industri rokok meningkat akan meningkatkan harga tembakau. Akibatnya produksi sigaret kretek akan menurun karena harga bahan baku tembakau yang meningkat. Impor bahan baku tembakau jenis tertentu masih diperlukan pabrik rokok selain menggunakan bahan baku tembakau lokal karena memang produksinya sangat terbatas di Indonesia. Penurunan produksi rokok akan berimbas pada penurunan permintaan bahan baku cengkeh sehingga berdampak pada penurunan harga cengkeh ditingkat petani dan berdampak pada penurunan produksi di tingkat petani.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan pada hasil analisis, maka dapat disimpulkan bahwa jika alternatif kebijakan kenaikan tarif impor tembakau diberlakukan maka akan mengakibatkan impor tembakau akan berkurang sebesar 15,8 persen. Akibatnya suplai tembakau yang berasal dari impor berkurang

karena hanya mengandalkan tembakau lokal saja. Suplai tembakau yang turun sementara kebutuhan industri rokok meningkat berdampak pada peningkatan harga tembakau di tingkat industri hingga 3,7 persen dan ditingkat petani sebesar 0,24 persen. Akibatnya kenaikan harga bahan baku tembakau, produksi sigaret kretek akan menurun sebesar 0,14 persen. Penurunan produksi rokok akan berimbas pada penurunan permintaan bahan baku cengkeh sehingga berdampak pada penurunan harga cengkeh ditingkat petani dan berdampak pada penurunan produksi di tingkat petani.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Tulisan ini merupakan bagian dari disertasi. Penelitian ini didanasi oleh Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi (Kemenristek Dikti), Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan dengan kontrak No 084/SP2H/LT/DRPM/2018.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ahsan, et. al. 2014. *Illicit Cigarette Consumption and Government Revenue Loss in Indonesia*. DOI: 10.1186/s12992-014-0075-7.
- Barber S., Adioetomo, S. M., Ahsan, A., Setyonaluri, D. 2008. Tobacco Economics in Indonesia. Paris: *International Union Against Tuberculosis and Lung Disease*.
- Buana, A. S. 2013. Pengaruh Kenaikan Tarif Cukai Rokok Kretek Terhadap Harga, Penawaran dan Permintaan Komoditas Rokok Kretek dan Komoditas Tembakau serta Kesejahteraan Masyarakat. *Skripsi. Institut Pertanian Bogor*.
- Chaloupka, F.J, Hu, T., Warner, K.E., Jacobs, R., Yurekli, A. 2000. The taxation of tobacco products, eds. Tobacco Control in Developing Country. Oxford: Oxford University Press: 237-72. <http://siteresources.worldbank.org/INTETC/Resources/375990-1089904539172/237TO272.PDF>
- Direktorat Jenderal Perkebunan. 2012. Statistik Perkebunan Indonesia: Komoditas Tembakau 2011-2013. *Direktorat Jenderal Perkebunan*. Jakarta.
- \_\_\_\_\_.2014. Statistik Perkebunan Indonesia: Komoditas Tembakau 2013-2015. *Direktorat Jenderal Perkebunan*. Jakarta.
- \_\_\_\_\_.2016. Statistik Perkebunan Indonesia: Komoditas Tembakau 2015-2017. *Direktorat Jenderal Perkebunan*. Jakarta.
- Hasan, F., Dwidjono, H.D. 2013. Prospek dan Tantangan Usahatani Tembakau Madura. *Jurnal SEPA: Vol.10 No.1 September 2013: 63-70. ISSN: 1829-9946. <http://dx.doi.org/10.20961/jsepa.10.1.14108.63-70>*
- Harini, S. 2001. Dampak Kebijakan Pemerintah terhadap Keragaan Industri Rokok Kretek Indonesia. *Tesis. Institut Pertanian Bogor*. Retrieved from <http://repository.ipb.ac.id>
- Haryono, I. 2015. Road Map 2007-2020. Industri Hasil Tembakau dan Kebijakan Cukai (Departemen: Perindustrian, Perdagangan, Keuangan, Kesehatan, Pertanian, Tenaga Kerja dan Transmigrasi, serta Gappri, dan Gaprindo). *Balittas.doc*.
- Hurt, Richard, D., Jon, O. E., Anhari, A., Ivana, T. C. 2011. Roadmap to a tobacco epidemic: transnational tobacco companies invade Indonesia. *Research paper. Tobacco Control* May 2012. 21 (3): 306-312
- Hamidi, H. 2007. Daya Saing Tembakau Virginia Lombok di Pasar Ekspor. *Agroteksos Vol.17 No.2 Agustus 2007: 129-133*.
- Irawan, E. 1996. Analisis Dampak Penetapan Cukai terhadap Industri Tembakau Indonesia. *Disertasi*. (unpublished). Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Jeremy LYH., (2010), Effectiveness of tobacco taxation compared with smoking ban in reducing tobacco consumption. Thesis. University of Hongkong. <http://hdl.handle.net/10722/132290>

- Kementrian perindustrian (Kemenperin). 2017. Kemenperin.go.id. Produksi Tembakau Siap Bangkit. [http://www.kemenperin.go.id/artikel /13782/%20 Produksi-Tembakau-Siap-Bangkit](http://www.kemenperin.go.id/artikel/13782/%20Produksi-Tembakau-Siap-Bangkit)
- Kindleberger, C. P., Lindert, D.H. 1982. International Economics. *Richard D. Irwin*, California.
- Labys, W.C. 1973. Dynamic Commodity Models: Specification, Estimation and Simulation. *D.C Helt and Company*, Lexington.
- Maulidah, S., Suryawijaya, T. A. 2010. Analisis Penawaran dan Permintaan Tembakau (Nicotiana sp.). *Jurnal SEPA*: Vol 7 No.1. September 2010: 39-50.
- Merwe, R. 1998. The Economics of Tobacco Control in South. *Applied Fiscal Research Centre*, Universitas Cape Town. Edson-Clyde Press, Mowbray, W.Cape. : 251-271.
- Nadel, J. R. V., Coolly.G.N. 2005. Disparities in Global Tobacco Harm Reduction. *Letter on American Journal of Public Health*. Vol 95. No. 12.
- Nikahara, T., Yumiko M. 1998. The Economics of Tobacco Control in Japan *Applied Fiscal Research Centre*, Universitas Cape Town. Edson-Clyde Press, Mowbray, W.Cape. : 330-335.
- Nur, Y. H., Apriana, D. 2013. Daya Saing Tembakau Virginia Lokal di Pasar Dalam Negeri (Competitiveness of Local Virginia Tobacco in Domestic Market). *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*. 7(1): 73-89.
- Rachmat, M. 2010. Pengembangan Ekonomi Tembakau Nasional: Kebijakan Negara Maju dan Pembelajaran Bagi Indonesia. *Jurnal Analisis Kebijakan Pertanian*. 8 (1): 67-83.
- Rachmat, M. Aldillah, R. 2010. Agribisnis Tembakau di Indonesia: Kontroversi dan Prospek. *Jurnal Forum Penelitian Agro Ekonomi*. Vol. 28(1): 69-80.
- Ruiz et al.. 2008. The impact of taxation on tobacco consumption in Mexico. BMJ Publishing Group. <http://dx.doi.org/10.1136/tc.2007.021030>
- Silva, V. L. C. 1998. The Brazillian Cigarette Industry: Prospects for Consumption Reduction. *Applied Fiscal Research Centre*, Universitas Cape Town: 336-349.
- Suprihanti, A. 2016. The Agribusiness Dynamics of Indonesian Cigarettes and Its Implication on Tobacco and Clove Market. *Proceeding International Conference Strengthening Indonesia Agribusiness: Rural Development and Global Market Linkages*. Bogor Indonesia 25-26 April 2016: 33-41.
- Tempo. 2015. Konsumsi Rokok Dunia Terus Meningkatkan. [http://koran.tempo.co /konten/2015/09/30/383972/Konsumsi-Rokok-Dunia-Terus-Meningkat](http://koran.tempo.co/konten/2015/09/30/383972/Konsumsi-Rokok-Dunia-Terus-Meningkat)  
*UNComtrade.com*

## **PERILAKU EKONOMI RUMAHTANGGA PETANI PADI GOGO LAHAN TADAH HUJAN DI KABUPATEN GUNUNGGKIDUL**

**Wulandari D. E Rini<sup>1,2</sup>, Mohammad Harisudin<sup>3</sup>, Supriyadi<sup>4</sup>, Endang Siti Rahayu<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Prodi Agribisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta

<sup>2</sup>Mahasiswa Prodi Ilmu Pertanian, Pasca Sarjana Universitas Sebelas Maret

<sup>3</sup>Prodi Agribisnis, Universitas Sebelas Maret

<sup>4</sup>Prodi Agroteknologi, Universitas Sebelas Maret

### **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis perilaku ekonomi rumahtangga petani padi gogo lahan tadah hujan didasarkan pada keputusan produksi, alokasi curahan tenaga kerja dan keputusan konsumsi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif analisis. Penentuan lokasi penelitian menggunakan metode purposive ditentukan Kabupaten Gunungkidul dengan pertimbangan terdapat rumahtangga petani yang melakukan usahatani padi gogo di lahan tadah hujan. Metode pengambilan sampel menggunakan metode proporsional random sampling diambil 300 sampel rumahtangga petani di 5 kecamatan yaitu Kecamatan Ponjong, Playen, Wonosari, Karangmojo, dan Patuk. Untuk menganalisis model pengambilan keputusan rumahtangga petani padi gogo yang didasarkan pada keputusan produksi, alokasi curahan tenaga kerja, dan konsumsi menggunakan model persamaan simultan dengan metode pendugaan parameter two stage least square. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku ekonomi rumahtangga petani padi gogo lahan tadah hujan dapat dijelaskan dengan menggunakan model rumahtangga petani dan terdapat keterkaitan antara keputusan produksi, alokasi curahan tenaga kerja dan keputusan konsumsi.

**Kata Kunci :** ekonomi rumahtangga, padi gogo, dan lahan tadah hujan

### **1. PENDAHULUAN**

Sektor pertanian memiliki peranan penting karena pembangunan sektor pertanian bertujuan meningkatkan hasil dan mutu produksi, meningkatkan pendapatan dan taraf hidup petani, memperluas lapangan kerja dan kesempatan berusaha, menunjang sektor industri baik industri hulu maupun industri hilir, dan mampu menyediakan keragaman menu pangan. Salah satu tujuan pembangunan pertanian adalah untuk meningkatkan pendapatan petani. Peningkatan pendapatan petani dapat dilakukan melalui berbagai faktor, diantaranya dengan meningkatkan produksi persatuan luas atau produktivitas. Selain ekstensifikasi, peningkatan produktivitas pertanian melalui kegiatan intensifikasi merupakan sumber bagi pertumbuhan di sektor pertanian. Di sisi lain, sebagian besar kegiatan pertanian di Indonesia diusahakan oleh petani sebagai usahatani keluarga dengan kepemilikan lahan yang sempit yakni kurang dari 0,5 ha (Suratijah, 2011). Sempitnya lahan yang diusahakan oleh petani menyebabkan pendapatannya rendah, terlebih pada usahatani lahan kering. Potensi pertanian lahan kering di Indonesia sangat besar. Lahan kering di Indonesia mencapai 9,7 juta hektar (Ruslan, 2012).

Beberapa tahun terakhir ini, swasembada pangan dan ketahanan pangan mulai terancam. Secara simultan terjadi penurunan tingkat produktivitas terutama untuk padi dan konversi lahan sawah di Jawa yang terus berlanjut. Pada saat ini situasi produksi pangan diperparah oleh kurang

mendukungnya faktor iklim. Dari sisi permintaan, peningkatan jumlah penduduk dan peningkatan pendapatan terus memacu total konsumsi pangan. Akibat situasi ini, semakin berat upaya peningkatan produksi yang mampu mengimbangi peningkatan permintaannya.

Peningkatan produktivitas pertanian hanya dapat dilakukan melalui pengembangan teknologi usahatani. Oleh karena itu pengembangan teknologi pertanian harus terus dipacu dan ditingkatkan melalui studi dan penelitian terpadu. Pengembangan usahatani perlu memperhatikan karakteristik lahan yang digunakan. Berdasarkan keadaan airnya, jenis lahan dapat dibagi menjadi lahan sawah irigasi, lahan sawah tadah hujan, lahan kering dan lahan rawa/lebak. Keberhasilan usahatani dari jenis lahan tersebut akan sangat berbeda tergantung kelayakan teknis dan ekonomis dari respon tanaman/komoditas terhadap karakteristik lahan yang diusahakan.

Permasalahan yang berkaitan dengan penggunaan faktor produksi dalam pertanian adalah permasalahan yang berhubungan dengan kuantitas dan kualitas sumberdaya yang tersedia untuk produksi pertanian. Dalam hal ini sektor pertanian menghadapi kelangkaan dalam tersedianya lahan subur untuk produksi tanaman pangan. Perkembangan luas areal tanaman pangan sudah sulit untuk dilakukan mengingat biaya korbanan untuk lahan semakin tinggi dan adanya fakta konversi lahan sawah ke penggunaan yang lain. Disamping masalah kendala jumlah lahan yang tersedia, produksi tanaman pangan juga berhadapan dengan masalah menurunnya kualitas tanah akibat adanya erosi dan pencemaran. Tantangan untuk pemenuhan kebutuhan pangan semakin berat karena laju tingkat produktivitas lahan sawah irigasi juga cenderung menurun dan penduduk juga terus bertambah. Pengembangan lahan sub optimal akan menjadi alternatif pengadaan pangan masa depan, karena lahan sawah irigasi subur banyak yang beralih fungsi untuk kepentingan non pertanian. Lahan sub optimal mencakup lahan kering, sawah tadah hujan, sawah pasang surut dan lahan rawa lebak (BPTP Yogyakarta, 2012).

Lahan tadah hujan merupakan lumbung padi kedua setelah lahan sawah irigasi. Luas lahan tadah hujan di Indonesia sebagian besar berada di Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta, Untuk Daerah Istimewa Yogyakarta lahan tadah hujan banyak ditemui di daerah yang tingkat curah hujannya tinggi namun jarang terjadi hujan yaitu di Kabupaten Gunungkidul, daerah beriklim tropis dengan dua musim yaitu musim penghujan dan musim kemarau. Kabupaten Gunungkidul merupakan kabupaten yang mempunyai spesifikasi lokasi. Lahan pertanian yang dimiliki Kabupaten Gunungkidul sebagian besar adalah lahan kering tadah hujan yang tergantung pada daur iklim khususnya curah hujan.

Sehubungan dengan lingkungan fisik bahwa ada perbedaan di dalam karakteristik lingkungan dan potensi produksi pertanian. Petani lahan tadah hujan meskipun terbatas ketersediaan airnya berusaha untuk mengelola lahan dengan pola tanam yang disesuaikan kondisi lahannya hal tersebut yang mendasari untuk mengadakan penelitian mengenai model ekonomi rumahtangga yang dilakukan oleh rumahtangga tani di lahan tadah hujan. Petani padi gogo tersebut memutuskan untuk melakukan pola tanam yang berbeda yaitu pola tanam 1 kali tanam padi gogo yaitu padi gogo – palawija – bera dan pola tanam 2 kali padi gogo yaitu padi gogo-padi gogo – bero. Selanjutnya jika ditinjau dari perspektif ekonomi rumah tangga, pemilihan penggunaan lahan dipengaruhi oleh rasionalitas petani. Kokoye et al., (2013) mengemukakan bahwa pilihan penggunaan lahan dalam usahatani sangat berhubungan erat dengan keputusan petani yang berkenaan dengan penggunaan lahan aktual hal ini dipengaruhi oleh rasionalitas petani antara lain dipengaruhi berbagai tujuan antara lain: menjamin ketahanan pangan rumah tangga; menjamin pendapatan tunai untuk memenuhi kebutuhan; minimisasi resiko, maksimisasi leisure terkait dengan alokasi waktu, menjamin anggota keluarga dalam keadaan baik dan sejahtera, serta untuk meraih kelas sosial tertentu dalam komunitasnya.

## **2. METODE PENELITIAN**

### **2.1 Penentuan Lokasi Penelitian dan Sampel Rumahtangga Petani Padi Gogo**

Metode yang digunakan di dalam penelitian adalah metode deskriptif analisis. Penentuan

lokasi penelitian dengan metode Purposive yaitu di Kabupaten Gunungkidul dengan pertimbangan memiliki wilayah lahan tadah hujan yang terluas di Daerah Istimewa Yogyakarta didasarkan adanya pola penanaman padi gogo dengan satu kali tanam padi gogo dalam satu tahun dan pola tanam padi gogo dua kali dalam satu tahun maka diambil 5 kecamatan yang terdapat rumahtangga petani dengan pola tersebut yaitu di Kecamatan Ponjong, Playen, Wonosari, Karangmojo, dan Patuk. Pengambilan sampel rumahtangga petani padi gogo dilakukan secara *stratified random sampling*, dari dua pola tanam padi gogo yang ada, yaitu pola padi gogo satu kali dan pola padi gogo dua kali pada lima kecamatan masing-masing diambil 30 sampel.

**2.2. Model Ekonomi Rumahtangga**

Spesifikasi model ekonomi rumahtangga petani padi gogo merupakan tahapan pertama dalam penelitian dengan menggunakan pendekatan ekonometika. Pada tahap ini dapat digambarkan hubungan antara peubah-peubah yang dimasukkan ke dalam model, kemudian diformulasikan dalam sejumlah persamaan struktural dan identitas. Menurut Koutsoyiannis (1977), bahwa model ekonometrika menggambarkan hubungan masing-masing variabel bebas terhadap variabel tidak bebas khususnya mengenai besaran dan tanda dari koefisien dugaan parameter fungsi yang diduga secara apriori berdasarkan teori-teori ekonomi. Model persamaan dispesifikasi dalam empat blok, yaitu : blok produksi, blok curahan tenaga kerja, blok pendapatan, dan blok pengeluaran. Spesifikasi model yang dibangun pada penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut :

a. Blok Produksi Padi Gogo :

$$QPG = a_0 + a_1 LL + a_2 JB + a_3 JPU + a_4 JPN + a_5 CKDKP + a_6 CKLKP + a_7 DPG + E_1 \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan :

- QPG = Produksi padi gogo (kg/tahun)
- LL = Luas Lahan (ha)
- JB = Jumlah Benih (kg/tahun)
- JPU = Jumlah Pupuk Urea (kg/tahun)
- JPN = Jumlah Pupuk NPK (kg/tahun)
- CKDKP = Curahan Kerja Dalam Keluarga pada Padi Gogo (HOK/tahun)
- CKLKP = Curahan Kerja Luar Keluarga pada Padi Gogo (HOK/tahun)
- DPG = Dummy Padi Gogo (0 = pola 1x padi gogo dalam satu tahun, 1 = pola 2x padi gogo dalam satu tahun)
- Parameter dugaan yang diharapkan  $a_1, a_2, a_3, a_4, a_5, a_6, a_7 > 0$

b. Blok Curahan Tenaga Kerja :

$$CKDKP = b_0 + b_1 LL + b_2 CKDKNP + b_3 CKDOF + b_4 PDRT + b_5 DPG + E_1 \dots\dots\dots(2)$$

$$CKDKUT = CKDKP + CKDKNP \dots\dots\dots(3)$$

$$CKLKP = c_0 + c_1 LL + c_2 CKDKP + c_3 PDRT + c_4 DPG + E_3 \dots\dots\dots(4)$$

$$CKLK = CKLKP + CKLKNP \dots\dots\dots(5)$$

$$CKDKOF = d_0 + d_1 LL + d_2 CKDKUT + d_3 CKDKNPt + d_4 DPG + E_4 \dots\dots\dots(6)$$

$$CKDKNPt = e_0 + e_1 LL + e_2 CKDKUT + e_3 CKDKOF + e_4 JTKDK + e_5 DPG + E_5(7)$$

Keterangan :

- CKDKP = Curahan Kerja dalam Keluarga pada Padi Gogo (HOK/tahun)
- LL = Luas Lahan (ha)
- CKDKNP = Curahan Kerja Dalam Keluarga Non Padi (HOK/tahun)
- CKDKOF = Curahan Kerja Dalam Keluarga Off Farm (HOK/tahun)
- PDRT = Pendapatan Rumah Tangga (Rp/tahun)
- CKDKUT = Curahan Kerja Dalam Keluarga pada Kegiatan Usahatani (HOK/tahun)
- CKDKNPt = Curahan Kerja Dalam Keluarga Non Usahatani (HOK/tahun)
- JTKDK = Jumlah Tenaga Kerja Dalam Keluarga (Orang)

DPG = Dummy Padi Gogo (0 = pola 1x padi gogo dalam satu tahun, 1 = pola 2x padi gogo dalam satu tahun)

Parameter dugaan yang diharapkan  $b_1, b_5, c_1, e_4, c_4, d_4, e_5 > 0$  ;  $b_2, b_3, b_4, c_2, c_3, d_1, d_2, d_3, e_1, e_2, e_3 < 0$

c. Blok Pendapatan :

$$BPG = BSP + BTK + BLP \dots\dots\dots(8)$$

$$PDPG = PNPG - BPG \dots\dots\dots(9)$$

$$PDOF = f_0 + f_1 PDPG + f_2 PDNP + f_3 CKDKOF + f_4 DPG + E_6 \dots\dots\dots(10)$$

$$PDNP = g_0 + g_1 PDPG + g_2 CKDKNP + g_3 PDIK + g_4 DPG + E_7 \dots\dots\dots(11)$$

$$PDRT = PDPG + PDOF + PDNP \dots\dots\dots(12)$$

Keterangan :

BPG = Biaya pada usahatani Padi Gogo (Rp/tahun)

BSP = Biaya Sarana Produksi Padi Gogo (Rp/tahun)

BTK = Biaya Tenaga Kerja pada usahatani Padi Gogo (Rp/tahun)

BLP = Biaya Lain-lain pada usahatani Padi Gogo (Rp/tahun)

PDPG = Pendapatan dari usahatani Padi Gogo (Rp/tahun)

PNPG = Penerimaan dari usahatani Padi Gogo (Rp/tahun)

PDOF = Pendapatan Off Farm (Rp/tahun)

PDNP = Pendapatan dari Non Padi (Rp/tahun)

CKDKOF = Curahan Kerja Dalam Keluarga Off Farm (HOK/tahun)

CKDKNP = Curahan Kerja Dalam Keluarga Non Padi (HOK/tahun)

PDIK = Pengeluaran untuk Pendidikan (Rp/tahun)

PDRT = Pendapatan Rumahtangga (Rp/tahun)

DPG = Dummy Padi Gogo (0 = pola 1x padi gogo dalam satu tahun, 1 = pola 2x padi gogo dalam satu tahun)

Parameter dugaan yang diharapkan  $f_1, f_2, g_1 < 0$  ;  $f_3, f_4, g_2, g_3, g_4 > 0$

d. Blok Pengeluaran :

$$PPPG = h_0 + h_1 PNPG + h_2 PDRT + h_3 JART + h_4 DPG + E_8 \dots\dots\dots(13)$$

$$PKP = i_0 + i_1 PDRT + i_2 JART + i_3 PKNP + i_4 DPG + E_9 \dots\dots\dots(14)$$

$$PKNP = j_0 + j_1 PDRT + j_2 JAS + j_3 DPG + E_{10} \dots\dots\dots(15)$$

$$PKT = PPPG + PKP + PKNP \dots\dots\dots(16)$$

Keterangan :

PPPG = Pengeluaran Pangan dari Padi Gogo (Rp/tahun)

PNPG = Penerimaan dari usahatani Padi Gogo (Rp/tahun)

PDRT = Pendapatan Rumahtangga (Rp/tahun)

JART = Jumlah Anggota Tumahtangga (Rp/tahun)

PKP = Pengeluaran Konsumsi Pangan (Rp/tahun)

PKNP = Pengeluaran Konsumsi Non Pangan (Rp/tahun)

JAS = Jumlah Anak Sekolah (Orang)

PKT = Pengeluaran Konsumsi Total (Rp/tahun)

DPG = Dummy Padi Gogo (0 = pola 1x padi gogo dalam satu tahun, 1 = pola 2x padi gogo dalam satu tahun)

Parameter dugaan yang diharapkan  $h_1, h_2, h_3, h_4, i_1, i_2, i_4, j_1, j_2, j_3 > 0$  ;  $i_3 < 0$

Untuk menguji model pengambilan keputusan rumahtangga petani yaitu menggunakan persamaan simultan dengan metode *two stage least square* (2SLS) dengan software EVIEWS 9

**3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

**3.1. Model Ekonomi Rumahtangga Petani Padi Gogo Lahan Tadah Hujan**

Model ekonomi rumahtangga petani padi gogo lahan tadah hujan yang dibangun dalam penelitian ini terdiri dari 16 persamaan yang terbagi menjadi 10 persamaan struktural dan 6 persamaan identitas. Hasil estimasi dari model sebagai berikut :

a. Blok Produksi

$$QPG = -627.4161 + 0.525116 LL + 15.40981 JB - 0.370556 JPU + 0.482637 JPN + 7.412084 CKDKP + 2.133793 CKLKP + 559.7129 DPG \dots\dots\dots(1)$$

b. Blok Curahan Tenaga Kerja

$$CKDKP = 1.770143 + 4.08 \times 10^{-05} LL + 0.039612 CKDKNP + 0.002714 CKDOF + 1.25 \times 10^{-10} PDRT + 0.928857 DPG \dots\dots\dots(2)$$

$$CKLKP = -0.922965 + 0.012783 LL - 0.227392 CKDKP - 1.86 \times 10^{-7} PDRT + 21.00265 DPG \dots\dots\dots(3)$$

$$CKDKOF = 7.729850 + 0.000168 LL - 1.456487 CKDKUT + 0.098997 CKDKNPt + 0.669393 DPG \dots\dots\dots(4)$$

$$CKDKNPt = 14.99920 + 0.000661 LL + 0.364512 CKDUT - 0.113311 CKDOF - 0.900158 JTKDK - 8.510236 DPG \dots\dots\dots(5)$$

c. Blok Pendapatan

$$PDOF = 18.56963 - 0.060893 PDPG - 0.142680 PDNP + 0.222362 CKDOF - 1359695 DPG \dots\dots\dots(6)$$

$$PDNP = 8822065 - 0.075794 PDPG + 36020.77 CKDKNP + 0.336804 PDIK + 2925290 DPG \dots\dots\dots(7)$$

d. Blok Pengeluaran

$$PPPG = -181910.6 + 0.560528 PNPG + 0.007387 PDRT + 51233.05 JART - 224091.0 DPG \dots\dots\dots(8)$$

$$PKP = 8626395 + 0.027729 PDRT + 927653.0 JART - 0.128651 PKNP - 523217.2 DPG \dots\dots\dots(9)$$

$$PKNP = 14.94591 + 3.86 \times 10^{-09} PDRT + 0.511103 JAS - 0.284903 DPG \dots\dots\dots(10)$$

Hasil pendugaan terhadap 10 persamaan struktural dalam model yang diajukan menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang dihasilkan dari parameter penduga struktural bervariasi dari 0,284370 sampai 0,937620. Hasil pendugaan tersebut dapat ditunjukkan pada tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Statistik Model Ekonomi Rumahtangga Petani Padi Gogo Lahan Tadah Hujan di Kabupaten Gunungkidul berdasar Kriteria nilai  $R^2$  dan Prob-F

No.	Blok	Persamaan	$R^2$	F	Prob-F
1.	Produksi	QPG = Produksi Padi Gogo	0.937620	167.9390	0.000
2.	Curahan Kerja	CKDKP = Curahan Kerja Dalam Keluarga pada Padi Gogo	0.904438	150.5371	0.000
3.		CKLKP = Curahan Kerja Luar Keluarga pada Padi Gogo	0.738829	56.16381	0.000
4.		CKDKOF = Curahan Kerja Dalam Keluarga Off farm	0.823234	4.642090	0.000
5.		CKDKNPt = Curahan Kerja Dalam Keluarga Non Usahatani	0.618998	31.58457	0.000
6.	Pendapatan	PDOF = Pendapatan Off Farm	0.609177	23.02377	0.000
7.		PDNP = Pendapatan Non Padi	0.280585	8.151169	0.000

8.	Pengeluaran	PPPG = Pengeluaran Pangan dari Padi Gogo	0.907485	194.7299	0.000
9.		PKP = Pengeluaran Konsumsi Pangan	0.284370	7.719048	0.000
10.		PKNP = Pengeluaran Konsumsi Non Pangan	0.771133	89.72616	0.000

Sumber. Hasil Olah Data

Dari tabel 1 dapat ditunjukkan bahwa dari 8 persamaan nilai  $R^2 > 0,5$  dan 2 persamaan nilai  $R^2 < 0.5$ . Hal ini menunjukkan bahwa variasi variabel endogen rata-rata mampu dijelaskan lebih dari 50 % oleh variabel eksogen yang dimasukkan ke dalam model ekonomi rumahtangga petani padi gogo lahan tadah hujan. Hasil uji F secara keseluruhan menunjukkan bahwa seluruh variabel yang menyusun model secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel endogen pada taraf nyata 1% artinya variabel-variabel eksogen yang dimasukkan dalam setiap persamaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel endogen.

### **3.2. Keterkaitan Keputusan Produksi, Keputusan Alokasi Curahan Kerja, dan Keputusan Konsumsi Rumahtangga Petani Padi Gogo Lahan Tadah Hujan**

Hasil penelitian pada blok produksi dalam hal ini pada model persamaan produksi padi gogo terdapat tanda (sign) yang berbeda dari parameter dugaan yang diharapkan yaitu tanda (sign) negatif pada parameter estimasi variabel jumlah pupuk urea, berarti menunjukkan bahwa penambahan pupuk urea justru akan menurunkan produksi padi. Kondisi ini dapat dijelaskan bahwa pupuk urea merupakan sumber nitrogen (N) dalam bentuk amonium. Urea mudah terurai oleh enzim urease yang diproduksi oleh mikroorganisme di dalam kondisi basah atau lembab, oleh sebab itu pemakaian urea pada lahan tadah hujan menjadi tidak efektif, kecuali bila kondisi air tercukupi sehingga mikroorganisme penghasil enzim urease bisa hidup. Variabel dummy pola tanam padi menunjukkan nilai positif berarti pola tanam menunjukkan perbedaan pada produksi padi, kondisi ini dapat dijelaskan bahwa rumahtangga petani padi gogo yang melakukan pola tanam satu kali padi gogo dalam satu tahun sudah menjadi kebiasaan petani karena dari pengalaman tahun-tahun sebelumnya kondisi musim hujan untuk musim tanam kedua sudah jarang terjadi hujan sehingga petani sudah tidak menanam padi gogo, melainkan palawija yang tidak begitu banyak membutuhkan air. Untuk petani padi gogo yang melakukan pola tanam padi gogo dua kali dalam satu tahun menjadi diuntungkan karena perubahan iklim pada tahun 2016 pada musim tanam kedua masih sering terjadi hujan sehingga untuk penanaman padi gogo musim kedua petani masih bisa memperoleh produksi seperti pada musim tanam sebelumnya.

Hasil estimasi untuk blok curahan tenaga kerja menunjukkan pada persamaan curahan kerja dalam keluarga pada usahatani padi gogo parameter estimasi untuk variabel curahan kerja dalam keluarga non padi, curahan kerja dalam keluarga untuk off farm dan pendapatan rumahtangga tidak sesuai dengan dugaan yang diharapkan bertanda negatif hasil menunjukkan tanda positif, seharusnya curahan kerja dalam keluarga non padi dan off farm dengan curahan kerja dalam keluarga untuk padi gogo mempunyai hubungan yang terbalik namun kondisi di daerah penelitian menunjukkan fenomena yang berbeda, hal tersebut terjadi karena anggota rumahtangga petani disamping mengalokasikan waktu kerjanya pada kegiatan usahatani padi, usahatani non padi, juga mengalokasikan waktu kerjanya untuk mencari sumber pendapatan lain dengan merantau secara musiman, berdagang, tukang dan pekerjaan lainnya, oleh karena itu hubungan antara curahan kerja dalam keluarga untuk padi, curahan kerja untuk non padi dan curahan kerja off farm menjadi saling melengkapi, demikian juga untuk pendapatan rumahtangga. Dummy pola tanam menunjukkan nilai positif berarti ada perbedaan curahan tenaga kerja dalam keluarga pada pola tanam padi gogo. Pada persamaan curahan kerja luar keluarga untuk padi gogo diperoleh seluruh tanda yang sesuai dengan parameter dugaan yang diharapkan. Untuk dummy pola tanam menunjukkan tanda positif berarti ada beda penggunaan tenaga kerja luar keluarga berdasarkan

pola tanam padi gogo. Pada persamaan curahan kerja dalam keluarga untuk off farm diperoleh dua tanda variabel yang tidak sesuai dengan parameter dugaan yaitu untuk variabel luas lahan dan curahan kerja dalam keluarga untuk kegiatan non pertanian yang seharusnya negatif tetapi hasilnya menunjukkan positif. Hal tersebut terjadi karena kegiatan off farm hanya dilakukan oleh kepala keluarga sehingga untuk luas lahan dan curahan kerja pada kegiatan non pertanian hasilnya menjadi positif. Variabel dummy pola tanam menunjukkan tanda positif berarti ada beda penggunaan tenaga kerja pada off farm berdasar pola tanam padi gogo. Pada persamaan curahan kerja dalam keluarga untuk kegiatan non pertanian diperoleh tiga tanda variabel yang tidak sesuai dengan parameter dugaan yaitu untuk variabel luas lahan dan curahan kerja dalam usahatani yang seharusnya tanda negatif hasilnya positif dan variabel jumlah tenaga kerja dalam keluarga yang seharusnya positif diperoleh hasil negatif, hal tersebut saling terkait bahwa kondisi bahwa kegiatan non pertanian hanya dilakukan oleh kepala keluarga, sedangkan untuk curahan kerja dalam keluarga untuk kegiatan off farm sesuai dengan parameter dugaan. Variabel dummy pola tanam menunjukkan tanda negatif berarti tidak ada beda pada curahan kerja dalam pertanian untuk kegiatan non pertanian berdasar pola tanam padi gogo.

Hasil estimasi pada blok pendapatan yaitu pada persamaan pendapatan off farm diperoleh seluruh tanda parameter dugaan sesuai dengan yang diharapkan yaitu variabel pendapatan dari padi gogo bernilai negatif. Variabel dummy pola tanam menunjukkan tanda positif berarti ada beda pendapatan off farm berdasar pola tanam padi gogo. Pada persamaan pendapatan non padi diperoleh seluruh tanda parameter dugaan sesuai dengan yang diharapkan yaitu variabel pendapatan dari padi gogo bernilai negatif. Variabel curahan kerja dalam keluarga untuk kegiatan non padi bernilai positif. Variabel dummy pola tanam menunjukkan tanda positif berarti ada beda pendapatan non padi berdasar pola tanam padi gogo.

Hasil estimasi pada blok pengeluaran yaitu persamaan pengeluaran pangan dari padi gogo diperoleh seluruh tanda parameter dugaan sesuai dengan yang diharapkan yaitu variabel penerimaan dari padi gogo bernilai positif. Variabel pendapatan rumah tangga bernilai positif. Variabel jumlah anggota rumahtangga bernilai positif. Variabel dummy pola tanam menunjukkan tanda negatif berarti tidak ada beda pengeluaran pangan dari padi gogo berdasar pola tanam padi gogo. Pada persamaan pengeluaran konsumsi pangan diperoleh seluruh tanda parameter dugaan sesuai dengan yang diharapkan yaitu variabel pendapatan rumahtangga bernilai negatif. Variabel jumlah anggota rumahtangga bernilai. Variabel pengeluaran konsumsi non pangan bernilai negatif. Variabel dummy pola tanam menunjukkan tanda negatif berarti tidak ada beda pengeluaran konsumsi pangan dari padi gogo berdasar pola tanam padi gogo. Pada persamaan pengeluaran konsumsi non pangan diperoleh parameter variabel pendapatan rumahtangga bernilai positif. Variabel jumlah anak sekolah diperoleh nilai parameter positif. Variabel dummy pola tanam menunjukkan tanda negatif berarti tidak ada beda pengeluaran konsumsi non pangan dari padi gogo berdasar pola tanam padi gogo.

#### **4. KESIMPULAN**

Berdasar hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa model ekonomi rumahtangga petani padi gogo lahan tadah hujan mampu menjelaskan adanya keterkaitan antara keputusan produksi, alokasi curahan tenaga kerja dan keputusan konsumsi. Implikasi dari keterkaitan tersebut bahwa setiap keputusan pada satu aktifitas ekonomi akan mempengaruhi aktifitas ekonomi lain.

Secara keseluruhan dari pola tanam yang dilakukan petani yaitu yang melakukan pola tanam padi satu kali dalam setahun dan pola tanam padi dua kali dalam setahun menunjukkan perbedaan pada blok produksi, blok curahan tenaga kerja, blok pendapatan, dan blok pengeluaran.

### UCAPAN TERIMAKASIH

Kepada DRPM RISTEKDIKTI yang telah mendanai penelitian ini yang merupakan bagian dari disertasi pada tahun anggaran 2018.

### DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, Mewa. 2005. *Diversifikasi Konsumsi Pangan Indonesia : Antara Harapan dan Kenyataan*. Laporan Hasil Penelitian. Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian. Badan Litbang Departemen Pertanian. Bogor.
- Asmarantaka, R. W. 2007. *Analisis Ekonomi Rumahtangga Petani Tanaman Pangan di Provinsi Lampung*. Jurnal Agribisnis dan Ekonomi Pertanian. IPB.Vol. 1 No. 1
- Badudu. J.S dan Sutan Muhammad Zain, 1994. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Pustaka Sinar Harapan. Jakarta.
- Barnum Howard N. Dan Lyn Squire, 1979. *A Model of an Agricultural Household, Theory and Evidence*. The John Hopkins University Press. Baltimore : 9.
- Cheyglinted, S., S.L. Ranamukhaarchchi, and G. Singh. 2001. Assessment of the CERES-Rice model for rice production in the Central Plain of Thailand. *Journal of Agricultural Science*, Page : 289-298.
- Fatoba, I.O., Omotosho, O.A. and Adewumi, M.O 2009. Economics of Wetland Rice Production Technology in The Guinea Savannah of Nigeria. *Journal of development and agricultural economics*.Vol1(9). Page : 199-203.
- Hernanto, Fadholi. 1989. *Ilmu Usahatani*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Husin, L. 2007. *Penggunaan Model Rumahtangga Petani untuk Mengkaji Perilaku Ekonomi Rumahtangga Petani Kelapa Sawit di Sumatera Selatan*. Makalah Hasil Penelitian
- Imolehin, E.D and Wada, A.C. 2005. Meeting the rice production and consumption demands of Nigeria with improved technologies. *International rice commission newsletter vol 49* FAO, Rome.
- Jatileksono, T. 1993. Impact of Modern Rice Technology on Land Prices, The Case of Lampung Indonesia. *American Journal of Agro Economic*.
- Koestiono, D. 2014. *Analisis Ekonomi Rumahtangga dalam Usaha Konservasi*: Disertasi. Program Pascasarjana Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya. Malang.
- Kokoye, S.E.H., et al. 2013. *Econometric Modelling of farm household land allocation in the Municipality of Banikoara in Northern Benin*. Land Use Policy 34 (2013) 72 – 79.
- Maliwichi, L. L., et al., 2010. An Evaluation of Small-Scale Agribusinesses and Household Income Generating Activities In Vhembe District of Limpopo Province South Africa. *African Journal of Food Agriculture Nutrition and Development*. Vol 10, No 9, Page 3080 -3099.
- Nakajima, C. 1970. *Subsistance and Comercial Family Farm : Some Theoretical Models of Subjective Equilibrium in Subsistance Agriculture and Economic Development*. Edited by Clifton R Wharton JR, Aldine. USA : 165 - 208.
- Nazir. Moh. 1988. *Metodologi Penelitian*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Oladele O. I. and Sakagami, J. I. 2004. Impact of technology innovation on rice yield gap in Asiaand West Africa: *Technology transfer issues Retrieved April 16, 2009, from*<http://www.tropentag.de/2004/abstracts/full/2.pdf>.
- Putra, A.Y, Bakce, D dan Rifai, A. 2012. *Pengaruh Faktor-faktor Internal dan Eksternal terhadap Keputusan Ekonomi Rumahtangga Petani Karet di Kabupaten Kuantan Singingi*. Indonesian Journal of Agricultural Economics (IJAE). Volume 3. Nomor 1
- Ruslan, K. 2012. Sensus Pertanian 2013. [Http : //ekonomi.kompasiana.com](http://ekonomi.kompasiana.com).
- Supardi, Suprpti. 2002. *Analisis Ekonomi Rumahtangga di Pedesaan Miskin Pinggir Hutan*

- Kabupaten Grobogan*. Disertasi, Tidak Dipublikasikan. Program Pascasarjana UGM. Yogyakarta : 16 – 19, 23, 35 – 37.
- Suparto, *et al.*, 2010. *Laporan Akhir Pengkajian Padi Pada Lahan Tadah Hujan di Kabupaten Gunungkidul*. Balai Pengkajian Teknologi Pertanian. Yogyakarta.
- Suratiyah, K. 2011. *Ilmu Usahatani*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Tijani, A.A. 2006. Analysis of The Technical Efficiency of Rice Farm In Ijesha Land of Osun State, Nigeria. *Journal Agrekon* Vol 45 No 2, Page 126 -135.
- Tjernstrom, E, et al., 2013. Identifying the Impact Dynamics of A Small Farmer Development Scheme In Nicaragua. *American Journal of Agricultural Economic* 95 (5) 1359 – 1365.

***FIRM SIZE, LEVERAGE DAN FIRM RISK :***  
**ANALISIS DESKRIPTIF PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR**  
**LISTED DI INDONESIA**

**Asih Marini Wulandari**  
asihmariniw@yahoo.com

**ABSTRACT**

*Study aims to analyze several variables that are characteristics of companies that are descriptive (firm size, leverage, and firm risk). Several theories are used to explain the correlation of several variables, namely signaling theory (Spence, 1973), Agency theory (Jensen & Meckling, 1976), and Trade-off theory (Modigliani & Miller, 1958).*

*The findings in this study is that descriptively that the trend of firm size increased linearly with an increase in the trend of leverage, firm size Improved linear trend with an increased risk firm trend. Increased linear leverage trend with an increase in trend firm risk.*

*Password : firm size, leverage, firm risk, signaling theory (Spence,1973), Agency theory (Jensen & Meckling,1976), and Trade-off theory (Modigliani & Miller,1958).*

**PENDAHULUAN**

Penelitian ini menganalisis beberapa variabel yang merupakan karakteristik dari perusahaan (*firm size, leverage, dan firm risk*). Beberapa teori dan penelitian terdahulu dijadikan dasar dari penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan *Agency Theory* (Jensen & Meckling,1976) untuk menjelaskan koralasi antara beberapa variabel. Selain *Agency Theory* (Jensen & Meckling,1976), penelitian ini juga membahas *Trade-off Theory* (Modigliani & Miller,1958) dan *Signaling Theory* (Spence,1973) sebagai kerangka teoritis. Berikut ini adalah uraian ringkas penelitian terdahulu dengan menggunakan kerangka teori-teori tersebut.

Berkaitan dengan kontribusi *firm size* terhadap *leverage* perusahaan, Sheikh & Wang (2011) menyatakan bahwa perusahaan yang berukuran besar cenderung memiliki kapasitas yang lebih besar untuk berhutang dengan sumber daya yang dimilikinya karena kemampuan mereka untuk melakukan diversifikasi risiko dan mengambil keuntungan dari *tax-shields* pajak atas pembayaran bunga. Semakin besar perusahaan, makin besar pula *leverage* perusahaan. *Trade-off theory* (Modigliani & Miller,1958) menjelaskan bahwa perusahaan besar seharusnya mempunyai hutang lebih banyak karena risiko perusahaan-perusahaan ini lebih terdiversifikasi, kurang rentan terhadap kebangkrutan, dan memiliki biaya kebangkrutan yang relatif rendah. Perusahaan besar juga memiliki *agency cost* dari hutang yang lebih rendah, misalnya, biaya pemantauan yang relatif rendah karena arus kas yang kurang rentan dan kemudahan akses ke pasar modal. Teori ini menunjukkan adanya pengaruh positif *firm size* terhadap *leverage*. Ali (2011), Alnajjar & Taylor (2008) dan Sheikh & Wang (2011) menggunakan *trade-off theory* untuk menjelaskan pengaruh positif yang signifikan variabel *firm size* terhadap *leverage* perusahaan.

*Firm size* juga diduga mempunyai korelasi terhadap risiko yang akan ditanggung oleh perusahaan (*firm risk*). *Firm size* dapat diukur dengan *total asset, total sales*, dan nilai kapitalisasi pasar, artinya bahwa ukuran perusahaan memberikan sinyal kemampuan manajemen aset, kemampuan dalam menghasilkan penjualan dan nilai wajar dari sebuah perusahaan yang akan

memengaruhi risiko perusahaan yaitu variabilitas tingkat pengembalian. *Firm risk* atau risiko perusahaan adalah peluang hasil investasi berbeda dari yang diharapkan. *Signaling theory* (Spence,1973) mengasumsikan bahwa perusahaan besar akan memberikan sinyal kemampuan untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar dari pada perusahaan kecil sehingga akan menyebabkan risiko perusahaan yang lebih kecil. Ziarko (2015) dan Olioui, *et al.* (2015) menggunakan *signaling theory* (Spence,1973) untuk menjelaskan bahwa ukuran perusahaan berkorelasi terhadap tingkat risiko perusahaan, karena variabilitas tingkat pengembalian lebih rendah untuk perusahaan besar, yang diukur dengan standar deviasi. Dengan kata lain, perusahaan berukuran besar memiliki tingkat risiko yang lebih rendah. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa risiko bisnis lebih tinggi untuk perusahaan kecil daripada perusahaan besar. Ukuran perusahaan diukur dari total aset memberikan *signal* kemampuan perusahaan dalam mengelola aset, sehingga akan memengaruhi risiko perusahaan yang diukur dengan standar deviasi dari *return on asset (ROA)*, *return on investment (ROI)* dan *return on equity (ROE)*. Ukuran perusahaan diukur dari total penjualan memberikan *signal* kemampuan perusahaan dalam menghasilkan penjualan, sehingga akan memengaruhi risiko perusahaan yang diukur dengan standar deviasi dari ROA, ROI dan ROE. Ukuran perusahaan diukur dari nilai kapitalisasi pasar memberikan sinyal harga pasar saham perusahaan tersebut, sehingga akan memengaruhi risiko perusahaan yang diukur dengan standar deviasi dari ROA, ROI dan ROE.

Pengukuran risiko perusahaan dapat dibagi menjadi dua, yaitu ukuran risiko akuntansi dan *market risk* (Orlitzky & Benjamin, 2001). Penelitian tersebut menggunakan ukuran risiko akuntansi. Risiko akuntansi dapat diperkirakan dengan koefisien variasi (rasio standar deviasi terhadap *mean*) pengembalian modal yang diinvestasikan (*ROIC*). *ROIC* adalah sebuah ukuran yang telah digunakan oleh Fombrun & Shanley (1990), merupakan penyebaran atau penyimpangan terhadap tercapainya rata-rata tingkat pengembalian dari modal yang diinvestasikan. Contoh lain dari ukuran risiko akuntansi adalah adalah persentase dari total utang perusahaan terhadap aset. Penelitian terdahulu menggunakan rasio total hutang terhadap aset ini untuk mengukur risiko akuntansi (Graves & Waddock, 1994, Mc Guire *et al.*, 1988; Miller & Bromiley, 1990) atau standar deviasi dari *ROA* atau *ROE* (misalnya, O'Neill, Saunders & Mc Carthy, 1989). Rasio hutang terhadap aset digunakan untuk mengukur risiko akuntansi karena rasio tersebut menunjukkan besarnya hutang dibanding dengan aset perusahaan. Rasio yang tinggi menunjukkan bahwa penggunaan hutang yang melebihi aset perusahaan, sehingga menimbulkan risiko tidak tercapainya *return* yang diharapkan karena semua aset digunakan untuk memenuhi kewajiban hutangnya yang lebih besar.

Penelitian terdahulu menggunakan rasio total hutang terhadap aset ini untuk mengukur risiko akuntansi (Graves & Waddock, 1994, Mc Guire *et al.*, 1988; Miller & Bromiley, 1990) atau standar deviasi dari *ROA* atau *ROE* (misalnya, O'Neill, Saunders & Mc Carthy, 1989). Rasio hutang terhadap aset digunakan untuk mengukur risiko akuntansi karena rasio tersebut menunjukkan besarnya hutang dibanding dengan aset perusahaan. Rasio yang tinggi menunjukkan bahwa penggunaan hutang yang melebihi aset perusahaan, sehingga menimbulkan risiko tidak tercapainya *return* yang diharapkan karena semua aset digunakan untuk memenuhi kewajiban hutangnya yang lebih besar. Jadi dalam penelitian ini akan dianalisis secara deskriptif bagaimana korelasi antara *firm size* terhadap *leverage*, *firm size* terhadap *firm risk* dan *leverage* terhadap *firm risk*.

## **LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS**

### **Teori Yang mendasari korelasi *Firm Size* terhadap *Leverage***

*Trade-off theory* (Modigliani and Miller,1958) mengasumsikan bahwa perusahaan manajer mendapati *trade-off* manfaat dan biaya pembiayaan ekuitas dan utang, dimana kemudian manajer menemukan struktur permodalan yang optimal untuk pasar tidak sempurna seperti pajak, biaya kebangkrutan dan *agency cost*. Teori menyatakan bahwa ada manfaat untuk pembiayaan

dengan utang, khususnya manfaat pajak. Namun terdapat juga biaya pembiayaan dengan utang, yaitu biaya kebangkrutan tidak langsung dan banyak biaya kesulitan keuangan dari biaya utang, maka hal inilah yang disebut *trade-off* semua perusahaan. Terdapat titik maksimum yang mana manfaat marjinal hutang mengalami penurunan sebagaimana hutang yang meningkat, dimana *marginal cost* meningkat, oleh karena itu, teori *trade-off theory* dari struktur permodalan ini yang menyatakan bahwa struktur permodalan yang optimal diperoleh ketika keuntungan pajak dari saldo pembiayaan hutang *leverage* terkait biaya seperti kesulitan keuangan dan kebangkrutan, manajemen aset perusahaan dan keputusan investasi terus berkelanjutan.

Konsisten dengan prediksi *trade-off theory*, yang menunjukkan bahwa perusahaan besar seharusnya mempunyai hutang lebih banyak karena risiko perusahaan-perusahaan ini lebih terdiversifikasi, kurang rentan terhadap kebangkrutan dan memiliki biaya kebangkrutan yang relatif rendah. Selain itu, perusahaan besar juga memiliki *agency cost* dari hutang yang lebih rendah, misalnya, biaya pemantauan yang relatif rendah karena arus kas yang kurang rentan dan kemudahan akses ke pasar modal. Teori ini menunjukkan adanya hubungan positif antara *firm size* dan *leverage*.

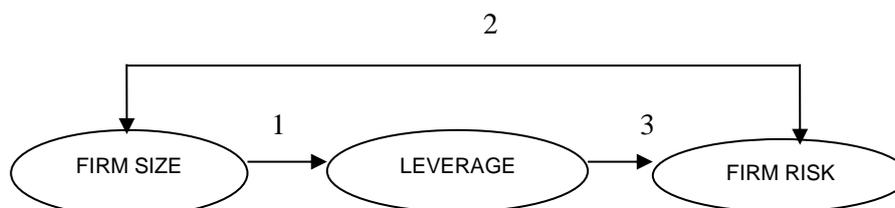
Variabel *size* memiliki dampak positif dan signifikan terhadap rasio hutang. Hasil penelitian terdahulu konsisten terhadap implikasi teori *trade-off* yang menunjukkan bahwa perusahaan yang lebih besar harus beroperasi pada tingkat hutang yang tinggi, karena kemampuannya untuk melakukan diversifikasi risiko dan mengambil keuntungan dari *tax-shield* atas pembayaran bunga.

#### **Teori Yang Mendasari Korelasi *Firm Size* Terhadap *Firm Risk***

*Signaling theory* (Spence, 1973) menekankan kepada pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak di luar perusahaan. Informasi merupakan unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi pada hakekatnya menyajikan keterangan, catatan atau gambaran baik untuk keadaan masa lalu, saat ini maupun keadaan masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan dan bagaimana efek pasarnya. Informasi yang lengkap, relevan, akurat dan tepat waktu sangat diperlukan oleh investor di pasar modal sebagai alat analisis untuk mengambil keputusan investasi. Pada waktu informasi diumumkan dan semua pelaku pasar sudah menerima informasi tersebut, pelaku pasar terlebih dahulu menginterpretasikan dan menganalisis informasi tersebut sebagai sinyal baik (*good news*) atau sinyal buruk (*bad news*).

#### **Teori-teori Yang Mendasari Korelasi *Leverage* terhadap *Firm Risk***

*Signaling theory* (Spence, 1973) digunakan untuk menjelaskan korelasi antara *leverage* terhadap *firm risk*. *Leverage* yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan lebih banyak dibiayai dari hutang, yang mengakibatkan biaya tetap yang berupa biaya bunga juga tinggi, sehingga bisa dikatakan *leverage* yang tinggi merupakan sinyal bahwa kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan menjadi rendah. Hal inilah yang menyebabkan risiko perusahaan menjadi tinggi.



Gambar 1. model Konseptual

## METODE PENELITIAN

### Sampel dan Data

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012- 2016. Sektor manufaktur terdiri dari 66 perusahaan dalam sektor Industri Dasar dan Kimia, 39 perusahaan dalam sektor Aneka Industri, dan 37 perusahaan dalam sektor Barang Konsumsi. Jadi, total populasi berjumlah 142 perusahaan.

Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *Purposive Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan beberapa kriteria tertentu yang di siapkan oleh peneliti (Sekaran, 2003).

Tabel 1. Penentuan Jumlah Sampel penelitian

TAHAP	KRITERIA	SAMPEL
I	Termasuk dalam <i>secondary sectors</i> versi JASICA ( <i>Jakarta Stock Industrial Clasificati-on</i> ) dengan kode sektor 4 dan 5 yang mempunyai kriteria sebagai industri sarat pengetahuan	28
II	Perusahaan kode sektor 4 dan 5 yang tidak listing di BEI pada tahun 2012-2016 berturut-turut.	6
III	Perusahaan kode sektor 4 dan 5 yang listing di BEI pada tahun 2012-2016	$28-6 = 22$
IV	Perusahaan yang tidak mempublikasi laporan tahunan dalam kurun waktu 2012 – 2016	5
III	Perusahaan yang mempublikasi laporan tahunan dalam kurun waktu 2012 – 2016	$22 - 4 = 17$
	Sampel	$17 \times 5 = 85$ Firm Years

Sumber : Laporan keuangan yang diolah ( 2017)

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dengan teknik pengumpulan data menggunakan dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data dengan pencatatan dokumen yang berhubungan dengan variabel penelitian yaitu data tentang *firm size*, *leverage*, dan *firm risk*.

### Pengukuran Variabel

Hubungan antar konstruk yang diteliti terdiri dari 3 variabel mandiri , yakni

1. ( $X_1$ ) *Firm size* adalah suatu skala dimana perusahaan dapat diklasifikasikan besar kecil berdasarkan : total aktiva, penjualan, kapitalisasi pasar. Indikator dari *firm size* sebagai berikut :

- a. ( $X_{1.1}$ ) Total aktiva
  - b. ( $X_{1.2}$ ) Total Penjualan
2. ( $X_2$ ) *Leverage*

*Leverage* merupakan penggunaan sumber dana eksternal oleh perusahaan dengan konsekuensinya adalah perusahaan harus menanggung beban tetap berupa bunga dan cicilan hutang. Indikator-indikator yang membentuk variabel *Leverage* adalah sebagai berikut :

- ( $X_2$ ) *Total Debt to Total Assets (TDTA)*
- a. ( $X_{2.1}$ ) *Long Term Debt to Total Assets (LTDTA)*
  - b. ( $X_{2.2}$ ) *Total Debt to Equity (TDE)*
  - c. ( $X_{2.3}$ ) *Long Term Debt to Equity (LTDE)*

3. (X<sub>3</sub>) *Firm Risk*

*Firm risk* adalah kemungkinan untuk mendapatkan *return* yang tidak sesuai dengan yang diharapkan. Indikator-indikator yang membentuk variabel *Firm Risk* adalah sebagai berikut :

- a. (X<sub>3.1</sub>) Standar deviasi *Return on Investmen*
- b. (X<sub>3.2</sub>) Standar Deviasi *Return On Assets*
- c. (x<sub>3.3</sub>) Standar Deviasi *Return on Equity*

**Alat Analisis**

Data dalam penelitian ini dilakukan dengan analisis deskriptif yaitu dengan mendeskripsikan variabel-variabel penelitian. Deskripsi variabel disajikan dalam bentuk tabel dan gambar yang didukung oleh penjelasan naratif.

**HASIL EMPIRIS DAN DISKUSI**

**Variabel *Firm Size***

*Firm size* adalah suatu ukuran yang dapat menunjukkan suatu kondisi atau karakteristik suatu organisasi atau perusahaan. Terdapat beberapa parameter yang dapat digunakan untuk menentukan ukuran (besar/kecilnya) suatu perusahaan, seperti banyaknya jumlah karyawan yang digunakan untuk melakukan aktivitas operasional perusahaan, jumlah aktiva yang dimiliki perusahaan, total penjualan yang dicapai oleh perusahaan dalam suatu periode, serta jumlah saham yang beredar (Saffold,1988).

**1. Total Aset**

Tabel 2. Total aset Industri manufaktur tahun 2012-2016 (dalam M)

NO	PERUSAHAAN	2012	2013	2014	2015	2016
1	ASII	182,27	213,994	231,125	245,435	256,345
2	AUTO	221,654	247,678	255,768	261,329	279,324
3	BRAM	163,325	176,456	187,235	232,656	247,325
4	GDYR	176,345	181,254	193,245	221,34	235,654
5	IMAS	158,543	167,543	175,543	189,456	221,543
6	INDS	187,465	196,471	215,654	227,871	235,765
7	LPIN	178,213	185,651	190,341	198,256	231,672
8	MASA	149,651	158,753	162,456	169,467	176,247
9	DVLA	157,836	168,541	176,368	184,321	196,543
10	INAF	176,345	187,375	198,345	217,241	221,901
11	KAEF	193,541	215,761	225,432	247,871	264,678
12	KLBF	187,569	193,765	218,453	226,456	246,761
13	PYFA	178,234	183,567	176,345	184,321	197,564
14	TSPC	187,345	197,654	216,345	232,432	245,342
15	ADES	198,532	217,342	226,234	243,321	252,654
16	MBTO	165,345	172,345	187,345	197,345	215,657
17	TCPI	184,342	192,365	199,245	215,352	223,123
	MAKS	221,654	247,678	255,768	261,329	279,324
	MIN	149,651	158,753	162,456	169,467	176,247
	MEAN	179,2091	191,5597	202,087	217,3218	232,2411
	MEAN 5 THN	204,4837				

Sumber data diolah

Total aset perusahaan yang termasuk dalam industri manufaktur yang listed di Bursa Efek Indonesia dapat dilihat pada tabel 2. Total aset sebagai salah satu indikator dari firm size (besarnya kekayaan perusahaan). Berdasarkan tabel 4.1, total aset perusahaan manufaktur tahun 2012 rata-rata Rp. 179.209.100.000 dengan jumlah maksimum total aset sebesar

Rp.221.654.000.000 dan jumlah minimum Rp. 149.651.000.000,00. Total aset tertinggi dimiliki oleh Emiten dengan kode AUTO dan terendah dimiliki oleh emiten dengan kode MASA.

Tahun 2013 rata-rata total aset untuk sektor manufaktur mengalami peningkatan sebesar 12.350.590.000 dari sebesar Rp. 179.209.100.000 menjadi Rp. 191.559.700.000. Maksimum total aset sebesar Rp. 247.678.000.000 dan jumlah minimum Rp. 158.753.000.000. Total aset tertinggi dimiliki oleh Emiten dengan kode AUTO dan terendah dimiliki oleh emiten dengan kode MASA.

Tahun 2014 rata-rata total aset untuk sektor manufaktur mengalami peningkatan sebesar 10,52729 dari sebesar 191.559.700.000 menjadi Rp. 202.087.000.000. Maksimum total aset sebesar Rp 255.768.000.000 dan jumlah minimum Rp. 162.456 .000.000. Total aset tertinggi dimiliki oleh emiten dengan kode AUTO dan terendah dimiliki oleh emiten dengan kode MASA.

Tahun 2015 rata-rata total aset untuk sektor manufaktur mengalami peningkatan sebesar Rp.15.234.760.000 dari sebesar Rp. 202.087.000.000 menjadi Rp. 217.321.800.000. Maksimum total aset sebesar Rp 261.329.000.000 dan jumlah minimum Rp. 16.467 .000.000. Total aset tertinggi dimiliki oleh emiten dengan kode AUTO dan terendah dimiliki oleh emiten dengan kode MASA.

Tahun 2016 rata-rata total aset untuk sektor manufaktur mengalami peningkatan sebesar Rp.14.919.290.000 dari sebesar Rp.217.321.800.000 menjadi Rp. 232.241.100.000 Maksimum total aset sebesar Rp. 279.324.000.000 dan jumlah minimum Rp. 176.240.000.000. Total aset tertinggi dimiliki oleh emiten dengan kode AUTO dan terendah dimiliki oleh emiten dengan kode MASA.

## 2. Total Sales

Tabel 3. Total sales Industri manufaktur tahun 2012-2016

NO	PERUSAHAAN	2012	2013	2014	2015	2016
1	ASII	188,053	193,88	201,93	225,87	240,54
2	AUTO	154,24	132,27	160,65	178,87	201,34
3	BRAM	145,78	165,56	175,54	194,65	215,65
4	GDYR	167,56	179,45	190,37	214,56	227,76
5	IMAS	135,76	153,27	198,54	217,98	230,76
6	INDS	165,32	187,26	191,65	215,87	225,65
7	LPIN	154,32	178,32	181,65	193,27	219,65
8	MASA	184,54	195,27	214,47	221,43	231,76
9	DVLA	132,87	138,65	156,75	171,72	128,87
10	INAF	145,65	149,67	154,95	160,27	17,69
11	KAEF	185,64	195,99	204,76	212,13	226,71
12	KLBF	172,45	185,32	187,65	193,17	217,87
13	PYFA	182,54	193,54	206,65	225,65	227,78
14	TSPC	162,32	171,65	182,54	193,62	209,35
15	ADES	134,65	154,65	168,45	187,39	2011,23
16	MBTO	156,98	165,98	172,31	183,21	202,65
17	TCPI	175,32	187,23	198,34	210,76	214,23
	MAKS	188,053	195,99	214,47	225,87	2011,23
	MIN	132,87	132,27	154,95	160,27	128,87
	MEAN	161,411	162,664	174,844	188,912	200,244
	MEAN 5 THN	177,6164				

Sumber data diolah

Total sales perusahaan yang termasuk dalam industri manufaktur yang listed di Bursa Efek Indonesia dapat dilihat pada tabel 3. *Total sales* sebagai salah satu indikator dari *firm size* (besarnya penjualan perusahaan). Berdasarkan tabel 4.2, total sales perusahaan manufaktur tahun 2012 rata-rata Rp. 179.209.100.000 dengan jumlah maksimum total sales sebesar Rp

221,654.000.000 dan jumlah minimum Rp. 149.651.000.000 Total sales tertinggi dimiliki oleh Emiten dengan kode ASII dan terendah dimiliki oleh emiten dengan kode DVLA.

Tahun 2013 rata-rata total sales untuk sektor manufaktur mengalami peningkatan sebesar Rp. 1.253.092.000 dari sebesar Rp. 161.411.000.000 menjadi Rp. 162.664.000.000 Maksimum total sales sebesar Rp. 195.990.000 dan jumlah minimum Rp. 132,270.000.000. Total sales tertinggi dimiliki oleh Emiten dengan kode MASA dan terendah dimiliki oleh emiten dengan kode AUTO.

Tahun 2014 rata-rata total sales untuk sektor manufaktur mengalami peningkatan sebesar Rp.12.180.000.000 dari sebesar Rp.162.664.000.000 menjadi Rp.174,844.000.000. Maksimum total sales sebesar Rp 214.470.000.000 dan jumlah minimum Rp. 154,95.000.000. Total sales tertinggi dimiliki oleh emiten dengan kode MASA dan terendah dimiliki oleh emiten dengan kode INAF.

Tahun 2015 rata-rata total sales untuk sektor manufaktur mengalami peningkatan sebesar Rp. 14,067.780.000 dari sebesar Rp 174,844 menjadi Rp. 188.912.000.000. Maksimum total sales sebesar Rp. 225.870.000.000 dan jumlah minimum Rp. 160,27 Total aset tertinggi dimiliki oleh emiten dengan kode dan terendah dimiliki oleh emiten dengan kode MASA.

Tahun 2016 rata-rata total aset untuk sektor manufaktur mengalami peningkatan sebesar Rp.14.919.290.000 dari sebesar Rp.217.321.800.000 menjadi Rp. 232.241.100.000 Maksimum total aset sebesar Rp. 279.324.000.000 dan jumlah minimum Rp. 176.240.000.000. Total aset tertinggi dimiliki oleh emiten dengan kode PYFA dan terendah dimiliki oleh emiten dengan kode INAF

### **Variabel Leverage**

#### **1. Total Debt to Total Asset( TDTA)**

Tabel 4. Data Total Debt to Total Asset( TDTA)

NO	PERUSAHAAN	2012	2013	2014	2015	2016
1	ASII	0,48	0,51	0,51	0,52	0,52
2	AUTO	0,15	0,17	0,25	0,26	0,26
3	BRAM	0,82	0,84	0,85	0,86	0,86
4	GDYR	0,54	0,57	0,54	0,56	0,56
5	IMAS	0,63	0,57	0,57	0,59	0,59
6	INDS	0,75	0,71	0,56	0,57	0,65
7	LPIN	0,22	0,29	0,38	0,36	0,36
8	MASA	0,27	0,32	0,38	0,38	0,38
9	DVLA	0,51	0,49	0,55	0,65	0,48
10	INAF	0,75	0,84	0,93	0,92	0,92
11	KAEF	0,31	0,32	0,32	0,35	0,35
12	KLBF	0,69	0,92	0,99	0,89	0,95
13	PYFA	0,69	0,7	0,72	0,73	0,73
14	TSPC	0,91	0,91	0,92	0,92	0,93
15	ADES	0,47	0,57	0,52	0,53	0,56
16	MBTO	0,28	0,33	0,26	0,27	0,27
17	TCPI	0,45	0,44	0,46	0,47	0,47
	MAKS	0,91	0,92	0,99	0,92	0,95
	MIN	0,15	0,17	0,25	0,26	0,26
	MEAN	0,52470588	0,558824	0,571176	0,578235	0,578824
	MEAN 5 THN	0,56235294				

Sumber data diolah

Total Debt to Total asset (TDTA) adalah menunjukkan perbandingan antara jumlah total hutang dengan total aktiva. Berdasarkan tabel 4., TDTA untuk perusahaan sektor manufaktur

tahun 2012 rata-rata 0,56 dengan nilai TDTA tertinggi sebesar 0,91 dimiliki oleh emiten TSPC dan terendah sebesar 0,15 dimiliki AUTO.

Tahun 2013 rata rata TDTA mengalami kenaikan sebesar 0,034 dari 0,52 menjadi 0,55. TDTA 0,55 artinya 0,55 hutang dijamin dengan 1 satuan aktiva. Rasio maksimal sebesar 0,92 dimiliki oleh KLBF dan terendah 0,17 dimiliki oleh AUTO.

Tahun 2014 rata rata TDTA mengalami kenaikan sebesar 0,012 dari 0,56 menjadi 0,57. TDTA 0,57 artinya 0,57 hutang dijamin dengan 1 satuan aktiva. Rasio maksimal sebesar 0,99 dimiliki oleh KLBF dan terendah 0,25 dimiliki oleh AUTO.

Tahun 2015 rata rata TDTA mengalami kenaikan sebesar 0,012 dari 0,56 menjadi 0,57. TDTA 0,57 artinya 0,57 hutang dijamin dengan 1 satuan aktiva. Rasio maksimal sebesar 0,99 dimiliki oleh KLBF dan terendah 0,25 dimiliki oleh AUTO.

Tahun 2016 rata rata TDTA mengalami kenaikan sebesar 0,07 dari 0,571 menjadi 0,578. TDTA 0,578 artinya 0,578 hutang dijamin dengan 1 satuan aktiva. Rasio maksimal sebesar 0,95 dimiliki oleh KLBF dan terendah 0,26 dimiliki oleh AUTO.

## 2. Total Debt to Total Equity (TDTE)

Tabel 5. Data Total Debt to Total equity (TDTE)

NO	PERUSAHAAN	2012	2013	2014	2015	2016
1	ASII	1,1	1,02	1,03	1,02	1,04
2	AUTO	0,19	0,21	0,33	0,32	0,34
3	BRAM	4,71	5,17	5,67	5,68	5,68
4	GDYR	1,18	1,32	1,2	1,5	1,32
5	IMAS	2,01	1,32	1,34	1,34	1,35
6	INDS	2,93	2,43	1,27	1,28	1,29
7	LPIN	0,28	0,41	0,61	0,63	0,63
8	MASA	0,38	0,47	0,62	0,64	0,64
9	DVLA	1,22	0,96	1,20	1,24	1,24
10	INAF	4,06	5,26	14,29	3,2	3,6
11	KAEF	0,46	0,43	0,48	0,52	0,54
12	KLBF	2,27	11,94	12,9	13,2	11,5
13	PYFA	2,51	2,38	2,55	3,12	3,14
14	TSPC	10,85	10,33	12,2	13,2	11,7
15	ADES	0,89	1,3	1,1	1,5	1,7
16	MBTO	0,41	0,41	0,43	0,43	0,41
17	TCPI	0,81	0,79	0,84	0,84	0,81
	MAKS	10,85	11,94	14,29	13,2	11,7
	MIN	0,19	0,21	0,33	0,32	0,34
	MEAN	2,13294118	2,714706	2,697647	2,92117647	2,760588
	MEAN 5 THN	2,64541176				

Sumber data diolah

Total Debt to Total Equity (TDTE) adalah menunjukkan perbandingan antara jumlah total hutang dengan total modal sendiri (equity). Berdasarkan tabel 5., TDTE untuk perusahaan sektor manufaktur tahun 2012 rata-rata 2,13 dengan nilai TDTE tertinggi sebesar 10,85 dimiliki oleh emiten TSPC dan terendah sebesar 0,19 dimiliki AUTO.

Tahun 2013 rata rata TDTE mengalami kenaikan sebesar 0,58 dari 2,13 menjadi 2,71. TDTE 2,71 artinya 2,71 hutang dijamin dengan 1 satuan modal sendiri. Rasio maksimal sebesar 11,94 dimiliki oleh KLBF dan terendah 0,19 dimiliki oleh AUTO.

Tahun 2014 rata rata TDTE mengalami penurunan sebesar 0,17 dari 2,71 menjadi 2,69. TDTE 2,69 artinya 2,69 hutang dijamin dengan 1 satuan modal sendiri. Rasio maksimal sebesar 14,29 dimiliki oleh KLBF dan terendah 0,33 dimiliki oleh AUTO. Tahun 2015 rata rata TDTE mengalami kenaikan sebesar 0,22 dari 2,69 menjadi 2,92. TDTE 2,92 artinya 2,9 hutang dijamin

dengan 1 satuan modal sendiri. Rasio maksimal sebesar 13.2 dimiliki oleh TSPC dan terendah 3,2 dimiliki oleh AUTO.

Tahun 2016 rata rata TDTE mengalami penurunan sebesar 0,16 dari 2,92 menjadi 2,76. TDTE 2,76 artinya 2,76 hutang dijamin dengan 1 satuan modal sendiri. Rasio maksimal sebesar 11,7 dimiliki oleh TSPC dan terendah 0,34 dimiliki oleh AUTO.

**Variabel Firm Risk**

Tabel 6. Data Standar Deviasi ROA

NO	PERUSAHAAN	2012	2013	2014	2015	2016
1	ASII	0,24	0,32	0,27	0,42	0,35
2	AUTO	0,35	0,38	0,25	0,45	0,32
3	BRAM	0,45	0,25	0,28	0,31	0,32
4	GDYR	0,36	0,26	0,32	0,32	0,21
5	IMAS	0,24	0,28	0,26	0,29	0,31
6	INDS	0,32	0,35	0,28	0,35	0,25
7	LPIN	0,26	0,29	0,32	0,45	0,46
8	MASA	0,35	0,32	0,41	0,24	0,43
9	DVLA	0,39	0,25	0,28	0,29	0,34
10	INAF	0,25	0,36	0,45	0,25	0,32
11	KAEF	0,41	0,32	0,38	0,28	0,31
12	KLBF	0,21	0,28	0,29	0,35	0,26
13	PYFA	0,27	0,27	0,32	0,35	0,27
14	TSPC	0,28	0,31	0,33	0,21	0,32
15	ADES	0,24	0,27	0,32	0,35	0,25
16	MBTO	0,25	0,28	0,31	0,34	0,36
17	TCPI	0,27	0,29	0,32	0,34	0,29
		5,14	4,76	5,39	6,4	5,37
	MAKS	0,45	0,38	0,45	0,45	0,46
	MIN	0,21	0,25	0,25	0,21	0,21
	MEAN	0,30235294	0,28	0,317059	0,3766	0,315882
	MEAN 5 THN	0,996				

Sumber data diolah

Standar deviasi ROA adalah (SDROA) adalah menunjukkan perbandingan dispersi ROA terhadap rata-rata ROA. Berdasarkan tabel 6., SDROA untuk perusahaan sektor manufaktur tahun 2012 rata-rata 0,302 dengan nilai SDROA tertinggi sebesar 0,45 dimiliki oleh emiten BRAM dan terendah sebesar 0,21 dimiliki KLBF.

Tahun 2013 rata rata SDROA mengalami penurunan sebesar 0,022 dari 0,302 menjadi 0,28 artinya terjadi dispersi sebesar 28 persen terhadap rata-rata ROA. Rasio maksimal sebesar 0,38 dimiliki oleh AUTO dan terendah 0,28 dimiliki oleh IMAS dan KLBF.

Tahun 2014 rata rata SDROA mengalami kenaikan sebesar 0,037 dari 0,28 menjadi 0,317 artinya terjadi dispersi sebesar 31,7% terhadap rata-rata ROA. Rasio maksimal sebesar 0,45 dimiliki oleh INAF dan terendah 0,25 dimiliki oleh AUTO.

Tahun 2015 rata rata SDROA mengalami kenaikan sebesar 0,059 dari 0,317 menjadi 0,376. Rasio maksimal sebesar 0,45 dimiliki oleh LPIN dan terendah 0,21 dimiliki oleh TSPC.

Tahun 2016 rata rata SDROA mengalami penurunan sebesar 0,061 dari 0,376 menjadi 0,315. Rasio maksimal sebesar 0,46 dimiliki oleh LPIN dan terendah 0,21 dimiliki oleh GDYR.

Tabel 7. Data Standar deviasi ROE

NO	PERUSAHAAN	2012	2013	2014	2015	2016
1	ASII	0,182	0,211	0,192	0,232	0,241
2	AUTO	0,212	0,183	0,171	0,225	0,186
3	BRAM	0,253	0,192	0,184	0,213	0,224
4	GDYR	0,191	0,231	0,187	0,192	0,175
5	IMAS	0,167	0,175	0,187	0,195	0,143
6	INDS	0,145	0,184	0,194	0,212	0,196
7	LPIN	0,155	0,234	0,165	0,176	0,198
8	MASA	0,187	0,185	0,193	0,197	0,195
9	DVLA	0,187	0,176	0,184	0,198	0,176
10	INAF	0,175	0,198	0,187	0,192	0,198
11	KAEF	0,198	0,167	0,198	0,198	0,145
12	KLBF	0,188	0,185	0,197	0,198	0,165
13	PYFA	0,198	0,185	0,175	0,165	0,198
14	TSPC	0,213	0,212	0,156	0,134	0,212
15	ADES	0,212	0,231	0,195	0,187	0,187
16	MBTO	0,213	0,223	0,213	0,145	0,198
17	TCPI	0,192	0,165	0,132	0,175	0,187
		3,268	3,337	3,11	3,234	3,268
	MAKS	0,253	0,234	0,213	0,232	0,241
	MIN	0,145	0,165	0,132	0,134	0,145
	MEAN	0,19223529	0,196294	0,182941	0,190235	0,19223529
	MEAN 5 THN	0,19027059				0,19027059

Sumber data diolah

Standar deviasi ROE adalah (SDROE) adalah menunjukkan perbandingan dispersi ROE terhadap rata-rata ROE. Berdasarkan tabel 4.6., SDROE untuk perusahaan sektor manufaktur tahun 2012 rata-rata 0,192 dengan nilai SDROE tertinggi sebesar 0,253 dimiliki oleh emiten BRAM dan terendah sebesar 0,145 dimiliki INDS.

Tahun 2013 rata rata SDROE mengalami peningkatan sebesar 0,004 dari 0,192 menjadi 0,196 artinya terjadi dispersi sebesar 19,6 persen terhadap rata-rata ROE. Rasio maksimal sebesar 0,23 dimiliki oleh LPIN dan terendah 0,165 dimiliki oleh TCPI.

Tahun 2014 rata rata SDROE mengalami penurunan sebesar 0,011 dari 0,196 menjadi 0,182 artinya terjadi dispersi sebesar 18,2 % terhadap rata-rata ROE. Rasio maksimal sebesar 0,213 dimiliki oleh MBTO dan terendah 0,132 dimiliki oleh TCPI.

Tahun 2015 rata rata SDROE mengalami kenaikan sebesar 0,008 dari 0,182 menjadi 0,190. Rasio maksimal sebesar 0,232 dimiliki oleh ASII dan terendah 0,134 dimiliki oleh TSPC.

Tahun 2016 rata rata SDROE mengalami kenaikan sebesar 0,002 dari 0,190 menjadi 0,192. Rasio maksimal sebesar 0,242 dimiliki oleh ASII dan terendah 0,145 dimiliki oleh KAEF.

Tabel 8. Tabel Rata-rata TA,TS, TDT,TDTE, SDROA daan SDROE  
 Industri manufaktur 2012-2016

NO	MEAN	2012	2013	2014	2015	2016
1	TOTAL ASSET	179,2091	191,5597	202,087	217,3218	232,2411
2	TOTAL SALES	161,411	162,664	174,844	188,912	200,244
3	TDTA	0,52470588	0,558824	0,571176	0,578235	0,578824
4	TDTE	2,13294118	2,714706	2,697647	2,92117647	2,760588
5	SDROA	0,30235294	0,28	0,317059	0,3766	0,315882
6	SDROE	0,19223529	0,196294	0,182941	0,190235	0,19223529

Berdasarkan tabel 8. maka dapat dijelaskan bahwa firm size dengan indikator Total asset dan Total sales mengalami *trend* yang meningkat artinya industri manufaktur tersebut tersebut selama 5 tahun menunjukkan ukuran perusahaan semakin besar. *Leverage*, dari tabel 4.7 juga dapat dijelaskan bahawa dengan indiktor TDTA dan TDTE menunjukkan *trend* yang semakin meningkat, artinya bahwa industri manufaktur tersebut semakin banyak dibiayai dari hutang

Risiko bisnis, dari tabel 4.7. dapat dijelaskan bahwa dengan indikator SDROA dan SDROE mengalami trend meningkat, meskipun ada penurunan di tahun 2013 untuk SDROA dan di tahun 2014 untuk SDROE.

## KESIMPULAN

Dari analisis deskriptif tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan (firm size) maka *leverage* juga semakin meningkat, hal ini mendukung teori *Trade-off theory* (Modigliani & Miller,1958) dan penelitian dari Ali (2011), Alnajjar & Taylor (2008) dan Sheikh & Wang (2011) menggunakan *trade-off theory* untuk menjelaskan pengaruh positif yang signifikan variabel *firm size* terhadap *leverage* perusahaan

*Firm size* yang semakin besar ,maka risiko perusahaan (*firm risk*) juga semakin besar. Hal ini mendukung teori *Signaling theory* (Spence,1973) mengasumsikan bahwa perusahaan besar akan memberikan sinyal kemampuan untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar dari pada perusahaan kecil sehingga akan menyebabkan risiko perusahaan yang lebih kecil dan penelitian dari Ziarko (2015) dan Olioui, *et al.* (2015).

*Leverage* yang semakin besar , maka risiko perusahaan (*firm risk*) juga semakin besar. Hal ini mendukung teori *Signaling theory* (Spence, 1973) dan penelitian dari Alaghi (2011), Bhatti, *et al.* (2010), Ramadhan (2012) , Iqbal & Shah (2012) menggunakan *signaling theory* (Spence,1973) untuk menjelaskan pengaruh dari *leverage* terhadap *firm risk*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alioui, S., Xiao, B. & Chaibi, A. (2015). On the Impact of Firm Size On Risk And Return : Fresh Evidence From the American Stock Market Over The Recent Years, The Journal of Applied Business Research, Januari/february, Volume 31, number 1, 29-35
- Alaghi, K. (2011). Financial Leverage and Systematic Risk, African Journal of Business Management, August, Volume 5 (15), pp.6648-6650, DOI : 10.5897/AJBM11.335
- An, Y. (2011). The Effects of Industry Type, Company Size and Performance on Chinese Companies' IC Disclosure : A Research Note, Australian Accounting, Business and Finance Journal, Vol 5, p.107-116
- Beaver, W., Kettler, P. & Scholes, M. (1970), The Association Between Market determined and Accounting determined Risk Measures, Accounting Review, pp 654-681.
- Bhatti, A., Majeed, K., Rehman, I. & Khan, W. (2010). Affect of Leverage on Risk and Stock Returns: Evidence From Pakistani Companies, International Research Journal of Finance and Economics, December, issue 58, p.32-49

- Bruggen, A., Vergauwen, P. & Dao, M. (2009). Determinants of Intellectual Capital Disclosure : Evidence From Australia, *Management Decision*, Vol 47, No 2, pp.233-245, Emerald Group Publishing Limited 0025-1747, DOI 10.1108/00251740910938894
- Bromiley, P. (1991). Testing a Causal Model of Corporate Risk taking and Performance, *Academy of Management Journal*, Vol 34, no 1, p.37-59., [www.jstor.org/stable/256301](http://www.jstor.org/stable/256301)
- Bontis, N. (2001). Assessing knowledge assets : a review of the models used to measure intellectual capital, *International Journal of Management Reviews*, Vol 3, issue 1, pp.41-60
- Bontis, N., Keow, W.C. & Richardson, S. (2000). Intellectual Capital and Business performance in Malaysian Industry, *Journal of Intellectual Capital*, researchgate, pp.1-17 , DOI : 10.1108/14691930010324188.
- Bozzolan, S., Fafotto F, F. & Ricceri, F. (2003). Italian Annual Intellectual Capital disclosure, an Empirical Analysis, *Journal of Intellectual Capital*, vol 4. No 4 , pp . 553-548, Emerald Group Publishing Limited, DOI 10.1108/1469193031054554
- Bukh, P.N., Nielsen, C., Gormsen, P. & Mouritsen, J. (2005). Disclosure of Information on Intellectual Capital in Danish IPO Prospectus, *Vo. 18, No. 6*, pp.713-732, Emerald Group Publishing Limited 0951-3574, DOI 10.1108/09513570510627685
- Deephouse, D. & Wiseman, R. (2000). Comparing alternative Explanations for accounting risk-return relations, *Journal of economic behaviour & Organization*, Vol. 42, Elsevier.
- Ferreira, A.L., Branco, M.C. & Moreira, J.A. (2012). Factor Influencing Intellectual Capital Disclosure by Portuguese Companies, *International Journal of Accounting and Financial reporting*, vol.2, no 2, pp.278-298, DOI: 10.5296/ijaf.v2i2.2844
- Firer, S. & Williams, S.M. (2005). Firm ownership Structure and Intellectual Capital Disclosure, *South African journal of accounting Research*, vol 19, no 1, pp 1-18, DOI 10.1080/10291954.2005.11435116
- Gadhoom, Y. & Ayadi, M.A. (2003). Ownership Structure and Risk : A Canadian Empirical Analysis, *Quarterly Journal of Business and Economic*, Vol 42, No 1/2, pp. 19-39, [www.jstor.org/page/info/about/policies/terms.jsp](http://www.jstor.org/page/info/about/policies/terms.jsp)
- Hidalgo, Garcia-meca, E. & Martinez, I. (2010). Corporate Governance and Intellectual Capital Disclosure, *Journal of Business Ethics* 100, pp. 483–495 , Springer DOI 10.1007/s10551-010-0692-x
- Indrajaya, g., Herlina, Setiadi, R. (2011). Pengaruh Struktur Aktiva, Ukuran Perusahaan, Tingkat Pertumbuhan, Profitabilitas dan Risiko Bisnis Terhadap Struktur Modal: Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Listing di Bursa Efek Indonesia Periode 2004-2007, *Akurat Jurnal Ilmiah Akuntansi Nomor 06 Tahun ke-2 September-Desember*.
- Iqbal, M.J. & Shah, S. Z. (2012). Determinants of Systematic Risk, *The Journal of Commerce*, vol 4, No 1, pp.47-56
- Jahmani, Y. & Ansari, M. (2006). Managerial ownership, Risk and Corporate, *International Journal of Commerce and Management*, vol 16, iss 2, pp. 86-94, Emerald Group Publishing Limited , DOI : 10.1108/10569210680000209
- Jensen, M. & Meckling, W. (1976). The Theory of The Firm: Managerial behaviour, Agency cost and Ownership structure, *Journal of Financial Economics* 3 ,pp. 305-360. Q North-Holland Publishing Company
- Kale, J., Noe, T. & Ramirez, G. (1991), The Effect of Business Risk on Corporate Capital Structure: Theory and Evidence, *The Journal of Finance*, Vol XLVI, NO. 5 \*, Desember
- May, D. (1995). Do Managerial Motives Influence Firm Risk Reduction Strategies?, *The Journal of Finance* , Vol 1, No 4.
- Mouritzen, J., Bukh, P. & Marr, B. (2004), "Reporting on intellectual capital: why, what and how?", *Measuring Business Excellence*, Vol. 8 Iss 1 pp. 46 – 54, Emerald Group Publishing Limited DOI : 10.1108/13683040410524739

- Nulla, Y. (2013). A Myth vs. Fact, the influence of Firm Size on CEO Cash Compensation: A Longitudinal Study, *Journal of Management Policies and Practices*, Vol. 1 No. 2, December ,
- Mahdavi, G.,Maharlouie, M.M.,Sarikhani, M. & Ebrahimi, F. (2012). The Impact of Institutional Ownership on Risk-Taking Behaviours, *African Journal of Business Management*,Vol. 6(120,
- Morariu, C.M. (2013). The Determinants of Intellectual Capital Disclosure : evidence from Romania, *Accounting in Central and Eastern Europe*, research in Accounting in Emerging Economies, Vol 13, pp. 163-186, Emerald Group Publishing Limited ,DOI : 10.1108/S1479-3563 (2013)0000013012
- Orlitzky, M. & Benjamin,j. (2001). *Firm Risk: A Meta-Analytic Review*, *Business and Society*, Volume 40, Number 4, December, pp.365-397.
- Ousama,A.A., Fatima, A.H. & Majdi, A.R. (2012). Determinants of Intellectual capital Companies, *Journal of Accounting in Emerging Economies*, Vol 2, No 2,pp.119-139, Emerald Group Publishing Limited 2042-1168, DOI 10.1108/20421161211229808
- Sadeli, Suhadak, Dzulkhirom, M. & Rahayu, S.M. (2016). Influence of Corporate Governance and) (ISSN: Ownership Structure towards Capital Structur Intellectual Capital Disclosure, Cost of Capital and Corporate Performance: A Study in Fortune Indonesia Magazine Top 100 Companies listed in Indonesian Stock Exchange, *International Journal of Management and Administrative Sciences (IJMAS2225-7225)* Vol. 3, No. 10, (83-97).
- Sallebrant, T.,Hansen, J.,Bontis, N. & Bang, P.H. (2007) managing risk with Intellectual Capital Statements, *Management Decision*, Vol.45, No 9, pp.1470-1483, Emerald Group Publishing Limited 0025-1747,DOI 10.1108002517407108287ourth Edition,,john Wiley & Sons, Inc.
- Suhadak,& Darmawan. (2011).Pemikiran kebijakan manajemen Keuangan, CV. Okani Bukaka, Malang.
- Sekaran, U. (2003). Research methode For Business A Skill Building Approach,Fort
- Ramadhan, Z. (2012) Does leverage Always mean Risk ? Evidence From ASE, *International Journal of economics and Finance*,Vol.4, No 12,pp 150-158
- Taliyang, S.M., Latif R.,A. & Mustafa N.,H. (2011). The determinant of intellectual Capital Disclosure Among Malaysia Listed Companies, *International Journal of Management and Marketing research*, Vol 4,No 3, pp.25-33
- Wenerfelt,B. & Amit, R. (1990). Why Do Firms Reduce Business Risk?, *The Academy of Management Journal*, Vol. 33, No. 3 (Sep., 1990), pp. 520-533.
- Whitting, R.,H. & Woodcock, J. (2011). Firm Characteristics and Intellectual Capital Disclosure by Australian Companies,*Journal of Human resource Costing & Accounting*, vol 15, No 2, pp102-126, Emerald Group Publishing Limited 1401-338X,DOI :10.1108/1401338111111157337
- Ziarko, A.R. (2015). The Influence of Profitability Ratios and Company size on Profitability and investment Risk in the capital Market, *Folia Oeconomica Stetinensia*, DOI 10.1515/fofi-2015-0025

## **KETERHUBUNGAN STRATEGI BISNIS DAN STRATEGI RANTAI PASOK SEBERAPA PENTING?**

**Titik Kusmantini**

Department of Management, Faculty of Economic and Business, UPN “Veteran” DIY, Indonesia  
Email: [titik.kusmantini@upnyk.ac.id](mailto:titik.kusmantini@upnyk.ac.id)

### **ABSTRAK**

*Tujuan* - Tujuan dari makalah ini adalah menyajikan kajian literatur tentang karakteristik pengembangan strategi rantai pasok (SRP), dengan dilengkapi kerangka kerja yang sistematis untuk proses perumusan SRP yang efektif. Dalam rangka penciptaan kinerja bisnis yang lebih baik perlu upaya menciptakan keterhubungan Strategi Bisnis dan SRP.

*Disain/Methodologi/Pendekatan* – Artikel ini merupakan kajian literatur tentang penelitian-penelitian terdahulu yang mengeksplorasi konsep-konsep keterhubungan ataupun mislink strategi bisnis dengan strategi fungsional, khususnya SRP. Maka akan dipetakan penelitian-penelitian strategi perusahaan dalam empat jenjang strategi yakni strategi jaringan, strategi bersaing/bisnis, strategi unit bisnis dan strategi fungsional sebagai dasar mempreposisi tentang pentingnya keterhubungan strategi bisnis dan SRP.

*Temuan*- Hasil pemetaan literatur mengidentifikasi bahwa SRP merupakan implementasi strategi di tingkat fungsional perusahaan, sebagian besar peneliti telah mengembangkan pentingnya keterhubungan lintas fungsi namun keterhubungan strategi bisnis dengan strategi unit bisnis, strategi ditingkat jaringan ataupun di tingkat fungsional seperti SRP belum ditemukan.

*Implikasi Praktis* – Hubungan konseptual tentang keterhubungan strategi bisnis dengan SRP diyakini akan mampu menciptakan kinerja lebih baik. Kerangka perbaikan kinerja yang dapat dijadikan panduan bagi manajer untuk memtransasikan visi misi perusahaan ke dalam program dan aksi kegiatan yang selaras di tingkat fungsional. Pentingnya kesepahaman keputusan strategik antara pimpinan manajemen puncak dan manajer fungsional.

*Orisinalitas* – Pengelompokan jenjang strategi yang jelas dan mekanisme menciptakan keterhubungan strategi perusahaan dapat sebagai acuan bagi peneliti yang akan datang untuk menguji konsep derajat kesesuaian strategi bisnis dengan SRP pada kinerja.

**Kata Kunci:** Kinerja perusahaan, Strategi Bisnis, Strategi Rantai Pasok, Tidak ada keterhubungan (missing-link), Jenjang strategi.

### **A. PENDAHULUAN**

Globalisasi dan perkembangan teknologi berdampak pada situasi persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Keberlanjutan perusahaan dapat dicapai melalui pengembangan kemampuan dalam merespon perubahan pasar secara cepat. Strategi dipandang sebagai satu panduan arah bagi perusahaan dalam rangka memenangkan persaingan. Porter (1996) menjelaskan tentang esensi strategi sebagai sekumpulan panduan arah bagi perusahaan dalam rangka memilih aktifitas bisnis

yang mampu menghasilkan cara dan produk yang berbeda dengan pesaingnya. Sementara Presutti dan Mawhinney (2007) menjelaskan tentang esensi SRP sebagai satu cara untuk mendorong kemampuan praktik pengelolaan rantai pasokan produk yang mampu menopang posisi bersaing perusahaan. Dari penjelasan esensi strategi bisnis dan SRP tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa keterhubungan antara strategi bisnis dan SRP mencerminkan adanya pemilahan kendali antara eksekutif senior perusahaan dengan manajer rantai pasok dan penciptaan kinerja yang lebih baik membutuhkan kemampuan pengembangan satu set kompetensi manajerial strategis yang dapat mendukung posisi bersaing perusahaan.

Di satu sisi, hal ini sering tidak jelas apa yang menjadi keputusan pimpinan perusahaan, terlebih ketika perusahaan melakukan difersifikasi dan memiliki lebih dari satu unit bisnis sebagai permasalahan strategis yang perlu dipertanyakan. Misalkan saja ketika perusahaan memiliki program untuk melakukan pemangkasan biaya total perusahaan maka mereka seharusnya melihat komponen biaya lintas sektor, namun faktanya inisiasi bisnis sering tumpang tindih. Padahal kenyataan lain, umumnya perusahaan menggunakan sumber secara kolaboratif. Dengan demikian, proses pengelolaan rantai pasokan produk menjadi lebih kompleks dan pemasok perlu untuk melakukan konsolidasi dan mengupayakan agar komponen yang akan dibeli sebisa mungkin harus dibuat terstandar. Untuk kasus perusahaan yang multi bisnis ini maka keberpihakan kegiatan rantai pasokan harus bisa mengurai secara jelas konsolidasi di tingkat jaringan, konsolidasi di tingkat unit bisnis ataupun konsolidasi ditingkat fungsional sebagai sumber atau fungsi pembelian itu sendiri. Maka sangat penting untuk mengidentifikasi apa-apa saja yang menjadi tugas manajer rantai pasok, seandainya perusahaan memiliki pemikiran strategis maka efisiensi rantai pasok akan menciptakan efisiensi logistik dan memangkas waktu proses pengiriman produk ke pasar ataupun kemampuan merespon perubahan kebutuhan pelanggan secara cepat (Autry et al, 2008).

Peran strategi rantai pasok dianggap sebagai pengetahuan baru dalam domain penelitian terkini mengingat relevansi strategi rantai pasokan meningkat seiring dengan berkembangnya jaringan bisnis antar perusahaan dan meningkatnya kegiatan usaha lintas sektoral (Hoffman, 2010). Saat ini juga fungsi SCM dan saling ketergantungan strategi rantai pasok dengan bidang lain dan strategi perusahaan telah mendorong banyak akademisi untuk menelitinya (baier et al, 2008; Hoffman, 2010; Kusmantini et al, 2018).

Peneliti menggunakan istilah konseptual dan eksploratif untuk menggabungkan informasi dari berbagai sumber teoritis dan praktis dalam rangka merumuskan preposisi yang kemudian nantinya akan memberikan kontribusi pada pengembangan teori. Makalah ini menyajikan analisis penelitian yang ada dan menghasilkan sebuah kerangka konseptual tentang keterhubungan strategi bisnis dan SRP. Tetapi tidak ada data yang akan dikumpulkan dan tidak ada pengujian proposisi (lebih menekankan pengembangan teori daripada pengujian teori). Dengan mengadopsi beberapa konsep dan pendekatan beberapa teori di bidang SCS maka peneliti mengajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

**RQ1. Bagaimana kerangka kerja pengembangan keterhubungan strategi bisnis dengan SRP yang koheren dan diyakini akan berpengaruh pada peningkatan kinerja perusahaan.**

Hal ini sejalan dengan pemikiran Skinner (1969) yang menyatakan tentang konsep missing link strategi bisnis dengan strategi manufaktur yang juga berdampak pada kinerja perusahaan yang buruk. Untuk itu penelitian ini bertujuan untuk mengurai tentang seberapa penting dan posisi SRP dalam hirarki strategi perusahaan. Tujuan dari makalah ini adalah untuk

memberikan landasan teoritis untuk meningkatkan dasar pemahaman yang berkaitan dengan integrasi strategi perusahaan dengan SCM. Untuk menjawab pertanyaan penelitian makalah ini disajikan dalam empat bagian, bagian pertama menjelaskan konsep dasar strategi rantai pasok dan dalam berbagai tingkatan interaksinya dengan strategi bersaing. Bagian kedua menyajikan literatur untuk memperoleh gambaran secara lengkap tentang SRP dan munculnya celah penelitian dibidang SRP. Ketiga sajikan diskusi tentang gap yang ada dalam literatur untuk membuka jalan dalam membangun teori berikutnya dalam bentuk kerangka konseptual. Bagian keempat membahas keterkaitan strategi perusahaan dengan SRP. Diskusi diakhiri dengan menyajikan proposisi untuk penelitian yang akan datang. Akhirnya, kesimpulan singkat disajikan dan celah penelitian di masa yang akan datang juga diulas.

## **B. KAJIAN TEORI**

### **1. Strategi Bisnis**

Strategi dapat digambarkan sebagai satu cara untuk penciptaan dan eksploitasi potensi sukses dan secara signifikan akan mempengaruhi pertumbuhan perusahaan (porter, 1996; Grant, 2002). Tanpa strategi, keputusan jangka pendek perusahaan akan bertentangan dengan tujuan jangka panjang perusahaan (Brown dan Blackmon, 2005). Untuk hal itulah, teori manajemen strategi akan membedakan berbagai tingkatan strategi. Proses pembuatan strategi akan berkontribusi pada keunggulan bersaing perusahaan (Venkantraman, 1986; Huff et al, 2008; Hoffman, 2010). Hoffman (2010) menjelaskan empat jenjang strategi yakni: (1) *Network strategy* yang mencerminkan tentang rutinitas kegiatan bisnis antar organisasi yang memerlukan pengembangan kapabilitas pengelolaan sumber daya yang terintegrasi; (2) *Competitive Strategy* atau strategi bersaing/strategi bisnis yaitu satu cara untuk mengidentifikasi unit usaha organisasi di industri mana akan mampu bersaing dan untuk mengalokasikan sumber daya perusahaan untuk unit usaha tersebut (Bowman dan Helfat, 2001); (3) *Unit Business Strategy* atau strategi unit bisnis lebih mengutamakan tentang bagaimana cara perusahaan menciptakan keunggulan bersaing dan Hofmann mendefinisikan strategi unit bisnis sebagai kemampuan perusahaan untuk melakukan kegiatan ekonomi yang saling terkait dengan biaya total yang lebih rendah dari para pesaing perusahaan, atau digunakan untuk melakukan beberapa kegiatan dengan cara-cara yang unik dalam menciptakan nilai bagi pelanggan akhir; dan (4) *Functional Strategy* atau strategi fungsional yaitu cara untuk menekankan pada kegiatan operasional perusahaan seperti kegiatan pembelian, produksi, distribusi dan logistik, ataupun kegiatan pendukung misalnya seperti sumber daya manusia, pemasaran ataupun teknologi informasi.

Di satu sisi, fokus dan tujuan penyusunan strategi bervariasi dalam tingkatan yang beragam, namun disisi lain setiap tingkatan strategi akan mempunyai hubungan timbal balik. Kesesuaian strategi antara aspek internal organisasi (jaringan, perusahaan atau unit bisnis) dan lingkungan eksternal akan menentukan keunggulan bersaing. Kathuria et al (2007) juga menjelaskan tentang pentingnya hirarki kesesuaian strategi dalam 3 bentuk kesesuaian strategi, yakni kesesuaian secara vertikal (*vertical fit*); kesesuaian secara horisontal (*horizontal/lateral fit*) dan kesesuaian dalam fungsi atau disebut *intra-fit*. Pengujian keterhubungan strategi dengan strategi di level lebih bawah mencerminkan adanya keterhubungan koordinasi secara vertikal, sementara keterhubungan koordinasi lintas fungsi mencerminkan keterhubungan secara horisontal. Makalah ini dimaksudkan untuk mengevaluasi sejauhmana keterhubungan koordinasi

anatar eksekutif senior dengan manajer fungsional khususnya manajer rantai pasok akan mampu menciptakan kinerja yang lebih baik, sejalan dengan konsep kesesuaian strategi yang dikemukakan oleh Van De ven, 1985; Venkantraman, 1986).

## **2. Strategi Rantai Pasok**

Christoper (2000) mendefinisikan konsepsi strategi rantai pasok sebagai sekumpulan program dan aksi strategik disepanjang rantai pasok yang mampu menciptakan rekonsiliasi antara apa yang menjadi kebutuhan pelanggan dengan sejauhmana kemampuan sumber daya yang terdapat disepanjang rantai pasok tersebut. Adapun karakteristik strategi rantai pasok tangkas atau disebut *Agile Supply Chain Strategy (ASC Strategy)* menurut Christoper akan tercermin ketika setiap entitas dalam rantai pasok terlibat dalam proses rantai pasokan khususnya terlibat pada kompleksitas keputusan strategik yang terkait dengan keputusan tentang pencitraan, kualitas produk, konfigurasi produk, struktur manajemen dan keseimbangan proses pasokan. Sementara definisi konsepsi SRP juga dikemukakan oleh Chopra dan Meindl (2004) yaitu satu cara atau panduan dalam mengelola aktivitas rantai pasok yang mencakup aktifitas pengelolaan persediaan, konfigurasi pengembangan produk, distribusi/pengiriman, pemasaran dan pelayanan purna jual yang terintegrasi dalam rangka memaksimalkan keuntungan semua pihak yang berkepentingan.

Power *et al.* (2001) juga mengidentifikasi sejumlah faktor-faktor kritis yang membuat perusahaan sukses adopsi strategi rantai pasok “tangkas” antara lain: (1) perusahaan fokus pada kepuasan pelanggan; (2) perusahaan kombinasikan *soft* dan *hard methodologies* untuk dapat memenuhi persyaratan keinginan pelanggan; (3) memiliki dukungan pemasok yang lebih besar dalam menciptakan kepuasan pelanggan, dukungan yang besar tercermin dengan mekanisme sistem manajemen rantai pasok yang terintegrasi; (4) perusahaan lebih mampu menciptakan keunikan produk melalui inovasi pengembangan produk secara kolaboratif; (5) dalam upaya pengembangan produk baru didukung penerapan teknologi yang canggih dan sistem perbaikan kualitas secara berkelanjutan sesuai dengan persyaratan kebutuhan pelanggan.

Sementara tipe strategi rantai pasok ramping atau disebut *Lean Supply Chain Strategy (LSC strategy)* dikembangkan oleh beberapa peneliti seperti Womack dan Jones (1996); Cudney dan Erol (2011), ciri untuk bisa ramping dapat dicapai karena seluruh entitas bisnis yang terkait dalam proses rantai pasokan difokuskan pada tujuan pemuasan pelanggan melalui aktivitas-aktivitas penciptaan nilai tambah berkelanjutan. Cudney dan Erol (2011) mengidentifikasi tujuh hal yang sering memicu pemborosan praktik pengelolaan rantai pasok yakni: kapasitas produksi berlebih; penundaan pengiriman; persediaan berlebih; tambahan waktu pemrosesan; waktu tunggu, motivasi kerja *shop floor* yang rendah dan produk cacat. Peneliti juga menemukan beberapa sumber pemicu pemborosan di berbagai fungsional seperti fungsi pengadaan bahan, teknikal mesin, tagihan, pengendalian persediaan, pengiriman pesanan, penjadwalan, akuntansi dan fungsi penjualan.

## **C. RANCANGAN METODOLOGI**

Penelusuran makalah penelitian terdahulu menggunakan kata kunci dalam penelusuran makalah yakni “supply chain strategy” “network and supply chain”, “the impact of supply chain strategy on performance”. Jurnal dipilih adalah jurnal yang bereputasi dengan memasukan ke host mesin pencari EBSCO ([www.ebscohost.com](http://www.ebscohost.com)) dan dipilih 8 jurnal bereputasi serta mengidentifikasi sejumlah 48 paper yang relevan dengan kata kunci.

## **D. DISKUSI**

### **1. Gap penelitian Kesesuaian Kelompok *Prospector* fit dengan *Agile***

Stank *et al.* (2005) menekankan bahwa tujuan SCM adalah strategi penciptaan keuntungan yang berbeda dengan pesaingnya karena kemampuan perusahaan dalam penciptaan nilai ke pelanggan akhir mereka. Peran SRP dianggap sebagai pengetahuan baru dalam domain penelitian terkini mengingat relevansi SRP meningkat seiring dengan berkembangnya jaringan bisnis antar perusahaan dan meningkatnya kegiatan usaha lintas sektoral. Saat ini juga fungsi SCM dan topik penelitian SRP dengan strategi bersaing perusahaan telah mendorong banyak akademisi untuk menelitinya. Hoffman (2010) menjelaskan sebuah kerangka konseptual tentang pentingnya keselarasan hubungan antara SRP dengan strategi bersaing perusahaan. Hoffman mempunyai asumsi bahwa SCM harus selaras dengan strategi perusahaan agar dapat berkontribusi pada keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Seperti pendapat Skinner (1969) yang telah menulis adanya *missing link manufacturing* dengan strategi bisnis, juga telah menginspirasi penelitian Hoffman (2010) untuk mengajukan preposisi penelitian tentang pentingnya kesesuaian hubungan secara vertikal antara SCS dengan strategi bisnis mengingat SCS dan strategi manufaktur sama-sama sebagai strategi di level fungsional.

Hal senada juga dikemukakan oleh Kim (2006a) yang menyatakan bahwa perkembangan literatur manajemen strategis telah lama menekankan pentingnya hubungan antara strategi tingkat korporasi dan fungsional untuk kinerja perusahaan. Beberapa penelitian seperti Cool dan Schendel (1988); Lawless *et al.* (1989); Klassen dan Mc Laughlin (1996) membuktikan bahwa perusahaan yang beroperasi disegmen pasar yang sama dan menggunakan strategi yang sama terbukti memiliki tingkatan kinerja berbeda-beda, dan temuan ini oleh Kim (2006a) ditenggarai karena adanya perbedaan kemampuan perusahaan dalam mentranslasikan tujuan-tujuan strategik perusahaan kedalam seperangkat keputusan di tingkat fungsional yang berbeda-beda. Hal ini dipertegas juga oleh Narasimhan *et al.* (2001) bahwa perbedaan kemampuan dan alokasi sumber daya yang signifikan akan memiliki efek pada perbedaan capaian kinerja meskipun perusahaan menggunakan strategi bersaing yang sejenis. Narasimhan dan Carter (1998) menjelaskan tentang efek konsistensi yang lemah dan baik, jika konsistensi keputusan strategik di tingkat korporat dengan keputusan strategik di tingkat fungsional itu lemah maka akan berdampak pada kinerja organisasi rendah. Sementara konsistensi keputusan yang baik akan mengakibatkan kinerja organisasi yang unggul dibandingkan para pesaingnya.

**Preposisi 1: Semakin tinggi kesesuaian strategi rantai pasok dan strategi bisnis (tipe *Agile* dengan *Prospector*) maka kinerja perusahaan akan semakin tinggi pula.**

### **2. Gap penelitian Kesesuaian Kelompok *Defender* fit dengan *Lean***

Watts *et al.* (1995) dan Goh *et al.* (1999) menyarankan implikasi yang berarti pada fitur hubungan antara kemampuan operasional rantai pasok dan strategi bersaing ditingkat korporat. Misalkan dengan strategi kepemimpinan biaya keseluruhan membutuhkan pengendalian biaya yang ketat, dengan fungsi rantai pasokan yang efektif diharapkan mampu menciptakan minimisasi biaya. Sementara itu, jika perusahaan strategi bersaing fokus pada menyediakan pelanggan dengan produk yang berkualitas tinggi dan berbeda dengan para pesaingnya (mampu menciptakan keunikan) maka perusahaan akan mampu merespon perubahan secara cepat. Fawcett *et al.* (2000) juga menekankan pentingnya pengurangan biaya logistik untuk strategi kepemimpinan biaya dan

perlunya pengendalian kualitas secara ketat pada kegiatan logistik dalam rangka mencapai tujuan atau visi perusahaan yang fokus pada keberlanjutan perbaikan kualitas. Contoh penelitian lain yang menguji fitur hubungan strategi rantai pasok dengan strategi bisnis dan efeknya terhadap kinerja juga dilakukan oleh Hoejmose *et al.* (2013) yaitu kelompok perusahaan yang mengembangkan strategi kepemimpinan biaya ternyata memiliki tanggung jawab sosial yang lebih rendah dalam mengelola SRP berbasis kolaboratif dibandingkan kelompok strategi “Pembeda”. Desain fitur SRP untuk kelompok strategi diferensiasi adalah fokus pada pengembangan rantai pasok yang terintegrasi ke luar, artinya terintegrasi dengan pemasok, agen distributor dan pihak lain yang terkait dengan rantai pasokan.

Bowersox dan Daugherty (1995) memberikan lebih spesifik implikasi strategi bisnis pada strategi rantai pasok. Menurut Bowersox dan Daugherty perusahaan yang menekankan kemampuan minimalisasi biaya biasanya berfokus pada kemampuan struktur dan administrasi dengan struktur organisasi yang sangat sentralistik. Sementara pada perusahaan yang menekankan pada kemampuan diferensiasi untuk memaksimalkan nilai tambah dan kemampuan beradaptasi pasar perlu upaya peningkatan kemampuan yang fokus pada adaptasi teknologi manufaktur dan kemampuan logistik yang memainkan peranan penting dalam mengembangkan dan menjamin pengiriman nilai tambah produk dan memfasilitasi kemampuan untuk merespon cepat atas perubahan pasar dan permintaan pelanggan baru.

**Preposisi 2: Semakin tinggi kesesuaian strategi rantai pasok dan strategi bisnis (tipe *Lean* dengan *Defender*) maka kinerja perusahaan akan semakin tinggi pula.**

## **E. REKOMENDASI PENELITIAN YANG AKAN DATANG**

*Concept of Fit* dipandang sebagai metode penelitian dan pendefinisian konsep kesesuaian itu sendiri semakin luas/beragam, karena konsep *fit* tidak hanya diadopsi di manajemen strategi. Penelitian kesesuaian awalnya merujuk pada beberapa teori yakni *IO economic* (Porter, 1981); teori perilaku administratif (Jemison, 1981); teori pemasaran (Biggadike, 1981) dan perkembangan penelitian pengujian konsep kesesuaian semakin meluas. Perbedaan bidang ilmu atau kompetensi peneliti akan berdampak pada keberagaman terminologi, konsep dan kebutuhan metode penelitian. Menurut Jamison (1981) induk ilmu untuk mengkonseptualisasikan kesesuaian adalah teori organisasi dan teori ekonomi organisasi industri (*IO economic theory*), namun pengujian konsep kesesuaian banyak didominasi dalam penelitian di bidang manajemen strategi. Penelusuran perkembangan penelitian kesesuaian strategi sebagian besar difokuskan pada upaya penyelarasan isi strategi (*content of strategy*) dengan elemen-elemen internal organisasi, sehingga kebanyakan penelitian kesesuaian strategi merujuk pada teori kesesuaian organisasional. Menurut Hofer (1975) pengujian kesesuaian strategi dengan aspek kontijen organisasi telah menghasilkan bangunan teori baru tentang konsepsi kesesuaian yaitu teori kontijensi. Awalnya sebagian besar penelitian kontijensi bertujuan untuk menguji konsep kesesuaian dan model dasar teoritik kesesuaian strategi dengan satu variabel kontijen disebut model kesesuaian bivariat (*bivariate fit model*).

## **UCAPAN TERIMAKASIH**

Penelitian ini didanai oleh Direktorat Pendidikan Tinggi dalam skim Hibah Penelitian Disertasi Doktor Tahun Anggaran 2018.

## REFERENSI

- Agarwal, A., Shankar, R. dan Tiwari, M.K. (2006), "Modeling the metrics of lean, agile and leagile supply chain: an ANP-based approach", *European Journal of Operational Research*, Vol. 173, pp. 211-25.
- Baier, C., Hartmann, E. dan Moser, R. (2008), "Strategic alignment and purchasing efficacy: an exploratory analysis of their impact on financial performance", *Journal of Supply Chain Management*, Vol. 44 No. 4, pp. 36-52.
- Bancheun, P; Sadler, I & Shee, H (2017), " Supply Chain Collaboration aligns Order Winning Strategy With Business Outcomes, *IIMB Management Review*, Vol. 29, 109-121
- Bowersox, D.J. dan Daugherty, P.J. (1995), "Logistics paradigm: the impact of information technology", *Journal of Business Logistics*, Vol. 16 No. 1, pp. 65-80.
- Brancheau, J.C., Janz, B.D. dan Wetherbe, J.C., (1996), "Key issues in information system management: 1994-1995 sum delphi results", *Management Information System Quarterly*, Vol.20, No.2, pp. 225-242
- Bruce, M., Daly, L. dan Towers, N. (2004), "Lean or agile: a solution for supply chain management in the textiles and clothing industry", *International Journal of Operations and Production Management*, Vol. 24 Nos 1/2, pp. 151-70.
- Burn, S.T. dan Stalker, G.M., (1961), "*The management of innovation*", London: Tavistock Publication
- Byrd, T.A., Lewis, B.R., dan Bryan, R.W. (2006), " The leveraging influence of strategic alignment on IT Investment: an empirical examination", *Journal of Information and Management*, Vol.43, No.3, pp.308-321
- Cagliano, R., Caniato, F. dan Spina, G., (2004), " Lean, Agile and Traditional Supply : How Do The Impact Manufacturing Performance", *Journal of Purchasing and Supply Management*, Vol. 10, No. 4/5, pp. 151-164
- Chandler, A.D.Jr.,(1962), "*Strategy and Structure*", Cambridge MA: Mitpress.
- Chen, I.J., Paulraj, A. dan Lado, A.A. (2004), "Strategic purchasing, supply management, and firm performance", *Journal of Operations Management*, Vol. 22 No. 5, pp. 505-23.
- Child, J. (1975), " Managerial and organizational factors associated with company performance", *Journal of Management Studies*, Vol.12, pp. 12-27
- Chopra, S. dan Meindl, P. (2004), *Supply Chain Management: Strategy, Planning and Operation*", 2nd int. ed., Pearson/Prentice-Hall, Upper Saddle River, NJ.
- Christoper, M. (2000), " The Agile Supply Chain: Competing in Vilatile Markets", *Industrial Marketing Management Journal*, Vol.29, No.1, pp. 37-44
- Christopher, M. dan Towill, D.R. (2002), ``Supply chain migration from lean and functional to agile and customized'', *Supply Chain Management: An International Journal*, Vol. 5 No. 4, pp. 206-13.
- Christopher, M., Peck, H. dan Towill, D. (2006), "A taxonomy for selecting global supply chain strategies", *The International Journal of Logistics Management*, Vol. 17 No. 2, pp. 277-87.
- Cool, K. dan Schendel, D. (1988), "Performance differences among strategic group members", *Strategic Management Journal*, Vol. 9, pp. 207-23.
- Cooper, D.R. dan Emory, C.W.(1995), "*Business Research Methods*", Richard D. Irwin, Inc
- Daft, R. dan Lengel, R. (1986), "Organizational information requirements, media richness and structure design", *Management Sciences*, Vol.32, No.5, pp.554-571
- Das, A., Narasimhan, R. dan Talluri, S. (2006), "Supplier integration – finding an optimal configuration", *Journal of Operations and Production Management*, Vol. 24, No. 5, pp. 563-82.
- Dill, W.R. (1958), " Environment as an influence on managerial autonomy", *Administrative*

- Science Quarterly*, Vol.2, pp. 409-443
- Donaldson, L (2001), “ *The contingency theory of organizations*”, Thousand Oaks, CA: Sage Publication
- Doty, D.H., Glick, W.H. dan Huber, G.P, (1993), “ Fit, equifinality and organizational effectiveness: a test of two configurational theories”, *Academy of Management Journal*, Vol.36, pp.1196-1250
- Drazin, R., dan Van De Ven, A.H., (1985), “Alternatives Form of Fit in Contingency Theory”, *Administrative Science Quarterly*, Vol.30:p. 514-539
- Duray, R., Ward, P.T., Milligan, G.W. dan Bery, W.L. (2000), “Approaches to mass customization: configurations and empirical validation”, *Journal of Operations Management*, Vol. 18, pp. 605-25.
- Ferrer, M., Ricardo, S, Paul W.H. dan Phil, B. (2010), “ Relational factors that explain supply chain relationships”, *Asia Pasific Journal of Marketing and Logistic*, Vol.22, No.3, pp. 419-440
- Frohlich, M. dan Westbrook, R. (2001), “Arcs of integration: an international study of supply chain strategies”, *Journal of Operations Management*, Vol. 19 No. 2, pp. 185-200.
- Galbraith, J.R. dan Nathanson, D.A. (1978), “*Strategy Implementation: The Role of Structure and Process*”, St. Paul, Minn: West
- Galbraith, J.R. (1973), “*Designing Complex Organizations*”, Addison-Wesley, Reading.
- Hage, J. dan M.Aiken (1969), “ Routine technology, social structure and organizational goals”, *Administrative Science Quarterly*, Vol. 14, pp.366-376
- Hilletofth, P dan Himmola (2009), “ How to Develop a Differentiated Supply Chain Strategy”, *Industrial Management and Data System*, Vol. 109, No. 1, pp. 16-33
- Hoejmose, S.; Brammer, S. dan Millington, A. (2013), “An Empirical Examination of The Relationship Between Business Strategy dan Socially Responble Supply Chain Management”, *International Journal of Operation And Production*, Vol. 33, No. 5, pp. 589-621.
- Hofer, C.W. (1975), “Toward a contingency theory of business strategy”, *Academy of Management Journal*, Vol.18, pp.784-810
- Hoffmann, E. (2010), “ Linking Corporate Strategy and Supply ChainManagement”, *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management*, Vol. 40, No. 4, pp. 256-276
- Kathuria, Ravi; Maheshkumar, P. Joshi dan Stephen, J. Porth (2007), “Organizational alignment and performance: past, present and future”, *Managemen Decisions*, Vol. 43, No.3, pp. 403-517
- Kim, Soo Wook (2006a), “ The Linkage Beetween Supply Chain Strategy and Manufacturing Improvements Programmes”, *International Journal of Operation and Production Management*, Vol.26, No.3, pp. 282-299.
- Kim, Soo Wook (2006b), “The Effect of Supply Chain Integration on The Aligment Between Corporate Competitive Capability and Supply Chain Operational Capability”, *International Journal of Operation and Production Management*, Vol. 26, No. 10, pp. 1084-1107.
- Kusmantini, Titik (2006), “Analisis *misfit score* strategi manufaktur dengan tipe proses produksi dan dampaknya pada kinerja manufaktur pada UKM logam di Pulau Jawa”, *Jurnal Siasat Bisnis*, UII, Vol. 12, No 2, pp. 18-29.
- Kusmantini, Titik (2007), “Analisis *misfit score* internal fit dan eksternal fit strategi operasi serta dampaknya pada kinerja UKM Logam di Ceper Klaten dan Tegal”, “ *Usahawan*, Edisi XXVII, pp.37-51
- Kusmantini, Titik (2015a), “ *Analisis Kesesuaian Hubungan Strategi Rantai Pasok dengan Strategi Manufaktur Serta Dampaknya pada Kinerja Perusahaan ( Pengujian bivariate fit model berbasis pendekatan seleksi dan konfigurasi)*”, Draft Laporan Research Project,

- Program Doktoral Ilmu Ekonomi, UNS, Tidak Dipublikasikan
- Kusmantini, Titik; Guritno, Adi Djoko dan Rustamaji, H (2015b), "Mapping of Supply Chain Risk in Industrial Furniture base on House of Risk The Framework", *International Conference of Agriculture Proceeding in Tokyo*, November 29-30
- Kusmantini, Titik; Guritno, Adi Djoko dan Rustamaji, Heru (2014), "Risk Mitigation Action With HoR Framework as Effort to Build a Robust Supply Chain in Furniture Industry", *International Multidisciplinary Conference Proceeding*, UMJ, ISBN 978-602-17688-1-5, November 12-13
- Lawless, M.W., Bergh, D.D. and Wilsted, W.D. (1989), "Performance variations among strategic group members: an examination of individual firm capability", *Journal of Management*, Vol. 15, pp. 649-61.
- Lorsch, J.W dan J.J. Morse (1994), "*Organizations and their members a contingency approach*", New York, NY: Harper and Row
- Miles, R.E dan C.C. Snow (1978), "Organizational strategy, structure and process", New york, NY: Mc Grow Hill
- Miller, D. (1981), "Toward a new contingency approach: the search for organizational gestalten", *Journal of Management Studies*, Vol.18, pp. 1-26
- Morash, E.A. (2001), "Supply chain strategies, capabilities, and performance", *Transportation Journal*, Vol. 41 No. 1, pp. 37-54.
- Porter, M.E. dan Millar, V. (1985), "How information gives your competitive advantage", *Harvard Business Review*, July-August, pp. 149-160
- Pugh, D.S., D.J. Hickson, C.R. Hinings dan C. Turner (1969), "The content of organizational structure", *Administrative Science Quarterly*, Vol.14, pp.91-114
- Simchi-Levi, P., Kaminsky, P., dan Simchi-Levi, E. (2004), "*Managing the supply chains: the definitive guide for the business professional*", Mc.Grow Hill
- Skinner, W., (1969), "Manufacturing – Missing Link in Corporate Strategy", *Harvard Business Review*, Vol.47(3):p.136-145
- Skinner, W., (1978), "*Manufacturing in The Corporate Strategy*", New York: Wiley
- Smith, K.G., Guthrie, J.P. dan Chen, M. (1989), "Strategy, size and performance", *Organization Studies*, Vol. 10 No. 1, pp. 63-81.
- Van de Ven, A.H. dan Drazin, R. (1985), "The concept of fit in contingency theory", in Staw, B.M. and Cummings, L.L. (Eds), *Research in Organizational Behavior*, JAI Press, Greenwich, CT, pp. 215-55.
- Venkatraman, N. (1990), "Performance implications of strategic coalignment: a methodological perspective", *Journal of Management Studies*, Vol.27, pp.19-41
- Venkatraman, N. (1989), "The concept of fit in strategy research: toward verbal and statistical correspondence", *Academy of Management Review*, Vol. 14, pp. 423-44.
- Venkatraman, N. dan Camillus, J.C. (1984), "Exploring the concept of fit in strategic management", *The Academy of Management Review*, Vol. 9 No. 3, pp. 513-25.
- Ward, P.T. dan Duray, R. (2000), "Manufacturing strategy in context: environment, competitive strategy and manufacturing strategy", *Journal of Operations Management*, Vol. 18 No. 2, pp. 123-38.
- Ward, P.T., Mc.Creery, J.K., Ritzman, L.P. dan Sharma, D., (1998) "Competitive Priorities in Operation Managements", *Decision Science*, Vol.29 (4): 1035-10

## **MODEL PENGUKURAN ORIENTASI PASAR DALAM KONTEKS UKM: STUDI PADA UKM KREATIF (FESYEN) DI DIY**

**Widhy Tri Astuti**

[widhi.triastuti@upnyk.ac.id](mailto:widhi.triastuti@upnyk.ac.id)

### **ABSTRAK**

*Pesatnya pertumbuhan bidang pemasaran industri bisnis menjadi perhatian bagi pelaku bisnis di berbagai negara dibandingkan dengan masa lalu. Saat ini sebagian besar bisnis telah menyadari tentang pentingnya praktik orientasi pasar sebagai strategi untuk mempertahankan hubungan yang menguntungkan untuk mencapai tujuan dan sasaran organisasi. Sebagian besar bisnis memberikan prioritas untuk mengidentifikasi apakah mereka berorientasi pasar atau tidak. Untuk melakukan begitu banyak langkah-langkah yang diterapkan oleh para profesional. Meskipun ada banyak model pengukuran Orientasi Pasar telah dikembangkan oleh para ahli yang berbeda, yang paling banyak digunakan model MKTOR (Orientasi Pelanggan, Orientasi Pesaing dan Koordinasi Antar Fungsional) diperkenalkan oleh Slater dan Naver pada tahun 1993. Selain itu penelitian ini mengikuti saran Raju et al. (2011) yang mendukung pandangan orientasi pasar yang terdiri dari empat dimensi, tiga dimensi (orientasi pelanggan, orientasi pesaing, dan koordinasi antar fungsi) dari skala MARKTOR (Narver dan Slater, 1990) dilengkapi dengan satu dimensi "responsivitas atas intelijensi pasar" dari skala MARKOR (Kohli dan Jaworski, 1990). Namun, kedua model pengukuran tersebut belum menggunakan pemasaran sosial dan tanggung jawab sosial perusahaan ketika mengembangkan model pengukuran orientasi pasar. Saat ini sebagian besar pelanggan dan bisnis cenderung mengkhawatirkan tentang manfaat sosial. Oleh karena itu tulisan ini membahas tentang pentingnya manfaat sosial sebagai strategi untuk meraih keuntungan dan menjaga hubungan yang menguntungkan. Selanjutnya, penelitian ini juga menambahkan variabel baru dari model MKTOR yaitu NEWMKTOR Model diperkenalkan oleh Gunarathne (2015).*

**Kata kunci:** *Orientasi Pasar. MKTOR Model, MARKOR Model dan NEWMKTOR Model.*

### **I. PENDAHULUAN**

Orientasi pasar merupakan salah satu topik pemasaran dan organisasi yang paling menarik dekade terakhir ini. Semakin banyak kontribusi telah dibuka untuk operasionalisasi konsep dan untuk mengeksplorasi hubungan antara fenomena orientasi pasar dan kinerja bisnis, orientasi strategis, manajemen tenaga penjualan. Dalam kontribusi ini, skala yang paling banyak digunakan, MKTOR, yang dikembangkan oleh Narver dan Slater (1990), yang sering digunakan tanpa analisis lebih lanjut.

Namun demikian, sejalan dengan antusiasme dikalangan akademisi, kontribusi tertentu menimbulkan keraguan mengenai validitas dari skala yang ada dan juga tentang penggambaran konsep orientasi pasar. Dari sudut pandang statistik, kehandalan MARKOR lebih rendah dari

MKTOR (Pelham 1993; Pelham & Wilson 1996). Bahkan Siguaw & Diamantopoulos (1994) menemukan bahwa validitas model pengukuran MKTOR rendah.

Ide sentral dalam literatur pemasaran adalah proposisi setiap perusahaan yang mampu menaikkan tingkat orientasi pasar akan meningkatkan kinerjanya di pasar (Narver dan Slater, 1990). Perusahaan yang berorientasi pasar ditentukan oleh pemahaman mereka yang unggul dari kebutuhan pelanggan saat ini dan masa depan, dan kemampuan mereka untuk menawarkan solusi untuk kebutuhan-kebutuhan yang lebih unggul dibanding pesaingnya (Slater dan Narver, 2000). Karena globalisasi dan kemajuan bidang teknologi bisnis telah menjadi sangat kompleks dan turbulen, oleh karena itu pelanggan juga sangat perhatian tentang praktik bisnis organisasi. Pelanggan rasional akan menaruh perhatian pada praktek bisnis perusahaan. Di sisi lain dengan evolusi pemasaran, saat ini sebagian besar perusahaan menggunakan Konsep Pemasaran Sosial. Dalam penelitian ini menunjukkan pentingnya manfaat yang diberikan oleh perusahaan kepada masyarakat dan meningkatkan model MKTOR sebagai model NEWMKTOR dengan menambahkan Orientasi Manfaat Sosial ke Model MKTOR.

Pengukuran orientasi pasar itu sendiri, ada kemungkinan telah terjadi bias dalam konteks UKM karena selama saat ini menggunakan pengukuran untuk organisasi yang lebih besar (Raju *et al.*, 2011). Dengan kata lain, skala pengukuran orientasi pasar yang dikenal selama ini telah dikonstruksikan untuk konteks organisasi yang lebih besar. Keterbatasan lain dari skala orientasi pasar saat ini adalah bahwa skala pengukuran tersebut lebih menekankan pada dimensi orientasi pasar secara individual yang kemungkinan justru merugikan bagi UKM dalam arti bahwa dimensi-dimensi tersebut mungkin meremehkan tingkat orientasi pasar untuk UKM. Kemungkinan, UKM memandang orientasi pasar sebagai bauran dari semua dimensi dan tidak menekankan masing-masing dimensi secara terpisah.

Seperti disebutkan sebelumnya, UKM dapat berbeda dibanding organisasi yang lebih besar dalam hal mengintegrasikan berbagai elemen menjadi sumber daya yang unik dan strategis. Akibatnya, UKM yang memiliki tingkat orientasi pasar tinggi bisa saja hanya memiliki satu orang senior dalam organisasi dengan pandangan integratif yang menyeluruh dari semua dimensi orientasi pasar dan mampu menerapkan pandangan integratif tersebut dalam menjalankan fungsi perusahaan dari hari ke hari. Sebaliknya, perusahaan-perusahaan besar mungkin cenderung menekankan setiap dimensi orientasi pasar secara terpisah dan menggunakan mekanisme formal untuk mengintegrasikan dimensi ini menjadi fokus strategis. Pengukuran orientasi pasar yang dirancang untuk organisasi yang lebih besar, kemungkinan tidak akan cocok untuk mengukur orientasi pasar pada konteks UKM (Raju *et al.*, 2011).

## **II. TINJAUAN PUSTAKA**

### **A. Orientasi Pasar :**

Orientasi pasar menerima sejumlah besar perhatian dari para peneliti (misalnya, Etgar, Slater dan Naver, 1990; Gronroos, Kohli dan Jaworski, 1990; Ruekert, 1992; Gainer dan Pandanyi, 2005; Carr dan Lopez, 2007). Orientasi pasar dapat didefinisikan sebagai bentuk budaya organisasi di mana karyawan berkomitmen untuk terus menciptakan nilai pelanggan yang unggul, atau sebagai urutan kegiatan pemasaran yang mengarah pada kinerja yang lebih baik. Sebagian besar penelitian telah menyimpulkan bahwa perusahaan yang lebih tinggi orientasi pasarnya akan melakukan kegiatan pemasaran lebih baik daripada perusahaan yang kurang berorientasi pasar. Perusahaan yang berorientasi pasar fokus pada bagaimana produk dan layanannya beradaptasi dengan kebutuhan dan harapan pelanggan, bukan perusahaan yang berorientasi produk dan fokus pada pengembangan produk atau jasa kemudian dipasarkan dan berharap terjual (Gronroos, 2006). Untuk mencapai fokus pelanggan ini, suatu perusahaan dengan tingkat orientasi pasar yang tinggi dapat memupuk seperangkat nilai-nilai dan keyakinan tentang menempatkan pelanggan pertama bersama dan menuai hasil dalam bentuk keunggulan kompetitif yang dapat dipertahankan, penurunan biaya dan peningkatan keuntungan (Desphande, 1999).

Orientasi pasar bukanlah konsep baru untuk literature pemasaran dan manajemen. Para ilmuan berpendapat bahwa dalil oleh Drucker (1954) bahwa pelanggan harus fokus operasi organisasi dan dukungan selanjutnya diberikan kepada ide ini dengan Levitt (1960) bahwa pelanggan adalah alasan keberadaan organisasi semua menunjuk pada fakta bahwa pasar perilaku orientasi diperlukan pada saat itu. Ide ini diperpanjang menjadi dikenal sebagai konsep pemasaran (McNamara, 1972). Konsep orientasi pasar berfokus pada generasi intelijen bisnis terkoordinasi, diseminasi dan tanggap terhadap informasi pasar untuk keputusan yang efisien dan efektif (Sundqvist, Puumalainen dan Saminen, 2000; Kohli dan Jaworski, 1990). Konsep ini juga berkaitan dengan isu-isu termasuk budaya organisasi, inovasi, perencanaan sumber daya manusia dan organisasi belajar (Narver dan Slater, 1990; Ruekert, 1992; Baker dan Sinkula, 1999; Greenley, Cadogan dan Fahy, 2005; Keskin, 2006).

Ilmuan orientasi pasar seperti Kohli dan Jaworski (1990), Narver dan Slater (1990), Ruekert (1992), Gainer dan Pandanyi (2005), Carr dan Lopez (2007) berpendapat bahwa jejak asal-usul orientasi pasar dari konsep pasar dan memiliki konsekuensi untuk strategi bisnis secara keseluruhan. Konsep pemasaran berkaitan dengan orientasi pelanggan, orientasi pesaing, inovasi dan keuntungan sebagai bujukan untuk menciptakan pelanggan yang puas (Narver dan Slater, 1994; Hunt dan Morgan, 1995). Selain itu, ada begitu banyak ilmuan mencoba untuk melihat Orientasi Pasar dengan cara yang berbeda. Mereka sangat penting untuk mendapatkan pemahaman yang baik tentang konsep Orientasi Pasar dan kemajuan Studi penelitian. Menurut Drucker (1954) dan Levitt (1960) orientasi pasar adalah elemen sentral dari filosofi manajemen. Begitu pula konstruk orientasi pasar adalah di jantung pemasaran modern dan subjek penelitian yang sering dipelajari. Itu disampaikan pada 1990-an sebagai tindakan bahwa perusahaan akan melaksanakan orientasi pelanggan, dan termasuk satu set perilaku dan budaya organisasi yang mendukung mereka (Grinstein, 2008). Dengan demikian, Baker dan Sinkula (2005) menyatakan bahwa orientasi pasar adalah filosofi strategis berbasis nilai-menunjukkan dirinya dalam perilaku yang membantu perusahaan tetap dekat dengan konsumen mereka (Hsieh et al. 2008). Secara konseptual, organisasi berorientasi pasar adalah organisasi yang baik informasi tentang pasar dan yang memiliki kemampuan untuk menggunakan keuntungan informasi untuk menciptakan nilai superior bagi pelanggan target mereka. Dua perspektif utama pada orientasi pasar telah muncul sebagai hasil: perspektif perilaku berdasarkan Kohli dan Jaworski (1990), dan perspektif budaya berdasarkan Narver dan Slater (1990). Namun dalam penelitian ini memperhatikan perspektif perilaku dari Perspektif Budaya.

Narver dan Slater (1990) mengusulkan bahwa orientasi pasar adalah sejauh mana budaya dikhususkan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Mereka mendefinisikan Orientasi pasar sebagai strategi kompetitif yang paling efisien menghasilkan jenis perilaku untuk menciptakan peningkatan nilai untuk konsumen dan karena itu menjamin hasil jangka panjang yang lebih baik bagi perusahaan (Maydeu-Olivares dan Lado, 2003). Oleh karena itu, orientasi pasar terdiri dari tiga komponen: orientasi pelanggan, orientasi pesaing, dan koordinasi fungsional antar. orientasi pelanggan dan orientasi pesaing mencakup semua kegiatan yang terlibat dalam memperoleh informasi tentang pelanggan dan pesaing di pasar sasaran dan penyebaran informasi kepada seluruh organisasi. koordinasi fungsional antar melibatkan upaya terkoordinasi, yang biasanya melibatkan lebih dari departemen pemasaran, untuk menggunakan informasi ini untuk menciptakan nilai pelanggan yang unggul (Narver dan Slater, 1990; Kumar et al., 1998). Sebuah perspektif investasi jangka panjang yang tersirat dalam orientasi pasar adalah kebutuhan untuk mencegah pesaing dengan mengatasi nilai pelanggan yang unggul dibuat oleh organisasi (Subramanian, 2009). Tiga komponen orientasi pasar secara kolektif membentuk sumber daya pemasaran strategis yang unik dan penting untuk kinerja perusahaan (Hsieh et al., 2008). Orientasi pasar memang proses pembelajaran di mana organisasi belajar dari semua aspek lingkungan mereka, termasuk pelanggan dan pesaing, dan mengambil baik jangka tujuan organisasi pendek

dan jangka panjang menjadi pertimbangan (Kohli dan Jaworski, 1990). Menurut Narver dan Slater (1990); Shapiro (1988), yang berorientasi pasar menyiratkan memberikan produk dan layanan dihargai oleh konsumen, biasanya dicapai melalui (1) pemantauan kondisi pasar dan (2) adaptasi respon organisasional. Namun, manajemen puncak memainkan peran penting dalam mendorong orientasi pasar. Mengingat pentingnya orientasi pasar, tidak mengherankan bahwa konstruk ini telah menerima pengawasan dari para akademisi pemasaran (Grewal dan Tasuhaj, 2001). Argumen standar dalam literatur orientasi pasar menunjukkan bahwa perusahaan yang berorientasi pasar berada dalam posisi yang lebih baik untuk memenuhi kebutuhan pelanggan mereka (Narver dan Slater, 1990). Oleh karena itu, orientasi pasar akan diwujudkan dalam peningkatan kinerja perusahaan (Grewal dan Tasuhaj, 2001). Selain itu, beberapa akademisi menganggap orientasi pasar sebagai sumber daya dan / atau kapasitas perusahaan untuk memberikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Aldas Manzano, 2005).

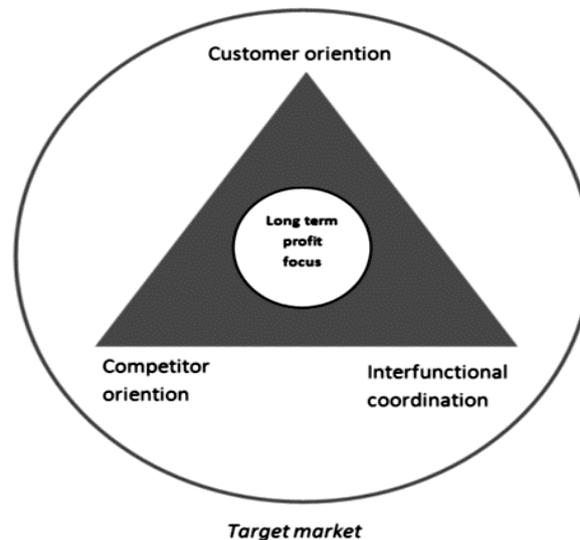
Definisi orientasi pasar yang diterapkan dalam penelitian ini adalah bahwa dikemukakan oleh Narver dan Slater (1990), orientasi pasar adalah budaya organisasi yang paling efektif dan efisien menciptakan perilaku yang diperlukan untuk penciptaan nilai superior bagi pelanggan dan, dengan demikian, kinerja yang unggul berkelanjutan untuk bisnis. Konsep orientasi pasar sebagai salah satu konstruk dimensi yang menggabungkan tiga komponen perilaku (orientasi pelanggan, orientasi pesaing, dan koordinasi fungsional antar) dan menggunakan ukuran gabungan tunggal orientasi pasar (MKTOR) . Tiga komponen orientasi pasar secara kolektif membentuk sumber daya pemasaran strategis yang unik dan sangat penting untuk kinerja perusahaan (Hsieh et al., 2008). Namun, perusahaan umumnya berupaya untuk mengembangkan orientasi pasar sendiri untuk memastikan penilaian kebutuhan terus menerus pelanggan, deteksi dini pergeseran di pasar, dan untuk meminta review internal dan penataan kembali strategi pemasaran dan kegiatan mana diperlukan. Namun demikian, penelitian di bidang orientasi pemasaran terus menjadi sangat produktif (Farrelly dan Quester, 2003).

#### **B. Berbagai pandangan Orientasi Pasar:**

Meskipun ada beberapa ilmuwan telah mengembangkan teori tentang konsep orientasi pasar makalah ini membahas teori yang telah dikembangkan oleh para peneliti yang paling terkenal dan Slater dan Naver, (1990) berdasarkan perspektif mereka.

#### **Pandangan Narver dan Slater tentang Orientasi Pasar:**

Para ilmuwan profesional John C. Narver dan Stanley F. Slater menerbitkan artikel mereka terkenal tentang Orientasi Pasar pada tahun 1990, beberapa bulan setelah rekan mereka Kohli dan Jaworski. Tujuan Narver dan Slater adalah untuk menjelaskan komponen yang membangun orientasi pasar dan mengusulkan definisi yang bisa digunakan sebagai konsep. Mereka mewawancarai manajer pada 113 unit bisnis strategis dalam satu perusahaan. Namun, mereka mengambil definisi lebih lanjut dan berpendapat bahwa perusahaan yang berorientasi pasar yang tidak hanya fokus pada pelanggan, tetapi juga sama-sama banyak pada pesaing. Selain itu, mereka menempatkan penekanan pada koordinasi antar fungsi yang dimaksudkan untuk menciptakan keserempakan antar fungsi dalam organisasi dan menjadi bagian dari budaya organisasi. Jadi mereka telah mengembangkan definisi ini: "Orientasi pasar terdiri dari tiga komponen perilaku seperti orientasi pelanggan, orientasi pesaing, dan koordinasi antar fungsi dan dua kriteria keputusan berfokus jangka panjang dan profitabilitas."



**Gambar 1: Pandangan Narver and Slater tentang Orientasi Pasar.**

Sumber: Narver and Slater (1990).

Gambar 1. menunjukkan interaksi antara tiga komponen perilaku; orientasi pelanggan, orientasi pesaing dan koordinasi lintas fungsional. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa konsekuensi dari orientasi pasar terwujud dalam semua tugas yang dilakukan oleh perusahaan. Tingkat orientasi pasar menunjukkan melalui karyawan dan kepuasan pelanggan, serta pemegang saham. Pelanggan suatu perusahaan dengan tingkat pengalaman orientasi pasar yang tinggi memperoleh nilai uang dan layanan yang sangat baik dan senang hatinya yang disampaikan oleh karyawan yang terampil dan profesional dari perusahaan tersebut. Gray (1998) menemukan bahwa perusahaan yang berorientasi pasar yang lebih akan memiliki pelanggan dan karyawan lebih puas dan setia. Tidak hanya itu, Day dan Wensley (1988) juga menemukan bahwa orientasi pasar berarti bahwa organisasi tidak hanya memahami pelanggan, tetapi juga pelanggannya pelanggan bagaimana lingkungan bisnis akan berkembang di masa yang akan datang. Konsep ini sesuai dengan konsep Kohli dan Jaworski (1990) yang menyarankan bahwa perusahaan harus mengumpulkan dan menilai data kebutuhan pelanggan saat ini dan masa yang akan datang. Karyawan perusahaan-perusahaan harus menekankan pelayanan dan mengelola hubungan pelanggan dengan baik. Karyawan harus meluangkan waktu yang cukup dengan pelanggan (Narver dan Slater, 1994). Orientasi pesaing adalah komponen kedua dari orientasi pasar dan menyatakan bahwa organisasi harus mengidentifikasi, menganalisis dan menggunakan kekuatan, kelemahan, peluang dan kemampuan dari pesaing saat ini maupun masa yang akan datang. Ini sangatlah logis, meskipun tidak sepenuhnya baru. Pada tahun 1960, Levitt sudah mengatakan bahwa sejajar dengan analisis pelanggan, perusahaan harus melakukan analisis pesaing dan merenungkan kemungkinan solusi yang mungkin memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan saat ini dan masa yang akan datang (Levitt, 1960).

Koordinasi lintas fungsional atau pemasaran terpadu berarti bahwa semua departemen dalam perusahaan memainkan peran penting dalam memuaskan pelanggan. Ini bersamaan ide dengan penelitian Shapiro (1988) yang menemukan bahwa orientasi pasar bukan orientasi pemasaran, karena orientasi pasar menunjukkan bahwa tidak hanya departemen pemasaran memiliki paling peran penting di sini. Sebaliknya, orientasi pasar menekankan bahwa semua departemen dan semua karyawan menyadari fakta bahwa sikap terhadap pekerjaan untuk pelanggan internal dan eksternal sangatlah penting. Menurut Narver dan Slater (1998), orientasi pesaing dan pelanggan mencakup semua kegiatan yang melibatkan perolehan intelijen pasar

tentang pelanggan dan pesaing, menganalisis dan mendistribusikan pengetahuan tersebut di seluruh organisasi. Ini berarti bahwa perusahaan yang berorientasi pasar harus menyediakan proses bisnis dan sistem yang memadai untuk input data dan mengkoordinasikan dan mengkomunikasikan informasi bisnis dan disebarluaskan dalam rangka menciptakan nilai superior bagi pelanggan. Menurut Narver dan Slater (1998), inovasi yang berkelanjutan tersirat dalam masing-masing komponen. Jika tidak ada inovasi dan pembuatan data kontinyu, karyawan tidak akan memiliki prasyarat yang tepat untuk menawarkan layanan tambahan kepada pelanggan.

Dua kriteria keputusan ditampilkan di gambar 1 adalah fokus keuntungan jangka panjang dan profitabilitas. Ini adalah melalui kontinuitas penciptaan nilai pelanggan yang unggul dimana suatu bisnis menciptakan kinerja laba jangka panjangnya. Sebuah periode kampanye pemasaran singkat atau tindakan penjualan mungkin meningkatkan penjualan, tetapi citra organisasi dan mempertahankan pelanggan hanya untuk didapatkan dari waktu ke waktu bersama reputasi dan dari mulut ke mulut.

Lihat di orientasi pasar sangat berguna untuk siapa saja yang mencari pengetahuan tentang orientasi pasar. Kertas tampilan pasar orientasi sebagai konsep yang mengarah ke keunggulan kompetitif yang lebih besar dan setuju bahwa intelijen bisnis tentang pelanggan dan pesaing merupakan prasyarat kunci untuk membangun orientasi pasar. Mereka menyimpulkan bahwa semua manajer dan anggota staf perlu untuk berpartisipasi dalam menciptakan dan memelihara pasar dan bahwa orientasi pasar adalah membangun dengan tiga sama komponen penting. Namun, pandangan memiliki kelemahan penting.

### **C. Manfaat Sosial Orientasi:**

Manfaat sosial dapat didefinisikan sebagai peningkatan kesejahteraan masyarakat yang berasal dari tindakan tertentu. Kebanyakan manfaat sosial tidak dapat diukur (Paul dan Kwon, 2002). Melalui definisi ini jelas bahwa orientasi manfaat Sosial ditunjukkan dengan kesejahteraan pelanggan atau masyarakat dan setiap organisasi bisnis harus membayar tinggi untuk pertimbangan manfaat sosial. Selanjutnya muncul konsep *Corporate Social Responsibility*. Menurut Adler dan Kwon (2002), manfaat sosial adalah total manfaat bagi masyarakat dari memproduksi atau mengkonsumsi barang atau jasa. Manfaat sosial mencakup semua manfaat pribadi ditambah manfaat eksternal produksi atau konsumsi. Meskipun dalam definisi ini mereka menekankan bahwa manfaat pribadi adalah bagian dari manfaat sosial penelitian menaruh perhatian tentang manfaat eksternal yang disediakan oleh Organisasi. Jika barang atau jasa memiliki manfaat eksternal yang signifikan, maka manfaat sosial akan lebih besar daripada manfaat pribadi (Paul dan Kwon, 2002). Manfaat sosial yang dicapai oleh suatu proyek sosial dapat didefinisikan sebagai perbaikan yang dicapai bagi kehidupan penerima manfaat yang disebabkan oleh proyek tersebut secara langsung. Semua jenis perbaikan dapat dikaitkan dengan salah satu dari empat kelompok manfaat yang disebut sebagai komponen dari manfaat sosial: (1) barang berwujud Individual (sifat ekonomi); barang tidak berwujud Individu (sifat intelektual atau spiritual); (3) barang berwujud kolektif (sifat ekologi dan infrastruktur dasar); (4) barang tidak berwujud kolektif (sifat sosial budaya, untuk masyarakat).

Cara lain untuk menjelaskan tentang manfaat sosial didefinisikan oleh pengukuran terhadap "standar pihak ketiga," dan semua undang-undang yang mengizinkan perusahaan perusahaan untuk juga lebih mengejar "manfaat sosial tertentu"; menyediakan individu atau masyarakat dengan produk atau jasa yang menguntungkan; mempromosikan peluang ekonomi bagi individu atau masyarakat di luar penciptaan lapangan kerja dalam kegiatan usaha normal; melestarikan lingkungan; meningkatkan kesehatan manusia; mempromosikan seni, ilmu, atau kemajuan pengetahuan; meningkatkan aliran modal untuk entitas dengan tujuan kepentingan publik, atau manfaat lain yang dapat diidentifikasi untuk masyarakat atau lingkungan (Doeringer, 2010). Berdasarkan atas perspektif pentingnya kegiatan yang berorientasi manfaat sosial telah

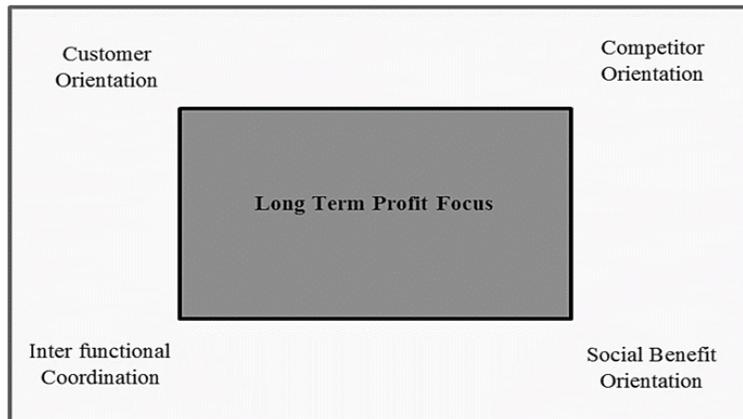
meningkat maka sebagian besar organisasi bertujuan menggunakan strategi untuk memposisikan organisasi di benak konsumen sama baiknya dengan produknya.

Kontribusi utama pengembangan teori melibatkan memperkenalkan sebuah variabel baru dengan orientasi pasar yang disebut "Manfaat Sosial Orientasi". Banyak penelitian telah dilakukan penelitian tentang orientasi pasar dengan hanya mempertimbangkan tiga komponen orientasi pasar (Orientasi Pelanggan, Pesaing Orientasi dan Koordinasi Fungsional Inter) yang dikembangkan oleh Slater dan Naver (1990). Mereka telah mengembangkan teori ini (model MKTOR) setelah melakukan banyak researches.on dan dari mulut ke mulut.

Gambar 5.2 menunjukkan canggih model pengukuran Orientasi Pasar yang dikonsepsikan lebih lanjut dan dikembangkan. Selanjutnya melibatkan konfirmasi konstruk orientasi pasar.

**III. NEWMKTOR MODEL**

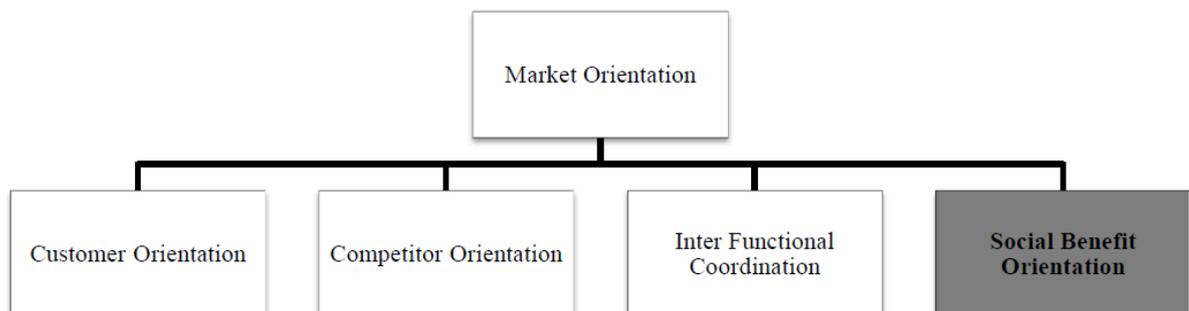
**Target Market**



**Gambar 2: NEWMKTOR model**

*Sumber: Gunarathne (2015)*

Gbr.3 menunjukkan model pengukuran baru yang diperkenalkan oleh peneliti. Model ini telah dikembangkan berdasarkan Slater dan Naver lihat orientasi pasar. Selanjutnya model ini mengatasi kelemahan model MKTOR. Model NEWMKTOR menjelaskan Slater dan Naver lihat dengan variabel sub baru. Menurut model ada empat komponen orientasi pasar dapat diidentifikasi. orientasi pelanggan, orientasi pesaing, inters koordinasi fungsional dan orientasi manfaat sosial adalah empat orientasi dari orientasi pasar.



**Gambar 3: Empat Komponen Orientasi Pasar**

NEWMKTOR Model menjelaskan bagaimana suatu organisasi harus fokus pada keuntungan jangka panjang berdasarkan kegiatan yang berorientasi pasar terhadap pasar sasaran. Dengan kata lain, dalam rangka memperoleh keuntungan jangka panjang, organisasi harus mempertimbangkan

orientasi Pelanggan, orientasi Pesaing, Koordinasi lintas fungsional dan orientasi Manfaat Sosial. Dalam makalah penelitian ini menyoroti pentingnya kegiatan yang berorientasi manfaat sosial untuk organisasi bisnis fokus keuntungan jangka panjang dalam Konteks global. Oleh karena itu model ini memberikan kontribusi untuk teori orientasi pasar dan membawa untuk perspektif baru. Selanjutnya tanggung jawab sosial perusahaan dan konsep pemasaran sosial berguna saat menambahkan orientasi manfaat sosial dalam pengukuran orientasi pasar.

Karena ini adalah model baru dengan orientasi pasar, diperlukan untuk mengkonfirmasi keabsahan model NEWMKTOR dengan menerapkan dalam konteks yang berbeda dan industri yang berbeda. Validitas model NEWMKTOR dikonfirmasi untuk pertama kalinya dengan menerapkan kepada organisasi manufaktur skala kecil dan menengah di Sri Lanka. Konstruksi tiga komponen selama ini; orientasi pelanggan, orientasi pesaing koordinasi lintas fungsional dikumpulkan dari studi penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan orientasi pasar dan langkah-langkah untuk orientasi manfaat sosial yang dikembangkan oleh peneliti. Model diuji dengan mendapatkan 240 baik karyawan tingkat manajerial pria dan wanita di provinsi selatan mereka yang bekerja dalam organisasi manufaktur skala kecil dan menengah. Data dianalisis menunjukkan bahwa orientasi manfaat sosial sangat berhubungan dengan orientasi pasar. Berdasarkan temuan peneliti mengembangkan sebuah model pengukuran dengan mempertimbangkan Slater dan Narver (1990) mengembangkan model tiga komponen Orientasi Pasar (model MKTOR). Hasil menegaskan validitas model NEWMKTOR.

Tabel 1 menunjukkan langkah-langkah model NEWMKTOR Orientasi Pasar digunakan untuk mengkonfirmasi keabsahan model pengukuran orientasi pasar (model NEWMKTOR).

Tabel 1. Pengukuran Model NEWMKTOR

Item Pengukuran Model NEWMKTOR
--------------------------------

Orientasi pelanggan

- Perusahaan kami mengumpulkan informasi tentang kebutuhan pelanggan.
- Perusahaan kami memiliki wawasan proses pembelian dari pelanggan.
- Perusahaan kami berkonsultasi pelanggan untuk meningkatkan kualitas layanan.
- Perusahaan kami menangani keluhan pelanggan dengan baik.
- Kami secara teratur mengukur kepuasan pelanggan
- Perusahaan kami mencari cara untuk menawarkan pelanggan nilai lebih.
- Perusahaan kami memperlakukan pelanggan sebagai mitra.

Orientasi Pesaing

- Perusahaan kami tahu apakah pesaing terbuka untuk keluhan pelanggan.
- Perusahaan kami tahu mengapa pelanggan terus membeli dari pesaing.
- Perusahaan kami tahu apakah pelanggan puas dengan membeli dari pesaing.
- Perusahaan kami tahu bagaimana pesaing menjaga hubungan dengan pelanggan.
- Perusahaan kami memonitor pelanggan yang membeli dari pesaing.
- Perusahaan kami tahu mengapa pelanggan beralih ke pesaing.
- Perusahaan kami tahu produk pesaing yang ditawarkan pada pelanggan.
- Kami merespon dengan cepat tindakan pesaing kami.

Koordinasi lintas Fungsional

- departemen Perusahaan kami mengkoordinasi kontak dengan pelanggan.
- departemen Perusahaan kami ini bersama-sama memenuhi kebutuhan pelanggan.
- departemen Perusahaan kami adalah kolektif bertanggung jawab atas hubungan dengan pelanggan.

- Sumber sering bersama oleh departemen yang berbeda.
- departemen Perusahaan kami ambil keputusan yang mempengaruhi hubungan dengan pelanggan secara kolektif.
- departemen Perusahaan kami adalah kolektif menyadari pentingnya hubungan dengan pelanggan.
- departemen Perusahaan kami koordinasikan kegiatan mereka ditujukan untuk pelanggan.

Orientasi Manfaat sosial

- Perusahaan kami menetapkan kebijakan dengan fokus tanggung jawab sosial.
- Perusahaan kami berpikir manfaat sosial sebagai kewajiban kepada masyarakat.
- Perusahaan kami peduli dengan lingkungan alam .
- Perusahaan kami peduli dengan fasilitas infrastruktur dasar.
- Perusahaan kami berfokus pada sosial budaya dan masyarakat.
- Perusahaan kami menyelenggarakan program donasi.
- Perusahaan kami berpikir tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) sebagai kewajiban dari perusahaan

**D. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen**

Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilakukan pada 30 responden yang merupakan pemilik usaha Batik di Giriloyo, Bantul (18 responden); pemilik usaha kerajinan kulit (tas, sepatu, ikat pinggang) di Desa Manding, Bantul (10 responden) dan 2 pemilik usaha Batik Jumputan di desa wisata Tahunan (Kota Yogyakarta). Adapun hasil uji validitas dan reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 2 Pada pengujian validitas, untuk item yang tidak valid maka akan dikeluarkan dari instrumen penelitian yang digunakan. Sedangkan pada uji reliabilitas pada variabel orientasi pasar khususnya indikator Orientasi Manfaat Sosial meskipun nilai *Cronbach alpha* sebesar 0.599 atau reliabilitasnya rendah, namun item yang valid akan tetap digunakan dalam instrumen penelitian ini. Alasannya, karena indikator tersebut merupakan skala pengukuran orientasi pasar yang baru dan baru sekali dilakukannya di Negara Srilanka, sehingga belum banyak digunakan serta diuji kestabilan dan kekonsistenan pada penelitian dan setting Negara yang berbeda. Selain itu susunan dan pilihan kata (*wording*) masih diterjemahkan sama dari pengukuran aslinya yang dikembangkan oleh Gunarathne (2015) tanpa disesuaikan dengan konteks sektor industri yang diteliti (UKM) dan kriteria UKM di Indonesia. Sehingga kemungkinan hasil uji validitas dan reliabilitas yang rendah. Untuk itu perlu diperbaiki lagi item dalam pengukuran orientasi pasar dengan melibatkan akademisi yang memahami kesesuaian konteks dan konsep yang akan diukur, atau dengan kata lain menguji *content validity*.

Tabel 2. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Orientasi Pasar

Indikator	Uji Validitas					Uji Reliabilitas	
	Item	Corected Item To Total Correlation	Sig	Cut Off Sig	Keterangan	Koefesien Alpha	Keterangan
Orientasi Pelanggan (X <sub>1.i</sub> )	X <sub>1.1.1</sub>	0.506	0.004	0.05	Valid	0.639	Reliabel
	X <sub>1.1.2</sub>	0.380	0.038	0.05	Valid		
	X <sub>1.1.3</sub>	0.612	0.000	0.05	Valid		
	X <sub>1.1.4</sub>	0.499	0.005	0.05	Valid		
	X <sub>1.1.5</sub>	-0.057	0.765	0.05	Tidak Valid		
	X <sub>1.1.6</sub>	0.143	0.452	0.05	Tidak Valid		
	X <sub>1.1.7</sub>	0.375	0.53	0.05	Tidak Valid		
	X <sub>1.2.1</sub>	0.504	0.005	0.05	Valid		

<b>Orientasi Pesaing (X<sub>1.2</sub>)</b>	X <sub>1.2.2</sub>	0.676	0.000	0.05	Valid	0.676	Reliabel
	X <sub>1.2.3</sub>	0.348	0.060	0.05	Tidak Valid		
	X <sub>1.2.4</sub>	0.158	0.406	0.05	Tidak Valid		
	X <sub>1.2.5</sub>	0.144	0.448	0.05	Tidak Valid		
	X <sub>1.2.6</sub>	0.551	0.002	0.05	Valid		
	X <sub>1.2.7</sub>	0.194	0.305	0.05	Tidak Valid		
<b>Koordinasi antar Fungsi (X<sub>1.3</sub>)</b>	X <sub>1.3.1</sub>	0.731	0.000	0.05	Valid	0.698	Reliabel
	X <sub>1.3.2</sub>	0.401	0.028	0.05	Valid		
	X <sub>1.3.3</sub>	0.317	0.088	0.05	Tidak Valid		
	X <sub>1.3.4</sub>	0.529	0.003	0.05	Valid		
	X <sub>1.3.5</sub>	0.017	0.928	0.05	Tidak Valid		
	X <sub>1.3.6</sub>	0.476	0.008	0.05	Valid		
<b>Indikator</b>	<b>Uji Validitas</b>					<b>Uji Reliabilitas</b>	
	<i>Item</i>	<i>Corerected Item To Total Correlation</i>	<i>Sig</i>	<i>Cut Off Sig</i>	<i>Keterangan</i>	<b>Koefesien Alpha</b>	<b>Keterangan</b>
<b>Responsivitas (X<sub>1.4</sub>)</b>	X <sub>1.4.1</sub>	0.467	0.009	0.05	Valid	0.676	Reliabel
	X <sub>1.4.2</sub>	0.448	0.013	0.05	Valid		
	X <sub>1.4.3</sub>	0.342	0.064	0.05	Tidak Valid		
	X <sub>1.4.4</sub>	0.603	0.000	0.05	Valid		
	X <sub>1.4.5</sub>	0.058	0.759	0.05	Tidak Valid		
	X <sub>1.4.6</sub>	0.503	0.005	0.05	Valid		
<b>Orientasi Manfaat Sosial (X<sub>1.5</sub>)</b>	X <sub>1.5.1</sub>	0.208	0.271	0.05	Tidak Valid	0.599	Reliabel Tapi rendah
	X <sub>1.5.2</sub>	0.490	0.006	0.05	Valid		
	X <sub>1.5.3</sub>	0.319	0.086	0.05	Tidak Valid		
	X <sub>1.5.4</sub>	0.343	0.063	0.05	Tidak Valid		
	X <sub>1.5.5</sub>	0.596	0.001	0.05	Valid		
	X <sub>1.5.6</sub>	0.345	0.062	0.05	Tidak Valid		
	X <sub>1.5.7</sub>	0.230	0.062	0.05	Tidak Valid		

## DAFTAR PUSTAKA

- Agarwal, Sanjeev, Krishna M. Erramilli, and Chekitan D. Dev, (2003). Market Orientation and Performance in Service Firms: Role of Innovation. *Journal of Services Marketing*, 68-82.
- Albert, Maydeu, Nora Lado. (2009). Market orientation and business economic performance”- A mediated model. *International Journal of Service Industry Management*,.
- Aldas-Manzano, J., Kuster, I., & Vila, N. (2005). Market Orientation and Innovation: an interrelationship analysis. *European Journal of Innovation Management*, 437-452.
- Appiah, Adu, Kwaku. (1997). Market Orientation and Performance: Do the Findings Established in Large Firms Hold in the Small Business Sector? *Journal of Euro-Marketing*, 127.
- Armstrong, J. S. (1996). Competitor Orientation: Effects of Objectives and Information on Managerial Decisions and Profitability. *Journal of Marketing Research*, 188-199.
- Armstrong, J. S., Green K.C. (2007). Competitor-oriented Objectives: The Myth of Market Share. *International Journal of Business*, 116-134.
- Baker, W., Sinkula, J. (2007). Does market orientation facilitate balanced innovation programs? An organizational learning perspective. *Journal of Product Innovation Management*, 316-334.
- Baker, W.E., Sinkula J.M. (1999). Learning Orientation, Market Orientation, and Innovation: Integrating and Extending Models of Organizational Performance. *Journal of Marketing Focused Management*, 295-308.

- Bibhuti, B. Mahapetro, HuCarr, J.C. , Lopez T.B. (2007). Examining market orientation as both culture and conduct: modeling the relationship between market orientation and employee responses. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 119.
- Cheng, P. R. Thomas George. (2008). The Effect of Inter-functional Coordination on Organizational Commitment in the Hotel Industry. *Journal of Marketing Management*.
- Deshpande, R. and Farley J. (2004). Organizational culture, market orientation, innovativeness, and firm performance: an international research odyssey. *International Journal of Research in Marketing*, 3-22.
- Deshpande, R. and Farley J.U. (1998). Measuring market orientation: generalization and Syntheses. *Journal of Market Focused Management*, 231-232.
- Doeringer, M. F. (2010). Fostering Social Enterprise: A Historical and International Analysis. *Duke J. Comp. & Int*, 291, 308–309.
- Elhauge, E. (2005). Sacrificing Corporate Profits in the Public Interest. *N.Y.U. L. Review*, 733.736-738. [15]
- Eris, E. D. and Ozmen N. T. (2012). The effect of market orientation, learning orientation and innovativeness on firm performance: A research from Turkish logistics sector. *International Journal of Economics Sciences and Applied Research*, 77-108.
- Felton, A.P. (1959). Making the Marketing Concept Work. *Harvard Business Review*, 37.55-65.
- [17] Frankfort, Nachmias, C., Nachmias D. (1996). *Research Methods in the Social Sciences* (5th edition New York ed.). New York: St. Martin's Press.
- Fred, Langerak, Erik Jan Hultink, and Henry S. J. Robben. (2004). The Impact of Market Orientation, Product Advantage, and Launch Proficiency on New Product Performance and Organizational Performance. *Journal of Marketing*.
- Gamage, A. and Y. Sadoi. (2008). Determinants of Training and Development Practices in SMEs: A case of Japanese manufacturing firms. *Sri Lankan Journal of Human Resource Management*, 46-61.
- Gamage, A.S. (2003). Small and Medium Enterprises Development in Sri Lanka. *Sri Lankan Journal of Human Resource Management*. **International Journal of Management and Commerce Innovations ISSN 2348-7585 (Online)** Vol. 3, Issue 1, pp: (255-263), Month: April 2015 - September 2015, Available at: [www.researchpublish.com](http://www.researchpublish.com) Page | 263 Research Publish Journals
- Greenley, G.E. (1993). Market orientation and company performance: empirical evidence from UK companies. *British Journal of Management*, 1-13.
- Grewal, R. and Tansuhaj P. (2001). Building Organizational Capabilities for Managing Economic Crisis: The Role of market Orientation and Strategic Flexibility. *Journal of Marketing*, 67-80.
- Han, J.K., Kim N. and Srivastava R.K. (1998). Market orientation and organizational performance: is innovation a missing link? *Journal of Marketing*, 30-45.
- Hewaliyanage, R.M.P. (2001). Export orientation for Small and Medium scale enterprises policies, Strategies and Programs,. Tokyo: Country Paper, Asian Productivity Organization.
- Homburg, C., P. flesser. (2000). A multiple-layer model of market-oriented organizational culture: Measurement issues and performance outcomes. *Journal of Marketing Research*, 449– 462.
- Houston, H.J. (1986). Managing Assets and Skills: The key to Sustainable Competitive Advantage. *California Management Review*, 91-106.
- Hunt, S. D. and Morgan, R. M. (1995). Marketing and the comparative advantage theory of competition. *Journal of Marketing*, 1-15.
- Innovmanag, J. p. (2004). The impact of market orientation, product advantage, and launch proficiency. *Journal of Marketing Research*, 79- 94.

- Jin, K.H., Namwoon kim, Rajendra K Srivastva. (1996). Market Orientation and Organizational Performance: Is Innovation the missing link. 1996.
- John, C.Naver and Stanley F. Slater. (1990). The effect of a market orientation on business profitability. *Journal of Marketing*.
- Kohli, A. K., Jaworski B. J. (1990). Market orientation: the construct, research propositions, and managerial operations. *Journal of Marketing*, 1-18.
- Matthew, F. Doeringer. (n.d.). *Fostering Social Enterprise: A Historical and International Analysis*.
- Maydeu, Olivares, Albert Lado, Nora. (2003). Market orientation and business economic performance A mediated model. *International Journal of Service Industry Management*, 284-309.
- McGuinness, T. and Morgan R. (2005). The effect of market orientation on strategy dynamics: the contributing effect of organizational change capability. *European Journal of Marketing*, 1306-1326.
- McNamara, C.P. (1972). The present status of the marketing concept. *Journal of Marketing*, 50-57.
- Michael, K. Brady and J. Joseph Cronin. (2001). The present status of the marketing concept. *Journal of Service Research*.
- Narver, J. C. and Slater S.F. (1994). Market orientation, customer value and superior performance. *Business Horizons*, 22-28.
- Narver, J. C., Slater S. F. and Tietje B. (1998). Creating a Market Orientation. *Journal of Market Focused Management*, 241-255.
- Narver, J.C, and Slater S.F. (1990). The effect of a market orientation on business profitability. *Journal of Marketing*, 20-36.
- Noble, C.H., Sinha R.K. and og Kumar A. (2002). Market orientation and alternative strategic orientation: A longitudinal assessment of performance implications. *Journal of Marketing*, 5-39.
- O' Sullivan, D. and Abela A.V. (2007). Marketing performance measurement ability and firm performance. *Journal of Marketing*, 79-93.
- Schreiner, M. (2002). A Framework for the Discussion of the Social Benefits of Microfinance.

## **KAPABILITAS PERUSAHAAN SEBAGAI DETERMINAN KEUNGGULAN KOMPETITIF DALAM PENDEKATAN *DYNAMIC CAPABILITIES***

**Ida Susi Dewanti**

*Administrasi Bisnis, FISIP, UPN "Veteran" Yogyakarta*

*email : [idasusidewanti@yahoo.com](mailto:idasusidewanti@yahoo.com)*

### **ABSTRACT**

*This study aims to explore the extent to which the crafts industry are capable to develop dynamic capabilities to actively response changes of the environment. Exploration is conducted to crafts industry in Yogyakarta in order to capture the dynamics of the business environment and the ability of the crafts industry relevant to dynamic capabilities. The capabilities, namely absorptive and technological capabilities will be used to represent the elements of dynamic capabilities. This study uses quantitative descriptive approach to illustrate the abilities of crafts industry in facing dynamic environment. Data collection uses proportionate random sampling criteria set in this study to ensure their competence to explain crafts industry operational activities, strategies and business environment. The results of this study shows that the crafts industry have engaged in business activities related to adaptive, absorptive and innovative capabilities, but the activities are not managed comprehensively nor continuously. This study amplify important points of consideration to develop dynamic capabilities in crafts industry.*

**Keywords:** *dynamic capabilities, absorptive capability, technological capability, competitive advantage*

### **PENDAHULUAN**

Keunggulan kompetitif merupakan hal yang penting bagi sebuah perusahaan karena menyangkut bagaimana perusahaan dapat bertahan dan unggul dalam persaingan. Lingkungan yang dinamis dan penuh persaingan saat ini mensyaratkan perusahaan untuk menciptakan keunggulan dalam industri yang dimasuki. Pertanyaan yang mendasar adalah bagaimana perusahaan mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Porter (1980) mengembangkan pendekatan kekuatan kompetitif yang dikenal dengan istilah *Porter's Five Forces Model*. Intinya Porter menilai bahwa perusahaan secara nyata tidak hanya bersaing dengan perusahaan yang ada dalam industri saat ini.

Analisis yang biasa digunakan sebuah perusahaan adalah siapa pesaing langsung perusahaan tersebut dan akhirnya mereka terjebak dalam "*competitor oriented*", sehingga tidak mempunyai visi pasar yang jelas. *Porter's five forces model* menggambarkan bahwa sebenarnya perusahaan juga bersaing dengan pesaing potensial, yaitu mereka yang akan masuk dalam industri, para pemasok atau supplier, para pembeli atau konsumen, dan produsen produk-produk pengganti. Mereka inilah yang ikut menentukan karakteristik suatu industri. Kelima kekuatan bersaing menurut Porter tersebut dapat dikategorikan sebagai faktor eksternal. Definisi dari faktor

eksternal perusahaan itu sendiri adalah lingkungan bisnis yang melingkupi operasi perusahaan yang memunculkan peluang dan ancaman. Faktor ini mencakup lingkungan industri dan lingkungan bisnis makro yang membentuk keadaan dalam organisasi dimana organisasi ini hidup.

Kekuatan bersaing perusahaan tidak hanya ditentukan oleh faktor eksternal melainkan juga faktor internal. Faktor internal yang dapat menjadi kekuatan perusahaan antara lain adalah sumber daya. Pandangan berbasis sumber daya (*Resource-based view* atau RBV) memandang sumber daya perusahaan sebagai faktor utama dari keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan. Perbedaan kinerja antar perusahaan bila dilihat dari sudut pandang berbasis sumber daya dapat diatribusikan kepada adanya variasi dalam sumber daya dan kemampuan perusahaan (Hitt et al., 2001). Pandangan berbasis sumber daya memandang perusahaan sebagai kumpulan sumber daya dan kemampuan yang dimiliki perusahaan. Perbedaan sumber daya dan kemampuan perusahaan dengan perusahaan pesaing akan memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan.

Pandangan berbasis sumber daya yang digagas oleh Penrose (1959) dalam bukunya *The Theory of the Growth of the Firm*, menyatakan bahwa sumber daya dikatakan strategis apabila memenuhi beberapa kriteria yaitu langka, berharga, sulit ditiru dan sulit digantikan (VRIN). Asumsi pandangan ini menitikberatkan bahwa perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dalam mengelola sumber daya yang dimilikinya sesuai dengan kemampuan khas perusahaan (Conner & Prahalad, 1996). Heterogenitas kemampuan dan sumber daya perusahaan merupakan salah satu pilar pendekatan berbasis sumber daya (Peteraf, 1993). Menurut perspektif berbasis sumber daya, heterogenitas perusahaan berkaitan dengan kemampuan sumber daya mereka. Sumber daya bersifat melekat, setidaknya dalam jangka pendek, sehingga perusahaan sampai taraf tertentu kadangkala terjebak dengan apa yang dimiliki dan mungkin harus hidup dengan keterbatasan mereka.

Pandangan berbasis sumber daya kemudian diperluas salah satunya oleh Teece dengan menyampaikan pandangan kemampuan dinamis (*dynamic capability*). Kemampuan dinamis yang disampaikan oleh Teece, Pisano, & Shuen (1997) merupakan pendekatan yang muncul untuk memahami sumber-sumber keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Pandangan ini dianggap lebih sesuai untuk mengidentifikasi keunggulan kompetitif perusahaan dalam lingkungan yang dinamis dan kompetitif saat ini. Berbeda dengan dimensi keunggulan kompetitif milik Porter, *dynamic capability* lebih berorientasi pada faktor internal perusahaan. Pandangan ini merupakan perluasan dari pandangan berbasis sumber daya (*resources-based view*) yang memberikan penjelasan tentang heterogenitas kompetitif berdasarkan premis bahwa pesaing terdekat boleh jadi berbeda dalam sumber daya dan kemampuan yang dimiliki terutama dalam kemampuan yang unik dan penting. Perbedaan-perbedaan ini pada gilirannya mempengaruhi keunggulan kompetitif perusahaan.

Pendekatan kemampuan dinamis (*dynamic capabilities*) terhadap strategi, serupa dengan *resource-based view* berdasarkan sebagian besar teori yang mendasarinya, namun mengambil perspektif yang lebih dinamis dan lebih menekankan pada pembelajaran dan inovasi (Prahalad and Hamel, 1990; Nelson, 1991; Teece et al., 1997). Pendekatan strategi ini lebih tepat dilakukan di pasar yang memiliki perputaran yang cepat (*fast cycle*) yang juga disebut pasar *Schumpeterian* atau industri yang sangat kompetitif (*hypercompetitive*) (D'Aveni, 1994), dan industri berkecepatan tinggi (*high-velocity*) (Brown dan Eisenhardt, 1997).

Kemampuan dinamis melibatkan adaptasi dan perubahan, karena pendekatan ini membangun, mengintegrasikan atau mengkonfigurasi ulang sumber daya dan kemampuan yang

dimiliki perusahaan. Istilah kemampuan mengarah pada peran kunci dari manajemen strategis dalam beradaptasi, mengintegrasikan, dan mengkonfigurasi ulang sumber daya dan kompetensi fungsional internal dan eksternal secara tepat untuk menyesuaikan dengan persyaratan lingkungan yang berubah. Istilah dinamis mengacu pada kapasitas untuk memperbarui kompetensi sehingga mencapai kesesuaian dengan lingkungan bisnis yang berubah.

Kemampuan dinamis (*dynamic capability*) dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam menggunakan sumber daya, khususnya dalam proses mengintegrasikan, merekonfigurasi, memperoleh dan melepaskan sumber daya. Kemampuan ini memungkinkan perusahaan merespon dengan cepat peluang-peluang baru dan mampu menciptakan perubahan pasar karena pengaruh inovasi sebagai respon penyesuaian diri dengan perubahan lingkungan eksternal (Eisenhardt & Martin, 2000, Adeniran & Johnston, 2012, Hess, 2008). Menurut pendekatan kemampuan dinamis yang dikemukakan Penrose & Chandler, pertumbuhan dan kesuksesan perusahaan pada dasarnya terletak pada proses penciptaan dan akumulasi sumber daya spesifik internal. Pengetahuan dan kemampuan memainkan peran utama bagi perusahaan.

Kemampuan dinamis menjadi pendekatan yang paling sesuai dengan lingkungan persaingan yang semakin dinamis (Teece et al., 1997; Wang & Ahmed, 2007). Kemampuan dinamis merupakan pola pikir untuk terus mengintegrasikan, mengonfigurasi ulang, memperbarui dan menciptakan kembali kemampuan inti dalam menanggapi lingkungan yang terus berubah untuk mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitif (Wang & Ahmed, 2007). Banyak penelitian yang telah membuktikan bahwa kemampuan dinamis membantu UMKM untuk mempertahankan dan menciptakan kembali keunggulan kompetitif agar menjadi keunggulan kompetitif berkelanjutan yang berdasarkan lingkungan yang dinamis (Tajeddini et al., 2011; Wilhelm, Schlömer, & Maurer, 2015).

Keunggulan kompetitif membutuhkan eksploitasi kemampuan spesifik yang ada pada perusahaan baik internal dan eksternal (Penrose, 1959; Teece, 1982; Wernerfelt, 1984). Fokus penelitian khususnya mengenai bagaimana awal mula organisasi mengembangkan kemampuan spesifik perusahaan dan bagaimana mereka memperbarui kompetensi untuk menanggapi perubahan dalam lingkungan bisnis mulai menarik perhatian. Masalah-masalah ini sangat terkait dengan proses bisnis perusahaan, posisi pasar, dan jalur ekspansi. Beberapa hasil penelitian menawarkan wawasan dan bukti tentang bagaimana perusahaan dapat mengembangkan kemampuan mereka untuk beradaptasi dan bahkan memanfaatkan lingkungan yang berubah dengan cepat.

Dalam lingkungan yang berubah sangat cepat sumber daya atau kemampuan tertentu biasanya hanya menghasilkan keunggulan kompetitif untuk waktu yang relatif singkat. Pesaing dengan cepat merespons dengan baik imitasi atau pengembangan produk mereka sendiri. Sumber daya yang utama dari ketahanan keunggulan kompetitif adalah kemampuan organisasi yang memungkinkan perusahaan melakukan inovasi lebih cepat. Kemampuan teknologi perusahaan merupakan sumber daya strategis yang penting yang memungkinkan mereka untuk mencapai keunggulan kompetitif dalam industri mereka (Teece et al., 1997).

Teknologi merupakan salah satu aset berharga yang dimiliki organisasi. Teknologi memfasilitasi pertumbuhan dan profitabilitas (Zahra & Kirchoff, 2005). Pemahaman bagaimana organisasi menyebarkan sumber daya teknologi mereka untuk mencapai keunggulan kompetitif menjadi subjek penting dalam penelitian saat ini (Huang, 2011). Kemampuan teknologi menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menerapkan ide dan pengetahuan ke dalam

sistem dan teknologi yang dibangun, mengembangkan teknologi yang sudah ada menjadi teknologi yang lebih sesuai untuk memecahkan persoalan yang ada di sekitar.

Industri kreatif kerajinan membutuhkan kemampuan teknologi yang dapat mendukung aktivitas untuk menghasilkan produk yang berkualitas. Kemampuan teknologi akan mendukung aktivitas bisnis menjadi lebih efektif dan meningkatkan daya saing untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Penelitian yang menghubungkan kemampuan teknologi dengan keunggulan kompetitif masih sangat langka sehingga penelitian ini menguji pengaruh antara kemampuan teknologi terhadap keunggulan kompetitif.

Menurut penelitian sebelumnya, eksplorasi pengaruh faktor internal perusahaan dalam hubungan antara sumber daya yang bersifat *intangible* dengan keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan belum banyak diungkap (Huang, 2011). Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan literatur manajemen strategik dengan memperhatikan bagaimana faktor internal yaitu sumber daya yang bersifat *intangible* mempengaruhi keunggulan kompetitif perusahaan. Perusahaan membutuhkan keunggulan (*advantage*) untuk dapat bersaing lebih dominan dalam era persaingan dewasa ini dan pada akhirnya dapat memenangkan persaingan tersebut. Keunggulan kompetitif akan memberikan posisi unik yang berbeda dan sulit ditiru oleh perusahaan lain. Literatur *resource based view* (RBV) menyatakan bahwa faktor internal menentukan daya tahan keunggulan kompetitif (*sustained competitive advantage*).

Kemampuan absorptif dan kemampuan teknologi termasuk faktor internal yang merupakan kapabilitas perusahaan berbasis pada pengetahuan dan teknologi untuk memaksimalkan sumber daya yang dimiliki sehingga menciptakan keunggulan kompetitif dan pada gilirannya dapat meningkatkan kinerja. Penelitian tentang kemampuan absorptif ini termasuk langka (Kamal & Flanagan, 2012). Padahal kemampuan mengolah pengetahuan yang diperoleh untuk memenuhi kebutuhan perusahaan terutama berkaitan dengan pasar, dan menyelaraskan dengan teknologi yang dimiliki sangat dibutuhkan.

Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi sejauh mana potensi industri kerajinan dalam mengembangkan keunggulan bersaing ditinjau dari kemampuan absorptif dan kemampuan teknologi dalam pendekatan kemampuan dinamis. Eksplorasi secara khusus dilakukan pada industri kerajinan di Yogyakarta. Data Disperindakop Yogyakarta menyebutkan bahwa industri kreatif subsektor kerajinan di Yogyakarta memberikan andil cukup besar dalam penyerapan tenaga kerja. Data tahun 2016 jumlah tenaga kerja yang terserap oleh industri kreatif sebanyak 152.446 orang atau sekitar 70,04 persen dari penyerapan total unit usaha (DisperindaKop DIY, 2016). Data yang dirilis BPS dan Bekraf tahun 2016 untuk subsektor kriya tahun 2016 berjumlah 35.832 unit usaha dengan prosentase 20,80 persen. Hal ini menunjukkan bahwa industri kerajinan memberikan kesempatan kerja yang luas bagi masyarakat dan dapat menjadi salah satu solusi dalam mengatasi pengangguran juga kemiskinan dalam jangka panjang khususnya di Yogyakarta karena jumlah unit usaha dan penyerapan tenaga kerjanya termasuk tinggi.

## **LANDASAN TEORI**

### **Kemampuan Dinamis (*Dynamic Capability*)**

Dewasa ini banyak pakar strategi dan manajemen yang menyatakan bahwa kapabilitas dinamis merupakan jantung strategi perusahaan, penciptaan nilai dan keunggulan bersaing (Teece, 2009; Eisenhardt dan Martin, 2000; Winter, 2003; Helfat et al., 2007). Secara konseptual

penelitian-penelitian mengenai kapabilitas dinamik didasarkan pada konsep *resource-base view* (Wernerfelt, 1984; Barney, 1991; Peteraf, 1993). Kemampuan dinamis merupakan suatu perspektif yang menyimpulkan bahwa keunggulan bersaing perusahaan-perusahaan dibangun melalui sumber daya yang dimilikinya baik yang *tangible* maupun *intangible*.

*Dynamic capabilities* adalah kemampuan perusahaan dalam mengintegrasikan, membangun, dan merekonfigurasi kompetensi internal dan eksternal untuk menghadapi lingkungan yang berubah cepat (Teece, 2009). Dengan demikian kapabilitas dinamik merefleksikan kemampuan organisasi untuk meraih bentuk baru keunggulan kompetitif yang inovatif sebagai hasil dari posisi pasar

Terdapat dua arus pendekatan dari sudut pandang manajemen strategis, untuk menjelaskan daya saing. Pertama, arus Porter (1979) yaitu pendekatan yang bertumpu pada analisis lingkungan eksternal perusahaan, dimana struktur industri merupakan faktor penentu daya saing perusahaan. Kedua, arus Barney (1991) dan Wernerfelt (1984) yang bertumpu pada lingkungan internal perusahaan sebagai faktor penentu keunggulan daya saing. Arus kedua ini dikenal sebagai *resource-based view (RBV)*. RBV memandang bahwa faktor krusial untuk unggul dari kompetitor adalah sumberdaya, kompetensi, keterampilan, dan kapabilitas. Yang dimaksud dengan sumberdaya perusahaan adalah sumberdaya fisik dan non fisik yang dapat dikelola perusahaan untuk bertahan dan berkinerja tinggi dalam bisnis (Barney, 1991). Sedangkan kompetensi, teknologi, pengetahuan, keterampilan, pengalaman, kapabilitas merupakan aset non fisik (*intangible*) yang dikenal juga dengan sebutan *knowledge-based view* (Boisot, 1998).

Kapabilitas dinamis muncul sebagai perluasan dari RBV, dimana RBV bicara tentang bagaimana perusahaan mengakumulasi sumberdaya berharga contohnya aset teknologi, aset properti intelektual. Tetapi pada kenyataannya keunggulan perusahaan tidak ditentukan oleh kepemilikan sumberdayanya saja, tetapi bagaimana kapabilitas perusahaan untuk secara efektif mengintegrasikan, mengkoordinasikan, membangun, dan merekonfigurasi sumberdaya yang dimilikinya tersebut. Di titik inilah arti pentingnya kemampuan dinamis organisasi.

Teece, Pisano dan Shuen (1997) berpendapat bahwa kemampuan dinamis menjadi faktor kunci bagi perusahaan untuk tetap kompetitif di tengah perubahan lingkungan yang dinamis. Kemampuan dinamis membuat perusahaan mampu mengintegrasikan, membangun, dan mengkonfigurasi ulang sumberdaya dan kompetensi yang dimiliki. Kompetensi perusahaan harus terus diadaptasikan terkait dengan perubahan-perubahan dari luar perusahaan. Teece mengidentifikasi tiga proses kapabilitas yaitu: (1) koordinasi dan integrasi aktifitas observasi; (2) aktifitas belajar sebagai aktifitas sosial kolektif yang dapat berupa eksperimen hal-hal baru (3) rekonfigurasi dan restrukturisasi sumberdaya perusahaan berdasarkan observasi terhadap pasar serta lingkungan teknologi yang berkembang.

Helfat (2007) berpendapat bahwa kemampuan dinamis adalah kemampuan suatu organisasi untuk menciptakan, memperpanjang, atau memodifikasi basis sumber dayanya untuk maksud-maksud tertentu. Istilah *strategic* menurut Teece dan Pisano (1997) adalah kemampuan perusahaan yang harus diarahkan pada kebutuhan pengguna (konsumen), bersifat unik (sehingga produk dan jasa yang dihasilkan dihargai tanpa banyak melihat pada persaingan), sulit ditiru (sehingga keuntungan dapat ditentukan dengan mengabaikan adanya pesaing). Keunggulan kompetitif perusahaan menurut Teece dan Pisano (1997) berasal dari kemampuan dinamik yang berakar didalam kegiatan rutin perusahaan tersebut, melekat dalam proses-proses kegiatan perusahaan, dan terkondisikan selama beroperasinya atau berdirinya perusahaan.

Menurut Wang dan Ahmed (2007), kemampuan dinamis dapat dianalisis dengan tiga elemen utama, yaitu *adaptive capabilities*, *absorptive capabilities*, dan *innovative capabilities*. Kemampuan adaptif (*adaptive capabilities*) adalah kemampuan perusahaan untuk mengidentifikasi dan memanfaatkan pasar yang sedang berkembang, termasuk kemampuan perusahaan dalam mengadaptasi lingkup produk-pasar mereka untuk merespons peluang eksternal, memindai pasar, memantau pelanggan dan pesaing serta mengalokasikan sumber daya untuk kegiatan pemasaran, dan untuk merespons perubahan kondisi pasar secara cepat. Selain itu, mengevaluasi apakah sistem manajemen perusahaan dapat merespons dengan cepat perubahan pasar dan berkembang dengan cepat dalam menanggapi pergeseran prioritas bisnis.

Menurut Cohen dan Levinthal (1989), *absorptive capabilities* merupakan kemampuan perusahaan dalam mengenali nilai informasi baru eksternal, memahaminya, dan memanfaatkannya untuk tujuan komersial. Sehingga *absorptive innovation* merupakan kemampuan dalam mengevaluasi dan memanfaatkan pengetahuan diluar yang sebagian besar merupakan fungsi dari tingkat pengetahuan sebelumnya. Oleh karena itu, pengembangan kemampuan ini adalah aspek tersendiri yang menuntut suatu investasi terus menerus untuk mempertahankan kemampuan teknis dalam bidang tersebut. *Absorptive capabilities* sering tercermin dalam inovasi perusahaan dan kemampuannya dalam memanfaatkan pengetahuan baru dan penting untuk kegiatan inovatif perusahaan (Cohen & Levinthal, 1989).

*Innovative capability* merupakan kemampuan perusahaan dalam mengembangkan produk dan atau pasar baru, melalui penyelarasan orientasi inovasi yang strategis dengan proses dan perilaku inovatif (Wang & Ahmed, 2004). Dodgson et al (2008) menyatakan bahwa *innovative capabilities* adalah seperangkat keahlian yang digunakan oleh perusahaan untuk memformulasikan dan mengimplementasikan suatu strategi inovasi yang melibatkan kreasi, ekstensi, dan modifikasi dari semua sumber daya yang digunakan untuk inovasi. Sejalan dengan ini, Bell (2009) menyatakan bahwa *innovation capabilities* merupakan kapabilitas yang diperlukan untuk menciptakan, mengembangkan dan mengimplementasikan konfigurasi teknologi produk dan proses baru serta mengimplementasikan perubahan-perubahan dan perbaikan-perbaikan teknologi yang sudah digunakan (Sudrajat, 2013). Berdasarkan definisi ini kemampuan teknologi dapat disamakan dengan kemampuan inovatif.

### **Kemampuan Absorptif**

Kemampuan absorptif menurut Cohen dan Levinthal (1990) merupakan kemampuan perusahaan untuk mengenali nilai informasi baru, mengasimilasikannya, dan menerapkannya pada tujuan komersial yang merupakan aktivitas inovasi perusahaan yang sangat penting. Untuk mengembangkan inovasi, perusahaan harus terlebih dahulu mencari, mengidentifikasi, dan mengevaluasi pengetahuan alternatif dari sumber yang berbeda. Setelah mengidentifikasi pengetahuan yang memiliki manfaat, perusahaan harus mentransfer pengetahuan itu dari sumbernya dan mengeditnya agar dapat dimengerti. Selanjutnya perusahaan menggunakan dan mengubah pengetahuan tersebut menjadi desain produk tertentu yang merupakan inovasi produk (Carlile, 2004; Smith, Collins, dan Clark, 2005).

Kemampuan absorptif terutama merupakan fungsi dari pengetahuan sebelumnya yang dimiliki perusahaan. Basis pengetahuan perusahaan mendasari seberapa baik perusahaan dapat menggunakan pengetahuan baru untuk mencapai hasil inovasi yang diinginkan (Cohen dan

Levinthal, 1990). Kemampuan absorptif memungkinkan perusahaan untuk merespon lebih baik dan mampu bertahan dalam lingkungan yang kompleks dan dinamis. Kemampuan absorptif didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan untuk mengenali pengetahuan baru, informasi eksternal, mengasimilasi, dan mengaplikasikan pengetahuan tersebut ke dalam tujuan komersial. Kemampuan ini dapat dilihat dari kemampuan untuk mengevaluasi dan menggunakan pengetahuan dari luar organisasi, seperti intensitas kegiatan penelitian dan pengembangan (Wang & Ahmed, 2007). Perusahaan dengan kemampuan absorptif yang tinggi menunjukkan kemampuan belajar yang lebih kuat dibandingkan pesaingnya, mengintegrasikan informasi eksternal dan mengubahnya menjadi pengetahuan yang tertanam dalam perusahaan. Kemampuan absorptif bersifat multidimensi dan terdiri dari empat faktor pengetahuan: akuisisi, asimilasi, transformasi, dan eksploitasi (S. Zahra & George, 2002).

Akuisisi mengacu pada kemampuan perusahaan untuk mengidentifikasi dan memperoleh pengetahuan dari eksternal untuk mendukung kegiatan operasional (S. Zahra & George, 2002). Arah akuisisi dapat memengaruhi jalur yang diikuti perusahaan dalam memperoleh pengetahuan eksternal, sementara intensitas dan kecepatan usaha perusahaan untuk mengidentifikasi dan mengumpulkan pengetahuan dapat menentukan kualitas kemampuan akuisisi perusahaan.

Asimilasi mengacu pada rutinitas dan proses perusahaan yang memungkinkannya menganalisis, memproses, menafsirkan, dan memahami informasi yang diperoleh dari sumber eksternal (S. Zahra & George, 2002). Pengetahuan eksternal juga bersifat konteks, yang seringkali mencegah orang luar untuk tidak memahami atau mereplikasi pengetahuan. Pemahaman sangat sulit bila nilai pengetahuan bergantung pada keberadaan aset pelengkap yang mungkin tidak tersedia bagi perusahaan lain.

Transformasi menunjukkan kemampuan perusahaan untuk mengembangkan dan menyempurnakan rutinitas yang memfasilitasi penggabungan pengetahuan yang sudah ada dengan pengetahuan yang baru diakuisisi atau diasimilasi (S. Zahra & George, 2002). Hal ini dilakukan dengan menambah atau menghapus pengetahuan atau hanya dengan menafsirkan pengetahuan yang sama dengan cara yang berbeda.

Eksploitasi merupakan kemampuan organisasi didasarkan pada rutinitas yang memungkinkan perusahaan untuk memperbaiki, memperluas, dan memanfaatkan kompetensi yang ada atau menciptakan yang baru dengan menggabungkan pengetahuan yang diperoleh dan ditransformasikan ke dalam operasinya (S. Zahra & George, 2002). Penekanan eksploitasi adalah pada rutinitas yang memungkinkan perusahaan mengeksploitasi pengetahuan, meskipun tidak tertutup kemungkinan perusahaan mungkin bisa memanfaatkan pengetahuan secara kebetulan, tanpa rutinitas yang sistematis.

### **Kemampuan Teknologi (*Technological Capability*)**

Setiap perusahaan memiliki sumber daya teknologi sendiri yang spesifik, seperti paten yang dimiliki, jumlah tenaga teknis, atau jumlah sumber pengetahuan teknis. Secara khusus, kemampuan teknologi mengacu pada kemampuan perusahaan untuk menggunakan berbagai teknologi (Afuah, 2002). Karena kemampuan teknologi tertanam dalam rutinitas organisasi dari waktu ke waktu, ia menjadi lebih bernilai, tak dapat ditiru, dan tidak dapat disubstitusikan (Hamel dan Prahalad, 1994), dan karena itu merepresentasikan sumber daya absorptif yang penting.

Kemampuan teknologi adalah kemampuan untuk melakukan fungsi teknis yang relevan atau aktivitas dalam perusahaan termasuk kemampuan untuk mengembangkan produk dan proses

baru, dan untuk mengoperasikan fasilitas secara efektif (Teece et al., 1997). Kemampuan teknologi menjadi sangat penting karena menanggapi kebutuhan pasar yang dinamis membutuhkan pengembangan produk baru yang semakin bertumpu dengan teknologi baru dimana teknologi tersebut berubah sangat cepat sehingga mengharuskan perusahaan untuk mengikuti perubahan teknologi (Hsieh & Tsai, 2007).

Kemampuan dan eksplorasi teknologi berkembang ketika sebuah perusahaan membangun kemampuan teknologinya, ia menginvestasikan sumber daya substansial dalam penelitian dan pengembangan (R & D), yang melibatkan penemuan produk-produk baru, akumulasi pengetahuan, dan pelatihan tenaga teknis Akumulasi pengetahuan teknologi meningkatkan kemampuan perusahaan untuk mengevaluasi dan menggunakan teknologi dan keterampilan baru dalam inovasi produk (Afuah, 2002; Zahra dan George, 2002).

Indikator kemampuan teknologi dalam penelitian ini merupakan modifikasi seperti yang dikemukakan oleh Ortega (2009), Rush et al (2007), dan Tsai (2004) yaitu kemampuan menghasilkan produk baru; kemampuan menghasilkan proses baru; kemampuan menghasilkan paten, jaminan kualitas, dll yang diakui; kemampuan memodifikasi teknologi yang dimiliki untuk menghasilkan produk dan proses baru; serta kemampuan mengadopsi teknologi terbaru dalam industri yang sesuai dengan produk yang dihasilkan

### **Keunggulan Kompetitif**

Keunggulan bersaing (*competitive advantage*) adalah segala sesuatu yang dapat dilakukan dengan jauh lebih baik oleh sebuah perusahaan bila dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan pesaing. Ketika suatu perusahaan dapat melakukan sesuatu yang tidak dapat dibuat oleh perusahaan pesaing, atau memiliki sesuatu yang amat diinginkan oleh perusahaan pesaing maka itu dapat merepresentasikan keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif dapat diraih secara berkelanjutan dengan cara (1) terus-menerus beradaptasi pada perubahan dalam tren serta kegiatan eksternal dan kemampuan, kompetensi, serta sumberdaya internal, dan dengan (2) efektif merumuskan, menerapkan, dan menilai berbagai strategi yang semakin menguatkan faktor-faktor tersebut (David, 2011).

Keunggulan kompetitif dapat diperoleh dengan berbagai cara, antara lain dengan menawarkan produk atau jasa dengan harga minimum, menawarkan produk atau jasa dengan yang memiliki keunikan dibanding pesaingnya, atau memfokuskan diri pada segmen tertentu. Banyak ahli yang mengemukakan perlunya berbagai strategi yang harus ditempuh agar perusahaan mempunyai keunggulan kompetitif. Porter (2001) menyebutkan bahwa strategi bersaing bertujuan membangun posisi yang menguntungkan dan dapat dipertahankan terhadap kekuatan-kekuatan yang menentukan persaingan industri.

Daya tarik industri maupun posisi bersaing dapat dibentuk oleh perusahaan, inilah yang membuat pilihan strategi bersaing sangat menarik. Walaupun daya tarik industri sebagian merupakan refleksi dari faktor-faktor yang berpengaruh, strategi bersaing memiliki keluasaan yang besar untuk membuat suatu industri lebih menarik atau sebaliknya. Pada saat yang sama, sebuah perusahaan dapat dengan jelas meningkatkan atau merusak posisinya didalam suatu industri melalui pemilihan strateginya. Oleh karena itu, strategi bersaing tidak hanya berespons terhadap lingkungan, tetapi juga berusaha membentuk lingkungan demi keuntungan perusahaan (Papulova dan Papulova, 2006).

## **METODE PENELITIAN**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian eksplanatori (*exploratory research*). Penelitian eksplanatori (penjelasan) merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk memahami objek penelitian secara lebih mendalam, mendapatkan pemahaman awal dari fenomena tertentu, mencari kemungkinan untuk melakukan penelitian lanjutan yang lebih spesifik, serta mengembangkan metode yang dapat digunakan untuk penelitian lanjutan (Babbie, 2010). Lokasi penelitian dilakukan pada industri kreatif subsektor kerajinan di Yogyakarta. Sampel pada penelitian ini adalah industri Usaha yang bergerak di bidang kerajinan tekstil, kayu, dan logam yang ada di DIY sejumlah 100 perusahaan.

## **DISKUSI**

Bagian ini akan menguraikan keterkaitan antara kemampuan industri kerajinan dalam menciptakan keunggulan kompetitif dengan merespons perubahan lingkungan eksternalnya mengacu pada elemen kemampuan dinamis, yaitu kemampuan absorptif dan kemampuan teknologi.

### **Pengaruh Kemampuan Absorptif Terhadap Kemampuan Teknologi**

Dalam lingkungan yang dinamis, perusahaan yang fokus pada inovasi tertutup dengan melakukan pertukaran pengetahuan terbatas dalam organisasi seringkali berbahaya karena dapat menunda akses kepada teknologi baru (John et (Wuyts & Dutta, 2014). Hal ini dikarenakan pengetahuan yang dimiliki perusahaan seringkali terbatas dan adakalanya sudah ketinggalan. Sehingga banyak perusahaan mendorong inovasi yang dilakukan dengan mengadopsi pengetahuan eksternal.

Kemampuan absorptif memiliki empat dimensi yaitu akuisisi, asimilasi, transformasi, dan eksploitasi. Dimensi-dimensi ini saling membangun untuk menghasilkan kemampuan dinamis yang koheren, yang mendorong perubahan dan evolusi organisasi (S. A. Zahra & George, 2002). Industri kreatif subsektor kerajinan yang diteliti pada prinsipnya memiliki keempat dimensi tersebut. Namun demikian dari keempat dimensi kemampuan absorptif baru dimensi akuisisi dan asimilasi yang berkembang lebih baik, sementara dimensi transformasi dan eksploitasi belum berkembang dengan baik. Dimensi akuisisi berkaitan dengan aktivitas perusahaan untuk mencari pengetahuan eksternal. Hal ini ditunjukkan dengan adanya penyerapan pengetahuan dari luar perusahaan. Sedangkan dimensi asimilasi berkaitan dengan melakukan internalisasi pengetahuan baru ke dalam seluruh bagian organisasi yang terkait. Pengetahuan baru ini selanjutnya akan disimpan, dikombinasikan dengan pengetahuan yang telah dimiliki untuk menghasilkan pengetahuan baru sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Kemampuan belajar yang kurang menghambat tumbuhnya pengetahuan sebagai aset perusahaan dan pada akhirnya tidak menghasilkan peningkatan kinerja maupun pengembangan perusahaan yang berarti (Zahra & George, 2002; Wang & Ahmed, 2007).

Menurut Zahra & George (2002), kemampuan absorptif terdiri dari dua subset kemampuan yaitu kemampuan absorptif potensial yang terdiri dari perolehan pengetahuan (akuisisi) dan asimilasi serta kemampuan absorptif nyata yang terdiri dari transformasi pengetahuan dan eksploitasi. Kedua subset tersebut memiliki efek yang berbeda pada perusahaan. Kemampuan absorptif potensial memainkan peran penting dalam mengumpulkan dan

memperbarui basis pengetahuan perusahaan dan kemampuan absorptif nyata membantu perusahaan mengembangkan kemampuan baru atau memperbaiki kemampuan yang sudah ada

Industri kerajinan belum melakukan transformasi dan eksplotasi yang baik. Hal ini tampak dari data yang diperoleh, perusahaan belum secara rutin memproses informasi yang diperoleh dari sumber eksternal, belum optimal mengembangkan dan menyempurnakan pengetahuan menjadi aset yang sulit direplikasi oleh kompetitor. Selain itu perusahaan yang diteliti belum secara aktif menerapkan pengetahuan yang diperoleh ke dalam teknologi yang digunakan untuk memperbarui produk ataupun proses baru. Kemampuan teknologi yang dikembangkan masih bertumpu pada pengetahuan lama yang sudah dimiliki. Hal ini dikarenakan perusahaan masih ragu-ragu apakah pengetahuan baru tersebut dapat memberikan hasil yang positif untuk mengembangkan kemampuan teknologi mereka. Artinya kemampuan absorptif tidak sepenuhnya berpengaruh terhadap kemampuan teknologi usaha kerajinan yang diteliti. Terbukti pada dimensi kemampuan absorptif potensial berpengaruh positif dan signifikan sedangkan pada dimensi kemampuan absorptif nyata berpengaruh tetapi tidak signifikan.

Hasil temuan menunjukkan bahwa sebagian besar pemilik perusahaan melakukan eksploitasi pengetahuan untuk memperbaiki operasional perusahaan sebatas meniru kegiatan operasional maupun pengembangan produk kompetitor. Mereka belum mengembangkan kemampuan sendiri yang bereda dengan kompetitor. Eksploitasi belum dilakukan secara optimal karena tidak dilandasi kemampuan asimilasi dan transformasi pengetahuan yang memadai. Hasilnya adalah setiap perusahaan memiliki persamaan dalam kemampuan. Namun demikian kunci agar perusahaan dapat lebih unggul dari perusahaan lain adalah memiliki keunggulan kompetitif sebagai perwujudan identifikasi dan respon isyarat lingkungan dengan baik (Zahra & George, 2002).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha kerajinan yang diteliti tidak memiliki kegiatan khusus yang dilakukan untuk mempelajari pengetahuan potensial dari dalam maupun luar perusahaan. Proses akuisisi pengetahuan yang terjadi di perusahaan dilakukan melalui pengamatan terhadap pesaing. Selain itu ditemukan juga kurangnya inisiatif usaha kerajinan untuk menerapkan pengetahuan dari luar karena berpandangan bahwa sistem yang telah berjalan sudah mencukupi untuk menjalankan kegiatan operasional. Penyerapan pengetahuan dari luar hanya dilakukan sebagai langkah korektif bila terjadi kekurangan pada sistem yang sudah berjalan, dan belum ada kegiatan yang dikhususkan untuk menambah pengetahuan untuk memajukan perusahaan.

### **Pengaruh Kemampuan Perusahaan Terhadap Keunggulan Kompetitif**

Pendekatan kemampuan dinamis berpotensi membantu perusahaan mengembangkan sejumlah kemampuan yang penting untuk memiliki keunggulan kompetitif. Kemampuan dinamis penting bagi perusahaan untuk masuk ke dalam industri, beradaptasi untuk menciptakan pertumbuhan dan menjaga keberlangsungan usaha (Zahra, Sapienza, & Davidsson, 2006)

Kemampuan dinamis dapat dicapai perusahaan dengan membangun kemampuan absorptif dan kemampuan teknologi yang berjalan secara seimbang agar perusahaan dapat beradaptasi, mengintegrasikan, dan mengonfigurasi secara tepat keterampilan-keterampilan internal dan eksternal organisasi, sumber daya, dan kompetensi fungsional untuk menyesuaikan dengan persyaratan perubahan lingkungan (Wang & Ahmed, 2007). Berdasarkan hasil analisis data, dapat dilihat bahwa perusahaan yang diteliti belum optimal dalam merespons perubahan

lingkungan, namun telah menunjukkan kemampuan yang potensial untuk berkembang dengan melakukan perbaikan pada manajemen dan operasional perusahaan.

Ditinjau dari perspektif kemampuan teknologi, perusahaan hanya mengidentifikasi pasar saat membuka, memperluas usaha atau saat merasa membutuhkan. Identifikasi pasar diperlukan manakala perusahaan ingin mendapatkan pengetahuan dari pasar mengenai konsumen yang dilayani serta kompetitornya. Pengetahuan ini dapat menjadikan evaluasi untuk memperbaiki dan mengembangkan pengetahuan pasar yang telah dimiliki dan pada gilirannya diterapkan dalam kemampuan teknologi yang dikembangkan. Implikasi dari temuan ini adalah perusahaan perlu mengembangkan kemampuan teknologi berkaitan dengan kebutuhan pasar. Memperbarui kemampuan teknologi yang tertanam dalam proses internal perusahaan agar mampu melihat peluang pasar, mengimplementasikan kebutuhan tersebut ke dalam teknologi dan output dari teknologi, meningkatkan kemampuan internal perusahaan untuk menangkap peluang eksternal (Wang & Ahmed, 2007).

Ditinjau dari perspektif kemampuan absorptif, perusahaan kurang memaksimalkan kemampuan internal perusahaan terutama yang berkaitan dengan pengetahuan. Perusahaan belum melakukan kegiatan khusus untuk mentransformasi dan mengeksploitasi pengetahuan yang diserap dari luar perusahaan. Perusahaan masih perlu meningkatkan kemampuan absorptif nyata selaras dengan kemampuan absorptif potensialnya. Kenyataannya kemampuan untuk menyerap pengetahuan dari luar akan mendorong perusahaan memperbaiki kinerja sekaligus dapat menemukan kekuatannya yang akan menghasilkan inovasi dan keunggulan kompetitif (Rufaidah & Sutisna, 2015; Wang & Ahmed, 2007).

Implikasi dari temuan ini adalah perusahaan harus mempunyai kemampuan yang kuat untuk berkembang, pemilik dan pengelola harus secara rutin melakukan kegiatan yang dikhususkan untuk belajar dalam hal apa pun dari luar perusahaan. Kemudian harus mempraktikkan pengetahuan dari luar untuk mengembangkan perusahaan secara berkelanjutan. Ditinjau dari perspektif kemampuan teknologi, saat ini perusahaan hanya memberi variasi untuk menjawab kejenuhan pasar, cenderung sekadar mengikuti tren. Perusahaan harus memiliki fokus menciptakan *value* jangka panjang baik pada produk maupun prosesnya. Kemampuan teknologi yang baik dapat dibangun dengan memiliki kemampuan absorptif yang baik (Zahra & George, 2002). Perusahaan harus memiliki budaya belajar sebagai budaya organisasi karena proses pembelajaran yang berevolusi dapat memperkuat kemampuan dinamis perusahaan (Eisenhardt & Martin, 2000).

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa kemampuan absorptif dan kemampuan teknologi memiliki pengaruh yang cukup signifikan dalam menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan khususnya industri kreatif. Kemampuan absorptif nyata perlu ditingkatkan karena menyangkut transformasi dan eksploitasi pengetahuan dimana pengetahuan yang diperoleh dioptimalkan implementasinya termasuk untuk meningkatkan kemampuan teknologi. Perusahaan telah melakukan aktivitas bisnis yang terkait dengan kemampuan dinamis namun aktivitas tersebut belum dikelola dengan baik dan terus-menerus. Industri kerajinan belum memiliki kemampuan dinamis secara menyeluruh sehingga disarankan bagi perusahaan untuk membangun kemampuan dinamis melalui kemampuan absorptif dan teknologi.

Kemampuan kunci untuk membangun kemampuan dinamis adalah kemampuan belajar. Perusahaan perlu mengelola pembelajaran menjadi budaya organisasi, membangun *knowledge base* sebagai aset perusahaan. Pada akhirnya perusahaan perlu mengembangkan visi dan strategi jangka panjang kemudian menggunakan pengetahuan yang dimiliki untuk memperbaiki kinerja dan menciptakan keunggulan kompetitif selaras dengan perubahan yang dihadapi perusahaan..

## REFERENSI

- Amit, R. & Schoemaker, P.J. 1993. Strategic Assets and Organizational Rent. *Strategic Management Journal*, 14(1), 33–46. Bungin, B. 2015. *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Bank Indonesia. 2015. *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)*. Jakarta. Dinas Penanaman Modal & PTSP Kota Surabaya. 2017. Peringkat Izin Usaha PMDN Berdasarkan Sektor Pada Tahun 2017 Kota Surabaya. [http://dpm-ptsp.surabaya.go.id/data\\_investasi/pmappmdn/hasil1.php?jns=realisasi\\_investasi&data=PMDN&th=2017&kat=sektor&tri=semua](http://dpm-ptsp.surabaya.go.id/data_investasi/pmappmdn/hasil1.php?jns=realisasi_investasi&data=PMDN&th=2017&kat=sektor&tri=semua) diakses 20 Desember 2017.
- Eisenhardt, K.M. (1989). Building theories from case study research. *Academy of Management Review*, 14 SRC-(4), 532–550.
- Eisenhardt, K.M. & Martin, J.A. 2000. Dynamic Capabilities: What are they? *Strategic Management Journal*, 21(10/11), 1105–1121.
- Evers, N. 2011. International New Ventures in “Low Tech” Sectors: a Dynamic Capabilities Perspective. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 18(3), 502– 528.
- Hafni, R. & Rozali, A. 2017. Analisis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terhadap Penyerapan Tenaga Kerja di Indonesia. *Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 15(2), 77–96.
- Harper, M. & Cole, P. 2012. Member Checking: Can Benefits be Gained Similar to Group Therapy? 1–2.
- Hofer, K.M., Niehoff, L.M., & Wuehrer, G.A. 2015. The Effects of Dynamic Capabilities on Value-Based Pricing and Export Performance. *Entrepreneurship in International Marketing*.
- Kristinawati, D., Jann, D., & Tjakraatmadja, H. 2017. Studi Konseptual Eksploratif Mengenai Hubungan Kemampuan Dinamis dengan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 17(1).
- Julianto, P.A. 2016. Kompas. Diambil Kembali dari Ekonomi Kompas, Juli 21: [http://ekonomi.kompas.com/read/2016/07/21/203632226/menperin\\_industri.makanan.dan.minuman.strategis.bagi.perekonomian.nasional](http://ekonomi.kompas.com/read/2016/07/21/203632226/menperin_industri.makanan.dan.minuman.strategis.bagi.perekonomian.nasional). McKelvie, A. & Davidsson, P. 2009. From Resource Base to Dynamic Capabilities: an Investigation of New Firms. *British Journal of Management*, 20, S63–S80.
- Muharram, A. 2017. *Arah Kebijakan Bidang Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Denpasar.
- Nedzinskas, D., Pundzienė, A., BuopiūtėRafanavičienė, S., & Pilkienė, M. 2013. The Impact of Dynamic Capabilities on SME Performance in a Volatile Environment as Moderated by Organizational Inertia. *Baltic Journal of Management*, 8(4), 376–396.
- Newbert, S.L. 2005. New Firm Formation: A Dynamic Capability Perspective\*. *Journal of Small Business Management*, 43(1), 55– 77.
- Purwanti, E. 2012. Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. *Among Makarti*, 5(9), 13–28.
- Rosenbusch, N., Brinckmann, J., & Bausch, A. 2011. Is Innovation always Beneficial? A Meta-Analysis of the Relationship between Innovation and Performance in SMEs. *Journal of*

- Business Venturing, 26, 441–457.
- Rufaidah, P. & Sutisna. 2015. Kemampuan Dinamis UMKM Industri Kreatif Jawa Barat. *Sosiohumaniora*, 17(1), 60–66.
- Saunila, M. 2016. Performance Measurement Approach for Innovation Capability in SMEs. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 65(2), 162–176.
- Setyanto, A.R., Samodra, B.R., & Pratama, Y.P. 2016. Kajian Strategi Pemberdayaan UMKM dalam Menghadapi Perdagangan Bebas Kawasan ASEAN (Studi Kasus Kampung Batik Laweyan). *ETIKONOMI*, 14(2).
- Sri, Y., Strategi, S., & Susilo, Y.S. 2010. Strategi Meningkatkan Daya Saing UMKM dalam Menghadapi Implementasi CAFTA dan MEA. *Buletin Ekonomi Agustus*, 8(2), 70–170.
- Sriwidadi, T. 2014. Pengaruh Kepemimpinan dan Kemampuan Dinamis terhadap Manajemen Pengetahuan di Binus University Jakarta. *The Winners*, 15(1), 47.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Syaodih, N. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Teece, D., Pisano, G., & Shuen, A. 1997. Dynamic Capabilities and Strategic Management. *Strategic Management Journal*, 509–533.
- Teece, D.J. 2007. Explicating Dynamic Capabilities: The Nature and Microfoundations of (Sustainable) Enterprise Performance. *Strategic Management Journal* *Strategic Management Journal* Streit. *Mgmt*, 28(28), 1319–1350.
- Teece, D.J. 2010. Business Models, Business Strategy and Innovation. *Long Range Planning*, 43(2–3), 172–194.
- Tseng, S.M., & Lee, P.S. 2014. The Effect of Knowledge Management Capability and Dynamic Capability on Organizational Performance. *Journal of Enterprise Information*.
- Wang, C.L. & Ahmed, P.K. 2004. The Development and Validation of the Organizational Innovativeness Construct Using Confirmatory Factor Analysis. *European Journal of Innovation Management*, 7(4), 303–313.
- Wang, C.L. & Ahmed, P.K. 2007. Dynamic Capabilities: A review and research agenda. *International Journal of Management Reviews International Journal of Management Reviews IJMR International Journal of Management Reviews*, 9(1), 31–51.
- Wilhelm, H., Schlömer, M., & Maurer, I. 2015. How Dynamic Capabilities Affect the Effectiveness and Efficiency of Operating Routines Under High and Low Levels of Environmental Dynamism. *British Journal of Management*, 26(2).
- Winter, S.G. 2003. Understanding Dynamic Capabilities. *Strategic Management Journal*, 24(10 SPEC ISS.), 991–995.
- Zahra, S.A., Sapienza, H.J., & Davidsson, P. 2006. Entrepreneurship and Dynamic Capabilities: A Review, Model and Research Agenda. *Journal of Management Studies*, 43(4), 917–955.
- Zahra, S. & George, G. 2002. Absorptive Capacity: a Review, Reconceptualization, and Extension. *The Academy of Management Review*, 27(2), 185–203.

**ACCOUNTABILITY OF SEMAAN AL-QUR'AN JANTIKO  
MANTAB AND DZIKRUL GHOFILIN  
( FENOMENOLOGY APPROACH )**

**<sup>1</sup>Januar Eko Prasetyo, <sup>2</sup>Iwan Triyuwono, <sup>2</sup>Eko Ganis Sukoharsono, <sup>2</sup>Lilik Purwanti**

<sup>1</sup>Faculty of Economics, UPN Veteran, Yogyakarta, Indonesia

<sup>2</sup>Faculty of Economics and Business, Brawijaya University, Jl. Veteran 1, Malang, Indonesia

email: [januar\\_ep@upnyk.ac.id](mailto:januar_ep@upnyk.ac.id) , [iwant@ub.ac.id](mailto:iwant@ub.ac.id) , [ekoganis@ub.ac.id](mailto:ekoganis@ub.ac.id) , [lilik@ub.ac.id](mailto:lilik@ub.ac.id)

**ABSTRACT**

*This study aims to understand the accountability of the activities of the Al-Qur'an recitation of Jantiko Mantab and Dzikrul Ghofilin through the interpretive paradigm with a phenomenology approach. The site of this research is the activity of Al-Qur'an recitation of Jantiko Mantab and Dzikrul Ghofilin which was conducted around East Java for six months. Data collection were made through in-depth interviews, observation and documentation. The results of the study found that the accountability of the Al-Qur'an recitation of Jantiko Mantab and Dzikrul Ghofilin was closer to a qualitative accountability than quantitative accountability. This is because these activities carry a lot of holy missions compared to formal accountability.*

**Keywords:** *Accountability, interpretive paradigm.*

**INTRODUCTION**

If we discuss the recitation activities of the Al-Qur'an Jantiko Mantab and Dzikrul Ghofilin, then the community will remember the figure of Gus Miek as the founder of the congregation. Gus Miek was known as a controversial Islamic leader (*kyai*) in carrying out his preaching. Gus Miek, besides being known as a great cleric, was also known as an eccentric person who prefers preaching in a crowd of people who commit immorality like in discotheques or nightclubs, compared to a commonly known *kyai* who lives in a Islamic boarding institution (*pesantren*) who teaches "yellow books" (*kitab kuning*) to his students (*santri*). Almost every night he walked on the streets of East Java, in and out of nightclubs, and even gathered with pedicab drivers and street vendors such as coffee sellers on the roadside just to give a little enlightenment to those who needed. His famous teachings were called *Suluk Jalan Terabas*. By performing this teaching model, Gus Miek was considered as a weirdo by some *kiai* at that time.

The recitation of the Al-Qur'an of Jantiko Mantab and Dzikrul Ghofilin was initially carried out in the city of Kediri only around 1986. Later on, it also conducted in other cities around East Java such as Jember, Tulungagung, Trenggalek, Blitar, Malang, Pasuruan, Nganjuk, or even in Denpasar, Jakarta, and Malaysia. As the congregation getting bigger and massive, questions about how the accountability of the recitation activities of Al-Qur'an Jantiko Mantab and Dzikrul Ghofilin were raised.

## **BACKGROUND THEORY AND PREVIOUS RESEARCH**

Although Islam does not provide a comprehensive theory in the field of accounting, it still provides a set of general guidelines that can be applied to achieve the fundamental objectives of management that are not fundamental to materialists (Abuznaid, 2006). The general guidelines of Islam are based on the concepts of human well-being and good life, brotherhood and socio-economic justice, and balanced satisfaction of the material and spiritual needs of all humans (Chapra, 1992).

In the Qur'an, the word reckoning (*hisab*) is repeated more than eight times in different verses (Askary dan Clarke, 1997). *Hisab* or account is the root of accountability, and in the Al-Qur'an it refers to accounts relating to the obligation of every Muslim to Allah for all matters on every human business. All resources available to humans are made in the form of trust. God (*Allah SWT*) gives trust to humans to manage resources in the form of goods, property and assets. The extent to which humans must use what is entrusted to them is determined in the Shari'a, and human success in the hereafter depends on their performance in this world. God places human as a *caliph fi al-ardh* (Al-Himshi, 1994), an entity who are given a high degree to regulate, manage and process all the potential that exists on earth. This situation educates people to always think towards developing management of all existing potentials so as to create professional human resources. The election of humans as leaders on the earth educates them to provide a balanced measure for humans themselves that on the one hand humans must be responsible for themselves, society and the universe, and on the other hand humans cannot release themselves as servants who must obey Allah SWT the Divine cosmos (Arief, 2005).

In this case, every Muslim has an account with Allah, which records all good and bad actions, accounts that will continue till they die, and Allah SWT will show all of their accounts on the judgment day. Another purpose of human creation is to carry out the mandate (Zakariya, 1994 and Al-Asfahaniy, 1999), namely the ability of humans to carry the *taklif* burden given by Allah SWT. This educates believers to always maintain the mandate and obey the command. The mandate that has been set so as not to be betrayed, both the mandate of Allah SWT and His Messenger (Prophet Muhammad SAW) and the mandate between fellow human beings. In addition, humans are also educated to be responsible for all their actions because later in the afterlife, they will be judged and then receive rewards or punishment. No one can replace the position of a person to account for his or her own actions, and no one escaped without any consequences (Syati, 1999: 53).

Hence the fundamental similarity between reckoning in Islam and accounting lies in the responsibility of every Muslim to carry out the tasks as explained in the Qur'an (Prasetio, 2017). Likewise, in business companies, management and capital owners are responsible for actions both inside and outside the company. Accountability in this context means accountability to the community (*ummah*). Muslims must act in good faith both in the religious and secular dimensions, and their actions are always tied to the Islamic law so as to realize a task and practice including worship, prayer, courtesy and morals, along with commercial transactions and business practices (Lewis, 2006).

Muslims must conduct their business activities in accordance with religious requirements to be fair and honest to others. Business activities must be broadly inspired and guided by the concepts of monotheism (*tauhid*), *ihsan*, and *tawakkal* with a legal framework committed to

values such as justice, prohibition of interest (*riba*), prohibition on hoarding (*ihtikaar*) and other malpractices. In fact, a large number of Islamic concepts and values determine the level and nature of business activities (Rahman, 1994). There are many positive values such as *iqtisad*, *adl*, *ihsan*, *amanah*, *infaq*, *sabr* and *istislah*. Similarly there are a number of negative values, and thus must be avoided: *zulm*, *bukhl*, *iktinaz* and *israf*. Economic activities in positive parameters are *halal* and in negative parameters are *haram*. Production and distribution regulated by *halal-haram* codes must adhere to the idea of *adl* (justice). The Qur'an provides a framework of values and concepts for fair business and commercial systems.

The biggest challenge of Islamic accounting knowledge in accounting practices is based on the integration of spirituality and religiosity. Spirituality and religiosity are buildings that are very complex and very difficult to measure (Hasyim, 2007, Muhamad, 2007, Ahmed, 2012, Fry, 2003; Fry *et al*, 2005; Barrett, 2003; Ashmos & Duchon, 2000; MacDonald *et al*, 1999; Elkins *et al*, 1988).

Islam provides the most comprehensive understanding of leadership through a highly developed and modern ethical system that is guided by the Qur'an, Sunnah, and the hadith of the Prophet Muhammad SAW (Toor, 2007). Islam also provides comprehensive guidance in all aspects of life - whether religious, moral, ethical, socio-cultural, economic, political, or legal to support the foundation of a strong Islamic society, built on submission to Allah SWT and the teachings of the Prophet Muhammad SAW (Toor, 2007; Beik and Arsyianti, 2007).

Islamic accountability is not only based on the world-life (*dunya*) and/or money-oriented, but also based on to gain God's blessings, such as the example given by Gus Miek. Gus Miek was a role model figure for many people to help fellow human beings selflessly. Gus Miek's thoughts and actions have become a basis for many communities that willing to serve their fellow human beings for the sake of humanity.

## **PREVIOUS RESEARCH**

The emergence of challenges in understanding the concept of accountability in religious organizations is due to religious organizations tend to promote more holy missions than just follow accountability regulations such as in commercial or public sectors (Cadge and Wuthnow, 2006). Religious organizations are focusing more on belief values than on commercial structures (Cadge and Wuthnow, 2006; Clemens, 2006) and produce formats that are not fully compatible to formal financial reporting (Rose-Ackerman, 1996).

Previous research on the actual use and interaction of accountability in religious organizations has been carried out in the context of Christianity, Buddhism and Hinduism. Theological characteristics also reflect eternal truths and doctrines related to religion and have the same philosophy. Buddhism and Hinduism also have important differences in their belief systems (Eliot, 1954; Kinsley, 1982).

The interaction between Buddhism and Hinduism is analogous to that displayed between Protestants and Catholics, especially Buddhism is seen as a Hindu religious reform movement (Rhys-Davids, 1957; Snodgrass, 2007). Buddhist and Hindu societies have a long history built by a collection of socio-religious beliefs and practices for everyday life. Buddhist and Hindu communities live their lives and spirituality by Hindu or Buddhist teachings.

Sinclair (1995) reveals the literature approach debate in determining and interpreting

accountability and developing accountability mechanisms, principles and frameworks for non-profit organizations (Fry, 1995; Jordan, 2005; Goddard, 2004; Dixon *et al.*, 2006; Unerman and O'Dwyer, 2006a, 2006b; Gray *et al.*, 2006). Accounting researchers initially explore the level of accounting systems and practices used in religious settings from evidence-based, recommending and modernizing mindsets in systems of financial accountability (Futcher and Phillips, 1986; Kreiser and Dare, 1986; Swanson and Gardner, 1986; Faircloth, 1988; King, 1988; Zietlow, 1989; Bowrin, 2004). However, there are also thoughts that arise in organizational understanding in the social and spiritual context in which accounting practices and accountability are operated.

Research on accountability in religious organizations was carried out by Jayasinghe and Soobaroyen (2009) who examined accountability practices in Buddhist and Hindu religious organizations in non-Western societies. The results of their research show that the lives of Buddhist and non-Western Hindus bound by the high "Spirit" of religion. The accountability system in religious organizations was mostly seen as informal and social practices rather than a rational mechanism that is stakeholder-oriented. Rational accountability mechanisms that are "sacred" by Buddhist and Hindu "spirits" and systems of accountability and religious activities are influenced by "structural elements" of trust, aspirations, patronage and loyalty, social status, power and competition. The practice of accountability applied in Buddhist and Hindu organizations is only a "ritual ceremony" which aims to strengthen the image of religious communities. Accountability as a social practice assuming that the role and potential impacts of the accounting system can only be understood by referring to certain settings (Hopwood, 1983; Hopwood and Miller, 1994). Accounting and accountability practices in Hindu and Buddhist temples were implemented by communicating, speaking, acting, feeling and understanding daily accountability practices through religious "spirits" and "beliefs" combined with structural elements namely morality and rules. The temple plays a major role in the religious community, especially in regulating the social and political practices of its pilgrims (Nelson, 1990). Usually, pilgrims or the community have closeness to religious elements, namely God, eternity, reincarnation and maintaining mutual dependence and closeness to the temple and its priests.

Other studies in Protestant society were largely dominated by "Protestant work ethics" and "methodical and rational" lifestyles *e.g.* record keeping (Weber, 1947, 1958, 1968), while traditionally oriented Buddhists and Hindus lacked understanding of financial problems (Northcott and Doolin, 2000; Jayasinghe, 2006). Literature that focuses on accounting and accountability in the practice of religious organizations in Western societies are mostly centered on Christian denominations, except that of reported by Rahman and Goddard (1998) and Bowrin (2004). Rahman and Goddard (1998) show that the Islamic worldview includes the sacred and secular and secular aspects must be related and inseparable to the sacred. However, the sacred (holiness) aspect is the most significant in the concept of accountability. The secular aspect is seen as the preparation for the sacred aspect. Everything in Islam basically focuses on the sacred aspect without neglecting the secular aspect.

Research in Christian denominations emphasizes more on the technical and functional perspective of accounting than on providing an interpretation of the analysis of how accounting practices are and how accounting interacts with the nature of religious beliefs (Futcher and Phillips, 1986; Kreiser and Dare, 1986; Swanson and Gardner, 1986, 1988; King, 1988; Faircloth, 1988; Zietlow, 1989). Accountability in religious organizations explains the importance of certain interests or groups of users whose information appears more in tune with the use of formal

accountability mechanisms (Swanson and Gardner, 1986, 1988; Laughlin, 1990; Berry, 2005). The theoretical approach of the post-1980 study was dominated by secrecy rather than by secular missions which focused on "incompatibility" between religious belief systems and the use of accounting practices and accountability in churches (Laughlin, 1984, 1988; Booth, 1993). This means that accounting is considered irrelevant to the life of the organization and is only used as far as to support the sanctity.

## **MATERIAL METHOD**

This research is a qualitative research with interpretive paradigm approach. The interpretive paradigm, which in many cases is also called the constructive paradigm, emphasizes that research is basically done to understand the reality of the world as it is. An understanding of the fundamental nature of the social world at the level of subjective experience. Understanding that emphasizes the existence of social order, consensus, integration and social cohesion, solidarity and actuality.

The data collection tool in this research is the researcher himself. Data were in the form of fact/phenomenon information that occurred in the field. Data collections were conducted through participant observation, in-depth interviews with informants/keyperson, and documentation. Participatory observations were made by the involvement of researchers during the event of Qur'an recitation of Jantiko Mantab and Dzikrul Ghofilin for approximately six months. Interviews were conducted unstructured and informal in various situations. The objectives includes constructing about people, events, organizations, feelings, motivations, demands, concerns and other aggregates, reconstructing such unanimity as experienced by the past, projecting roundness as expected in the future, verifying, altering and expanding the information obtained from others, both human and nonhuman (triangulation), and verifies, alters and builds complete accountability in the Qur'an recitation of Jantiko Mantab and Dzikrul Ghofilin (Lincoln and Guba, 1985).

## **RESULT**

Islamic accountability is not only based on the world-life and money-oriented, but also based on to gain God's blessings, as also shown by Gus Miek. Gus Miek was a figure who became a role model for surrounding people to help their fellow humanity without any strings attached. Gus Miek's thoughts and actions are the basis for many communities who willing to serve others for the sake of humanity. Gus Miek is believed by many people to be one of the "waliyullah" to provide shade to them and be the goal of leaning people who crave coolness, peace, and tranquility that are almost withered by the aridity of the soul. Many people meet Gus Miek and asking to seek solutions from various burdens and problems that twist them, whether issues on individual, household, family, society, and even country. The solution offered by Gus Miek is to invite them to return to God and knock on the door of His mercy. Ask God to be willing to lift up all their difficulties and problems. This effort begins by inviting them to self-correction, and proceed with the personal reform of each of the two sides, the side of *batiniyah* (inner), and the side of *lahiriyah* (outer).

*Batiniyah* enhancement is done by improving the quality of worship, especially five times mandatory prayer, by carrying out the discipline, on time, and in a congregation (*jamaah*). This

is then equipped with efforts to get familiar and more understanding of the Al-Qur'an and send many *shalawat* (best regards) to Prophet Muhammad SAW. Meanwhile, the *lahiriyah* enhancement is focused on how to improve the way of *tholabul ma'isyah* and *mu'amalah* by avoiding *dim* (*syubhat*) transactions, leaving the haram activities, and be selective in daily activities (*mu'amalah*). The solution offered is in fact effective and received positive appreciation from the people. It is also noted that most of these people were coming from lay people who do not know or not read the Qur'an in their life. In fact, some of them may just read the Quran and perform prayers (*sholat*) after meeting with Gus Miek.

In accountancy and accountability studies by Kreander *et al* (2004) in two Islamic religious organizations, the above-mentioned issues were also referred to by Rahman and Goddard (1998). First, the authors argue that there is no secular versus sacred "division":

"The worldview of Islam encompasses the worldly aspect and the religious aspect, in which the earthly aspect must be associated in a profound and inseparable way with the religious aspect, where the latter has the highest and final meaning. . . without implying any attitude that is ignored or indifferent to the mundane aspect"

## **DISCUSSION**

The results of this study illustrate that the development of accountability concept developed by Gus Miek, namely Islamic accountability and internal accountability, uses the concept of *khalifatul fil ardh* (God's representative on earth) and human understanding as servants of Allah (Abdullah).

Researchers found that in the implementation of the Al-Qur'an recitation of Jantiko Mantab and Dzikrul Ghofilin, Gus Miek did not receive grants or financial assistance from the Ministry of Religion and Regional Government. The source of income comes from the pilgrims (*jamaah*) who give voluntarily thus the Al-Qur'an recitation of Jantiko Mantab and Dzikrul Ghofilin can be accomplished with the blessing (*barakah*) of Allah SWT. The researcher observed that in every event, the pilgrims helped as best as they can according to their abilities. There are pilgrims who contributes money, rice, water, tea, food, *etc.* in a mutual cooperation known by the pilgrims as "gotong royong".

Researchers also noted that most of the self-funding or support for Al-Qur'an recitation of Jantiko Mantab and Dzikrul Ghofilin are coming from pilgrims (can be individuals, groups or regions) who hosted the event on that day. The researcher saw that during the implementation of the activity some pilgrims brought food, drinks, fruits and bread and others meals that were immediately handed over to the kitchen to be served to all attendees. There are also some pilgrims who give envelope with cash money in it and submitted to those who are responsible for collecting cash. To the best of our knowledge, there was no structured system for collecting funds for the recitation of the Al-Qur'an Jantiko Mantab and Dzikrul Ghofilin.

As for the expenditure of the main items including those related to salaries (for the hafidz or Quran reciters, electricity and water bills, maintenance and repair of the aulia tombs, tent rentals, food and beverage costs, and building construction costs, all expenses have been properly recorded in a published report which also announced during the annual congregation (*haul* of Gus Miek) of the Al-Qur'an recitation of Jantiko Mantab and Dzikrul Ghofilin at Gus Miek's grave area.

The preaching of the Al-Qur'an in Jantiko Mantab and Dzikrul Ghofilin community did not utilise the financial accounting system as commonly used by companies. Finance and accounting do not need to be taken from accounting or finance graduates. The finance and accounting department was taken from the trustee or reputable student (*santri*) appointed by the son of Gus Miek (Gus Tajjudin Heru Tjokro). Hence, a strong system of "patronage" relationships between the master and student (*kiai-santri* relations) was used in managing the financial tasks on the Al-Qur'an recitation of Jantiko Mantab and Dzikrul Ghofilin.

It seems that there is indeed a formal accounting in the Al-Qur'an recitation of Jantiko Mantab and Dzikrul Ghofilin. However, instead of double entry, the recording pattern they used was formal single entry. This was chosen by them as a form of financial accountability to increase the trust of pilgrims. The pilgrims were actually less concerned about the management and financial accountability of the Al-Qur'an recitation of Jantiko Mantab and Dzikrul Ghofilin. As long as the event runs smoothly and successfully, the congregation felt comfort and satisfied.

For the attendees, community or *jamaah*, the most important thing is not financial accountability but instead, an accountability outside of finance. The hearts of the pilgrims become calm, peaceful and serene because they can attend and carry out the recitation of the Al-Qur'an in the Jantiko Mantab and Dzikrul Ghofilin event.

In the Jantiko Mantab and Dzikrul Ghofilin community, the role of "trust" is an important factor of accountability. "Trust" is a problem in maintaining all forms of accountability (Dixon *et al.*, 2006). The researcher suggests that the belief in "religiosity" plays an important role in increasing "trust" and is the output of formal accountability mechanisms. A strong level of "trust" and "religiosity" can be felt from the personality, actions and operations of the Jantiko Mantab and Dzikrul Ghofilin Al Qur'an recitation.

## **CLOSING REMARKS**

The finding on this research reminds us that accountability is technical which is a social and institutional practice (Hopwood and Miller, 1994). In fact, within the scope of social and institutional practice, accountability requires governance technology and the language of meaning. This technology and the meaning of accountability are mixed in various forms, namely formal / individual / relational with informal / identity / socializing according to the context in which it operates. Thus, rationality of accountability becomes "substantive" (Weber, 1947) for certain actors in this context and, in turn, redefined through various cultural, political and social norms and in this case by the religious "spirit". In general, this research implies that accountability practices in the grassroots community-based Al-Qur'an Jantiko Mantab and community-based grassroots Dzikrul Ghofilin not only report "facts" of economic activities and "neutral systems". Instead, they embarked on a new form of accountability system and reproduced structural conditions, as researchers observed in the case studies of the Al-Qur'an recitation of Jantiko Mantab and Dzikrul Ghofilin.

## **ACKNOWLEDGMENT**

All authors are greatly acknowledging the leaders and community of the Semaan Al-Qur'an Jantiko Mantab and Dzikrul Ghofilin - East Java for their support and discussion throughout the research. JEP is also thanking the Indonesian Ministry of Research, Technology,

and Higher Education (Kemenristekdikti) through BPPDN scholarship and Hibah Program Doktor schemes for financial support.

## REFERENCES

- Abuznaid, S. (2006). Islam and Management: What Can Be Learned? *Thunderbird International Business Review*, 48: 125-139
- Ahmed, Alim Al Ayub. (2012). Accounting in Islamic Perspective: A Timely Opportunity A Timely Challenge. *ASA University Review*, Vol. 6 No. 2, July–December, 11-31
- Al-Ashfahaniy, Raghib. (1999). *al-Mufradat fi Gharib al-Quran*, Beirut: Dar al-Ma'rifah
- Al-Himshi Muhammad Hasan. (1994). *Mufradat al-Quran, Tafsir wa Bayan*, Beirut: Dar al-Fikr
- Arief, Armai. (2005). *Reformulasi Pendidikan Islam*, Jakarta: CRSD Press
- Askary S. and Clarke F. (1997). Accounting in the Koranic Verses, *Proceedings of International Conference, The Vehicle for Exploring and Implementing Shariah Islami'iah in Accounting, Commerce and Finance*, UWA Sydney: MacArthur.
- Ashmos, D., and Duchon, D. (2000). Spirituality at Work: A Conceptualization and Measure. *Journal of Management Inquiry*, 9(2), 134-145
- Beik, I.S. and Arsyianti, L.D. (2007). Islamic Paradigm on Leadership and Management: A Conceptual Analysis. *Proceeding of the International Conference on Management from Islamic Perspectives (ICMIP)*, May 15-16, Kuala Lumpur, Malaysia
- Barrett, R. (2003). *Culture and Consciousness: Measuring Spirituality in the workplace by Mapping Values*. Handbook of workplace Spirituality and Organizational Performance. (pp. 345-366). New York: M. E. Sharp
- Berry, A.J. (2005). Accountability and Control in ACat's Cradle. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 18(2), 255–297.
- Booth, P. (1993). Accounting in Churches: A Research Framework and Agenda. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 6(4), 37–67.
- Bowrin, A.R. (2004). Internal Control in Trinidad and Tobago Religious Organizations. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 17(1), 121–152.
- Chapra, M.U. (1992). *Islam and the Economic Challenge*. International Institute of Islamic Thought, Herndon, VA. USA.
- Cadge, W. and Wuthnow, R. (2006). in Powell, W.W. and Steinberg, R. (Eds.). *The Non-Profit Sector – A Research Handbook*, 2<sup>nd</sup> ed., 485–505. New Haven: Yale University Press.
- Clemens, E.S. (2006). *The Constitution of Citizens: Political Theories of Non-profit Organisations*, in Powell, W.W. and Steinberg, R. (Eds.), *The Non-Profit Sector – A Research Handbook*, 2<sup>nd</sup>ed., 207–220. New Haven: Yale University Press.
- Dixon, R., Ritchie, J. and Siwale, J. (2006). Microfinance: Accountability from the Grassroots. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 19(3), 405–427.
- Eliot, C. (1954). *Hinduism and Buddhism*, Vol. II, Routledge, London.
- Elkins, D., Hedstrom, L., Hughes, L., Leaf, J., and Saunders, C., (1988). Toward a humanistic-phenomenological spirituality: Definition, description, and measurement. *Journal of Humanistic Psychology* 28 (4): 5-18
- Faircloth, A. (1988). The Importance of Accounting to the Shaker. *The Accounting Historians Journal*, 15(2), 99–129.
- Fry L.W., Vitucci S., and Ceditllo, M. (2005). Transforming the Army through spiritual leadership. *The Leadership Quarterly* 16(5): 835-862.
- Fry, R.E. (1995). Accountability in Organizational Life: Problem or Opportunity for Non-profits?. *Non-profit Management and Leadership*, 6(2), 181–195.
- Futcher, T. and Phillips, J.T. (1986). Church Budgeting: A Secular Approach. *National Public Accountant*, 32(9), 28–29.

- Goddard, A.R. (2004). Budgeting Practices and Accountability Habitus – A Grounded Theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 17(4), 543–577.
- Gray, R., Bebbington, J. and Collison, D. (2006). NGOs, Civil Society and Accountability: Making the People Accountable to Capital. *Accounting, Auditing, and Accountability Journal*, 19(3), 319–348.
- Hashim, J. (2007). Religion as a Determinant in Self-Directed Learning at the Workplace. *Proceeding of the International Conference on Management from Islamic Perspectives (ICMIP)*, May 15-16, Kuala Lumpur, Malaysia
- Hopwood, A.G. (1983). On trying to study accounting in the contexts in which it operates. *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 8 Nos 2/3, pp. 287-305.
- Hopwood, A.G. and Miller, P. (1994). *Accounting as Social and Institutional Practice*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Jayasinghe, K. (2006). Micro-entrepreneurship in a rural community of Sri Lanka: a phenomenological study of emotionality, power and calculative practice, unpublished PhD thesis, University of Bradford, Bradford.
- Jayasinghe, K. and Soobaroyen, T. (2009). Religious “Spirit” and People’s Perceptions of Accountability in Hindu and Buddhist Religious Organizations. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 22(7), 997–1028.
- Jordan, L. (2005). *Mechanisms for NGO Accountability*. Global Public Policy Institute (GPPi) Research Paper Series, No. 3, Global Public Policy Institute, Berlin.
- King, A. (1988). *Automating Church Accounting*. Management Accounting (US), March, 18–20.
- Kinsley, D.R. (1982). *Hinduism: A Cultural Perspective*. Prentice-Hall, Upper Saddle River, NJ.
- Kreander, N., McPhail, K. and Molyneaux, D. (2004). God’s Fund Managers: A Critical Study of Stock Market Investment Practices of the Church of England and UK Methodists. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 17(3), 408–441.
- Kreiser, L. and Dare, P. (1986). Shaker Accounting Records at Pleasant Hill: 1830-1850. *The Accounting Historians Journal*, 13(2), 19–36.
- Laughlin, R.C. (1984). The Design of Accounting Systems: A General Theory with An Empirical Study of the Church of England. PhD Thesis, University of Sheffield, Sheffield, UK.
- Laughlin, R.C. (1988). Accounting in its Social Context: An Analysis of the Accounting Systems of the Church of England. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 1(2), 19–42.
- Laughlin, R.C. (1990). A Model of Financial Accountability and the Church of England. *Financial Accountability & Management*, 6(2), 93–114.
- Lewis, M.K. (2006). Accountability and Islam. *Fourth International Conference on Accounting and Finance in Transition*, 1–16, Adelaide, Australia.
- Lincoln, Y.S. and Guba, E.G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. Beverly Hills: Sage Publication.
- MacDonald, D.A., Kuentzel, J.G., & Friedman, H.L. (1999). A survey of measures of spiritual and transpersonal constructs: Part two-Additional instruments. *The Journal of Transpersonal Psychology* 31 (2): 155-177.
- Muhamad, R. (2007). A Study on the Influence of Education Stream and Religiosity on Ethical Awareness of Malay Muslim Students in Malaysia. *Proceeding of the International Conference on Management from Islamic Perspectives (ICMIP)*, May 15-16, Kuala Lumpur, Malaysia
- Nelson, J.K. (1990). The Anthropology of Religion: A Field Statement for the Department of Anthropology. University of California, Berkeley, USA. <http://ejournalofpoliticalscience.org/anthrel.html>.
- Northcott, D. and Doolin, B. (2000). Home accountants: exploring their practices. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 13 No. 4, pp. 475-501.
- Prasetio, Januar Eko. (2017). Tazkiyatun Nafs Konsep Akuntabilitas: Kajian Teoritis. *Jurnal Analisa Akuntansi dan Perpajakan*, Vol. 1 No. 1 Maret. Hal: 19 – 33.

- Rahman, Y.A. (1994). *Interest Free Islamic Banking*. Kuala Lumpur: Al-Hilal Publishing.
- Rahman. Abdul, A.R. and Goddard, A. (1998). An Interpretive Inquiry of Accounting Practices in Religious Organisations. *Financial Accountability & Management*, 14(3), 183–201.
- Rose-Ackerman, S. (1996). Altruism, Nonprofits, and Economic Theory, *Journal of Economic Literature*, 34(2), 701–728.
- Rhys-Davids, T.W. (1957). *Buddhist India*, Susil Gupta, Calcutta.
- Sinclair, A. (1995). The Chameleon of Accountability: Forms and Discourses. *Accounting, Organizations and Society*, 20(2/3), 219–237.
- Snodgrass, J. (2007). Defining modern Buddhism: Mr. and Mrs. Rhys Davids and the Pali Text Society. *Comparative Studies of South Asia, Africa and the Middle East*, Vol. 27 No. 1, pp. 186-202.
- Swanson, G.A. and Gardner, J.C. (1986). The Inception and Evolution of Financial Reporting in the Protestant Episcopal Church in the United States of America. *The Accounting Historians Journal*, 13(2), 55–63.
- Swanson, G.A. and Gardner, J.C. (1988). Not-for-profit Accounting and Auditing in the Early Eighteenth Century: Some Archival Evidence. *The Accounting Review*, 63(3), 436–447.
- Syati, Aisyah Bintu. (1999). *Manusia dalam Perspektif al-Quran*, Penerjemah: Ali Zawawi, judul asli: Maqal fi al-Insan, Dirasah Quraniyyah, Jakarta: Pustaka Firdaus
- Toor, S.r. (2007). An Islamic Leadership Theory: Exploring the Extra Dimensions. *Proceeding of the International Conference on Management from Islamic Perspectives (ICMIP)*, May 15-16, Kuala Lumpur, Malaysia
- Unerman, J. and O'Dwyer, B. (2006a), On James Bond and The Importance of NGO Accountability. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 19 (3), 305–318.
- Unerman, J. and O'Dwyer, B. (2006b), Theorising Accountability for NGO Advocacy. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 19(3), 349–376.
- Weber, M. (1947). *The Theory of Social and Economic Organization*. The Free Press, Glencoe, IL.
- (1958). *The Protestant Ethic and Spirit of Capitalism*. Scribner's, New York, NY.
- (1968). *Economy and Society*. Bedminster Press, New York, NY.
- Zakariya, Abu Husain Ahmad ibn Faris ibn. (1994). *Mu'jam al-Maqayis fi Lughah*, Beirut: Dar al-Fikr
- Zietlow, J.T. (1989). Capital and Operating Budgeting Practices in Pure Non-Profit. *Financial Accountability & Management*, 5(4), 219–232.

## **RELEVANSI REALISASI UNTUNG ATAU RUGI SEKURITAS TERSEDIA UNTUK DIJUAL**

**Retno Yulianti**

Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UPN “Veteran” Yogyakarta

E-mail: [retno.yulianti@upnyk.ac.id](mailto:retno.yulianti@upnyk.ac.id)

### **ABSTRAK**

*Manfaat penyajian laba komprehensif sesuai PSAK No. 1 (2009) dapat dipandang dari dua perspektif: investors usefulness dan contracting usefulness. Menguji relevansi nilai adalah cara menguji kebermanfaatan informasi bagi pengguna. Berbagai pengujian relevansi nilai informasi laba telah dilakukan. Berdasarkan penyajian laba komprehensif, penyajian realisasi untung atau rugi sekuritas tersedia untuk dijual dapat mempengaruhi besarnya laba bersih yang dilaporkan. Dengan demikian, realisasi untung atau rugi sekuritas tersedia untuk dijual dapat dapat mempengaruhi penilaian perusahaan. Kerangka penelitian ini membutuhkan pengujian empiris untuk membuktikan apakah penjualan sekuritas tersedia untuk dijual memberikan nilai bagi pengguna laporan keuangan*

**Kata kunci:** *relevansi nilai, laba bersih, laba komprehensif, pendapatan komprehensif lain, dan sekuritas tersedia untuk dijual.*

### **LATAR BELAKANG**

PSAK No. 1 (2009) yang mengadopsi IAS No.1 tahun 2009, yang berlaku efektif untuk periode tahun buku yang dimulai pada atau setelah tanggal 1 Januari 2011, mengatur mengenai penyajian laporan keuangan. Laporan laba komprehensif melaporkan laba bersih ditambah pendapatan komprehensif lain (*other comprehensive income* yang selanjutnya disebut OCI). OCI adalah selisih antara penilaian wajar aset dan utang dengan transaksi perolehan yang sebelumnya dilaporkan pada laporan perubahan ekuitas (*dirty surplus*). OCI menyajikan untung atau rugi yang belum direalisasi atas pengukuran kembali aset keuangan tersedia untuk dijual (PSAK 55), surplus revaluasi aset berwujud dan tidak berwujud (PSAK 16 dan 19), aktuarial program manfaat pasti (PSAK 24), perubahan kurs valuta asing dari kegiatan usaha di luar negeri (PSAK 10), dan untung atau rugi instrumen lindung nilai (PSAK 55). Bagi investor dan kreditor untung atau rugi yang belum direalisasi mengindikasikan untung atau rugi potensial suatu saham.

Sekuritas tersedia untuk dijual atau *available for sale securities* yang selanjutnya disebut sekuritas AFS, adalah sekuritas yang dibeli oleh perusahaan yang tidak ditujukan untuk diperjualbelikan dan juga tidak dimiliki hingga jatuh tempo, namun sewaktu-waktu perusahaan dapat menjualnya. Berbeda dengan sekuritas untuk diperdagangkan, selisih antara nilai wajar dan harga perolehan sekuritas AFS yang diakui sebagai untung atau rugi yang belum direalisasi disajikan pada OCI. Apabila sekuritas tersebut dijual keuntungan atau kerugiannya baru diakui dalam laba bersih. Perbedaan penyajian tersebut karena laporan laba rugi adalah informasi mengenai prospek ekonomi perusahaan di masa yang akan datang. Oleh karena kepemilikan sekuritas untuk diperdagangkan pada umumnya untuk memperoleh laba dari fluktuasi harga

jangka pendek atau margin pedagang (PSAK 55 Pedoman Aplikasi 27), maka untung atau ruginya bersifat lebih pasti dibanding sekuritas AFS.

Nilai perusahaan adalah nilai operasi perusahaan atau nilai hasil suatu perusahaan yang diharapkan akan memberikan hasil bagi semua pemegang klaim (Penman, 2013). Definisi nilai perusahaan tersebut dalam praktiknya sering disebut sebagai nilai intrinsik. Harga pasar saham berusaha mencerminkan nilai perusahaan karena harga saham terjadi setelah pelaku pasar saham membuat penilaian atas potensi bisnis perusahaan. Penilaian tersebut menghasilkan nilai intrinsik yang kemudian dibandingkan dengan harga pasar sebelumnya untuk menentukan penawaran.

Diwakili oleh pergerakan harga saham lima bank terbesar di Indonesia, menunjukkan bahwa selama 5 tahun, dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2016, pergerakan harga saham sektor perbankan menjelang kuartal kedua cenderung mengalami peningkatan setiap tahunnya (Bareksa.com, 2016). Peningkatan tersebut seiring dengan peningkatan laba bersih pada bank yang bersangkutan. Peningkatan laba bersih yang dibarengi oleh peningkatan harga saham menunjukkan bahwa laba bersih berguna dalam penilaian perusahaan oleh investor.

Input yang digunakan dalam menentukan nilai intrinsik perusahaan dapat berupa dividen, arus kas, dan laba (Penman, 2013). Jika penilaian saham menggunakan dasar angka laba maka terdapat berbagai macam pilihan angka laba. Berdasarkan bukti empiris laba bersih lebih diminati dibanding komponen laba lainnya dalam laporan laba rugi (Dhaliwal *et al.*, 1999; Bidlle dan Choi, 2006; Kabir dan Laswad, 2011). Perkembangan penelitian mengenai relevansi nilai angka-angka laporan keuangan telah berkembang pada relevansi nilai pendapatan komprehensif lain. Lin, Ramond, dan Casta (2007) membuktikan bahwa total laba komprehensif lain mempunyai nilai relevansi melebihi laba bersih di banyak negara. Bahkan Chambers, *et al.* (2007) membuktikan bahwa dua komponen dari pendapatan komprehensif lain yaitu penyesuaian translasi mata uang asing dan untung atau rugi yang belum direalisasi dari sekuritas AFS, mempunyai nilai relevansi yang lebih tinggi dari komponen lainnya. Namun demikian pengujian mengenai relevansi nilai atas peralihan untung atau rugi yang belum terealisasi sebagai komponen OCI menjadi terealisasi dalam laba bersih belum dilakukan.

Kemungkinan realisasi untung atau rugi sekuritas tersedia untuk dijual diindikasikan oleh penelitian yang dilakukan oleh Jaggi dan Zhao (2002). Mereka meneliti dampak perubahan SFAS 12 menjadi SFAS 115 tahun 1993 tentang klasifikasi aset keuangan tersedia untuk dijual, menemukan bahwa informasi komponen laba lebih relevan untuk keputusan investasi setelah implementasi SFAS 115 dan menyatakan bahwa untung atau rugi belum terealisasi menyediakan informasi tambahan setelah diungkapkan secara terperinci sesuai dengan SFAS 115. Berbeda Dengan Jaggi dan Zhao (2002). Jika untung atau rugi belum terealisasi menyediakan informasi tambahan, maka untuk atau rugi yang sudah terealisasi memiliki kemungkinan yang besar dalam menentukan nilai perusahaan.

## **RUMUSAN MASALAH**

Aktivitas yang tidak biasa dalam kegiatan operasi perusahaan seringkali menjadi perhatian oleh pengguna laporan keuangan. Begitu juga dengan aktivitas penjualan sekuritas AFS mungkin akan menjadi perhatian pengguna laporan keuangan, dalam hal ini investor, yang selanjutnya akan berpengaruh terhadap penilaian investor tentang perusahaan. Dengan demikian rumusan masalah dalam penelitian ini adalah berikut ini.

Apakah realisasi keuntungan sekuritas AFS berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

## **TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **Manfaat laba komprehensif**

Manfaat laba komprehensif dapat dipandang dari dua perspektif: *investors usefulness* dan *contracting usefulness* (Black, 2015). Hirst dan Hopkins (1998) membuktikan bahwa pengungkapan laporan laba rugi yang jelas pada laba komprehensif dan komponennya secara efektif dapat meningkatkan transparansi aktivitas manajemen laba perusahaan dan mengurangi *judgment* penilaian analis. Maines & McDaniel (2000) menemukan bahwa partisipan secara signifikan menempatkan bobot pada penilaian volatilitas mereka ketika untung atau rugi yang belum direalisasi tampak pada laporan laba komprehensif menurut SFAS 130, tetapi tidak pada SFAS 130 alternatif (untung atau rugi yang belum direalisasi dilaporkan pada perubahan ekuitas) dan laporan perubahan ekuitas SFAS 115. Namun demikian, Chambers (2007) membuktikan hal yang berbeda, OCI dihargai investor ketika berada pada laporan perubahan ekuitas, karena investor terbiasa dengan lokasi pelaporan OCI pada perubahan ekuitas.

### **Pendekatan *Decision Usefulness* Dan Pendekatan Pengukuran**

Melaporkan informasi yang dibutuhkan oleh investor yang rasional untuk mengambil keputusan disebut pendekatan *decision usefulness*. Pendekatan *decision usefulness* digunakan oleh akuntan untuk pelaporan keuangan sebagai reaksi atas ketidakmungkinan menyajikan laporan keuangan yang secara teoritis benar. Pendekatan *decision usefulness* atau pendekatan informasi menekankan reliabilitas karena pendekatan tersebut memandang bahwa pelaporan berbasis kos historis tidak masalah sepanjang terdapat informasi seluas-luasnya pada laporan keuangan. Dengan adanya pengungkapan penuh tersebut diharapkan laporan keuangan relevan untuk mengambil keputusan.

Selain pendekatan *decision usefulness*, muncul pendekatan pengukuran yaitu pendekatan pelaporan keuangan dimana akuntan bertanggungjawab untuk melaporkan nilai sekarang pada laporan keuangan, sereliabel mungkin, untuk membantu investor memprediksi kinerja dan nilai sekarang perusahaan. Alasan pergerakan menuju pendekatan pengukuran adalah: a) pasar modal mungkin tidak sepenuhnya efisien dan efisiensi adalah masalah derajat bukan masalah ada atau tidaknya efisiensi, b) rendahnya proporsi harga saham yang dijelaskan oleh laba bersih berdasarkan kos historis. Pendekatan pengukuran menekankan relevansi, namun reliabilitasnya terbatas dalam mengukur nilai sekarang.

### **Relevansi Nilai Informasi Akuntansi**

Collins et al. (1997) dan Francis dan Schipper (1999) mendefinisikan relevansi nilai adalah kemampuan informasi laporan keuangan untuk menangkap atau meringkas informasi yang mempengaruhi nilai perusahaan atau nilai saham (Hellstorm, 2005). Namun demikian banyak pula peneliti-peneliti yang mendefinisikan relevansi nilai adalah hubungan antara informasi laba dengan harga pasar sekuritas, karena pasar mempunyai relevansi nilai jika bereaksi terhadap informasi, sedangkan informasi yang paling direspon investor adalah laba.

Ball & Brown (1968), atau disebut BB, adalah peneliti pertama yang menguji apakah informasi akuntansi yaitu laba direspon oleh investor. Hasil penelitiannya menyatakan pasar merespon berita laba baik atau laba buruk pada bulan-bulan di sekitar pengumuman laba. Berdasarkan hasil riset tersebut, Beaver, Clark, and White (1979), atau disebut BCW, mencermati mengapa pasar responnya lebih kuat pada suatu perusahaan dibanding yang lainnya padahal

sama-sama GN atau sama-sama BN. BCW menyimpulkan bahwa masing-masing laba perusahaan direspon berbeda karena masing-masing mempunyai *earnings response coefficient* (ERC) yang berbeda. Hal itulah yang mendorong riset-riset tentang ERC. Collins dan Kothari (1989) dan Easton dan Zmijewski (1989) menemukan bahwa beta sekuritas yang lebih tinggi akan mempunyai ERC yang lebih rendah, artinya risiko perusahaan yang diukur menggunakan beta sekuritas dapat menentukan besar kecilnya ERC.

Tidak semua penelitian mendukung bahwa informasi laba semakin diminati oleh investor. Lev dan Zarowin (1999) membuktikan bahwa relevansi nilai laba turun dan kecil (Ball dan Shivakumar, 2008). Rendahnya relevansi nilai laba mendorong pergerakan menuju pendekatan pengukuran. Feltham dan Ohlson (1995), selanjut disebut FO, mengemukakan teori surplus bersih (*clean surplus theory*) yang menyediakan pendekatan pengukuran dengan menjelaskan bagaimana nilai pasar suatu perusahaan dapat ditunjukkan dengan neraca dan komponen laporan laba rugi. FO merumuskan model teori surplus bersih yang juga disebut model laba residu (*residual income model*) untuk menilai perusahaan yang berguna dalam mengambil keputusan investasi.

Setelah munculnya pendekatan pengukuran berbagai penelitian mengenai relevansi laba mengarah kepada perbandingan relevansi tiap-tiap komponen laba dalam laporan laba komprehensif. Jaggi dan Zhao (2002) meneliti dampak perubahan SFAS 12 menjadi SFAS 115 tahun 1993 yang mereklasifikasi penyajian sekuritas investasi pada perusahaan perbankan. Reklasifikasi sekuritas diharapkan dapat mengurangi diskresi manajemen dalam mengklasifikasi sekuritas dan mengurangi perbedaan laba atau rugi yang belum direalisasi antar perusahaan, dan selanjutnya akan meningkatkan kandungan informasi laba atau rugi yang belum direalisasi. Hasil penelitiannya membuktikan bahwa informasi komponen laba lebih relevan untuk keputusan investasi setelah implementasi SFAS 115. Di Indonesia, Darsono (2012) yang menguji peran informasi pendapatan komprehensif lain sebelum diberlakukannya aturan mengenai penyajian laba komprehensif, membuktikan bahwa pendapatan komprehensif lain berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

### **Laporan Laba Komprehensif**

Laba komprehensif didefinisikan sebagai ukuran yang luas mengenai pengaruh transaksi dan kejadian lain pada suatu entitas, terdiri dari semua perubahan yang diakui dalam ekuitas (aset bersih) suatu entitas selama satu periode dari transaksi dan kejadian serta keadaan lain selain yang diperoleh dari investasi pemilik dan distribusi kepada pemilik (SFAC No. 5, 1984). Laba komprehensif yang merinci laba kedalam beberapa komponen laba dan pendapatan komprehensif lain, dapat untuk meningkatkan pemahaman kinerja keuangan entitas dan dapat memberikan informasi yang membantu investor dan kreditor untuk lebih memahami perubahan dalam kepemilikan ekuitas dan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan arus kas masa depan (Casabona, 2014). Implementasi pertama kali konsep laba komprehensif melalui SFAS No. 130 yang dikeluarkan oleh FASB pada tahun 1997. Pada awalnya laporan laba komprehensif untuk suatu periode pelaporan mencakup laba bersih, seperti yang dilaporkan pada laporan laba rugi, ditambah atau dikurangi item-item pendapatan komprehensif lain yang tidak dilaporkan dalam laporan laba rugi. FASB, melalui *Accounting Standar Codification* (ASC) 220-45-8, mengizinkan tiga pilihan untuk melaporkan laba komprehensif yaitu (Casabona, 2014): 1) total laba komprehensif suatu periode, begitu juga dengan pendapatan komprehensif lain, dapat dilaporkan

dibawah total laba bersih dalam satu laporan kombinasi tunggal dari laba dan laba komprehensif, 2) dalam laporan laba komprehensif terpisah yang dimulai dengan laba bersih, dan 3) dalam laporan ekuitas pemegang saham. Selanjutnya ASU 2011-05 menghapus pilihan yang ketiga, sehingga hanya terdapat 2 pilihan yaitu : *a single continuous statement of comprehensive income* dan *two separate but consecutive statement*. PSAK No. 1 tahun 2009 juga memberikan dua pilihan penyajian laporan laba rugi komprehensif yaitu secara tunggal atau terpisah.

#### **Relevansi Nilai Penjualan Sekuritas Tersedia Untuk Dijual**

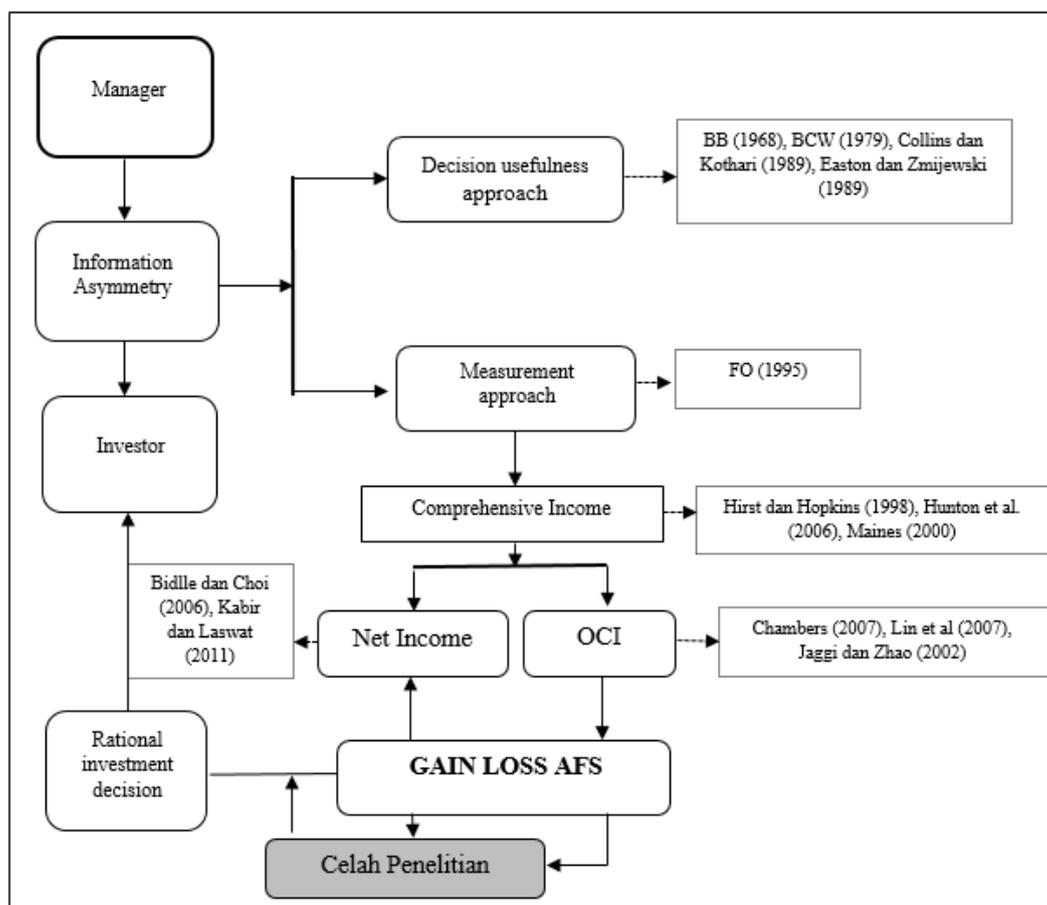
Jaggi dan Zhao (2002) menemukan bahwa informasi komponen laba lebih relevan untuk keputusan investasi setelah implementasi SFAS 115. Chambers, et al. (2007) membuktikan bahwa dua komponen dari pendapatan komprehensif lain yaitu penyesuaian translasi mata uang asing dan untung atau rugi yang belum direalisasi dari sekuritas AFS, mempunyai nilai relevansi yang lebih tinggi dari komponen lainnya. Begitu juga Lin, et al. (2007) yang menggunakan sampel dari berbagai negara, membuktikan bahwa total laba komprehensif lain mempunyai nilai relevansi melebihi laba bersih di banyak negara, akan tetapi laba komprehensif kurang memiliki nilai relevansi dibanding dua angka lainnya yaitu laba operasi dan laba bersih. Sedangkan hasil penelitian yang tidak mendukung kegunaan laporan laba rugi komprehensif ditemukan oleh Dhaliwal et al. (1999) dan Doukakis (2010).

Perusahaan yang mempunyai untung atau rugi yang belum terealisasi atas sekuritas AFS mempunyai potensi menaikkan atau menurunkan labanya di masa yang akan datang, sehingga akan direaksi oleh investor. Namun perusahaan yang merealisasi untung sekuritas yang banyak akan direaksi negatif oleh investor karena realisasi untung sekuritas yang banyak mengindikasikan bahwa perusahaan mempunyai kinerja operasi utama yang kurang baik. Hal itu pasti dilakukan untuk meningkatkan laba atau meningkatkan likuiditasnya. Selain itu harapan investor tentang prospek ekonomi masa datang menjadi berkurang karena berkurangnya untung yang belum direalisasi dari sekuritas tersedia untuk dijual yang masih dipunyai oleh perusahaan. Apabila bank merealisasi rugi dari sekuritas tersedia untuk dijual yang mengakibatkan berkurangnya laba akan direaksi positif oleh investor karena penurunan laba bukan sebagai hasil kinerja operasi utama. Dan hal itu juga akan mengurangi potensi kerugian dimasa datang karena rugi yang belum terealisasi pada sekuritas tersedia untuk dijual sudah terealisasi sekarang.

**H: Untung atau rugi yang teralisasi dari sekuritas untuk dijual berpengaruh positif terhadap return saham.**

#### **Relevansi Nilai OCI Yang Teralisasi**

Berikut ini adalah bagan yang menjelaskan tunjauan pustaka dan celah penelitian yang merupakan pengembangan dari penelitian-penelitian sebelumnya:



Gambar 1. Manfaat Laba Komprehensif Pada Pendekatan Investor Usefulness

## KESIMPULAN

Menguji kebermanfaatan pelaporan laba komprehensif sebagai implikasi keluarnya standar akuntansi PSAK No. 1 (2009) diharapkan dapat berkontribusi pada perkembangan teori akuntansi positif maupun normatif. Menguji relevansi nilai adalah cara menguji kebermanfaatan informasi bagi pengguna. Berbagai pengujian relevansi nilai informasi laba telah dilakukan. Berdasarkan penyajian laba komprehensif, penyajian realisasi untung atau rugi sekuritas tersedia untuk dijual dapat mempengaruhi besarnya laba bersih yang dilaporkan. Dengan demikian, realisasi untung atau rugi sekuritas tersedia untuk dijual dapat dapat memepngaruhi penilaian perusahaan. Kerangka penelitian ini membutuhkan pengujian empiris untuk membuktikan apakah penjualan sekuritas tersedia untuk dijual memberikan nilai bagi pengguna laporan keuangan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ball, R., dan P. Brown. 1968. An Empirical evaluation of accounting income numbers. *Journal of Accounting Research* 6: 159-177.
- Beaver, W.H., R. Clark, dan W.F. Wright. 1979. The association between unsystematic security returns and the magnitude of earnings forecast error. *Journal of Accounting Researc* (Autumn): 316-340.
- Bidlle, Gary C. dan Jong-Hang Choi. 2006. Is comprehensive income useful? *Journal of*

- Contemporary Accounting & Economics* 2 (1): 1-32.
- Black, Dirk E. 2015. Other comprehensive income: A review and directions for future research. *Working Paper*.
- Casabona, Patrick A., dan Timothy Coville. 2014. Statement of comprehensive income: new reporting and disclosure requirements. *Review of Business* 35 (1): 23-34.
- Chambers, Dennis, Thomas J. Linsmeier, Catherine Shakespear, dan Theodore Sougiannis. 2007. An evaluation of SFAS No. 130 comprehensive income disclosure. *Review Accounting Studied* 12: 557-593.
- Collins, Daniel W., dan S.P. Kothari. 1989. An analysis of the intertemporal and cross-sectional determinants of earnings response coefficient. *Journal of Accounting and Economics* (May): 143-181.
- Collins, Daniel W, Edward L. Maydew, and Ira S. Weiss. 1997. Changes in the value-relevance of earnings and book values over the past forty years. *Journal of Accounting and Economics* 24: 39-67.
- Darsono. 2013. Dampak Konservatisme Terhadap Relevansi Nilai Informasi Akuntansi di Indonesia. *Disertasi*. Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Dhaliwal, Dan, K.R. Subramanyam, and Robert Trezevant. 1999. Is Comprehensive income superior to net income as a measure of firm performance? *Journal of Accounting and Economics* 26: 43-67.
- Doukakis, Leonidas C. 2010. The persistence of earnings and earnings components after the adoption of IFRS. *Managerial Finance* 36 (11): 969-980.
- Easton, P.D., dan M.E. Zmijewski. 1989. Cross-sectional variation in the stock-market response to accounting earnings announcements. *Journal of Accounting and Economics* (July): 117-141.
- Feltham, Gerald A., and James A. Ohlson. 1995. Valuation and clean surplus accounting for operating and financial activities. *Contemporary Accounting Research* 11 (2): 689-731.
- Francis, Jennifer and Katherine Schipper. 1999. Have financial statements lost their relevance? *Journal of Accounting Research* 37 (2): 319-352.
- Hellstorm, Katerine. 2005. The value relevance of financial accounting information in a transitional economic: The case of Czech Republic. *Working Paper*.
- Hirst, D. Eric, dan Patrick E. Hopkins. 1998. Comprehensive income disclosures and analysts' valuation judgments. *Working Paper*.
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2012. Standar Akuntansi Keuangan. Jakarta: Ikatan Akuntan Indonesia.
- Jaggi, Bikki dan Ronald Zhao. 2002. Information Content of Earnings Components of Commercial Banks: Impact of SFAS No. 115. *Review of Quantitative Finance and Accounting* 18: 405-421.
- Kabir, M. Humayun dan Fawzi Laswad. 2011. Properties of net income and total comprehensive income: New zeland evidence. *Accounting Research Journal* 24 (3): 268-289.
- Lev, B., dan P. Zarowin. 1999. The boundaries of financial reporting and how to extend them. *Journal of Accounting Research* (Autumn): 353-385.
- Lin, Stephen W., Olivier J. Ramond, dan Jean-Francois Casta. 2007. Value relevance of Comprehensive Income and its components: Evidence from Major European Capital Markets. *Working Paper*. Florida International University.
- Maines, Lauren A., dan Linda S. McDaniel. 2000. Effect of comprehensive-income characteristics on nonprofessional investors' judgment: the role of financial-statement presentation format. *The Accounting Review* 75 (2): 179-207.
- Penman, S. H. 2013. *Financial Statement Analysis and Security Valuation*. New York: Mc Graw Hill.

## **PERTUMBUHAN EKONOMI INDONESIA PERIODE 1971-2016**

**Sultan, JJ. Sarungu, AM. Soesilo, Siti Aisyah Tri Rahayu**

### **ABSTRACT**

*Economic growth is an important indicator to see the performance of a country's development success. Novelty This study uses time series data for the period 1971-2016 (46 observations), a multiple linear equation analysis model with the least squares method (OLS). The purpose of this study was to examine and create empirical evidence of the relationship between domestic oil prices, agriculture, trade, investment, inflation, interest rates, industry, labor, exchange rates and balance of payments towards economic growth. The method used is descriptive and econometric analysis approach to multiple linear regression models. The expected results from this research will provide information on policies towards economic growth in Indonesia. The results showed that domestic oil prices, agriculture, investment, interest rates, industry, exchange rates, balance of payments and economic growth in the previous year had a positive effect on economic growth. While trade, inflation and labor have a negative effect on economic growth during the study period 1971-2016.*

**Keywords:** *Economic Growth, positive influence, negative influence*

### **PENDAHULUAN**

Pertengahan tahun 1997 Indonesia menghadapi krisis ekonomi yang akhirnya berkembang menjadi krisis nasional. Krisis yang bermula dari hilangnya kepercayaan terhadap kemampuan perekonomian nasional dalam menghadapi badai krisis keuangan yang juga melanda negara-negara kawasan Asia yang telah menyebabkan guncangan nilai tukar rupiah dan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Gejolak nilai rupiah dengan cepat melumpuhkan sendi-sendi perekonomian nasional sehingga pertumbuhan ekonomi menurun. Melemahnya nilai tukar rupiah menyebabkan utang luar negeri swasta, yang dalam jumlah besar bersifat jangka pendek dan sebagian besar tidak dilindungi terhadap gejolak nilai tukar, menjadi beban yang sulit dikendalikan dan segera menghambat pertumbuhan perekonomian dan dunia usaha. Sementara itu, usaha swasta memiliki pinjaman dalam jumlah yang besar terhadap perbankan nasional sehingga menambah guncangan nilai tukar rupiah dan tersendatnya kelancaran roda industri dan usaha karena membengkaknya kredit macet yang pada gilirannya memperlemah kinerja perbankan yang merupakan jantung pembiayaan perekonomian nasional.

Kondisi perbankan seperti itu telah memperburuk keadaan perekonomian nasional. Indikator perekonomian mencerminkan keadaan tersebut dimana pertumbuhan ekonomi pada tahun 1997 tercatat hanya 4,7 persen, jauh di bawah rata-rata selama tiga dasawarsa terakhir yang mencapai sekitar 7 persen. Bahkan di tahun 1998, pertumbuhan ekonomi mengalami kontraksi/negatif sebesar 13,2 persen. Inflasi membumbung tinggi, tercatat 11,05 persen pada tahun 1997 dan mencapai 77,63 persen pada tahun 1998 (Bappenas, 1999).

Krisis ekonomi telah menyebabkan lumpuhnya kegiatan perekonomian, dan meningkatnya harga berbagai kebutuhan-kebutuhan masyarakat. Diperlukan campur tangan pemerintah dalam mengatasi dampak krisis ekonomi. Pemerintah melakukan restrukturisasi pada kebijakan moneter (sektor keuangan) dan kebijakan fiskal (sektor riil). Untuk menstabilkan nilai tukar rupiah dan mencegah hiperinflasi dilaksanakan kebijaksanaan moneter yang ketat, termasuk didalamnya membatasi pertumbuhan uang beredar.

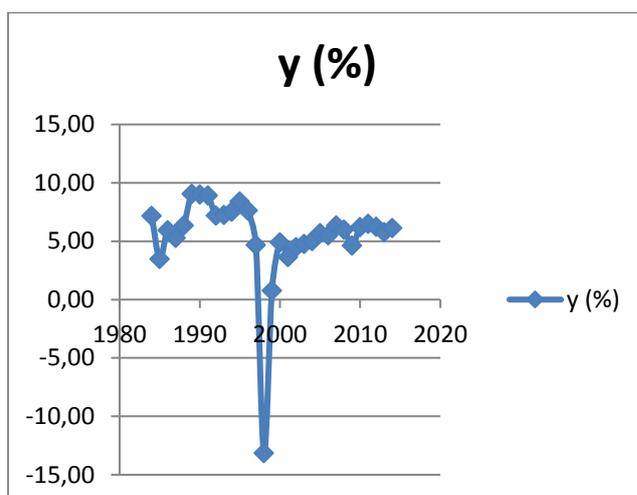
Kemudian pemerintah melonggarkan kebijaksanaan fiskal yang mengupayakan sekecil mungkin dampak negatifnya terhadap kurs rupiah dan inflasi, yaitu dengan membiayai defisit anggaran seluruhnya dengan bantuan luar negeri yang bersifat lunak, yang dikategorikan sebagai bantuan program. Ketersediaan dana untuk membiayai berbagai prioritas pengeluaran pembangunan juga terus diupayakan melalui upaya meningkatkan penerimaan negara.

Tabel 1. Pertumbuhan Ekonomi Indonesia

Tahun	Pertumbuhan Ekonomi, (%)	Tahun	Pertumbuhan Ekonomi, (%)
1984	7,17	1999	0,79
1985	3,48	2000	4,92
1986	5,96	2001	3,64
1987	5,30	2002	4,50
1988	6,36	2003	4,78
1989	9,08	2004	5,03
1990	9,00	2005	5,69
1991	8,93	2006	5,50
1992	7,22	2007	6,35
1993	7,25	2008	6,01
1994	7,54	2009	4,63
1995	8,40	2010	6,22
1996	7,64	2011	6,49
1997	4,70	2012	6,26
1998	-13,13	2013	5,78
<i>Pasca Krisis Ekonomi</i>		2014	6,14

Sumber : Data BPS diolah

Berikut kondisi perkembangan dan pertumbuhan ekonomi periode 1984 – 2014 seperti pada table 1. Dari Tabel 1. Kondisi pertumbuhan ekonomi Indonesia periode 1984 – 2014 seperti pada table 1. menunjukkan perkembangan pertumbuhan ekonomi selama periode 1984-2014. Pertumbuhan ekonomi tertinggi pada tahun 1989 sebesar 9,08 persen. Pertumbuhan ekonomi terendah pada tahun 1998 minus 13,13 persen. Rata-rata pertumbuhan ekonomi sebesar 5,41 persen. Pola pertumbuhan ekonomi dapat dilihat gambar 2 berikut:



Gambar 1. Tren Pertumbuhan Ekonomi Periode 1984 - 2014

Dari gambar 1. menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi mengalami penurunan drastis pada tahun 1998 minus 13,13 persen, dimana pada itu terjadi krisis ekonomi (keuangan/moneter).

Penelitian ini berbeda dari penelitian yang sebelumnya dalam beberapa hal, antara lain adalah (1) analisis yang digunakan adalah analisis metode kuadrat terkecil (OLS), (2) data *time series* periode 1971-2016 (46 observasi), (3) adanya variabel lag dalam persamaan.

Berdasarkan latar belakang diatas maka masalah dalam penelitian ini, Bagaimana Pengaruh harga minyak domestik, pertanian, perdagangan, investasi, inflasi, suku bunga, industri, tenaga kerja, kurs dan neraca pembayaran terhadap pertumbuhan ekonomi?

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi bagi akademisi dalam hal teori dan bagi pemerintahan dalam hal kebijakan, yaitu :

Teoritik, Dalam bidang akademik kontribusi penelitian ini agar dapat menambah wacana keilmuan di bidang ekonomi khususnya bidang ilmu ekonomi, sehingga akan dapat mempermudah pemahaman mahasiswa terhadap aplikasi dari bidang ilmu ekonomi khususnya mengenai pertumbuhan ekonomi yang menekankan pada aspek harga minyak domestik, pertanian, perdagangan, investasi, inflasi, suku bunga, industri, tenaga kerja, kurs dan neraca pembayaran di Indonesia..

Kebijakan, Penelitian ini di samping dapat memperbanyak wacana mengenai pertumbuhan ekonomi Indonesia, juga diharapkan dapat memberikan masukan dan arahan kepada pemerintah khususnya instansi badan perencanaan dalam rangka penetapan dan penentuan tingkat pertumbuhan ekonomi, serta dalam menentukan kebijakan yang berkaitan perkembangan dan kondisi sektor-sektor ekonomi.

Penelitian yang berhubungan dengan pertumbuhan ekonomi berikut. Faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi adalah sebagai berikut; Sumber Daya Manusia, Sumber Daya Alam, Ilmu Pengetahuan dan Teknologi, dan Budaya. Faktor produksi harus mampu memanfaatkan tenaga kerja yang ada, dan penggunaan bahan baku industri dalam negeri sekaksimal mungkin. Faktor infestasi membuat kebijakan investasi yang tidak rumit dan berpihak pada pasar. Perdagangan Luar Negara dan Neraca Pembayaran harus surplus sehingga mampu meningkatkan cadangan devisa dan mestabilkan nilai rupiah. Kebijakan Moneter dan Inflasi

terhadap nilai tukar rupiah dan tingkat suku bunga harus antisipatif dan dapat diterima pasar. Keuangan Negara berupa kebijakan fiskal yang konstruktif dan mampu untuk membiayai pengeluaran pemerintah agar tidak defisit.

Pertumbuhan ekonomi berkaitan dengan kenaikan output perkapita. Proses kenaikan output perkapita, tidak bisa tidak harus dianalisis dengan jalan melihat apa yang terjadi dengan output total di satu pihak, dan jumlah penduduk di lain pihak. Pertumbuhan ekonomi merupakan pertumbuhan GDP total dan jumlah penduduk. Dengan kata lain, teori tersebut harus mencakup teori mengenai pertumbuhan GDP total dan teori pertumbuhan penduduk. Sebab apabila kedua aspek tersebut bisa di jelaskan, maka perkembangan output berkapita juga bisa dijelaskan.

Pertumbuhan ekonomi diartikan sebagai proses kenaikan output per kapita dalam jangka panjang, yang meliputi aspek: (1) proses, (2) output per kapita, dan (3) jangka waktu. Pertumbuhan ekonomi adalah suatu proses, bukan suatu gambaran ekonomi pada suatu saat, atau sebagai kemampuan negara itu untuk menyediakan barang-barang ekonomi yang terus meningkat bagi penduduknya. Pertumbuhan ekonomi merupakan gambaran suatu proses menuju negara yang lebih baik. Berdasarkan data PDB Negara Indonesia, rata-rata pertumbuhan ekonomi selama kurun waktu 1993 sampai dengan 2011 adalah sebesar 4,43 persen pertahunnya. Pertumbuhan terendah sebesar minus 13,13 persen dan pertumbuhan tertinggi sebesar 8,22 persen pada tahun 1998 dan 1995. Menurunnya pertumbuhan ekonomi pada tahun 1998 merupakan dampak dari krisis ekonomi yang melanda Indonesia yang merusak sendi-sendi ekonomi Indonesia. Dengan beragam permasalahan yang terjadi sehingga menimbulkan beberapa kendala seperti (1) belum kuatnya postur populasi usaha industri; (2) struktur industri belum kuat; (3) masih rendahnya produktivitas usaha industri. Fluktuasi kenaikan dan penurunan pertumbuhan ekonomi juga di akibatkan oleh tekanan eksternal berupa ketidakpastian global terutama terkait harga-harga komoditi seperti bahan pangan, tingginya harga minyak mentah dunia, lambatnya pemulihan ekonomi AS, berlanjutnya krisis fiskal di Eropa serta perubahan iklim sangat mempengaruhi perekonomian Indonesia.

Pertumbuhan ekonomi Indonesia meningkat cukup tinggi dengan rata-rata sekitar 7,7%, dikarenakan produksi minyak yang melimpah pada era 1970-an. Kondisi tersebut berbarengan dengan tingginya harga minyak mentah di pasar dunia, sehingga keuntungan dari ekspor minyak meningkat pesat. Hasil keuntungan eksplorasi minyak disalurkan pemerintah ke tiga sektor perekonomian yang ditujukan sebagai penopang pertumbuhan ekonomi Indonesia yaitu, pertanian, manufaktur dan jasa. Pada periode 1970-an saat terjadi kenaikan harga minyak, sektor pertanian Indonesia terus tumbuh signifikan. Bahkan di tahun 1984 Indonesia sudah berhasil menjadi negeri swasembada beras, dan mengekspornya ke luar negeri. Indonesia merupakan contoh negara berkembang yang berhasil menghindari dari masalah ketika terjadi *booming* minyak. Keberhasilan dalam mendorong sektor pertanian ini, menyebabkan posisi Indonesia sangat berbeda dari sesama negara berkembang pengeksport minyak mentah lainnya.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dengan adanya hubungan simultan harga minyak dan pertumbuhan ekonomi Indonesia yaitu: Diduga harga minyak Indonesia, Pertanian, Perdagangan, Investasi, Inflasi, Suku bunga, Industri, Neraca Pembayaran, Kurs dan Tenaga Kerja merespon positif terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Dalam penelitian ini tujuan yang akan dicapai adalah sebagai berikut: Untuk menguji dan menciptakan bukti empiris hubungan harga minyak domestik, pertanian, perdagangan, jasa-jasa, inflasi, suku bunga, industri, tenaga kerja, kurs dan neraca pembayaran terhadap pertumbuhan

ekonomi.

Manfaat Penelitian adalah

- Dalam bidang akademik kontribusi penelitian ini agar dapat menambah wacana keilmuan di bidang ekonomi khususnya bidang ilmu ekonomi, sehingga akan dapat mempermudah pemahaman mahasiswa terhadap aplikasi dari bidang ilmu ekonomi khususnya mengenai pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Disamping itu untuk mengetahui pentingnya aspek-aspek pertumbuhan ekonomi.
- Penelitian ini disamping dapat memperbanyak wacana mengenai pertumbuhan ekonomi, juga diharapkan dapat memberikan masukan dan arahan kepada pemerintah dalam rangka mengawasi dan menstabilkan dan menumbuh kembangkan pertumbuhan ekonomi dari tahun ke tahun.

## **METODE PENELITIAN**

Ruang lingkup penelitian ini dilaksanakan di Indonesia dengan unit analisis adalah data *time series* periode 1971-2016 (46 observasi). Kemudian data diolah menjadi model persamaan pertumbuhan ekonomi.

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif/hubungan. Untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan simetris adalah bentuk hubungan karena munculnya bersama-sama. Hubungan kausal adalah hubungan sebab akibat. Hubungan interaktif *reciprocal*/timbal balik adalah hubungan yang saling mempengaruhi.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data *time series* Penelitian ini menggunakan sumber data yang diperoleh dari beberapa penerbitan dan studi kepustakaan, seperti : BPS, Jakarta Indonesia berbagai tahun Penerbitan, *British Petroleum* (BP), dan Buletin Statistik Bulanan Indikator Ekonomi,- BPS Jakarta Indonesia berbagai tahun Penerbitan serta sumber-sumber data yang lain

Variabel dependen merupakan variabel yang menjadi pusat perhatian si pembuat model atau model yang ingin diamati variasinya. Penelitian ini memfokuskan kepada pertumbuhan ekonomi sebagai variabel dependen.

Variabel independen adalah variabel yang dianggap dan diharapkan mampu menjelaskan variasi variabel dependen. Penelitian ini memfokuskan pada variabel masing-masing sektor keuangan dan sektor riil sebagai variabel independen yaitu: Harga minyak domestik, Industri, Perdagangan, Investasi, Pertanian, Tenaga Kerja, Kurs, inflasi, dan suku bunga.

Variabel kelambanan, yaitu variabel dengan unsur lag, yang umumnya digunakan untuk data runtut waktu. Penelitian ini memfokuskan variabel kelambanan yaitu: Pertumbuhan Ekonomi. Model analisis matematis dan model estimasi ekonometrika penelitian ini seperti berikut:

Model Matematis:

$$\bullet \text{ Ecgrowth}_t = f(\text{P\_domoil}_t, \text{Agr}_t, \text{Trade}_t, \text{Cin}_t, \pi_t, r_t, \text{Industry}_t, L_t, S_t, \text{BOP}_t)$$

di mana:

$$\text{P\_domoil}_t = \text{Harga minyak domestik} \quad \text{P\_foroil}_t = \text{Harga minyak dunia}$$

$$\text{Ecgrowth}_t = \text{Pertumbuhan ekonomi} \quad \text{Agr}_t = \text{Pertanian} \quad \text{Trade}_t = \text{Perdagangan}$$

$$\text{Cin}_t = \text{Investasi} \quad \pi_t = \text{Inflasi} \quad r_t = \text{Suku bunga} \quad \text{Industry}_t = \text{Industri} \quad L_t = \text{Labor}$$

$$S_t = \text{Kurs} \quad \text{BOP}_t = \text{Neraca pembayaran}$$

Model Ekonometrika:

$$\bullet \text{ Ecgrowth}_t = B_0 + B_1 * P\_domoil_t + B_2 * Agr_t + B_3 * Trade_t + B_4 * Cin_t + B_5 * \pi_t + B_6 * r_t + B_7 * Industry_t + B_8 * L_t + B_9 * S_t + B_{10} * BOP_t + B_{11} * \text{Ecgrowth}_{t-1} + ey_t$$

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data *time series* 46 tahun pengamatan dari tahun 1971 sampai dengan 2016 di Indonesia. Berikut persamaan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia (ECG) periode 1971 – 2016.

$$\text{Ecgrowth}_t = B_0 + B_1 * P\_domoil_t + B_2 * Agr_t + B_3 * Trade_t + B_4 * Cin_t + B_5 * \pi_t + B_6 * r_t + B_7 * Industry_t + B_8 * L_t + B_9 * S_t + B_{10} * BOP_t + B_{11} * \text{Ecgrowth}_{t-1} + ey_t \dots (1)$$

$$\text{ECG}_t = \alpha_{20} + \alpha_{21} \text{PDO}_t + \alpha_{22} \text{AGR}_t + \alpha_{23} \text{TRA}_t + \alpha_{24} \text{CIN}_t + \alpha_{25} \text{INF}_t + \alpha_{26} \text{SUB}_t + \alpha_{27} \text{IND}_t + \alpha_{28} \text{LBR}_t + \alpha_{29} \text{KUR}_t + \alpha_{30} \text{BOP}_t + \mu_{31t} \dots (2)$$

Transformasi notasi persamaan

$$\text{ECG}_t = \alpha_{20} + \alpha_{21} \text{LogPDO}_t + \alpha_{22} \text{LogAGR}_t + \alpha_{23} \text{LogTRA}_t + \alpha_{24} \text{LogCIN}_t + \alpha_{25} \text{LogINF}_t + \alpha_{26} \text{LogSUB}_t + \alpha_{27} \text{LogIND}_t + \alpha_{28} \text{LogLBR}_t + \alpha_{29} \text{LogKUR}_t + \alpha_{30} \text{LogBOP}_t + \alpha_{31} \text{ECG}_{t-1} + \mu_{21t} \dots (3)$$

Setelah data masing-masing variabel penelitian diperoleh, kemudian dengan bantuan program *EViews* didapat hasil *printout* (lampiran) analisis persamaan pertumbuhan ekonomi menggunakan pendekatan metode (*OLS*) dengan variabel *dependen* ECG ( $\text{Ecgrowth}_t$  = Pertumbuhan ekonomi) serta 11 variabel *independen* (penjelas) yaitu  $\text{LogPDO}_t$  ( $P\_domoil_t$  = Harga minyak domestik),  $\text{LogAGR}_t$  ( $Agr_t$  = Pertanian),  $\text{LogTRA}_t$  ( $Trade_t$  = Perdagangan),  $\text{LogCIN}_t$  ( $Cin_t$  = Investasi),  $\text{LogINF}_t$  ( $\pi_t$  = Inflasi),  $\text{LogSUB}_t$  ( $r_t$  = Suku bunga),  $\text{LogIND}_t$  ( $Industry_t$  = Industri),  $\text{LogLBR}_t$  ( $L_t$  = Labor),  $\text{LogKUR}_t$  ( $S_t$  = Kurs),  $\text{LogBOP}_t$  ( $BOP_t$  = Neraca pembayaran), dan  $\text{ECG}_{t-1}$  ( $\text{Ecgrowth}_t$  = Pertumbuhan ekonomi satu tahun sebelumnya), seperti ditunjukkan pada persamaan matematis berikut ini. Secara matematis hasil dapat ditulis dalam bentuk persamaan:

$$\text{ECG}_t = -2,273385 + 3,876999 \text{LogPDO}_t + 0,255993 \text{LogAGR}_t - 2,337535 \text{LogTRA}_t + 0,201856 \text{LogCIN}_t - 0,186556 \text{LogINF}_t + 0,180559 \text{LogSUB}_t + 0,904003 \text{LogIND}_t - 1,026862 \text{LogLBR}_t + 2,656683 \text{LogKUR}_t + 0,3119554 \text{LogBOP}_t + 0,118063 \text{ECG}_{t-1} + \mu_{32t}$$

Nilai Intersep  $\alpha_{20}$  (konstanta) bermakna model estimasi pertumbuhan ekonomi pada saat variabel-variabel eksogen ((LogPDO<sub>t</sub> (P\_domoil<sub>t</sub> = Harga minyak domestik), LogAGR<sub>t</sub> (Agr<sub>t</sub> = Pertanian), LogTRA<sub>t</sub> (Trade<sub>t</sub> = Perdagangan), LogCIN<sub>t</sub> (Cin<sub>t</sub> = Investasi), INF<sub>t</sub> ( $\pi_t$  = Inflasi), SUB<sub>t</sub> ( $r_t$  = Suku bunga), LogIND<sub>t</sub> (Industry<sub>t</sub> = Industri), LogLBR<sub>t</sub> (L<sub>t</sub> = Labor), LogKUR<sub>t</sub> (S<sub>t</sub> = Kurs), LogBOP<sub>t</sub> (BOP<sub>t</sub> = Neraca pembayaran), dan ECG<sub>t-1</sub> (Ecgrowth<sub>t</sub> = Pertumbuhan ekonomi satu tahun sebelumnya)) sama dengan 0 (nol). Dari estimasi menunjukkan bahwa Intersep  $\alpha_{20} = -2,273385$  mempunyai makna rata-rata pertumbuhan ekonomi negatif 2,27 persen selama periode penelitian.

Pengaruh harga minyak domestik/LogPDO<sub>t</sub> (P\_domoil<sub>t</sub> = Harga minyak domestik) terhadap pertumbuhan ekonomi. Dari estimasi menunjukkan bahwa harga minyak domestik berkorelasi positif terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia selama periode penelitian. Hal ini berarti bahwa semakin meningkat harga minyak domestik maka pertumbuhan ekonomi juga meningkat, koefisien harga minyak domestik sebesar 3,876999 persen yang berarti setiap kenaikan harga minyak domestik 1 persen akan menaikkan pertumbuhan ekonomi sebesar 3,87 persen dengan probabilitas 0.1101.

Pengaruh Pertanian/LogAGR<sub>t</sub> (Agr<sub>t</sub> = Pertanian) terhadap pertumbuhan ekonomi. Dari estimasi menunjukkan bahwa Pertanian berkorelasi positif terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia selama periode penelitian. Hal ini berarti bahwa semakin meningkat Pertanian maka pertumbuhan ekonomi juga meningkat, koefisien Pertanian sebesar 0.255993 persen yang berarti setiap kenaikan Pertanian 1 persen akan menaikkan pertumbuhan ekonomi sebesar 0.25 persen dengan probabilitas 0.5529.

Pengaruh Perdagangan/LogTRA<sub>t</sub> (Trade<sub>t</sub> = Perdagangan) terhadap pertumbuhan ekonomi. Dari estimasi menunjukkan bahwa Perdagangan berkorelasi negatif terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia selama periode penelitian. Hal ini berarti bahwa semakin meningkat Perdagangan maka pertumbuhan ekonomi menurun, koefisien Perdagangan sebesar 2.337535 persen yang berarti setiap kenaikan Perdagangan 1 persen akan menurunkan pertumbuhan ekonomi sebesar 2.33 persen dengan probabilitas 0.1735.

Pengaruh Investasi/ LogCIN<sub>t</sub> (Cin<sub>t</sub> = Investasi) terhadap pertumbuhan ekonomi. Dari estimasi menunjukkan bahwa Investasi berkorelasi positif terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia selama periode penelitian. Hal ini berarti bahwa semakin meningkat Investasi maka pertumbuhan ekonomi meningkat, koefisien Investasi sebesar 0.201856 persen yang berarti setiap kenaikan Investasi 1 persen akan menaikkan pertumbuhan ekonomi sebesar 0.20 persen dengan probabilitas 0.7156.

Pengaruh Inflasi /INF<sub>t</sub> ( $\pi_t$  = Inflasi) terhadap pertumbuhan ekonomi. Dari estimasi menunjukkan bahwa Inflasi berkorelasi negatif terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia selama periode penelitian. Hal ini berarti bahwa semakin meningkat Inflasi maka pertumbuhan ekonomi menurun, koefisien Inflasi sebesar 0.186556 persen yang berarti setiap kenaikan Inflasi 1 persen akan menurunkan pertumbuhan ekonomi sebesar 0.18 persen dengan probabilitas 0.0004.

Pengaruh Suku bunga / SUB<sub>t</sub> ( $r_t$  = Suku bunga) terhadap pertumbuhan ekonomi. Dari estimasi menunjukkan bahwa Suku bunga berkorelasi positif terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia selama periode penelitian. Hal ini berarti bahwa semakin meningkat Suku bunga maka pertumbuhan ekonomi meningkat, koefisien Suku bunga sebesar 0.180559 persen yang berarti setiap kenaikan Suku bunga 1 persen akan menaikkan pertumbuhan ekonomi sebesar 0.18 persen dengan probabilitas 0.4808.

Pengaruh Suku bunga /  $SUB_t$  ( $r_t$  = Suku bunga) terhadap pertumbuhan ekonomi. Dari estimasi menunjukkan bahwa Suku bunga berkorelasi positif terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia selama periode penelitian. Hal ini berarti bahwa semakin meningkat Suku bunga maka pertumbuhan ekonomi meningkat, koefisien Suku bunga sebesar 0.180559 persen yang berarti setiap kenaikan Suku bunga 1 persen akan menaikkan pertumbuhan ekonomi sebesar 0.18 persen dengan probabilitas 0.4808.

Pengaruh Industri/LogIND<sub>t</sub> ( $Industry_t$  = Industri) terhadap pertumbuhan ekonomi. Dari estimasi menunjukkan bahwa Industri berkorelasi positif terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia selama periode penelitian. Hal ini berarti bahwa semakin meningkat Industri maka pertumbuhan ekonomi meningkat, koefisien Industri sebesar 0.904003 persen yang berarti setiap kenaikan Industri 1 persen akan menaikkan pertumbuhan ekonomi sebesar 0.90 persen dengan probabilitas 0.5275.

Pengaruh Tenaga Kerja/ LogLBR<sub>t</sub> ( $L_t$  = Labor) terhadap pertumbuhan ekonomi. Dari estimasi menunjukkan bahwa Tenaga Kerja berkorelasi negatif terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia selama periode penelitian. Hal ini berarti bahwa semakin meningkat Tenaga Kerja maka pertumbuhan ekonomi menurun, koefisien Tenaga Kerja sebesar 1.026862 persen yang berarti setiap kenaikan Tenaga Kerja 1 persen akan menurunkan pertumbuhan ekonomi sebesar 1.02 persen dengan probabilitas 0.3462.

Pengaruh Kurs \$/LogKUR<sub>t</sub> ( $S_t$  = Kurs) terhadap pertumbuhan ekonomi. Dari estimasi menunjukkan bahwa Kurs \$ berkorelasi positif terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia selama periode penelitian. Hal ini berarti bahwa semakin meningkat Kurs \$ maka pertumbuhan ekonomi meningkat, koefisien Kurs \$ sebesar 2.656683 persen yang berarti setiap kenaikan Kurs \$ 1 persen akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi sebesar 2.65 persen dengan probabilitas 0.0283.

Pengaruh Neraca pembayaran/LogBOP<sub>t</sub> ( $BOP_t$  = Neraca pembayaran) terhadap pertumbuhan ekonomi. Dari estimasi menunjukkan bahwa Neraca pembayaran berkorelasi positif terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia selama periode penelitian. Hal ini berarti bahwa semakin meningkat Neraca pembayaran maka pertumbuhan ekonomi meningkat, koefisien Neraca pembayaran sebesar 0.311954 persen yang berarti setiap kenaikan Neraca pembayaran 1 persen akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi sebesar 0.31 persen dengan probabilitas 0.7196.

Pengaruh Pertumbuhan ekonomi satu tahun sebelumnya/ECG<sub>t-1</sub> ( $Ecrowth_t$  = Pertumbuhan ekonomi satu tahun sebelumnya) terhadap pertumbuhan ekonomi. Dari estimasi menunjukkan bahwa Pertumbuhan ekonomi satu tahun sebelumnya berkorelasi positif terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia selama periode penelitian. Hal ini berarti bahwa semakin meningkat Pertumbuhan ekonomi satu tahun sebelumnya maka pertumbuhan ekonomi meningkat, koefisien Pertumbuhan ekonomi satu tahun sebelumnya sebesar 0.118063 persen yang berarti setiap kenaikan Pertumbuhan ekonomi satu tahun sebelumnya 1 persen akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi sebesar 0.11 persen dengan probabilitas 0.3775.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis terhadap Pertumbuhan Ekonomi (ECG<sub>t</sub>), hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan harga minyak dalam negeri, pertanian, investasi, suku bunga,

industri, kurs, neraca pembayaran dan pertumbuhan ekonomi tahun sebelumnya berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi. Sementara perdagangan, inflasi, dan tenaga kerja berpengaruh negatif terhadap pertumbuhan ekonomi selama periode penelitian 1971-2016.

Pemerintah diharapkan banyak terlibat dalam pengelolaan minyak mengingat cadangan minyak semakin hari-hari semakin berkurang, sementara penggunaan minyak semakin meningkat, sehingga pertumbuhan ekonomi agar tetap dan selalu di tingkatkan dimasa- yang akan datang.

## REFERENSI

- Alley, I; A. Asekomeh, and H. Mobolaji. 2014. Oil Price Shocks and Nigerian Economic Growth. *European Scientific Journal*. 10 (19): 375-391.
- Al-Sahlawi, M.A; and K. Fahd, 2013. Data Mining Application in Forecasting the Demand for Oil in Saudi Arabia, *The Journal of American Business Review, Cambridge*. 2 (1): 308-314.
- Bappenas, 1999. *Bab II. Pokok-Pokok Reformasi Pembangunan dalam Rangka Penyelesaian dan Normalisasi Kehidupan Nasional*. Jakarta.
- Bhattacharyya, S.C, 2011, *Energy Economics Concepts Issues Markets and Governance*, Springer Heidelberg Dordrecht, London New York.
- Conrad, J.M, 2003, *Resources Economics*, Cambridge University Press, New York.
- Daeng, S, 2017. *seperti-ini-dampak-serius-penurunan-harga-minyak-dunia*, [http://bisnis.liputan6.com/read/2431727/-diakses per tanggal 23 Juni 2017](http://bisnis.liputan6.com/read/2431727/-diakses%20per%20tanggal%2023%20Juni%202017).
- Garba, S.A; 2013. Regression Test of Independence of the Impact of Petroleum Industry on the Agricultural Sector in Nigeria (1972-2009), *Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review*, 2 (6): 31-38.
- Gopalakrishnan. C, 2000. *Classic Papers in Natural Resource Economics*. Macmillan Press Ltd, Great Britain.
- Grafton, R.Q; W. Adamowicz, D.D.H. Nelson, R.J. Hill and S.Renzetti, 2004, *The Economics of the Environment and Natural Resources*, Blackwell Publishing Ltd.
- Greene, William H. 2012. *Econometric Analysis*. Prentice Hill. Seventh Edition.
- Gujarati, Damodar N. 2003. *Basic Econometrics*. McGraw-Hill. Fourth Edition.
- Hackett, S.C, 2006, *Environmental and Natural Resources Economics Theory Policy and The Sustainable Society*, 3rd Edition, ME. Sharpe Armonk, New York London, England.
- <http://ceptt094.blogspot.co.id/2013/07/teori-pertumbuhan-ekonomi-menurut-para.html>, diakses 20 Oktober 2017.
- <http://docentes.fe.unl.pt/~jamador/Macro/cobb-douglas.pdf>, diakses 04 November 2017.
- <http://ekbis.sindonews.com/read/1031376/34/menperin-energi-pendorong-pertumbuhan-ekonomi-1439198046>, diakses 19 Oktober 2017.
- <http://ekonomilmu.blogspot.co.id/2013/01/pengertian-permintaan-penawaran-hukum.html>, diakses 17 Oktober 2017.
- <http://energitoday.com/2013/12/03/sector-migas-topang-pertumbuhan-ekonomi-indonesia>, diakses 10 Mei 2017.
- <http://in3.dem.ist.utl.pt/master/02econ/lecture2.pdf>, diakses 04 November 2017.
- <http://kumansite.blogspot.co.id/2013/05/makalah-teori-produksi.html>, diakses 18 Oktober 2017.
- <http://migas.esdm.go.id/post/read/Paradigma-Migas-Sebagai-Penggerak-Pertumbuhan-Ekonomi-Nasional>, diakses 10 Mei 2017.
- <http://migasreview.com/>, diakses 10 Mei 2017.
- [http://ocw.mit.edu/courses/economics/14-01-principles-of-microeconomics-fall-2007/lecture-notes/14\\_01\\_lec05.pdf](http://ocw.mit.edu/courses/economics/14-01-principles-of-microeconomics-fall-2007/lecture-notes/14_01_lec05.pdf), diakses 04 November 2017.
- <http://umkmnews.com/news/perlambatan-migas-pengaruh-pertumbuhan-ekonomi-jatim.html>,

- diakses 10 Mei 2017.
- <http://www.bps.go.id>, diakses 17 Januari 2017.
- <http://www.kemenkeu.go.id/SP/perkembangan-perekonomian-terkini>, diakses 04 November 2017.
- [http://www.seputarforex.com/data/harga\\_minyak/](http://www.seputarforex.com/data/harga_minyak/), diakses 16 November 2017.
- <http://www.slideshare.net/mugirahayu/faktor-faktor-yang-mempengaruhi-pertumbuhan-ekonomi>, diakses 2 Maret 2018.
- <http://www.tambangnews.com/serba-serbi/opini/144-sektor-sektor-energi-pendorong-pertumbuhan-ekonomi.html>, diakses 10 Mei 2017.
- <http://www.tempo.co/>, diakses 10 Mei 2017.
- <http://www2.wiwi.hu-berlin.de/institute/hns/material/L-HSE-3-Oligopoly.pdf>, diakses 04 November 2017.
- [https://id.wikipedia.org/wiki/Pertumbuhan\\_ekonomi/](https://id.wikipedia.org/wiki/Pertumbuhan_ekonomi/), diakses 16 Oktober 2017.
- <https://putriprafanda.wordpress.com/2014/06/15/3-3-pertumbuhan-ekonomi-neoklasik-menurut-solow/>, diakses 04 November 2017.
- <https://wikanti.wordpress.com/2011/02/20/makalah-struktur-pasar/>, diakses 16 Oktober 2017.
- <https://www.bi.go.id/id/moneter/informasi-kurs/transaksi-bi/Default.aspx>
- [https://www.google.co.id/?gws\\_rd=cr,ssl&ei=j\\_obVpWzBsHbmgXGkpCQDQ#q=peran+minyak+dalam+pertumbuhan+ekonomi](https://www.google.co.id/?gws_rd=cr,ssl&ei=j_obVpWzBsHbmgXGkpCQDQ#q=peran+minyak+dalam+pertumbuhan+ekonomi), diakses 13 September 2017.
- [https://www.google.co.id/?gws\\_rd=cr,ssl&ei=OLU6VsCRDIOZ0gSoh5OoDw#q=demand+supply+and+market+equilibrium+pdf](https://www.google.co.id/?gws_rd=cr,ssl&ei=OLU6VsCRDIOZ0gSoh5OoDw#q=demand+supply+and+market+equilibrium+pdf), diakses 04 November 2017.
- <https://www.google.co.id/search?sclient=psyab&site=&source=hp&q=Penelitian+yang+berhubungan+dengan+pertumbuhan+ekonomi&oq>, diakses 15 Oktober 2017.
- Ibrahim, M.J. 2008. Growth Prospects of Oil and Gas Abundant Economies: the Nigerian experience (1970-2000). *Journal of Economic Studies*. 35 (2): 170-190.
- Jones, D.W; P.N. Leiby, and I.K. Paik, 2004. Oil Price Shocks and the Macroeconomy: What Has Been Learned Since 1996, *The Energy Journal*. 25 (2): 1-32.
- Judge, Hill, 1985. *The Theory and Practice of Econometrics*, John Wiley and Sons Ltd Country New York, United States.
- Kareem, S.D; F. Kari, G.M. Alam, G.O. Makua C, and M.O. David, 2012. Foreign Direct Investment into Oil Sector and Economic Growth in Nigerian, *The International Journal of Applied Economics and Finance*. 6 (4): 127-135.
- Kareem, S.D; F. Kari, G.M. Alam, G.O. Makua C; M.O. David and O.K. Oke, 2012. Foreign Direct Investment and Environmental Degradation of Oil Exploitation: The Experience of Niger Delta, *The International Journal of Applied Economics and Finance*. 6 (4): 117-126.
- Karikari, J.A; G. Agbara, H. Dezhbakhsh, and B. El-Osta, 2007. The Impact of Mergers in U.S. Petroleum Industry on Wholesale Gasoline Prices, *Contemporary Economic Policy*. 25 (1): 46-56.
- Koutsoyiannis, A. 1989. *Modern Microeconomics*. Second Editon, Macmillan Education Ltd. London.
- McCafferty, Stephen. 1990. *Macroeconomic Theory*. Harper and Row, Publishers, New York.
- Mustika dkk, 2015. Pengaruh Ekspor dan Impor Minyak Bumi terhadap pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Perspektif Pembiayaan dan Pembangunan Daerah*. 2 (3): 107-118.
- Nuafalfatih. 2017. *Teori Pertumbuhan*, file.wordpress.com. diakses per tanggal 17 Mei 2017.
- Peach, J, and C.M. Starbuck, 2011. Oil and Gas Production and Economic Growth in New Mexico, *Journal of Economic Issues*, XLV (2): 511-526.
- Sabir, M, and Q.A. Malik, 2012. Determinants of Capital Structure – A Study of Oil and Gas Sector of Pakistan, *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 3 (10): 395-400.

- Shepherd, W. G. 1990. *The Economics of Industrial Organization. Third Edition*. Prentice-Hall, New Jersey.
- Tjahjaprijadi, C. 2014. <http://www.kemenkeu.go.id/en/Kajian/analisis-dampak-perubahan-harga-minyak-internasional-terhadap-pertumbuhan-ekonomi-indonesia>, diakses 21 Oktober 2015.
- Widarjono, A. 2013. *Ekonometrika: Pengantar dan Aplikasinya*. UPP STIM YKPN, Yogyakarta.
- Yalin, L., H. Li, and P. Sun. 2006. Analysis and Countermeasure Research of The Current Compensation System among Chinese Scientific and Technical Petroleum Professionals. *Canadian Social Science*. 2 (3): 1-6.
- Ying, Q., and H. Yan. 2007. DIY or 3PL: Study on the Third Party Logistics of Petroleum Producing Industry of China. *The Business Review, Cambridge*. 7 (3): 291-296.
- Yusuf, M. 2015. An analysis of the impact of oil price shocks on the growth of the Nigerian economy: 1970-2011. *African Journal of Business Management*. 9 (3): 103-115.
- \_\_\_\_\_, Bank Indonesia (BI). <https://www.bi.go.id>
- \_\_\_\_\_, Badan Pusat Statistik (BPS). <http://www.bps.go.id>
- \_\_\_\_\_, British Petroleum (BP). <http://www.bp.com/statisticalreview>

## LAMPIRAN

### Lampiran Hasil Olah Data

Dependent Variable: ECG

Method: Least Squares

Date: 07/20/18 Time: 15:51

Sample (adjusted): 1973 2016

Included observations: 44 after adjustments

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-2.273385	10.84597	-0.209606	0.8353
LOGPDO	3.876999	2.360934	1.642146*	0.1101
LOGAGR	0.255993	0.427015	0.599495	0.5529
LOGTRA	-2.337535	1.680395	-1.391063*	0.1735
LOGCIN	0.201856	0.549326	0.367461	0.7156
INF	-0.186556	0.046907	-3.977139***	0.0004
SUB	0.180559	0.253229	0.713024	0.4808
LOGIND	0.904003	1.415616	0.638594	0.5275
LOGLBR	-1.026862	1.074541	-0.955628	0.3462
LOGKUR	2.656683	1.158135	2.293932**	0.0283
LOGBOP	0.311954	0.861452	0.362126	0.7196
ECG1	0.118063	0.131967	0.894639	0.3775
R-squared	0.629183	Mean dependent var	4.702000	
Adjusted R-squared	0.505577	S.D. dependent var	3.460746	
S.E. of regression	2.433430	Sum squared resid	195.4122	
F-statistic	5.090246	Durbin-Watson stat	1.257079	
Prob(F-statistic)	0.000129	Second-Stage SSR	195.4122	
J-statistic	0.000000	Instrument rank	12	

Atau

Dependent Variable: ECG

Method: Least Squares

Date: 07/20/18 Time: 15:51

Sample (adjusted): 1973 2016

Included observations: 44 after adjustments

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-2.335893	10.81386	-0.216009	0.8303
LOGPDO	3.871786	2.353986	1.644779*	0.1092
LOGAGR	0.264036	0.425665	0.620291	0.5392
LOGTRA	-2.492128	1.666572	-1.495361*	0.1440
LOGCIN	0.241422	0.545933	0.442219	0.6611
INF	-0.215008	0.034379	-6.254106***	0.0000
SUB	0.158628	0.251299	0.631230	0.5321
LOGIND	1.110929	1.392487	0.797802	0.4305
LOGLBR	-1.091502	1.068957	-1.021091	0.3144
LOGKUR	2.671938	1.154605	2.314158**	0.0268
LOGBOP	0.219045	0.852655	0.256898	0.7988
R-squared	0.620189	Mean dependent var		4.702000
Adjusted R-squared	0.508480	S.D. dependent var		3.460746
S.E. of regression	2.426276	Sum squared resid		200.1517
F-statistic	5.551828	Durbin-Watson stat		1.430877
Prob(F-statistic)	0.000073	Second-Stage SSR		200.1517
J-statistic	0.000000	Instrument rank		11

\*\*\*)  $\alpha = 1\%$  (dua sisi, -2,457 dan 2,457)

\*\* )  $\alpha = 5\%$  (dua sisi, -1,697 dan 1,679)

\*)  $\alpha = 10\%$  (dua sisi, -1,310 dan 1,310)

Keterangan

LOGPDO	adalah	LOG Harga Minyak Domestik
LOGPFO	adalah	LOG Harga Minyak Dunia
ECG	adalah	Pertumbuhan Ekonomi Indonesia
LOGAGR	adalah	LOGPertanian
LOGTRA	adalah	LOGPerdagangan
LOGCIN	adalah	LOGPenanaman Modal
INF	adalah	Inflasi
SUB	adalah	Suku Bunga
LOGIND	adalah	LOGIndustri
LOGLBR	adalah	LOGTenaga Kerja
LOGKUR	adalah	LOGKurs
LOGBOP	adalah	LOG Neraca Pembayaran

**PENGARUH LIKUIDITAS, PELUANG PERTUMBUHAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN STRUKTUR MODAL SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**  
(Studi pada Perusahaan yang masuk dalam Indeks Kompas 100 di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2013 - 2017)

Astohar<sup>1)</sup>, Dhian Andanarini Minar Savitri<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>STIE Totalwin Semarang email : [astohardemak@gmail.com](mailto:astohardemak@gmail.com)

<sup>2)</sup>STIE Totalwin Semarang email : [dhianasti@yahoo.co.id](mailto:dhianasti@yahoo.co.id)

**ABSTRACT**

*The model is built by adding one variable, namely variable liquidity that is proxied by the current ratio. The variable was chosen to perfect the previous model because the current ratio is still debating the structure capital or company value. Increasing the variable liquidity is expected to be able to improve the structural model built.*

*The sample size required for this study was 100 companies which were included in the Kompas 100 Index for five years consecutively with the collection technique the sample used purposive non random sampling. The analytical tool used is a regression equation test with a double regression model. The second regression model is the influence of liquidity, growth opportunities, profitability and capital structure on firm value.*

*The results of the study show that the Current ratio has a negative and significant influence on the capital structure. Return on equity is proven to have a positive and significant influence on the value of the company. The opportunity for asset growth is not proven to have a negative and significant influence on the capital structure. Current ratio (CR) The opportunity for asset growth is proven to have a positive and significant influence on the value of the company. The capital structure (debt to equity ratio) is not proven to mediate the influence of liquidity, growth opportunities and profitability on the value of the company.*

**Keywords:** *liquidity, growth, profitability, capital structure and company value*

**PENDAHULUAN**

Perusahaan sebagai tempat usaha mempunyai tiga tujuan yaitu pertama dalam jangka pendek bertujuan memperoleh laba secara maksimal. Tujuan kedua dalam jangka panjang bertujuan adalah memakmurkan pemilik dan pemegang saham (Alfredo, 2012). Tujuan yang ketiga adalah memaksimalkan nilai perusahaan yang dicerminkan pada harga saham dari perusahaan tersebut. Ketiga tujuan perusahaan tersebut berbeda pada penekanan yang ingin dicapai oleh masing-masing perusahaan berbeda antara yang satu dengan yang lainnya (Nofrita, 2013).

Pada tujuan yang untuk memaksimalkan nilai perusahaan akan tergambar dari harga saham perusahaan bersangkutan. Euis dan Taswan (2002) dalam Hermuningsih (2012) menyatakan bahwa semakin tinggi harga saham berarti semakin tinggi nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Nilai perusahaan dapat mencerminkan kinerja perusahaan. hal ini dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap

perusahaan tersebut (Hermuningsih, 2012).

Nilai perusahaan merupakan nilai pasar dari suatu ekuitas perusahaan ditambah nilai pasar hutang. Penambahan dari jumlah ekuitas perusahaan dengan hutang perusahaan dapat mencerminkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat menggambarkan keadaan perusahaan, meningkatnya nilai perusahaan maka perusahaan akan dipandang baik oleh para calon investor, demikian pula sebaliknya nilai pemegang saham akan meningkat apabila nilai perusahaan meningkat yang ditandai dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham.

Nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan (Nurlela dan Ishaluddin, 2008 dalam Alfredo, 2012). Nilai perusahaan ini merupakan suatu harga yang bersedia untuk dibayar oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut dijual. Nilai perusahaan merupakan cerminan dari penambahan dari jumlah ekuitas perusahaan dengan hutang perusahaan (Alfredo, 2012).

*Price to book value* (PBV) merupakan salah satu proksi yang mengindikasikan nilai perusahaan. Sehingga tingginya rasio *Price to book value* (PBV) menjadi keinginan para pemilik perusahaan, atau menjadi tujuan perusahaan, sebab akan meningkatkan kemakmuran para pemegang saham (Brigham dan Ehrhardt, 2006). *Price to book value* (PBV) merupakan perbandingan harga pasar dari suatu saham dengan nilai bukunya atau dengan kata lain seberapa besar suatu perusahaan mampu menciptakan nilai yang relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. Tingginya nilai PBV menunjukkan nilai perusahaan adalah menjadi semakin baik (Martikarini, 2014).

Banyak faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan (*price book to value*) diantaranya adalah *growth opportunity* (peluang pertumbuhan), profitabilitas dan struktur modal (*leverage ratio*) secara langsung (Alfredo, 2012) yang diperkuat oleh Hermuningsih (2012) dan Hamidy (2014). Pertumbuhan dan profitabilitas juga berpengaruh terhadap *price book to value* melalui struktur modal (*leverage ratio*). Model struktural yang mempengaruhi nilai perusahaan melalui struktur modal (Hermuningsih, 2013).

Profitabilitas merupakan rasio dari efektifitas manajemen perusahaan berdasarkan hasil pengembalian yang dihasilkan dari penjualan atau revenue (Hermuningsih, 2012). Profitabilitas dapat juga diartikan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dalam kaitannya dengan hasil penjualan yang dikaitkan dengan total aktiva maupun modal sendiri (Sartono, 2009). Profitabilitas mempunyai pengaruh yang positif terhadap struktur modal (Hermuningsih, 2012) dan dapat juga berdampak pada nilai perusahaan (Alfredo, 2012). Kemampuan perusahaan dalam meningkatkan keuntungan akan berdampak pada penilaian positif dari masyarakat kepada perusahaan tersebut (Nofrita, 2013 dan Hermuningsih, 2013).

*Growth opportunity* adalah peluang pertumbuhan suatu perusahaan di masa yang akan datang atau masa depan (Mai, 2006). Perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan yang tinggi akan membutuhkan dana di masa depan yang lebih tinggi pula. (Indrajaya, dkk. 2011). Peluang pertumbuhan mempunyai pengaruh yang positif terhadap struktur modal (Hermuningsih, 2013 ; Yusrianti. 2013). Peluang pertumbuhan juga mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Budi dan Rachmawati, 2014). Peningkatan kesempatan pertumbuhan dari perusahaan akan berdampak pada peningkatan hutang oleh perusahaan atau dana eksternal (Pangulu dan Maski, 2014).

Likuiditas adalah kemampuan memenuhi kewajiban pendek yang harus segera dilakukan oleh perusahaan (Alfredo, 2012). Likuiditas perusahaan yang diukur dengan *current ratio* mempunyai pengaruh negative terhadap struktur modal perusahaan (Semakin likuid suatu perusahaan akan berdampak pada tingkat kepercayaan perusahaan untuk menurunkan struktur modalnya (Dewi dan Badjira. 2014). Selain berdampak pada struktur modal, likuiditas juga mempunyai dampak positif terhadap nilai perusahaan (Martikarini, 2012). Kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek mempunyai dampak pada penilaian

masyarakat terhadap perusahaan berkaitan dengan nilai perusahaan (Hermuningsih, 2013).

*Research gap* dari penelitian ini adalah agenda penelitian dari Hermuningsih (2013) yang memberikan rekomendasi model dalam penelitian ini hanya menggunakan variabel profitabilitas, *growth opportunity* dan nilai perusahaan. Penelitian kedepan dengan memasukan variable likuiditas (*current ratio*) dalam mempengaruhi struktur modal (Dewi Badjira, 2014). Selain itu *likuiditas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Hartati, 2014).

Dipilihnya likuiditas sebagai penambahan hasil dari agenda mendatang dari Hermuningsih (2013) masih ada gap yaitu likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Anslina dan Rustam, 2013). Perbedaan hasil menurut Jariah (2016) bahwa likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan menurut Firnanda dan Oetomo (2016) bahwa likuiditas tidak terbukti berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kelemahan penelitian yang lain adalah perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini hanya perusahaan yang masuk dalam kategori LQ45 (Hermuningsih, 2013).

Penelitian mendatang memberikan memperluas sampel dengan mengambil obyek perusahaan yang masuk dalam Kompas 100. Pemilihan obyek pada sektor kompas 100 atas pertimbangan nilai perusahaan yang lebih fluktuatif dibandingkan dibandingkan sector lainnya (LQ 45 dan JII). Selain obyek berbeda. penelitian yang merupakan pengembangan dari Hermuningsih (2013) dengan menambah variable *current ratio* yang merupakan proksi dari rasio likuiditas.

Berdasarkan latar belakang diatas dapat ditarik permasalahan yaitu adanya kelemahan penelitian yang dilakukan oleh Hermuningsih (2013) berkenaan dengan model structural faktor – faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yang melalui struktur modal. Pada penelitian ini menambahkan variabel likuiditas yang berpengaruh negative signifikan terhadap struktur modal (Badjira. 2014), hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Kristian dan Khuzaini (2014) yang menyatakan bahwa likuiditas mempunyai pengaruh yang positif terhadap struktur modal.

Perbedaan pengaruh antara likuiditas terhadap nilai perusahaan juga terjadi antara Anggraeni (2015) yang menyatakan likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Alfredo (2012) dan Hartanti (2014) yang menyatakan bahwa likuiditas tidak terbukti berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perbedaan juga terjadi pada penelitian Jariah (2016) yang memberikan hasil bahwa likuiditas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

## **TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL**

### ***Pecking Order Theory (POT) dan Trade- Off Theory (TOT)***

Teori lain dari struktur modal yaitu *pecking order theory (POT)* yang dikemukakan oleh Myers dan Maljuf pada tahun 1984 (dalam Joni dan Lila, 2010). Teori ini secara ringkas menjelaskan mengenai keputusan pendanaan yang menyatakan bahwa perusahaan cenderung menggunakan sumber pendanaan internal (*retained earnings*) terlebih dahulu yaitu dari laba yang ditahan dan depresiasi, daripada menggunakan dana eksternal (hutang saham) dari aktivitas pendanaan. Hutang yang merupakan sumber pendanaan eksternal, baru digunakan oleh perusahaan jika sudah tidak memiliki dana internal yang tidak mencukupi dan memadai. Apabila dana eksternal lebih dibutuhkan maka perusahaan akan lebih cenderung menggunakan hutang dari pada ekuitas (Joni dan Lina, 2010).

Sejumlah pendapat terdahulu mengarah pada perkembangan yang disebut dengan Teori *trade-off* dari utang. Perusahaan menyeimbangkan manfaat dari pendanaan dan utang dengan suku bunga dan biaya kebangkrutan yang lebih tinggi (Brigham dan Houston, 2011). Teori *Trade-Off* mempunyai argumen dimana perusahaan menyeimbangkan manfaat dari pendanaan dengan hutang (perlakuan pajak perseroan yang menguntungkan) dengan suku bunga dan biaya kebangkrutan yang lebih tinggi dalam penentuan struktur modal (Wardani, 2015).

### **Nilai Perusahaan**

Menurut Sujoko dan Soebiantoro (2007) nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang terkait erat dengan harga sahamnya. Harga saham yang digunakan untuk mengukur nilai adalah harga penutupan (*closing price*) dan merupakan harga yang terjadi pada saat saham diperdagangkan di pasar (Fakhrudin dan Hadianto, 2011). Tingginya harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga semakin tinggi kepercayaan pasar adalah pada prospek perusahaan tersebut untuk masa – masa mendatang (Hermuningsih, 2013).

Penilaian terhadap suatu perusahaan ditunjukkan dengan laporan keuangan perusahaan, khususnya neraca yang berisi informasi keuangan masa lalu. Pihak di luar perusahaan berpendapat bahwa nilai suatu perusahaan ditunjukkan dengan nilai saham perusahaan. Nilai perusahaan diciptakan oleh perusahaan melalui kegiatan perusahaan dari waktu ke waktu agar mencapai nilai perusahaan yang maksimum di atas nilai buku (Nofrita, 2013).

Nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan *price book value ratio* (PBV) (Brigham dan Houston, 2011). Rasio *price book value* (PBV) memberikan gambaran tingkat kemampuan perusahaan menciptakan nilai relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. Peningkatan PBV atau PBV yang tinggi mencerminkan harga saham yang tinggi dibandingkan nilai buku per lembar saham. Keberhasilan perusahaan dalam menciptakan nilai perusahaan tersebut tentunya memberikan harapan kepada pemegang saham berupa keuntungan yang lebih besar pula (Sartono, 2009).

### **Struktur Modal**

Struktur permodalan merupakan keputusan untuk memilih sumber pembiayaan atau komposisi pemilihan atas pendanaan yang merupakan perbandingan dalam menentukan pemenuhan kebutuhan belanja perusahaan dimana dana yang diperoleh merupakan kombinasi dari sumber yang berasal dari dana jangka panjang yang terdiri dari dua sumber utama yaitu berasal dari dalam dan luar perusahaan (Rodoni dan Ali, 2010).

Struktur keuangan mencerminkan perimbangan baik dalam artian absolut maupun relatif antara keseluruhan modal asing dengan jumlah modal sendiri (Riyanto, 2010). Struktur modal merupakan kombinasi utang dan ekuitas dalam struktur keuangan jangka panjang perusahaan, tidak seperti rasio utang yang hanya menggambarkan target komposisi utang dan ekuitas dalam jangka panjang pada suatu perusahaan (Arifin, 2005 dalam Yusrianto, 2013).

### **Profitabilitas**

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (Ayuningtyas dan Kurnia, 2013). Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dan mengukur tingkat efisiensi operasional dan efisiensi dalam menggunakan harta yang dimilikinya (Chen, 2004, dalam Hermuningsih, 2013). Profitabilitas dapat dijadikan cerminan untuk mengukur kinerja manajemen dalam menjalankan usaha (perusahaan). Indikator profitabilitas dapat berbagai macam seperti : laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi/aktiva dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik (Petronila dan Mukhlisin, 2003 dalam Hermuningsih, 2013).

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri (Wulandari, 2010). Peningkatan profitabilitas menunjukkan adanya prospek perusahaan dari perusahaan tersebut, sehingga investor akan merespon sebagai sinyal positif dan nilai perusahaan akan meningkat (Sujoko dan Soebiantoro, 2007, dalam Apsari dkk, 2015). Profitabilitas menjadi dasar penilaian kondisi keuangan dalam menghasilkan laba suatu perusahaan (Apsari dkk, 2015).

Pada penelitian ini *return on investment* (ROI) ditetapkan sebagai proksi dari variabel profitabilitas. Pertimbangan ini didasarkan pada rasio ROI dapat mengukur efektifitas perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dengan menggunakan aset yang dimiliki untuk menghasilkan

laba tersebut. *Return on investment* dapat menjadi indikator keberhasilan perusahaan di pandangan investor (Dwiaji, 2011). *Return on investment* menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset yang digunakan atau diinvestasikan dalam satu periode akuntansi (Fakhrudin dan Hadianto, 2011).

### **Peluang Pertumbuhan**

Pertumbuhan perusahaan diharapkan oleh pihak di dalam perusahaan (internal) maupun di luar perusahaan (eksternal). Pertumbuhan yang baik merupakan suatu signal perusahaan memiliki aspek yang menguntungkan. sehingga investor mempunyai harapan pengembalian (*rate of return*) dari investasi yang dilakukan (Safrida, 2008). Kecepatan pertumbuhan perusahaan (*Growth*) dalam menghasilkan laba akan berdampak pada semakin besar pos pengeluaran untuk membiayai pertumbuhan perusahaan tersebut. Perusahaan perlu membatasi dividen, hal ini dilakukan agar supaya dapat menyimpan dana dalam perusahaan untuk investasi pertumbuhannya (Priyo, 2013).

Peluang pertumbuhan (*growth opportunity*) merupakan perubahan dari total aktiva dari suatu perusahaan (Kartini dan Arianto, 2008). Peluang pertumbuhan adalah suatu pertumbuhan aktiva perusahaan di masa depan (Mai, 2006, dalam Hermuningsih, 2013). Besaran ini mengukur sejauh mana laba per lembar saham suatu perusahaan dapat ditingkatkan oleh *leverage*. Perusahaan-perusahaan yang memiliki pertumbuhan yang cepat seringkali harus meningkatkan aktiva tetapnya.

Laba dari perusahaan akan lebih banyak ditahan oleh perusahaan untuk mempertahankan tingkat pertumbuhan yang tinggi. Laba ditahan dari perusahaan - perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi akan meningkat, dan perusahaan - perusahaan tersebut akan lebih banyak melakukan utang untuk mempertahankan rasio utang yang ditargetkan (Hermuningsih, 2013). Perusahaan-perusahaan yang memprediksi akan mengalami pertumbuhan tinggi di masa mendatang cenderung lebih memilih menggunakan saham untuk mendanai operasional perusahaan, demikian sebaliknya (Mai, 2006). Salah satu alasan mendasar atas pola ini adalah biaya mengambang pada emisi saham biasa yang lebih tinggi dibanding pada surat berharga obligasi. Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan tinggi cenderung lebih banyak menggunakan hutang dibanding dengan perusahaan dengan pertumbuhan lebih lambat.

### **Likuiditas**

Rasio likuiditas berkaitan dengan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek perusahaan (Horne dan Wachowicz, 2013). Pihak - pihak yang berkepentingan dalam menilai tingkat likuiditas perusahaan adalah kreditor dalam jangka pendek seperti pemasok dan bankir. Likuiditas tidak hanya berkenaan dengan keadaan dari keseluruhan keuangan perusahaan, tetapi juga berkenaan dengan kemampuannya untuk mengubah aktiva lancar tertentu menjadi uang kas (Syamsuddin, 2011).

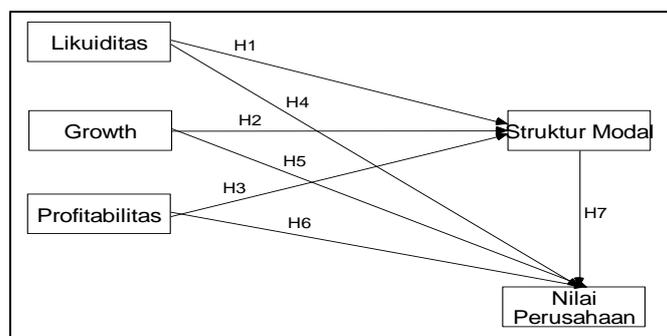
Rasio likuiditas dapat dibagi lagi menjadi beberapa jenis rasio yang masing-masing rasio likuiditas tersebut mencerminkan perspektif yang berbeda dalam mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Rasio likuiditas tersebut antara lain adalah *current ratio*, yaitu yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya dari aktiva lancarnya (Syamsuddin, 2011).

Seperti dijelaskan diatas, pihak yang paling berkepentingan terhadap rasio lancar adalah kreditor jangka pendek seperti pemasok (Kristian dan Khuzain, 2014). Jumlah kas dan jumlah persediaan dan piutang yang akan dikonversi menjadi kas merupakan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan untuk membayar kewajiban kepada kreditor jangka pendek.

### **Kerangka Pikir**

Nilai perusahaan sangat penting untuk peningkatan kemakmuran pemegang saham. Struktur modal mempunyai peranan dalam meningkatkan kemakmuran atau nilai perusahaan. Penentuan struktur modal yang merupakan bauran antara hutang dan ekuitas bertujuan untuk

mengoptimalkan nilai dari suatu perusahaan. Optimalnya struktur modal dari suatu perusahaan adalah memaksimalkan harga saham perusahaan. Sejumlah faktor mempengaruhi struktur modal dan nilai perusahaan adalah likuiditas, peluang pertumbuhan dan tingkat profitabilitas. Kerangka pikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 1 : Kerangka Pikir Penelitian

### **Pengaruh Antar Variabel Penelitian**

#### **Pengaruh *Likuiditas* terhadap Struktur Modal**

Rasio likuiditas yang diproksikan dengan *current ratio* adalah rasio yang menunjukkan kemampuan dalam jangka pendeknya. Perusahaan yang tingkat likuiditasnya tinggi menyebabkan perusahaan tersebut memiliki dana internal yang lebih besar, ini berarti perusahaan lebih memilih dana internalnya digunakan terlebih dahulu dalam membiayai investasi. Hasil penelitian oleh Hardanti dan Gunawan (2010), Dewi dan Badjira (2014) serta Wardani (2015) menemukan bahwa likuiditas memiliki efek negatif terhadap struktur modal, yaitu meningkatnya likuiditas akan menurunkan struktur modal. Berdasarkan argument tersebut dapat dirumuskan hipotesis pertama ( $H_1$ ) sebagai berikut :

$H_1$  : Variabel likuiditas mempunyai pengaruh yang negative dan signifikan terhadap struktur modal

#### **Pengaruh Peluang Pertumbuhan (*Growth opportunity*) terhadap Struktur Modal**

Perusahaan yang memiliki pertumbuhan yang cepat membutuhkan pendanaan lebih besar di masa depan sehingga harus meningkatkan aktiva tetapnya dan lebih banyak mempertahankan laba. Laba ditahan dari perusahaan-perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi akan meningkat. Perusahaan yang mengalami pertumbuhan akan menutup pertumbuhan tersebut dengan mengambil pinjaman (utang). Hal ini dimaksudkan untuk mempertahankan rasio struktur modal dari yang ditargetkan (Hermuningsih, 2013). Secara empiris *growth opportunity* berpengaruh positif terhadap struktur modal (Yusriyanti, 2013) dan (Hermuningsih, 2013). Berdasarkan argument tersebut dapat diajukan hipotesis kedua ( $H_2$ ) adalah sebagai berikut :

$H_2$  : Peluang pertumbuhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap struktur modal

#### **Pengaruh Profitabilitas terhadap Struktur Modal**

Perusahaan yang memiliki tingkat keuntungan lebih tinggi akan menggunakan utang yang relatif lebih kecil dibandingkan perusahaan dengan keuntungan yang rendah. Tingkat keuntungan yang tinggi memungkinkan mereka untuk memperoleh sebagian besar pendanaan dari laba ditahan (Amalia dan Alfianto, 2014). Perusahaan akan cenderung memilih laba ditahan untuk membiayai sebagian besar kebutuhan pendanaan.

Hasil penelitian dari Yusrianti (2013) menunjukkan bahwa ada pengaruh yang negative dan signifikan antara profitabilitas terhadap struktur modal. Hal ini diperkuat dari penelitian Hermuningsih (2013) dan Resino dkk (2015) yaitu meningkatkan profitabilitas akan menurunkan

penggunaan rasio hutang. Berdasarkan argumen tersebut dapat diajukan hipotesis ketiga ( $H_3$ ) yaitu sebagai berikut :

$H_3$  : Profitabilitas berpengaruh negative dan signifikan terhadap struktur modal

#### **Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan**

Semakin tinggi *current ratio* (CR) berarti semakin likuid sebuah perusahaan. Semakin tinggi likuiditas perusahaan, maka akan semakin banyak dana tersedia bagi perusahaan untuk membiayai operasi dan investasinya. Hal ini berdampak pada persepsi investor pada kinerja pada perusahaan tersebut (Angraini, 2015). Hasil penelitian dari Anzlina dan Rustam (2013) bahwa likuiditas terbukti mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Quick ratio yang merupakan salah satu cerminan dari rasio likuiditas terbukti berdampak pada peningkatan *Market value of all outstanding stock* yang merupakan indikator dari nilai perusahaan (Nugroho, 2012). Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat diajukan hipotesis keempat ( $H_4$ ) yaitu sebagai berikut :

$H_4$  : Variabel likuiditas mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

#### **Pengaruh Peluang Pertumbuhan (*Growth oportunity*) terhadap Nilai Perusahaan**

Pertumbuhan dinyatakan sebagai pertumbuhan total aset di mana pertumbuhan aset masa lalu akan menggambarkan profitabilitas yang akan datang dan pertumbuhan yang akan datang (Kusumajaya, 2011). Pertumbuhan aset dihitung sebagai persentase perubahan aset pada saat tertentu terhadap tahun sebelumnya. Potensi pertumbuhan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Hermuningsih, 2013). Hal ini dipertegas oleh Budi dan Rachmawati (2014) yang menunjukkan peningkatan potensi pertumbuhan akan berdampak pada nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian tersebut dapat diajukan hipotesis kelima ( $H_5$ ) adalah sebagai berikut :

$H_5$  : Peluang pertumbuhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

#### **Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan**

Peningkatan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba akan berdampak pada peningkatan harga saham (Nofrita, 2013). Peningkatan harga saham merupakan cerminan nilai perusahaan yang baik bagi investor. Peningkatan nilai pemegang saham dengan nilai perusahaan meningkat yang ditandai dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham. Tingkat pengembalian investasi kepada pemegang saham tergantung pada laba yang dihasilkan perusahaan. (Hermuningsih, 2013). Hasil penelitian Alfredo, dkk (2012) menunjukkan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hal ini diperkuat oleh Wahyuni dkk (2013) meningkatkan rasio profitabilitas akan meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut diajukan hipotesis keenam ( $H_6$ ) yaitu sebagai berikut :

$H_6$  : Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

#### **Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan**

Struktur modal adalah perbandingan antara modal eksternal jangka panjang dengan modal sendiri. Aspek yang penting bagi setiap perusahaan karena mempunyai efek secara langsung terhadap komposisi finansial dari perusahaan. Perusahaan yang memiliki aktiva berwujud cukup besar akan mempunyai kecenderungan menggunakan hutang dalam proporsi yang lebih besar pula (Hermuningsih, 2012). Kebijakan hutang yang diukur dengan *debt to equity ratio* (DER) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *price book value* (Sujoko dan Soebiantoro, 2007). Hasil ini diperkuat oleh penelitian dari Hermuningsih (2013) ada pengaruh yang signifikan antara struktur modal terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut diajukan hipotesis keenam ( $H_7$ ) yaitu sebagai berikut :

$H_7$  : Struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

## METODE PENELITIAN

### Definisi Konsep dan Operasional Variabel

Tabel 1 : Definisi Konsep dan Operasional Variabel

Variabel Bebas	proksi	Rumus
likuiditas	Current ratio	$CR = \frac{\text{Aktiva lancar}}{\text{Hutang lancar}}$
Peluang Pertumbuhan	Aset Growth	$AG = \frac{\text{Aset } t - \text{asset } t - 1}{\text{Asset } t - 1}$
Profitabilitas	ROE	$ROE = \frac{\text{Laba setelah pjk}}{\text{Modal sendiri}}$
Struktur Modal (Intervening)	DER	$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Modal Sendiri}}$
Nilai Perusahaan (variable terikat)	PBV	$PBV = \frac{\text{Harga Pasar Per lbr shm}}{\text{Nilai Buku per Lbr shm}}$

### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2013 - 2017. Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* dan menghasilkan sampel 100 perusahaan yang masuk indeks Kompas 100. Pengumpulan data menggunakan panel, sehingga selama 5 tahun periode penelitian jumlah observasi sebanyak 100 perusahaan dan 500 observasi.

### Jenis dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif berupa laporan keuangan publikasi tahunan yang diterbitkan oleh Indonesia Capital Market Directory (ICMD) dari periode tahun 2013 sampai tahun 2017. Sumber data yang digunakan ini diperoleh melalui penelusuran dari media internet dari [www.idx.go.id](http://www.idx.go.id) dan website resmi PT. Bursa Efek Indonesia. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu melalui studi pustaka dari direktori perusahaan go publik dan situs resmi tiap perusahaan. [idx.go.id](http://idx.go.id). serta situs – situs resmi lainnya yang dijadikan sampel.

### Alat Analisis Data

#### Uji Normalitas dan Penyimpangan Asumsi Klasik

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Pengujian normalitas menggunakan grafik dan non parametric kolmogorof smirnov (Ghozali, 2013).

Selain memenuhi kriteria normal, model juga harus terbebas dari penyimpangan asumsi klasik yang terdiri dari uji multikolinearitas ditandai dengan nilai tolerance lebih diatas 0,1 dan VIF dibawah 10. Penyimpangan uji heteroskedastisitas menggunakan pendekatan grafik scatterplott dan uji glejsyer. Pengujian penyimpangan autokorelasi dengan menggunakan nilai durbin Watson (Ghozali, 2013).

#### Uji Persamaan Regresi Ganda

Analisis regresi linier berganda adalah pengaruh secara linier antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen yang digunakan untuk memprediksi atau

meramalkan suatu nilai variabel dependen berdasarkan variabel independen. Sebelum melakukan estimasi yang tidak biasa dengan analisis regresi, perlu dilakukan uji t dan uji Fit data yaitu pengujian antar variabel bebas supaya tidak terjadi multikolinieritas, heteroskedastisitas, normalitas, dan autokorelasi

Persamaan regresi pada penelitian ini terdapat dua model. yaitu sebagai berikut :

$$I = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 I + e$$

Dimana :

- I : struktur modal
- X<sub>1</sub> : likuiditas
- X<sub>2</sub> : peluang pertumbuhan
- X<sub>3</sub> : profitabilitas
- Y : nilai perusahaan

### Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi pada intinya untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Koefisien determinan pada penelitian ini digunakan untuk melihat berapa persen dari variasi variabel terikat dijelaskan variabel bebas. (Ghozali, 2013).

### Sobel Test

Variabel intervening adalah variabel yang ikut mempengaruhi pengaruh antara variabel prediktor (independen) dan variabel criterion (dependen) Baron dan Kenny (1986) dalam Ghozali (2013). Pengujian hipotesis mediasi dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel (1982) dan dikenal dengan Uji Sobel (*Sobel Test*).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Deskriptif

Pada awalnya jumlah observasi yang menjadi target adalah 500 data yang diperoleh dari jumlah sampel sebanyak 100 perusahaan yang masuk pada indeks Kompas. Dari 100 perusahaan masih terdapat perusahaan yang tidak secara terus menerus masuk ke Indeks Kompas dan tidak lengkap serta tidak memenuhi syarat ada 24 perusahaan atau 120 observasi. Setelah melalui tahapan ini data yang bisa diolah sebanyak 380 observasi. Sebanyak 380 observasi yang diolah masih terjadi data atau observasi yang outlier yaitu 40 observasi. Berdasarkan tahapan ini data yang dapat digunakan adalah 340 observasi.

Tabel 2 : Deskriptif Variabel

	N	Min	Max	Mean
CR	340	.23	12.99	2.1136
GRWT	340	-.8900	9.4963	.189185
ROE	340	-34.26	50.54	10.6573
DER	340	-.02	16.21	1.3112
PBV	340	.05	9.14	1.9836

Deskripsi tentang rasio-rasio penelitian yang berupa *current ratio* yang rata-ratanya adalah sebesar 2,11. Berdasarkan rata – rata, perusahaan go public yang masuk indeks Kompas 100 masuk dalam kategori yang likuid (1 sd 2). Berdasarkan data yang diperoleh *current ratio* (CR) terendah selama periode penelitian adalah sebesar 0,23 yaitu PT. Hanson International, Tbk pada tahun 2017 dan yang tertinggi adalah sebesar 12,99 pada PT. Baturaja (Persero), Tbk pada tahun 2016.

Pada variabel peluang pertumbuhan asset ini menunjukkan bahwa berdasarkan rata – rata perusahaan masuk dalam kategori yang pertumbuhan cukup baik, hal ini ditandai dengan rata – rata peluang pertumbuhan asset pada kisaran 0,19 % (cukup baik). Peluang pertumbuhan asset terendah selama periode penelitian adalah sebesar - 0,89 pada PT. Tambang Batubara Bukit Asam, Tbk pada tahun 2013 dan tertinggi adalah sebesar 9,50 pada PT. Tambang Bukit Asam, Tbk pada tahun 2014. Hal ini menunjukkan ada penambahan asset yang signifikan yang disebabkan ekspansi dari perusahaan tersebut.

Pada variabel *return on equity (ROE)* ini menunjukkan bahwa berdasarkan rata – rata perusahaan adalah sebesar 10,66 % atau masuk dalam kategori yang bagus, hal ini ditandai dengan rata – rata *return on equity (ROE)* dikisaran diatas 10 %. *Return on equity (ROE)* terendah selama periode penelitian adalah sebesar - 34,26 pada PT. Delta Dunia Makmur, Tbk pada tahun 2017 dan tertinggi adalah sebesar 50,54 % pada PT. Tower Bersama Infrastructure, Tbk tahun 2014.

Pada variabel *debt to equity ratio (DER)* ini menunjukkan bahwa berdasarkan rata – rata perusahaan masuk dalam kategori yang kurang bagus, hal ini ditandai dengan rata – rata *debt to equity ratio (DER)* dikisaran diatas 50 % yaitu sebesar 1,31 x atau 131 %. *debt to equity ratio (DER)* terendah selama periode penelitian adalah sebesar -0,02 pada PT. Gajah Tunggal, Tbk pada tahun 2015 dan tertinggi adalah sebesar 16,21 pada PT. Delta Makmur, Tbk pada tahun 2017.

Pada variabel *price to book value (PBV)* ini menunjukkan bahwa berdasarkan rata – rata perusahaan masuk dalam kategori yang sehat atau bagus, hal ini ditandai dengan rata – rata *price to book value (PBV)* masih dikisaran 1,98 (sehat lebih dari 1,5 ). *Price to book value (PBV)* terendah selama periode penelitian adalah sebesar 0,05 pada PT. Indika Energy, Tbk tahun 2015 dan tertinggi adalah sebesar 9,14 pada PT. Tower Bersama Infrastruktur, Tbk pada tahun 2014.

### **Uji Penyimpangan Asumsi Klasik**

Data penelitian pada awalnya tidak memenuhi normalitas data atau data belum terdistribusi secara normal. Langkah screening data merekomendasikan untuk membuang data sebanyak 40 observasi. Setelah 40 data dikeluarkan model terdistribusi secara normal, yang ditandai dengan grafik normal P – P Plot Regression yang titik–titik pada grafik menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Selain itu pada grafik Histogram yang menunjukkan sebaran data mendekati garis normal.

Terbebas penyimpangan Multikolinearitas, yaitu dibuktikan dengan nilai tolerance diatas 0,1 yaitu masing – masing sebesar 0,940 ; 0,996 ; 0,977 dan 0,957 dan nilai *variance inflation factor (VIF)* dibawah 10 yaitu masing – masing 1,064 ; 1,004 ; 1,024 dan 1,045. Selain itu nilai koefisien korelasi antar variabel bebas adalah lemah yaitu sebesar 0,018 ; 0,021 ; 0,202 ; - 0,056 ; - 0,006 dan 0,133 yang mana nilai tersebut masih dibawah 0,7.

Terbebas penyimpangan heteroskedastisitas yang ditandai grafik sccaterplot (lampiran) tidak membentuk pola khusus atau gambarnya menyebar. serta terbebas dari penyimpangan autokorelasi, yaitu ditandai dengan nilai durbin Watson sebesar 1,115 yang mana nilai tersebut masuk dalam areal tanpa kesimpulan.

### **Uji Fit Data**

Hasil uji fit data diperoleh nilai F hitung sebesar 25,144 serta nilai probabilitas sebesar 0,000. Hasil perbandingan menunjukkan bahwa nilai probabilitas  $(0,000) < \alpha (0,05)$  dan F hitung lebih besar dari F tabel  $(25,144 > 2,45)$ . Sehingga dapat dikatakan bahwa permodelan yang dibangun memenuhi kriteria fit.

### **Analisis Data dan Pembahasan**

Berdasarkan tabel diatas diperoleh persamaan regresi berganda yang pertama sebagai berikut :

$$DER = 1,763 - 0,193 CR - 0,046 Grwt - 0,003 ROE$$

Nilai konstanta pada penelitian ini diperoleh nilai 1,763 yang dapat diartikan bahwa tanpa adanya perubahan dari variabel bebas atau variabel *current ratio* (CR), peluang pertumbuhan asset dan *return on equity* (ROE) maka struktur modal (*debt to equity ratio*) pada perusahaan mengalami peningkatan.

*Current ratio* (CR) perusahaan yang masuk dalam indeks Kompas 100 di Bursa Efek Indonesia mempunyai pengaruh negatif terhadap struktur modal (*debt to equity ratio*) dengan koefisien regresi sebesar - 0,193. Hal ini dapat diartikan setiap adanya peningkatan *Current ratio* (CR) maka struktur modal (*debt to equity ratio*) perusahaan yang masuk dalam indeks Kompas 100 di Indonesia akan mengalami penurunan, atau sebaliknya. Hipotesis diterima, karena dibuktikan dengan nilai probabilitas (sig) sebesar 0,000 yang mana nilai tersebut masih di bawah 0,05.

Hipotesis 1 ( $H_1$ ) yang diajukan adalah *current ratio* (CR) pada Perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap struktur modal (*debt to equity ratio*). Hasil pengujian menunjukkan bahwa hipotesis 1 ( $H_1$ ) terbukti signifikan, hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar - 3,772 yang kurang dari t tabel (- 1,96) serta nilai probabilitas (0,000) <  $\alpha$  (0,05). Sehingga dapat dijelaskan bahwa *current ratio* (CR) Perusahaan terbukti berpengaruh negatif dan signifikan terhadap struktur modal (*debt to equity ratio*) atau semakin besar *current ratio* (CR) maka akan meningkatkan struktur modal (*debt to equity ratio*) yang masuk dalam indeks Kompas 100 di Indonesia.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan Hardanti dan Gunawan (2010), yakni ada pengaruh yang negative dan signifikan antara likuiditas terhadap struktur modal perusahaan. Lebih lanjut menurut Dewi dan Badjira (2014) yang diperkuat oleh Wardani (2015) bahwa meningkatnya *current ratio* justru banyak dana yang menganggur, akibatnya struktur modal semakin menurun.

Peluang pertumbuhan asset perusahaan yang masuk dalam indeks Kompas 100 di Bursa Efek Indonesia mempunyai pengaruh negatif terhadap struktur modal (*debt to equity ratio*) dengan koefisien regresi sebesar - 0,046. Hal ini dapat diartikan setiap adanya peningkatan peluang pertumbuhan maka struktur modal (*debt to equity ratio*) yang masuk dalam indeks Kompas 100 di Indonesia akan mengalami penurunan, atau sebaliknya. Hipotesis ditolak, karena dibuktikan dengan nilai probabilitas (sig) sebesar 0,745 yang mana nilai tersebut masih di atas 0,05.

Hipotesis 2 ( $H_2$ ) yang diajukan adalah peluang pertumbuhan asset pada Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap struktur modal (*debt to equity ratio*). Hasil pengujian menunjukkan bahwa hipotesis 2 ( $H_2$ ) tidak terbukti signifikan, hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar - 0,326 yang lebih dari t tabel (- 1,96) serta nilai probabilitas (0,745) >  $\alpha$  (0,05). Sehingga dapat dijelaskan bahwa peluang pertumbuhan asset perusahaan tidak terbukti berpengaruh negatif dan signifikan terhadap struktur modal (*debt to equity ratio*) atau semakin besar peluang pertumbuhan asset maka tidak secara langsung mampu menurunkan struktur modal (*debt to equity ratio*) yang masuk dalam indeks Kompas 100 di Indonesia.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Hermuningsih (2013) dan Yusrianti (2013), dimana pertumbuhan aset berpengaruh positif dan signifikan terhadap struktur modal. Penelitian ini sejalan dengan Dewi dan Sudhiarta (2017) bahwa pertumbuhan Aset berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Pertumbuhan aset yang semakin meningkat justru akan menurunkan struktur modal, artinya asset yang makin meningkat dapat menurut *debt to equity ratio*.

*Return on equity* (ROE) perusahaan yang masuk dalam indeks Kompas 100 di Bursa Efek Indonesia mempunyai pengaruh negatif terhadap struktur modal (*debt to equity ratio*) dengan koefisien regresi sebesar - 0,003. Hal ini dapat diartikan setiap adanya peningkatan profitabilitas (ROE) maka struktur modal (*debt to equity ratio*) yang masuk dalam indeks Kompas 100 di Indonesia akan mengalami penurunan, atau sebaliknya. Hipotesis ditolak, karena dibuktikan dengan nilai probabilitas (sig) sebesar 0,390 yang mana nilai tersebut masih di atas 0,05.

Hipotesis 3 ( $H_3$ ) yang diajukan adalah *return on equity* pada perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap struktur modal (*debt to equity ratio*). Hasil pengujian menunjukkan bahwa hipotesis 3 ( $H_3$ ) tidak terbukti signifikan, hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar -0,390 yang lebih dari t tabel (-1,96) serta nilai probabilitas (0,696)  $> \alpha$  (0,05). Sehingga dapat dijelaskan bahwa *return on equity* (ROE) Perusahaan tidak terbukti berpengaruh negatif dan signifikan terhadap struktur modal (*debt to equity ratio*) atau semakin besar *return on equity* (ROE) maka tidak secara langsung mampu menurunkan struktur modal (*debt to equity ratio*) yang masuk dalam indeks Kompas 100 di Indonesia.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Hermuningsih (2013) dan Resino (2015), dimana profitabilitas (*return on equity*) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap struktur modal. Penelitian ini sejalan dengan Kosimpang, dkk (2017) bahwa profitabilitas (*return on equity*) berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap struktur modal. Peningkatan profitabilitas tidak secara langsung berdampak pada penurunan struktur modal.

Berdasarkan tabel diatas diperoleh persamaan regresi berganda yang kedua sebagai berikut :

$$PBV = 1,086 + 0,026 CR + 0,011 GRWT + 0,064 ROE + 0,124 DER$$

Nilai konstanta pada penelitian ini diperoleh nilai 1,086 yang dapat diartikan bahwa tanpa adanya perubahan dari variabel bebas atau variabel *current ratio* (CR), peluang pertumbuhan asset, *return on equity* dan *debt to equity ratio* maka nilai perusahaan (*price to book value*) pada perusahaan mengalami peningkatan.

*Current ratio* (CR) perusahaan yang masuk dalam indeks Kompas 100 di Bursa Efek Indonesia mempunyai pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan (*price to book value*) dengan koefisien regresi sebesar 0,026. Hal ini dapat diartikan setiap adanya peningkatan *Current ratio* (CR) maka nilai perusahaan yang masuk dalam indeks Kompas 100 di Indonesia akan mengalami peningkatan, atau sebaliknya. Hipotesis ditolak, karena dibuktikan dengan nilai probabilitas (sig) sebesar 0,538 yang mana nilai tersebut masih di atas 0,05.

Hipotesis 4 ( $H_4$ ) yang diajukan adalah *current ratio* (CR) pada perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa hipotesis 4 ( $H_4$ ) terbukti signifikan, hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 0,617 yang kurang dari t tabel (1,96) serta nilai probabilitas (0,538)  $> \alpha$  (0,05). Sehingga dapat dijelaskan bahwa *current ratio* (CR) Perusahaan tidak terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan atau semakin besar *current ratio* (CR) maka akan meningkatkan nilai perusahaan yang masuk dalam indeks Kompas 100 di Indonesia.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Nugroho (2012) dimana likuiditas (*current ratio*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan Alfredo (2012) dan Aditya (2015) bahwa likuiditas (*current ratio*) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Peningkatan likuiditas tidak secara langsung berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Peningkatan likuiditas dapat juga berdampak perusahaan kurang efisien dalam memanfaatkan modal kerjanya, sehingga nilai perusahaan tidak secara langsung meningkat.

Peluang pertumbuhan asset perusahaan yang masuk dalam indeks Kompas 100 di Bursa Efek Indonesia mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan koefisien regresi sebesar 0,098. Hal ini dapat diartikan setiap adanya peningkatan peluang pertumbuhan maka nilai perusahaan yang masuk dalam indeks Kompas 100 di Indonesia akan mengalami peningkatan, atau sebaliknya. Hipotesis ditolak, karena dibuktikan dengan nilai probabilitas (sig) sebesar 0,745 yang mana nilai tersebut masih di atas 0,05.

Hipotesis 5 ( $H_5$ ) yang diajukan adalah peluang pertumbuhan asset pada Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa hipotesis 5 ( $H_5$ ) tidak terbukti signifikan, hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 0,098 yang kurang dari t tabel (1,96) serta nilai probabilitas (0,922)  $> \alpha$  (0,05). Sehingga

dapat dijelaskan bahwa peluang pertumbuhan *asset* perusahaan tidak terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan atau semakin besar peluang pertumbuhan *asset* maka tidak secara langsung mampu meningkatkan nilai perusahaan yang masuk dalam indeks Kompas 100 di Indonesia.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Hermuningsih (2013) serta oleh Budi dan Rahmawati (2014) dimana peluang pertumbuhan (*growth*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan Yulipratama dan Mardani (2017) bahwa peluang pertumbuhan (*growth*) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Peningkatan pertumbuhan *asset* (*growth*) tidak secara langsung berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Peningkatan pertumbuhan *asset* yang tidak diimbangi dengan peningkatan laba tidak berdampak terhadap nilai perusahaan yang terindeks Kompas 100.

*Return on equity (ROE)* perusahaan yang masuk dalam indeks Kompas 100 di Bursa Efek Indonesia mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan koefisien regresi sebesar 0,064. Hal ini dapat diartikan setiap adanya peningkatan profitabilitas (ROE) maka nilai perusahaan yang masuk dalam indeks Kompas 100 di Indonesia akan mengalami peningkatan, atau sebaliknya. Hipotesis ditolak, karena dibuktikan dengan nilai probabilitas (*sig*) sebesar 0,000 yang mana nilai tersebut masih di atas 0,05.

Hipotesis 6 ( $H_3$ ) yang diajukan adalah *return on equity* pada perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa hipotesis 6 ( $H_6$ ) terbukti signifikan, hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai *t* hitung sebesar 9,565 yang lebih dari *t* tabel (1,96) serta nilai probabilitas ( $0,000 < \alpha$  (0,05)). Sehingga dapat dijelaskan bahwa *return on equity (ROE)* perusahaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan atau semakin besar *return on equity (ROE)* maka mampu meningkatkan nilai perusahaan yang masuk dalam indeks Kompas 100 di Indonesia.

Hasil penelitian sejalan dengan Alfredo (2012) bahwa profitabilitas (*return on equity*) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Lebih lanjut Wahyuni dkk (2013) menjelaskan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dibandingkan dengan modal sendiri akan berdampak pada nilai perusahaan (*price to book value*) pada perusahaan yang terindeks Kompas 100 di Bursa Efek Indonesia.

*Debt to equity ratio (DER)* perusahaan yang masuk dalam indeks Kompas 100 di Bursa Efek Indonesia mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan koefisien regresi sebesar 0,124. Hal ini dapat diartikan setiap adanya peningkatan struktur modal (DER) maka nilai perusahaan yang masuk dalam indeks Kompas 100 di Indonesia akan mengalami peningkatan, atau sebaliknya. Hipotesis diterima, karena dibuktikan dengan nilai probabilitas (*sig*) sebesar 0,005 yang mana nilai tersebut masih di atas 0,05.

Hipotesis 7 ( $H_7$ ) yang diajukan adalah *debt to equity ratio* pada perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa hipotesis 7 ( $H_7$ ) terbukti signifikan, hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai *t* hitung sebesar 2,802 yang lebih dari *t* tabel (1,96) serta nilai probabilitas ( $0,005 < \alpha$  (0,05)). Sehingga dapat dijelaskan bahwa *debt to equity ratio (DER)* perusahaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan atau semakin besar struktur modal maka mampu meningkatkan nilai perusahaan yang masuk dalam indeks Kompas 100 di Indonesia.

Hasil penelitian sejalan dengan Hermuningsih (2013) bahwa struktur modal (*debt to equity ratio*) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Lebih lanjut Kosimpang dkk (2017) menjelaskan bahwa struktur modal dengan membandingkan hutang dengan modal sendiri akan berdampak pada nilai perusahaan (*price to book value*) pada perusahaan yang terindeks Kompas 100 di Bursa Efek Indonesia

### **Koefisien Determinasi**

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien determinasi (*adjusted R Square*) sebesar 0,035. Hal ini berarti besar variasi variabel struktur modal (DER) yang masuk dalam indeks kompas 100 di Indonesia yang dapat diterangkan oleh variasi variabel ukuran perusahaan *current ratio (CR)*, peluang pertumbuhan aset dan *return on equity (ROE)* adalah sebesar 3,5 %, sedangkan sisanya sebesar 96,5 % dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian.

Sedangkan untuk model kedua diperoleh nilai koefisien determinasi (*adjusted R Square*) sebesar 0,222. Hal ini berarti besar variasi variabel nilai perusahaan (ROA) yang masuk dalam indeks kompas 100 di Indonesia yang dapat diterangkan oleh variasi variabel *current ratio (CR)*, peluang pertumbuhan aset, *return on equity (ROE)*, dan *debt to equity ratio (DER)* adalah sebesar 22,2 %, sedangkan sisanya sebesar 77,8 % dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian.

### **Sobel Test**

Variabel struktur modal (*debt to equity ratio*) tidak terbukti sebagai variabel intervening (mediasi) pengaruh dari likuiditas (*current ratio*), peluang pertumbuhan aset (*growth*) dan profitabilitas (*return on equity*) terhadap nilai perusahaan (*price to book value*).

## **PENUTUP**

### **Implikasi Manajerial**

1. Peningkatan aset musti diimbangi dengan pengelolaan yang baik dan tepat, yaitu dengan penggunaan aktiva yang tepat sasaran melalui perencanaan dan pengendalian yang lebih baik.
2. Modal kerja digunakan dengan lebih optimal, yaitu dengan melakukan pencatatan atau penjadwalan lebih rinci dalam pembayaran – pembayaran atau hutang yang jatuh tempo dalam jangka pendek. Sehingga likuiditas selalu terjaga dengan tetap memperhatikan efisiensi modal kerja.
3. Komposisi struktur modal dipertahankan pada posisi yang aman dengan memperhatikan kemampuan membayar dari perusahaan. Penggunaan hutang yang maksimal dapat membuat kondisi keuangan perusahaan dalam kondisi yang mengkhawatirkan.

### **Agenda Mendatang**

1. Penelitian mendatang mengarahkan pada obyek penelitian yang lebih luas dengan mengambil obyek – obyek sector bank lainnya misalnya indeks LQ 45, atau JII.
2. Penelitian ke depan perlu dengan menambah atau membuat model structural (bertingkat) dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Aditya, Muhamad Angga Eka., 2015., Pengaruh Rasio Keuangan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia., *Jurnal Ilmiah STIE Perbanas.*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya
- Anggraini. Ratih., 2015., Analisis Pengaruh Price Earning Ratio (Per). Debt To Equity Ratio (Der). Return On Asset (ROA). Current Ratio (CR) dan Firm Size Terhadap Nilai Perusahaan (PBV) pada Perusahaan Sektor Property. Real Estate & Building Construction Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2008-2012., *Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.*, Universitas Dian Nuswantoro Semarang
- Apsari. Idha Ayu., Dwiatmanto dan Devi Farah Azizah., 2015., Pengaruh *Return On Equity. Net Profit Margin. Debt To Equity Ratio.* dan *Longterm Debt To Equity Ratio* terhadap *Price Book Value* (Studi Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2010-2013)., *Jurnal Administrasi Bisnis*

- (JAB)/Vol. 27 No. 2 Oktober 2015
- Ayuningtias. Dwi dan Kurnia., 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
- Brigham. Huston., 2011., *Dasar – Dasar Manajemen Keuangan.*, (Buku 1)., Salemba Empat., Edisi 11 Jakarta
- Dewi. Ni Kadek Sugiani Merta dan Badjra. Ida Bagus., 2013., Pengaruh Likuiditas. Profitabilitas. *Tangibility Assets.* Ukuran Perusahaan dan Pajak Terhadap Struktur Modal., *Fakultas Ekonomi.*, Universitas Udayana., Bali.
- Dwiaji. Y.C. 2011. Analisis Pengaruh Profitabilitas terhadap Keputusan Keuangan dan Dampaknya pada Nilai Perusahaan Industri-Industri yang Terdaftar di PT Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2004-2009. *AAT Professional Journals.* <http://aatprofessionaljournals.blogspot.com>. Diunduh 28 Mei 2016.
- Dewi, Dewa Ayu Intan Yoga Maha dan Sudiarta, Gede Mertha., 2016., Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Aset terhadap Struktur Modal dan Nilai Perusahaan., *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 6, No. 4, 2017: 2222-2252
- Eka Sapram Budi Eka Nuraini Rachmawati., 2014., Analisis Pengaruh *Return On Equity. Debt To Equity Ratio. Growth.* dan *Firm Size* Terhadap *Price To Book Value* Pada Perusahaan Property dan Real Estate di Bursa Efek Indonesia., Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau
- Firnanda, Taurisina dan Oetomo, Heni Widi., 2016., Analisis Likuiditas, Profitabilitas, Solvabilitas dan Perputara Persediaan terhadap Nilai Perusahaan., *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen.*, Vol 5 nomor 2, Feb 2016
- Fakhrudin. M. dan M.S. Hadianto. 2011. *Perangkat dan Model Analisis Investasi di Pasar Modal.* Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Ghozali. Imam., 2013., *Aplikas Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi.*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro., Semarang.
- Hamidy. Rahman Rusdi., 2014., Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Properti dan *Real Estate* di Bursa Efek Indonesia., *Tesis.*, Fakultas Ekonomi., Universitas Udayana., Bali.
- Hardanti. Siti dan Gunawan. Barbara., 2010., Pengaruh Size. Likuiditas. Profitabilitas. Risiko. Dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Struktur Modal (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia)., *Jurnal Akuntansi dan Investasi* Vol. 11 No. 2. halaman: 148-165. Juli 2010
- Hartanti. Puji., 2014., Analisis Rasio Likuiditas. Rasio *Leverage* dan Rasio Profitabilitas Terhadap *Price To Book Value* (Studi kasus pada perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2008-2012)., *Fakultas EKonomi.*, Universitas Muhamadiyah., Surakarta
- Hermuningsih. Sri., 2012., Pengaruh Profitabilitas. Size terhadap Nilai Perusahaan dengan Sruktur Modal Sebagai Variabel Intervening., *Jurnal Siasat Bisnis.*, Vol 16 No 2., Juli 2012
- Hermuningsih. Sri., 2013., Pengaruh Profitabilitas. *Growth Opportunity.* Sruktur Modal terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Publik di Indonesia., *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan.* Oktober 2013
- Jariah, Ainun., 2016., Likuiditas, Leverage, Profitabilitas Pengaruhnya terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur di Indonesia melalui Kebijakan Deviden., *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia.*, Vol 1 (2) 2016
- Joni dan Lina. 2010. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi.* Vol.12. No.2. Agustus 2010. Pp: 81-96.
- Kristian. Nantyo dan Khuzain., 2014., Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Struktur

- Modal dan Rasio Aktivitas Sebagai Intervening., *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen.*, Vol. 3 No. 12 (2014)
- Kartini dan Tulus Arianto. 2008. Struktur Kepemilikan. Profitabilitas. Pertumbuhan Aktiva dan Ukuran Perusahaan terhadap Struktur Modal pada Perusahaan Manufaktur., *Jurnal Keuangan dan Perbankan.* Vol. 12 No. 1 : 11-21.
- Kosimpang, Anung Dian., Andini, Rita dan Oemar, Abrar., 2017., Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Variabel Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Periode Tahun 2012 – 2016., *Jurnal Upand.*, Semarang.
- Mahendra. Alfredo Dj., Luh Gede Sri Artini., Suarjaya. A.A Gede., 2012., Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia., *Jurnal Manajemen. Strategi Bisnis. dan Kewirausahaan* Vol. 6. 131 No. 2 Agustus 2012., Universitas Udayana. Bali.
- Mai. Muhammad Umar., 2006. Analisis Variabel-Variabel yang Mempengaruhi Struktur Modal Pada Perusahaan-Perusahaan LQ-45 di Bursa Efek Jakarta. *Ekonomika.* Politeknik Negeri. Bandung.
- Martikarini. Nani., 2014., Pengaruh Profitabilitas. Kebijakan Hutang. Dan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2011., *Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi.*, Universitas Gunadarma., Jakarta
- Novita Roikhatul Amalia. <sup>2</sup> Eko Agus Alfianto., 2014., Pengaruh Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Food And Beverage Yang Listing di BEI Periode 2009 – 2013., *Program Studi Ilmu Administrasi Niaga.*, Universitas
- Nugroho. Wahyudi Asto., 2012., Pengaruh Profitabilitas. Likuiditas. Dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Sektor Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2011)., *Program Studi Magister Manajemen.*, Program Pasca Sarjana Universitas Muhammadiyah., Surakarta
- Nofrita. Ria., 2013., Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Dividen sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI)., *Fakultas Ekonomi* Universitas Negeri Padang
- Priyatno. Duwi 2012. *Olah Data Statistik Dengan SPSS.* Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Priyo. Estika Maulida. 2013. “Analisis Pengaruh *Return On Asset . Debt To Equity Ratio. Firm Size. Growth* dan *Free Cash Flow* terhadap *Dividend Payout Ratio* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar Di BEI Periode 2008-2011)”. *Disertasi* Semarang. Ekonomi. Universitas Diponegoro.
- Riyanto. Bambang., 2010. *Dasar - Dasar Pembelanjaan Perusahaan.* Edisi 4. Yayasan Penerbit Gajah Mada. Yogyakarta
- Rodoni. Ahmad dan Herni Ali. 2010. *Manajemen Keuangan.* Mitra Wacana Media., Jakarta.
- Sartono. Agus., 2009., *Manajemen Keuangan : Teori dan Aplikasi.*, (Edisi 4)., BPFE., Yogyakarta
- Safrida. Eli. 2008. “Pengaruh Struktur Modal dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Manufaktur di BEJ”. *Disertasi* Medan : Sekolah Pascasarjana Universitas Sumatera Utara.
- Sujoko dan Subiantoro. 2007. Pengaruh Kepemilikan Saham. Lverage. Faktor Intern dan Faktor Ektern Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Emperik Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Jakarta). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan.* 9 (1). 41-48.
- Syamsuddin. Lukman. 2011., *Manajemen Keuangan Perusahaan (Konsep Aplikasi dalam: Perencanaan. Pengawasan. dan Pengambilan Keputusan)* (Edisi Baru)., Rajawali Press., Jakarta
- Wahyuni. Tri., Ernawati. Endang., Murhadi. Werner., 2013., Faktor – factor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan di Sektor Property. Real Estate & Building Construction yang terdaftar

- di Bei Periode., 2008 – 2012., *Calyptra : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*.  
VOI 2 no 1 (2013)
- Wardani. Mustika., 2015 Analisis Pengaruh Profitabilitas. Likuiditas dan Struktur Aktiva Terhadap Struktur Modal pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2011-2013., *Program Magister Manajemen.*, Universitas Muhamadyah Surakarta., Surakarta
- Yusrianti. Hasni., 2013., Pengaruh Tingkat Profitabilitas. Struktur Asset. dan *Growth Opportunity* Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Manufaktur yang Telah Go Public Di Bursa Efek Indonesia., *Laporan Penelitian Dana Fakultas Ekonomi Unsri*. Surakarta.

## **FANATISME TERHADAP NILAI RELIGI DI SOSIAL MEDIA PADA MASA PRA KAMPANYE PILPRES 2019**

<sup>1)</sup>Kurnia Arofah, <sup>2)</sup>Reza Prima Yanti

<sup>1)</sup>Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

<sup>2)</sup>Prodi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

e-mail: [kurnia.arofah@upnyk.ac.id](mailto:kurnia.arofah@upnyk.ac.id) , [rzprimayanti@gmail.com](mailto:rzprimayanti@gmail.com)

### **ABSTRACT**

*Fanaticism simply could be understood as excessive enthusiasm. The most common fanaticism that we often met is fanaticism toward religious value. With the existence of social media, fanaticisms toward religious value become easier to spread. This research aims to describe fanaticism toward religious value that posted in social media 6 month before presidential election 2019 campaign Indonesia started. This research use descriptive qualitative methods by collecting and analyzing the secondary data from social media in Indonesia on April to early September 2019. Result from the research shows that there are many post in social media related to fanaticism toward religious value. Characteristic of fanatics could be seen from the traits such as denying the facts, avoiding critical thinking that based on facts, and considering the opponent as rival with bad attitude that has to be overthrown.*

**Keywords:** *fanaticism, religious value, 2019 presidential election, social media*

### **PENDAHULUAN**

Fanatisme adalah fenomena normal yang terjadi di mana-mana dan di semua aspek kehidupan. mulai dari fanatisme terhadap kegemaran atau hobi seperti aliran musik atau kelompok music, fanatisme terhadap klub sepakbola tertentu, hingga fanatisme terhadap ideologi politik atau agama tertentu. Fanatisme terhadap politik dan agama adalah jenis fanatisme yang umumnya paling banyak ditemui (Marimaa, 2011). Meskipun fanatisme tidak selalu berujung negatif, namun fanatisme umumnya dituding menjadi penyebab hal-hal buruk yang timbul karena antusiasme berlebihan kemudian menghilangkan rasionalitas yang dimiliki oleh seseorang.

Fanatisme dapat timbul berawal dari keyakinan seseorang terhadap apapun itu yang kemudian berubah menjadi dogmatis. Dogmatisme ini muncul ketika seseorang mengikuti atau menjabarkan suatu ajaran tanpa mau menerima kritik sama sekali, sehingga menutupi faktatif keberagaman penafsiran, Pada akhirnya, sikap dogmatis ini memunculkan fanatisme yang lebih lanjut akan melahirkan ekstrimisme, radikalisme juga fundamentalisme sebagai sumber tindak kekerasan. kemudian banyak muncul di Indonesia.

Saat ini, di sosial media seperti *facebook*, *instagram* dan *twitter* banyak kita temui akun-akun kelompok tertentu termasuk akun-akun pribadi bertema religi bermunculan. Baik itu yang sifatnya hanya untuk menyebarkan informasi, hingga indoktrinasi bahkan menyebarkan kebencian. Masalahnya tentu tidak hanya pada konten atau akun-akun itu semata, namun juga pada interaksi di kolom komentar yang tersedia di sosial media tersebut.

Dengan sifat dasarnya yang interaktif, sosial media menyediakan ruang publik bagi

masyarakat untuk mengeluarkan pendapat. Sosial media kemudian menjadi forum yang mewadahi diskusi-diskusi masyarakat terhadap nilai-nilai tertentu termasuk nilai agama. Namun tak jarang yang terjadi adalah perang komentar dan adu argumentasi yang ujung-ujungnya memecah belah masyarakat kedalam polarisasi fanatisme tertentu termasuk fanatisme terhadap nilai religi, dimanapun dan apapun forum sosial media yang tersedia.

Nilai-nilai religi yang kemudian dilandasi fanatisme inilah yang kemudian sekarang semakin sering kita jumpai di semua praktek penggunaan sosial media di Indonesia apalagi menjelang pemilu 2019. Komisi Pemilihan Umum (KPU) telah mengumumkan tahapan pemilu sebagai berikut:

Tabel 1. Tahapan Pemilu Presiden 2019 ([www.infopemilu.kpu.go.id](http://www.infopemilu.kpu.go.id))

<b>Tanggal</b>	<b>Tahapan</b>
Masa kampanye	13 Oktober 2018- 13 April 2019
Verifikasi partai politik	1 Oktober 2017
Penetapan parpol peserta pemilu	1 Maret 2018
Pengajuan bakal calon presiden dan wakil presiden	Agustus 2018
Penetapan calon presiden dan wapres serta Daftar Calon Tetap (DCT)	September 2018
Pelantikan Presiden dan wapres pada 20 Oktober 2019	20 Oktober 2019

Berdasarkan tahapan tersebut, ada perbedaan yang cukup signifikan pada jadwal para capres melakukan kampanye dibandingkan dengan Pemilu tahun 2014 silam. Pada Pemilu tahun 2014, para calon presiden diberikan kesempatan untuk melakukan kampanye selama 22 bulan atau hampir satu tahun.

Pada Pemilu tahun 2019 mendatang, para calon presiden hanya diberikan waktu untuk kampanye selama 6 bulan yaitu sejak bulan Oktober 2018 hingga April 2019. Masyarakat Indonesia selama 1 tahun terakhir ini sudah disugui dengan praktek politik yang belakangan ini sangat sarat dengan sentiment fanatisme agama di semua media baik media massa maupun sosial media. Oleh karena itu peneliti bermaksud untuk mengetahui bagaimana persepsi masyarakat terhadap hal tersebut dikaitkan dengan rasa kebangsaan yang mereka rasakan menjelang masa pra kampanye pilpres 2019. Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, Bagaimana fanatisme nilai religi yang ada di social media jelang masa pra kampanye Pilpres 2019

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Fanatisme dan Religiusitas**

Istilah fanatisme dan fanatik berasal dari bahasa latin yaitu dari kata keterangan *fanatice* dan kata kata sifat *fanaticus*. Secara harafiah, *fanatice* berarti secara meluap-luap dan bergolak atau mengamuk, sementara *fanaticus* artinya atusias, sangat gembira, bergolak, fanatikal dan ditandai dengan energi yang ekstrim dan brutal (Marimaa, 2011). Sementara itu kamus webster menjelaskan bahwa kata *fanaticus* diturunkan dari kata benda *fanum* yang punya arti “candi” atau hal yang berhubungan dengan tempat ibadah.

Kata tersebut pada perkembangannya digunakan untuk merujuk pada individu-individu

saleh yang dianggap telah terinspirasi oleh para dewa atau dewi. Pada saat itu, kemudian timbul rasa-rasa gila, berlebihan dan meluap-luap muncul seolah-olah orang sedang dirasuki. Inilah menjadi dasar munculnya kata *fanatic* dalam bahasa Inggris. Rasa-rasa tersebut menjadi usang, dan namun kemudian mengarahkan pada makna antusiasme berlebihan, terutama terhadap hal yang berkaitan dengan agama. Namun saat ini istilah ini digunakan meluas tidak hanya pada konteks agama saja.

Fanatisme memang sering dihubungkan dengan hal-hal negatif. Bahkan John Locke memahami istilah fanatik untuk merujuk pada orang yang intoleran. Namun fanatisme tentu tidak selalu negatif. Menurut kajian psikologi, fanatisme terhadap agama dimulai dengan tahapan yang cukup sehat, yaitu ketika diri mengalami adanya kesadaran bahwa dirinya terhubung dengan sesuatu yang lebih besar, adanya kesadaran bahwa diri adalah bagian dari alam semesta dan ketika diri merasa ada penyatuan dengan keilahian dan roh. Pertemuan diri dengan pengalaman jiwa ini kemudian mulai dihargai seseorang sebagai sesuatu yang paling benar, dimana akhirnya dapat termanifestasi dalam bentuk perilaku, kepercayaan dan sikap (Firman & Gila, 2002).

### **Social Media (Media Sosial)**

Menurut Dykemen (2008), sosial media adalah sarana bagi manusia untuk mempublikasikan konten kreatif dan digital, kemudian menyediakan fitur umpan balik yang segera melalui diskusi online, komentar dan evaluasi yang dilengkapi dengan perubahan atau koreksi pada konten aslinya. Media sosial berbeda dengan media tradisional karena media sosial memungkinkan orang untuk secara aktif terlibat dalam proses komunikasi tidak hanya sebagai penerima informasi, namun juga sekaligus sebagai pembuat pesan. Alasannya karena aplikasi-aplikasi online berbasis media sosial memang dirancang untuk memfasilitasi *sharing* informasi, distribusi pengetahuan dan pertukaran opini (Chan-Olmsted dkk, 2013).

Di dunia nyata maupun di dunia maya, pada umumnya orang berkumpul karena adanya kesamaan kepercayaan, kesukaan dan kesamaan ide atau gagasan. Ketika interaksi antara penerima dan pengirim pesan yang berisikan gagasan mengenai kepercayaan atau kegemaran hal tertentu di dunia maya ini menguat, maka komunitas virtual ini menjadi ruang sosial dimana para partisipannya dapat bertukar informasi dan mendapatkan dukungan emosional (Chou, 2014). Sementara itu, K. Sajithra dan Patil (2013) menganggap bahwa sosial media adalah sebuah perpanjangan dari pertukaran informasi tradisional yang dulunya berlangsung dari mulut ke mulut. Dengan adanya teknologi komunikasi, semua orang yang memiliki akses internet dan punya opini dapat menjadi bagian dari sosial media.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini akan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Metode kualitatif digunakan karena metode ini dipandang oleh peneliti dapat digunakan untuk melihat permasalahan yang berasal dari latar belakang alami atau pengalaman di masyarakat. Metode kualitatif dapat digunakan jika masalah masih remang-remang dan belum dapat diketahui secara lebih jelas apa yang ada di balik data atau kondisi yang terlihat. Oleh karena itu peneliti dapat melakukan penggalian yang lebih mendalam terhadap data atau peristiwa tersebut (Suryana, 2010).

Dalam penelitian ini, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana persepsi masyarakat terhadap fenomena fanatisme terhadap nilai religi yang banyak dijumpai di sosial media

menjelang masa kampanye pemilu 2019. Dimana data yang dikumpulkan dari sumber berupa kata-kata atau kalimat kemudian dianalisis dan hasilnya. Data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari media sosial selama 6 bulan masa pra kampanye yaitu bulan April hingga September.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### HASIL

Berdasarkan pengumpulan data yang sudah dilakukan sejak bulan April hingga pertengahan September 2018, menjelang kampanye pemilihan presiden 2019, ada begitu banyak posting atau unggahan di sosial media yang mengandung fanatisme nilai religi. Pada bulan April dan Mei, Indonesia dikejutkan dengan dua kejadian terror yang pertama adalah tindakan kekerasan yang diindikasikan terkait dengan terorisme di Markas Komando Brimob.

Kejadian kedua adalah terror bom yang terjadi di sebuah Gereja di Surabaya. Aksi terorisme yang diklaim didalangi oleh kelompok Jamaah Ansaarut Daulah (JAD) dan berafiliasi dengan ISIS ini menewaskan 28 orang dan melukai 57 orang lainnya. Terror adalah wujud dari tindakan radikal berasal dari ekstrimisme yang dilahirkan oleh fanatisme berlebihan. Pada saat kejadian tersebut, ada banyak tanggapan dari masyarakat di media sosial.



Gambar 4.1. Reaksi salah satu akun sosial media mengenai teror di Mako Brimob

Gambar 4.1 adalah salah satu contoh dari sekian banyak posting di sosial media yang menyatakan bahwa kerusuhan yang terjadi di Mako Brimob adalah rekayasa yang dilakukan untuk menyudutkan HTI dan ada keterlibatan dari pejabat-pejabat pemerintah dan aparat untuk mengadu domba Indonesia.

Ketika kejadian terror di Mako Brimob belum selesai, sosial media Indonesia diramaikan dengan posting-posting terkait terror bom di Surabaya.



Gambar 4.2. Reaksi beberapa akun sosial media mengenai teror di Surabaya

Gambar 4.2 adalah beberapa contoh posting terkait teror Bom Surabaya yang bernada fanatis terhadap nilai religi. Postingan-postingan yang bernada fanatis terhadap nilai religi umumnya membiaskan fakta dengan menyatakan bahwa pemboman adalah pengalihan isu dan skenario pemerintah untuk mencari simpati sekaligus mencoreng nama islam. Tidak lupa, postingan tersebut juga menyinggung isu penggantian presiden di tahun 2019. Postingan yang diunggah oleh Fitri Septiani Alhindun, adalah salah satu postingan bernada fanatisme yang berakhir pada penahanan pemilik akun tersebut. Fitri yang merupakan guru di Kalimantan Barat ini harus berakhir di tahanan kepolisian karena dijerat dengan pasal UU ITE karena meragukan fakta-fakta yang ada pada peristiwa bom Surabaya.

Pada bulan Juni, postingan di media sosial yang bernada fanatis terhadap nilai religi berkurang karena bulan ramadan memasuki akhir dan menjelang Idul Fitri. Namun postingan bernada fanatis terhadap nilai religi kembali lagi pada bulan Juli. Pada bulan Juli dan Agustus, postingan-postingan dengan tagar #2019gantipresiden atau #jokowi2periode mulai semakin marak terutama setelah pendaftaran calon presiden (capres) dan calon wakil presiden (cawapres) ditutup dan diumumkan.



Gambar 4.3. Reaksi beberapa akun sosial media selama bulan Agustus hingga Awal September 2018 mengenai penetapan capres dan cawapres Pemilu 2019

Gambar 4.3 diatas adalah contoh postingan di media sosial setelah nama capres dan cawapres ditetapkan. KPU menetapkan ada dua kandidat capres dan cawapres yaitu pasangan Prabowo dan Sandiaga Uno, dan pasangan Joko Widodo dan Ma'ruf Amin. Di bulan Agustus postingan-postingan bernada fanatisme dengan tema untuk menghindari ulama yang munafik atau pembenci islam juga PKI modern banyak beredar disertai tagar #2019gantipresiden.

Menjelang pertengahan September, dunia sosial media indonesia lebih banyak diisi dengan tema Asian Games 2019 yang diselenggarakan di Jakarta dan Palembang, serta posting yang berhubungan dengan kejadian gempa di lombok.



Gambar 4.4. Reaksi beberapa akun media sosial di bulan September sebelum masa kampanye

Gambar 4.4 merupakan gambar postingan-postingan di sosial media yang lebih banyak diramaikan oleh tragedi gempa di lombok yang menewaskan ratusan orang. Salah satu postingan yang marak adalah postingan dari pendukung jokowi yang menggambarkan ada banyak pembenci jokowi di Lombok yang berbalik jadi mencintai Jokowi setelah melihat ketaatan jokowi dalam beribadah dan ketulusannya saat membantu korban gempa di Lombok. Postingan yang kemudian juga marak adalah mengenai penyelenggaraan Asian Games 2019 dimana ada kejadian saat Jokowi dan Prabowo berpelukan, dengan disertai pesan-pesan agar masyarakat Indonesia tidak mudah diadu domba.

## PEMBAHASAN

Jika menyinggung kata fanatisme, kebanyakan orang mungkin akan bertanya apa yang membuat seseorang bisa dikatakan fanatis. Faktanya, fanatisme tidak hanya sekedar komitmen kuat terhadap pandangan dunia, ideologi atau sistem kepercayaan. Banyak sekali orang yang taat pada hal-hal tersebut, misalnya taat beragama, yakin pada suatu ideologi atau kepercayaannya tanpa menjadi fanatik. Umumnya orang yang fanatik adalah orang dogmatik yang percaya bahwa teori, ideologi dan solusinya adalah yang paling benar dan di saat bersamaan menghindari pemikiran kritis atau tidak bisa melihat argumen, fakta, atau konsekuensi yang menyangkal solusinya (Calhoun, 2004).

Jika dilihat dari postingan-posting yang ada di media sosial selama masa pra kampanye memang tidak semuanya bernada fanatisme terhadap nilai religi. Namun beberapa contoh seperti

pada gambar 4.1 dan 4.2 adalah contoh postingan yang dapat dikategorikan sebagai fanatis terhadap nilai religi karena dalam postingan tersebut, akun-akun tersebut mengabaikan fakta bahwa kedua teror adalah kejadian yang dilakukan oleh para pelaku teror dan menewaskan banyak orang. Postingan dengan menyebutkan bahwa kejadian-kejadian teror merupakan rekayasa, kemudian menolak mentah-mentah fakta-fakta yang sudah resmi dan disertai bukti dari pihak berwenang, lalu menyerang orang yang berbeda pendapat dengan membuat klaim berupa penyimpulan sendiri tanpa disertai bukti adalah bentuk fanatisme.

Seorang fanatik tidak perlu menggali kebenaran karena secara total mereka dipandu oleh keyakinan pada diri sendiri bahwa mereka selalu benar. umumnya mereka juga menyerang tatanan dunia yang tidak sempurna dan tidak suci (Marimaa, 2011). Semua orang berhak mengeluarkan pendapat juga berargumen. Namun hendaknya argumen berupa klaim-klaim yang menunjukkan sesuatu benar atau salah harus disertai bukti-bukti. Namun yang terjadi pada contoh postingan seperti yang tercantum pada gambar 4.1. dan 4.2 menunjukkan bahwa orang ketika sudah fanatik tidak lagi perlu mencari dan menyatakan kebenaran yang dilandasi bukti. Hasilnya tidak hanya merugikan diri sendiri yang kemudian bisa berujung pada kasus hukum, namun juga memecah belah bangsa.

Beberapa postingan di media sosial di Indonesia yang bernuansa religi memang tidak semuanya fanatis. Terkadang masih dalam batas normal atau dalam batas postingan orang-orang dogmatis yang berpikiran sempit. Fanatisme lebih dari sekedar pemikiran sempit dari orang yang dogmatis. Orang yang fanatik umumnya akan memaksakan kepercayaannya dengan berbagai cara. Hal ini juga tidak terjadi secara eksplisit dalam postingan-postingan di media sosial (Marimaa, 2011).

Orang yang fanatik umumnya percaya bahwa jika pandangan dari lawannya lebih dominan, maka lawannya tersebut adalah pengaruh buruk yang harus dihentikan dengan berbagai macam cara (Perkinson, 2002) . Hal ini bisa terlihat dari contoh posting di media sosial pada gambar 4.3 yang isinya terkait tema bahwa pihak lawan yaitu pemerintahan saat ini adalah pihak yang memanfaatkan ulama munafik, kemudian membenci islam, dan berusaha mendiskreditkan islam dengan keputusan-keputusannya, tanpa disertai dengan bukti-bukti dari klaim tersebut. Memberikan pendapat dan opini tentu tidak dilarang, namun jika postingan ini disebarakan begitu saja tanpa disertai bukti atau fakta di media sosial, maka postingan tersebut terancam masuk dalam kategori ujaran kebencian yang berpotensi memicu kontroversi dan perpecahan.

Tidak semua fanatisme terhadap nilai religi adalah hal yang buruk. Harmon (2005) memberikan contoh misalnya pada sikap keberagamaan seorang pertapa atau guru spiritual yang dianggap aneh pada jamannya namun kemudian dapat menjadi panutan bagi generasi di masa depan. Contoh lain adalah pernyataan Voltaire yang mengatakan “saya tidak menyetujui pendapatmu, tetapi saya akan membela sampai mati hakmu untuk menyampaikan pendapat”. Pernyataan tersebut memang tidak menunjukkan karakter fanatik, namun ada semangat fanatik dalam membela hak orang untuk bicara. Oleh karena itu baik dan buruknya fanatisme memang tergantung pada penggunaannya apakah digunakan untuk menyebarkan kebaikan atau kebencian (Marimaa, 2011).

## **KESIMPULAN**

Fanatisme merupakan hal yang alamiah dan normal dalam kehidupan sehari-hari. Tidak semua fanatisme kemudian sifatnya buruk meskipun banyak yang mengidentikkan fanatisme adalah sesuatu yang negatif. Dengan adanya media sosial, saat ini semua orang bisa dengan mudah menyalurkan kefanatisannya melalui media sosialnya. Menjelang pemilu presiden 2019, pada masa 6 bulan sebelum kampanye banyak postingan bernada fanatisme terhadap nilai religi di sosial media yang berhubungan dengan dukungan maupun penolakan terhadap calon presiden dan calon wakil presiden. Fanatisme terhadap nilai religi yang mengandung kebencian dan bersifat negatif dapat berdampak negatif pula bagi pengunggahnya maupun masyarakat secara keseluruhan.

Memang beropini dan berpendapat apapun merupakan hak yang harus dilindungi, namun opini atau pendapat yang mengganggu demokrasi dan kesetabilan kehidupan bermasyarakat perlu diwaspadai karena dapat berujung pada permasalahan hukum dan bisa memecah belah masyarakat.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Calhoun, L. (2004). An Anatomy of Fanaticism. *Peace Review*, Vol. 16, No. 3, pp.349—356
- Chan-Olmsted, Sylvia M; Cho, Moonhee; Lee, Sangwon (2013). User Perception of Social Media A Comparative Study of Perceived Characteristics and User Profiles by Social Media. *Online Journal of Communication and Media Technologies*. Volume: 3, Issue 4, 149-178
- Chou, Chieh-Mien (2014). Social Media Characteristics, Customer Relationship and Brand Equity. *Journal of Applied Business and Economics* vol. 16(1), 128-139
- Dykeman, D. (February 9, 2008). How do you define social media? Broadcasting Brain. Diunduh 25 Maret 2018 melalui <http://broadcasting-brain.com/2008/02/09/how-do-you-define-social-media/>
- Firman, J., & Gila, A. (1997). *The primal wound: A transpersonal view of trauma, addiction, and growth*. Albany, NY: State University of New York Press.
- Harmon, C. C. (2005). *Fanaticism and Guerrilla Warfare in the Late Twentieth Century*. In Hughes, Matthew. *Fanaticism and Conflict in the Modern Age*. pp. 101—115. London & New York: Frank Cass
- K, Sajithra & Patil, Rajindra (2013). Social Media- History and Components. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*. Volume 7, Issue 1. 69-74
- Marimaa, K (2011). The Many Faces of Fanticism. *ENDC Proceedings*, 14, 29–55
- Nmah, Patrick (2012). Religious Fanaticism, a Threat to National Security: The Case of Boko Haram Sect. *UJAH: Unizik Journal of Arts and Humanities* Vol 13 No 1,106-131
- Perkinson, H. J. (2002). Fanaticism: Flight from Fallibility. *ETC: A Review of General Semantics*, Vol. 59, No. 2, pp. 170—174.
- Suryana (2010). *Metodologi Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia

## **HIERARKI PENGELOLAAN EKOWISATA MANGROVE DI DESA JANGKARAN, KABUPATEN KULON PROGO**

**Johan Danu Prasetya<sup>1)</sup>, Yohana Noradika Maharani<sup>1)</sup> Istiana Rahatmawati<sup>2)</sup>**

<sup>1)</sup>Fakultas Teknologi Mineral, UPN Veteran Yogyakarta

<sup>2)</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UPN Veteran Yogyakarta

email: [johan.danu@upnyk.ac.id](mailto:johan.danu@upnyk.ac.id) , [yohanam@upnyk.ac.id](mailto:yohanam@upnyk.ac.id) , [rahatmawati@gmail.com](mailto:rahatmawati@gmail.com)

### ***Abstract***

*Coastal area of Kulon Progo regency is one of the tsunami-prone area. Mangrove ecosystem of Kulon Progo can perform important ecosystem services as a tsunami barrier. Good management of mangrove ecosystem is needed to maintain that important ecosystem services. It is necessary to combine the conservation effort with the element of education and economic. Mangrove ecotourism is one of the best strategy to conserve mangrove, educate and increasing prosperity of the community. Present study investigates a set of important elements of mangrove ecotourism management. Important elements have been arranged into a hierarchy. This paper present descriptive analysis of important elements of mangrove ecotourism management in Jangkar Village, Kulon Progo. In-depth interview survey to key person in mangrove ecotourism was used in this research. Important elements of mangrove ecotourism in Jangkar Village, Kulon Progo are potency of mangrove ecotourism; facilities and infrastructure of mangrove ecotourism; access to mangrove ecotourism locations and institutional management of mangrove ecotourism.*

***Keywords:*** *Hierarchy, Management, Mangrove, Ecotourism, Kulon Progo.*

### **PENDAHULUAN**

Mangrove merupakan salah satu ekosistem yang produktif didunia. Ekosistem ini merupakan penghasil berbagai jasa ekosistem yang dirasakan manusia baik berupa manfaat langsung maupun manfaat tidak langsung (Supriharyono 2007). Mangrove juga memiliki fungsi ekologis yang penting, yaitu sebagai daerah pengasuhan, mencari makan serta daerah memijah (Fusi et al. 2016; Ong & Gong 2013; Griffin et al. 2013); pelindung pantai dari erosi dan tsunami (Griffin et al. 2013; Giri et al. 2011; Alongi 2009). Ekosistem mangrove merupakan ekosistem peralihan antara darat dan laut. Mangrove terutama ditemukan di zona intertidal daerah tropis dan subtropis pesisir dunia (Románach et al. 2018).

Ekosistem mangrove menghadapi berbagai macam ancaman, baik dari alam maupun manusia (Clough 2013). Ancaman terhadap ekosistem mangrove diantaranya yaitu berupa konversi menjadi perkebunan kelapa sawit (Faridah-Hanum et al. 2014); budidaya di kawasan pantai (van Oudenhoven et al. 2015); ekstraksi kayu dan pemanfaatan untuk permukiman (Giesen et al. 2007). Potensi degradasi ekosistem mangrove meningkat akibat berbagai ancaman tersebut. Degradasi tersebut mengakibatkan kondisi ekosistem menjadi tidak sehat. Kondisi ekosistem mangrove yang tidak sehat akan menurunkan kemampuan ekosistem ini dalam menyediakan jasa ekosistem (Prasetya et al. 2017).

Indonesia memiliki keanekaragaman jenis mangrove yang tinggi. Jumlah spesies mangrove sejati yang ditemukan di Indonesia adalah sebanyak 43 spesies (FAO 2007). Area

mangrove di Indonesia mencakup 35.337 km<sup>2</sup>, atau setara dengan 76% dari total mangrove di Asia Tenggara. Mangrove yang ditemukan di Indonesia terdiri dari 15 famili, dengan 18 genera (Faridah-Hanum et al. 2014). Ekosistem Mangrove di Indonesia juga mengalami degradasi, sebagaimana ekosistem mangrove di beberapa tempat di seluruh dunia (Ali et al. 2017; Krott et al. 2016; van Oudenhoven et al. 2015).

Keanekaragaman mangrove yang tinggi di Indonesia dengan tingkat degradasi dan ancaman yang tinggi tersebut memerlukan strategi perlindungan dan pengelolaan yang tepat. Keberadaan mangrove ditengah masyarakat pesisir seringkali dirasakan kurang memberikan manfaat secara ekonomi. Hal tersebut membuat masyarakat melakukan aktivitas-aktivitas ekonomi yang mengancam kelestarian ekosistem mangrove. Oleh karena itu, diperlukan bentuk perlindungan dan pengelolaan mangrove yang memadukan antara kepentingan konservasi, edukasi serta ekonomi. Bentuk pengelolaan tersebut akan meminimalkan potensi ancaman degradasi ekosistem mangrove. Bentuk pengelolaan tersebut juga dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang pentingnya ekosistem mangrove serta memberikan kontribusi secara ekonomi.

Ekowisata adalah salah satu alternatif strategi dalam pengelolaan ekosistem pesisir, salah satunya adalah ekosistem mangrove. Ekowisata mangrove merupakan pendekatan yang menjanjikan dalam rehabilitasi dan konservasi ekosistem mangrove (Faridah-Hanum et al. 2014). *International Ecotourism Society* memberikan definisi ekowisata sebagai: *a responsible travel to natural areas which conserves the environment and improves the welfare of local people* (Andersen 1993). Pilar pokok dalam ekowisata adalah dampak minimal terhadap lingkungan; dampak minimal serta apresiasi maksimal terhadap masyarakat asli; dampak ekonomi maksimal terhadap masyarakat asli dan kepuasan maksimal yang dirasakan oleh pengunjung (Hetzer 1965). Pengertian ekowisata dibedakan dari pengertian pariwisata umum berdasarkan prinsip tanggung-jawab dalam menjaga kelestarian lingkungan (Yulianda 2007).

Kulon Progo merupakan salah satu kabupaten di wilayah pesisir pantai selatan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Wilayah ini memiliki ekosistem mangrove yang terletak di Desa Jangkar. Luasan ekosistem mangrove di Desa Jangkar sebelum tahun 2002 adalah 100-200 ha, sedangkan pada tahun 2002 hanya tinggal 100 ha (Setyawan et al. 2002). Luas mangrove Desa Jangkar pada tahun 2017 hanya tinggal 12 ha (Walinono 2017).

Kulon Progo merupakan daerah pesisir pantai selatan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Kabupaten Kulonprogo dilalui 3 (tiga) DAS besar yang bermuara di pantai selatan Jawa, yaitu muara Sungai Progo, muara Sungai Serang, dan muara Sungai Bogowonto. Wilayah ini merupakan salah satu wilayah rawan tsunami (Subandono & Budiman 2005). Salah satu upaya mitigasi bencana tsunami di kawasan rawan bencana adalah dengan memanfaatkan ekosistem mangrove (Griffin et al. 2013; Giri et al. 2011; Alongi 2009). Ekosistem mangrove yang dapat dimanfaatkan sebagai *barrier* bencana tsunami adalah ekosistem mangrove yang sehat (Prasetya et al. 2017). Salah satu upaya pemanfaatan ekosistem mangrove di Kulon Progo adalah melalui ekowisata mangrove.

Pengelolaan ekosistem mangrove di Kabupaten Kulon Progo sebagai ekowisata mengalami berbagai kendala. Kendala berasal dari faktor alam maupun sosial. Permasalahan dalam pengelolaan ekosistem mangrove di Kulon Progo, diantaranya adalah: kegagalan kegiatan penanaman; penanaman vegetasi mangrove yang hanya satu jenis; kurangnya perawatan vegetasi hasil penanaman; adanya konflik antar pengelola wisata; adanya konflik dengan kabupaten lainnya; pengembangan wisata yang kurang bersifat konservasi; pengembangan wisata yang kurang bercirikan mangrove; pemanfaatan fasilitas wisata yang belum maksimal; kurangnya lahan untuk penanaman vegetasi baru; kolam bekas tambak udang yang terbengkalai; tertutupnya mulut muara sungai bogowonto; sampah pengunjung dan pembuangan limbah bekas tambak udang (Biro Administrasi Perekonomian dan Sumberdaya Alam Sekretariat Daerah DIY 2017).

Penyusunan sebuah hierarki diperlukan untuk mengatasi berbagai permasalahan dalam

pengelolaan ekosistem mangrove di Kulon Progo sebagai ekowisata. Penyusunan Hierarki tersebut dapat membantu untuk mengurai satu-persatu permasalahan dengan lebih jelas. Penyusunan hierarki pengelolaan juga menjadi langkah awal untuk analisis selanjutnya, yaitu Analisis Hierarki. Analisis Hierarki merupakan analisis untuk mengetahui elemen prioritas serta strategi dalam pengelolaan ekosistem mangrove sebagai ekowisata. Namun demikian, penelitian ini membatasi hanya pada penyusunan hierarki pengelolaan. Tujuan penelitian ini adalah: menganalisis elemen-elemen penting serta menyusun hierarki pengelolaan ekosistem mangrove di Kulon Progo sebagai ekowisata.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian dilaksanakan pada Bulan April sampai Bulan September 2018. Penelitian dilakukan di kawasan ekowisata mangrove Desa Jangkar, Kecamatan Temon, Kabupaten Kulon Progo. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analitik dengan pendekatan kualitatif. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder dan primer.

Data sekunder didapatkan dari beberapa penelitian terdahulu dengan tujuan untuk memberikan gambaran secara deskriptif mengenai ekosistem mangrove, ekowisata mangrove serta berbagai kendala yang ada, sehingga dapat disusun sebuah hierarki pengelolaan ekowisata mangrove.

Data primer merupakan hasil wawancara secara mendalam (*indepth interview survey*) terhadap para responden kunci (*key person*) dalam pengelolaan ekosistem mangrove di Kabupaten Kulon Progo sebagai ekowisata. Responden kunci dalam penelitian ini terdiri dari berbagai unsur, yaitu: Akademisi; Pemerintah; Praktisi dan Masyarakat. Responden dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Responden Kunci

No.	Nama	Peran/ Keahlian
1	Dr. Frida Purwanti	Akademisi/ Ahli Ekowisata Pantai
2	Arie Budiarto, M.Env Policy&Mgt	Pemerintah/ Ahli Kebijakan Pengelolaan Lingkungan
3	Warso Suwito	Praktisi/ Masyarakat/ Ketua Pengelola Kelompok Pengelola Mangrove
4	Taufik Walinono, M.Sc	Praktisi/ Ahli Geografi Kepesisiran

Berikut adalah langkah-langkah dalam menganalisis elemen-elemen serta menyusun hierarki pengelolaan ekowisata mangrove. Langkah pertama adalah penentuan tujuan dalam penyusunan hierarki. Langkah kedua adalah penentuan aspek/ variabel yang didapat dari hasil *pra-survey* dan diskusi dengan responden kunci. Langkah ketiga adalah penentuan sub-variabel. Langkah keempat adalah penentuan akhir, variabel serta sub-variabel, melalui wawancara mendalam dengan responden kunci. Data yang didapatkan akan disusun menjadi sebuah hierarki. Hierarki elemen-elemen pengelolaan tersebut akan digunakan untuk menyusun strategi pengembangan ekowisata mangrove.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Pengelolaan Ekosistem Mangrove di Desa Jangkar**

Ekosistem mangrove di Kabupaten Kulon Progo (KP) merupakan ekosistem buatan, walaupun ada sebagian spesies mangrove yang tumbuh secara alami. Vegetasi mangrove di kawasan ini didominasi oleh *Sonneratia sp* (Setyawan et al. 2002). Mangrove jenis *Sonneratia sp* merupakan vegetasi mangrove yang tumbuh secara alami. Ekosistem mangrove di sekitar Sungai Bogowonto terletak di wilayah sungai dengan tingkat pasang surut yang rendah dan berada di

kanan dan kiri aliran sungai. Karakteristik habitat mangrove tersebut diklasifikasikan ke dalam tipe *Riverine Mangrove* (Day et al. 2012; Djohan 2007).

Pengelolaan dan upaya rehabilitasi ekosistem mangrove dilakukan di wilayah muara Sungai Bogowonto. Penanaman spesies mangrove yang di introduksi ke wilayah ini mengubah komposisi spesies mangrove. Vegetasi mangrove sejati yang terdapat di muara Sungai Bogowonto setelah penanaman adalah sebanyak 7, yaitu: *Avicennia marina*; *Avicennia alba*; *Rhizophora mucronata*; *Sonneratia caseolaris*; *Acanthus ilicifolius*; *Acrostichum aureum* dan *Nypa fruticans* (Sawitri 2012). Vegetasi mangrove tersebut tergolong dalam 6 famili. Spesies mangrove yang merupakan hasil penanaman adalah *Avicennia marina*; *Avicennia alba*; *Rhizophora mucronata*.

Vegetasi mangrove tersebar di beberapa lokasi, yaitu: sebelah timur aliran Sungai Bogowonto (Dusun Nglawang), di sebelah kanan dan kiri aliran Sungai Pasir (Dusun Pasirkadilangu dan Pasirmendit) dan rawa belakang di sebelah barat permukiman Dusun Pasirmendit (Biro Administrasi Perekonomian dan Sumberdaya Alam Sekretariat Daerah DIY 2017; Walinono 2017). Distribusi mangrove tersebut terkait erat dengan kesesuaian antara mangrove dengan karakteristik habitat mangrove. Laguna juga terbentuk di muara Sungai Bogowonto. Terbentuknya laguna karena keberadaan gosong. Hal tersebut menambah kesesuaian bagi ekosistem mangrove.

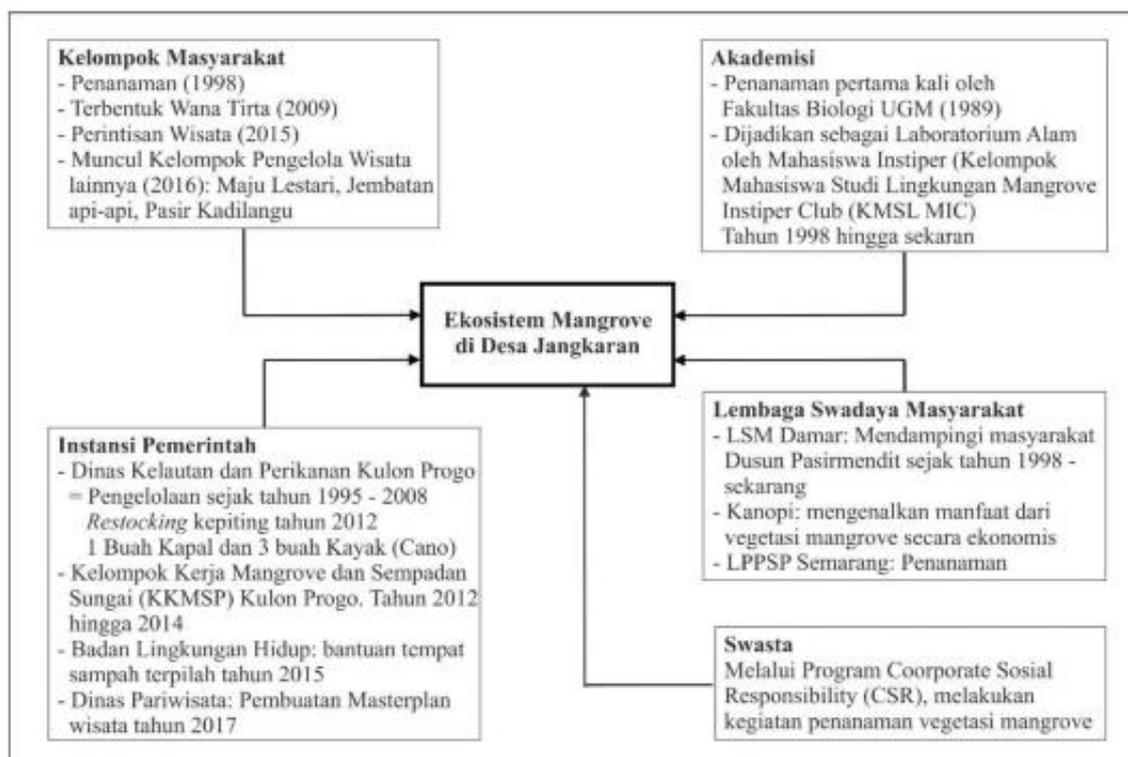
Mangrove di Desa Jangkar terletak di muara Sungai Bogowonto. Mangrove di Desa Jangkar mengalami dinamika dan degradasi. Salah satu dinamika alam yang terjadi adalah terbentuknya bura (*spit*) dan laguna. Sedimen yang mengalir bersama aliran air sungai akan menuju laut dan bertemu butiran pasir yang terbawa gelombang laut. Hal tersebut akan membentuk laguna karena adanya bura (*spit*) di muara akibat pertemuan sedimen dari darat dengan butir pasir yang terbawa gelombang laut. Dinamika alam di sekitar ekosistem mangrove tersebut akan mempengaruhi aliran air yang keluar dan masuk laguna vegetasi mangrove berada. Dinamika aliran air tersebut akan mempengaruhi kadar garam perairan di sekitar kawasan mangrove. Daya adaptasi mangrove terhadap perubahan kadar garam akan mempengaruhi kemampuan bertahan hidup spesies mangrove tersebut.

Pengelolaan kawasan ekosistem mangrove di Desa Jangkar dilakukan oleh sebuah unit pengelolaan yang dibentuk berdasarkan Surat Keputusan Bupati Kulon Progo Nomor 38/A/2015 tentang Pembentukan Kelompok Kerja Pengelolaan Mangrove dan Sempadan Pantai. Kelompok kerja tersebut terdiri dari Tim Pengarah, Tim Pelaksana dan Sekretariat.

Peran pemerintah dalam pengelolaan ekosistem mangrove ditunjukkan dalam kebijakan pembentukan unit pengelolaan mangrove pemerintah dalam pengelolaan mangrove. Selain kebijakan tersebut, pemerintah juga berperan melalui kementerian/ dinas terkait, yaitu Kementerian/ Dinas Kelautan serta Badan Lingkungan Hidup (BLH). Dinas Kelautan dan Perikanan (DKP) Kab. Kulon Progo telah melakukan pengelolaan dan upaya konservasi di Desa Jangkar sejak tahun 1995-2008. Selama kurun waktu tersebut, DKP Kab. Kulon Progo telah melakukan penanaman mangrove jenis *Rhizophora sp* dan *Avicennia sp* dengan sebanyak 30.000 bibit. Peran pemerintah untuk mengapresiasi aktivitas konservasi ekosistem mangrove yang selama ini telah dilakukan diwujudkan dalam bentuk dukungan dan pengajuan salah satu kelompok pengelola mangrove, yaitu Wana Tirta, untuk memperoleh penghargaan Kalpataru pada tahun 2016. Kegiatan ini dilakukan oleh Badan Lingkungan Hidup (BLH) Kab. Kulon Progo.

Pengelolaan ekosistem mangrove di Kulon Progo juga dilakukan oleh masyarakat lokal dan dibantu oleh berbagai pihak, diantaranya: akademisi, swasta dan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM). Pengelolaan mangrove yang dilakukan oleh kelompok masyarakat dan dibantu oleh berbagai pihak akan berpotensi besar mendapatkan keberhasilan jika didukung oleh tingkat pemahaman masyarakat tentang fungsi dan manfaat mangrove. Tingkat pengetahuan masyarakat yang tinggi tersebut akan membantu masyarakat untuk dapat beradaptasi terhadap kondisi lingkungan (Nanlohy et al. 2015).

Peran berbagai pihak dalam pengelolaan ekosistem mangrove di Desa Jangkaran dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. *Stakeholder* Pengelolaan Ekosistem Mangrove di Desa Jangkaran (Walinono 2017)

Masyarakat di Desa Jangkaran berpotensi besar untuk berkontribusi besar dalam keberhasilan pengelolaan ekosistem mangrove, karena mempunyai tingkat pengetahuan tentang fungsi dan manfaat mangrove yang cukup tinggi. Sebanyak lebih dari 80% responden masyarakat Desa Jangkaran, memiliki tingkat pengetahuan tentang mangrove antara sedang-tinggi. Masyarakat juga paham akan pentingnya keberadaan serta kelestarian ekosistem, serta pentingnya peran ekosistem mangrove bagi lingkungan (Sawitri 2012).

Tingkat pengetahuan masyarakat tentang mangrove yang cukup baik juga diikuti oleh partisipasi masyarakat yang cukup baik dalam pengelolaan ekosistem mangrove di muara Sungai Bogowonto, Desa Jangkaran. Sebanyak lebih dari 90% responden masyarakat mempunyai tingkat partisipasi antara sedang-tinggi. Lebih dari 65% responden masyarakat juga telah mengikuti penyuluhan tentang mangrove dari pemerintah. Selain itu, lebih dari 60% responden masyarakat telah berpartisipasi dalam penanaman vegetasi mangrove sebagai salah satu upaya rehabilitasi ekosistem mangrove (Sawitri 2012). Namun demikian, belum ada kegiatan penanaman yang berhasil dengan sempurna.

Pengelolaan dan rehabilitasi ekosistem di muara Sungai Bogowonto, Desa Jangkaran mengalami berbagai kendala, diantaranya adalah gangguan dari hewan ternak, sejenis gastropoda bernama sumpil (*Faunus ater*) serta gulma rumput (*Cynodon dactylon*); tertutupnya muara Sungai Bogowonto oleh endapan pasir; ketidak-sesuaian masa tanam (Sawitri 2012). Selain faktor tersebut, terdapat kendala terkait dengan kelompok masyarakat pengelola ekosistem mangrove. Kendala terkait pengelola mangrove adalah minimnya jumlah kelompok muda yang berkontribusi dalam kegiatan pengelolaan; terjadi penebangan mangrove untuk kepentingan tambak; minimnya pemeliharaan setelah penanaman vegetasi mangrove (Sawitri 2012) serta hubungan antara masyarakat Dusun Pasirmendit dan Pasirkadilangu yang kurang harmonis (Walinono 2017).

### **Pengelolaan Ekowisata Mangrove di Desa Jangkar**

Ekowisata sebagai salah satu kegiatan pemanfaatan ruang dalam pembangunan sebuah wilayah harus masuk dalam kebijakan pengelolaan wilayah suatu daerah. Kebijakan pengelolaan wilayah yang dimaksud adalah rencana tata ruang, dalam hal ini adalah Rencana Zonasi Wilayah Pesisir dan Pulau-Pulau Kecil (RZWP3K). Selain itu, sebagai salah satu pengembangan kawasan sebagai daerah tujuan wisata, ekowisata mangrove juga harus masuk dalam kebijakan pengelolaan kepariwisataan suatu wilayah, dalam hal ini adalah Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah (Riparda).

Dasar kebijakan pengelolaan ekowisata di Kulon Progo adalah Peraturan Daerah Kabupaten Kulon Progo Nomor 9 Tahun 2015 Tentang Rencana Induk Kepariwisata Daerah Tahun 2015-2025. Berdasarkan perda tersebut, arah kebijakan pada Kawasan Strategis Pariwisata Daerah (KSPD) di wilayah pesisir Kabupaten Kulon Progo mempunyai tema wisata alam, pantai, konservasi, dengan segmen wisatawan massal. Arah kebijakan tersebut dilaksanakan berdasarkan prinsip keseimbangan, antara upaya pengembangan manajemen atraksi dan pengembangan upaya konservasi untuk menjaga kelestarian dan keberlanjutan sumber daya pariwisata. Pengembangan ekowisata mangrove di Desa Jangkar memuat beberapa poin, yaitu pengembangan wisata petualangan berbasis susur sungai di Sungai Bogowonto, pengembangan kawasan Pantai Pasir mendit sebagai kawasan ekowisata mangrove dan budidaya udang, mengembangkan kawasan Pantai Congot sebagai kawasan wisata alam pantai (Biro Administrasi Perekonomian dan Sumberdaya Alam Sekretariat Daerah DIY 2017).

Pengelolaan ekosistem mangrove serta ekowisata mangrove tidak bisa terlepas dari peran pemerintah. Pemerintah beserta kebijakan yang dikeluarkan dalam pengelolaan ekosistem mangrove merupakan faktor yang sangat penting (van Oudenhoven et al. 2015). Saat ini, ekosistem mangrove belum dimasukkan pada kebijakan Rencana Zonasi Wilayah Pesisir dan Pulau-Pulau Kecil (RZWP3K) Provinsi DIY, maupun kebijakan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah (Riparda) Provinsi DIY. Namun demikian, pada tataran kebijakan di tingkat kabupaten, Pemerintah Kabupaten Kulon Progo, melalui Dinas Pariwisata telah melakukan penyusunan Rencana Induk Kepariwisata Daerah melalui Perda Kab. Kulon Progo No 9 Tahun 2015. Selain kebijakan tersebut, peran pemerintah juga ditunjukkan melalui bantuan 3 buah kayak (sejenis cano) serta kapal dari Kementerian Kelautan dan Perikanan pada tahun 2015. Badan Lingkungan Hidup (BLH) Kab. Kulon Progo juga memberikan sumbangan berupa tempat sampah terpilah pada tahun 2015.

Pengelolaan sebuah ekosistem dengan konsep ekowisata merupakan salah satu alternatif yang strategis untuk dapat meminimalkan tarik-menarik berbagai kepentingan yang seringkali terjadi dalam pengelolaan sumberdaya alam. Kepentingan yang seringkali berbenturan adalah kepentingan konservasi dan ekonomi. Prinsip dasar ekowisata yang membedakan dengan wisata umum adalah prinsip tanggung-jawab dalam menjaga lingkungan. Prinsip yang terkait erat dengan konservasi tersebut harus dipegang dan berjalan beriringan dengan kepentingan ekonomi. Selain itu, dalam rangka menjaga keberlanjutan serta kelestarian alam, maka prinsip edukasi terhadap pengelola maupun pengunjung, juga harus dijalankan.

Desa Jangkar memiliki 4 (empat) kelompok pengelola mangrove. Kelompok pengelola mangrove tersebut adalah Wana Tirta, Maju Lestari, Jembatan Api-Api dan Pantai Pasirkadilangu. Kelompok pengelola mangrove tersebut, menjadi kelompok pengelola ekowisata, seiring pengembangan ekosistem mangrove ke arah ekowisata. Pengembangan ekowisata mangrove bermula dari pembuatan fasilitas jembatan berupa bambu untuk mendukung penanaman. Namun demikian, banyak masyarakat yang berkunjung untuk berwisata, sehingga lambat laun mangrove dikembangkan menjadi sebuah ekowisata.

Konsep ekowisata yang harus dijadikan pegangan adalah konservasi, ekonomi dan edukasi. Konsep ekowisata tersebut belum sepenuhnya dilakukan dalam pengelolaan ekowisata mangrove di Desa Jangkar. Beberapa hal yang memperlihatkan bahwa konsep ekowisata belum

sepenuhnya dilakukan salah satunya adalah minimnya papan informasi edukasi mengenai mangrove. Fasilitas di berbagai *spot* di sepanjang jembatan penghubung mangrove (*mangrove tracking*) belum menyampaikan konsep edukasi mengenai pentingnya konservasi mangrove. *Spot* di sepanjang *mangrove tracking* tersebut dibuat dengan tujuan hanya untuk dokumentasi, dengan latar belakang vegetasi mangrove. Beberapa *spot* juga terdapat papan informasi yang berisikan tulisan-tulisan yang sangat jauh dari edukasi mengenai mangrove. Salah satu papan informasi di area *mangrove tracking* dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Papan informasi di salah satu *Spot* di *Mangrove Tracking*

Selain papan informasi, ada beberapa *spot* yang menyediakan fasilitas untuk berfoto. Namun demikian, fasilitas tersebut juga tidak mengungkap konsep terkait mangrove. Salah satu fasilitas berfoto di area *mangrove tracking* dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Salah satu fasilitas berfoto di *Mangrove Tracking*

Pengembangan wisata di Desa Jangkar kurang memprioritaskan unsur konservasi, ciri mangrove juga kurang dapat dirasakan. Selain itu, terdapat kendala terkait keberadaan tambak. Pembuangan limbah tambak udang serta keberadaan tambak yang terbengkalai akibat penyakit, mengurangi nilai keindahan wisata mangrove. (Biro Administrasi Perekonomian dan Sumberdaya Alam Sekretariat Daerah DIY 2017). Selain itu, tambak yang terbengkalai mengurangi lahan potensial untuk areal penanaman dan rehabilitasi mangrove.

Keberadaan fasilitas yang mendukung edukasi serta konservasi ekosistem mangrove perlu dikembangkan di Desa Jangkar. Salah satu fasilitas edukasi adalah keberadaan rumah pembelajaran. Rumah pembelajaran adalah sebuah lokasi yang dapat dijadikan pusat informasi tentang mangrove, dapat berupa perpustakaan khusus mangrove beserta ruang baca, ruang audio

visual untuk pemutaran film tentang mangrove, ruang diskusi untuk pemberian informasi awal tentang mangrove sebelum wisatawan menyusuri *mangrove tracking*. Rumah pembelajaran dapat memperkuat nilai edukasi pada ekowisata mangrove.

Pengembangan paket-paket wisata edukasi dengan membawa wisatawan menyusuri *mangrove tracking* sembari diberikan penjelasan mengenai ekosistem mangrove oleh pemandu lokal juga perlu disusun. Pengembangan paket wisata edukasi tersebut memerlukan peningkatan kapasitas sumberdaya manusia yang diarahkan menjadi pemandu wisata edukasi yang terdidik. Peningkatan kapasitas dapat dilakukan melalui berbagai pelatihan tentang ekosistem mangrove, yang dapat diikuti calon pemandu wisata mangrove.

### **Hierarki Pengelolaan Ekowisata Mangrove di Desa Jangkar**

Elemen penting dalam pengelolaan ekosistem mangrove di Kulon Progo sebagai ekowisata terdiri dari empat elemen utama, yaitu: Potensi Alam dan Buatan; Sarana dan Prasarana Pendukung; Akses serta Kelembagaan dalam Pengelolaan Ekowisata Mangrove.

Elemen utama pertama adalah potensi ekowisata mangrove. Elemen ini terbagi menjadi potensi alam dan potensi buatan. Potensi adalah modal dasar dalam ekowisata. Strategi pengembangan potensi alam merupakan bentuk konservasi terhadap sumberdaya. Prinsip ekowisata berupa konservasi terkait erat dengan elemen potensi alam. Potensi buatan ekowisata Mangrove di Desa Jangkar adalah berupa *mangrove tracking* dan perahu wisata. Potensi buatan ini sebagai sarana wisatawan menikmati alam di area mangrove. Potensi buatan ini juga dapat sebagai media bagi pemandu wisata untuk menyampaikan edukasi mengenai mangrove. Edukasi merupakan salah satu prinsip dalam aktivitas ekowisata.

Elemen utama kedua adalah sarana dan prasarana. Elemen ini merupakan elemen utama yang mendukung dalam aktivitas ekowisata mangrove. Sarana dan prasarana yang diperlukan dalam mendukung ekowisata mangrove adalah keberadaan lahan parkir; *rest area* dan toilet; papan informasi edukasi serta ketersediaan sarana kebersihan.

Salah satu masalah penting dalam elemen sarana dan prasarana adalah masalah kebersihan. Masalah kebersihan menjadi hal yang penting untuk diperhatikan. Kondisi area ekowisata yang bersih akan meningkatkan kepuasan wisatawan yang berkunjung. Kepuasan wisatawan merupakan salah satu unsur penting keberhasilan ekowisata. Salah satu masalah kebersihan yang tampak di area ekowisata mangrove adalah keberadaan sampah. Tumpukan sampah dilokasi ekowisata dapat dilihat pada Gambar 4



Gambar 4. Keberadaan sampah di salah satu titik di area ekowisata Mangrove Desa Jangkar

Elemen utama ketiga adalah elemen akses menuju lokasi ekowisata mangrove. Elemen akses terdiri dari sub-elemen jarak tempuh, kondisi jalan, moda transportasi dan papan penunjuk arah. Salah satu masalah terkait elemen akses adalah kondisi jalan. Akses menuju lokasi

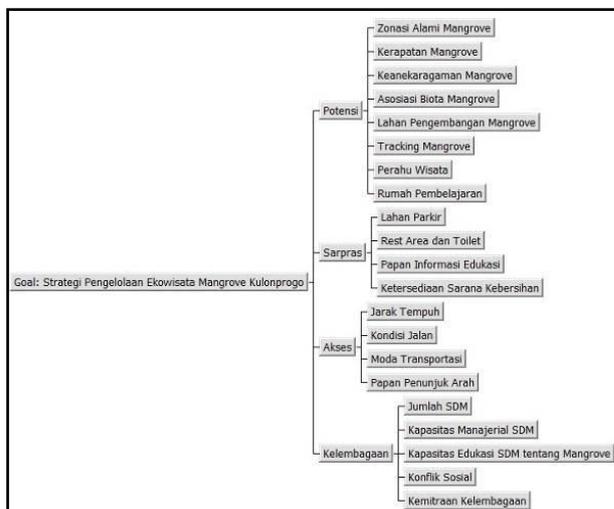
mangrove harus melalui jalan yang hanya cukup untuk lewat satu kendaraan kecil. Apabila terdapat dua kendaraan yang berpapasan dari arah yang berlawanan, akan menghambat kondisi lalu lintas, terutama saat musim libur, dimana wisatawan ramai berkunjung. Hal tersebut memerlukan kebijakan pemerintah agar akses menuju lokasi tidak terhambat.

Elemen utama keempat adalah kelembagaan. Elemen kelembagaan terbagi menjadi 3 (tiga) hal utama, yaitu sumberdaya manusia, konflik sosial dan kemitraan kelembagaan. Sumberdaya manusia (SDM) merupakan faktor penting dalam pengelolaan ekowisata mangrove. SDM akan menggerakkan operasional organisasi pengelola mangrove, melakukan kegiatan-kegiatan konservasi serta membawa misi edukasi dalam kegiatan ekowisata mangrove. Oleh karena itu, SDM pengelola ekowisata mangrove harus mempunyai kemampuan manajerial serta pemahaman tentang ekosistem mangrove. Selain itu, SDM harus mempunyai kapasitas untuk menyampaikan informasi terkait konservasi mangrove kepada pengunjung ekowisata mangrove.

Pengelolaan ekosistem mangrove di Desa Jangkaran dibantu oleh berbagai pihak. Kolaborasi dalam pengelolaan ekosistem mangrove juga merupakan salah satu faktor yang membantu keberhasilan konservasi mangrove. Oleh karena itu, kemitraan antar kelompok pengelola ekosistem mangrove serta antar kelompok mangrove dengan lembaga eksternal, perlu mendapatkan penguatan. Penguatan kapasitas kelembagaan pengelola mangrove serta koordinasi kelembagaan perlu dibenahi dan ditingkatkan. Penguatan kemitraan dalam pengelolaan ekosistem mangrove dapat dilakukan melalui kebijakan dari pemerintah. Kebijakan tersebut menjadi dasar hukum bagi semua pihak yang berpartisipasi dalam pengelolaan ekosistem mangrove.

Salah satu dasar peraturan dalam penyusunan kemitraan kelembagaan dalam pengelolaan ekosistem mangrove adalah Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 73 Tahun 2012 Tentang Strategi Nasional Pengelolaan Ekosistem Mangrove. Perpres tersebut dapat diimplementasikan di tingkat provinsi dengan menyusun tim koordinasi Pengelolaan Ekosistem Mangrove tingkat Provinsi di Daerah Istimewa Yogyakarta. Tim koordinasi tersebut merupakan kolaborasi berbagai pihak dalam pengelolaan ekosistem mangrove di tingkat provinsi, salah satu diantaranya Kabupaten Kulon Progo. Pihak yang terlibat dalam pengelolaan ekosistem mangrove terdiri dari pemerintah, melalui dinas terkait; Lembaga Swadaya Masyarakat; Badan Usaha Milik Negara (BUMN); Badan Usaha Milik Swasta dan akademisi.

Uraian mengenai kondisi ekosistem mangrove beserta pengelolaannya serta aktivitas ekowisata mangrove di Desa Jangkaran menjadi dasar dalam penyusunan strategi pengelolaan. Penyusunan strategi pengelolaan diawali dengan mengkaji elemen-elemen penting dalam pengelolaan ekowisata mangrove serta mengelompokkan menjadi elemen utama dan sub-elemen. Hierarki pengelolaan ekowisata mangrove di Desa Jangkaran, berupa pengelompokan elemen utama serta sub-elemen, dapat dilihat secara lebih detil pada Gambar 5.



Gambar 5. Hierarki pengelolaan ekowisata mangrove di Desa Jangkaran

## **KESIMPULAN**

Elemen penting dalam pengelolaan ekosistem mangrove di Kulon Progo sebagai ekowisata terdiri dari empat elemen utama, yaitu: Potensi Alam dan Buatan; Sarana dan Prasarana Pendukung; Akses Menuju Lokasi Ekowisata Mangrove serta Kelembagaan dalam Pengelolaan Ekowisata Mangrove.

Hierarki pengelolaan ekowisata mangrove di Desa Jangkarang disusun berdasarkan kondisi nyata dilokasi kajian. Hierarki tersebut menjadi dasar untuk langkah selanjutnya dalam menyusun lebih detil, elemen dan/ atau sub-elemen yang akan diprioritaskan terlebih dahulu dalam pengelolaan ekowisata mangrove. Elemen dan/ atau sub-elemen yang diprioritaskan akan dikaji lebih lanjut untuk dapat disusun menjadi sebuah strategi nyata yang dapat dilaksanakan segera dalam mengelola ekowisata mangrove di Desa Jangkarang, Kabupaten Kulon Progo.

## **REFERENSI**

- Ali, A. et al., 2017. The role of breakwaters on the rehabilitation of coastal and mangrove forests in West Kalimantan , Indonesia. *Ocean and Coastal Management*, 138, pp.50–59.
- Alongi, D.M., 2009. *The Energenics of Mangrove Forests*, Springer.
- Andersen, D.L., 1993. Defining Ecotourism. In K. Lindberg & D. E. Hawkins, eds. *Ecotourism : A Guide for Planners and Managers*. pp. 5–7.
- Biro Administrasi Perekonomian dan Sumberdaya Alam Sekretariat Daerah DIY, 2017. *Kajian Pengelolaan Ekosistem Mangrove di Daerah Istimewa Yogyakarta*, Yogyakarta: Biro Administrasi Perekonomian dan Sumberdaya Alam Sekretariat Daerah DIY.
- Clough, B., 2013. *Continuing the Journey Amongst Mangroves.*, International Society for Mangrove Ecosystems (ISME) Okinawa Japan; International Tropical Timber Organization (ITTO) Yokohama Japan.
- Day, J.W. et al., 2012. *Estuarine Ecology*, John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Djohan, T.S., 2007. Distribusi Hutan Bakau di Laguna Pantai Selatan Yogyakarta. *Jurnal Manusia dan Lingkungan*, 14(1), pp.15–25.
- FAO, 2007. The world's mangroves 1980-2005. *FAO Forestry Paper*, 153, p.89.
- Faridah-Hanum, I., Hakeem, A.L.K.R. & Ozturk, M. eds., 2014. *Mangrove ecosystems of Asia: status, challenges and management strategies*, NewYork: Springer.
- Fusi, M. et al., 2016. Ecological status and sources of anthropogenic contaminants in mangroves of the Wouri River Estuary (Cameroon). *Marine Pollution Bulletin*, 109(2), pp.723–733.
- Giesen, W. et al., 2007. *Mangrove Guidebook for Southeast Asia*, FAO and Wetlands International.
- Giri, C. et al., 2011. Status and distribution of mangrove forests of the world using earth observation satellite data. *Global Ecology and Biogeography*, 20(1), pp.154–159.
- Griffin, C. et al., 2013. Coastal resources , livelihoods and the 2004 Indian Ocean tsunami in Aceh , Indonesia. , 71, pp.176–186.
- Hetzer, N.D., 1965. Environment, Tourism, Culture. *Ecosphere (reprinted 1970)*, 1(2), pp.1–3.
- Krott, M., Dharmawan, B. & Michael, B., 2016. Ocean & Coastal Management The failure of the mangrove conservation plan in Indonesia : Weak research and an ignorance of grassroots politics. *Ocean and Coastal Management*, 130, pp.250–259.
- Nanlohy, H. et al., 2015. Coastal Communities Knowledge Level on Climate Change as a Consideration in Mangrove Ecosystems Management in the Kotania Bay, West Seram Regency. *Procedia Environmental Sciences*, 23(Ictcred 2014), pp.157–163.
- Ong, J.E. & Gong, W.K., 2013. *Structure, Function and Management of Mangrove Ecosystems.*, Okinawa and Yokohama Japan: International Society for Mangrove Ecosystems (ISME) Okinawa Japan; International Tropical Timber Organization (ITTO) Yokohama Japan.
- van Oudenhoven, A.P.E. et al., 2015. Effects of different management regimes on mangrove

- ecosystem services in Java, Indonesia. *Ocean and Coastal Management*, 116, pp.353–367.
- Prasetya, J.D. et al., 2017. Mangrove Health Index as Part of Sustainable Management in Mangrove Ecosystem at Karimunjawa National Marine Park Indonesia. *Advanced Science Letters*, 23(4), pp.3277–3282.
- Romañach, S.S. et al., 2018. Conservation and restoration of mangroves : Global status , perspectives , and prognosis. *Ocean and Coastal Management*, 154(February 2017), pp.72–82.
- Sawitri, R., 2012. *Strategi Pengelolaan Lingkungan pada Ekosistem Mangrove di Sekitar Muara Sungai Bogowonto Kabupaten Kulon Progo*. Sekolah Pascasarjana Program Studi Ilmu Lingkungan Konsentrasi Magister Pengelolaan Lingkungan Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Setyawan, A.D., Susilowati, A. & Wiryanto, 2002. Habitat Reliks Vegetasi Mangrove di Pantai Selatan Jawa Relics habitat of mangrove vegetation in south coast of Java. *Biodiversitas*, 3(2), pp.242–256.
- Subandono, D. & Budiman, 2005. *Tsunami*, Jakarta: Penerbit Buku Ilmiah Populer.
- Supriharyono, 2007. *Konservasi Ekosistem Sumberdaya Hayati*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Walinono, T., 2017. *Perencanaan Pengembangan Ekosistem Mangrove Untuk Ekowisata Di Wilayah Pesisir Daerah Istimewa Yogyakarta*. Program Studi Geografi. Program Pascasarjana Universitas Gajah Mada. (Tesis). Yogyakarta: Gadjah Mada University.
- Yulianda, 2007. *Ekowisata Bahari sebagai Alternatif Pemanfaatan Sumberdaya Pesisir Berbasis Konservasi*. Makalah Seminar Sains pada Departemen Manajemen Sumberdaya Perairan. Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan IPB. Bogor., Bogor: Institut Pertanian Bogor (IPB).

## **METODE CIRCUIT TRAINING UNTUK KELAS KHUSUS OLAHRAGA CABANG SEPAK BOLA SMP N 3 SLEMAN**

**Sumintarsih, Tri Saptono, Wahyu Wibowo E Y**  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

### **ABSTRAK**

*Sepak bola adalah cabang olahraga yang dimainkan oleh dua tim yang saling berhadapan yang berusaha memasukkan bola ke gawang tim lawan. Pemain harus mampu menguasai fisik, teknik, taktik dan mental dalam sepak bola. Penguasaan teknik harus didukung oleh kondisi fisik yang baik. Adapun komponen kondisi fisik yang harus dikuasai oleh pemain sepak bola, adalah komponen kekuatan, daya tahan, power, kelentukan, dan beberapa standar kondisi fisik lainnya.*

*Sepak bola dimainkan selama 2 kali 45 menit dengan diberikan waktu istirahat antar babak selama 15 menit. Apabila terjadi kedudukan yang sama atau disebut seri, maka akan diberikan babak perpanjangan waktu selama 2 kali 15 menit tanpa waktu istirahat, maka sangat dibutuhkan kondisi fisik yang dapat mendukung penampilan pemain agar mampu bermain selama waktu pertandingan yang sudah disyaratkan tersebut. Adapun komponen kondisi fisik yang dituntut agar pemain dapat melakukan pertandingan dalam waktu yang sangat lama tersebut adalah kemampuan daya tahan paru jantung yang sering di sebut dengan Kemampuan VO<sub>2</sub> Max.*

*Pencapaian target kondisi fisik pemain dalam sebuah tim akan tercapai secara efektif dan efisien apabila pemilihan metode latihan tepat akan bisa menghasilkan pencapaian target yang lebih efektif dan efisien, maka kami bermaksud untuk melakukan perlakuan Metode Circuit Training yang dilaksanakan Kelas Khusus Olahraga Cabang Sepak SMP N 3 Sleman.*

*Adapun Petunjuk Pelaksanaan metode Circuit Training sebagai berikut: a) Lintasan sepanjang 10 m ditata cone sebanyak 15 buah dengan fungsi cone adalah sebagai rintangan, b) Sebagai persiapan, semua peserta berjajar di belakang cone yang pertama, c) Masing-masing peserta harus melewati cone sepanjang lintasan tersebut dengan berbagai aktivitas seperti dijelaskan di bawah, dan d) Selesai melakukan satu item aktivitas, peserta selanjutnya jogging kembali menuju ke awal cone pada urutan antrian paling belakang, untuk selanjutnya pada gilirannya nanti kembali melakukan item selanjutnya atau set selanjutnya pada item aktivitas yang sama.*

*Bentuk latihannya sebagai berikut: 1) Lompat dengan kaki kanan menghadap ke depan, 2) Lompat dengan kaki kiri menghadap ke depan, 3) Lompat dengan dua kaki menghadap ke depan, 4) Lari zig zag ke arah depan variasi lompat sisi kiri dan sisi kanan, 5) Lari zig zag ke arah kanan (maju mundur) Lari zig zag ke arah kiri (maju mundur), 6) Lari zig zag ke arah kiri (maju mundur), 7) Lompat dua kaki ke arah kanan, 8) Lompat dua kaki ke arah kiri.*

**Kata Kunci :** *Circuit Training*

## **PENDAHULUAN**

Sepak bola adalah salah satu cabang olahraga yang sangat digemari oleh seluruh lapisan masyarakat. Olahraga ini dimainkan oleh dua tim yang saling berhadapan yang berusaha memasukkan bola ke gawang tim lawan. Masing-masing tim terdiri dari 11 pemain, sehingga dengan demikian satu tim tersebut sering disebut sebagai kesebelasan.

Pada dasarnya permainan sepak bola adalah usaha untuk lebih banyak memasukkan bola ke gawang lawan serta menghindari masuknya bola ke gawangnya sendiri dengan cara menguasai bola dan merebutnya kembali ketika bola dikuasai oleh tim lawan. Agar sebuah tim bisa lebih banyak menguasai bola serta lebih banyak menciptakan peluang terjadinya gol ke gawang lawan, maka setiap pemain harus mampu menguasai seluruh teknik dalam sepak bola. Adapun teknik yang harus dikuasai tersebut diantaranya adalah teknik menendang, teknik menahan bola, teknik menggiring bola, teknik gerak tipu, teknik menyundul bola, teknik merebut bola, teknik lemparan ke dalam, teknik penjaga gawang.

Semua teknik tersebut wajib dikuasai oleh pemain sepak bola apabila dia ingin menjadi pemain sepak bola yang handal. Namun penguasaan teknik tersebut tidak akan bisa ditampilkan dengan baik pada saat pertandingan apabila pemain tidak mempunyai kondisi fisik yang baik pula. Sehingga di samping harus mampu menguasai teknik dengan baik, pemain sepak bola juga harus mempunyai standar komponen kondisi fisik yang baik pula. Adapun komponen kondisi fisik yang harus dikuasai oleh pemain sepak bola, contohnya adalah komponen kekuatan, daya tahan, power, kelentukan, dan beberapa standar kondisi fisik lainnya.

Seperti yang sudah diketahui bersama, bahwa pertandingan sepak bola dimainkan selama 2 kali 45 menit dengan diberikan waktu istirahat antar babak selama 15 menit. Namun apabila dalam sebuah pertandingan harus dicari pemenangnya, sementara pada saat itu terjadi kedudukan yang sama atau disebut seri, maka akan diberikan babak perpanjangan waktu selama 2 kali 15 menit tanpa waktu istirahat.

Melihat lamanya seluruh waktu pertandingan sepak bola tersebut, maka sangat dibutuhkan kondisi fisik yang dapat mendukung penampilan pemain agar mampu bermain selama waktu pertandingan yang sudah disyaratkan tersebut. Adapun komponen kondisi fisik yang dituntut agar pemain dapat melakukan pertandingan dalam waktu yang sangat lama tersebut adalah kemampuan daya tahan paru jantung. Artinya semakin baik daya tahan paru jantung seseorang, maka dia akan mampu untuk bertanding atau berlatih dalam waktu yang lama dan tetap dapat berkonsentrasi selama waktu pertandingan tersebut.

Penerapan latihan kondisi fisik haruslah terprogram secara sistematis, terarah, dan berkesinambungan, serta dilandasi oleh pertimbangan keilmuan dan akademik yang benar yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Pertimbangan ini perlu diperhatikan agar pencapaian target kondisi fisik pemain dalam sebuah tim akan tercapai secara efektif dan efisien. Maka pemilihan metode latihan menjadi hal yang sangat penting untuk diperhatikan, karena dengan pemilihan metode latihan yang tepat akan bisa menghasilkan pencapaian target yang lebih efektif dan efisien.

Untuk dapat menjalankan aktivitas sehari-hari, kondisi tubuh pemain sepakbola yang sehat dan bugar sangat diperlukan. Kondisi tubuh yang sehat dan bugar tersebut memungkinkan seseorang lebih leluasa dalam melakukan aktivitasnya. Salah satu cara untuk menjaga hal tersebut adalah dengan berolahraga serta menjaga pola makan. Dengan melakukan aktivitas olahraga tubuh akan terus bergerak sehingga dapat membakar lemak dalam tubuh, hal tersebut bermanfaat untuk kebugaran dan bentuk tubuh..

Mengingat demikian penting dan mendesaknya pemahaman atas permasalahan tentang pencapaian standar kondisi fisik pemain sepak bola secara efektif dan efisien melalui pemilihan metode latihan yang tepat, maka kami bermaksud untuk memberikan perlakuan *Metode Circuit Training* yang dilaksanakan Kelas Khusus Olahraga Cabang Sepak Bola SMP N 3 Sleman.

Kelas Khusus Olahraga adalah kelas yang dibuat untuk peserta didik yang memiliki

potensi istimewa dibidang olahraga dalam satuan pendidikan regular pada jenjang pendidikan dasar dan menengah. Program tersebut didirikan oleh pemerintah dengan maksud sebagai wadah pembinaan olahraga pada pelajar yang potensial untuk prestasi di tingkat Nasional maupun Internasional.

Kabupaten Sleman membuka program Kelas Khusus Olahraga untuk 3 SMP dan 2 SMA. Ketiga SMP yang memiliki program Kelas Khusus Olahraga adalah SMP N 1 Kalasan, SMP N 2 Tempel, SMP N 3 Sleman, sedang untuk SMA adalah SMA N 1 Sayegan dan SMA N 2 Ngaglik. Kelas Khusus Olahraga SMP Negeri 3 Sleman yang dimulai sejak tahun 2013 saat ini memiliki 32 siswa Kelas Khusus Olahraga di masing-masing kelas VII sampai IX. Jika siswa regular mendapat 3 jam pelajaran olahraga dalam sepekan, siswa Kelas Khusus Olahraga dijatah 10 jam. Sisa jam yang lain diberikan di luar jadwal intrakurikuler.

## **PEMBAHASAN**

### **A. Metode circuit Training**

*Circuit training* adalah suatu metode latihan yang dapat memperbaiki secara serempak dari fitness keseluruhan tubuh yaitu komponen komponen biomotorik, karena bentuk bentuk latihan circuit training adalah kombinasi dari semua unsur fisik. Latihan latihannya dapat berupa lari naik turun tangga, melempar bola, *suttle run*, berbagai bentuk *weight training*. *Circuit training* dapat meningkatkan kekuatan, daya tahan dan kelincahan.

*Circuit training* atau dalam bahasa Indonesia disebut sebagai latihan *circuit* adalah salah satu metode latihan untuk meningkatkan daya tahan. Pada latihan *circuit* biasanya terdiri dari beberapa item untuk melaksanakan latihan yang harus dilakukan dalam waktu tertentu. Jika latihan telah menyelesaikan satu item maka segera pindah ke item yang lain tanpa diselingi *interval* maupun *recovery*, demikian seterusnya sampai selesai seluruh item yang disediakan. Maka latihan tersebut dinamakan satu sirkuit. Pemain bebas dalam memulai latihan dari item mana saja yang disediakan. Maka dari itu dalam menyusun urutan item latihan sebaiknya diusahakan sasaran otot yang ditingkatkan berseling. Artinya otot yang diberikan beban latihan sebaiknya berganti-ganti pada setiap urutan item latihan. Sebagai contoh urutan latihan dimulai dari *skipping*, *push-ups*, lompat pagar *sit-ups*, *squatthrust*, dan *back-ups*. Bentuk latihan *circuit* dapat menggunakan beban pemberat, berlari, berenang, bersepeda dan *stretching* pasif maupun aktif atau dinamis (senam kalistenik).

Beberapa hal yang dipertimbangkan menurut Bomba (1994) dalam menyusun program latihan kekuatan menggunakan metode sirkuit.

- a. Jumlah item (macam) latihan untuk yang singkat 6, normal 9, dan lama 12 item.
- b. Total durasi latihan antara 10 -30 menit dengan jumlah sirkuit (seri) 3-6 per sesi.
- c. Waktu *recovery* dan *interval* pemberiannya tergantung pada sasaran latihan dan tingkat kemampuan olahragawan. Sasaran latihan untuk ketahanan waktu *recovery* dan *interval* tidak perlu (singkat), sedang sasaran untuk kekuatan perlu waktu *recovery* dan *interval* yang bersifat aktif.
- d. Dalam latihan sirkuit terdiri dari beberapa item latihan, maka secara serentak beberapa olahragawan dapat melakukan bersamaan dengan item dan sasaran kelompok otot yang berbeda-beda.
- e. Untuk itu dalam penyusunan urutan dan sasaran latihan diusahakan selalu berganti-ganti bagian tubuh atau kelompok otot. Misalnya kelompok otot tungkai, lengan, perut, dan otot punggung.
- f. Kebutuhan beban latihan dapat disusun secara akurat dengan mengatur waktu *recovery* dan *interval* atau jumlah repetisi pada setiap item latihan.
- g. Beban latihan dapat menggunakan berat badannya sendiri atau beban pemberat yang ditingkatkan secara progresif setelah latihan berjalan 4-6 sesi.

- h. Bila menggunakan waktu *interval* antar sirkuit kira-kira selama 2 menit atau denyut jantung sudah mencapai paling tidak 120 kali/menit latihan segera dimulai lagi. (Sukadiyanto & Dangsina Muluk 2011: 113).

Tabel 1. Latihan *Circuit Intensif* (Bompa, 1994)

Metode Latihan	<i>Circuit Intensif</i>
Sasaran	Ketahanan otot asiklus
Cabang Olahraga	Yang perlu kecepatan, atletik, renang, gulat, tinju, sepakbola, dan olahraga permainan beregu lainnya.
Intensitas	50 – 80 % 1 RM
Volume	10-30 repetisi/set dan 3 seri/sesi
T recovery	Tidak ada (hanya waktu pindah antar item)
T interval	1: 2-3
Irama	Sedang- cepat bersifat dinamis

Tabel 2. Latihan *Circuit Ekstensif* (Bompa, 1994)

Metode Latihan	<i>Circuit Ekstensif</i>
Sasaran	Ketahanan otot
Cabang Olahraga	Lari jarak jauh, lintas alam, renang, ski, dayung, cabang olahraga yang memerlukan ketahanan jangka panjang
Intensitas	20 -50 % 1 RM
Volume	30 repetisi/set dan 3 seri/sesi
T recovery	Tidak ada (hanya waktu pindah antar item)
T interval	1 : 1
Irama Latihan	Sedang – lambat bersifat dinamis

## B. Program *Circuit Training*

Petunjuk Pelaksanaan *Circuit Training* sebagai berikut:

1. Lintasan sepanjang 10 m ditata cone sebanyak 15 buah dengan fungsi cone adalah sebagai rintangan
2. Sebagai persiapan, semua peserta berjajar di belakang cone yang pertama
3. Masing-masing peserta harus melewati cone sepanjang lintasan tersebut dengan berbagai aktivitas seperti dijelaskan di bawah
4. Selesai melakukan satu item aktivitas, peserta selanjutnya jogging kembali menuju ke awal cone pada urutan antrian paling belakang, untuk selanjutnya pada gilirannya nanti kembali melakukan item selanjutnya atau set selanjutnya pada item aktivitas yang sama

PERTEMUAN	MATERI	WAKTU	RECOVERY	SET	TOTAL WAKTU
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lompat dengan kaki kanan menghadap ke depan</li> <li>• Lompat dengan kaki kiri menghadap ke depan</li> </ul>	10 detik x 8 item	120 detik	6 set	20 menit

s/d	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lompat dengan dua kaki menghadap ke depan</li> </ul>				
24	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lari zig zag ke arah depan variasi lompat sisi kiri dan sisi kanan</li> <li>• Lari zig zag ke arah kanan (maju mundur)</li> <li>• Lari zig zag ke arah kiri (maju mundur)</li> <li>• Lompat dua kaki ke arah kanan</li> <li>• Lompat dua kaki ke arah kiri</li> </ul>				

### C. Kemampuan $VO_2$ Max

Menurut Sukadiyanto (2011: 83) Kemampuan  $VO_2$  Max adalah kemampuan organ pernafasan manusia untuk menghirup oksigen sebanyak-banyaknya pada saat latihan (aktifitas fisik). Adapun cara menghitung  $VO_2$  Max yang paling sederhana dan mudah adalah dengan cara lari menempuh jarak tertentu atau menempuh waktu tertentu. Ada tiga macam cara penghitungannya, yaitu (1) dengan cara lari selama 15 menit dan dihitung total jarak tempuhnya, (2) dengan cara lari menempuh jarak 1600 meter dan dihitung total waktu tempuhnya, dan (3) dengan *multistage fitness test* yaitu lari bolak-balik menempuh jarak 20 meter.

Menurut Harsuki (2003:342-346) bahwa cara mengukur kemampuan  $VO_2$  Max diantaranya lari 2,4 KM, lari 1600 Meter, lari 15 Menit Tes Balke dan modifikasi Bleep Tes dalam menit dan detik.

#### 1. Lari 2,4 Km

- a. Tujuan untuk mengukur daya tahan kerja jantung dan pernafasan (kapasitas aerobik) atau mengukur Denyut Nadi (DN) maksimal.
- b. Alat peralatan
  - 1) Lintasan lari 400 meter dalam stadion atau lintasan datar panjang minimal 220 meter panjang dengan garis star dan finish.
  - 2) Stopwatch, bolpoint dan formulir.
- c. Tester
  - 1) 1 orang starter merangkap pencatat waktu
  - 2) Pengawas merangkap pengambil waktu sesuai kebutuhan.
- d. Pelaksanaan seperti lari 1.600 meter, hanya saja testi lari secepat mungkin dalam menempuh jarak 2,4 km. Apabila testi tidak kuat dapat diselingi berjalan. Waktu diambil sampai dengan 0,1 atau 0,01 detik. Kemampuan lari 2,4 km ini dapat pula dimanfaatkan untuk menghitung denyut nadi maksimal dengan cara pada saat terakhir testi lari secepatnya dan setelah melewati garis finish dengan segeta denyut nadi dihitung selama 10 detik kemudian dikalikan 6. Perhitungan denyut nadi sebaiknya dilakukan dengan monitor DN (Denyut Nadi). Misalkan DN selama 10 detik 33, maka DN Maksimal  $33 \times 6 = 198$ .

#### 2. Lari 1.600 Meter

- Tujuan untuk mengukur daya tahan kerja jantung dan pernafasan atau mengukur  $VO_2$  Max.
- a. Alat peralatan
    - 1) Lintasan lari keliling 400 meter atau lintasan datar panjang minimal 220 meter.
    - 2) Garis star dan garis finish
    - 3) Stopwatch, bolpoint dan formulir

- 4) Bendera star
- b. Tester
  - 1) 1 orang
  - 2) 1 orang pencatat hasil
  - 3) Pengambil kecepatan lari jumlah sesuai kebutuhan
- c. Pelaksanaan

Sejumlah testi sesuai dengan jumlah pengambil waktu dan jumlah stopwatch melakukan start bersama. Starter memberi aba-aba “bersedia” testi berdiri dibelakang garis star. Dengan aba-aba “siap” testi dengan start berdiri siap untuk lari, dengan aba-aba “yaak” testi segera lari menempuh jarak 1.600 meter. Jarak tersebut ditempuh secepat-cepatnya, baik dengan lari dan kalau merasa lelah dapat diselingi berjalan. Setelah menempuh jarak 1.600 meter stopwatch dihentikan dan waktu dicatat sampai 0,1 atau 0,01 detik. Tes lari 1.600 meter dapat pula untuk mengukur VO<sub>2</sub> Max seseorang. Pelaksanaanya seperti tes diatas, hanya pada waktu lintasan terakhir testi lari secepatnya dan sekuat-kuatnya. Kecepatan lari dicatat dalam menit dan detik.

Dengan rumus :

$$VO_2 \text{ Max} = 133,61 - (13,89 \times \text{waktu lari})$$

3. Lari 15 Menit Tes Balke
  - a. Tujuan untuk mengukur daya tahan kerja jantung dan pernafasan atau dapat pula untuk mengukur VO<sub>2</sub> Max.
  - b. Alat peralatan
    - 1) Lintasan lari dalam stadion atau lintasan datar panjang minimal 220 meter dengan batas-batas setiap jarak 10 meter.
    - 2) Stopwatch, bolpoint dan formulir tester.
  - c. Tester
    - 1) 1 orang starter merangkap pencatat waktu.
    - 2) Pengawas merangkap penghitung jarak lari sesuai kebutuhan.
  - d. Pelaksanaan

Pelaksanaan seperti lari 1.600 meter, hanya saja testi berusaha lari sejauh mungkin dalam waktu 15 menit. Apabila testi tidak lari dapat diselingi dengan berjalan. Persis 15 menit stopwatch dihentikan bersamaan dengan bunyi peluit yang keras dan saat itu pula setiap testi berhenti ditempat atau lari-lari ditempat. pengawas menghitung jarak tempuh setiap testi dalam meter.

$$VO_2 \text{ Max} = 33,3 + \frac{(\text{jarak tempuh} - 133) \times 0,172}{15}$$

4. Bleep Tes (*Multistage Fitness Test*)
  - a. Tujuan mengukur kemampuan maksimal kerja jantung dan paru- paru dengan prediksi VO<sub>2</sub> Max
  - b. Alat peralatan
    - 1) Tempat tes ruang di dalam gedung atau lapangan panjang minimal 25 meter.
    - 2) Buat dua buah garis batas sejajar jarak 20 meter, dengan ruang lapangan bebas 2,5 meter dari kelanjutan arah lari.
    - 3) Setiap testi memerlukan lintasan lari 90 cm, jumlah testi disesuaikan lebar ruang atau lapangan.
    - 4) Seorang pengamat waktu, seorang pemegang peluit, seorang pengawas dan pencatata hasil.

- 5) Tabel modifikasi pelaksanaan Bleep Tes dengan waktu dalam menit dan detik.
- 6) Peluit, daftar nama testi dan bolpoint.
- c. Pelaksanaan
  - 1) Bleep tes dilakukan dengan lari menempuh jarak 20 meter bolak-balik dimulai dengan lari pelan-pelan, secara bertahap makin lama makin cepat, sehingga testi tidak mampu mengikuti irama waktu lari, berarti kemampuan maksimalnya pada level dan bolak balik tersebut.
  - 2) Setiap level waktunya 1 menit.
  - 3) Pada level 1 jarak 20 meter ditempuh dalam waktu 8,6 detik dalam 7 kali bolak balik.
  - 4) Pada level 2, 3 jarak 20 meter ditempuh dalam waktu 7,5 detik dalam 8 kali bolak balik.
  - 5) Level 4, 5 jarak 20 meter ditempuh 6,7 detik dengan 9 kali bolak balik dan seterusnya.
  - 6) Bersamaan waktu jarak tempuh 20 meter ada bunyi peluit 1 kali dan bersamaan waktu bolak balik terakhir setiap level ada bunyi peluit 2 kali.
  - 7) Untuk start testi dengan start berdiri kedua kaki dibelakang garis start atau batas. Dengan aba-aba "siap yak" testi lari sesuai irama waktu menuju garis batas sehingga 1 kaki melewati garis batas.
  - 8) Bila sebelum ada bunyi peluit testi telah melampaui garis batas, untuk balik lari harus menunggu bunyi peluit atau tanda irama. Sebaiknya bila telah ada bunyi peluit testi belum sampai pada garis batas, testi harus mempercepat lari melewati garis batas dan segera kembali lari ke arah sebaliknya.
  - 9) Bila 2 kali berurutan testi tidak mampu mengikuti irama waktu lari berarti kemampuan maksimalnya pada level dan balikan tersebut.
  - 10) Misalkan pada level 10 dan balikan ke -8: hasilnya 10.8. dilihat dalam tabel,  $VO_2 \text{ Max} = 49.3 \text{ ml/kg/min}$ .
  - 11) Setelah testi tidak mampu mengikuti irama waktu lari, testi tidak boleh terus berhenti, tetapi tetap meneruskan lari pelan-pelan selama 3-5 menit untuk cooling down.

## **KESIMPULAN**

Sepak bola adalah salah satu cabang olahraga yang dimainkan oleh dua tim yang saling berhadapan yang berusaha memasukkan bola ke gawang tim lawan. Pemain harus mampu menguasai fisik, teknik, taktik dan mental dalam sepak bola. Penguasaan teknik harus didukung oleh kondisi fisik yang baik. Adapun komponen kondisi fisik yang harus dikuasai oleh pemain sepak bola, contohnya adalah komponen kekuatan, daya tahan, power, kelentukan, dan beberapa standar kondisi fisik lainnya.

Seperti yang sudah diketahui bersama, bahwa pertandingan sepak bola dimainkan selama 2 kali 45 menit dengan diberikan waktu istirahat antar babak selama 15 menit. Namun apabila dalam sebuah pertandingan harus dicari pemenangnya, sementara pada saat itu terjadi kedudukan yang sama atau disebut seri, maka akan diberikan babak perpanjangan waktu selama 2 kali 15 menit tanpa waktu istirahat.

Melihat lamanya seluruh waktu pertandingan sepak bola tersebut, maka sangat dibutuhkan kondisi fisik yang dapat mendukung penampilan pemain agar mampu bermain selama waktu pertandingan yang sudah disyaratkan tersebut. Adapun komponen kondisi fisik yang dituntut agar pemain dapat melakukan pertandingan dalam waktu yang sangat lama tersebut adalah kemampuan daya tahan paru jantung yang sering di sebut dengan Kemampuan  $VO_2 \text{ Max}$ .

Pencapaian target kondisi fisik pemain dalam sebuah tim akan tercapai secara efektif dan efisien apabila pemilihan metode latihan tepat akan bisa menghasilkan pencapaian target yang lebih efektif dan efisien, maka kami bermaksud untuk melakukan perlakuan Metode *Circuit Training* yang dilaksanakan Kelas Khusus Olahraga Cabang Sepak SMP N 3 Sleman.

Adapun Petunjuk Pelaksanaan metode *Circuit Training* sebagai berikut:

1. Lintasan sepanjang 10 m ditata cone sebanyak 15 buah dengan fungsi cone adalah sebagai rintangan
2. Sebagai persiapan, semua peserta berjajar di belakang cone yang pertama
3. Masing-masing peserta harus melewati cone sepanjang lintasan tersebut dengan berbagai aktivitas seperti dijelaskan di bawah
4. Selesai melakukan satu item aktivitas, peserta selanjutnya jogging kembali menuju ke awal cone pada urutan antrian paling belakang, untuk selanjutnya pada gilirannya nanti kembali melakukan item selanjutnya atau set selanjutnya pada item aktivitas yang sama

PERTEMUAN	MATERI	WAKTU	RECOVERY	SET	TOTAL WAKTU
1 s/d 24	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lompat dengan kaki kanan menghadap ke depan</li> <li>• Lompat dengan kaki kiri menghadap ke depan</li> <li>• Lompat dengan dua kaki menghadap ke depan</li> <li>• Lari zig zag ke arah depan variasi lompat sisi kiri dan sisi kanan</li> <li>• Lari zig zag ke arah kanan (maju mundur)</li> <li>• Lari zig zag ke arah kiri (maju mundur)</li> <li>• Lompat dua kaki ke arah kanan</li> <li>• Lompat dua kaki ke arah kiri</li> </ul>	10 detik x 8 item	120 detik	6 set	20 menit

**DAFTAR PUSTAKA**

Bompa, T.O. (1994). *Teory and methodology of training*. York University: Departement of Physical Education

Harsuki. (2003). *Perkembangan Olahraga Terkini Kajian Para Pakar*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta

Hubbard, V.S. 2000. *Defining Overweight and Obesity: What are The Issue?*. *Am J Clin Nutr*, 72: 1067-1068.

**Nossek, J. (1982). *General theory of training*. Logos: Pan African Press**

Sukadiyanto., & Dangsina Muluk. (2011). *Pengantar teori dan metodologi melatih fisik*. Bandung: CV Lubuk Agung.

Weinberg, R.S & Gould, D. (2007). *Foundations of sport and exercise psychology*. United States: Human

WHO, IASO, IOTF. 2000. *The Asia-Pacific perspective: redefining obesity and its treatment.* Health Communications. Australia: Melbourne. ISBN 0-9577082-1-1.

## **AGLOMERASI DAN PERTUMBUHAN EKONOMI DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA TAHUN 2005-2016**

**Wahyu Dwi Artaningtyas, Asih Sri Winarti**

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

Email : [artaningtyas73@gmail.com](mailto:artaningtyas73@gmail.com), [asihwinarti09@gmail.com](mailto:asihwinarti09@gmail.com)

### **ABSTRACT**

*The economic growth of the city of Yogyakarta surrounding areas naturally originated from agglomeration which was driven by the spatial concentration of economic activities which included aspects of space, community level, city scale and region. This study aims to determine the development and linkages between production agglomeration and population agglomeration to growth, the economy that occurs in DIY. The approach used is the estimation method of fixed effect panel data regression using city / district administration data in DIY in 2005-2016.*

*The results showed that population agglomeration had a significant and positive effect on economic growth, while production agglomeration had no effect on economic growth in model I. Whereas in model II the agglomeration of production and population variables affected economic growth, the labor force negatively affected growth and unemployment had a positive effect and significant to economic growth. While the poverty level and HDI variables have a negative effect on economic growth. Cities / regencies that have a positive fixed cross effect on economic growth are Sleman, Gunungkidul and Kulonprogo Regencies, while Yoga City, and Bantul Regency show a negative sign.*

**Keywords:** *Agglomeration, Economics Growth, Labor Force, Unemployment, Poverty, HDI and, Yogyakarta*

### **1. PENDAHULUAN**

Kawasan Perkotaan Yogyakarta (KPY) sebagai bentuk aglomerasi Kota Yogyakarta yang menjangkau Kabupaten Sleman dan Kabupaten Bantul merupakan wilayah administratif daerah berbatasan dengan wilayah daerah lain yang memiliki saling ketergantungan. Ketika sebuah kota berukuran cukup kecil area terbangunnya dan hanya mencakup bagian kecil batas administratif, maka pengelolaan prasarana dan sarana perkotaan menjadi isu yang sederhana dibandingkan pengelolaan yang rumit yang muncul dari pembangunan suatu kota yang areanya melebihi batas administratif.

Persebaran sumberdaya yang tidak merata menimbulkan disparitas dalam laju pertumbuhan ekonomi antar daerah. Ketidakmerataan sumber daya ini tercermin pada konsentrasi kegiatan ekonomi yang terjadi pada daerah tertentu saja. Daerah-daerah dimana konsentrasi kegiatan ekonomi terjadi memperoleh manfaat yang disebut dengan ekonomi aglomerasi (*agglomeration economies*). Seperti yang dikatakan oleh Bradley and Gans (1996), bahwa ekonomi aglomerasi adalah eksternalitas yang dihasilkan dari kedekatan geografis dari kegiatan ekonomi. Selanjutnya adanya ekonomi aglomerasi dapat memberikan pengaruh yang positif terhadap laju pertumbuhan ekonomi. Sebagai akibatnya daerah-daerah yang termasuk dalam aglomerasi pada umumnya mempunyai laju pertumbuhan yang lebih tinggi dibandingkan dengan

daerah yang bukan aglomerasi.

Hubungan positif antara aglomerasi geografis dari kegiatan-kegiatan ekonomi dan pertumbuhan ekonomi telah banyak dibuktikan (Martin dan Octaviano, 2001). Aglomerasi menghasilkan perbedaan spasial dalam tingkat pendapatan. Semakin teraglomerasi secara spasial suatu perekonomian maka akan semakin meningkat pertumbuhannya.

Berdasarkan fakta tersebut, kiranya menarik untuk mengkaji bagaimana aglomerasi Yogyakarta yang dibatasi oleh aglomerasi penduduk dan aglomerasi produksi mempengaruhi pertumbuhan ekonomi di DIY. Analisis empiris yang dilakukan dibatasi untuk Yogyakarta sebagai pusat perekonomian dengan satu kota dan empat kabupaten.

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1. Pengertian Aglomerasi**

Teori penghematan aglomerasi dan teori ukuran kota yang optimal menggambarkan ekuilibrium konfigurasi spasial dari aktivitas ekonomi sebagai hasil tarik menarik antara kekuatan sentripetal dengan sentrifugal. Kekuatan sentripetal ditunjukkan oleh penghematan aglomerasi adalah semua aktivitas ekonomi termasuk industri ke daerah perkotaan. Kekuatan sentrifugal adalah kekuatan dispersi. Perkembangan kota sangat berkorelasi dengan perkembangan infrastruktur dan fasilitas yang ada (Kuncoro, 2012).

Penghitungan variabel aglomerasi dapat dilakukan dengan beberapa cara, diantaranya dengan menggunakan proporsi penduduk maupun proporsi produksi. Penelitian Widarjono (1999) yang menggunakan proporsi penduduk menunjukkan terdapat hubungan kausalitas antara pertumbuhan penduduk dengan pertumbuhan ekonomi. Sementara itu, Suryaningrum (2000) menyatakan aglomerasi sebagai proporsi jumlah penduduk perkotaan (*urban area*) terhadap jumlah penduduk di propinsi tersebut. Penelitian serupa juga dilakukan oleh Bonet dalam Sigalingging (2008), ukuran aglomerasi menggunakan dua pendekatan yaitu aglomerasi penduduk dimana proporsi jumlah penduduk perkotaan dalam suatu propinsi terhadap jumlah penduduk propinsi tersebut, atau menggunakan konsep aglomerasi produksi yang diukur menggunakan proporsi PDRB sub daerah/wilayah terhadap PDRB daerah tersebut. Sementara penelitian Sihombing (2008) juga menunjukkan hubungan positif antara variabel aglomerasi dan pertumbuhan ekonomi kabupaten Demak, meskipun hasilnya tidak signifikan.

## **3. METODE PENELITIAN**

### **3.1. Jenis dan Sumber data**

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah Daerah Istimewa Yogyakarta. Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif menggunakan data panel.

### **3.2. Variabel Penelitian**

Berdasarkan penelitian sebelumnya, analisis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan dua indikator aglomerasi yaitu aglomerasi produksi dan aglomerasi penduduk. Dengan menggunakan dua model pertumbuhan ekonomi tersebut dilakukan dua tahapan. Pada Tahap pertama menggunakan aglomerasi penduduk dan aglomerasi produksi. Tahapan selanjutnya menambahkan variabel angkatan kerja, pengangguran, variabel kemiskinan dan pertumbuhan ekonomi. Sehingga variabel dependennya ada tiga yaitu pertumbuhan ekonomi, kemiskinan dan IPM.

### **3.3. Teknik Analisis**

#### **3.3.1. Penurunan Model Estimasi**

Model yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data panel yang dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y_{it} = \alpha + \beta_1 x_{it} + \varepsilon_{it}$$

Dimana  $Y_{it}$  adalah indikator yang digunakan yaitu Pertumbuhan Ekonomi, Kemiskinan, IPM,  $X_{it}$ 's adalah faktor penentu tiga indikator tersebut,  $\alpha_{it}$  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 indikator tersebut,  $X_{it}$  terdiri dari, aglomerasi (produksi dan penduduk), angkatan kerja, tingkat pengangguran di daerah /kabupaten/kota di Daerah Istimewa Yogyakarta

$$PE1_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 AglPDRB_{it} + \beta_2 AglPDDK_{it} + \varepsilon_{it}$$

$$PE2_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 AglPDRB_{it} + \beta_2 AglPDDK_{it} + \beta_3 AK_{it} + \beta_4 TPGG_{it} + \beta_5 TMKN_{it} + \beta_6 IPM_{it} + \varepsilon_{it}$$

t adalah waktu (2005-2016)

i adalah daerah/kabupaten/kota (5 daerah)

PE : Pertumbuhan Ekonomi

AglPDRB : Aglomerasi Produksi adalah perbandingan PDRB sub daerah/wilayah dengan PDRB daerah/propinsinya

AglPDDK : Aglomerasi Penduduk adalah perbandingan jumlah penduduk suatu sub daerah/wilayah dengan jumlah penduduk daerah/propinsinya

AK : Angkatan Kerja

TPGG : Tingkat Pengangguran

TMKN : Tingkat Kemiskinan

#### 4. HASIL ANALISIS REGRESI DATA PANEL PE

##### 4.1. Uji Signifikansi *Fixed Effects* (Uji Chow)

Uji signifikansi *Fixed Effects* atau disebut Chow Test digunakan untuk menentukan model yang terbaik antara *common effects* model dan *fixed effects* model. Apabila F statistik > F tabel atau nilai probabilitas *F- statistic* < 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ), maka  $H_0$  ditolak yang artinya bahwa *Fixed Effects* model lebih baik daripada *common effects* model. Apabila F statistik < F tabel atau nilai probabilitas *F- statistic* > 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ), maka  $H_0$  ditolak yang artinya bahwa *common effects* model lebih baik daripada *fixed effects* model.

Tabel 3. Uji Chow Test (Uji Signifikansi *Fixed Effects*) PE

Model	Effect Test	Statistic	d.f	Prob
Persamaan PE I	Cross-section F	1.768576	(4,51)	0.0096
Persamaan PE II	Cross-section F	18.554422	(4,47)	0.0000

Sumber : Data Diolah,

Berdasarkan Tabel 3. hasil uji Chow untuk model persamaan PE menunjukkan bahwa seluruh model persamaan PE mempunyai nilai Probabilitas *F- statistic* < 0,05, maka signifikan dan  $H_0$  ditolak. Ini berarti bahwa *Fixed Effects* model lebih baik dari pada *common effects*.

#### 4.2. Uji Hausmann PE

Tabel 4. Uji Hausmann PE

Model	$\chi^2$ Hitung	df	Prob
Persamaan PE I	6.951600	2	0.0309

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan Tabel 4. hasil uji Hausmann test untuk persamaan PE I menunjukkan bahwa probabilitas *chi square* sebesar 0,0309, hitung lebih kecil daripada 0,05 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*.

Sedangkan persamaan PE II tidak dilakukan uji hausman dikarenakan bentuk model random tidak bisa dilakukan sehingga yang digunakan model *fixed effects* dengan estimasi GLS.

Tabel 5. Hasil Estimasi Persamaan Model *Fixed Effect* GLS Variabel Dependent PE

VARIABEL	Persamaan PE I	Persamaan PE II
Kontanta	2000.650	1893.010
AGLPDRB	0.299467	0.648074***
AGLPDDK	0.400870***	-0.014534***
LOGAK		-0.639843***
LOGPGG		29.58356***
TMKN		-4.773170***
IPM		-0.976671***
R2	0.171387	0.905727
Adj R2	0.073903	0.885669
Fixed Effects	Fixed Effects	Fixed Effects
JOGJA	-3.365143	-6.635019
SLEMAN	-3.818873	-3.625134
BANTUL	-0.217163	0.101950
GUNUNGKIDUL	2.021190	2.948102
KULONPROGO	4.819132	6.104265

Sumber : Data diolah

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

#### Pembahasan Estimasi Regresi *Fixed Effects* GLS, Variabel Dependent Pertumbuhan Ekonomi

Berdasarkan hasil estimasi *regesi Fixed Effects* dapatkan hasil bahwa :

Variabel aglomerasi produksi tidak berpengaruh dalam model 1, tetapi berpengaruh dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi pada model II. Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi di DIY dipengaruhi oleh variabel aglomerasi produksi, pada saat model dimasukkan variabel lain yang berpengaruh terhadap variabel pertumbuhan ekonomi.

Variabel aglomerasi penduduk berpengaruh dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi DIY pada model persamaan I dan persamaan II tetapi dengan arah yang negatif. Ini menunjukkan bahwa pertumbuhan penduduk yang naik akan menurunkan pertumbuhan ekonomi.

Hasil yang diperoleh sesuai dengan hipotesis dan teori New Economic Geography. Adanya konsentrasi industri dapat meningkatkan produktivitas yang diperoleh dari tingkat pengembalian yang meningkat (*increasing return*), biaya transportasi yang murah dan perpindahan migrasi yang pada akhirnya memberikan dampak yang positif terhadap pertumbuhan ekonomi di wilayah tersebut. Hubungan positif antara aglomerasi kegiatan-kegiatan ekonomi dan pertumbuhan ekonomi telah banyak dibuktikan (Martin dan Octaviano,

2001).

Aglomerasi menghasilkan perbedaan spasial dalam tingkat pendapatan. Semakin teraglomerasi secara spasial suatu perekonomian maka akan semakin meningkat pertumbuhannya. Daerah-daerah yang banyak industri manufaktur tumbuh lebih cepat dibandingkan daerah-daerah yang hanya mempunyai sedikit industri manufaktur. Alasannya adalah daerah-daerah yang mempunyai industri pengolahan lebih banyak mempunyai akumulasi modal. Dengan kata lain, daerah-daerah dengan konsentrasi industri manufaktur tumbuh lebih cepat dibandingkan dengan daerah yang tidak punya konsentrasi industri manufaktur.

Otsuka (2006), berdasarkan penelitiannya tentang pengaruh aglomerasi industri terhadap pertumbuhan ekonomi di Jepang menemukan bahwa aglomerasi industri manufaktur yang disebabkan oleh *localization* memberikan peningkatan terhadap produktivitas sebesar 0,13 persen untuk setiap kenaikan 1 persen dari tingkat *localization economies*. *Localization economies* yang disebabkan aglomerasi industri manufaktur juga berdampak terhadap pertumbuhan yang konvergen.

Variabel angkatan kerja berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi DIY dengan arah yang negatif pada model persamaan II, artinya bahwa semakin banyak jumlah angkatan kerja maka pertumbuhan ekonomi DIY semakin turun. Hal ini dikarenakan jumlah angkatan kerja merupakan jumlah total antara orang yang belum bekerja ditambah dengan orang yang sudah bekerja (total Angkatan kerja) sehingga tidak mempengaruhi pertumbuhan ekonomi di DIY.

Variabel jumlah pengangguran berpengaruh dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi DIY dengan arah yang positif, ini artinya bahwa jumlah pengangguran yang semakin tinggi maka pertumbuhan ekonomi DIY juga semakin tinggi.

Variabel tingkat kemiskinan berpengaruh dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi DIY dengan arah yang negatif, artinya bahwa semakin tinggi tingkat kemiskinan maka pertumbuhan ekonomi semakin turun. Ini menunjukkan bahwa kemiskinan merupakan masalah pokok yang harus ditangani dengan serius, sehingga tingkat kemiskinan harus dikurangi.

Variabel indeks pembangunan manusia berpengaruh dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi DIY dengan arah yang negatif, artinya bahwa indeks pembangunan manusia yang semakin tinggi akan menurunkan pertumbuhan ekonomi di DIY, dikarenakan bahwa pertumbuhan ekonomi tidak hanya di topang oleh IPM yang tinggi tetapi oleh faktor lain yang lebih penting diantaranya adalah adanya kesempatan kerja bagi masyarakat.

## **KESIMPULAN**

Pengaruh aglomerasi bagi pertumbuhan ekonomi yang diwakili oleh model persamaan pertumbuhan ekonomi di Yogyakarta dapat diukur melalui variabel aglomerasi produksi maupun aglomerasi penduduk. Dugaan hasil regresi menunjukkan bahwa aglomerasi produksi maupun aglomerasi penduduk keduanya menunjukkan pengaruh nyata pada pertumbuhan ekonomi Yogyakarta.

Nilai *fixed effect cross* pada pengujian yang hanya melibatkan variabel aglomerasi produksi maupun aglomerasi penduduk menunjukkan bahwa pengaruh positif dalam pembangunan manusia secara berurutan dari yang terbesar diberikan oleh Kulonprogo, dan Gunungkidul dengan nilai yang jauh lebih kecil dari rata-ratanya. Sementara itu Kabupaten Bantul, Sleman dan Kota Jogja justru menunjukkan pengaruh negatif. Dengan demikian, kebijakan pembangunan untuk wilayah Kulonprogo, Gunungkidul, Bantul, Sleman dan Kota Jogja harus dilaksanakan dengan pendekatan yang berbeda. Pemerintah harus mengedepankan kebijakan pembangunan bagi Kabupaten Kulonprogo dan Gunungkidul melalui peningkatan variabel aglomerasi produksi dan penduduk karena secara nyata meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan mengurangi kemiskinan. Pemerintah perlu memprioritaskan peningkatan produktivitas dan nilai tambah sektor melalui penguatan sumber daya lokal seperti kelautan,

pertanian, dan perdagangan dan jasa terutama untuk Kabupaten Kulonprogo.

## **SARAN**

Proses aglomerasi pembangunan yang mengakibatkan disparitas desa-kota, penduduk miskin-kaya semakin besar merupakan masalah yang harus diatasi. Masalah ini dapat dieliminasi secara perlahan dengan melakukan kaji ulang terhadap strategi pembangunan dengan segala kebijakan-kebijakan publik dan kebijakan sosial yang mengikutinya. Solusi jangka pendek dapat dilakukan melalui distribusi investasi dan transfer teknologi pada wilayah-wilayah terbelakang sehingga dapat mengejar ketertinggalannya. Dengan demikian, konsentrasi penduduk di suatu wilayah dapat dihindari dan aktivitas ekonomi yang dipicu peningkatan permintaan dapat meningkat.

Pemerintah juga perlu melakukan penanganan isu-isu strategis daerah yang diperkirakan akan dapat meningkatkan kinerja perekonomian daerah secara keseluruhan dan memperluas dampak pemerataan pembangunan. Beberapa hal yang dapat dilakukan misalnya pengembangan sistem transportasi yang menunjang aktivitas ekonomi, sosial, dan budaya seperti perbaikan kualitas jalan dan pengembangan angkutan umum massal. Termasuk juga peningkatan kapasitas pemerintah kota dalam pengelolaan urbanisasi dan pengendalian tata ruang. Dalam jangka panjang, pemerintah pusat perlu terus melakukan evaluasi dan perbaikan kebijakan pembangunan yang sudah dilaksanakan di daerah. Langkah ini untuk memastikan bahwa, pembangunan yang dilakukan telah mempertimbangkan nilai ekonomis dari kapasitas dan daya dukung lahan. Pembangunan tidak hanya mengandalkan pada kemudahan memperoleh insentif terutama pada sektor konstruksi serta sektor keuangan dan real estate. Pemerintah harus menjamin upaya-upaya preventif menjalankan penegakan hukum yang lebih tegas terhadap kegiatan perekonomian yang tidak ramah lingkungan, perusak barang publik, dan penyalahgunaan lahan.

## **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
- Bradley, Rebecca & Gans, Joshua S. 1996. *Growth in Australian Cities*, the Economic Record, the Economic Society of Australia, Vol. 74 (226).
- Green, William. 2000. *Econometric Analysis*, Fourt Edition, New Jersey-USA.
- Gudjarati, Damodar N, 1995. *Basic Econometric*, 3<sup>rd</sup> edition, Mc. Graw Hill, Singapore.
- Hasanah, F. 2016, "Analisis Pengaruh Aglomerasi Industri, Angkatan Kerja dan Human Capital Investment Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten/Kota di Propinsi Jawa Tengah Tahun 2012-2014", *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, Volume, 5. Nomor 4, 283-291
- Hsiao C. 1995. *Analysis of Panel Data*, Cambridge University Press, New York.
- Kuncoro, M. 2012, "*Perencanaan daerah; bagaimana membangun ekonomi lokal, kota dan kawasan*", Jakarta: Penerbit Salaema Empat
- Malecki. 1991. *Technology and Economic Development: the Dynamics of Local, Regional, and National Change*. New York: John Wiley & Sonc, Inc.
- Martin P. and Ottavianno. 2001. *Growth and Agglomeration*, International Economic Review 42, No. 4, PP 947-968.
- McGee T.G. 1991. *The Emergence of Desakota Regions in Asia*. Expanding a Hypotesis. Honolulu: University of Hawai Press.
- Riyadi, R. 2001, "Dinamika Spasial Wilayah Perkotaan (Kasus Daerah Kabupaten Sleman DIY)" dalam Dimensi Keruangan Kota, Teori dan Kasus, Penerbit Universitas Indonesia, UI-Press
- Sandhika, A,W. dan Mulyo, H. 2012, "Analisis Aglomerasi, Tenaga Kerja, Jumlah Penduduk, dan Modal Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Kendal", *Diponegoro Journal*

- Economics*, Volume, 1. Nomor, 1, 1-6
- Sodik, J. dan Dedi, I. 2007, "Agglomerasi dan Pertumbuhan Ekonomi : Peran Karakteristik Regional di Indonesia", *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*, Fakultas Ekonomi UMY, Yogyakarta, Volume 8, Nomor 2,: 117-129
- Suryaningrum, A. 2000, "*Pertumbuhan Ekonomi Regional*", Media Ekonomi dan Bisnis, Undip, Semarang, 12(1), 8-16
- Sigalingging, A. J. (2008), Dampak Pelaksanaan Desentralisasi Fiskal terhadap Pertumbuhan Ekonomi dan Kesenjangan Wilayah", Skripsi, Fakultas Ekonomi, UNDIP, Semarang
- Sihombing, K. (2008), "Pengaruh Agglomerasi, Modal, Tenaga Kerja dan Kepadatan Penduduk terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Demak", Skripsi, Fakultas Ekonomi, UNDIP, Semarang
- Widarjono, A. (1999), "Analisis Kausalitas Penduduk dan Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia", *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 4 (2), 24-30
- Widarjono, A. (2009), "*Ekonometrika Teori dan Aplikasi untuk Ekonomi dan Bisnis*", Edisi Kedua, Ekonesia Fakultas Ekonomi UII, Yogyakarta
- \_\_\_\_\_, Statistik Indonesia, BPS, berbagai edisi

**IMPLEMENTASI PRINSIP-PRINSIP *GOOD UNIVERSITY GOVERNANCE* DALAM PENGELOLAAN ASET PERGURUAN TINGGI NEGERI BARU**

**Hari Kusuma Satria Negara, Dian Indri Purnamasari**  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta  
email: [harikusuma05@upnyk.ac.id](mailto:harikusuma05@upnyk.ac.id), [indri\\_mtc@yahoo.com](mailto:indri_mtc@yahoo.com)

**ABSTRACT**

This study aims to test whether New State Universities have carried out good governance in accordance with Good University Governance characteristics which require 4 general/ basic characteristics, namely participation, consensus orientation, accountability, transparency. In this study PTNB has conducted governance according to the prevailing rules, but some things that have not been fully implemented are related to assessment and measurement so that responsiveness to things and effective and efficient management have not been implemented.

**Keywords:** PTNB, Good University, Good Governance, Asset Management, College.

**LATAR BELAKANG**

Pendidikan merupakan salah satu alat untuk mengukur bagaimana suatu negara dapat dikatakan berkembang, maju atau bahkan negara yang tertinggal dengan negara-negara lainnya. Pendidikan juga merupakan sarana untuk meningkatkan daya saing sumber daya manusia yang ada didalamnya yang dapat memberikan dampak positif untuk negara tersebut. Perguruan tinggi atau universitas merupakan jenjang Pendidikan yang biasa digunakan sebagai tolak ukur bagaimana kualitas sumber daya manusia yang dihasilkan. Indonesia meruakaan salah satu negara yang berkembang dan memiliki jumlah penduduk yang termasuk banyak di Asia.

Perguruan Tinggi di Indonesia memiliki peran yang strategis dalam pengembangan pendidikan di sebuah negara khususnya Indonesia. Selain fungsi sebagai pengembangan pendidikan Perguruan Tinggi juga memiliki fungsi Ekonomi. Perguruan Tinggi mengelola dana yang bersumber dari perorangan, masyarakat, bantuan baik dari sektor swasta maupun pemerintah. Sebagai pengelola dana ini maka Perguruan Tinggi harus memiliki tata kelola yang baik agar laporan keuangan yang dihasilkan dapat diandalkan.

*Good University Governance (GUG)* merupakan turunan dari konsep *Good Corporate Governace (GCG)*. *GCG* merupakan salah satu kunci sukses perusahaan untuk tumbuh dan menguntukan dalam jangka Panjang, sekaligus memenangkan persaingan bisnis global. Krisis ekonomi di Kawasan Asia dan Amerika latin diyakini muncul karena kegagalan penerapan *GCG*. Universitas merupakan organisasi nirlaba yang tidak bertujuan untuk mencari keuntungan (*profit oriented*), namun harus tetap mendapatkan keuntungan dari pemasukan (*surplus*) karena universitas juga harus menghidupi dirinya sendiri dan dapat mengembangkan kelembagaanya dengan baik, sehingga dapat tetap bertahan untuk kelangsungan hidupnya (*prinsip going concern*). *GUG* sangat berguna sebagai system untuk mengatur tata kelola unibersitas dengan baik termasuk bagaimana keuntungan tersebut dapat dikelola dengan baik atau secara professional, dan menghindari terjadinya kecurangan (fraud) dari berbagai konflik kepentingan didalamnya, sehingga nantinya setiap unibersitas dapat dikelola dan dikembangkan dengan baik.

Pada tanggal 6 Januari 2016 Menteri Riset dan Teknologi Indonesia telah menetapkan

status negeri kepada sebanyak 36 Perguruan Tinggi di Indonesia. Perubahan status ini menjadikan beberapa permasalahan yang harus segera diselesaikan diantaranya adalah status kepegawaian dan pengelolaan asset pada lingkungan perguruan tinggi. Model pengukuran *Good University Governance* yang ingin digunakan untuk diterapkan di Indonesia harus sudah disesuaikan dengan standar serta budaya yang telah dijunjung tinggi oleh Bangsa Indonesia. Hal yang menjadi kendala adalah belum adanya aturan atau standar yang telah ditentukan untuk diterapkan di Indonesia.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Perguruan Tinggi Negeri Baru**

Perguruan Tinggi Negeri yang selanjutnya disingkat dengan PTN adalah perguruan tinggi yang didirikan dan/ atau diselenggarakan oleh Pemerintah, selain PTN Badan Hukum. Didalam Permenristek dikti Nomor 50 Tahun 2015 disebutkan bahwa lahan untuk kampus PTN memiliki luas yang paling sedikit 30 (tiga puluh) hektar untuk universitas atau institut. Memiliki ruang dosen tetap paling sedikit 4 meter persegi perorang, Jumlah buku 200 (dua ratus) dua ratus judul per program studi sesuai dengan bidang keilmuan pada program studi. Dengan aturan tersebut dapat menjelaskan bahwa asset perguruan tinggi cukup banyak sehingga butuh pengelolaan yang baik. Sesuai dengan PP No 4 Tahun 2014 maka Otonomi pengelolaan perguruan tinggi terdiri atas:

- a. Otonomi di bidang akademik, yang meliputi penetapan norma dan kebijakan operasional serta pelaksanaan (1) Pendidikan (2) penelitian dan (3) pengabdian kepada masyarakat. Sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- b. Otonomi di bidang nonakademik yang meliputi penetapan norma dan kebijakan operasional serta pelaksanaan (1) organisasi (2) keuangan (3) kemahasiswaan (4) ketenagaan (5) sarana prasarana sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pola pengelolaan perguruan tinggi negeri dengan pola pengelolaan keuangan negara pada umumnya, badan layanan umum atau sebagai badan hukum. Evaluasi kinerja terhadap PTN dilakukan oleh tim independent yang dibentuk oleh dan bertanggungjawab kepada Menteri. Ketentuan mengenai kriteria dan prosedur evaluasi kinerja terhadap PTN sebagaimana dimaksud diatur dalam peraturan Menteri.

### **Good Governance**

Istilah “*government*” dan “*governance*” seringkali dianggap memiliki arti yang sama yaitu cara menerapkan otoritas dalam suatu organisasi, lembaga atau negara. *Government* atau pemerintah juga adalah nama yang diberikan kepada entitas yang menyelenggarakan kekuasaan pemerintahan dalam suatu negara. Istilah “*governance*” sebenarnya sudah dikenal dalam literatur administrasi dan ilmu politik sejak Woodrow Wilson memperkenalkan bidang studi tersebut kira-kira 125 tahun yang lalu. Tetapi selama itu *governance* hanya digunakan dalam konteks pengelolaan organisasi korporat dan lembaga pendidikan tinggi.

*Governance* berbagai jenis organisasi, publik atau privat, *non-profit* atau *for-profit*, sektor dan industri tergantung pada karakteristik masing-masing organisasi (Quyen, 2014). *University governance* didefinisikan sebagai bentuk dan proses konstitusional ketika universitas mengatur urusannya sendiri (Shattock, 2006). *Governance* adalah cara dimana kekuasaan atau otoritas digunakan organisasi dalam mengalokasikan dan mengelola sumberdaya. *Governance* melibatkan kebijakan dan prosedur untuk pengambilan keputusan dan pengendalian atas pengarahan dan pengelolaan organisasi agar efektif (Carnegie, 2009). Hal tersebut mengacu kepada praktik yang mengharuskan adanya pengawasan, pengendalian, pengungkapan, dan transparansi (Harris and Cunningham, 2009), struktur universitas, delegasi dan pengambilan keputusan, perencanaan, koherensi organisasi dan pengarahan (Considine, 2004).

*Governance of Irish Universities* (2007) menjelaskan GUG sebagai berikut:  
*A robust system of governance is vital in order to enable organizations to operate effectively and*

*to discharge their responsibilities as regards transparency and accountability to those they serve. Given their pivotal role in society and in national economic and social development, as well as their heavy reliance on public as well as private funding, good governance is particularly important in the case of the universities (HEA-IUA, 2007; page.3)*

Menurut Leach & Percy-Smith (2001) dalam *government* mengandung pengertian seolah hanya politisi dan pemerintahlah yang mengatur, melakukan sesuatu, memberikan pelayanan, sementara sisa dari “kita” adalah penerima yang pasif. Sementara *governance* meleburkan perbedaan antara “pemerintah” dan “yang diperintah” karena kita semua adalah bagian dari proses *governance*. Dengan kata lain, dalam konsep *governance* terkandung unsur demokratis, adil, transparan, *rule of law*, partisipatif dan kemitraan. Mungkin definisi yang dirumuskan IAS adalah yang paling tepat menangkap makna tersebut yakni “*the process whereby elements in society wield power and authority, and influence and enact policies and decisions concerning public life, economic and social development.*”

*Good governance* mensyaratkan 8 karakteristik umum/dasar, yaitu partisipasi, orientasi pada konsensus, akuntabilitas, transparansi, responsif, efektif dan efisien, ekuiti (persamaan derajat) dan inklusifitas, dan penegakan/supremasi hukum. Apabila diimplementasikan secara ideal, konsep ini diharapkan dapat memastikan pengurangan tingkat korupsi, pandangan kaum minoritas diperhitungkan dan suara dari mereka yang paling lemah dalam masyarakat didengar dalam proses pengambilan keputusan. Ia juga responsif terhadap masa kini dan kebutuhan masyarakat di masa depan. Ini konsep idealnya. Pada penelitian ini peneliti menggunakan 4 karakteristik dasar terlebih dahulu sebagai bentuk penelitian pendahuluan.

Berikut adalah penjelasan singkat mengenai masing-masing karakteristik :

**Participation.** Partisipasi oleh pria dan wanita adalah kunci *good governance*. Partisipasi dapat langsung maupun melalui institusi perwakilan yang *legitimate*. Partisipasi harus informatif dan terorganisir. Ini mensyaratkan adanya kebebasan berasosiasi dan berekspresi di satu sisi dan sebuah *civil society* yang kuat dan terorganisir di sisi lain.

**Rule of Law.** *Good governance* memerlukan sebuah kerangka legal atau hukum dan peraturan yang ditegakkan secara komprehensif. Ia juga memerlukan perlindungan penuh terhadap HAM, terutama bagi kaum minoritas. Proses enforcement hukum yang imparisial membutuhkan lembaga peradilan yang independen dan kepolisian yang juga imparisial dan tidak korup.

**Transparency.** Transparansi mengandung arti bahwa pengambilan dan pengimplementasian keputusan dilakukan dalam tata cara yang mengikuti hukum dan peraturan. Ia juga berarti bahwa informasi tersedia secara bebas dan dapat diakses langsung oleh mereka yang akan dipengaruhi oleh keputusan tersebut. Informasi yang tersedia haruslah dalam bentuk dan media yang mudah dimengerti.

**Responsiveness.** *Good governance* memerlukan institusi dan proses didalamnya yang mencoba untuk melayani semua *stakeholders* dalam kerangka waktu tertentu yang sesuai.

### **Implementasi Good University Governance**

Implementasi, prinsip-prinsip atau karakteristik dasar dari *good governance* masih relevan untuk diterapkan dalam konsep *good university governance*. Dalam penyelenggaraannya, sebuah institusi perguruan tinggi harus memenuhi prinsip-prinsip partisipasi, orientasi pada konsensus, akuntabilitas, transparansi, responsif, efektif dan efisien, ekuiti (persamaan derajat) dan inklusifitas, dan penegakan/supremasi hukum. Yang berbeda adalah nilai dan tujuan yang menjiwoinya. Prinsip-prinsip manajerial tersebut hendaknya diterapkan untuk mendukung fungsi-fungsi dan tujuan dasar pendidikan tinggi. Selain itu, perbedaan lain adalah dalam hal *stakeholders* yang terkait dengan penyelenggaraan pendidikan dan perguruan tinggi.

Keistimewaan institusi perguruan tinggi dibanding institusi lain terletak pada fungsi dasarnya, yaitu dalam hal pendidikan, pengajaran dan usaha penemuan atau inovasi (riset).

Fungsi-fungsi inilah yang kemudian mendefinisikan peranan perguruan tinggi dalam masyarakat. Wacana yang kemudian sering mengemuka dalam penyelenggaraan perguruan tinggi kemudian adalah mengenai *academic excellence* dan manajemen perguruan tinggi, termasuk dalam hal pembiayaan. Jawaban dari kedua wacana ini kemudian bergantung pada bagaimana pemahaman suatu negara dalam penerapan *good university governance*.

*Good university governance* sendiri sebenarnya bukan merupakan sebuah konsep yang baku dalam penerapannya, kecuali dalam hal prinsip-prinsip dasar manajerialnya. Penerapan ini dapat berbeda-beda, disesuaikan dengan kondisi dan paham yang dianut oleh suatu bangsa atau masyarakat. Contohnya, *good university governance* di Amerika Serikat biasanya diterapkan dengan memberikan otonomi penuh, baik dalam hal akademik maupun manajerial dan pembiayaan, terhadap perguruan tinggi selama masih dapat dipertanggungjawabkan.

Konsekuensinya, pengaruh pemerintah relatif lemah dan sebaliknya, kewenangan manajer eksekutif dan dewan suatu perguruan tinggi menjadi kuat. Hal ini berbeda dengan sebagian besar negara-negara eropa, dimana *good university governance* diterapkan dengan pemberian otonomi dalam hal akademik tetapi tidak sepenuhnya dalam hal manajerial dan pembiayaan, sehingga pengaruh negara dalam hal manajerial menjadi cukup besar. Beberapa negara seperti austria bahkan menanggung penuh biaya pendidikan tinggi sehingga mahasiswa suatu perguruan tinggi tidak perlu membayar biaya pendidikan. Sementara negara-negara Asia Tenggara umumnya masih mencari bentuk terbaik dan berkuat diantara kedua ekstrim tadi.

Kesepahaman atau kesetujuan umum mengenai pentingnya otonomi dalam usaha pencapaian *academic excellence* (yaitu dalam hal pengajaran dan riset) untuk perguruan tinggi, akan tetapi hal yang sama belum berlaku dalam hal manajerial dan pembiayaan. Perbedaan pandangan ini biasanya terkait dengan pentingnya fungsi perguruan tinggi bagi masyarakat dan mahalnnya biaya penyelenggaraan pendidikan tinggi. Kecenderungan saat ini, tingginya biaya pendidikan tinggi biasanya dianggap dapat membebani negara dan masyarakat, sehingga perguruan tinggi dianggap lebih baik berusaha mencari sumber-sumber pembiayaan mandiri.

## **METODE PENELITIAN**

### **Rancangan (*Design*) Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di salah satu Perguruan Tinggi Negeri Baru di Yogyakarta, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Penelitian ini dilaksanakan dengan pendekatan kualitatif. Sumber yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Penentuan sumber data dalam penelitian kualitatif menggunakan *purposive sampling*. Kriteria yang harus diperhatikan dalam menentukan informan untuk mendapatkan informasi yang maksimal adalah informan kunci (*key informan*) terhadap obyek penelitian. Bungin (2003:54) memberikan 5 kriteria teknik pengambilan informan sebagai *key informan* yaitu:

1. Subyek telah cukup lama dan intensif menyatu dengan kegiatan atau aktivitas yang menjadi informasi.
2. Subyek masih aktif dalam lingkup yang menjadi perhatian peneliti.
3. Subyek cukup banyak waktu dan kesempatan untuk dilakukan wawancara.
4. Subyek dalam memberikan informasi tidak cenderung di olah atau dipersiapkan terlebih dahulu.
5. Semua tergolong “asing” dengan penelitian sehingga peneliti tertantang untuk menggali sebanyak mungkin informasi mengenai subyek.

Setelah sumber data ditentukan, selanjutnya diperlukan teknik pengumpulan data agar mendapatkan data sesuai dengan tujuan dari penelitian dan memenuhi standar data yang diharapkan. Individu-individu yang akan menjadi informan dalam penelitian ini terdiri Pimpinan Universitas terkait pengelolaan Aset, bagian umum dan bagian sarana prasarana dilingkungan Perguruan Tinggi Negeri Baru.

### **Jenis Penelitian**

Metode penelitian merupakan seperangkat cara serta prosedur yang harus dilakukan oleh peneliti untuk mencapai tujuan penelitian. Somantri (2005) mendefinisikan metode penelitian adalah cara sistematis yang digunakan oleh peneliti dalam pengumpulan data yang diperlukan pada proses identifikasi dan penjelasan fenomena sosial apa yang sedang diteliti.

Pada penelitian ini yang menjadi obyek penelitian adalah pengelolaan teradap aset perguruan tinggi penelitian ini dilaksanakan dengan pendekatan kualitatif. Prasetyono dan Haryadi, B (2013) mendefinisikan penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar belakang naturalisme dimana peneliti sebagai instrumen utama untuk mengeksplorasi, memahami, serta menganalisa fakta dan data yang namapa untuk mengungkapkan makna sosial, pola pikir, serta alasan dibalik tindakan para pelaku sosial. Metode kualitatif menjadi pilihan oleh peneliti sebagai upaya untuk menggambarkan kondisi yang sebenarnya dari obyek penelitian.

### **Sumber dan Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Data Lapangan Model *Miles and Huberman*. Miles dan Huberman (dalam sugiyono, 2010:246) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu *data reduction, data display, dan conclusion drawing/ verification*. Teknik pemeriksaan keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi dan teori. Pengertian triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dalam membandingkan hasil wawancara terhadap obyek penelitian (Moeleong, 2004:330).

## **HASIL & PEMBAHASAN**

Pengembangan *Good University Governance* mensyaratkan 8 karakteristik umum/dasar, yaitu partisipasi, orientasi pada konsensus, akuntabilitas, transparansi, responsif, efektif dan efisien, ekuiti (persamaan derajat) dan inklusifitas, dan penegakan/supremasi hukum. Karakteristik inilah yang jika diimplementasikan pada perguruan tinggi negeri baru.

### **Implementasi Good University Governance**

Implementasi *Good University Governance* pada perguruan tinggi negeri baru adalah hal yang harus dilakukan secara bertahap namun pasti. Banyaknya hambatan akan proses peralihan dari Perguruan Tinggi Swasta menjadi Perguruan Tinggi Negeri menjadikan proses pengelolaan pada PTNB tidak dapat mengapdosinya sepenuhnya.

### **Participation**

Partisipasi oleh pria dan wanita adalah kunci *good governance*. Partisipasi dapat langsung maupun melalui institusi perwakilan yang *legitimate*. Partisipasi harus informatif dan terorganisir. Ini mensyaratkan adanya kebebasan berasosiasi dan berekspresi di satu sisi dan sebuah *civil society* yang kuat dan terorganisir di sisi lain.

Pernyataan dari informan 1, mengenai partisipasi adalah:

“Pada Perguruan Tinggi Negeri tidak ada perbedaan dari Gender, walaupun dibagian administrasi banyak diisi perempuan dan pada lapangan banyak diisi oleh laki-laki. Hal ini dilakukan karena sesuai kepatansan dan kemampuan pada masing-masing bidang. Pada perguruan Tinggi Negeri Baru, masing-masing bagian diperbolehkan untuk mengajukan sesuai kebutuhan, namun memang keputusan sepenuhnya diserahkan kepada pimpinan. Namun tidak semuanya pengadaan barang merupakan ajuan dari tiap unit.”

Pegelolaan ini juga sesuai dengan Peraturan Pemerintah No 27 Tahun 2014, Pasal 4 ayat 2

dimana bahwa Pengelola Barang Milik Negara mulai dari merumuskan kebijakan, mengatur dan menetapkan pedoman pengelolaan barang milik Negara hingga menyusun lapiran. Ajuan berupa *Bottom Up* ini merupakan bentuk keterlibatan dari tiap bagian kepada institusi. Namun ada pengadaan barang yang tidak sepenuhnya merupakan ajuan dari bawah, namun merupakan pemenuhan perlengkapan yang disiapkan untuk mendukung proses pendidikan.

### ***Rule of law***

*Good governance* memerlukan sebuah kerangka legal atau hukum dan peraturan yang ditegakkan secara komprehensif. Ia juga memerlukan perlindungan penuh terhadap HAM, terutama bagi kaum minoritas. Proses enforcement hukum yang imparial membutuhkan lembaga peradilan yang independen dan kepolisian yang juga imparial dan tidak korup.

“Informan 1 menyatakan mengenai pengelolaan aset terkait dengan aturan yaitu : Pengelolaan pada Perguruan Tinggi Negeri Baru memiliki standar operasional prosedur (SOP) yang sudah digunakan untuk pengelolaan, Namun dengan beralihnya status menjadi Negeri ada beberapa SOP yang disesuaikan dengan aturan baru. Ketaatan terhadap aturan dan pekerjaan dimulai dari pagi hari dengan adanya apel tiap pagi, untuk cek kelengkapan anggota dan kesiapan. Penilaian kinerja dilakukan oleh bagian kepegawaian yang akan dibentuk dalam tunjangan kinerja. Namun juga ada penilaian langsung oleh kabag berdasarkan kinerja yang dilakukan dari masing-masing anggota.

“Informan 2 menyatakan bahwa segala penyusunan laporan keuangan disusun berdasarkan aturan-aturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah misal: Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003, Tentang Keuangan Negara, Undang – Undang Nomor 15 Tahun 2004 Tentang Pemeriksaan Pengelolaan Dan Tanggung Jawab Keuangan, Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2005, Tentang Standar Akuntansi Pemerintah. Peraturan Pemerintah Nomor 6 Tahun 2006, Tentang Pengelolaan Barang Milik Negara Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 171/PMK.05/2007 Tentang Sistem Akuntansi dan Pelaporan Keuangan Pemerintah Pusat, dan sebagainya.

Pengelolaan dengan menaati SOP yang telah disusun merupakan bentuk nyata implementasi penerapan GUG pada perguruan Tinggi Negeri Baru, namun tentunya SOP yang dimiliki harus diupdate dengan atauran dari pemerintah. Permasalahan utama terhadap SOP adalah pendokumentasian semua standar yang belum sepenuhnya dilaksanakan dan ditaati dengan baik.

### ***Transparency***

Transparansi mengandung arti bahwa pengambilan dan pengimplementasian keputusan dilakukan dalam tata cara yang mengukuti hukum dan peraturan. Sebagaimana disampaikan dalam paragraf pendahuluan PP Nomor 24 Tahun 2005 yaitu “Salah satu upaya konkrit untuk mewujudkan transparansi dan akuntabilitas pengelolaan keuangan negara adalah penyampaian laporan pertanggungjawaban keuangan pemerintah yang memenuhi prinsip tepat waktu dan disusun dengan mengikuti standar akuntansi pemerintahan yang telah diterima secara umum. Hal tersebut diatur Dalam Undang-Undang No.17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara yang mensyaratkan bentuk dan isi laporan pertanggungjawaban pelaksanaan APBN/APBD disusun dan disajikan sesuai dengan standar akuntansi pemerintahan yang ditetapkan dengan peraturan pemerintah”

Pada implementasi GUG transparan atau keterbukaan ini merupakan syarat mutlak yang harus dilaksanakan, transparan ini terkait dengan banyak hal yaitu mulai dari pengadaan barang, pengelolaan aset, hingga recruitment pegawai dan juga pengangkatan pejabat struktural.

Informasi yang diperoleh dari informan 1 adalah bahwa didalam pengelolaan aset dilaksanakan setransparan mungkin. Mulai pengadaan barang yang dilakukan oleh Unit Layanan Pengadaan atas permintaan dan spesifikasi yang dimintakan oleh masing-masing bagian. Seluruh Aset telah terdata semua, karena pada saat peralihan negeri semua aset masuk dalam berita acara serah terima aset. Bagian Sarana Prasarana memiliki personil yang bertugas khusus melakukan pencatatan.

Transparansi adalah salah satu bagian tersulit pada *GUG* karena batasan informasi mana saja yang boleh dikonsumsi oleh masyarakat masih abu-abu. Proses pengadaan dan juga pengelolaan Aset di PTNB sudah dikerjakan secara transparan, namun memang didalam proses pengelolaannya ada beberapa hambatan alih status sehingga belum dapat dikelola dengan sebaiknya.

Hal tersebut dilihat dari adanya sistem dan standar akuntansi untuk menjamin kualitas laporan keuangan dan pengungkapannya, pengembangan *management information system* (MIS) untuk menjamin pengukuran kinerja dan keefektifan proses pengambilan keputusan, pengembangan manajemen risiko untuk menjamin bahwa seluruh risiko signifikan telah diidentifikasi, diukur, dan dikelola hingga batas toleransi (Surya dan Yustiavandana, 2006)

### **Responsiveness**

*Good University Governance* memerlukan institusi dan proses didalamnya yang mencoba untuk melayani semua *stakeholders* dalam kerangka waktu tertentu yang sesuai. Pada perguruan tinggi stakeholder yang utama adalah dosen dan mahasiswa. Kedua bagian tersebut adalah personil yang berhubungan langsung dengan proses pembelajaran di kampus.

Informan 1 menyampaikan : Pemenuhan kebutuhan proses belajar mengajar adalah menjadi orientasi bagian sarana prasarana. Namun memang diakui dengan menjadinya Perguruan Tinggi Negeri, saat ini tidak mudah jika akan melakukan perbaikan-perbaikan dan pengadaan sarana dikarenakan harus direncanakan dengan baik. Sehingga tim sarana prasarana (pengelola aset) berusaha untuk memetakan kebutuhan.

Kecepatan proses penanganan akan beberapa kebutuhan seperti internet, dan sebagainya juga belum dapat terlaksanakan dengan cepat karena adanya batasan ketersediaan yang dimiliki oleh Perguruan Tinggi Negeri Baru. Klausul pemeliharaan juga telah diatur pada PP NO 27 Tahun 2014, pasal 46 tentang pemeliharaan dimana biaya pemeliharaan dibebankan pada APBN.

Penanganan akan kerusakan dan permasalahan aset pada Perguruan Tinggi Negeri Baru membutuhkan penanganan tersendiri. Segala kebutuhan saat ini haruslah terencana dengan baik, sehingga dapat dilaksanakan pada saat dibutuhkan. Faktor inilah yang menjadikan alasan terkadang penanganan terhadap kondisi tertentu menjadi terkesan lambat. Namun jika perencanaan dapat memetakan dengan baik, maka dapat mengurangi kebutuhan yang mendadak.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini melakukan penilaian *Good University Governance* dengan melakukan penilaian 4 karakteristik umum/dasar, yaitu partisipasi, orientasi pada konsensus, akuntabilitas, transparansi. Pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa perguruan tinggi negeri baru menerapkan ke 4 karakteristik diatas, agar menjadikan Perguruan Tinggi yang menerapkan *Good University Governance*. Namun masih ada beberapa hambatan untuk sepenuhnya terlaksana dengan baik, diantaranya adalah pemahaman, pengukuran dan penilaian terhadap tata kelola yang baik.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Anggriawan, F.F., Nurkholis. (2014). Good Corporate Governance in the Public Service Agency (Case Study at University of Brawijaya Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, Vol 2, No 2, Semester Genap 2013/2014*. [Jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/1205/1112](http://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/1205/1112).

- Aghion, P., et al. (2009). *The Governance and Performance of Research Universities: Evidence from Europe and The US*. NBER Working Paper Series. National Bureau of Economic Research. Cambridge Bastian, Indra, 2007, Akuntansi Yayasan dan Lembaga Publik, Jakarta.
- Balan, David J., Knack, Stephen. (2012). The correlation between human capital and morality and its effect on economic performance: Theory and evidence *Journal of Comparative Economics*, 40, (3),457-475.
- Direktorat Kelembagaan dan Kerjasama Ditjen DIKTI. 2015. *Materi Presentasi Good University Governance (GUG) pada PTS*.
- Indrajit, R.E., R. Djokopranoto. (2006). *Manajemen Perguruan Tinggi Modern*. Andi. Yogyakarta.
- Negara, Hari KS. 2015. Evaluasi Anggaran Daerah Berbasis Kinerja dalam Pengelolaan Keuangan. *Buletin Ekonomi* Vol.13
- Ningsih, Andindita K. 2018. Implementasi Prinsip-Prinsip *Good University Governance* dalam Pengelolaan Aset Perguruan Tinggi Negeri Berbadan Hukum. Fakultas Ekonomi dan Busines. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Peraturan Pemerintah No 60 Tahun 2008. Tentang Pengendalian Intern.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2014. Tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi.
- Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2005, Tentang Standar Akuntansi Pemerintah.
- Peraturan Pemerintah Nomor 6 Tahun 2006, Tentang Pengelolaan Barang Milik Negara.
- Peraturan Pemerintah Nomor 8 Tahun 2006 Tentang Pelaporan Keuangan dan Kinerja Instansi Pemerintah.
- Peraturan Menteri Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2015. Tentang Pendirian, Perubahan, Pembubaran Perguruan Tinggi Negeri Dan Pendirian, Perubahan, Pencabutan Izin Perguruan Tinggi Swasta.
- Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 96/PMK.06/2007 Tentang Tata Cara Pelaksanaan Penggunaan, Pemanfaatan, Penghapusan dan Pemindahtanganan Barang Milik Negara.
- Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 120/PMK/2007, Tentang Penatausahaan Barang Milik Negara.
- Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 171/PMK.05/2007 Tentang Sistem Akuntansi dan Pelaporan Keuangan Pemerintah Pusat.
- Peraturan Direktur Jenderal Perbendaharaan Nomor Perdirjenno.65/PB/2010, Tentang Pedoman Penyusunan Laporan Kementerian Negara/ Lembaga.
- Sudaryati, Dwi. 2009. Pencegahan dan Pendeteksian Kecurangan Oleh Internal Audit Dalam Mendukung Good Corporate Governance. *JURNAL SOSIAL DAN BUDAYA* Universitas Muria Kudus, ISSN: 1979-6889 Vol. 2, No. : 2/Juni./2009.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi.
- Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2014 tentang Pengelolaan Barang Milik Negara/ Daerah.
- Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003, Tentang Keuangan Negara.
- Undang – Undang Nomor 1 Tahun 2004, Tentang Perbendaharaan Negara.
- Undang – Undang Nomor 15 Tahun 2004 Tentang Pemeriksaan Pengelolaan Dan Tanggung Jawab Keuangan
- Warsono, Sony, Fitri Amalia dan Dian Kartika Rahajeng, 2009. *Corporate Governance Concept and Model*. Center For Good Corporate Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.

Wijatno, Serian. 2009. *Pengelolaan Perguruan Tinggi Secara Efisien, Efektif dan Ekonomis Untuk Meningkatkan Penyelenggaraan Pendidikan dan Mutu Lulusan*. Jakarta : Salemba Empat

## **FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPATUHAN WAJIB PAJAK DALAM MELAKUKAN PEMBAYARAN PBB**

**Ratna Hindria DPS, Indra Kusumawardhani**

Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta

Email: ratnahindria@gmail.com

### **ABSTRAK**

*Pajak Bumi dan Bangunan merupakan salah satu sumber pendapatan daerah yang dapat mendorong terlaksananya pembangunan di daerah. Untuk itu perlu adanya kesadaran masyarakat khususnya wajib pajak untuk mendukung meningkatnya pendapatan daerah yang bersumber dari pajak. Dalam penelitian ini menguji apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan pajak.*

**Kata Kunci :** *pajak bumi dan bangunan, kepatuhan wajib pajak*

### **PENDAHULUAN**

Berdasar Undang-undang Republik Indonesia No 28 tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah mengatur bahwa Pajak Bumi dan Bangunan yang sebelumnya dikelola oleh pemerintah pusat diserahkan kepada pemerintah daerah. Akibat dari peraturan tersebut, pemerintah daerah mempunyai tanggung jawab penuh dalam melakukan pengelolaan atas pendapatan yang bersumber dari Pajak Bumi dan Bangunan.

Penentuan target penerimaan yang sangat tinggi dan selalu meningkat secara signifikan dari tahun ke tahun merupakan salah satu bukti, bahwa pajak merupakan primadona bagi sumber pendapatan negara ( Nurfauzi, 2016). Bumi dan bangunan memberikan keuntungan dan kedudukan sosial ekonomi yang lebih baik bagi orang/badan yang mempunyai suatu hak atasnya atau memperoleh manfaat darinya (Jati, 2016). Oleh sebab itu, mereka diwajibkan untuk memberikan sebagian dari manfaat yang diperolehnya kepada negara melalui pajak. Hasil penerimaan Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) ditunjukkan untuk kepentingan masyarakat daerah yang diduduki. (Hidayanti, 2011).

Untuk meningkatkan penerimaan PBB perlu adanya peningkatan kesadaran dan kepedulian masyarakat terhadap perpajakan ( Juwanti, 2017). Apabila kesadaran tinggi akan muncul motivasi untuk membayar pajak. Ada beberapa faktor yang bisa mempengaruhi kesadaran pajak, antara lain pengetahuan pajak, kualitas pelayanan, dan sanksi pajak.

Pengetahuan tentang peraturan perpajakan akan meningkatkan kemauan Wajib pajak untuk membayar pajak (Suyono, 2016). Wajib pajak yang sudah mengerti peraturan pajak akan berfikir untuk lebih baik membayar daripada kena sanksi pajak (Handayani, 2012). Selain itu kualitas pelayanan juga berpengaruh terhadap tingkat pendapatan pajak yang diperoleh. Kualitas pelayanan pajak yang baik, maka wajib pajak akan merasa senang dan merasa dimudahkan dalam menyelesaikan kewajibannya (Yusnidar, *et., all.*, 2015). Fungsi sanksi digunakan sebagai cara mengatur kelompok populasi untuk memenuhi aturan yang ditentukan. Sanksi

ditujukan kepada wajib pajak yang tidak mematuhi aturan perpajakan atau melakukan pelanggaran berupa kecurangan terhadap peraturan perpajakan yang berlaku saat ini (Yadnyana, 2016).

### **TINJAUAN PUSTAKA**

Menurut Undang-Undang No.28 tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan pasal 1 ayat (1) pajak adalah kontribusi wajib pajak kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang. Dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara baik sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Menurut Undang-undang No 28 tahun 2009 disebutkan beberapa istilah Pajak Bumi dan Bangunan, seperti:

1. Bumi adalah permukaan bumi dan tubuh bumi yang ada di bawahnya. Pengertian tersebut artinya bahwa bukan hanya tanah permukaan bumi saja tetapi benar-benar bumi dari permukaan sampai dengan magma, hasil tambang, gas mineral, dan lainnya.
2. Bangunan adalah konstruksi teknik yang ditanam atau dilekatkan secara tetap pada tanah dan/atau perairan.

Sejak tanggal 1 Januari 2014, seluruh Kabupaten/kota wajib mengelola Pajak Bumi dan Bangunan secara mandiri. Akibatnya daerah harus mampu memiliki konsep pengelolaan dan target pendapatan yang bersumber dari Pajak Bumi dan Bangunan. Namun demikian, ada beberapa factor yang bisa menghambat target pendapatan pajak, antara lain pengetahuan tentang peraturan perpajakan, kualitas pelayanan, dan sanksi pajak.

Kriteria pengusaha pajak patuh menurut Keputusan Menteri Keuangan No.235/KMK.03/2003 adalah:

1. Tepat waktu dalam menyampaikan SPT untuk semua jenis pajak dalam dua tahun terakhir.
2. Tidak mempunyai tunggakan pajak atau untuk semua jenis pajak, kecuali telah memperoleh izin untuk mengangsur atau menunda pembayaran pajak.
3. Tidak pernah dijatuhi hukuman karena melakukan tindak pidana di bagian perpajakan dalam jangka waktu 10 tahun terakhir.
4. Dalam 2 tahun terakhir menyelenggarakan pembukuan dan dalam hal terhadap wajib pajak pernah dilakukan pemeriksaan, koreksi pada pemeriksaan yang terakhir untuk masing-masing jenis pajak yang terutang paling banyak 5 %.
5. Waji pajak yang laporan keuangan untuk 2 tahun terakhir diaudit oleh akuntan publik dengan pendapat wajar tanpa pengecualian, atau pendapat dengan pengecualian sepanjang tidak mempengaruhi laba fiskal.

### **METODE PENELITIAN**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wajib pajak yang ada di Kecamatan Depok Kabupaten Sleman Yogyakarta. Adapun pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Convenience Sampling* yaitu pengumpulan informasi dari anggota populasi yang dengan senang hati bersedia memberikan informasi dan untuk memperoleh sejumlah informasi dasar secara cepat dan efisien (Sekaran, 2006).

### Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini adalah :

**Pelayanan adalah** suatu kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seorang dengan orang lain atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan pelanggan. Pelayanan merupakan cara atau aktivitas yang dilakukan oleh aparat pajak atau fiskus dalam rangka memberikan kenyamanan kepada wajib pajak untuk meningkatkan kesadaran membayar pajak (Danang, 2013).

Variabel Kualitas Pelayanan (X2) menggunakan 5 indikator:

- Penyampaian SPPT oleh petugas tepat waktu
- Mekanisme pembayaran pajak bumi dan bangunan yang mudah
- Pelayanan petugas yang ramah
- Fasilitas pendukung dalam pelayanan saat pembayaran pajak bumi dan bangunan
- Tanggapan petugas atas keluhan dan kesulitan yang dialami oleh wajib pajak

### Variabel dependen

**Kepatuhan Wajib Pajak adalah** wajib pajak yang taat dan memenuhi serta melaksanakan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan perpajakan yang berlaku (Juwanti, 2017).

Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini menggunakan 5 indikator:

- Pemahaman tentang peraturan Pajak Bumi dan Bangunan saat ini
- Kesesuaian jumlah pajak yang dibayarkan
- Ketepatan waktu pembayaran pajak
- Pembuatan sertifikat atas objek pajak yang dimiliki
- Tidak memiliki tunggakan pajak

### Pengujian Validitas dan Reabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran yang digunakan tetap konsisten, pengujian dilakukan dengan menghitung *Cronbach Alpha* dengan indikator suatu instrumen dikatakan reliabel apabila memiliki *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,5 (Hair *et al.*, 1998). Adapun hasil pengujian reliabilitas untuk seluruh variable dalam penelitian ini adalah reliabel dengan *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6.

Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui seberapa baik instrumen penelitian mampu mengukur konsep yang seharusnya diukur. Pengujian ini dilakukan menggunakan matriks korelasi antar instrumen dengan indikator suatu instrumen dikatakan valid apabila masing-masing kurang dari tingkat signifikansi 0,05 (Hair *et al.*, 1998). Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh pertanyaan dalam variabel penelitian ini adalah valid.

### Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menemukan bukti secara empiris apakah variabel-variabel independen dalam penelitian ini, yaitu pengetahuan perpajakan, kualitas pelayanan, sanksi pajak mempengaruhi variabel dependen kepatuhan wajib pajak. Adapun hasil pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Hasil Uji Hipotesis

Variabel	t	Sig.
Kualitas Pelayanan	1.879	0.063

## **ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

### **Hipotesis**

H<sub>1</sub> : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Berdasar tabel 5.3 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi dari pengujian variabel kualitas pelayanan menunjukkan  $0.063 > 0.05$ . Artinya Hipotesis 2 **ditolak**. Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Kualitas pelayanan bagi masyarakat saat ini semakin baik. Standar pelayanan yang ditetapkan oleh pemerintah tinggi sehingga masyarakat sudah terbiasa memperoleh pelayanan yang cukup baik.

## **KESIMPULAN**

Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak

## **DAFTAR PUSTAKA**

- 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.
- Gil, D.N 2009. *Management Information System and Strategic Performances: The Role of Top Team Composition*. International Journal of Information Management. 29, 104-110.
- Gujarati, D. N. 1995. *Basic Econometrics*, McGraw-Hill Higher Education.
- Handayani. (2012). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kemauan Membayar Pajak Wajib Pajak Orang Pribadi yang Melakukan Pekerjaan Bebas*. Jurnal Universitas Sudirman.
- Hidayanti, S.D. (2011). *Pelimpahan Pajak Bumi dan Bangunan Sektor Pedesaan dan Perkotaan (PBB P-2) dan Bea Perolehan Hak Atas Tanah (BPHTB) menjadi pajak daerah , antara peluang dan tantangan*. Jurnal WIGA, 0908-0944.
- Jati.I.G. (2016). *Pengaruh Sikap, Kesadaran Wajib Pajak dan Pengetahuan Perpajakan pada Kepatuhan Membayar Pajak Bumi dan Bangunan*. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, 1510-1535.
- Jogiyanto, H. 2011. *Pedoman Survei Kuesioner: Pengembangan Kuesioner, Mengatasi Bias dan Meningkatkan Respon*, BPFE, UGM.
- Nurfauzi, Agus. 2016. *Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak dalam Membayar Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaaan dan Perkotaan di Kecamatan Wanasari Kabupaten Brebes*. Skripsi. Universitas Negeri Semarang.
- PMK No 235/KMK.03/2003 tentang Kriteria Pengusaha Pajak Patuh.
- Suyono, N.A (2006). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Membayar Pajak di Kantor Pelayanan Pajak Wonosobo*. Jurnal PPKM I, 1-10.
- Undang-Undang No.28 tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan
- Yusnidar, et. All. (2015). *Pengaruh Faktor-faktor yang Mempengaruhi kepatuhan Wajib Pajak dalam Melakukan Pembayaran Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan*. Jurnal Perpajakan, 1-10.

## **IDENTIFIKASI KENDALA DALAM USAHA PENGEMBANGAN UMKM**

**(STUDI PADA UKM DI DUSUN KEPUH KULON, KECAMATAN BANGUNTAPAN,  
BANTUL, YOGYAKARTA)**

**AYN Warsiki<sup>1</sup>, Dwi Hari Laksana<sup>2</sup>, Oliver Samuel Simanjuntak<sup>3</sup>**

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

<sup>3</sup>Fakultas Teknologi Industri, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

E-mail: [kiki\\_upn@yahoo.co.id](mailto:kiki_upn@yahoo.co.id) ; [harilaksana@gmail.com](mailto:harilaksana@gmail.com) ; [oliversimanjuntak@yahoo.com](mailto:oliversimanjuntak@yahoo.com)

### **ABSTRACT**

*Identification of constraints in the development of MSMEs is to find out what problems exist in the field so that an assessment can be conducted which can later be followed up on the findings. Constraints in the development of MSMEs in Kepuh Kulon Hamlet include the absence of technological touch in the production process of chips, limited human resources, not having the ability to use information technology, the management system that is applied is still very simple, the processed packaging products are still manual and simple, and lack of knowledge of the benefits of branding. The effort in developing MSMEs is the provision of coaching and training, the establishment of SME cooperatives, the development of human resource competencies (HR), and the improvement of knowledge about branding. The basic research method used in this study is descriptive analytical method, with 30 people as the sample of the study of each UMKM actor in Kepuh Kulon Hamlet.*

**Keywords:** *UMKM, Business Constraints, Internal Potential.*

### **PENDAHULUAN**

Keberadaan UMKM tidak dapat dihapuskan ataupun dihindarkan dari masyarakat bangsa saat ini. Karena keberadaannya sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat. Selain itu juga mampu menciptakan kreatifitas yang sejalan dengan usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan unsur-unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat. Pada sisi lain, UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam skala yang besar mengingat jumlah penduduk Indonesia yang besar sehingga hal ini dapat mengurangi tingkat pengangguran. Dari sinilah terlihat bahwa keberadaan UMKM yang bersifat padat karya, menggunakan teknologi yang sederhana dan mudah dipahami mampu menjadi sebuah wadah bagi masyarakat untuk bekerja ([www.smecda.com](http://www.smecda.com)) dalam Anggraeni, dkk (2013).

Adanya program pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sangat bermanfaat bagi masyarakat. Pembangunan suatu daerah tidak lepas dari program pemerintah daerah dalam mengelola potensi daerahnya. Pengolahan sumber daya secara optimal dengan cara yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan masyarakat dalam mencapai kesejahteraan secara menyeluruh dan berkelanjutan akan mewujudkan peningkatan ekonomi masyarakat.

Peningkatan perekonomian masyarakat merupakan salah satu kebijakan Pemerintah Bantul untuk mengentaskan kemiskinan dalam rangka mencapai visi pembangunan Kabupaten Bantul, untuk itu masyarakat dituntut supaya dapat lebih berkembang dan lebih kreatif dalam mengembangkan *skill* dan memanfaatkan potensi yang ada. Salah satu usaha yang sedang digalakan oleh pemerintah Kabupaten Bantul adalah pembuatan sentra industri kecil atau UKM di setiap kecamatan di Kabupaten Bantul. Sasaran pembangunan dalam mengembangkan UKM di Kabupaten Bantul antara lain meningkatnya kinerja, produktivitas usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), meningkatnya akses kelembagaan keuangan dan permodalan pada UMKM/Industri Kecil dan Menengah (IKM), meningkatnya sumber daya manusia (SDM) pengelola koperasi UMKM/IKM, meningkatnya kualitas dan partisipasi masyarakat dalam pengembangan UKM, serta terwujudnya masyarakat yang berjiwa wirausaha (entrepreneur) tinggi dan mampu mengembangkan potensi dan sumber daya yang ada (RPJMD Kab. Bantul, 2016).

Pentingnya UKM sebagai salah satu sumber pertumbuhan kesempatan kerja di Indonesia tidak hanya tercerminkan pada kondisi statis, yakni jumlah orang yang bekerja di kelompok usaha tersebut yang jauh lebih banyak daripada yang diserap industri besar, tetapi juga dapat dilihat pada kondisi dinamis, yakni laju kenaikannya setiap tahun yang lebih tinggi daripada industri besar. Realitas yang ada saat ini, seringkali usaha kecil ketika akan mengembangkan unit usahanya, selalu terbatas dengan berbagai kendala, karena usaha level kecil tidak melibatkan banyak tenaga professional dalam operasionalnya. Seringkali semboyan yang diusung adalah kekerabatan, niat dan tekad (Kumalasari, 2017).

Salah satu kawasan bagi industri kecil dan sederhana telah diwujudkan di Dusun Kepuh Kulon, Kecamatan Banguntapan, Kabupaten Bantul. Kawasan ini adalah salah satu tempat yang strategis untuk membangun industri kecil. Dusun Kepuh Kulon, Wirokerten, Kecamatan Banguntapan selama ini dikenal sebagai salah satu sentra industri kecil emping melinjo di Kabupaten Bantul, Yogyakarta. Hal tersebut menjadikan Dusun Kepuh Kulon beberapa kali ditunjuk sebagai perwakilan daerah yang memiliki masyarakat yang produktif, baik di tingkat desa hingga skala nasional. Namun ternyata di dusun Kepuh kulon tidak hanya terdapat sentra industri emping mlinjo saja namun juga memiliki beberapa golongan industri kecil dan rumah tangga. Seperti pembuatan batu bata, penggilingan padi dan sebagainya.

Dusun Kepuhkulon, Kecamatan Banguntapan sebagai salah satu sentra industri di Kabupaten Bantul, namun permasalahannya masih kurang permodalan yang dimiliki, belum adanya sentuhan teknologi dalam proses produksinya, terutama pada proses sangrai emping melinjo dengan cepat, pembuatan laporan keuangan yang diterapkan masih sangat sederhana, sehingga keuntungan maupun kerugian tidak dapat terdeteksi dengan baik, belum memiliki kemampuan penggunaan teknologi informasi yang dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran.

Berdasarkan permasalahan tersebut menunjukkan pentingnya peran pemerintah daerah agar UMKM dapat tumbuh dan berkembang dengan baik. Dengan adanya UMKM dapat mendorong pertumbuhan daerah kearah positif, tidak hanya dari sektor UMKM saja yang dikenal oleh masyarakat luas tetapi sektor pariwisata sebagai potensi daerah juga akan dikenal dan berpengaruh positif pada peningkatan perekonomian masyarakat dalam mencapai kesejahteraan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisa kendala dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Dusun Kepuh Kulon, Kecamatan Banguntapan, Kabupaten Bantul.

## **TINJAUAN LITERATUR**

### **Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM)**

Pada UU No 20 Tahun 2008 Bab I pasal 1 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), maka yang dimaksud dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah:

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Berdasarkan definisi dari pengertian diatas, maka kesimpulan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang memenuhi kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah sebagaimana diatur dalam Undang-Undang.

Kriteria dalam membedakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menurut UU No 20 Tahun 2008 Bab IV pasal 6 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yaitu:

1. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:
  - a. memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
  - b. memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
2. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:
  - a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
  - b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
3. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:
  - a. memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
  - b. memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Menurut UU No 20 Tahun 2008 Bab II pasal 3 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan. Pada Bab VI pasal 16 disebutkan bahwa Pemerintah dan Pemerintah Daerah memfasilitasi pengembangan usaha dalam bidang: a. produksi dan pengolahan; b. pemasaran; c. sumber daya manusia; dan d. desain dan teknologi. Penjelasan mengenai pengembangan usaha diatur dalam UU No 20 Tahun 2008 Bab VI tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), dimana:

1. Pasal 17, Pengembangan dalam bidang produksi dan pengolahan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16 ayat (1) huruf a dilakukan dengan cara:
  - a. meningkatkan teknik produksi dan pengolahan serta kemampuan manajemen bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah;
  - b. memberikan kemudahan dalam pengadaan sarana dan prasarana, produksi dan pengolahan, bahan baku, bahan penolong, dan kemasan bagi produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah;
  - c. mendorong penerapan standarisasi dalam proses produksi dan pengolahan; dan
  - d. meningkatkan kemampuan rancang bangun dan perekayasaan bagi Usaha Menengah.
2. Pasal 18, Pengembangan dalam bidang pemasaran, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16 ayat (1) huruf b dilakukan dengan cara:
  - a. melaksanakan penelitian dan pengkajian pemasaran;
  - b. menyebarluaskan informasi pasar;
  - c. meningkatkan kemampuan manajemen dan teknik pemasaran;
  - d. menyediakan sarana pemasaran yang meliputi penyelenggaraan uji coba pasar, lembaga pemasaran, penyediaan rumah dagang, dan promosi Usaha Mikro dan Kecil;
  - e. memberikan dukungan promosi produk, jaringan pemasaran, dan distribusi; dan
  - f. menyediakan tenaga konsultan profesional dalam bidang pemasaran.
3. Pasal 19, Pengembangan dalam bidang sumber daya manusia sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16 ayat (1) huruf c dilakukan dengan cara:
  - a. memasyarakatkan dan membudayakan kewirausahaan;
  - b. meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial; dan
  - c. membentuk dan mengembangkan lembaga pendidikan dan pelatihan untuk melakukan pendidikan, pelatihan, penyuluhan, motivasi dan kreativitas bisnis, dan penciptaan wirausaha baru.
4. Pasal 20, Pengembangan dalam bidang desain dan teknologi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16 ayat (1) huruf d dilakukan dengan:
  - a. meningkatkan kemampuan di bidang desain dan teknologi serta pengendalian mutu;
  - b. meningkatkan kerjasama dan alih teknologi;
  - c. meningkatkan kemampuan Usaha Kecil dan Menengah di bidang penelitian untuk mengembangkan desain dan teknologi baru;
  - d. memberikan insentif kepada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang mengembangkan teknologi dan melestarikan lingkungan hidup; dan
  - e. mendorong Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah untuk memperoleh sertifikat hak atas kekayaan intelektual.

### **Kendala Usaha**

Kelemahan-kelemahan UMKM tercermin pada kendala-kendala yang dihadapi oleh usaha tersebut. Kendala yang umumnya dialami oleh UMKM 12 adalah adanya keterbatasan modal, kesulitan dalam pemasaran dan penyediaan bahan baku, pengetahuan yang minim tentang dunia bisnis, keterbatasan penguasaan teknologi, kualitas SDM (pendidikan formal) yang rendah, manajemen keuangan yang belum baik, tidak adanya pembagian tugas yang jelas, serta sering mengandalkan anggota keluarga sebagai pekerja tidak dibayar (Tambunan, 2002).

Permasalahan yang dimiliki Usaha Kecil Menengah menurut Tambunan (2002) adalah :

1. Kesulitan pemasaran  
Hasil dari studi lintas Negara yang dilakukan oleh James dan Akarasanee (1988) di sejumlah Negara ASEAN menyimpulkan salah satu aspek yang terkait dengan masalah pemasaran yang umum dihadapi oleh pengusaha UKM adalah tekanan-tekanan persaingan, baik dipasar domestik dari produk-produk yang serupa buatan pengusaha-pengusaha besar dan impor, maupun dipasar ekspor.
2. Keterbatasan financial  
UKM di Indonesia menghadapi dua masalah utama dalam aspek finansial antara lain: modal (baik modal awal maupun modal kerja) dan finansial jangka panjang untuk investasi yang sangat diperlukan untuk pertumbuhan output jangka panjang.
3. Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM)  
Keterbatasan sumber daya manusia juga merupakan salah satu kendala serius bagi UKM di Indonesia, terutama dalam aspek-aspek kewirausahaan, manajemen, teknik produksi, pengembangan produk, control kualitas, akuntansi, mesin-mesin, organisasi, pemrosesan data, teknik pemasaran, dan penelitian pasar. Semua keahlian tersebut sangat diperlukan untuk mempertahankan atau memperbaiki kualitas produk, meningkatkan efisiensi dan produktifitas dalam produksi, memperluas pangsa pasar dan menembus pasar baru.
4. Masalah bahan baku  
Keterbatasan bahan baku dan input-input lain juga sering menjadi salah satu masalah serius bagi pertumbuhan output atau kelangsungan produksi bagi UKM di Indonesia. Terutama selama masa krisis, banyak sentra-sentra Usaha Kecil dan Menengah seperti sepatu dan produk-produk textile mengalami kesulitan mendapatkan bahan baku atau input lain karena harganya dalam rupiah menjadi sangat mahal akibat depresiasi nilai tukar terhadap dolar AS.
5. Keterbatasan teknologi  
Berbeda dengan Negara-negara maju, UKM di Indonesia umumnya masih menggunakan teknologi tradisonal dalam bentuk mesin-mesin tua atau alatalat produksi yang sifatnya manual. Keterbelakangan teknologi ini tidak hanya membuat rendahnya jumlah produksi dan efisiensi di dalam proses produksi, tetapi juga rendahnya kualitas produk yang dibuat serta kesanggupan bagi UKM di Indonesia untuk dapat bersaing di pasar global. Keterbatasan teknologi disebabkan oleh banyak faktor seperti keterbatasan modal investasi untuk membeli mesin-mesin baru, keterbatasan informasi mengenai perkembangan teknologi, dan keterbatasan sumber daya manusia yang dapat mengoperasikan mesin-mesin baru.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode diskriptif analitik yang pengambilan datanya dengan menggunakan kuisioner dengan teknik wawancara, observasi, dan *Focus Group Discussion* terhadap responden. Dengan 30 orang sebagai sampel penelitian dari masing masing pelaku UMKM di Dusun Kepuh Kulon.

## **HASIL**

Banyaknya industri baik kecil maupun yang berada di Kepuh Kulon dapat dipetakan berdasarkan kelompok jenis industri. Masing-masing jenis industri di Kepuh Kulon memiliki kondisi dan sebaran yang berbeda-beda Pembuatan emping mlinjo usaha yang paling banyak di Kepuh Kulon yang mengelompok membentuk pola *cluster*, terdapat juga usaha emping telo/singkong yang berdekatan, selain itu ada usaha perak dan bordir di daerah yang tidak berdekatan dengan usaha empung mlinjo, selain itu juga ada aneka kue dan aneka tepung ubi-ubian. Industri penggilingan padi tersebar di Kepuh Kulon bagian tengah. Beberapa kebutuhan dalam upaya peningkatan kapasitas usaha gunungpati diantaranya adalah pelatihan pencatatan administrasi, pelatihan penulisan laporan keuangan, inovasi alat produksi, pelatihan teknik pengemasan, pelatihan teknik pemasaran, modal usaha, kemudahan memperoleh bahan baku, pelatihan inovasi produk, dan pengelolaan limbah produksi.

Berikut ini akan dibahas mengenai kinerja profil industri menurut jenis industri di Kepuh Kulon.

### **1. Emping Mlinjo**

Dari banyaknya industri yang ada di Kepuh Kulon, mayoritas adalah usaha indutri emping mlinjo, terdapat 30 usaha industri pembuatan emping mlinjo yang diharapkan produksi emping mlinjoini ini memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Aspek pembukuan baik administrasi maupun keuangan tidak dilakukan. Selama ini mereka tidak pernah mencatat biaya produksi yang dikeluarkan, penghasilan dan produktivitas mereka dalam pembuatan emping. Hal tersebut dikarenakan pengetahuan mereka yang minim mengenai pembukuan. Dalam hal produksi, bahan baku yang digunakan dalam proses produksi diambil dari daerah sekitar Kepuh Kulon sendiri. Namun mereka mengaku hampir semuanya pernah terkendala masalah bahan baku, baik dari ketersediaannya maupun harganya yang fluktuatif. Peralatan yang mereka gunakan untuk produksi juga peralatan yang tergolong sederhana.

Dalam pembuatan emping mlinjo mereka hanya menggunakan peralatan manual sederhana kurang maksimal. Tenaga yang digunakan dalam prodes produksi rata-rata adalah kurang dari lima orang dan semuanya berasal dari daerah Kepuh Kulon. Mayoritas permasalahannya masih kurang permodalan yang dimiliki, belum adanya sentuhan teknologi dalam proses produksinya, terutama pada proses sangrai emping melinjo dengan cepat, sistem manajemen yang diterapkan masih sangat sederhana, sehingga keuntungan maupun kerugian tidak dapat terdeteksi dengan baik, belum memiliki kemampuan penggunaan teknologi informasi yang dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran.

Secara tradisi, masyarakat Kepuh Kulon mewarisi keahlian memproduksi emping melinjo dari orang tua mereka terdahulu. Hingga saat ini, hampir semua masih mempertahankan tradisi tersebut sebagai pelaku usaha emping mlinjo, namun tidak bisa dipungkiri bahwa masalah kaderisasi untuk generasi penerus usaha emping mlinjo memang bukan hal yang

mudah. Untuk pengemasan produk dilakukan dengan sederhana. Mereka belum mengenal teknik *labeling* dan pengemasan yang baik dan menarik. Dari segi pemasaran, teknik pemasaran yang mereka lakukan sederhana. Selama ini mereka belum pernah melakukan upaya-upaya promosi untuk memasarkan produk mereka. Mereka melakukan promosinya hanya dari mulut ke mulut.

2. Emping Telo/Singkong

Hanya ada satu usaha industri pembuatan emping singkong dan diharapkan produksi emping singkong ini juga memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Hampir sama dengan emping mlinjo, aspek pembukuan baik administrasi maupun keuangan tidak dilakukan. Selama ini mereka tidak pernah mencatat biaya produksi yang dikeluarkan, penghasilan dan produktivitas mereka dalam pembuatan emping telo. Hal tersebut dikarenakan pengetahuan mereka yang minim mengenai pembukuan. Dalam hal produksi, bahan baku yang digunakan dalam proses produksi diambil dari daerah sekitar Kepuh Kulon sendiri, juga pernah terkendala masalah bahan baku, baik dari ketersediaannya maupun harganya yang fluktuatif. Peralatan yang mereka gunakan untuk produksi juga peralatan yang tergolong sederhana. Dalam pembuatan emping singkong mereka hanya menggunakan peralatan manual sederhana kurang maksimal. Untuk pengemasan produk dilakukan dengan sederhana. Mereka belum mengenal teknik *labeling* dan pengemasan yang baik dan menarik. Dari segi pemasaran, teknik pemasaran yang mereka lakukan juga sederhana.

3. Penggilingan Padi

Di Kepuh Kulon terdapat dua usaha penggilingan padi. Adanya lahan pertanian yang tidak luas juga menyebabkan adanya produksi padi di Kepuh Kulon. Kondisi ini mendorong munculnya usaha penggilingan padi oleh masyarakat setempat.

Jika dilihat dari sebarannya, lokasi industri penggilingan padi tersebar di Kepuh Kulon bagian tengah. Adanya dua penggilingan padi ini memudahkan petani padi setempat dalam mengolah hasil produksinya.

Dilihat dari aspek pembukuannya, dari lima usaha penggilingan padi yang ada, hanya ada dua yang melakukan pencatatan pembukuan baik administrasi maupun keuangan. Namun, adanya pembukuan tersebut juga belum seluruhnya memenuhi standar pencatatan yang baik. Hal tersebut terjadi karena kurangnya pengetahuan pengusaha mengenai pentingnya dan bagaimana pembukuan yang baik.

Dari aspek produksi, omset usaha dari industri ini cukuplah besar. Mayoritas omset usaha dari dua usaha penggilingan padi ini adalah mencapai lima juta sampai 15 juta per bulan. Hal tersebut menunjukkan bahwa usaha ini adalah usaha cukup potensial untuk tetap dipertahankan. Peralatan yang digunakan dalam usaha ini juga sudah tergolong cukup modern karena sudah menggunakan mesin penggilingan padi. Tenaga kerja sekitar enam orang yang mayoritas berasal dari Kepuh Kulon juga. Untuk pemasaran jenis usaha ini tidaklah sulit. Mereka tidak perlu melakukan promosi, karena setiap petani yang memproduksi padi pasti datang sendiri untuk menggilingkan padinya di sini. Jadi pengusaha tidak perlu bekerja keras untuk pemasarannya

4. Bata Merah

Usaha pembuatan bata merah terdapat 15 usaha di Kepuh Kulon. Adanya tanah liat yang berada di wilayah ini, menyebabkan usaha pembuatan bata merah ini ada berdiri di Kepuh Kulon. Dari hasil penelitian diketahui usaha pembuatan bata merah hampir semuanya belum

memiliki catatan pembukuan baik administrasi maupun keuangan. Omset usaha rata-rata adalah satu sampai lima juta per bulan. Peralatan yang digunakan dalam proses produksi juga masih sederhana. Untuk pengeringan, mereka masih mengandalkan adanya sinar matahari. Sehingga pada musim penghujan hasil produksi bata merah akan cenderung turun banyak. Teknik penjualan, mereka hanya mengandalkan konsumen yang datang sendiri untuk membeli bata merah. Melihat fenomena tersebut sangat disayangkan jika usaha batu bata merah ini ternyata masih banyak keterbatasannya. Sehingga dalam hal ini perlu adanya peran dari pihak praktisi maupun akademis yang dapat membantu keberlangsungan usaha mereka.

5. Perak

Usaha industri pembuatan perak ada 8 usaha di Kepuh kulon, terkenal dengan 'emban akik' perak, karya tersebut memang berkualitas dan rapi dengan harga yang lebih murah dibanding dengan daerah lain, juga dengan biaya pembuatan sekitar 50 sampai dengan 95 ribu rupiah tergantung dari kerumitan bentuk dan bahan yang dipakai. Proses pembuatan akik perak memerlukan waktu 1-2 minggu. Selain emban akik juga banyak memproduksi cincin kawin.

Omset usaha rata-rata adalah lima sampai lima juta belas juta per bulan. Peralatan yang digunakan dalam proses produksi juga masih sederhana. Pentingnya peran pihak yang ahli design produk untuk memberikan pelatihan tentang inovasi desain perak sehingga lebih variatif. Teknik pemasaran yang mereka lakukan juga sederhana

6. Bordir

Terdapat empat usaha industri bordir di Kepuh Kulon. Bordir atau sulaman mayoritas berupa kain baju dan mekenya menggunakan benang dan motif tertentu. Penetapan harga dengan mempertimbangkan ukuran, motif, jenis benang, dan penggunaan solder. Peralatan border terhitung masih cukup minim, seperti penggaris, gunting, solder mesin border sederhana. Omset usaha rata-rata adalah lima sampai lima juta sampai lima belas juta per bulan. Tenaga yang digunakan dalam proses produksi rata-rata adalah kurang dari lima orang dan semuanya berasal dari daerah Kepuh Kulon. Belum melakukan aspek pembukuan baik administrasi maupun keuangan. Selama ini mereka belum pernah melakukan upaya promosi untuk memasarkan produk mereka. Mereka melakukan promosinya hanya dari mulut ke mulut.

7. Aneka Kue

Terdapat empat usaha industri Aneka Kue di Kepuh Kulon. Jenis kue yang diproduksi kue basah dan kering. Kue basah seperti lempeng, apem, risol, kue mangkok, kue beras, kue cucur. Kue kering seperti kue kuping gajah, untir-untir, kacang telur, nastar, astar, ampyang. Omset penjualan kue bekisar 200 ribu per hari atau lima sampai sepuluh juta sebulan. Tenaga yang digunakan dalam proses produksi rata-rata adalah kurang dari lima orang dan semuanya berasal dari daerah Kepuh Kulon. Belum melakukan aspek pembukuan baik administrasi maupun keuangan. Untuk pengemasan produk dilakukan dengan sederhana. Selama ini mereka belum pernah melakukan upaya promosi untuk memasarkan produk mereka. Mereka melakukan promosinya hanya dari mulut ke mulut.

8. Aneka Tepung Ubi-ubi an

Terdapat satu usaha industri Aneka Tepung Ubi-ubian di Kepuh Kulon. Aneka Tepung bermacam-macam Ubi berupa tepung ubi ungu, tepung ubi jalar, tepung ubi singkong, tepung wortel, tepung waluh, tepung garut, tepung suwek, tepung bengkoang, tepung kulit pisang, pokoknya apa saja yang bisa dibuat tepung disitu diproduksi, serta memproduksi

bahan baku yang dapat dijadikan tepung. Peralatan yang digunakan untuk produksi juga peralatan yang tergolong sederhana. Dalam hal produksi, bahan baku yang digunakan dalam proses produksi diambil dari daerah sekitar Kepuh Kulon sendiri juga dari luar daerah Kepuh Kulon yang relative mudah diperoleh.. Peralatan yang mereka gunakan untuk produksi juga peralatan yang tergolong sederhana. Dalam pembuatan tepung mereka hanya menggunakan peralatan manual sederhana kurang maksimal. Omset penjualan bekisar lima sampai sepuluh juta sebulan. Untuk pengemasan produk dilakukan dengan sederhana. Mereka belum mengenal teknik labeling dan pengemasan yang baik dan menarik. Dari segi pemasaran, teknik pemasaran yang mereka lakukan juga sederhana.

9. Usaha Jahit

Terdapat 10 usaha industri Jahit di Kepuh Kulon. Produksi rumah jahit di Kepuh Kulon memperhatikan kualitas jahitan dimana yang menjadi keunggulan utama untuk memproduksi pakaian adalah dari kerapihan jahit dan rancangan model pakaian. Mesin jahit yang digunakan masih sederhana tradisional. Tenaga yang digunakan dalam proses produksi rata-rata adalah kurang dari lima orang dan semuanya berasal dari daerah Kepuh Kulon. Omset penjualan bekisar lima sampai sepuluh juta sebulan. Belum melakukan aspek pembukuan baik administrasi maupun keuangan. Teknik pemasaran sederhana dan melakukan promosinya hanya dari mulut ke mulut.

## **PEMBAHASAN**

### **Kendala dalam Usaha Pembangunan UMKM**

1. **Belum Adanya Sentuhan Teknologi Dalam Proses Produksi Emping**

Dalam proses pembuatan emping melinjo alat yang digunakan masih menggunakan tenaga manusia. Dengan menggunakan wajan dan pasir untuk proses sangrai biji melinjo, batu sebagai alat pengupas kulit biji melinjo, dan alat penumbuk sebagai alat pemipih biji melinjo. Membutuhkan proses yang panjang untuk membuat beberapa keping melinjo. Tentu hal ini berpengaruh pada hasil produksi emping melinjo tersebut.

2. **Keterbatasan Sumber Daya Manusia**

Sumber daya manusia adalah hal terpenting dalam menjalankan usaha. Sebagian besar UMKM yang ada di Dusun Kepuh Kulon adalah warisan atau berasal dari turun temurun. Ilmu atau teknik yang digunakan akan sama seperti generasi sebelumnya, sehingga daya kreatif dan inovasi kurang bisa dikembangkan, hal itu juga akan berpengaruh terhadap kompetensi daya saing generasi penerusnya.

3. **Belum Memiliki Kemampuan Penggunaan Teknologi Informasi**

Masih kurangnya pemuda dalam keikutsertaan pengembangan UMKM di Kepuh Kulon ini juga berdampak pada penggunaan teknologi informasi yang masih kurang. Di era digital seperti sekarang sudah banyak pemanfaatan teknologi sebagai media pemasaran produk sehingga mudah dikenal oleh masyarakat luas. Namun media pemasaran di Dusun Kepuh Kulon ini masih secara manual yaitu dengan promosi dari mulut ke mulut. Sehingga kurang optimalnya penjualan dari hasil UMKM di Dusun Kepuh Kulon ini.

4. **Sistem Manajemen Yang Diterapkan Masih Sangat Sederhana**

Sistem manajemen dalam menjalankan UMKM di Dusun Kepuh Kulon masih sangat sederhana. Mulai dari laporan keuangan yang masih belum terperinci karena kebanyakan

menggunakan modal sendiri, sehingga tidak diketahui usaha yang dilakukan mendapat untung atau rugi. Dengan sistem administrasi yang tidak tertib, maka pelaku usaha akan susah untuk melakukan *review* dan melakukan perbaikan-perbaikan dalam mengembangkan usahanya.

**5. Teknik Pengemasan Produk Hasil Olahan Yang Masih Manual Dan Sederhana**

Pengemasan akan berpengaruh pada menarik atau tidaknya suatu produk untuk bersaing dengan produk lain yang serupa. Hasil pengemasan yang masih manual juga akan pada nilai jual suatu produk. Pengemasan produk hasil olahan di Dusun Kepuh Kulon ini masih menggunakan plastik bening polos.

**6. Kurangnya Pengetahuan Manfaat *Branding***

*Branding* termasuk dalam media pengenalan kepada masyarakat luas dan lebih mudah untuk diidentifikasi. Di Dusun Kepuh Kulon ini, seperti UMKM emping melinjo sudah melakukan pendaftaran akan merek yaitu Wira Kusuma, tetapi sayangnya merek tersebut belum digunakan secara optimal.

**Usaha Pengembangan UMKM**

**1. Pengadaan Pembinaan dan Pelatihan**

Pembinaan dan pelatihan yang telah dilakukan oleh tim peneliti mengenai motivasi wirausaha, hal-hal yang mendasari usaha, proses kewirausahaan, dan administrasi usaha termasuk dalam pelaporan keuangan. Sehingga diharapkan dengan dilakukan pembinaan dan pelatihan ini, pelaku usaha memiliki daya saing akan produk yang dihasilkan.

**2. Pembentukan Koperasi UKM**

Sebagian besar pelaku usaha memulai usahanya dengan modal sendiri. Sehingga perputaran masih terbatas ditambah dengan administrasi yang belum rapi. Dengan adanya koperasi UKM ini diharapkan perputaran produksi lebih luas karena modal pelaku usaha lebih banyak serta bunga pinjaman lebih ringan bagi pelaku usaha.

**3. Pengembangan Kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM)**

Pengembangan kompetensi sumber daya manusia sangat penting dilakukan oleh pelaku usaha dalam pengembangan usahanya. SDM berkaitan dengan sistem manajemen yang diterapkan dalam usaha, peningkatan produksi dengan kreatifitas dan inovasi, serta memiliki daya saing produk sehingga tidak perlu khawatir akan keberlangsungan usaha yang dijalankan.

**4. Peningkatan Pengetahuan Tentang *Branding***

Dengan adanya *branding* berarti produk yang kita produksi telah diakui oleh masyarakat. Melalui pelatihan pengetahuan tentang *branding*, dimana ilmu dan keterampilan tentang *branding* telah didapatkan diharapkan masyarakat pelaku UMKM di Dusun Kepuh Kulon dapat mengoptimalkan *brand* yang telah didaftarkan, sehingga konsumen lebih mengenal akan produk yang telah dihasilkan.

**KESIMPULAN**

Pembentukan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu program yang sedang digalakkan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul salah satunya di Dusun Kepuh Kulon, Kecamatan Banguntapan. Kurang lebih ada 9 UMKM yang terbentuk di dusun

tersebut, namun dalam prosesnya masih banyak kendala-kendala dalam pengembangan usaha tersebut. Kendala dalam pengembangan UMKM di Dusun Kepuh Kulon antara lain: 1) Belum Adanya Sentuhan Teknologi Dalam Proses Produksi Emping; 2) Keterbatasan Sumber Daya Manusia; 3) Belum Memiliki Kemampuan Penggunaan Teknologi Informasi; 4) Sistem Manajemen Yang Diterapkan Masih Sangat Sederhana; 5) Teknik Pengemasan Produk Hasil Olahan Yang Masih Manual Dan Sederhana; dan 6) Kurangnya Pengetahuan Manfaat *Branding*. Adapun usaha dalam pengembangan UMKM yaitu 1) Pengadaan Pembinaan dan Pelatihan; 2) Pembentukan Koperasi UKM; 3) Pengembangan Kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM); 4) Peningkatan Pengetahuan Tentang *Branding*.

Berdasarkan data yang telah diperoleh di lapangan, menurut peneliti UMKM yang terdapat di Dusun Kepuh Kulon, Kecamatan Banguntapan, Kabupaten Bantul masih belum sepenuhnya berkembang dengan baik dan masih membutuhkan bantuan akan modal, pembinaan, serta pelatihan dalam meningkatkan produktifitas UMKM kearah yang positif.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Anggraeni, Feni Dwi, dkk. 2013. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal (Studi Kasus Pada Kelompok Usaha “Emping Jagung” Di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*. 1 (6): 1286-1295.
- Kumalasari, Luluk Dwi. 2017. Problem UKM Dalam Pengembangan Usaha: Studi Pada UKM di Desa Mulyoarjo Lawang Malang. *Jurnal Sospol*. 3 (1): 58-77.
- Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kabupaten Bantul 2016-2021.
- Tambunan, Tulus. 2002. *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia dan Beberapa Isu Penting*. Jakarta : Salemba Empat.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

## **STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA BERBASIS IT DI DESA MANGUNAN KECAMATAN DLINGO KABUPATEN BANTUL YOGYAKARTA**

**Sri Harjanti, Tri Mardiana, Hafsa**

E-mail: [Harjanti74@yahoo.com](mailto:Harjanti74@yahoo.com); [triana\\_upn@yahoo.com.sg](mailto:triana_upn@yahoo.com.sg) [Hafsahotha@upnyk.ac.id](mailto:Hafsahotha@upnyk.ac.id)

### **ABSTRACT**

*The research has a background open land that has the potentially to be developed and wants to advance. Supported by The Rip UPN “ Veteran ” Yogyakarta in the field of public governance which gives direction for the development of a tourism area development strategy program. Tourism development program in this study utilize IT system that are expected to support reseearch. In the first years, the research team map the potential of region so that tourism potential can be utilized optimally. This is in accordance with the long term goal of this research, which is to contribute to regional development according to thinking in the scientetific field of the research team, so that it can help develop rural tourism, improve the economy and people’s welfare and alleviate poverty.*

*This Cluster research designed into 3 stages, namely the first phase of tourism potential mapping, stage two of community empowerment in the use of IT, The third stage increased awareness of all elements of society, community leaders, government, tourism industry. The Method use in the first year is by description analysis, data collection with questionnaires, observation, interview and documentation. From the result of mapping the tourism potential in the first year, the result obtained in the village of mangunan have the potential 3 tourist villages namely the tourist Songgo Langit, kaki langit and Tapak Tilas Sultan Agung. And there are 10 tourism objects, namely Kebun Buah Mangunan, Hutan Pinus Asri, Seribu Batu Songgo Langit, Bukit Panguk, Watu Lawang, Goa Gajah, Jurang Tembelan, Sendang Mangunan, Bukit Mojo, and Watu Goyang.*

**Keywords:** *Mapping of Tourism potential, Development of IT based strategies, Mangunan Village.*

### **LATAR BELAKANG**

Salah satu kabupaten yang ada di DI. Yogyakarta yang memiliki potensi wisata yang besar adalah Kabupaten Bantul. Kabupaten Bantul memiliki kontur wilayah yang bermacam-macam, terdiri dari daerah dataran, daerah perbukitan serta daerah pantai. Di Kabupaten Bantul memiliki banyak Desa yang berpotensi besar dikembangkan sebagai tujuan wisata, Salah satu desa di Bantul tersebut adalah Desa Wisata Mangunan yang terletak di Desa Mangunan, Kecamatan Dlingo, Kabupaten Bantul. Lokasi ini berjarak sekitar 15 Km dari Kabupaten Bantul dan 35 Km dari pusat kota Yogyakarta. Desa Wisata Mangunan termasuk dalam kecamatan Dlingo, dimana kecamatan Dlingo berbatasan dengan Wonosari. Tingginya potensi wisata yang dimiliki oleh Kabupaten Bantul khususnya di desa Mangunan menjadikan dorongan bagi peneliti untuk melakukan penelitian dan pengembangannya. Didukung dengan adanya RIP UPN “Veteran” Yogyakarta dalam bidang tata kelola publik yang memberi arah bagi pengembangan

program strategi pengembangan wilayah wisata. Program pengembangan wisata dalam penelitian ini dengan memanfaatkan sistem IT yang diharapkan dapat mendukung daerah penelitian. Pengembangan wisata ini dimulai dengan mengadakan pemetaan potensi-potensi wisata di Kabupaten Bantul yang selanjutnya akan dipadukan dengan IT yang diharapkan dapat mempermudah masyarakat dalam mengakses informasi yang dihasilkan.

Di era *modern* seperti sekarang ini, masyarakat mudah dalam mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan melalui internet. Bahkan sistem-sistem di pemerintahan desa sudah mulai digalakkan pembuatan website-website daerah masing-masing. Dari website tersebut, pemerintah desa memperkenalkan potensi yang ada di daerahnya, salah satunya yaitu potensi wisata. Pada penelitian tahun pertama ini, peneliti berencana melakukan pemetaan potensi wisata. Diharapkan nantinya dari pemetaan tersebut dihasilkan informasi mengenai potensi wisata di desa Mangunan yang dapat dikembangkan. Permasalahannya adalah belum optimalnya penggunaan IT dalam pengembangan potensi wisata di desa Mangunan sehingga masyarakat masih memiliki pengetahuan yang terbatas mengenai potensi wisata yang dimilikinya.

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah bagaimana masyarakat dapat mengakses informasi mengenai potensi wisata di desa Mangunan dengan mudah yang telah terintegrasi dengan IT sehingga dapat mewujudkan tujuan Pemerintah Kabupaten Bantul. **Urgensi Klaster** ini adalah membangun kesadaran masyarakat bahwa pentingnya pengetahuan IT terutama dalam hal pengembangan potensi wisata daerah yang nantinya diharapkan dapat meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat.

Penelitian tahun pertama ini berkaitan dengan pemetaan wilayah wisata di desa Mangunan yang bertujuan untuk mengetahui potensi wilayah wisata yang nantinya dapat dikembangkan menjadi suatu wisata yang dimudahkan aksesnya dengan menggunakan IT. **Luaran** yang direncanakan dalam penelitian tahun pertama ini adalah pemetaan wilayah wisata sehingga peneliti mengetahui celah-celah mana saja yang dapat dikembangkan menjadi suatu wisata yang nantinya dapat memberikan sumbangan terhadap masyarakat demi meningkatnya perekonomian dan kesejahteraan masyarakat. Luaran selanjutnya adalah rekayasa sosial berupa modul pelatihan bagi masyarakat yang nantinya akan diaplikasikan menjadi suatu praktik pelatihan usaha maupun pelatihan wirausaha serta pengembangan terhadap lahan-lahan potensial. Hal ini sesuai dengan **tujuan jangka panjang penelitian ini** adalah memberi sumbangan untuk pembangunan daerah sesuai dengan pemikiran dalam khasanah ilmu tim peneliti sehingga diharapkan dapat meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat serta dapat mengentaskan kemiskinan. Oleh karena itu strategi pengembangan wilayah wisata berbasis IT di desa Mangunan ini sangat penting dilakukan. Luaran ini akan diwujudkan dalam presentasi seminar nasional, publikasi nasional, rekayasa sosial dalam mengembangkan potensi wisata, dan HKI.

Metode yang akan dilakukan dalam Klaster ini terbagi dalam lima tahap, yaitu **metode yang akan dipakai dalam tahap pertama** adalah pemetaan potensi wisata, membuat program strategi pengembangan wilayah wisata berbasis IT. **Metode yang akan dipakai dalam tahap kedua** adalah dengan pemberdayaan masyarakat. Dalam tahap ini dilakukan dengan pemberdayaan terhadap semua lapisan masyarakat dengan melibatkan pemerintah daerah. Pendampingan pemberdayaan masyarakat ini bertujuan untuk menyadarkan masyarakat bahwa sebenarnya tempat yang ditinggali memiliki potensi untuk dikembangkan yang nantinya dapat dimanfaatkan secara optimal yang diharapkan dapat berpengaruh positif terhadap perekonomian dan kesejahteraan masyarakat. **Metode yang akan dipakai dalam tahap ketiga** adalah model terbaik penerapan pengembangan pariwisata di desa Mangunan. Pada tahap ini, mulai masuk implementasi desain pengembangan wisata dengan web site untuk pengembangan wisata alam dan budaya yang berbasis IT.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

Tinjauan pustaka dalam penelitian ini terdiri dari empat sub bab yaitu sub bab pertama adalah *state of the art*. Sub bab kedua adalah strategi pengembangan wisata. Sub bab ketiga adalah perkembangan penggunaan IT pada tingkat pemerintah daerah.

### **State of The Art**

RIP UPN “Veteran” Yogyakarta dalam bidang tata kelola publik memberi arah bagi pengembangan program strategi pengembangan wilayah wisata. Hal ini sesuai dengan tujuan jangka panjang penelitian ini adalah memberi sumbangan pemikiran dalam khasanah ilmu pengembangan potensi wisata berbasis IT. Oleh karena itu penelitian strategi pengembangan wilayah wisata berbasis IT di desa Mangunan ini sangat penting dilakukan. Luasnya dataran di desa Mangunan yang terdapat perbukitan dan pantai menjadikan desa Mangunan menjadi salah satu daerah yang memiliki potensi wisata yang belum dimanfaatkan secara optimal.

Dalam hal membangun strategi pengembangan wisata Kussujaniatun, 2006 menyatakan bahwa sinergi semua pemangku kepentingan akan membentuk percepatan dalam membangun pengembangan wisata di suatu wilayah. Tentu hal tersebut menjadidi faktor penting bagi daerah dalam perkembangan potensinya. Ditambah dengan semakin majunya teknologi yang dapat digunakan salah satunya teknologi informasi. Pemerintah tentu menjadikan tujuan masyarakat di daerahnya dapat meningkatkan perekonomian dan kesejahteraannya, salah satunya dengan mengadakan pendampingan pendampingan yang biasanya diberikan kepercayaan kepada peneliti atau perguruan tinggi. Dengan adanya kerjasama antara pemerintah daerah dan peneliti, diharapkan masyarakat dapat secara mandiri meningkatkan kesejahteraan dan perekonomiannya, terutama dengan menggunakan teknologi informasi.

Kussujaniatun, 2009a dan 2009b menyatakan bahwa analisis strategi loyalitas sangat penting dilaksanakan. Strategi membangun loyalitas ini bisa dimulai melalui produk differensiasi. Dalam hal ini, wilayah desa Mangunan menjadi salah satu daerah yang memiliki potensi wisata alam yang terdiri dari perbukitan dan pantai, wisata budaya, wisata kerajinan, maupun desa wisata. Seperti sekarang, pemerintah desa Mangunan sedang bersemangat dalam melakukan pengembangan potensi wisata yaitu berupa wisata alam berupa hutan pinus yang dipadukan dengan kreativitas pembuatan spot-spot indah yang dapat mengundang wisatawan untuk datang. Indonesia memiliki banyak potensi dan sumber daya alam yang belum dikembangkan secara maksimal, termasuk didalamnya di sektor pariwisata. Untuk lebih memantapkan pertumbuhan sektor pariwisata dalam rangka mendukung pencapaian sasaran pembangunan, sehingga perlu diupayakan pengembangan produk-produk yang mempunyai keterkaitan dengan sektor pariwisata. Pengembangan kepariwisataan berkaitan erat dengan pelestarian nilai-nilai kepribadian dan pengembangan budaya bangsa, dengan memanfaatkan seluruh potensi keindahan dan kekayaan alam Indonesia. Pemanfaatan disini bukan berarti merubah secara total, tetapi lebih berarti mengelola, memanfaatkan dan melestarikan setiap potensi yang ada, dimana potensi tersebut dirangkaikan menjadi satu daya tarik wisata.

Dalam perkembangan ekonomi di Indonesia khususnya di bidang pariwisata tahun 2013 dilaksanakan dengan beberapa perencanaan pembangunan yaitu Objek dan daya tarik wisata, Prasarana wisata, Sarana wisata, Infrastruktur, Masyarakat/lingkungan. Yang pertama adalah Objek dan Daya Tarik Wisata. Daya tarik wisata yang juga disebut objek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Dalam kedudukannya yang sangat menentukan itu maka daya tarik wisata harus dirancang dan dibangun/dikelola secara profesional sehingga dapat menarik wisatawan untuk datang untuk datang. Membangun suatu objek wisata harus dirancang sedemikian rupa berdasarkan kriteria tertentu. Umumnya daya tarik suatu objek wisata berdasar pada: Adanya sumber daya yang dapat menimbulkan rasa senang, indah, nyaman dan bersih. Adanya aksesibilitas yang tinggi untuk dapat mengunjunginya. Adanya ciri khusus/spesifikasi yang bersifat langka. Dalam

perkembangan ekonomi di bidang pariwisata tahun 2013 memiliki daerah dan tujuan wisata berbagai objek dan daya tarik wisata akan mengundang kehadiran wisatawan.

Selain adanya potensi wisata, pengoptimalan sumber daya manusia juga harus dilakukan. Hal ini berkaitan dengan pemberdayaan masyarakat. Pemberdayaan Masyarakat Desa Menurut UU R.I Nomor 6 tahun 2014 Tentang Desa, disebutkan dalam BAB I Pasal 1 nomor 8 yang isinya, Pembangunan desa adalah upaya peningkatan kualitas hidup dan kehidupan untuk sebesar-besarnya kesejahteraan masyarakat Desa. Selanjutnya disebutkan pada nomor 12, Pemberdayaan Masyarakat Desa adalah upaya mengembangkan kemandirian dan kesejahteraan masyarakat dengan meningkatkan pengetahuan, sikap, keterampilan, perilaku, kemampuan, kesadaran, serta memanfaatkan sumberdaya melalui penetapan kebijakan, program, kegiatan, dan pendampingan yang sesuai dengan esensi masalah prioritas kebutuhan masyarakat Desa. Pemberdayaan masyarakat dilakukan dengan tujuan memberikan pendampingan terhadap masyarakat terkait dengan peningkatan kesejahteraan bagi masyarakat terutama dalam bidang ekonomi. Peningkatan sumber daya manusia dalam pendampingan pemberdayaan masyarakat diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat sehingga apabila diaplikasikan ke dalam suatu usaha dapat menghasilkan produk yang kreatif, inovatif, dan memiliki nilai jual yang tinggi. Sehingga ketika sumber daya manusia kita perbaiki dan terjadi peningkatan maka akan berdampak positif terhadap pengelolaan alam sekitarnya dalam artian sumber daya alam akan semakin tertata dan dalam penggunaan alam yang tepat guna.

### **Pengembangan Potensi Wisata Kabupaten Bantul**

Kabupaten Bantul bisa dikenal salah satunya karena obyek wisata yang dapat memikat para wisatawan. Obyek-obyek Kabupaten Bantul mempunyai potensi obyek wisata yang cukup besar, yang meliputi obyek wisata alam, wisata budaya/sejarah, pendidikan, taman hiburan dan sentra industri kerajinan. Dengan keanekaragaman potensi wisata tersebut diharapkan Kabupaten Bantul khususnya desa Mangunan dapat secara optimal mendukung pengembangan Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai daerah tujuan wisata utama di Indonesia, dimana pada tahun 1996 Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta menempati urutan ke-3 dalam hal kunjungan wisatawan mancanegara. Pengelolaan obyek wisata secara profesional akan mendorong tumbuh kembangnya industri pariwisata secara menyeluruh yang diharapkan dapat menggerakkan kegiatan perekonomian masyarakat, memperluas dan pemeratakan lapangan kerja dan kesempatan berusaha, meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat, mendukung perolehan Pendapatan Asli Daerah secara optimal, serta membawa citra daerah di mata masyarakat di luar Daerah Istimewa Yogyakarta. Untuk mengoptimalkan pengembangan obyek wisata di desa Mangunan daerah Bantul, telah ditempuh program diversifikasi (penganekaragaman) produk wisata. Selain itu juga ditingkatkannya promosi wisata baik domestik maupun mancanegara dengan tidak henti-hentinya. Sekda Bantul Riyantono, M, Si menjelaskan program pengembangan wisata di Bantul sudah dalam perencanaan, namun semua itu juga masih perlu pembenahan serta dukungan dari masyarakat, karena pemerintah sebagai fasilitator dan masyarakat sebagai pelaku.

Keberhasilan pencapaian sektor pariwisata selain didukung dengan keanekaragaman tempat wisata, penambahan beberapa obyek wisata baik alam maupun alternatif, dan optimalisasi pelayanan dan daya tarik wisata. Namun demikian peningkatan jumlah wisatawan tersebut seharusnya juga didukung dengan peningkatan jumlah perkembangan prasarana wisata di desa Mangunan. Perkembangan prasarana wisata di desa Mangunan menunjukkan kondisi yang relatif stagnan, dalam arti tidak terdapat penambahan prasarana wisata yang cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Diperlukan upaya-upaya yang lebih intensif dan optimal untuk bisa mendorong peningkatan sarana prasarana wisata di desa Mangunan di masa masa mendatang.

### **Perkembangan Penggunaan IT di Kabupaten Bantul**

Dinas Kominfo tahun anggaran 2017 ini melaksanakan beberapa program di bidang TI

diantaranya peningkatan kapasitas warehouse data, assesment Bantul Smart City, dan pengembangan aplikasi digital government service (DGS) layanan kesehatan. Penerapan e-government menuju Bantul Digital Service membutuhkan sinergi, kerjasama dan komitmen bersama sehingga diharapkan tahun 2019 dapat dirasakan oleh masyarakat. Sebagai awal, diharapkan OPD untuk memulai budaya paperless dengan mendistribusikan undangan maupun dokumen lainnya menggunakan e-mail resmi.

Diskominfo Kabupaten Bantul juga telah mengadakan pelatihan pengenalan jaringan komputer dan Microsoft Office bagi ASN di Kabupaten Bantul. Dalam pelatihan TI ini, peserta mendapatkan materi pengelolaan jaringan dasar diantaranya pengecekan awal apabila terjadi masalah koneksi internet, pengenalan komponen jaringan internet, pembuatan e-mail dan pemanfaatan google drive untuk penyimpanan data secara online. Sedangkan untuk materi pemanfaatan microsoft office, peserta dibimbing pemanfaatan mulai dari MS. Word sampai ke MS. Power Point.

Tidak hanya pelatihan, Diskominfo Kabupaten Bantul juga telah mempersiapkan rencana pembangunan aplikasi yang mendukung layanan rujukan di puskesmas ke RSUD. Diskominfo juga berencana melakukan pembangunan jaringan internet di beberapa puskesmas yang belum mendapat koneksi internet dari Pemerintah Kabupaten Bantul. Selama ini puskesmas secara mandiri berlangganan internet untuk mendukung layanan di puskesmas, dan harapannya bisa terbantu dengan koneksi dari Pemerintah Kabupaten Bantul.

Pemerintah Kabupaten Bantul bekerjasama dengan IST AKPRIND Yogyakarta sebenarnya telah membuat sebuah web mengenai potensi wisata yang terdapat di Kabupaten Bantul dengan alamat [potensiwisata.bantulkab.go.id](http://potensiwisata.bantulkab.go.id) namun website tersebut belum digunakan dengan optimal.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian dalam penelitian tahap pertama ini berkaitan dengan pemetaan potensi wisata berbasis IT di desa Mangunan Kabupaten Bantul, DIY. Penelitian ini akan melakukan survey pada masyarakat di desa Mangunan Kabupaten Bantul.

### **Rancangan Penelitian**

**Metode yang akan dipakai dalam tahap pertama** adalah dengan melakukan pemetaan potensi wisata di desa Mangunan. Hal tersebut dilakukan sebagai tahap pengenalan lokasi penelitian sehingga nantinya tim peneliti mengetahui bagian mana saja yang dapat dikembangkan dan dioptimalkan oleh masyarakat dengan tetap melakukan pendampingan kepada masyarakat dengan tujuan meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan sosialnya.

Setelah dilakukan pengenalan terhadap lokasi penelitian dan mengetahui potensi wisatanya, **metode yang akan dipakai dalam tahap kedua** adalah pemberdayaan masyarakat. Dalam tahap ini dilakukan dengan pemberdayaan terhadap semua lapisan masyarakat dengan melibatkan pemerintah daerah. Pendampingan pemberdayaan masyarakat ini bertujuan untuk menyadarkan masyarakat bahwa sebenarnya tempat yang ditinggali memiliki potensi untuk dikembangkan yang nantinya dapat dimanfaatkan secara optimal yang diharapkan dapat berpengaruh positif terhadap perekonomian dan kesejahteraan masyarakat.

**Metode yang akan dipakai dalam tahap ketiga** adalah model terbaik penerapan pengembangan pariwisata di desa Mangunan. Pada tahap ini, mulai masuk implementasi desain pengembangan wisata dengan web site untuk pengembangan wisata alam dan budaya yang berbasis IT.

### **Teknik Pengumpulan Data (Data, Sumber Data, dan Cara Mendapatkan Data)**

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan survai pada pihak-pihak terkait dalam penelitian baik masyarakat, pemerintah, maupun pelaku usaha.

### **Metode Penelitian**

Metode dasar penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode diskriptif analitik, dimana data yang dikumpulkan mula-mula disusun, dijelaskan dan kemudian di analisis. Analisis data yang dilakukan akan menghasilkan pemetaan. Penelitian ini melakukan analisis terhadap data-data yang tersedia dan survei terhadap pembuat kebijakan yaitu pejabat Dinas Pariwisata, pelaku usaha, pemetaan lingkungan, pemetaan potensi wisata.

### **HASIL YANG DICAPAI**

Pada Tahun pertama hasil yang dicapai penelitian Kluster ini berupa pemetaan. Pemetaan tersebut dilakukan dengan cara observasi data-data dari pemerintah maupun masyarakat yang sudah ada dan juga melakukan wawancara, observasi terhadap kebutuhan pemetaan yang tepat. Pemetaan terhadap potensi wisata alam, aksesibilitas, infrastruktur tempat wisata dan budaya.

#### **Pemetaan Potensi Wisata alam di Desa Mangunan**

Penggunaan social media yang saat ini sedang trend, memunculkan banyak ide baru yang kreatif untuk membuat spot-spot yang indah sebagai tempat untuk berfoto bagi para pengunjungnya, kemudian hasil fotonya di upload di social media, membuat orang penasaran dan ingin mencobanya, akhirnya tempat tersebut menjadi destinasi baru yang menarik bagi wisatawan. Hal tersebut membuat industri Pariwisata di daerah dapat berkembang pesat, dapat meningkatkan pendapatan bagi pemerintah daerah melalui retribusi (tiket masuk obyek wisata) dan meningkatkan pendapatan penduduk di kawasan tersebut. Salah satu daerah yang mengalami perkembangan industri pariwisata yang sangat pesat adalah DI Yogyakarta yang memiliki beragam obyek wisata seperti pantai, pegunungan, wisata alam, peninggalan sejarah dan lain sebagainya. Salah satu kawasannya wisata yang ada di DIY yang saat ini juga mengalami perkembangan yang luar biasa adalah Kawasan Mangunan. Mangunan, merupakan sebuah desa yang terletak di Kecamatan Dlingo, Kabupaten Bantul Yogyakarta. Di Desa Mangunan memiliki potensi berupa 3 Desa Wisata dan 10 obyek wisata. Berikut akan dibahas mengenai kinerja profile dan need assesmen pada 3 Desa Wisata dan 10 obyek Wisata Di Mangunan.

##### **a. Desa Wisata**

Karakteristik yang dimiliki pada desa wisata tersebut adalah sumber daya alam yang masih asli, keunikan desa, tradisi dan budaya masyarakat lokal. Kemunculan desa wisata di sektor pariwisata mampu memberikan alternatif baru kepada wisatawan untuk melakukan kegiatan wisata, tidak hanya mengajak wisatawan untuk menikmati keindahan alam saja, melainkan mempelajari dan mengenalkan kehidupan masyarakat pedesaan secara langsung. Objek wisata alam di Kabupaten Bantul yang sedang dilirik oleh wisatawan adalah desa wisata. Desa wisata merupakan salah satu objek wisata yang sedang berkembang pada sektor pariwisata. Di Kabupaten Bantul telah memiliki 27 desa wisata yang telah berkembang dan tercatat pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bantul. Terdapat tiga Desa Wisata yang ada di Desa Mangunan, yaitu Desa wisata Tapak Tilas Sultan Agung, dimana saat ini dapat dikatakan dikatakan “embrio” desa wisata yang baru akan berkembang, selanjutnya Desa Wisata Songgo Langit, yang saat ini juga masih menjadi desa wisata yang sedang berkembang, kemudian yang ketiga adalah Desa Wisata Kaki Langit, Daya tarik lain dari Desa Wisata Kaki Langit adalah profesi penduduknya yang bekerja sebagai pengrajin kayu. Berbagai hasil kerajinan dari kayu seperti meja, kursi, figura, atau kap lampu bisa menjadi oleh-oleh khas dari Desa Wisata Kaki Langit. Selain itu kita juga bisa melihat secara langsung proses pembuatannya.

Setiap hari Sabtu dan Minggu lokasi sekitar Sendang Mangunan dijadikan sebagai lokasi Pasar Semi Kaki Langit. Pasar ini cukup menarik karena di sini kita bisa mendapat berbagai kuliner “ndeso” yang sudah jarang ditemukan seperti thiwul, gudeg manggar, kelanan, brongkos, wedang uwuh, dan berbagai jenis makanan lainnya. Semua pedagang yang berada di Pasar Kaki Langit ini semua menggunakan pakaian tradisional khas Jawa, yang paling unik adalah cara

pembayarannya, sebelum masuk pasar kita harus terlebih dahulu menukarkan uang kita dengan koin yang terbuat dari kayu. Koin-koin kayu tersebut kemudian bisa digunakan sebagai alat pembayaran selama berbelanja di Pasar Semi Kaki Langit. Banyaknya potensi yang ada di desa wisata Kaki Langit akan mengundang banyak wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata.

Di Desa Wisata Kaki Langit saat ini juga sudah tersedia beberapa *homestay* yang dikelola langsung oleh penduduk desa sekitar yang bisa digunakan sebagai tempat menginap jika ingin menghabiskan waktu lebih banyak dan melihat kehidupan warga sekitar lebih dekat. Di desa ini juga memiliki 8 kegiatan desa yang dapat didapatkan oleh wisatawan yang berkunjung. 8 kegiatan tersebut yaitu Atap Langit, Langit Cerdas, Langit Ilalang, Langit Terjal, Langit Hijau, Budaya Langit, Karya Langit, Rasa Langit. Semua kegiatan tersebut menawarkan *homestay* yang berbasis *live in* dimana dapat memberikan pengalaman tinggal bersama antara wisatawan dengan pemilik rumah, outbound, edukasi metode bercocok tanam, pengunjung juga dapat menikmati olahan makanan berbahan baku lokal seperti; gathot, thiwul ayu dan minuman khas Desa Mangunan, industri rumah tangga kerajinan kayu dan anyaman bambu, menikmati pertunjukan kesenian tradisional dari desa wisata seperti gejlok lesung, kethoprak wayang, dan sebagainya.

## **b. Obyek Wisata**

### **1. Kebun Buah Mangunan**

Mangunan mulai dikenal sebagai daerah tujuan wisata berawal dari dibangunnya tempat wisata berupa kebun Buah pada tahun 2003, kawasan wisata kebun buah Mangunan berdiri di lahan seluas 23 hektar. Tempat wisata kebun buah Mangunan awal berdiri memiliki konsep hanya sebatas kebun buah saja, kebun buah ini diharapkan dapat berkembang seperti kebun buah Mekarsari. Seiring berjalannya waktu karena memiliki pemandangan yang indah, mendorong pengelola (Departemen Pertanian Kabupaten Bantul) mengembangkan ide untuk mengembangkan kawasan Mangunan dengan menambah beberapa tempat untuk menjadi spot wisata. Keunggulan wilayah Mangunan adalah memiliki topografi yang berbukit-bukit, yang saat ini sedang trend dan menjadi daya tarik bagi wisatawan sebagai area spot foto yang indah. Di puncak kebun buah mangunan juga di bangun gardu pandang yang terletak di ketinggian 200 meter di atas permukaan laut, di sini pengunjung dapat menikmati Sunrise dan kabut awan dengan pemandangan pegunungan sewu yang di selimuti gumpalan-gumpalan awan, sangat indah sekali pemandangannya, seolah-olah pengunjung merasa berada di negeri di atas awan, sehingga tempat ini di kenal sebagai negeri di atas awan. Untuk menikmati pemandangan di pagi hari, wisatawan dapat datang pada jam 04.00 sebelum matahari terbit/ di musim penghujan, di pagi hari selain menikmati kabut tebal, wisatawan juga dapat melihat sunrise (matahari terbit) dari balik bukit-bukit hijau Gunung Sewu. Pengunjung dapat juga menikmati Sunset (matahari tenggelam) di sini, untuk menikmati sunset, pengunjung dapat datang jam 16.30-18.00 WIB.

Selama ini kinerja obyek wisata Kebun Buah Mangunan sudah baik, terbukti berdasarkan data pengunjung wisata rata-rata perbulan sebanyak 108.900 orang. Berdasarkan potensi tersebut maka agar dapat maksimal kinerjanya perlu untuk lebih ditingkatkan kinerja obyek wisata Namun di Kebun Buah Mangunan masih ditemuinya beberapa kendala di sini. Kendala di kebun buah Mangunan yaitu pengunjung yang tidak datang pagi sebelum matahari terbit (*sun rise*) dan sore sebelum matahari terbenam (*sun set*), dan yang datang di siang hari akan kurang puas karena di siang hari hanya dapat melihat kebun buah saja, apalagi jika sedang tidak musim buah. Untuk itu pengelola semestinya mulai memikirkan untuk menawarkan wisata petik buah sebagai alternatif bagi pengunjung di siang hari. Menurut pengelola, kendala yang dihadapi adalah belum diaturnya sistem penanaman dan perawatan tanaman buah-buahan. Untuk kedepan pengelola harus mulai mengatur sistem perawatan tanaman buah agar dapat berbuah bergantian sehingga pohon yang berbuah akan ada setiap hari. Disediakan outlet buah dan olahan buah agar pengunjung dapat berbelanja oleh-oleh serta cinderamata khas kebun buah Mangunan, untuk cinderamata dapat bekerjasama dengan penduduk dusun di sekitar kebun buah sebagai upaya pemberdayaan masyarakat dan meningkatkan pendapatan.

Berdasarkan kinerja dan kendala yang ada, maka need asesmen untuk obyek wisata kebun buah Mangunan sebagai berikut: Menyediakan outlet buah agar pengunjung dapat membeli oleh-oleh dan cinderamata, Mengatur sistem perawatan tanaman buah agar dapat berbuah bergantian.

## **2. Pinus Asri**

Tidak jauh dari kebun buah Mangunan, kurang lebih berjarak 1 km terdapat hutan Pinus ada obyek wisata Pinus Asri, dimana di hutan ini terdapat pohon Pinus yang merupakan tanaman terbanyak di sini, selain pohon Pinus juga terdapat pohon kayu putih dan pohon akasia. Pohon-pohon Pinus yang menjulang tinggi menjadikan tempat ini begitu teduh, sejuk dan asri. Hutan pinus ini juga dilengkapi dengan panggung berbentuk setengah lingkaran yang cukup besar, panggung ini disediakan bagi pengunjung yang ingin menampilkan pertunjukan seperti teater, sastra hingga pertunjukan musik. Kursi pengunjung berupa bongkahan kayu bekas dari pohon yang tumbang. Selain itu juga di buat spot-spot khusus untuk foto selfie pengunjung berupa panggung kecil yang terletak di atas pohon, untuk ke panggung itu dihubungkan dengan jembatan kayu, ada juga hamock yang dipasang di pohon pinus, hamock tunggal maupun hamock bersusun. Pengunjung dapat menikmati ketenangan alam dan aroma pohon pinus dengan bersantasi di atas hamock-hamock tersebut

Berdasarkan data yang diperoleh menunjukkan kinerja obyek wisata Pinus Asri sudah baik, terbukti berdasarkan data pengunjung wisata rata-rata perbulan sebanyak 190.800 orang. Berdasarkan potensi tersebut maka perlu untuk dapat lebih ditingkatkan kinerja obyek wisata Pinus Asri karena masih ditemuinya beberapa kendala di sini. Kendala yang dihadapi obyek wisata Pinus Asri adalah: Kurangnya jumlah lokasi spot foto selfie dapat mengurangi jumlah antrian pengunjung untuk berpose dan berfoto dengan latar belakang spot yang terbaik, Perlu dikembangkan kreatifitas dan inovasi agar dapat lebih menarik pengunjung dan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

Berdasarkan kinerja dan kendala yang ada, maka need asesmen untuk obyek wisata Pinus Asri sebagai berikut: Meningkatkan kualitas spot foto yang lebih kreatif dan inovatif, Memperbanyak kuantitas/jumlah spot foto untuk mengurangi antrian pengunjung yang mau melakukan foto dan swafoto, Memberdayakan masyarakat setempat untuk melakukan usaha photography, Mengoptimalkan panggung yang sudah ada di lokasi Pinus Asri untuk kegiatan Seni yang menarik pengunjung seperti festival Budaya; Tari, musik, kesenian tradisional, Meningkatkan jumlah tempat sampah agar obyek wisata Pinus asri juga terjaga kebersihan dan kelestariannya.

## **3. Jurang Tembelen**

Tempat wisata berikutnya yang berada tidak jauh dari kebun buah Mangunan adalah jurang Tembelen yang berlokasi di dukuh Kanigoro. Jurang tembelen terletak tidak jauh dari gardu pandang puncak kebun buah Mangunan, tempat saat ini sedang hits menjadi salah satu spot foto selfie yang menarik, yang banyak menarik minat wisatawan. Pengunjung datang kesini selain untuk berfoto selfie di bibir jurang juga ingin menikmati dan memotret sunrise. Ada spot foto perahu dengan latar belakang Kali Oya dan juga ada spot yang bergambar kupu-kupu. Tapi sayang kebanyakan pengunjung lebih suka memilih untuk memotret sunrise di gardu pandang di puncak kebun buah Mangunan, karena lebih dianggap lebih menarik. Di jurang tembelen sudah disiapkan lahan untuk parkir, warung makan dan minum, toilet dan tempat sholat. Dengan fasilitas yang ada diharapkan para wisatawan dapat menikmati jurang Tembelen dengan senang.

Berdasarkan data yang diperoleh menunjukkan kinerja obyek Jurang Tembelen sudah baik, terbukti berdasarkan data pengunjung wisata rata-rata perbulan sebanyak 10.359 orang. Berdasarkan potensi tersebut maka perlu untuk dapat lebih ditingkatkan kinerja obyek wisata Jurang Tembelen karena masih ditemuinya beberapa kendala di sini. Kendala yang dihadapi obyek wisata Jurang Tembelen adalah: Kurangnya jumlah lokasi spot foto selfie dapat mengurangi jumlah antrian pengunjung untuk berpose dan berfoto dengan latar belakang spot yang terbaik,

Perlu dikembangkan kreatifitas dan inovasi agar dapat lebih menarik pengunjung dan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, Kurangnya keamanan tempat spot foto.

Berdasarkan kinerja dan kendala yang ada, maka need asesmen untuk obyek wisata Jurang Tembela sebagai berikut: Meningkatkan kualitas spot foto yang lebih kreatif dan inovatif, Memperbanyak kuantitas/jumlah spot foto untuk mengurangi antrian pengunjung yang mau melakukan foto dan swafoto, Memberdayakan masyarakat setempat untuk melakukan usaha photography, meningkatkan keamanan lokasi Spot foto, Meningkatkan jumlah tempat sampah agar obyek ini juga terjaga kebersihan dan kelestariannya

#### **4. Goa Gajah**

Goa Gajah, terletak di dukuh Lemahbang desa Mangunan, Goa gajah adalah sebuah goa alami yang namanya diambil dari adanya sebuah gumpalan batu menyerupai bentuk gajah di dalam goa. Goa ini merupakan sebuah goa horisontal yang memiliki kedalaman kurang lebih 200 meter. Kondisi alam goa ini masih alami dengan terdapat stalaktit dan stalakmit yang menghiasi dinding dan lantai goa. Di dalam goa masih banyak ditemui kelelawar dan air yang terus menerus menetes sehingga goa cukup licin untuk dilalui. Di ujung goa, akan ditemui pintu keluar yang dikenal dengan sebutan 'sinar dari Surga'. Karena pada siang hari ada sinar matahari yang masuk kedalam goa seperti sinar dari surga. Untuk bisa keluar dari goa, pengunjung harus manaiiki tangga. Bila akan memasuki goa, pengunjung perlu menyewa senter guna menyusuri goa, pengunjung akan didampingi seorang guide. Setelah lelah menelusuri goa, pengunjung dapat beristirahat di sebuah gardu pandang dengan panorama alam yang indah dan udara yang sejuk.

Berdasarkan data yang diperoleh menunjukkan kinerja obyek Goa Gajah sudah baik, terbukti berdasarkan data pengunjung wisata rata-rata perbulan sebanyak 1.041 orang. Berdasarkan potensi tersebut maka perlu untuk dapat lebih ditingkatkan kinerja obyek Goa Gajah karena masih ditemuinya beberapa kendala di sini. Kendala yang dihadapi obyek wisata Goa Gajah adalah: kurangnya jumlah lokasi spot foto selfie dapat mengurangi jumlah antrian pengunjung untuk berpose dan berfoto dengan latar belakang spot yang terbaik, Perlu dikembangkan kreatifitas dan inovasi agar dapat lebih menarik pengunjung dan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, Kurangnya keamanan tempat spot foto

Berdasarkan kinerja dan kendala yang ada, maka need asesmen untuk obyek wisata Goa Gajah sebagai berikut: Meningkatkan kualitas spot foto yang lebih kreatif dan inovatif, Memperbanyak kuantitas/jumlah spot foto untuk mengurangi antrian pengunjung yang mau melakukan foto dan swafoto, Memberdayakan masyarakat setempat untuk melakukan usaha photography, Meningkatkan keamanan lokasi Spot foto, Meningkatkan jumlah tempat sampah agar obyek ini juga terjaga kebersihan dan kelestariannya

#### **5. Wisata Alam Watu Lawang**

Lokasi obyek wisata alam watu lawang terletak di kawasan perbukitan Dlingo, merupakan spot wisata yang masih berada satu lokasi dengan kebun buah mangunan. Watu Lawang diambil dari kata lawang (pintu), karena puncak bukit yang terbelah sehingga terlihat menyerupai pintu. Watu lawang terkenal dengan pemandangan area persawahan desa Wisata Kedungmiri dan jembatan gantung imogiri sebagai spot latar belakangnya. Untuk mencapai Spot watu lawang, pengunjung harus berjalan menelusuri anak tangga dan jalan setapak yang berada di pinggiran tebing. Sebuah bongkahan batu besar menandai kawasan ini, yang menjadi daya tarik obyek wisata ini adalah sebuah jembatan yang mengarah ke bibir jurang yang dikenal sebagai jembatan watu lawang, juga pemandangannya yang indah, pemandangan rimbunnya pepohonan, pemandangan area persawahan, serta liukan aliran Sungai Oya dan udaranya yang segar.

Berdasarkan data yang diperoleh menunjukkan kinerja obyek Watu Lawang sudah baik, terbukti berdasarkan data pengunjung wisata rata-rata perbulan sebanyak 7.443 orang. Berdasarkan potensi tersebut maka perlu untuk dapat lebih ditingkatkan kinerja obyek Watu Lawang karena masih ditemuinya beberapa kendala di sini. Kendala yang dihadapi obyek wisata

Watu Lawang adalah: Kurangnya jumlah lokasi spot foto selfie dapat mengurangi jumlah antrian pengunjung untuk berpose dan berfoto dengan latar belakang spot yang terbaik, Perlu dikembangkan kreatifitas dan inovasi agar dapat lebih menarik pengunjung dan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, Kurangnya keamanan tempat spot foto

Berdasarkan kinerja dan kendala yang ada, maka need asesmen untuk obyekWatu Lawang sebagai berikut: Meningkatkan kualitas spot foto yang lebih kreatif dan inovatif, Memperbanyak kuantitas/jumlah spot foto untuk mengurangi antrian pengunjung yang mau melakukan foto dan swafoto,Memberdayakan masyarakat setempat untuk melakukan usaha photography, Meningkatkan keamanan lokasi Spot foto,Meningkatkan jumlah tempat sampah agar obyek ini juga terjaga kebersihan dan kelestariannya

### **1. Wisata Alam Seribu Batu Songgo Langit**

Obyek wisata ini sesuai dengan tempatnya yang terdapat banyak batu-batu raksasa, inilah yang menjadi daya tarik dari tempat ini. Yang menjadikan obyek wisata ini unik adalah banyaknya batu-batu dengan ukuran raksasa yang berada di kawasan hutan pinus, berpadu menjadi pemandangan alam yang menarik. Obyek wisata ini sekarang dilengkapi dengan spot foto berupa Rumah Hobbit, Rumah kayu, Jembatan kayu, dilengkapi dengan area Flying Fox, gardu pandang, spot untuk climbing khusus untuk pecinta panjat tebing yang sudah berpengalaman.

Berdasarkan data yang diperoleh, selama ini kinerja obyek wisata Seribu Batu Songgo Langit sudah baik, terbukti berdasarkan data pengunjung wisata rata-rata perbulan sebanyak 97.443 orang. Berdasarkan potensi tersebut maka perlu untuk dapat lebih ditingkatkan kinerja obyek wisata Seribu Batu Songgo Langit karena masih ditemuinya kendala di sini.Kendala yang dihadapi obyek wisata Seribu Batu Songgo Langit adalah:Kurangnya jumlah lokasi spot foto selfie dapat mengurangi jumlah antrian pengunjung untuk berpose dan berfoto dengan latar belakang spot yang terbaik, Perlu dikembangkan kreatifitas dan inovasi agar dapat lebih menarik pengunjung dan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, Kurangnya keamanan tempat spot foto

Berdasarkan kinerja dan kendala yang ada, maka need asesmen untuk obyek wisata Seribu Batu Songgo Langit sebagai berikut: Meningkatkan kualitas spot foto yang lebih kreatif dan inovatif, Memperbanyak kuantitas/jumlah spot foto untuk mengurangi antrian pengunjung yang mau melakukan foto dan swafoto, Memberdayakan masyarakat setempat untuk melakukan usaha photography, Meningkatkan jumlah tempat sampah agar obyek ini juga terjaga kebersihan dan kelestariannya

### **2. Watu Goyang**

Obyek wisata Watu Goyang adalah obyek wisata yang baru mulai dibuka tahun 2016, puncak watu goyang terletak di dusun cempluk Desa mangunan Kec Dlingo Kab bantul. Obyek wisata ini dapat dikunjungi kapanpun, namun akan lebih menarik jika dikunjungi sore hari menjelang matahari terbenam (sunset), karena puncak bukit ini langsung menghadap ke arah barat. Akses jalan menuju ke Watu Goyang masih belum terlalu bagus karena berupa jalanan berbatu. Untuk mencapai puncak pengunjung berjalan kaki menapaki anak tangga berbatu.

Puncak dari Obyek wisata Watu Goyang berupa batu yang berada di puncak bukit, dimana batu ini dapat disentuh dan didorong sehingga goyang, maka terkenal sebagai Watu goyang. Yang menarik dari tempat ini adalah dari atas ini kita dapat menikmati pemandangan alam di sekitar Imogiri, dapat melihat puncak makam Raja-raja di Imogiri, di sore hari dapat menikmati sunset, dapat berfoto selfie di dekat Watu Goyang.

Berdasarkan data yang diperoleh, selama ini menunjukkan kinerja obyek wisata Watu Goyang sudah baik, terbukti berdasarkan data pengunjung wisata rata-rata perbulan sebanyak 22.968 orang. Berdasarkan potensi tersebut maka perlu untuk dapat lebih ditingkatkan kinerja obyek wisata Watu goyang karena masih ditemuinya kendal disini. Kendala yang dihadapi obyek

wisata Watu Goyang adalah: Kurangnya jumlah lokasi spot foto selfie dapat mengurangi jumlah antrian pengunjung untuk berpose dan berfoto dengan latar belakang spot yang terbaik, Perlu dikembangkan kreatifitas dan inovasi agar dapat lebih menarik pengunjung dan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, Kurangnya keamanan tempat spot foto.

Berdasarkan kinerja dan kendala yang ada, maka need asesmen untuk obyek wisata Watu Goyang sebagai berikut meningkatkan kualitas spot foto yang lebih kreatif dan inovatif, Memperbanyak kuantitas/jumlah spot foto untuk mengurangi antrian pengunjung yang mau melakukan foto dan swafoto, Memberdayakan masyarakat setempat untuk melakukan usaha photography, Meningkatkan keamanan lokasi Spot foto, Meningkatkan jumlah tempat sampah agar obyek ini juga terjaga kebersihan dan kelestariannya

### **3. Sendang Mangunan Kaki Langit**

Sendang Mangunan merupakan salah satu obyek wisata di Desa Wisata kaki langit. Sendang Mangunan merupakan obyek wisata berbasis budaya dan religi. Obyek Wisata ini terletak di tepi jalan Raya Mangunan-Imogiri yang dekat dengan obyek wisata Kebun buah Mangunan dan RM Thiwul Ayu Mbok Sum. Obyek wisata ini berupa sumber mata air yang muncul di bawah pohon beringin besar berusia ratusan tahun. Obyek wisata ini sudah dilengkapi dengan berbagai fasilitas seperti tempat parkir, toilet, taman, tempat duduk permanen, panggung terbuka. Sendang Mangunan ini diyakini merupakan peninggalan wali songo yang menyiarkan agama Islam di daerah Dlingo bantul.

Pengunjung untuk obyek Sendang Mangunan masih sedikit karena mereka hanya sekedar mampir karena untuk melihat panggung terbuka yang terlihat dari jalan raya ketika mereka melintas di sini. Selain itu masih belum adanya jadwal rutin pertunjukan kesenian dan upacara adat yang ditampilkan di sini. Padahal di obyek ini juga sudah tersedia pasar Persami yaitu pasar yang menyajikan makanan tradisional seperti pecel, thiwul, kacang rebus dan sebagainya, juga tersedia permainan tradisional gasing. Para Penjual berpakaian tradisional, bertransaksi tidak menggunakan uang tapi dengan koin dari kayu, yang dapat kita tukar dipintu masuk pasar Persami.

Berdasar data yang diperoleh, Hal ini menunjukkan kinerja obyek wisata Sendang Mangunan kurang baik, terbukti berdasarkan data pengunjung wisata rata-rata perbulan sebanyak 240 orang. Berdasarkan potensi tersebut maka perlu untuk dapat lebih ditingkatkan kinerja obyek wisata Sendang mangunan. Kendala yang dihadapi obyek wisata Watu Goyang adalah Kurangnya jumlah lokasi spot foto selfie dapat mengurangi jumlah antrian pengunjung untuk berpose dan berfoto dengan latar belakang spot yang terbaik, Perlu dikembangkan kreatifitas dan inovasi agar dapat lebih menarik pengunjung dan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

Berdasarkan kinerja dan kendala yang ada, maka need asesmen untuk obyek wisata Sendang mangunan sebagai berikut: meningkatkan kualitas spot foto yang lebih kreatif dan inovatif, Memberdayakan masyarakat setempat untuk melakukan usaha photography, sebaiknya pengelola menjadwalkan pertunjukan kesenian tradisional secara rutin, menanam tanaman hias dan bunga lebih banyak lagi agar tempat ini terlihat indah dan menarik. Untuk media promosi sebaiknya pengelola selalu membuat berita yang up to date melalui web maupun media social lain untuk menarik para pengunjung agar meningkatkan tingkat kunjungan. Membuat web sendiri yang berisi informasi lengkap tentang paket wisata yang dapat dinikmati di obyek wisata Sendang Mangunan ini.

### **4. Bukit Panguk Kediwung**

Karena Bukit ini terletak di atas tebing maka dikenallah sebagi Bukit Panguk Kediwung. Obyek wisata ini mulai dibuka tahun 2016, merupakan kawasan wisata yang merupakan hutan lindung Dinas Pertanian Kabupaten bantul. Spot yang ditawarkan di bukit Panguk Kediwung merupakan suatu tempat yang menjorok kemulut tebing, sehingga wisatawan dapat menikmati pemandangan dari ketinggian dengan view yang sangat luas dan indah. Dengan latar belakang pegunungan dan kali Oya membuat pemandangan sangat indah. Dibukit Panguk Kediwung

pemandangan sangat menakjubkan apabila dinikmati pada pagi hari. Dengan perpaduan antara matahari yang akan terbit dan gumpalan kabut yang ada disela-sela pegunungan membuat pemandangan sangat indah.

Berdasarkan data yang diperoleh menunjukkan kinerja obyek wisata Bukit Panguk Kediwung sudah baik, terbukti berdasarkan data pengunjung wisata rata-rata perbulan sebanyak 21.246 orang. Berdasarkan potensi tersebut maka perlu untuk dapat lebih ditingkatkan kinerja obyek wisata Bukit Panguk Kediwung karena masih adanya kendala di sini. Kendala yang dihadapi obyek wisata Watu Goyang adalah: Kurangnya jumlah lokasi spot foto selfie dapat mengurangi jumlah antrian pengunjung untuk berpose dan berfoto dengan latar belakang spot yang terbaik, Perlu dikembangkan kreatifitas dan inovasi agar dapat lebih menarik pengunjung dan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, Kurangnya keamanan tempat spot foto.

Berdasarkan kinerja dan kendala yang ada, maka need asesmen untuk obyek wisata Watu Goyang sebagai berikut: Meningkatkan kualitas spot foto yang lebih kreatif dan inovatif,

Memperbanyak kuantitas/jumlah spot foto untuk mengurangi antrian pengunjung yang mau melakukan foto dan swafoto, Memberdayakan masyarakat setempat untuk melakukan usaha photography, Meningkatkan keamanan lokasi Spot foto, Meningkatkan jumlah tempat sampah agar obyek ini juga terjaga kebersihan dan kelestariannya, Ditempat bukit Panguk Kediwung, memang sudah ada fasilitas parkir kendaraan dan warung yang menjajakan makanan dan minuman. Tetapi akan lebih baik lagi dilengkapi fasilitas pendukung lainnya sehingga para pengunjung akan menjadi lebih nyaman dan yang penting ada niat balik lagi untuk mengunjungi tempat tersebut.

## **5. Bukit Mojo Gumelem**

Obyek Wisata Mojo Gumelem ini dikembangkan setelah Bukit Panguk Kediwung terkenal. Dahulu awalnya tempat ini belum terlalu ramai pengunjung karena di anggap kurang menarik. Setelah terinspirasi dari dipercantiknya obyek wisata jurang Tembelan dengan Perahu dan sayap kupu-kupunya, maka pengelola Obyek wisata Mojo Gumelem pun juga ikut mempercantik obyek wisata ini dengan membuat spot foto selfie yang unik berupa sarang burung raksasa di atas bukit. Sarang burung ini merupakan adaptasi dari sebuah gardu pandang yang dibuat dan dihias seolah-olah seperti sarang burung raksasa, selain gardu pandang berbentuk sarang burung ini ada satu lagi gardu pandang di sini yang dibuat seolah-olah menyerupai bentuk bunga matahari. Pengunjung yang memilih berfoto selfie di atas bunga matahari ini seolah-olah seperti sedang hinggap di atas kelopak bunga matahari raksasa jadi hasil foto selfienya terlihat sangat indah dan menarik.

Bukit Mojo Gumelem berada di sebelah Bukit Panguk Kediwung, dari atas bukit ini dapat disaksikan keindahan deretan perbukitan seribu dan aliran sungai Oya. Bukit Mojo Gumelem ini sangat ramai dikunjungi saat Sunrise (matahari terbit) dan sunset (matahari terbenam) karena pemandangan yang terlihat sangat indah di waktu-waktu tersebut. Jika pengunjung datang pada waktu pagi hari untuk menyaksikan sunrise maka akan dapat merasakan Bukit Mojo Gumelem seperti negeri di atas awan, karena dataran rendah di bawahnya tertutup kabut. Inilah yang selalu di tunggu oleh pengunjung karena kan menghasilkan foto yang sangat unik dan menarik, terlebih dilatari oleh semburat warna gradasi menghiasi langit, tentu akan menambah keindahan foto yang dihasilkan. Sedang saat Sunset (matahari tenggelam) tampak pemandangan yang berbeda dengan saat pagi hari, langit terlihat dihiasi gradasi warna yang menarik dan dihiasi pencahayaan alami menjelang matahari tenggelam, menghasilkan foto yang sangat indah bagi para pengunjung. Dibukit Mojo gumelem juga banyak papan namayang bertuliskan kata-kata lucu yang sangat menarik, jika pengunjung gunakan sebagai spot foto.

Berdasarkan data yang diperoleh, menunjukkan kinerja obyek wisata Bukit Mojo Gumelem sudah baik, terbukti berdasarkan data pengunjung wisata rata-rata perbulan sebanyak 2.811 orang. Berdasarkan potensi tersebut maka perlu untuk dapat lebih ditingkatkan kinerja obyek wisata Bukit Mojo Gumelem karena masih adanya kendala di sini. Kendala yang dihadapi obyek wisata Bukit Mojo Gumelem adalah Kurangnya jumlah lokasi spot foto selfie dapat

mengurangi jumlah antrian pengunjung untuk berpose dan berfoto dengan latar belakang spot yang terbaik, Perlu dikembangkan kreatifitas dan inovasi agar dapat lebih menarik pengunjung dan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, Kurangnya keamanan tempat spot foto.

Berdasarkan kinerja dan kendala yang ada, maka need asesmen untuk obyek wisata Watu Goyang sebagai berikut: Meningkatkan kualitas spot foto yang lebih kreatif dan inovatif, Memperbanyak kuantitas/jumlah spot foto untuk mengurangi antrian pengunjung yang mau melakukan foto dan swafoto, Memberdayakan masyarakat setempat untuk melakukan usaha photography, Meningkatkan keamanan lokasi Spot foto, Meningkatkan jumlah tempat sampah agar obyek ini juga terjaga kebersihan dan kelestariannya

Berikut adalah data kunjungan Wisata Di Mangunan :

Tabel 1. Data Kunjungan Wisata di Desa Mangunan

No	Tempat Wisata	Jumlah pengunjung rata-rata perbulan
1	Pinus Asri	190.800 orang
2	Seribu batu	97.443 orang
3	Bukit panguk	21.246 orang
4	Kebun Buah	108.900 orang
5	Watu Lawang	7.443 orang
6	Goa Gajah	1.041 orang
7	Jurang Tembelan	10.359 orang
8	Watu Goyang	22.968 orang
9	Bukit Mojo	2.811 orang
10	Sendang Mangunan	240 orang
	jumlah	463.251 orang

Sumber; Pokdarwis Desa Mangunan.

Berdasarkan tabel diatas, yang paling banyak pengunjungnya rata-rata perbulan adalah obyek wisata Pinus Asri dan yang paling sedikit adalah Obyek Wisata Sendang Mangunan.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan:

### **1. Desa Wisata**

Terdapat potensi pengembangan wisata yang berada di Desa Mangunan sebanyak 3 desa wisata yakni; Desa wisata Tapak Tilas Sultan Agung, dimana saat ini dapat dikatakan “embrio” desa wisata yang baru akan berkemang, selanjutnya Desa Wisata Songgo Langit, yang saat ini juga masih menjadi desa wisata yang sedang berkembang, kemudian yang ketiga adalah Desa Wisata Kaki Langit. Desa wisata Kaki Langit merupakan salah satu desa wisata yang terkenal, salah satu daya tarik desa wisata Kaki Langit adalah mayoritas profesi penduduknya yang bekerja sebagai pengrajin kayu, selain itu saat ini juga sudah tersedia beberapa *homestay* yang dikelola langsung oleh penduduk desa sekitar, desa wisata ini juga memiliki 8 kegiatan desa yang dapat didapatkan oleh wisatawan yang berkunjung dan setiap hari sabtu dan minggu lokasi sekitar Sendang Mangunan dijadikan sebagai lokasi Pasar Semi Kaki Langit. Banyaknya potensi yang ada di desa wisata Kaki Langit menunjukkan bahwa potensi wisata di Desa Mangunan sangatlah besar.

### **2. Objek Wisata**

Terdapat beragam objek wisata yang ditawarkan oleh Desa Mangunan sebanyak 10 objek wisata yaitu Hutan Pinus Asri, Kebun Buah Mangunan, Seribu Batu Songgo Langit, Bukit Panguk, Watu Lawang, Goa Gajah, Jurang Tembelan, Watu Goyang, Bukit Mojo, Sendang Mangunan yang masing-masing mempunyai potensi objek wisata serta daya tarik yang berbeda antara wisata satu dengan lainnya. Total seluruh pengunjung objek wisata tersebut berjumlah

463.251 pengunjung. Jumlah pengunjung terbanyak dari 10 potensi objek wisata alam di Desa Mangunan berada di Hutan Pinus Asri sebesar 190.800 pengunjung dengan menawarkan area terbuka dengan pohon-pohon tinggi yang menjulang, adanya spot-spot khusus untuk swafoto pengunjung berupa panggung (*theatre*) kecil yang terletak di atas pohon, dengan jembatan kayu, dan hamock yang dipasang di pohon pinus tersebut yang menjadi pesona tersendiri bagi wisatawan.

Sedangkan potensi objek wisata yang memiliki tingkat jumlah pengunjung terendah berada di Sendang Mangunan, dengan jumlah 240 pengunjung. Walau Sendang Mangunan memiliki ketertarikan sendiri yakni sumber mata air peninggalan wali songo dan diadakannya Pasar Semi Kaki Langit, hal tersebut masih kurang menarik pengunjung, dikarenakan fasilitas dan daya tariknya.

3. Mengacu pada potensi desa wisata dan objek wisata tersebut, dapat dikatakan kinerja mayoritas wisata di Desa Mangunan cukup baik, perlu untuk ditingkatkan. Upaya peningkatan kinerja harus segera dilakukan melalui pembimbingan dan pelatihan. Beberapa kebutuhan dalam upaya pengembangan wisata di Desa Mangunan adalah peningkatan keamanan, peningkatkan kualitas spot foto yang kreatif dan inovatif, perbanyak jumlah spot swafoto yang menarik dan kreatif, menyediakan outlet buah dan olahan buah serta souvenir, mengatur sistem perawatan tanaman buah agar dapat berbuah bergantian, memberdayakan masyarakat untuk melakukan usaha fotografi, pelatihan customer service, pelatihan k3, dan sebagainya. Dengan beberapa upaya tersebut diharapkan kinerja pengembangan wisata akan meningkat yang pada akhirnya kesejahteraan juga akan meningkat. Berdasarkan hasil *need assessment* di masing-masing industri, diharapkan adanya tindak lanjut dari hasil tersebut baik berupa penelitian lanjutan maupun pengabdian kepada masyarakat. Dengan harapan jika *need assessment* itu terpenuhi, maka akan terjadi peningkatan kapasitas kerja di tiap industri, yang tentunya juga akan meningkatkan kontribusi penerimaan sektor industri di daerah Desa Mangunan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Andika, G Very. 2015. Skripsi : “Strategi Pengembangan Obyek Wisata Umbul Ponggok sebagai Daya Tarik Wisata di Desa Ponggol Kecamatan Polanharjo Kabupaten Klaten Jawa Tengah”
- Harjanti,Sri, 2017, Pengaruh *Word of Mouth*, Daya Tarik Iklan, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Kecap Bango Di Yogyakarta.
- Kussujaniatun, Sri, 2009, Analisis Strategi Membangun Loyalitas Konsumen Melalui Diferensiasi Produk 9 Survei 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.
- Mardiana, Tri, 2013, Pengentasan Kemiskinan: Motivasi dan Budaya Perempuan Dalam Mekanisme Pemberdayaan Perempuan Berbasis Pendekatan Potensi di Kecamatan Berbah, Bantul ( Pembentukan Kelompok Usaha Sampai Peluang Penyaluran Hasil Usaha)
- Sesotyaningtyas, Mega &Manaf, Asnawi.(2015). *Analysis of Sustainable Tourism Village Development at Kutoharjo Village, Kendal Regency of Central Java*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 184, 273-280.
- Vitasurya, Vicentia Reni. (2015). *Local Wisdom for Sustainable Development of Rural Tourism, Case on Kalibiru and Lopati Village, Province of Daerah Istimewa Yogyakarta*. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 216, 97-108.
- Wirajaya, Asep Yudha. 2016. *Pengembangan Pariwisata Budaya di Daerah Jepara*. *Etnografi*, vol. XVI, no. 1, 1-58.

**ANALISIS KETIMPANGAN DISTRIBUSI PENDAPATAN  
TERHADAP JUMLAH PENDUDUK MISKIN DI PROVINSI  
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA PERIODE 2005 – 2017**

**Bambang Sulistiyono, Astuti Rahayu, Sri Budiwati Wahyu Suprapti**

[bambang.sulistiyono@upnyk.ac.id](mailto:bambang.sulistiyono@upnyk.ac.id) , [astuti\\_ra@yahoo.com](mailto:astuti_ra@yahoo.com) , [budiwati.mincuk@yahoo.com](mailto:budiwati.mincuk@yahoo.com)

**ABSTRACT**

*Poverty has always been a problem in every developing country, even in developed countries too well. In Indonesia, the high number of poor people affected by various factors, including the existence of inequality in income distribution between one province to another province. This study aims to analyze the effect of inequality of income distribution, measured using the Gini Index and Index of Williamson, the number of poor people in DIY province from 2000 to 2016. One of the main causes of poverty in DIY province is due to the inequality in income distribution in each regency / city, to bring down the poverty rate is the DIY Provincial Government and Local Government should work together to minimize bias differences in the level of inequality of income distribution not to be too high between one district / city to another. The type of data used are secondary data obtained from the Central Bureau of Statistics of DIY Province. The analytical tool used is multiple linear regression and log linear with the number of Poor People in DIY Province as the dependent variable and two independent variables namely, the Gini Index and Index of Williamson as a means of measuring inequality of income distribution. After being tested deviations classical assumption of multicollinearity test, Test and Test heterocedastity autocorrelation, the results indicate normally distributed data. The result of data processing showed F value 15.787 (probability = 0.006) and coefficient of determination (adjusted R<sup>2</sup>) of 0.870. Through regression can be obtained from the results that the number of Poor People in DIY Province is significantly influenced by the level of income inequality of income distribution as measured using the Williamson Index (with a value of 1.834) and the Gini index (with a value of 0.477). Then it can be concluded that the more influential than the Williamson Index Gini Index.*

**Keywords:** *Number of Poor People, Income Distribution Inequality, Gini Index, Index Willamson.*

**PENDAHULUAN**

**Latar Belakang**

Dua masalah besar yang masih dihadapi oleh Indonesia adalah kesenjangan ekonomi atau ketimpangan dalam distribusi pendapatan antara kelompok masyarakat berpendapatan tinggi dengan kelompok masyarakat berpendapatan rendah serta tingkat kemiskinan atau jumlah orang yang berada di bawah garis kemiskinan (*poverty line*) (Bambang Sulistiyono, 2015).

Kesenjangan ekonomi atau ketimpangan dalam distribusi pendapatan merupakan sebuah realita yang ada di tengah-tengah masyarakat Indonesiaia yang selalu menjadi isu penting untuk dipecahkan melalui kebijakan ekonomi pembangunan yang tepat. Hal ini merupakan dampak dari kebijakan pembangunan yang mengutamakan pertumbuhan ekonomi yang tinggi (5 % - 6

%) sehingga menyebabkan semakin tingginya tingkat kesenjangan distribusi pendapatan. Permasalahan ketimpangan pendapatan tidak dapat dipisahkan dari permasalahan kemiskinan, dimana daerah yang mengalami tingkat pertumbuhan ekonomi tinggi sedikit manfaatnya dalam memecahkan masalah kemiskinan biasanya dengan tingkat pertumbuhan ekonomi yang tinggi gagal untuk mengurangi bahkan menghilangkan besarnya kemiskinan secara absolut. Dengan kata lain, pertumbuhan PDRB (*Produk Domestik Regional Bruto*) per kapita yang cepat tidak secara otomatis meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Bahkan, pertumbuhannya telah menimbulkan penurunan tingkat hidup penduduk miskin baik di perkotaan maupun pedesaan. Adanya perbedaan karakteristik pembangunan ekonomi di tiap daerah wilayah DIY mempunyai pengaruh kuat untuk timbulnya perbedaan kemampuan ekonomi untuk tumbuh yang pada gilirannya mengakibatkan beberapa daerah mampu tumbuh dengan cepat sementara daerah lainnya tumbuh secara lambat. Kemampuan tumbuh ini kemudian menyebabkan terjadinya ketimpangan baik pembangunan ekonominya maupun kesenjangan distribusi pendapatan antar daerah.

Kondisi ini merupakan tantangan pembangunan tersendiri, mengingat masalah kesenjangan itu dapat mengancam persatuan dan kesatuan bangsa serta dapat menyulitkan pelaksanaan pembangunan ekonomi daerah tersebut. Oleh karena itu ketimpangan (kesenjangan ekonomi) tidak dapat dimusnahkan, melainkan hanya bisa dikurangi sampai pada tingkat yang dapat diterima oleh suatu sistem sosial tertentu agar keselarasan dalam suatu sistem ekonomi tetap terpelihara dalam proses pertumbuhannya.

#### **Permasalahan**

Ketidakpuasan dan kritik yang timbul dalam proses pembangunan pada dasarnya bukanlah sehubungan dengan pertumbuhan yang telah dicapai akan tetapi karena perkembangan pembangunan dengan pertumbuhan ekonomi tersebut kurang mampu menciptakan pemerataan pembangunan dan hasil-hasilnya, bahkan ketimpangan pendapatan semakin besar.

Adapun permasalahan yang dalam paper ini : *“Seberapa besar ketimpangan distribusi pendapatan dapat mempengaruhi tingkat kemiskinan di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta”*. dimana tingkat kemiskinan diukur dari besarnya persentase jumlah penduduk miskin.

#### **KAJIAN PUSTAKA**

Kemiskinan merupakan ketidakmampuan individu dalam memenuhi kebutuhan dasar minimum untuk hidup layak, dimana merupakan sebuah kondisi yang berada di bawah garis nilai standar kebutuhan minimum, baik untuk makanan maupun non makanan (garis kemiskinan /poverty line atau poverty threshold). Garis kemiskinan disini menjelaskan sejumlah rupiah yang diperlukan oleh setiap individu untuk dapat membayar kebutuhan makanan setara 2.100 kilo kalori per orang per hari dan kebutuhan non-makanan yang terdiri dari perumahan, pakaian, kesehatan, pendidikan, transportasi, serta aneka barang dan jasa lainnya.

Penyebab kemiskinan menurut Sharp, et.al (1996) dalam Mudrajad Kuncoro (2016) : Pertama, secara mikro, kemiskinan muncul karena adanya ketidaksamaan pola kepemilikan sumber daya yang menimbulkan distribusi pendapatan yang timpang. Penduduk miskin hanya memiliki sumberdaya dalam jumlah terbatas dan kualitasnya rendah. Kedua, kemiskinan muncul akibat perbedaan dalam kualitas sumberdaya manusia. Kualitas sumberdaya manusia yang rendah berarti produktivitasnya rendah, yang pada gilirannya upahnya rendah. Rendahnya kualitas sumberdaya manusia ini karena rendahnya pendidikan, nasib yang kurang beruntung, adanya diskriminasi, atau karena keturunan. Ketiga, kemiskinan muncul akibat perbedaan akses dalam modal.

Secara perspektif situasional, masalah kemiskinan dapat dilihat sebagai dampak dari sistem ekonomi yang mengutamakan akumulasi kapital dan produk-produk teknologi modern. Penetrasi kapital antara lain mengejawantah dalam program-program pembangunan yang dinilai

lebih mengutamakan pertumbuhan (growth) dan kurang memperhatikan pemerataan hasil pembangunan. Menurut Kuznets (1996), pada tahap – tahap awal pertumbuhan ekonomi pendistribusian pendapatan cenderung memburuk namun pada tahap – tahap berikutnya akan membaik. Hipotesis ini lebih dikenal sebagai hipotesis “U-terbalik” Kuznets, sesuai dengan bentuk rangkaian perubahan kecenderungan distribusi pendapatan dengan ukuran koefisien Gini dan pertumbuhan GNP per kapita yang akan terlihat seperti kurva yang berbentuk U terbalik.

Secara sosiologis, dimensi struktural kemiskinan dapat ditelusuri melalui “*institutional arrangements*” yang hidup dan berkembang dalam masyarakat kita. Asumsi dasarnya adalah bahwa kemiskinan tidak semata-mata berakar pada “kelemahan diri”, sebagaimana dipahami dalam perspektif kultural seperti diungkap di atas. Kemiskinan semacam itu justru merupakan konsekuensi dari pilihan-pilihan strategi pembangunan ekonomi yang selama ini dilaksanakan serta dari pengambilan posisi pemerintah dalam perencanaan dan implementasi pembangunan ekonomi. Kelompok yang menurut ukuran kita berada di bawah garis kemiskinan, boleh jadi tidak menganggap dirinya sendiri miskin atau sebaliknya. Dan kelompok yang dalam perasaan kita tergolong hidup dalam kondisi tidak layak, boleh jadi tidak menganggap seperti itu. Oleh karenanya, konsep ini dianggap lebih tepat apabila dipergunakan untuk memahami kemiskinan dan merumuskan cara atau strategi yang efektif untuk penanggulangannya.

#### **Penelitian sebelumnya**

Menurut Daniel Suryadarma, dkk (2005), dalam penelitiannya yang berjudul “*A Reassessment of Inequality and Its Role in Poverty Reduction in Indonesia*”, bertujuan untuk mengetahui bagaimana keadaan ketimpangan pada saat Indonesia mengalami pertumbuhan ekonomi tinggi dan saat terjadi krisis, serta menguji apakah ketimpangan berhubungan dengan kemiskinan di Indonesia. Hasil dari penelitian dapat disimpulkan bahwa walaupun terjadi krisis ekonomi ketimpangan distribusi pendapatan mengalami peningkatan walau besarnya masih berada dibawah garis kemiskinan (masih berada pada tingkat yang paling rendah).

Menurut R. Gunawan Setianegara (2008), dalam penelitiannya yang berjudul “*Ketimpangan Distribusi Pendapatan, Krisis Ekonomi dan Kemiskinan*”, bertujuan untuk mengetahui bagaimana ketimpangan pendapatan dapat dipengaruhi oleh krisis ekonomi, jumlah penduduk miskin dan keadaan ketimpangan pendapatan Indonesia tahun 1960-1999 yang hasilnya membuktikan bahwa walaupun tingkat pertumbuhan ekonomi tinggi akan selalu menyebabkan tingkat ketimpangan pendapatan tinggi. Selain itu jumlah penduduk miskin selalu berubah-ubah seiring dengan tinggi rendahnya tingkat ketimpangan pendapatan.

#### **METODOLOGI**

Bicara tentang konsep kemiskinan, tiap-tiap daerah di DIY mempunyai batasan kemiskinan absolut yang berbeda-beda sebab kebutuhan hidup dasar masyarakat yang dipergunakan sebagai acuan memang berlainan. Karena ukurannya dipastikan, konsep kemiskinan ini mengenal garis batas kemiskinan. Dasar asumsinya adalah kemiskinan di suatu daerah berbeda dengan daerah lainnya dan kemiskinan pada suatu waktu berbeda dengan waktu yang lain. Konsep kemiskinan semacam ini lazimnya diukur berdasarkan pertimbangan (*in terms of judgement*) anggota masyarakat tertentu dengan berorientasi pada derajat kelayakan hidup. Untuk mengukur kemiskinan, di DIY melalui BPS menggunakan pendekatan kebutuhan dasar (*basic needs*) yang dapat diukur dengan angka atau hitungan Indeks Perkepala (*Head Count Index*), yakni jumlah dan persentase penduduk miskin yang berada di bawah garis kemiskinan. Penduduk miskin adalah penduduk yang memiliki rata-rata pengeluaran per kapita perbulan di bawah garis kemiskinan. Garis kemiskinan ditetapkan pada tingkat yang selalu konstan secara riil sehingga kita dapat mengurangi angka kemiskinan dengan menelusuri kemajuan yang diperoleh dalam mengentaskan kemiskinan di sepanjang waktu. Menurut BPS rumus dalam penghitungan garis kemiskinan ialah :

$$GK = GKM + GKBM$$

Dimana :

GK = Garis Kemiskinan

GKM = Garis Kemiskinan Makanan

GKBM = Garis Kemiskinan Bukan Makanan

Garis Kemiskinan Makanan (GKM) merupakan nilai pengeluaran kebutuhan minimum makanan yang disetarakan dengan 2100 kkalori per kapita per hari. Paket komoditi kebutuhan dasar makanan diwakili oleh 52 jenis komoditi (padi-padian, umbi-umbian, ikan, daging, telur dan susu, sayuran, kacang-kacangan, buah-buahan, minyak dan lemak, dll). Garis Kemiskinan Bukan Makanan (GKBM) adalah kebutuhan minimum untuk perumahan, sandang, pendidikan, dan kesehatan. Paket komoditi kebutuhan dasar nonmakanan diwakili oleh 51 jenis komoditi di perkotaan dan 47 jenis komoditi di pedesaan.

### **Distribusi Pendapatan**

Distribusi pendapatan nasional adalah mencerminkan merata atau timpangnya pembagian hasil pembangunan suatu negara di kalangan penduduknya (Dumairy, 2015). Distribusi pendapatan dibedakan menjadi dua ukuran pokok yaitu; distribusi ukuran, adalah besar atau kecilnya bagian pendapatan yang diterima masing-masing orang dan distribusi fungsional atau distribusi kepemilikan faktor-faktor produksi (Todaro, 2010). Dari dua definisi diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa distribusi pendapatan mencerminkan ketimpangan atau meratanya hasil pembangunan suatu daerah atau negara baik yang diterima masing-masing orang ataupun dari kepemilikan faktor-faktor produksi dikalangan penduduknya. Untuk mengukur ketimpangan distribusi pendapatan atau mengetahui apakah distribusi pendapatan timpang atau tidak, dapat digunakan koefisien Gini (Index Gini Index) dan Indeks Williamson.

**Indeks Gini** : Pendapat atau ukuran berdasarkan koefisien Gini atau Gini ratio dikemukakan oleh C.GINI yang melihat adanya hubungan antara jumlah pendapatan yang diterima oleh seluruh keluarga atau individu dengan total pendapatan. Ukuran Gini Ratio sebagai ukuran pemerataan pendapatan mempunyai selang nilai antara 0 sampai dengan 1. Bila Gini Ratio mendekati nol menunjukkan adanya ketimpangan yang rendah dan bila Gini Ratio mendekati satu menunjukkan ketimpangan yang tinggi.

$$\text{Rumus Gini Ratio} \quad : \quad G = 1 - \sum_{i=1}^k \frac{P_i(Q_i+Q_{i-1})}{10000}$$

Keterangan :

G = angka (indeks) Gini Ratio

P<sub>i</sub> = Persentase rumah tangga pada kelas pendapatan ke-i

Q<sub>i</sub> = Persentase kumulatif pendapatan sampai dengan kelas-i

Q<sub>i-1</sub> = Persentase kumulatif pendapatan sampai dengan kelas ke-i

k = Banyaknya kelas pendapatan

i = Kota Yogyakarta, Kabupaten Bantul, Kabupaten Sleman, Kabupaten Kulon Progo dan Kabupaten Gunungkidul.

Nilai Gini Ratio antara 0 dan 1, dimana nilai 0 menunjukkan tingkat pemerataan yang sempurna, dan semakin besar nilai Gini maka semakin tidak sempurna tingkat pemerataan pendapatan.

**Indeks Williamson** : merupakan metode untuk mengukur ketidakmerataan regional. Metode ini diperoleh dari perhitungan PDRB perkapita dan jumlah penduduk di suatu daerah. Secara sistematis perhitungan Indeks Williamson adalah sebagai berikut :

$$IW = \frac{\sqrt{\sum(Y_i - Y)^2 f_i / n}}{Y}$$

Dimana :

IW = Indeks Williamson

- $Y_i$  = PDRB perkapita di Kabupaten/kota  $i$   
 $Y$  = PDRB perkapita di Provinsi DIY  
 $f_i$  = Jumlah penduduk di Kabupaten/kota  $i$   
 $n$  = Jumlah penduduk di Provinsi DIY.  
 $i$  = Kota Yogyakarta, Kabupaten Bantul, Kabupaten Sleman, Kabupaten Kulon Progo, dan Kabupaten Gunungkidul.

Besarnya Index Williamson ini bernilai positif dan berkisar antara angka nol sampai dengan satu. Semakin besar nilai index ini (mendekati angka satu) berarti semakin besar tingkat ketimpangan pendapatan antar daerah dalam wilayah tersebut. Sebaliknya semakin kecil nilai index ini (mendekati angka nol) berarti semakin merata tingkat pemerataan pendapatan antar daerah dalam wilayah tersebut.

## PEMBAHASAN

Penduduk DIY belum menyebar secara merata di seluruh wilayah, kebanyakan penduduk menumpuk di daerah kota di Yogyakarta dibandingkan dengan empat kabupaten sekitarnya kabupaten sekitarnya. Secara rata – rata kepadatan penduduk DIY tercatat sebesar 700 orang setiap kilometer persegi, dan wilayah terpadat berada di Kota Yogyakarta dengan tingkat kepadatan sekitar 1000 orang setiap kilometer persegi.

Menurut data-data dari BPS Yogyakarta 2015, peningkatan jumlah penduduk DIY yang mulai tahun 2005 secara rata-rata terus menerus mengalami peningkatan sebesar 1,45 persen pertahun menyebabkan persentase penduduk miskin sampai dengan tahun 2017 naik secara rata-rata sebesar 1,15 persen per tahun nya. Kondisi kemiskinan di Provinsi DIY dalam kurun waktu 13 tahun terakhir ditunjukkan dalam tabel 1 berikut ini :

**Tabel 1 : Kondisi Kemiskinan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2005 – 2017**

Tahun	Garis Kemiskinan (Rp./tahun)	Jumlah Penduduk DIY (jiwa)		Persentase Penduduk Miskin (%)
		Total	Miskin	
2005	141.465	3.280.223	351.000	10,70
2006	152.437	3.325.850	393.000	11,82
2007	167.390	3.359.404	371.000	11,04
2008	183.364	3.395.003	349.600	10,30
2009	220.830	3.426.637	484.869	14,15
2010	234.282	3.457.491	460.884	13,33
2011	257.909	3.509.997	433.836	12,36
2012	270.110	3.552.462	414.217	11,66
2013	303.843	3.594.854	412.330	11,47
2014	321.056	3.637.116	398.628	10,96
2015	347.721	3.679.176	409.492	11,13
2016	360.169	3.720.912	398.138	10,71
2017	385.953	4.167.421	421.743	10,12

**Sumber :** DIY dalam angka, BPS Yogyakarta dari beberapa edisi.

### Analisis Indeks Gini dan Indeks Williamson Provinsi DIY

Analisis yang dihasilkan dari perhitungan Indeks Gini dan Indeks Williamson dapat menjelaskan sejauh mana kondisi ketimpangan distribusi pendapatan di Provinsi DIY. Indeks Williamson bernilai positif dan berkisar antara nol sampai dengan satu. Semakin besar nilai indeks ini (mendekati angka satu) berarti semakin besar tingkat ketimpangan distribusi pendapatan yang terjadi di Provinsi DIY. Sebaliknya semakin kecil nilai indeks ini (mendekati angka nol) berarti semakin merata tingkat pemerataannya.

**Tabel 2 :** *Tabel Distribusi Pendapatan Provinsi DIY dengan menggunakan Indeks Gini dan Indeks Williamson periode 2005 - 2017*

Tahun	Ketimpangan Distribusi Pendapatan Provinsi DIY	
	Indeks Gini	Indeks Williamson
2005	0,42	0,4431
2006	0,39	0,4433
2007	0,37	0,4432
2008	0,38	0,4435
2009	0,41	0,4432
2010	0,40	0,4517
2011	0,43	0,4421
2012	0,44	0,4712
2013	0,42	0,4708
2014	0,43	0,4479
2015	0,42	0,4702
2016	0,43	0,4757
2017	0,44	0,4812

Sumber : BPS Yogyakarta dari beberapa edisi.

Berdasarkan tabel di atas terlihat rata – rata kedua angka indeks ketimpangan PDRB perkapita antar Kabupaten/kota di Provinsi DIY selama periode 2005 – 2017 dapat dilihat bahwa di Provinsi DIY rata – rata untuk Indeks Gini sebesar 0,4138 dan rata-rata untuk Indeks Williamson sebesar 0,4559.

### Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Pengujian ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai Tolerance dan lawannya Variance Inflation Factor (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya Multikolinearitas adalah nilai Tolerance < 0,1 atau VIF >10,0 (Ghozali, 2006 : 92). Hasil regresi menunjukkan nilai Tolerance dan lawannya Variance Inflation Factor (VIF) adalah sebagai berikut :

**Tabel 3 :** *Nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF)*

Variabel	Jumlah Penduduk Miskin di Provinsi DIY	
	Nilai Tolerance	Nilai Variable Inflation Factor
Angka Gini Ratio	0,875	0,938
Angka Indeks Williamson.	0,875	0,938

Sumber : Data Sekunder Diolah

Dari tabel 3 dapat diketahui bahwa angka Gini Ratio dan Angka Indeks Williamson memiliki nilai Tolerance 0,875 (nilainya > 0,1) dan nilai VIF 0,938 (artinya nilainya < 10) sehingga ke dua angka tersebut dapat dikatakan bebas dari Multikolinearitas.

### Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Cara untuk mendeteksi ada tidaknya Autokorelasi adalah dengan Uji Durbin-Watson. Uji DW hanya digunakan untuk Autokorelasi tingkat satu (first order autocorrelation) dan mensyaratkan adanya intercept (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lag

diantara variabel independen (Ghozali, 2006 : 94).

Hipotesis yang akan di uji adalah :  $H_0$  : tidak ada autokorelasi ( $r = 0$ )

$H_a$  : ada autokorelasi ( $r \neq 1$ )

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	No decision	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada autokorelasi negatif	Tolak	$4-dl < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negatif	No decision	$4-du \leq d \leq 4-dl$
Tidak ada autokorelasi, positif atau negatif	Tidak di tolak	$du < d < 4-du$

Sumber : Data Sekunder Diolah

**Tabel 4 : Nilai Durbin-Watson Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin - Watson
1	.933 <sup>a</sup>	.870	.818	.01684	1.895

Dari tabel 4 di atas dapat di lihat bahwa nilai DW adalah 1,895 pada DW tabel dengan signifikansi 0,05 untuk  $k=3$  dan jumlah data 13 maka nilai  $dl=0,56$  dan  $du=1,78$  sehingga DW terletak diantara nilai  $du$  dan  $4-du$  yaitu 1,78 dan 2,22 sehingga data terbebas dari Autokorelasi.

#### Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari residual dari pengamatan ke pengamatan lain adalah tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi Heterokedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *Scatterplot* antara variabel dependen (ZPRED) dan residualnya (SRESID). Jika ada pola tertentu, seperti titik – titik yang membentuk suatu pola yang teratur, maka menunjukkan bahwa terjadi heterokedastisitas.

Namun, jika tidak ada pola yang jelas, serta titik – titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka mengindikasikan tidak terjadi heterokedastisitas. Dari grafik *Scatterplot* yang terdapat pada output regresi terlihat adanya titik menyebar secara acak baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. hal ini mengindikasikan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak untuk digunakan.

#### Hasil Pengujian Hipotesis

**Koefisien Determinasi ( $R^2$ )** : Nilai  $R^2$  statistik ini mengukur tingkat keberhasilan model yang digunakan dalam memprediksi nilai variabel independen. Besar  $R^2$  adalah  $0 < R^2 < 1$ , semakin tinggi nilai  $R^2$  maka semakin besar pula kemampuan model dalam menerangkan perubahan variabel dependen akibat pengaruh variabel independen. Nilai  $R^2$  statistik hasil regresi ini adalah:

**Tabel 5 : Nilai Koefisien determinasi ( $R^2$ ) Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin - Watson
1	.933 <sup>a</sup>	.870	.818	.01684	1.895

a. Predictors : (Constant). Ln IW, Ln Gini

b. Dependent Variable : Ln.JPM

Sumber : Data Sekunder Diolah

Dari tabel 5 di atas dapat diketahui bahwa nilai  $R^2$  adalah 0,870, hal ini berarti bahwa 87 persen perubahan Jumlah Penduduk Miskin di Provinsi DIY dapat dijelaskan oleh variabel Indeks Gini dan Indeks Williamson, sedangkan sisanya sebesar 13 persen dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

#### Uji F (Pengujian Signifikansi Secara Simultan)

Uji statistik F (F test) ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel dependen mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel independen. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel. Apabila F hitung lebih besar daripada F tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang berarti semua variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen, demikian pula sebaliknya.

**Tabel 6** : Hasil Pengujian Signifikansi Secara Simultan (Uji F)

ANOVA<sup>b</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
1 Regression	.009	2	.005	15.787	.006 <sup>a</sup>
Residual	.001	5	.000		
Total	.011	7			

a. Predictors : (Constant). Ln IW, Ln Gini

b. Dependent Variable : Ln.JPM

**Sumber** : Data Sekunder Diolah

Dari hasil perhitungan, diperoleh nilai F hitung sebesar 15.787 dengan tingkat probabilitas 0,006 yang berarti lebih kecil dari derajat keyakinan alpha sebesar 5 persen, diperoleh sebesar 3,41 dan jika kedua nilai tersebut dibandingkan, maka nilai F hitung (15,787) lebih besar daripada nilai F tabel sehingga  $H_0$  ditolak yang berarti semua variable independent (baik Indeks Gini maupun Indeks Williamson) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu Jumlah Penduduk Miskin di Provinsi DIY.

#### Uji t (Pengujian Signifikansi Parameter Individual)

Uji statistik t (t test) pada dasarnya bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara parsial dalam menerangkan variabel dependen.

Uji t ini dilakukan dengan membandingkan nilai t-statistik hitungnya dengan t-tabel.

Dasar pengambilan keputusan:

1. Apabila t-hitung > t-tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima
2. Apabila t-hitung < t-tabel, maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak

Dalam model penelitian ini dengan menggunakan ketentuan  $\alpha = 5$  persen  $df = n - k - 1$  (pada penelitian ini  $df = 13 - 2 - 1 = 10$ ), sehingga berdasarkan tabel distribusi t untuk uji satu arah (one - tail) diperoleh nilai t-tabel = 1,812.

**Tabel 7** : Hasil Pengujian Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Variabel	Koefisien	t-hitung	Signifikansi
C	17.156	69.724	0,000*
Indeks Gini	0.477	3.345	0,020*
Indeks Williamson	1.834	4.091	0,009**

Sumber : Data Sekunder Diolah

Keterangan : \*Signifikan pada level 5 persen \*\*Signifikan pada level 1 persen

Berdasarkan tabel 7 di atas, dapat diinterpretasikan bahwa hasil pengujian hipotesis penelitian dengan menggunakan kesimpulan signifikansi uji t sebagai berikut:

#### 1. Indeks Gini

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$H_0 : \beta_1 \leq 0$  : tidak terdapat pengaruh positif antara Indeks Gini terhadap jumlah penduduk miskin di Provinsi DIY.

$H_1 : \beta_1 > 0$  : terdapat pengaruh positif antara Indeks Gini terhadap Jumlah Penduduk Miskin di Provinsi DIY.

Berdasarkan tabel 7 diketahui bahwa variabel Indeks Gini memiliki signifikansi 0,020\* nilai t-hitung > t-tabel (3,345 > 1,812), hal ini sesuai dengan kriteria  $H_0$  ditolak jika t-hitung > t-tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa Hipotesis  $H_0$  yang menyatakan tidak ada pengaruh positif antara Indeks Gini terhadap Jumlah Penduduk Miskin di Provinsi DIY adalah ditolak dan menerima Hipotesis alteratif ( $H_1$ ) yang menyatakan bahwa ada pengaruh positif antara Indeks Gini terhadap Jumlah Penduduk Miskin di Provinsi DIY. Hubungan parsial antara variabel Indeks Gini terhadap Jumlah Penduduk Miskin di Provinsi DIY tersebut bahwa bila angka Indeks Gini meningkat maka akan berakibat pada kenaikan Jumlah Penduduk Miskin di Provinsi DIY. Jadi, hipotesis 1 yang menyatakan terdapat pengaruh yang positif antara variabel Indeks Gini terhadap Jumlah Penduduk Miskin di Provinsi DIY terbukti.

## 2. Indeks Williamson

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$H_0 : \beta_2 \leq 0$  : tidak terdapat pengaruh positif antara Indeks Williamson terhadap Jumlah Penduduk Miskin di Provinsi DIY.

$H_1 : \beta_2 > 0$  : terdapat pengaruh positif antara Indeks Williamson terhadap Jumlah Penduduk Miskin di Provinsi DIY.

Berdasarkan tabel 7 diketahui bahwa variabel Indeks Williamson memiliki signifikansi 0,009\*\* nilai t-hitung > t-tabel (4,091 > 1,812), hal ini sesuai dengan kriteria  $H_0$  ditolak jika t-hitung > t-tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa Hipotesis  $H_0$  yang menyatakan tidak ada pengaruh positif antara Indeks Williamson terhadap Jumlah Penduduk Miskin di Provinsi DIY adalah ditolak dan menerima Hipotesis alteratif ( $H_1$ ) yang menyatakan bahwa ada pengaruh positif antara Indeks Williamson terhadap Jumlah Penduduk Miskin di Provinsi DIY. Hubungan parsial antara variabel Indeks Williamson terhadap Jumlah Penduduk Miskin di Provinsi DIY tersebut berarti apabila Indeks Williamson meningkat maka akan berakibat pada kenaikan Jumlah Penduduk Miskin di Provinsi DIY. Jadi, hipotesis 1 yang menyatakan terdapat pengaruh yang positif antara variabel Indeks Williamson terhadap Jumlah Penduduk Miskin di Provinsi DIY terbukti.

## Analisis Hasil Regresi Berganda

1. Analisis Regresi Berganda Setelah melalui uji asumsi klasik, analisis dilanjutkan ke dalam model analisis regresi linear berganda yang terlihat dalam persamaan di bawah ini :

$$\text{LnY} = 11.265 + 0,362\text{LnGini}^* + 1.324\text{LnIW}^* + \mu$$

(0.243)      (0.143)                      (0.348)                       $R^2 = 87\%$

$$F_{hit} = 15.787 \text{ (Signifikan} = 0,006)$$

\* = Signifikan pada  $\alpha = 5\%$

Persamaan yang dihasilkan mengandung arti sebagai berikut :

### 1. Variabel Indeks Gini

Variabel Indeks Gini memiliki hasil yang signifikan pada probabilitas 0,020 dengan koefisien sebesar 0.362. Tanda koefisien yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi Indeks Gini maka akan makin tinggi Jumlah Penduduk Miskin di Provinsi DIY. Variabel Indeks Gini ini menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Jumlah Penduduk Miskin di Provinsi DIY.

### 2. Variabel Indeks Williamson

Variabel Indeks Williamson memiliki hasil yang signifikan pada probabilitas 0,021 dengan koefisien sebesar 1.324. Tanda koefisien yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi

Indeks Williamson maka akan makin tinggi Jumlah Penduduk Miskin di Provinsi DIY. Variabel Indeks Williamson menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Jumlah Penduduk Miskin di Provinsi DIY.

### **KESIMPULAN**

Ketidakpuasan dan kritik yang timbul dalam proses pembangunan pada dasarnya bukanlah sehubungan dengan pertumbuhan yang telah dicapai akan tetapi karena perkembangan pembangunan dengan pertumbuhan ekonomi tersebut kurang mampu menciptakan pemerataan pembangunan dan hasil-hasilnya, bahkan ketimpangan pendapatan semakin besar.

Secara keseluruhan variabel Indeks Gini dan Indeks Williamson mampu menerangkan Jumlah Penduduk Miskin di Provinsi DIY. Indeks Gini dan Indeks Williamson ke duanya menunjukkan pengaruh yang positif terhadap Jumlah Penduduk Miskin di Provinsi DIY.

### **SARAN**

Jumlah Pertumbuhan Penduduk Miskin di Provinsi DIY dapat ditekan dengan memperkecil ketimpangan distribusi pendapatan yang ditunjukkan dengan menurunnya nilai Indeks Gini dan Indeks Williamson. Untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya menambah variabel seperti variabel Indeks Entrophy Theil sehingga dapat diketahui alat ukur ketimpangan mana yang paling berpengaruh terhadap Jumlah Penduduk Miskin di Provinsi DIY.

### **BAHAN ACUAN**

- Arsyad, Lincolin, 2015, *Pengantar Perencanaan dan Ekonomi Pembangunan Ekonomi Daerah*, BPFE, Yogyakarta.
- Badan Pusat Statistik, *DIY Dalam Angka* beberapa edisi, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.
- Badan Pusat Statistik, Berbagai Tahun, *Pemerataan Pendapatan dan Pola Konsumsi Penduduk DIY*, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.
- Imam, Ghozali, 2005, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kuncoro, Mudrajad, 2016, *Menuju Era Baru Pembangunan Daerah: Teori, Masalah, dan Kebijakan, Edisi Pertama*, Unit Penerbit dan Percetakan, AMP YKPN, Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_, 2014, *Otonomi dan Pembangunan Daerah*, Penerbit Erlangga, Yogyakarta.
- Usman, Sunyoto, 2004, *Diantara Harapan dan Kenyataan*, Center for Indonesian Research and Development, Yogyakarta.

## **ANALISIS PEMANGKU KEPENTINGAN DALAM PENGEMBANGAN DESA WISATA PANDEAN, SRUMBUNG, MAGELANG**

**Eko Murdiyanto, Teguh Kismantoroedji, Indah Widowati**

Fakultas Pertanian UPN “Veteran” Yogyakarta

e-mail: [ekomur\\_upnyk@yahoo.com](mailto:ekomur_upnyk@yahoo.com) , [kismantoroedji@gmail.com](mailto:kismantoroedji@gmail.com) , [widowati2010@gmail.com](mailto:widowati2010@gmail.com)

### **ABSTRACT**

*The development of desa wisata in Pandean Village is carried out in order to optimize the potential that exists in supporting desa wisata. Support for desa wisata is not only in management but also in technical cultivation, post-harvest, marketing, business diversification, institutional and tourism promotion. For this reason, it requires the support of stakeholders in accordance with the needs of desa wisata manager.*

*This research was conducted with a qualitative approach to the community in Pandean Tourism Village, Jeruk Agung Village, Srumbung District, Magelang District. Data collection methods with observation (observation), interviews, and Focus Group Discussion (FGD).*

*The results of the study indicate that the stakeholders' support is based on their own main tasks, so that glue is needed for stakeholders. Therefore the main strength of the relationship between stakeholders lies in desa wisata manager who is able to integrate the interests of the officials dynamically. This is done to develop human resources in order to improve the welfare of farmers.*

**Keywords:** *development, stakeholders, welfare.*

### **PENDAHULUAN**

Sebagian besar petani di Indonesia termasuk petani kecil yang ditandai dengan tingkat hidup di bawah garis kemiskinan. Petani kecil memiliki sifat tidak mau mengambil risiko (Scott, 1983). Hal ini karena petani memiliki kemampuan yang terbatas dalam mengembangkan usahatani. Oleh karena itu diperlukan upaya meningkatkan kemampuan petani untuk memajukan dan mengembangkan pola pikir dan pola kerja petani agar mampu mandiri dan berdaya saing tinggi.

Usaha yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan pembangunan yang berpusat pada masyarakat untuk meningkatkan kemampuan dalam mengelola dan memobilisasi sumber-sumber yang terdapat di masyarakat. Salah satu usaha yang dilakukan adalah dengan mengembangkan desa biasa menjadi desa wisata.

Pengembangan desa wisata Pandean memerlukan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, pengelola desa wisata perlu membina hubungan baik yang bersifat timbal balik (*reciprocal*) dengan para pemangku kepentingan, baik pemangku kepentingan dari pihak pemerintah, swasta, dan dari berbagai tingkatan elemen masyarakat. Hubungan baik ini dapat dibentuk dari adanya interaksi antar pemangku kepentingan dalam kaitannya dengan pengembangan menjadi desa wisata yang mandiri.

Hal ini dikarenakan pengelola desa wisata tidak hanya bergerak dalam proses usahatani, tetapi juga dalam bidang hulu dan hilir usahatani. Untuk itu pengelola desa wisata dalam melakukan pengembangan desa wisata mencari dukungan dari sebanyak mungkin para pemangku kepentingan. Banyaknya pemangku kepentingan ini terkait dengan tujuan pengembangan desa wisata yaitu menjadikan desa wisata sebagai alternatif memecahkan masalah dan memenuhi kebutuhan untuk meningkatkan kesejahteraan petani.

Penelitian ini bertitik tolak dari strategi-strategi yang perlu dilakukan oleh pengelola desa wisata Pandean untuk mengembangkan desa wisata dengan mengintegrasikan para pemangku kepentingan..

### **Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan peran pemangku kepentingan dalam pengembangan desa wisata Pandean, Desa Jeruk Agung, Kecamatan Srumbung, Magelang.

### **Analisis Pemangku kepentingan**

Dari aspek semantik, pemangku kepentingan didefinisikan sebagai perorangan, organisasi, dan sejenisnya yang memiliki andil atau perhatian dalam bisnis atau industri (Hornby 1995). Gonsalves et al.(2005) mendeskripsikan pemangku kepentingan atas siapa yang memberi dampak dan/atau siapa yang terkena dampak kebijakan, program,dan aktivitas pembangunan. Pemangku kepentingan dapat laki-laki atau perempuan, komunitas, kelompok sosial ekonomi, atau lembaga dalam berbagai dimensi pada setiap tingkat golongan masyarakat. Setiap kelompok ini memiliki sumber daya dan kebutuhan masing-masing yang harus terwakili dalam proses pengambilan keputusan dalam kegiatan pembangunan.

Analisis pemangku kepentingan adalah suatu proses sistematis mengumpulkan dan menganalisis informasi kualitatif untuk menentukan kepentingan siapa yang harus diperhitungkan ketika mengembangkan dan atau menerapkan kebijakan atau program (Schmeer, 1999). Analisis pemangku kepentingan bermanfaat dalam pengidentifikasian komunitas atau kelompok masyarakat yang paling banyak kena pengaruh dari suatu kegiatan pembangunan (Race dan Millar 2006). Suatu kegiatan dapat memberikan manfaat bagi sebagian masyarakat, namun dapat pula merugikan sebagian masyarakat lainnya. Oleh karena itu, analisis pemangku kepentingan biasanya berhubungan dengan beberapa elemen seperti eksistensi kelompok masyarakat, dampak, dan konsekuensi yang muncul dari pelaksanaan program pembangunan.

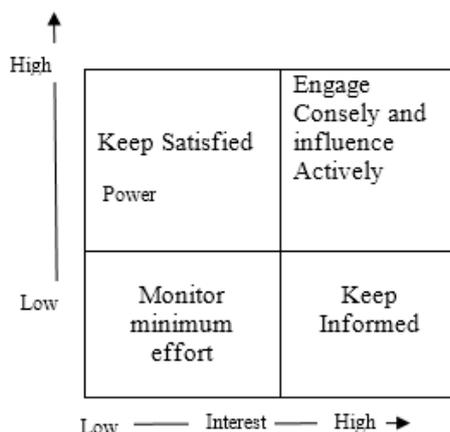
Start dan Hovland (2004) menegaskan bahwa analisis pemangku kepentingan dapat digunakan untuk mengidentifikasi semua pihak yang terlibat dalam melakukan kegiatan, mereka yang membuat atau melaksanakan kebijakan, dan berbagai pihak perantara diantara kedua pihak tersebut. Hal ini akan membantu dalam menentukan cara untuk menarik perhatian pemangku kepentingan agar dampak terhadap kebijakan dapat dimaksimalkan.

Start dan Hovland (2004) merumuskan 3 hal penting dalam analisis pemangku kepentingan yaitu:

- a) Mengenali semua pemangku kepentingan yang terkait.
- b) Pemangku kepentingan bisa terdiri dari organisasi, kelompok, departemen, struktur, jaringan atau individu, tetapi daftar ini perlu sedikit panjang untuk memastikan bahwa tak ada pihak yang tertinggal.
- c) Pengelompokkan para pemangku kepentingan menurut kepentingan dan kekuasaan mereka dalam kegiatan.

Lebih lanjut Start dan Hovland (2004) merumuskan tata urutan analisis pemangku kepentingan sebagai berikut:

- a) Menjelaskan tujuan penelitian atau perubahan kebijakan yang sedang dibahas.
- b) Mengenali semua pemangku kepentingan yang terkait dengan tujuan, proyek, masalah atau isu. Kelompok kecil terdiri dari enam hingga delapan orang dengan perspektif yang bervariasi terhadap masalah yang dibahas. Pemangku kepentingan bisa terdiri dari organisasi, kelompok, departemen, struktur, jaringan atau individu, tetapi daftar ini perlu sedikit panjang untuk memastikan bahwa tak ada pihak yang tertinggal.
- c) Dengan menggunakan grid dalam Gambar 1, tempatkan para pemangku kepentingan itu di dalam matriks yang berbeda menurut kepentingan dan kekuasaan mereka. “Kepentingan” menunjukkan sejauh mana mereka kemungkinan besar akan terpengaruh oleh proyek penelitian atau perubahan kebijakan, dan seberapa besar kepentingan atau kepedulian mereka terhadap atau tentang proyek penelitian atau perubahan kebijakan. “Kekuasaan” mengukur pengaruh yang mereka miliki atas proyek atau kebijakan, atau seberapa jauh mereka dapat mendukung tercapainya atau menghambat perubahan yang diinginkan. Dalam bentuk sederhana matriks analisis pemangku kepentingan dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Analisis Pemangku Kepentingan  
(Sumber: Start dan Hovland, 2004)

Pemangku kepentingan yang mempunyai kekuasaan dan kepentingan yang sama dengan proyek adalah seseorang atau organisasi yang perlu dilibatkan dan diajak bersama. Pemangku kepentingan yang mempunyai kepentingan besar tetapi hanya memegang sedikit kekuasaan perlu selalu diberi informasi, tetapi, bila digerakkan, mereka dapat membentuk basis dari suatu kelompok kepentingan atau koalisi yang dapat melakukan lobbis untuk perubahan. Mereka yang mempunyai kekuasaan besar tetapi minat atau kepentingannya rendah harus selalu dijaga agar tetap merasa puas dan sebaiknya diangkat sebagai patron atau pendukung demi terjadinya perubahan kebijakan.

- d) Bila waktu dan sumberdaya memungkinkan, analisis lebih lanjut dapat dilakukan untuk menjajagi lebih jauh yaitu wujud kekuasaan dan posisinya dan kepentingan yang memberikan posisi tersebut. Hal Ini akan membantu untuk lebih memahami mengapa seseorang mengambil posisi tertentu dan bagaimana mereka dapat diajak bergabung. Analisis ini selanjutnya dikembangkan dalam *Influencing Mapping* (Pemetaan Pengaruh).

- e) Langkah terakhir adalah mengembangkan sebuah strategi untuk mencari cara terbaik untuk berhubungan dengan berbagai pemangku kepentingan sebuah proyek, bagaimana “membangkitkan” atau menyampaikan pesan atau informasi sehingga bermanfaat bagi mereka, dan bagaimana mempertahankan hubungan dengan mereka. Kenali siapa yang akan melakukan kontak dengan mereka dan bagaimana, pesan apa yang akan dikomunikasikan dan bagaimana akan menindak-lanjutinya.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian dilakukan pada Desa Wisata Pandean, Jeruk Agung, Srumbung, Magelang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus, yaitu penelitian yang mendalam dan mendetail tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan subjek penelitian (Lincoln dan Guba, 1985). Subyek dalam penelitian ini adalah pengurus dan anggota pengelola desa wisata, pamong dusun Pandean, Kelompok Wanita Tani, kelompok tani, kelompok tani ternak dan karang taruna. Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pengamatan (*observasi*), wawancara, dan *Focus Group Discussion* (FGD). Data yang terkumpul diuji keabsahannya dengan triangulasi sumber dan metode. Teknik analisis menggunakan model Miles dan Huberman (1984) yang melalui 3 (tiga) tahap, yaitu: tahap reduksi data, tahap penyajian data/ analisis data setelah pengumpulan data dan tahap penarikan kesimpulan dan verifikasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **a. Para Pemangku Kepentingan**

Proses pengembangan desa wisata pandean diperlukan ketika pengelola desa wisata mengalami masa jenuh karena atraksi yang disajikan hanya terpusat pada usahatani tanaman dalam polibag. Untuk diperlukan tambahan atraksi yang dimiliki dengan mengoptimalkan seluruh potensi dan elemen masyarakat Dusun Pandean. Beberapa kelompok dalam masyarakat yang dapat berperan dalam pengembangan desa wisata antara lain Kelompok Wanita Tani, Pengelolaan Desa Wisata Pandean, Pengelolaan Desa Wisata Pandean ternak dan Karang Taruna.

Pengelolaan Desa Wisata Pandean perlu mendapat pendampingan untuk usaha peningkatan mutu salak pondoh dengan perbaikan sistem pengelolaan produk hortikultura. Perbaikan sistem usaha dilakukan dengan melaksanakan *Standard Procedure Operational /Good Agricultural Practice* (SPO/GAP). Kegiatan SPO/GAP meliputi kegiatan dari persiapan lahan, penyiapan bibit, penanaman bibit, penyulaman, pemangkasan dan penjarangan anakan, pemupukan, pembumbunan, pengairan, penyerbukan, penjarangan buah, pengendalian organisme pengganggu tanaman, panen dan pasca panen di lahan. Selain itu diperlukan pendampingan dalam pengembangan kelembagaan Pengelolaan Desa Wisata Pandean.

Kelompok Wanita Tani perlu mendapat pendampingan untuk melakukan diversifikasi olahan salak dan sumber daya lain selain salak. Sementara Pengelolaan Desa Wisata Pandean ternak juga perlu mendapatkan pendampingan dalam usahat ternak kambing dan ikan menuju efisiensi usaha. Sedangkan Karang Taruna perlu mendapatkan pendampingan dalam perbaikan sistem pengelolaan desa wisata dan serta pelestarian kesenian asli.

Oleh karena diperlukan beberapa pemangku kepentingan dalam usaha mengembangkan desa wisata Pandean, baik pemangku kepentingan dari pemerintah maupun swasta. Pemangku

kepentingan yang diperlukan dalam pengembangan desa wisata dapat dilihat pada tabel 1:

Tabel 1. Pemangku Kepentingan dalam Pengembangan Desa Wisata Pandean

No	Kebutuhan Desa Wisata Pandean	Pemangku Kepentingan
1.	modal dan pelatihan pengelolaan keuangan.	Swasta melalui program CSR
2.	Perbaikan sistem pengelolaan desa wisata	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata
3.	perbaikan pengelolaan usahatani melalui SPO/GAP dan SPO/GHP	Balai Pengkajian Teknologi Pertanian
4.	pembinaan & pengembangan usaha kecil makanan olahan berbasis salak pondoh	Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi
5.	pembinaan dan pengembangan kelembagaan Kelompok tani	Dinas Pertanian
6.	pengelolaan ternak kambing dan ikan	Dinas Peternakan dan Perikanan.
7.	pembinaan olahan berbasis salak pondoh dan pembinaan pengelola desa wisata serta pelestarian kesenian asli	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata

Sumber: Analisis Data Primer

Berdasarkan table 1 menunjukkan bahwa pemangku kepentingan yang diperlukan dalam pengembangan desa wisata Pandean merupakan pemangku kepentingan yang berasal dari pemerintah maupun swasta yang sesuai dengan kebutuhan dalam pengembangan desa wisata. Namun, dalam pelaksanaannya pengelola desa wisata harus sebagai penggerak setiap kegiatan yang dilaksanakan, artinya bahwa kegiatan akan dapat berjalan dengan sempurna bila semua komponen bekerja sesuai dengan tugas dan fungsinya masing-masing.

#### **b. Analisis Pemangku Kepentingan**

Pemangku kepentingan menurut kepentingan dan kekuasaan dalam kegiatan pengembangan desa wisata Pandean dapat dilihat dari Peran masing-masing. Peran-masing-masing pemangku kepentingan dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Tugas Pokok dan Peran Para Pemangku Kepentingan dalam Pengembangan Desa Wisata Pandean

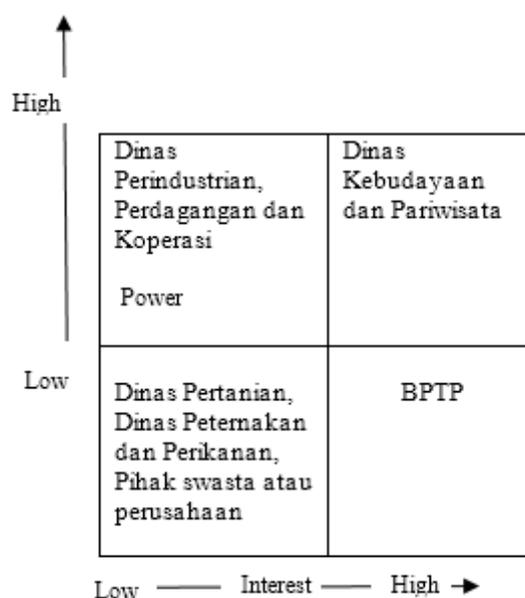
No	Pemangku Kepentingan	Tugas pokok sesuai Visi dan Misi Lembaga	Peran
1	Badan Penerapan Teknologi Pertanian (BPTP)	melaksanakan pengkajian, perakitan dan pengembangan teknologi tepat guna spesifik lokasi	mendukung teknis budidaya salak melalui perbaikan sistem pengelolaan salak dengan SPO/GAP agar mencapai salak pondoh yang berkualitas
2	Dinas Pertanian,	menyelenggarakan pembinaan dan pengembangan usaha bidang pertanian	mendukung dalam pembinaan dan pengembangan kelembagaan Pengelolaan Desa Wisata Pandean sehingga mencapai kualifikasi Pengelolaan Desa Wisata Pandean yang tangguh dan mandiri

3	Dinas Peternakan dan Perikanan	menyelenggarakan pembinaan dan pengembangan usaha bidang peternakan dan perikanan	mendukung teknis budidaya ternak kambing dan ikan melalui perbaikan sistem pengelolaan agar mencapai produksi yang berkualitas
4	Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi	Mewujudkan usaha ekonomi produktif yang berdaya saing, tangguh dan berwawasan lingkungan	mendukung dalam pembinaan & pengembangan usaha kecil makanan olahan berbasis salak pondoh, sehingga tercapai diversifikasi produk salak pondoh dan olahan lainnya
5	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata	membina pengelolaan dan pengembangan desa wisata	mendukung dalam pembinaan dan pengembangan desa wisata berbasis salak pondoh

Sumber: Analisis data primer

Tabel 2 menunjukkan bahwa peran para pemangku kepentingan dilakukan dalam rangka memenuhi kewajiban tugas dan fungsinya sesuai dengan visi dan misi lembaga. Hal ini dapat dipahami karena para pemangku kepentingan masih terikat dengan tugas pokok dan fungsinya, baik pemangku kepentingan dari swasta maupun pemerintah, terutama pemangku kepentingan yang merupakan Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD), baik Kabupaten maupun Propinsi. Peran ini dapat dipahami karena para pemangku kepentingan hanya sebagai pelaksana dari kebijakan yang ada di atasnya, sehingga tidak dapat leluasa menerapkan strategi sesuai dengan kondisi di lapangan.

Selanjutnya para pemangku kepentingan dapat dikelompokkan berdasarkan kepentingan dan kekuasaan yang dimiliki sesuai dengan pendapat (Crosby, 1992) yang membagi pemangku kepoentingan menjadi pemangku kepentingan utama, penunjang dan pemangku kepentingan kunci. Dalam bentuk sederhana matrik hasil analisis pemangku kepentingan dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Analisis Pemangku Kepentingan Pengembangan Desa Wisata Pandean

Berdasarkan peran masing-masing pemangku kepentingan maka para pemangku kepentingan yang mendukung pengembangan desa wisata Pandean dapat dikelompokkan menjadi:

- a. Pemangku kepentingan kunci, yaitu pemangku kepentingan yang berpengaruh kuat atau penting terkait dengan masalah, kebutuhan, perhatian terhadap kelancaran kegiatan. Pemangku kepentingan kunci dalam pengembangan desa wisata adalah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata.
- b. Pemangku kepentingan utama, yakni yang menerima dampak positif atau negatif (di luar kerelaan) dari suatu kegiatan. Pemangku kepentingan utama dalam pengembangan desa wisata Pandean adalah Badan Penerapan Teknologi Pertanian (BPTP) dan Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi,
- c. pemangku kepentingan penunjang, yaitu pemangku kepentingan yang menjadi perantara dalam membantu proses penyampaian kegiatan. Dalam beberapa kegiatan, pemangku kepentingan penunjang memiliki kepentingan baik formal maupun informal. Pemangku kepentingan penunjang dalam pengembangan desa wisata Pandean adalah Dinas Pertanian, Dinas Peternakan dan Perikanan, dan Pihak swasta atau perusahaan.

Pengelompokkan pemangku kepentingan tersebut tidak dapat dilepaskan dari peran para pemangku kepentingan dalam proses pemberdayaan petani. Menurut Start dan Hovland (2004) tipe pemangku kepentingan seperti ini disebut tipe *keep informed* yang ditandai dengan adanya kepentingan terkait kebijakan dan kepentingan atau kepedulian para pemangku kepentingan terhadap proses pemberdayaan pengembangan desa wisata. Selain itu tipe ini juga ditandai dengan keterbatasan kekuasaan para pemangku kepentingan dalam mendukung tercapainya program. Sesuai dengan kondisi para pemangku kepentingan yang hanya memiliki kekuasaan sedikit tetapi memiliki kepentingan yang besar maka para pemangku kepentingan perlu selalu diberi informasi, tetapi, bila digerakkan, mereka dapat membentuk basis dari suatu kelompok kepentingan atau koalisi yang dapat melakukan lobi untuk perubahan. Kondisi inilah yang dimanfaatkan oleh pengelola desa wisata dalam proses pengembangan desa wisata.

Kekuatan untuk memadukan dan menggerakkan para pemangku kepentingan terletak pada kekuatan dan kesiapan Pengelolaan Desa Wisata Pandean sendiri terutama kesiapan Pengelola Desa Wisata Pandean dalam melakukan perubahan. Hal ini senada dengan pendapat Alcock dan Craig (1998) yang menyatakan bahwa otoritas lokal, dalam hal ini Pengelola Desa Wisata Pandean Duri Kencana, tidak dapat menghilangkan atau secara signifikan mengurangi kemiskinan lokal tanpa membangun kerjasama dengan pihak-pihak terkait. Oleh karena itu Pengelola Desa Wisata Pandean harus dapat mengambil peran sebagai perekat diantara para pemangku kepentingan dengan mengintegrasikan para pemangku kepentingan tersebut dengan cara dinamisasi Pengelolaan Desa Wisata Pandean. Hal ini seperti pendapat Sajogja (1978) bahwa keberhasilan program terjadi karena proses dinamika yang terjadi dalam kelompok.

Perubahan yang dilakukan oleh Pengelola Desa Wisata Pandean bukannya tanpa risiko. Proses ini memerlukan komitmen yang besar dari seluruh anggota Pengelola Desa Wisata Pandean agar dapat menumbuhkan hubungan jangka panjang yang kokoh. Secara sederhana proses ini dapat dijelaskan bahwa masing-masing anggota dapat memahami sepenuhnya kebutuhan anggota lainnya. Namun bagi pengelola desa wisata Pandean hal ini tidak

membutuhkan waktu yang lama dan komitmen yang besar, karena Pengelolaan Desa Wisata Pandean masih lebih menggunakan budaya sosial daripada budaya ekonomi yang berarti masyarakat lebih mengunggulkan nilai-nilai sosial daripada nilai-nilai ekonomi (Soemardjan, 2002).

Hal ini sesuai dengan pendapat Boeke dan Tideman (1974) bahwa perkembangan masyarakat lebih bersifat sosial daripada ekonomi, nilai dan sikap petani sebagai *limited needs* atau *oriental miticism* yakni suatu sikap merasa puas, tenteram, damai tanpa harus memaksakan keinginan lebih daripada yang sudah dimiliki. Pandangan senada juga dikemukakan oleh Scott (1983) yang mengatakan bahwa petani memiliki sifat mendahulukan selamat. Namun, karena banyak petani sesungguhnya terlibat dalam ekonomi subsisten sekaligus dengan ekonomi kapitalis, maka petani tentu menetapkan prinsip rasional karena petani pada hakekatnya ingin meningkatkan ekonominya dan berani mengambil resiko (Popkin, 1979). Rasionalitas petani inilah yang menjadi titik awal peningkatan kesejahteraan petani.

## **KESIMPULAN**

Pengembangan desa wisata Pandean memerlukan dukungan dan kerjasama antar pemangku kepentingan, baik pemangku kepentingan kunci, utama maupun penunjang. Namun harus dimulai dengan keberanian Pengelola Desa Wisata Pandean untuk berubah menyesuaikan dengan karakteristik para pemangku kepentingan,

## **REFERENSI**

- Alcock, P dan Craig, G.1998. Monitoring and Evaluation of Local Authority Anti-Poverty Strategis in The UK. *International Journal of Public Sector Management*. Bol. 11. No 7: p 553-565.
- Boeke, JH; J. van Gelderen, dan J. Tideman. 1974. *Tanah dan penduduk di Indonesia*. Jakarta: Bhratara.
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Creswell, John. W. 1998. *Kualitatif Inquiry and Research Design*. California: Sage Publications, Inc.
- Crosby, Benjamin. 1992. Stakeholder analysis: A vital tools for strategic managers”, *Technical Notes no. 2*, USAID; and ODA.
- Gonsalves, J., T. Becker, A. Braun, D. Campilon, H. de Chaves, E. Fajber, M. Capiriri, J.R.Caminade, dan R. Vernoooy. 2005. *Participatory Research and Development for Sustainable Agricultural and Natural Resource Management: A resource book (glossary)*. Philippines.. International Potato Center-Users Perspective with Agricultural Research and Development.
- Hornby, A.S. 1995. *Oxford Advanced Learner’s Dictionary of Current English*. C. Jonathan,K. Kavanagh, and M. Ashby (Eds.). Oxford.
- Popkin, Samuel.L. 1979. *The Rational Peasant*. Berkeley: University of California Press.
- Race, D. dan J. Millar. 2006. *Training Manual:Social and community dimensions of ACIARProjects*. Australian Center for International Agricultural Research–Institute for Land,Water, and Society of Charles Sturt University, Australia.
- Sajogyo. 1978. *Golongan Miskin di Pedesaan. Dalam: Kemiskinan Di Tengah Deru Pembangunan*. PUSTAKA No.2 Th. II Edisi Maret 1978. Bandung. Hal 8-13
- Schmeer, Kammi. 1999. *Stakeholder Analysis Guidelines*. Bethesda, MD: Partnerships for Health Reform, Abt Associates Inc

- Scott, James. 1983. *Moral Ekonomi Petani*. Jakarta: LP3ES.
- Soemardjan, Selo. 2002. Hubungan Budaya Sosial dan Budaya Ekonomi. Prosiding Lokakarya Nasional 2002. *Masalah Kesiapan Indonesia Menghadapi pemberlakuan AFTA 2003: Suatu Tinjauan terhadap peluang dan Tantangan Sumberdaya Manusia Indonesia Khususnya di Bidang Pertanian*. Faperta UPN "Veteran" Yogyakarta.
- Start, Daniel dan Ingie Hovland. 2004. *Tools for Policy Impact: A Handbook for Researchers*. Research and Policy in Development Programme 111

## **ANALISIS KOTA YOGYAKARTA SEBAGAI KOTA KREATIF: PENDEKATAN SINERGITAS PENTHA HELIX**

**Kartika Ayu Ardhanariswari, Prayudi**

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, UPN “Veteran” Yogyakarta  
email: [ardhanariswari\\_ayu@yahoo.com](mailto:ardhanariswari_ayu@yahoo.com) , [prayudi@upnyk.ac.id](mailto:prayudi@upnyk.ac.id)

### **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to analyse the development of Yogyakarta as creative city. The analysis was done based on the Penta helix model approach. This approach suggests that the development of creative city is the cooperation of Academic, Business, Community, Government, and Media, otherwise known as ABCGM. Creative cities based on local potentials as regional excellence and identity need to be encouraged to increase added value and competitiveness, and be able to become the centre of growth for the surrounding area. Based on this background, an understanding of how the concept of creative city is applied in Indonesia's creative city is interesting to look at. In this research, the analysis was focused on Daerah Istimewa Yogyakarta that was as a creative city. This study used qualitative research method. This method systematically describes the facts or characteristics of a particular population or a particular field factually and accurately. Particularly, in-depth interview and focus group discussion were conducted to obtain detailed information from government, academics, and community groups. Findings of research indicate some challenges in the development of Yogyakarta as creative city. First was to identify the economic potentials of the city. Second was the existence of creative class within community. Third was the existence of supporting environment for the creativity of community to grow. Of these three challenges, the government of the City of Yogyakarta was slow in providing relevant infrastructures.*

**Keywords:** *creative city, creative community groups, penta-helix*

### **PENDAHULUAN**

Sebagai negara besar yang kaya akan sumber daya alam, Indonesia tidak boleh tertinggal dalam merespon fenomena perekonomian global tersebut. Kendati saat ini perekonomian Indonesia masih ditopang oleh sektor pertanian, industri manufaktur, dan industri ekstraktif, Indonesia harus mengambil tindakan secara aktif dan komprehensif untuk mengembangkan sektor perekonomian kreatif di Indonesia. Dalam Grand Design Indonesia Kreatif 2025, masih sedikit sekali disinggung tentang bagaimana pemerintah kota dan kabupaten di Indonesia harus punya peran yang besar dalam membentuk wilayahnya menjadi kota yang atraktif dan kreatif.

Dalam kurun waktu belakangan ini, seiring dengan berkembangnya otonomi daerah, berbagai daerah di Indonesia mengupayakan berbagai cara untuk menunjukkan diferensiasi kotanya dibanding dengan kota-kota di daerah lain. Dengan diberlakukannya Undang-Undang No. 21 tahun 1999 sebagaimana telah direvisi dengan Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah yang lebih dikenal dengan sebutan Otonomi Daerah, telah menunjukkan sisi lain pengelolaan sebuah daerah. Salah satu wujud dari diterapkannya Undang-Undang ini, beberapa kepala pemerintah daerah mulai menawarkan potensi daerahnya masing-masing sebagai upaya untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan secara luas diharapkan dapat

meningkatkan kesejahteraan bagi masyarakat.

Padahal, Indonesia memiliki potensi yang cukup besar untuk mengembangkan kota-kota kreatif. Salah satu kota yang berpotensi besar untuk dikembangkan sebagai Kota Kreatif ialah Yogyakarta. Kota yang terletak di bagian tengah Pulau Jawa ini telah jauh dikenal dengan kreativitas warganya yang mampu menghasilkan suatu barang ataupun menyediakan jasa yang memiliki nilai jual tinggi. Dipilihnya Kota Yogyakarta dalam penelitian ini tidak lain karena Yogyakarta sebagai salah satu kota yang ditetapkan oleh UNESCO sebagai jaringan kota kreatif dunia dalam bidang *Craft and Folk Art*.

Selain itu, dari aspek struktural, riset yang dilakukan oleh Badan Ekonomi Kreatif (2016) menemukan kesenjangan antara regulasi dan praktek ekonomi kreatif di lapangan. Faktor penyebabnya adalah pemahaman yang beragam di kalangan pemangku kepentingan terhadap konsep dan praktek ekonomi kreatif, disharmoni regulasi yang memunculkan tumpang tindih kewenangan antarlembaga pemerintah. Juga ada kultur dan struktur birokrasi yang tidak sejalan dengan kebutuhan dan kultur pelaku ekonomi kreatif. Serta kurangnya komunikasi dan kolaborasi antara pemerintah, pelaku ekonomi kreatif dan sektor lainnya. Sedangkan dari aspek kultural, mentalitas wirausaha menjadi faktor yang ikut menyebabkan terhambatnya pengembangan ekonomi kreatif. Mentalitas generasi muda masih terjebak pada mentalitas pekerja/priyayi dan bukan mentalitas entrepreneur. Proses pembelajaran di lembaga-lembaga pendidikan belum berhasil membentuk lulusan yang memiliki kultur wirausaha.

Strategi pengembangan ekonomi kreatif di DIY perlu memperhatikan beberapa hal. Pertama, perlu ada kesepahaman konsep industri kreatif. Di dalam realitas di lapangan, banyak industri kreatif hanya disamakan dengan Industri Kecil Menengah sehingga program-program justru seringkali tumpang tindih dan tidak optimal. Kedua, perlu ada roadmap pengembangan industri kreatif sehingga menjadi arah bagi kebijakan dan program. Selama ini roadmap secara komprehensif belum ada. Dalam roadmap tersebut dapat dimunculkan potensi-potensi industri kreatif unggulan/prioritas dan strategi apa yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Kebijakan yang dimunculkan juga tidak dapat digeneralisir mengingat masing-masing sektor memiliki karakteristik dan keunikan sendiri. Ketiga, perlu didorong munculnya pusat-pusat tumbuhnya kewirausahaan secara lebih merata. Di era industri 4.0 ini, pusat-pusat tersebut harus mendorong berkembangnya bisnis yang berbasis pada inovasi, kreativitas dan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Pengembangan Kota Kreatif merupakan salah satu strategi untuk mencapai arahan Presiden untuk menjadikan ekonomi kreatif sebagai tulang punggung perekonomian nasional. Kota Kreatif berperan untuk mendukung ekosistem kondusif dalam pengembangan ekonomi kreatif. Untuk itu, pengembangan Kota Kreatif haruslah dilakukan secara bersama-sama dan sinergi oleh lintas pemangku kepentingan yang melibatkan Pemerintah baik pusat maupun daerah, komunitas kreatif sebagai representasi masyarakat, akademisi dan para pelaku usaha.

Selain pendekatan pada bidang sektoral sebagaimana yang dicetuskan oleh John Howknis, muncul peneliti lain yang membawa sebuah pendekatan berbeda bernama Charles Landry. Dalam pendekatan yang diusung oleh Charles Landry ini lebih mengetengahkan pendekatan yang berbasis spasial atau kewilayahan. Hasil pendekatan ini adalah teori mengenai kota kreatif dan pembentukannya. Landry percaya bahwa kota-kota di seluruh dunia sedang mengalami apa yang disebut sebagai masa transisi menuju sebuah pembaruan dari era industri lama. Untuk itu, pemberi nilai tambah pada kegiatan ekonomi saat ini berpindah bukan lagi pada barang yang diproduksi namun lebih kepada modal intelektual yang dimasukkan kedalam hasil produksi, baik yang berupa barang ataupun jasa.

Disinilah peran individu kreatif menjadi sangat penting. Individu kreatif ini sendiri tentu memiliki latar kebudayaan dan berbeda beda. Latar belakang kebudayaan inilah yang dimanfaatkan oleh mereka untuk menciptakan suatu produk ekonomi guna dapat bertahan hidup di kota. Oleh karena itu, Landry mendefinisikan kota kreatif sebagai sebuah kota dimana ada

aktivitas kebudayaan yang beragam yang menjadi bagian yang integral dari kegiatan ekonomi kota maupun fungsi sosial dari kota tersebut. Landry percaya bahwa ekonomi kreatif dapat dimulai dari pengembangan kota kreatif.

Dalam tulisannya yang lain terkait kota kreatif, Landry menyebutkan bahwa ada dua hal yang perlu dilakukan oleh sebuah kota guna menjadi sebuah kota kreatif. Pertama adalah tekait bagaimana mengurangi sejumlah hambatan yang menghambat perkembangan kota menjadi kota kreatif dan mempersiapkan sebuah lingkungan yang kreatif.

Ada sejumlah hambatan yang menurut Landry akan menyulitkan sebuah kota untuk berkembang menjadi kota kreatif. Hambatan hambatan ini diantaranya adalah:

- a) Akuntabilitas  
Akuntabilitas menjamin adanya aliran aspirasi yang lancar terkait pengembangan ekonomi kreatif di kota tersebut dari masyarakat ke pemerintah. Yang harus dikurangi dalam hal ini bukanlah akuntabilitas yang demikian. Namun yang harus dikurangi adalah akuntabilitas yang menjadi alasan untuk bertindak lambat. Akuntabilitas tidak boleh dijadikan alasan untuk melakukan respon yang lambat atau menghambat inovasi dengan alasan khawatir hal tersebut tidak sesuai dengan aturan yang ada.
- b) Birokrasi  
Birokrasi seringkali memasukkan peraturan peraturan yang kompleks dan rumit dalam regulasi terkait perekonomian kreatif. Pengurusan perizinan, lisensi dan sebagainya kadangkala masih menemui hambatan di sektor ini.
- c) Pemikiran pendek  
Pemikiran yang pendek dari para politisi dan pembuat kebijakan seringkali menjadi penghambat perkembangan kreativitas. Hal ini dikarenakan seringkali mereka tidak dapat memberikan solusi jangka panjang dari permasalahan yang dihadapi dan perencanaan yang lebih visioner terkait perkembangan kota kreatif tersebut.
- d) Patronase  
Patronase seringkali menjadi penghambat perkembangan kota kreatif mengingat pada umumnya patron menguasai akses terhadap sumber daya dan informasi. Hal ini membuat sejumlah orang lain menjadi sulit untuk mengembangkan kreativitasnya dan pada akhirnya menghambat perkembangan kota kreatif.
- e) Mempersiapkan lingkungan kreatif  
Selain mengurangi sejumlah hambatan dalam perkembangan kota menjadi sebuah kota kreatif, kota juga perlu mempersiapkan beberapa hal yang dapat menjadi pre-kondisi dari sebuah kota kreatif. Hal tersebut diantaranya
- f) Pemetaan proyek  
Dalam pengembangan kota kreatif, seringkali ditemukan sejumlah hambatan yang dapat menyebabkan proyek-proyek penunjang perkembangan kota kreatif menjadi gagal. Namun diluar itu, kegagalan ini harusnya dijadikan pembelajaran dengan melakukan pemetaan secara jelas mana proyek yang berhasil dan mana yang gagal dikembangkan oleh kota.

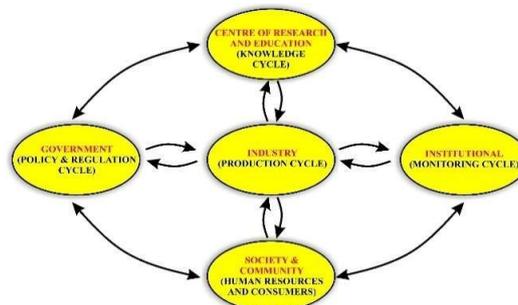
Oleh karena itu, dalam artikel penelitian ini akan dijawab bagaimana lembaga-lembaga pendidikan di DI Yogyakarta, seperti halnya Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Yogyakarta bisa seoptimal mungkin untuk mendorong pusat-pusat tumbuhnya ekonomi kreatif di Yogyakarta. Berbagai strategi ini diharapkan dapat mendorong pengembangan DIY sebagai salah satu sentra industri kreatif. Melalui pendekatan sinergitas Penta Helix yang merupakan kegiatan kerjasama antar lini/bidang Academic, Business, Community, Government, dan Media, atau dikenal sebagai ABCGM diketahui akan mempercepat pengembangan Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di kawasan Yogyakarta. Dengan seperti itu diharapkan DI Yogyakarta bisa menjadi kawasang tumbuh kembangnya industry kreatif yang baik dan terarah.

**METODE PENELITIAN**

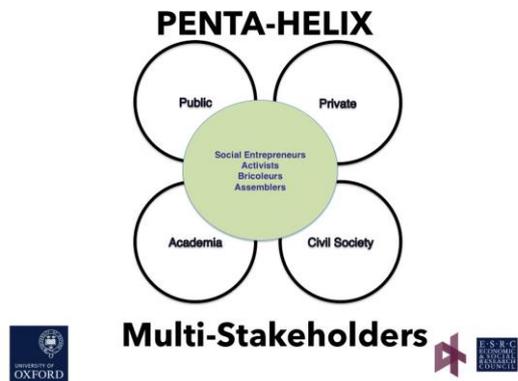
Riset ini juga sesuai dengan penekanan peta jalan (road map) penelitian UPN Veteran dimana untuk riset bidang “Pengembangan Potensi Daerah” pada tahun 2016-2020 fokus pada “pengembangan industri kreatif”. Jika dihubungkan dengan kajian penelitian ini, model dan strategi kota kreatif yang dilakukan oleh berbagai kota di Indonesia, khususnya Yogyakarta bisa memberikan kontribusi bagi khasanah keilmuan dan kajian mengenai pengembangan kota kreatif dan dampaknya.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pada pendekatan ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami (Creswell, 1998:15). Penelitian kualitatif dilakukan pada kondisi yang alamiah dan bersifat penemuan. Dalam penelitian kualitatif, peneliti adalah instrumen kunci. Oleh karena itu, peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas jadi bisa bertanya, menganalisis, dan mengkonstruksi obyek yang diteliti menjadi lebih jelas.

Pendekatan yang dilakukan dalam metode penelitian ini adalah Pentha-Helix. Maksud konsep ini adalah mempertajam agar dapat diimplementasikan dengan optimal oleh para stakeholders yang relevan dengan pengembangan entrepreneurship. Pentha helix fokus pada bagaimana pengembangan entrepreneurship oleh akademisi, Bisnis, Community, Government, Media atau seringkali disingkat menjadi ABCGM dan ini diharapkan dapat dimanfaatkan oleh setiap stakeholders dalam membangun entrepreneurship yang seringkali dianggap kurang optimal di negara ini.



Gambar 1. Konsep Teoritik Pentha Holix



Gambar 2. Konsep Teoritik Pentha Holix menurut Urban Transformations programme at the University of Oxford

Dalam mengumpulkan data-data yang diperlukan penulis menggunakan beberapa cara, antara lain:

a. Observasi

Adalah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti, merupakan proses yang kompleks, yang tersusun dari proses biologis dan psikologis. Dalam menggunakan teknik observasi yang terpenting adalah mengandalkan pengamatan dan ingatan penulis (Ruslan, 2006: 35).

b. Wawancara

Wawancara merupakan suatu bentuk komunikasi verbal, semacam percakapan yang bertujuan untuk memperoleh informasi. Wawancara dilakukan kepada narasumber dengan cara mengajukan pertanyaan sesuai dengan *Interview Guide* yang ada secara langsung. *Interview Guide* berfungsi untuk memberikan bimbingan secara memokok apa-apa yang ditanyakan, menghindari kemungkinan melupakan beberapa persoalan yang relevan terhadap pokok-pokok penyelidikan. *Interview Guide* disini berfungsi sebagai panduan peneliti dalam proses wawancara (Ruslan, 2006 : 23).

c. Studi Pustaka

Sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi. Sebagian besar data yang tersedia adalah berbentuk surat-surat, catatan harian, cendera mata, laporan, artefak, foto, dan sebagainya. Sifat utama data ini tak terbatas pada ruang dan waktu sehingga memberi peluang kepada peneliti untuk mengetahui hal-hal yang pernah terjadi di waktu silam.

Pada penelitian yang telah dilakukan, dari data yang telah dikumpulkan melalui wawancara, observasi dan studi pustaka, data tersebut akan dianalisis. Model analisis terhadap data yang diperoleh baik secara primer ataupun sekunder, dimana hasilnya akan disajikan dalam bentuk uraian dan tidak memakai kaidah-kaidah statistik. Langkah yang dilakukan penulis kemudian adalah menggabungkan data yang terdapat di lapangan untuk diolah dan disederhanakan, lalu disusun secara sistematis untuk kemudian pada akhirnya dilakukan penarikan kesimpulan. Metode Deskriptif merupakan suatu situasi proses dan gejala-gejala atau objek tertentu yang sedang diamati (Ruslan, 2008: 12).

Untuk kepentingan penelitian ini, peneliti memilih untuk menggunakan teknik triangulasi data dalam mengembangkan validitas atas data penelitian yang dilakukan. Cara ini mengarahkan peneliti dalam mengumpulkan data, bahwa penulis wajib menggunakan beragam sumber data yang tersedia. Artinya, data yang sama atau sejenis, akan lebih mantap kebenarannya bila digali dari beberapa sumber data yang berbeda. Dengan demikian, apa yang diperoleh dari sumber yang satu bisa lebih teruji kebenarannya bilamana dibandingkan dengan data sejenis yang diperoleh dari sumber lain yang berbeda (Sutopo, 2002: 79). Melalui teknik Triangulasi Data yang dilakukan sebagai pengembangan validitas data, maka peneliti dalam hal ini membandingkan data-data yang telah diperoleh dari penggunaan teknik yang memiliki sumber data berbeda tersebut. Selanjutnya didapat hasil yang lebih terpercaya dan dapat teruji kebenarannya.

Tabel 1. Variable dan Indikator Penelitian

No	Variable	Indikator
1.	Indikator Kota Kreatif	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pemeliharaan dan pengembangan potensi Ekonomi Kreatif</li> <li>▪ Pemeliharaan Creative Class (golongan atau individu kreatif)</li> <li>▪ Perencanaan dan pengembangan Lingkungan Kreatif</li> </ul>
3.	Sinergi Pentha helix : Multi stekholder	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Peran Multiple Stakeholders</li> </ul>

	Pemerintah, akademisi, pelaku usaha dan masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Penunjukan atau pembuatan lembaga / badan yang bertanggung jawab sebagai koordinator dalam penerapan konsep kota kreatif</li> <li>▪ Pembagian peran dalam penerapan konsep</li> <li>▪ Diskusi publik mengenai visi, misi, dan strategi yang akan dan telah dijalankan</li> <li>▪ Kebijakan maupun implementasinya dalam</li> <li>▪ bidang ekonomi, social, budaya dan lingkungan.</li> </ul>
--	--	---

## PEMBAHASAN

### Indikator Kota Kreatif di Yogyakarta

Teori industri kreatif sektoral yang dicetuskan oleh John Howkins. Howkins percaya bahwa kreativitas telah membagi dunia dalam pelbagai macam jalan berdasarkan cara seseorang mewujudkan kreativitasnya dalam wujud sesuatu yang dapat dijual sehingga memiliki nilai ekonomi. Oleh karenanya, guna mewujudkan ekonomi kreatif harus digunakan pembagian yang jelas pada produksi barang kreatif yang dihasilkan berdasarkan sektor sektornya. Untuk itu Ia secara sistematis telah membagi industri kreatif menjadi 15 sektor berdasarkan pada beberapa parameter seperti input terhadap pendapatan negara, nilai tambah dari produk dan perbedaan produk dari produk produk yang telah ada sebelumnya. Adapun 15 sektor tersebut antara lain: Periklanan, arsitektur, seni, kerajinan, desain, fesyen, film, music, pertunjukan, penerbitan, piranti lunak, permainan, permainan komputer, riset dan pengembangan serta televisi dan radio.

Yogyakarta merupakan wilayah dengan segudang potensi ekonomi kreatif. Potensi tersebut terentang mulai dari sumber daya manusia hingga kultur tradisional yang melekat pada Yogyakarta. Tidak seperti kebanyakan wilayah di nusantara, Yogyakarta bisa dibilang sebagai wilayah yang minim akan sumber daya alam. Oleh karena itu, Yogyakarta tidak bisa menyandarkan perekonomiannya melalui industri-industri ekstraktif. Namun demikian, Yogyakarta memiliki tradisi budaya yang panjang, didukung oleh keberadaan kelompok-kelompok minoritas kreatif yang memiliki tradisi literati dan keilmuan yang tinggi, tersebar di berbagai disiplin keilmuan di 133 kampus, didukung oleh kalangan inovator muda di bidang industri kreatif berbasis kampus, terutama di bidang teknologi informasi (TI), yang berusaha di tengah-tengah kota dan di klaster-klaster kerajinan di pedesaan. Dengan kata lain, Yogyakarta memiliki sumber daya manusia kreatif yang bisa menopang perekonomian Yogyakarta.

Sejak lama Yogyakarta telah menjadi destinasi wisata yang cukup terkenal. Wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta tidak hanya berasal dari dalam negeri, namun juga luar negeri. Keanekaragaman upacara keagamaan dan budaya dari pelbagai agama serta didukung oleh kreativitas seni dan keramahtamahan masyarakat, membuat Yogyakarta mampu menciptakan produk-produk budaya dan pariwisata yang menjanjikan. Bentuk wisata di Yogyakarta sendiri meliputi wisata *Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition* (MICE), wisata budaya, wisata alam, wisata minat khusus, yang dilengkapi dengan pelbagai fasilitas seperti resort, hotel, dan restoran.

Pada titik ini, kita bisa memahami bahwa Yogyakarta memiliki keunggulan dalam sektor ekonomi kreatif dan sektor pariwisata. Keunggulan Yogyakarta tersebut sejalan dengan semangat pemerintah pusat dalam mengembangkan perekonomian kreatif di Indonesia, yang diwujudkan melalui penempatan bersama sektor pariwisata dan ekonomi kreatif dalam satu kementerian. Sinergi yang saling menguatkan antara kedua sektor tersebut pada dasarnya akan membawa kekhasan dalam pengembangan perekonomian Yogyakarta. Di satu sisi, Ekonomi kreatif mampu meningkatkan kualitas kepariwisataan menjadi daya tarik di destinasi pariwisata, serta menjadi media promosi bagi kepariwisataan. Sebaliknya, kemajuan pariwisata suatu destinasi umumnya diikuti dengan peningkatan permintaan akan karya kreatif. Konsep kegiatan wisata dapat

didefinisikan dengan tiga faktor, yaitu harus *ada something to see, something to do, dan something to buy*. Dalam tiga komponen tersebut, ekonomi kreatif di Yogyakarta berperan sebagai *something to buy*.

Ekonomi kreatif merupakan salah satu penggerak utama kegiatan ekonomi Yogyakarta. Ekonomi kreatif Yogyakarta yang sebagian besar masih berada dalam klasifikasi industri kecil ini menjadi salah satu sumber mata pencaharian utama sebagian warga Yogyakarta. Sejatinya, subsektor industri kreatif sebagaimana dikemukakan oleh Kemenparekraf telah tumbuh dan berkembang di Yogyakarta sejak lama, jauh sebelum keluar Instruksi Presiden No. 6 tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif. Hal ini bertambah menarik ketika kita menyadari bahwa persebaran ekonomi kreatif di Yogyakarta tidak hanya terkonsentrasi pada satu titik. Tiap sudut wilayah Yogyakarta yang terdiri atas tiga belas kecamatan memiliki potensinya sendiri yang mampu diolah sedemikian rupa dan mengubahnya menjadi suatu komoditi yang memiliki nilai jual. Dengan kata lain, sumber daya manusia kreatif telah tersebar dan mengakar di pelbagai daerah di Yogyakarta.

Yogyakarta juga memiliki ruang kreatif sebagai sarana dan prasarana tumbuh kembangnya industri kreatif di Yogyakarta. Bagi subsektor seni pertunjukan dan musik, ada nama-nama seperti Taman Budaya Yogyakarta, Museum Benteng Vredenburg, Pusat Kebudayaan Koesnadi Hardja Soemantri, dan sebagainya. Sementara bagi subsektor pasar barang seni dan kerajinan, Yogyakarta memiliki Malioboro, Pasar Beringharjo, Pasar Seni Gabusan, Pasar Ngasem, galeri-galeri swasta, dan sebagainya. Ruang kreatif yang dimiliki oleh Yogyakarta menjadi suatu sarana yang mampu menjaga eksistensi kreativitas dan industri kreatif di Yogyakarta.

Selain memiliki industri kreatif, stakeholder di Yogyakarta juga turut memberikan katalis bagi industri kreatif dengan menggelar pelbagai macam event tahunan. Event-event itu diantaranya adalah Festival Film Pelajar Yogyakarta (FFPJ), Jogja Asian Film Festival (JAFF), Master class programme of the Jogjakarta Documentary Film Festival, Yogyakarta Contemporary Music Festival, The Jogja International Performing Arts Festival, Jogja-Netpac Asian Film Festival, Biennale Jogja, The Parade Clothing Exhibition, Pinasthika. (Affandi dalam Arfani (ed), 2012). Event-event tersebut seringkali menjadi pemantik bagi perkembangan perekonomian kreatif di Yogyakarta. Ketika kita mengambil Pinasthika sebagai contoh, event ini diselenggarakan oleh P3I Pengda DIY bekerjasama dengan Harian Kedaulatan Rakyat sebagai perintis, dengan didukung sepenuhnya oleh P3I Pusat. Event kreatif tahunan ini telah dimasukkan agenda nasional oleh Kementerian Perdagangan dan menarik perhatian internasional.

Ekonomi kreatif sendiri memang memiliki arti penting dalam perekonomian Yogyakarta. Namun, belum ada data pasti mengenai berapa sumbangsih ekonomi kreatif di Yogyakarta terhadap PDRB Yogyakarta sendiri. Hal ini dikarenakan BPS belum menggolongkan industri kreatif dalam perhitungan PDRB. Pegiat ke-15 festival terdepan di Yogyakarta yang sekaligus pendiri Jogja Festivals. Adalah ARTJOG, Asia Tri Festival, Bedog Art Festival, Biennale Yogyakarta, Cellsbuton Yogyakarta New Media Art Fest, Festival Film Dokumenter, Festival Musik Tembi, Jogja Blues Explosion, Jogja Festival Layang-Layang Nasional, Jogja NATPAC Asia Film Festival, KUSTOMFEST, Ngayogjazz, Pesta Boneka, Yogyakarta Contemporary Music Festival serta Yogyakarta Gamelan Festival.

Arah branding Jogja sebagai kota kreatif yang dilakukan Pemerintah Yogyakarta sebenarnya sudah mulai menunjukkan respon positif dari kalangan bisnis. Perusahaan Multinasional yang bergerak di bidang gaming industry, yaitu Gameloft yang juga membuka kantornya di Yogyakarta. Dari sekian banyak pilihan kota yang ada di Indonesia, mengapa Yogyakarta yang dipilih, bukan Jakarta sebagai pusat bisnis ataupun DIY yang menyediakan sumber daya manusia dan ketersediaan infrastruktur yang berkualitas dan berada tak jauh dari Jakarta. Tentunya perusahaan besar sekelas Gameloft punya *think tank* yang cukup capable untuk menentukan strategi pemasarannya terkait pemilihan kota yang menjadi *satellite officenya* Di

awal tahun 2018 ini kita bisa bersama menyaksikan seperti apa terobosan-terobosan baru yang dilakukan Yogyakarta untuk dapat memasarkan Yogyakarta sebagai kota Industri Kreatif dengan rumus PDB (*Positioning-Differentiation-Branding*).

### **Industri Kreatif sebagai Pendukung Utama Yogyakarta sebagai Kota Kreatif**

Konsep kota kreatif sebagai respon kreatif terhadap permasalahan atau krisis urban yang dihadapi oleh beberapa kota dalam menghadapi globalisasi ekonomi. Ideologi dari konsep Kota Kreatif adalah memperbaiki lingkungan urban dan memajukan perkembangan atmosfer yang inspiratif bagi kegiatan kreatif masyarakat kota.

Untuk menjadi sebuah Kota Kreatif, Landry dan Bianchini (1995) menganjurkan beberapa hal yang dapat dilaksanakan oleh sebuah kota yang intinya mengembangkan ruang kota sebagai katalisator bagi individu atau golongan kreatif. Pengembangan ruang kota juga sebagai langkah untuk menarik partisipasi komunitas masyarakat dengan menyediakan tempat atau wadah yang kondusif untuk berkegiatan.

Dalam konsep Kota Kreatif, terdapat tiga aspek penting yang perlu diperhatikan bagi sebuah kota dalam mewujudkan konsep Kota Kreatif, antara lain pertumbuhan Ekonomi Kreatif, pemeliharaan *Creative Class* (golongan atau individu kreatif) dan penyediaan lingkungan yang kondusif bagi pengembangan kreativitas. Terdapat keterkaitan antara ketiga aspek tersebut yaitu *Creative Class* berperan dalam pengembangan ekonomi kreatif dimana mereka-lah yang berkreativitas sehingga menghasilkan produk berupa *intellectual property* yang memiliki nilai komersial. *Creative Class* pun membutuhkan lingkungan yang kondusif dan inspiratif sehingga mereka dapat melakukan kegiatan kreatif. Lingkungan juga dibutuhkan sebagai wadah aktivitas ekonomi kreatif dimana manusia dapat mengembangkan produk kreatifnya. Keterkaitan tersebutlah yang menjadikan ketiga aspek itu penting.

Sebuah survei dilakukan terhadap pelaku industri kreatif di Yogyakarta oleh Dinas Komunikasi dan Informatika DIY, bekerja sama dengan Asosiasi Digital Kreatif (ADITIF) Yogyakarta dan JakPat yang melibatkan 84 responden pelaku usaha kreatif di berbagai bidang. Dari data yang didapat, kategori usaha kreatif yang paling banyak di Yogyakarta ialah bidang agensi kreatif, pemasaran digital, dan media. Disusul kategori lain yakni e-commerce, pengembang aplikasi permainan dan animasi, jasa teknologi, dan pendidikan (lihat Diagram 1).

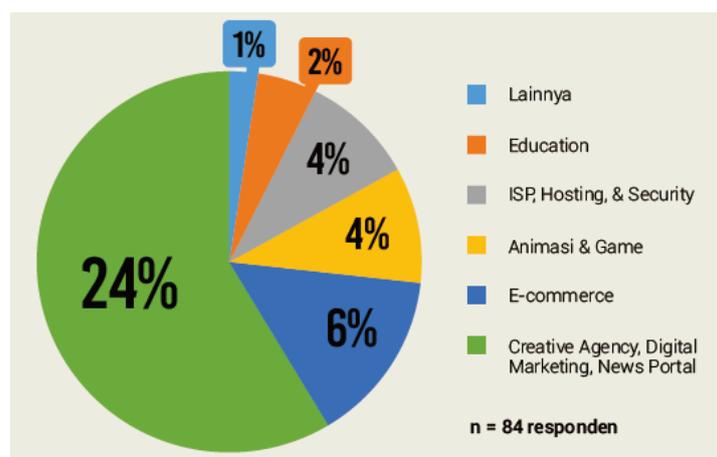


Diagram 1. Ketegori pelaku usaha kreatif di Yogyakarta

Pertumbuhan industri kreatif di Yogyakarta sudah terlihat dalam satu dekade terakhir. Banyak faktor yang mendukung Yogyakarta dinilai nyaman bagi industri kreatif. Pertama ialah ketersediaan sumber daya manusia, ditopang banyaknya perguruan tinggi dengan berbagai jurusan. Di luar kampus, berbagai komunitas kreatif bisa ditemukan di kota ini sebagai sarana untuk berbagi informasi dan pengetahuan antar anggotanya.

Faktor kedua, Yogyakarta terkenal dengan biaya hidup yang relatif murah. Dari segi infrastruktur yang dibutuhkan seperti internet dan sewa bangunan bisa dikatakan cukup terjangkau. Hal ini menjadikan Yogyakarta sebagai kota yang ramah untuk tumbuhnya perusahaan industri kreatif. Karena faktor-faktor itu, potensi industri kreatif di Yogyakarta sangat luar biasa besar.

**Sinergi Multi Stakeholder Pemerintah, Akademisi, Pelaku Usaha dan Masyarakat sebagai Pendorong Utama Yogyakarta sebagai Kota Kreatif**

Dukungan Pemerintah DIY dalam pengembangan ekonomi kreatif diantaranya dapat melalui (i) pembangunan pusat kreatif (*creative center*), (ii) pengembangan kawasan kreatif, (iii) pemberian penghargaan di bidang kreatif, (iv) dukungan riset & pengembangan bagi produk lokal Yogyakarta yang memiliki kreasi unik, (v) kampanye lanjutan Yogyakarta sebagai kota kreatif, (vi) pengadaan seminar kreatif, dan lain sebagainya.

Selain itu, Yogyakarta juga memiliki berbagai sentra industri dan perdagangan dengan berbagai komoditas yang menjadi fokus unggulannya. Dengan pembinaan, perencanaan, dan insentif yang baik, sentra-sentra ini diharapkan dapat berkembang dan memberikan kontribusi yang besar bagi perkembangan Kota Yogyakarta. Tahun 2017 telah terdapat 230.047 sentra industri dan UMKM yang telah dikembangkan di DIY. Pengembangan sentra industri dan perdagangan melalui pengembangan konsep "*competitive district*" dengan fokus bidang tertentu harus lebih dikembangkan.

Kebutuhan untuk menuntaskan permasalahan ekonomi dengan mengedepankan pertumbuhan ekonomi kreatif menjadi penting, karena ekonomi kreatif lebih mengedepankan aspek nilai tambah ekonomi yang memberikan kesempatan luas kepada masyarakat dalam mencari jalan keluar dari keterbatasan sumberdaya modal dan barang. Keberadaan beberapa perguruan tinggi di Yogyakarta, memberikan dampak signifikan pula terhadap kualitas sumber daya manusia dengan memberikan pelatihan kepada para pelaku ekonomi kreatif untuk selalu berinovasi dalam menciptakan kreasi-kreasi baru yang dapat diterima oleh pasar.

Sejauh ini, Yogyakarta didalam Peraturan Daerah (Perda) Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) Nomor 9 Tahun 2017 tentang Pemberdayaan dan Perlindungan Industri Kreatif, Koperasi dan Usaha Kecil telah dibuat untuk pemberdayaan yang dilakukan pemerintah daerah, dunia usaha, dan masyarakat secara sinergis dalam bentuk penumbuhan iklim dan pengembangan usaha. Selain itu juga dibuat untuk melakukan perlindungan dalam menjaga dan melindungi industri kreatif, koperasi dan usaha kecil dari hal-hal yang berpotensi menghambat dan merugikan pertumbuhan serta perkembangan industri kreatif, koperasi, dan usaha kecil. Industri kreatif, koperasi, dan usaha kecil sebagai pelaku usaha memiliki peran dan arti penting serta kedudukan yang strategis dalam menopang ketahanan ekonomi masyarakat dan juga sebagai wahana penciptaan lapangan kerja di DIY.

Selain ekonomi kreatif yang telah mengalami pertumbuhan luar biasa di DIY adalah *creative tourism* merupakan potensi kreatif lain yang juga memiliki peluang besar dikembangkan untuk memperkuat daya saing kawasan wisata di tanah air. Dalam konsep pariwisata kreatif, turis bukan hanya diajak menyaksikan hasil akhir dari sebuah pertunjukan tetapi juga mengikuti proses penciptaannya.

DIY sudah lama menerapkan pola kerja yang selalu mengedepankan sinergi antara pemerintah dengan ABC yakni akademisi, bisnis dan community/komunitas atau masyarakat. Komunitas perlu dukungan dari pemerintah, juga sebaliknya karena program yang dilakukan sama-sama untuk mendukung DIY yang kreatif. Dalam konteks pelaku usaha/bisnis tentu bisa kita lihat industri kreatif yang bisa menyumbang perekonomian masyarakat, bahkan Presiden pun juga sudah mencanangkan bahwa industri kreatif sebagai tulang punggung perekonomian bangsa. Oleh karena itu, dengan pola sinergi 4 (empat) itu tadi sangat efektif untuk menjalankan program-program yang berkaitan dengan unsur kota kreatif.

## **KESIMPULAN**

Dari pembahasan yang dihasilkan dalam penelitian ini, maka kesimpulan yang berhasil dirumuskan adalah sebagai berikut:

- a) Dukungan Pemerintah DIY dalam pengembangan ekonomi kreatif diantaranya dapat melalui (i) pembangunan pusat kreatif (creative center), (ii) pengembangan kawasan kreatif, (iii) pemberian penghargaan di bidang kreatif, (iv) dukungan riset & pengembangan bagi produk lokal Yogyakarta yang memiliki kreasi unik, (v) kampanye lanjutan Yogyakarta sebagai kota kreatif, (vi) pengadaan seminar kreatif
- b) Pemerintah DIY telah banyak bersinergi dengan lembaga semacam Forum-forum kreatif seperti Rumah Kreatif, Pusat Seni/Kerajinan dan Industri Kreatif, dan yang lainnya, diharapkan bisa lebih cepat menjangkau forum dan komunitas kreatif, Oleh karena itu, sikap mengedepankan sinergi antara pemerintah dengan ABC yakni Akademisi, Bisnis dan Community/Komunitas atau masyarakat merupakan landasan utama dalam membangun kota kreatif. Dengan adanya sinergi ini pemerintah dan komunitas bersama menyusun program yang berkaitan dengan kota kreatif. Komunitas perlu dukungan dari pemerintah, juga sebaliknya karena program yang dilakukan sama-sama untuk mendukung terwujudnya kota yang kreatif. Munculnya komunitas bahkan event kita sudah melibatkan banyak komunitas, akademisi juga sangat mendukung dan diperlukan, seperti bagaimana teori pengembangan kota kreatif dan lainnya. Dalam konteks pelaku usaha/bisnis tentu bisa kita lihat industri kreatif yang bisa menyumbang perekonomian masyarakat, bahkan menumbuhkan industri kreatif.
- c) Adanya peran komunitas yang aktif mendukung DIY menuju kota kreatif. yakni adanya Jogja Creative Society, sehingga melalui forum-forum seperti ini akan mampu menjadi simpul kreatif yang menghubungkan komunitas-komunitas kreatif yang ada di kota tersebut.
- d) Untuk menuju kota kreatif diperlukan rumusan misi dan gagasan yang disusun dengan memperhatikan faktor-faktor lingkungan strategis, baik eksternal dan internal yang mempengaruhi serta kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan yang ada dalam tujuannya sebagai kota kreatif.
- e) Dalam merumuskan merumuskan model strategi Kota Kreatif, maka setiap kota harus melibatkan seluruh komponen stakeholders-nya sehingga akan menjadikan rumusan model strategi kota kreatif yang menjadi lebih relevan karena potensi yang diunggulkan dikaji dari berbagai aspek secara luas, paling tidak dihargai oleh masyarakatnya sendiri sehingga mereka akan ikut bertanggung jawab dalam mewujudkannya.

## **REFERENSI**

- Anholt, Simon. 2007. *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities, and Regions*, 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
- Hermuningsih, S. 2017. *Analisis Strategi Pengembangan. Industri Kreatif. (Custom Distro Clothing) untuk Meningkatkan Daya Saing Pelaku Ekonomi Lokal di Kota Yogyakarta*. BAPPEDA DIY.
- Landry, C. 2008. *The Creative City : A Toolkit for Urban Innovators 2nd edition*. Comedia.
- Pasaribu, Rowland B. F. *Pembangunan Ekonomi Daerah*. Alamat laman: <http://docplayer.info/224481-Pengertian-pembangunan-ekonomi-daerah.html> (diakses 23/08/2018)
- 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

- Yanuar, H. 2017. *Mimpi Yogyakarta Jadi Pusat Industri Kreatif*. Alamat laman: <https://www.liputan6.com/regional/read/3134150/mimpi-yogyakarta-jadi-pusat-industri-kreatif> diakses pada 08 September 2018.
- Rahmad, Kurniawan. 2017. *Kota Kreatif (Creative City) dan Pengaruh Komunitas bagi Kota yang Kreatif*. Artikel dalam <http://news.indonesiakreatif.net/creative-city-bagaimana-kita-mewujudkannya-di-indonesia/> diakses pada 8 September 2018.
- Majalah Marketeers. 2012. *Jogja Kota Kreatif*. Dimuat dalam <http://marketeers.com/jogja-kota-kreatif/>. Diakses pada 8 September 2018.

## **MODEL PERILAKU *KNOWLEDGE SHARING* SEBAGAI SALAH SATU ALTERNATIF PELAKSANAAN METODE PENGAJARAN KJNI PADA JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UPN “VETERAN” YOGYAKARTA**

**Danang Yudhiantoro, Ninik Probosari, Karyono**  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

### **ABSTRACT**

*This study examines the knowledge sharing behavior model as an alternative implementation of the KJNI teaching method in the Management Department of the Faculty of Economics and Business UPN "Veteran" Yogyakarta. The analytical tool used is simple regression.*

*The results of this study are perceptions of the academic community influencing knowledge sharing intention in the Department of Management of FEB UPNVY. The attitude of the academic community influences the knowledge sharing intention in the Department of Management of FEB UPNVY. The motivation of the academic community influences the knowledge sharing intention in the Department of Management of FEB UPNVY. As well as Knowledge sharing intention affect the behavior of knowledge sharing in the Department of Management of FEB UPNVY.*

**Keywords:** *Perception of the academic community, attitude of the academic community. Motivation of the academic community. Knowledge sharing intention, Knowledge sharing behavior.*

### **LATAR BELAKANG MASALAH**

Bagian terpenting dari *knowledge management* adalah bagaimana mendukung individu dalam organisasi untuk melakukan *knowledge sharing* (berbagi pengetahuan) mengenai apa yang mereka ketahui (Orr dan Perssin, 2003). Secara konsep, perilaku *knowledge sharing* (*berbagi pengetahuan*) didefinisikan sebagai tingkatan sejauhmana seseorang secara aktual melakukan *knowledge sharing* (Bock dan Kim, 2002). *Knowledge Sharing* dapat pula dipahami sebagai sikap dimana seseorang bersedia untuk menyediakan akses kepada yang lain mengenai pengetahuan dan pengalamannya (Hansen & Avital, 2005).

Menurut Feryal Aslani, Mohammad Mousakhani, Alireza Aslani (2012) perilaku *knowledge sharing* dipengaruhi oleh faktor persepsi, sikap dan Motivasi serta Keinginan/niat untuk berbagi pengetahuan (*knowledge sharing intention*). Sementara *knowledge sharing intention* yang tinggi mampu meningkatkan *knowledge sharing behavior* (perilaku berbagi pengetahuan) individu. Persepsi individu mengenai pengetahuan. memiliki pengaruh krusial terhadap keinginan untuk berbagi pengetahuan. Masih terjadi perdebatan hasil penelitian mengenai persepsi individu. Persepsi individu terhadap pengetahuan mempunyai pengaruh krusial pada perilaku *knowledge sharing* dalam organisasi. Jika suatu organisasi memiliki persepsi yang buruk mengenai *knowledge sharing* maka akan sulit bagi organisasi tersebut untuk berubah. Sehingga diperlukan suatu persepsi individu yang kondusif untuk dapat terjadinya perilaku intensi *knowledge sharing* dalam suatu organisasi (Wang&Noe, 2010; Feryal Aslani, Mohammad Mousakhani, Alireza Aslani (2012). Namun hasil riset De Long&Fahey (2000); Kankanhalli,Tan&Wei, (2005) menyatakan bahwa persepsi individu dalam hal infrastruktur

teknologi yang terbatas kurang mendukung terjadinya intensi knowledge sharing.

Untuk terwujudnya *knowledge sharing* dalam organisasi tentunya harus dibangun dari kemauan yang kuat dari karyawan dan tentu saja harus didukung oleh organisasi. Sikap adalah sesuatu yang kompleks, yang bisa didefinisikan sebagai pernyataan-pernyataan evaluatif, baik yang menyenangkan maupun yang tidak menyenangkan, atau penilaian mengenai objek, manusia atau peristiwa-peristiwa (Robbins, 1989 dalam Makmuri Muchlas, 2005). Sikap *individu* merupakan bagian dari kemauan karyawan yang mampu mendorong keinginan untuk *knowledge sharing*. Sikap memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi knowledge sharing (Bock et.al 2002; Jolae, et.al (2013). Hasil negatif diperoleh dari riset Ryu Hu & Han (2003) yang menyatakan bahwa sikap individual yang terbuka secara parsial berpengaruh negatif terhadap *intention to share knowledge*. Sehingga ditemukan ketidakkonsistenan hasil penelitian berkaitan dengan sikap individual dan *intention to share knowledge*.

Menurut kajian dan menjadi directions for future research Feryal Aslani, Mohammad Mousakhani, Alireza Aslani (2012) Motivasi diprediksi akan mampu mendorong intensi knowledge sharing. Apakah benar atau tidak pernyataan ini, memang masih harus diuji dengan riset. Berdasar dari prediksi tersebut, maka dari itu Feryal et.al (2012) menyarankan untuk memasukkan variabel tersebut dalam penelitian-penelitian selanjutnya. Maka penelitian ini mencoba memasukkan unsur Motivasi sebagai salah satu variabel yang mempengaruhi intensi to share knowledge. Motivasi menurut Gibson (2000) adalah kekuatan yang mendorong seseorang karyawan yang menimbulkan dan mengarahkan perilaku, konsep ini dapat menjelaskan perbedaan-perbedaan dalam intensitas perilaku (mengenai perilaku yang lebih intens sebagai hasil dari tingkat motivasi yang tinggi) dan juga untuk menunjukkan arah tindakan. Abraham Maslow dalam hirarki kebutuhan menyatakan tentang kebutuhan manusia yang terkenal dengan hirarki kebutuhan (Gordon, 1993). Maslow beranggapan bahwa orang akan memenuhi kebutuhan yang lebih pokok sebelum mengarahkan perilaku untuk memenuhi kebutuhan yang lebih tinggi. Berangkat dari hal tersebut, maka peneliti akan menguji secara empiris pengaruh motivasi terhadap knowledge sharing intention.

Sementara itu organisasi dengan karyawan yang memiliki intensi *knowledge sharing* yang tinggi akan mempengaruhi perilaku knowledge sharing seseorang. Salah satu alasan seseorang berniat berbagi pengetahuan adalah adanya dorongan atau keinginan untuk berbagi pengetahuan. Dorongan ini bisa didasari oleh beberapa hal diantaranya adanya kesempatan untuk berbagi, berbagi informasi, rekan kerja menginginkan hal tersebut, meningkatkan kinerja, merasa dihormati atau bahkan disuruh oleh atasan (Eze, 2012; Azhari, M et.al; Chenamaneni, 2006).

Kurikulum menjadi bagian yang sangat penting untuk dikembangkan sesuai dengan tuntutan dan perkembangan zaman. Berkaitan dengan kondisi itu, pemerintah telah menerbitkan Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI) dalam bentuk Peraturan Presiden Nomor 8 Tahun 2012, dan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi, dan mendorong semua perguruan tinggi untuk menyesuaikan diri dengan ketentuan tersebut.

KKNI dapat diartikan sebagai pernyataan kualitas sumberdaya manusia Indonesia yang penjenjangan kualifikasinya dinyatakan dalam learning outcome (capaian pembelajaran). Setiap pendidikan tinggi harus memiliki kurikulum yang menjamin lulusannya memiliki kualifikasi yang setara dengan kualifikasi yang disepakati dalam KKNI. Oleh karena itu, setiap Perguruan Tinggi memiliki kewajiban untuk memfasilitasi program studinya untuk melakukan restrukturisasi kurikulum.

Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI) adalah kerangka penjenjangan kualifikasi sumber daya manusia Indonesia yang menyandingkan, menyetarakan, dan mengintegrasikan sektor pendidikan dengan sektor pelatihan dan pengalaman kerja dalam suatu skema pengakuan kemampuan kerja yang disesuaikan dengan struktur di berbagai sektor pekerjaan.

KKNI merupakan perwujudan mutu dan jati diri bangsa Indonesia terkait dengan sistem

pendidikan nasional, sistem pelatihan kerja nasional, dan sistem penilaian kesetaraan **capaian pembelajaran** (*learning outcomes*) nasional, yang dimiliki Indonesia untuk menghasilkan sumber daya manusia nasional yang bermutu dan produktif.

KKNI menyatakan sembilan jenjang kualifikasi sumber daya manusia Indonesia yang produktif. Deskripsi kualifikasi pada setiap jenjang KKNI secara komprehensif mempertimbangkan sebuah capaian pembelajaran yang utuh, yang dapat dihasilkan oleh suatu proses pendidikan baik formal, non formal, informal, maupun pengalaman mandiri untuk dapat melakukan kerja secara berkualitas. Deskripsi setiap jenjang kualifikasi juga disesuaikan dengan perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi, atau seni, serta perkembangan sektor-sektor pendukung perekonomian dan kesejahteraan rakyat, seperti perindustrian, pertanian, kesehatan, hukum, dan aspek lain yang terkait. Capaian pembelajaran juga mencakup aspek-aspek pembangun jati diri bangsa yang tercermin dalam **Pancasila, Undang-Undang Dasar 1945, dan Bhinneka Tunggal Ika** yaitu menjunjung tinggi pengamalan kelima sila Pancasila dan penegakan hukum, serta mempunyai komitmen untuk menghargai keragaman agama, suku, budaya, bahasa, dan seni yang tumbuh dan berkembang di bumi Indonesia.

Penelitian ini dilakukan untuk menambah dan memperkaya teori tentang “perilaku *knowledge sharing*” disamping mengisi celah riset yang belum banyak dikaji oleh peneliti di luar negeri maupun di dalam negeri.

Atas dasar pemaparan di atas, riset ini dilaksanakan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) UPN “Veteran” Yogyakarta (UPNVY). Perkembangan yang cukup baik serta potensi Jurusan Manajemen sangat besar namun demikian dalam mendapatkan informasi masih belum optimal. Sehingga akses terhadap berbagai kesempatan berkembang masih terbatas. Salah satu faktor penyebabnya adalah belum maksimalnya pelaksanaan *knowledge sharing* dalam proses belajar mengajar. Riset ini dilakukan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.

Penelitian ini dilakukan untuk menambah dan memperkaya teori tentang “perilaku *knowledge sharing*” disamping mengisi celah riset yang belum banyak dikaji oleh peneliti di luar negeri maupun di dalam negeri.

### **Rumusan Masalah**

Permasalahan penelitian pengembangan model konseptual antedensensi *knowledge sharing* ini adalah sebagai berikut:

- Bagaimana pengaruh Persepsi civitas akademika terhadap *knowledge sharing intention* pada Jurusan Manajemen FEB UPNVY?
- Bagaimana pengaruh Sikap civitas akademika terhadap *knowledge sharing intention* pada Jurusan Manajemen FEB UPNVY?
- Bagaimana pengaruh motivasi civitas akademika terhadap *knowledge sharing intention* pada Jurusan Manajemen FEB UPNVY?
- Bagaimana pengaruh *knowledge sharing intention* terhadap perilaku *knowledge sharing* pada civitas akademika Jurusan Manajemen FEB UPNVY?

### **TUJUAN PENELITIAN**

Pengetahuan sering disebut sebagai modal intelektual yang sama pentingnya dengan modal finansial. Bahkan menurut Badaracco, (1991) motor penggerak dari pemanfaatan modal usaha organisasi adalah pengetahuan yang bentuknya dapat berupa kreatifitas, teknologi informasi, *know-how* dan inovasi. Permasalahannya kepemilikan pengetahuan bukanlah akhir dari upaya organisasi berbasis pengetahuan, karena banyak pengetahuan yang kita miliki hanya merupakan sebuah *transient competitive advantage* dimana pesaing akan dengan mudah melakukan *reverse engineer* terhadap produk yang kita miliki dan meniru *best practice* yang kita miliki. Untuk itulah organisasi atau perusahaan perlu membuat sebuah sistem untuk berbagi

pengetahuan (*knowledge sharing*) dalam lingkup internal dan mengakuisisi pengetahuan-pengetahuan baru dari luar organisasi. Interaksi antar individu mendorong proses pembelajaran untuk kodifikasi dan akuisisi pengetahuan organisasi akan lebih baik.

Penelitian dirancang untuk pengembangan teori *knowledge sharing* pada level individu. Lebih rinci tujuan penelitian pengembangan model konseptual antedensi *knowledge sharing* adalah sebagai berikut:

- a. Mengetahui dan menganalisis pengaruh Persepsi civitas akademika terhadap *knowledge sharing intention* pada Jurusan Manajemen FEB UPNVY
- b. Mengetahui dan menganalisis pengaruh Sikap civitas akademika terhadap *knowledge sharing intention* pada Jurusan Manajemen FEB UPNVY
- c. Mengetahui dan menganalisis pengaruh motivasi civitas akademika terhadap *knowledge sharing intention* pada Jurusan Manajemen FEB UPNVY
- d. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *knowledge sharing intention* terhadap perilaku *knowledge sharing* pada civitas akademika Jurusan Manajemen FEB UPNVY

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### ***Knowledge Sharing***

Pengetahuan sering disebut sebagai modal intelektual yang sama pentingnya dengan modal finansial. Bahkan menurut Badaracco, (1991) motor penggerak dari pemanfaatan modal usaha organisasi adalah pengetahuan yang bentuknya dapat berupa kreatifitas, teknologi informasi, *know-how* dan inovasi. Permasalahannya kepemilikan pengetahuan bukanlah akhir dari upaya organisasi berbasis pengetahuan, karena banyak pengetahuan yang kita miliki hanya merupakan sebuah *transient competitive advantage* dimana pesaing akan dengan mudah melakukan *reverse engineer* terhadap produk yang kita miliki dan meniru *best practice* yang kita miliki. Untuk itulah organisasi atau perusahaan perlu membuat sebuah sistem untuk berbagi pengetahuan dalam lingkup internal dan mengakuisisi pengetahuan-pengetahuan baru dari luar organisasi. Interaksi antar organisasi mendorong proses pembelajaran untuk kodifikasi dan akuisisi pengetahuan organisasi akan lebih baik, maka sejauh mana keefektifan asosiasi bisnis yang ada dapat memfasilitasi perusahaan anggota asosiasi untuk berbagi pengetahuan menarik untuk dikaji lebih lanjut.

Davenport dan Prusak (1998) mendefinisikan *knowledge* sebagai *a fluid mix of framed experience, values, contextual information, and expert insight that provides a framework for evaluating and incorporating new experiences and information. It originates and is applied in the minds of knowers. In organizations, it often becomes embedded not only in documents or repositories but also in organization routines, processes, practices, and norms.* Sementara Nonaka dan Takeuchi (1995) mengategorikan *knowledge* menjadi *implicit (tacit)* dan *explicit knowledge*. *Implicit* atau *tacit knowledge* terdiri atas model-model mental, kepercayaan, melekat pada personal. Sementara *explicit knowledge* merupakan pengetahuan yang dapat dikodifikasi dan ditransmisikan dalam sebuah bahasa yang sistematis dan formal. Diantaranya dalam bentuk dokumen, *database*, *web*, *e-mail*, grafik dan lain-lain.

Hoff dan Ridder (2004) mendefinisikan bahwa *knowledge sharring* adalah proses dimana para individu saling mempertukarkan pengetahuan mereka (*tacit knowledge* dan *eksplisit knowledge*). Definisi ini mengimplikasikan bahwa setiap perilaku *knowledge sharring* terdiri atas *bringing (donating knowledge)* dan *getting (collecting knowledge)*. *Donating knowledge* yaitu perilaku mengkomunikasikan modal intelektual (*intellectual capital*) yang dimiliki seseorang kepada yang lainnya dan *collecting knowledge* yaitu perilaku individu untuk berkonsultasi dengan individu lainnya mengenai modal intelektual yang dimiliki. Kedua perilaku ini memiliki sifat yang berbeda dan dapat memberi pengaruh yang berbeda. Hoff dan Weenen (2004) mendefinisikan *knowledge sharring* sebagai aktivitas para individu saling bertukar *intellectual capital personal*.

Perilaku *knowledge sharing* merupakan salah satu metode dalam *knowledge management* yang digunakan untuk memberikan kesempatan kepada anggota suatu organisasi untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman serta ide yang mereka miliki kepada orang lain. *Knowledge sharing* hanya dapat dilakukan bilamana setiap anggota memiliki kesempatan yang luas dalam menyampaikan pendapat, ide, kritikan dan komentarnya kepada anggota lain (Setiarso, 2006). Helmstadler (2003) juga menyampaikan bahwa *knowledge sharing* merupakan interaksi yang dilakukan dua orang atau lebih dengan sukarela melalui instansi, aturan, hukum, dan sebagainya untuk berbagi pengetahuan yang dimiliki. *knowledge sharing* dapat didefinisikan sebagai pertukaran informasi, keahlian atau umpan balik (Cummings, 2004). Disimpulkan bahwa *knowledge sharing* ini menyorot mengenai interaksi sosial yang didukung oleh teori modal sosial, dimana berbagi merupakan partisipasi dalam kelompok dan dengan sengaja membangun sosialisasi yang menciptakan sumber daya yang baik.

Gambaran *knowledge sharing* menurut De Vries, Van De Hoff dan De Ridder (2006) merupakan suatu proses dimana individu-individu saling bertukar *knowledge* dan bersama-sama menciptakan *knowledge* baru. Dapat dilihat bahwa perilaku *knowledge sharing* terdiri atas beberapa aspek antara lain menyumbangkan *knowledge*, mengumpulkan *knowledge*, kemauan/kesediaan untuk memberikan *knowledge*-nya kepada individu lain dan semangat /dorongan internal yang kuat untuk mengkomunikasikan *knowledge*-nya kepada individu lain. Aspek-aspek *knowledge sharing* terdiri dari proses berkomunikasi aktif dan baik kepada orang lain yang mengetahui, dan berkonsultasi secara aktif dengan orang lain untuk mempelajari *knowledge* apa yang mereka miliki.

Kesadaran mengenai pentingnya *knowledge sharing* bagi kinerja sebuah organisasi sudah ada sejak lama dan belakangan *knowledge sharing* ditemukan sebagai faktor kunci dalam mencapai bisnis yang sukses. Szulanski (dalam Pasaribu, 2009) menyatakan bahwa jika *knowledge sharing* menyebar dengan baik di dalam organisasi, maka berbagi itu dapat bermanfaat dalam meningkatkan kinerja. Organisasi yang tidak menguasai cara *knowledge sharing* dengan baik, tidak akan dapat memberikan layanan yang efektif dan kinerja akan menurun.

### **Persepsi**

Persepsi merupakan proses dimana individu mengorganisasikan dan menginterpretasikan impresi sensorisnya supaya dapat memberi arti pada lingkungan sekitarnya (Robbins, 2008). Persepsi mempunyai sifat subjektif, karena bergantung pada kemampuan dan keadaan dari masing-masing individu, sehingga akan ditafsirkan berbeda oleh individu yang satu dengan individu yang lain. Dengan demikian persepsi merupakan proses perlakuan individu yaitu pemberian tanggapan, arti, gambaran, atau penginterpretasian terhadap apa yang dilihat, didengar, atau dirasakan oleh indranya dalam bentuk sikap, pendapat, dan tingkah laku atau disebut sebagai perilaku individu.

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dibagi menjadi 2 yaitu faktor internal yang terdiri dari fisiologis, perhatian, minat, kebutuhan yang searah, pengalaman, dan suasana hati. Yang kedua yaitu faktor eksternal yang terdiri dari ukuran dan penempatan dari obyek, warna obyek, kerunikan dan kontrasan stimulus, intensitas dan kekuatan stimulus dan grakan

### **Sikap**

Sikap adalah sesuatu yang kompleks, yang bisa didefinisikan sebagai pernyataan pernyataan evaluatif, baik yang menyenangkan maupun yang tidak menyenangkan, atau penilaian mengenai objek, manusia atau peristiwa-peristiwa (Robbins, 2008). Sikap yang kompleks ini dapat lebih mudah dimengerti dengan mengenal tiga komponen yang berbeda dalam setiap sikap tertentu, yaitu komponen kognitif, afektif dan kecenderungan perilaku. Komponen-komponen ini menggambarkan perasaan dan rencana tindakan dalam berhubungan dengan orang lain. Komponen Kognitif dari sikap tertentu berisikan informasi yang dimiliki seseorang tentang orang

lain atau benda (objek dari sikapnya). Informasi ini bersifat deskriptif dan tidak termasuk derajat kesukaan atau tidak kesukaannya terhadap objek tersebut. Informasi juga tidak termasuk cara yang direncanakan untuk bertindak atau berperilaku terhadap objek tersebut. Komponen afektif dari sikap tertentu berisikan perasaan seseorang terhadap objeknya. Komponen ini melibatkan evaluasi dan emosi dan sering diekspresikan sebagai perasaan suka atau tidak suka terhadap objek dari sikapnya. Komponen kecenderungan perilaku dari sikap tertentu berisikan cara yang direncanakan seseorang untuk bertindak atau berperilaku terhadap objeknya. Banyak kecenderungan perilaku yang berbeda, tergantung pada kepercayaan dan perasaan masing-masing.

### **Motivasi**

Motivasi menurut Gibson (2000) adalah kekuatan yang mendorong seseorang karyawan yang menimbulkan dan mengarahkan perilaku, konsep ini dapat menjelaskan perbedaan-perbedaan dalam intensitas perilaku (mengenai perilaku yang lebih intens sebagai hasil dari tingkat motivasi yang tinggi) dan juga untuk menunjukkan arah tindakan. Konstruk teoritis ini meliputi aspek-aspek pengaturan, pengarah, serta tujuan dari perilaku. Seluruh aktivitas mental yang dirasakan dan dialami yang memberikan kondisi hingga terjadi perilaku disebut dengan motif.

Teori expectancy seperti yang diungkapkan Greenberg (1999) memandang motivasi sebagai akibat dari tiga tipe keyakinan yang dimiliki individu, terdiri dari expectancy berupa keyakinan bahwa usaha seseorang akan mempengaruhi performance. Performance akan menuju pada instrumentality yaitu berupa keyakinan bahwa kinerja seseorang yang bagus akan diberikan balas jasa yang setimpal. Individu akan menilai reward secara eksplisit ataupun tersirat yang akan membentuk suatu persepsi atas reward sendiri.

Menurut Gomes (1997) motivasi melibatkan faktor-faktor individual yang meliputi kebutuhan-kebutuhan (needs), tujuan (goals), sikap (attitude), dan kemampuan (ability), sedangkan tergolong faktor-faktor organisasi meliputi pembayaran atau gaji, keamanan, hubungan sesama pekerja, pengawasan, pujian, dan pekerjaan itu sendiri.

Abraham Maslow dalam hirarki kebutuhan menyatakan tentang kebutuhan manusia yang terkenal dengan hirarki kebutuhan (Gordon, 1993). Maslow menjelaskan bahwa individu mempunyai lima jenjang kebutuhan yaitu:

1. Kebutuhan fisik (*physiological needs*)
2. Kebutuhan keamanan atau keselamatan (*safety needs*)
3. Kebutuhan untuk kelompok (*social needs*)
4. Kebutuhan akan harga diri (*esteem needs*)
5. Kebutuhan akan pengakuan diri (*self actualization needs*)

Maslow beranggapan bahwa orang akan memenuhi kebutuhan yang lebih pokok sebelum mengarahkan perilaku untuk memenuhi kebutuhan yang lebih tinggi.

Menurut Alderfer (dalam Gordon, 1993) sependapat dengan Maslow bahwa setiap orang mempunyai kebutuhan tersusun dalam suatu hirarki, bahwa kebutuhan tingkat rendah terpuaskan menghantar ke hasrat pemenuhan yang lebih tinggi, tetapi kebutuhan ganda dapat beroperasi sebagai motivator-motivator sekaligus dan halangan dalam mencoba memuaskan kebutuhan tingkat lebih tinggi dapat menghasilkan regresi ke suatu kebutuhan tingkat lebih rendah.

Teori motivasi dari Mc.Gregor menonjolkan pentingnya pemahaman tentang peranan sentral yang dimainkan oleh manusia dalam organisasi, sehingga terdapat klasifikasi tentang perilaku individu yaitu teori X dan teori Y. Teori X menyatakan bahwa pada dasarnya manusia cenderung berperilaku negative dan teori Y mengatakan bahwa manusia cenderung berperilaku positif. Para pekerja yang tergolong teori X akan lebih mementingkan pemuasan kebutuhan tingkat rendah. Sebaliknya manusia yang tergolong teori Y akan mementingkan kebutuhan yang sifatnya psikologis dan non materiil daripada pemuasan kebutuhan-kebutuhan yang sifatnya kebendaan.

### ***Knowledge Sharing Intention***

Knowledge Sharing intention / niat/keinginan untuk berbagi pengetahuan) oleh anggota organisasi itu penting untuk dilakukan karena selain menguntungkan bagi organisasi dapat juga meningkatkan kesejahteraan bagi anggota serta semua yang bersangkutan dengan individu atau organisasi tersebut. Knowledge sharing intention merupakan niat dari dalam individu untuk berbagi (melakukan transaksi/pertukaran) pengetahuan kepada orang lain (Chennamaneni, 2006; Shin-Yuan Hung et.al, 2010).

### **Hipotesis**

Untuk memfasilitasi pengujian secara empiris hubungan antara persepsi, sikap, motivasi, knowledge sharing intention dan knowledge sharing behavior, berikut akan diuraikan proses pengembangan hipotesis-hipotesis dalam penelitian ini.

Menurut Feryal Aslani, Mohammad Mousakhani, Alireza Aslani (2012) perilaku *knowledge sharing* dipengaruhi oleh Faktor Persepsi, Perilaku dan Motivasi serta Keinginan untuk berbagi pengetahuan. Persepsi individu mengenai pengetahuan, memiliki pengaruh krusial terhadap keinginan untuk berbagi pengetahuan. Jika seorang individu memiliki persepsi yang buruk mengenai *knowledge sharing* maka akan sulit bagi individu tersebut untuk berubah. Sehingga diperlukan suatu persepsi individu yang kondusif untuk dapat terjadinya perilaku intensi *knowledge sharing* dalam suatu organisasi (Wang&Noe, 2010; Feryal Aslani, Mohammad Mousakhani, Alireza Aslani (2012). Sehingga dapat disusun Hipotesis 1 yaitu sebagai berikut:

### **Hipotesis 1: Persepsi civitas akademika berpengaruh terhadap knowledge sharing intention pada Jurusan Manajemen FEB UPNVY.**

Untuk terwujudnya *knowledge sharing* dalam organisasi tentunya harus dibangun dari kemauan yang kuat dari karyawan dan tentu saja harus didukung oleh organisasi. Sikap adalah sesuatu yang kompleks, yang bisa didefinisikan sebagai pernyataan-pernyataan evaluatif, baik yang menyenangkan maupun yang tidak menyenangkan, atau penilaian mengenai objek, manusia atau peristiwa-peristiwa (Robbins, 1989 dalam Makmuri Muchlas, 2005). Sikap *individu* merupakan bagian dari kemauan karyawan yang mampu mendorong keinginan untuk *knowledge sharing*. Sikap memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi *knowledge sharing* (Bock et.al 2002; Jolae, et.al (2013). Sehingga dapat disusun hipotesis 2 yaitu:

### **Hipotesis 2: Sikap civitas akademika berpengaruh terhadap knowledge sharing intention pada Jurusan Manajemen FEB UPNVY.**

Menurut kajian dan menjadi *directions for future research* Feryal Aslani, Mohammad Mousakhani, Alireza Aslani (2012) Motivasi diprediksi akan mampu mendorong intensi *knowledge sharing*. Apakah benar atau tidak pernyataan ini, memang masih harus diuji dengan riset. Berdasar dari prediksi tersebut, maka dari itu Feryal et.al (2012) menyarankan untuk memasukkan variabel tersebut dalam penelitian-penelitian selanjutnya. Maka penelitian ini mencoba memasukkan unsur Motivasi sebagai salah satu variabel yang mempengaruhi intensi to share knowledge. Motivasi menurut Gibson (2000) adalah kekuatan yang mendorong seseorang karyawan yang menimbulkan dan mengarahkan perilaku, konsep ini dapat menjelaskan perbedaan-perbedaan dalam intensitas perilaku (mengenai perilaku yang lebih intens sebagai hasil dari tingkat motivasi yang tinggi) dan juga untuk menunjukkan arah tindakan. Abraham Maslow dalam hirarki kebutuhan menyatakan tentang kebutuhan manusia yang terkenal dengan hirarki kebutuhan (Gordon, 1993). Maslow beranggapan bahwa orang akan memenuhi kebutuhan yang lebih pokok sebelum mengarahkan perilaku untuk memenuhi kebutuhan yang lebih tinggi. Sehingga dapat disusun hipotesis sebagai berikut

### **Hipotesis 3: Sikap civitas akademika berpengaruh terhadap knowledge sharing intention pada Jurusan Manajemen FEB UPNVY**

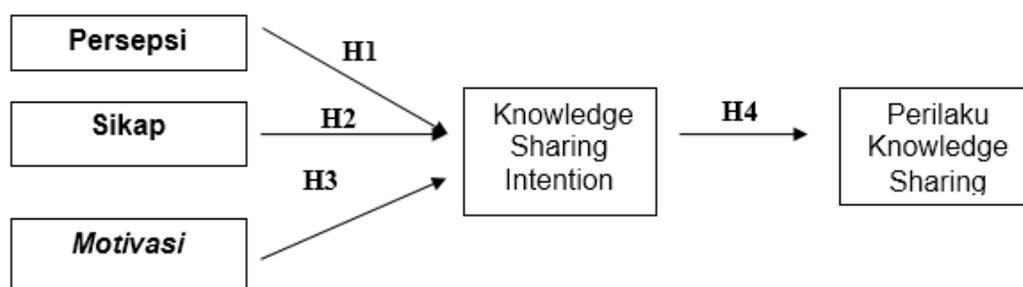
Sementara itu organisasi dengan karyawan yang memiliki intensi *knowledge sharing*

dengan baik akan mempengaruhi perilaku knowledge sharing seseorang. Salah satu alasan seseorang berbagai pengetahuan adalah bahwa adanya dorongan atau keinginan untuk berbagi pengetahuan. Dorongan ini bisa didasari oleh beberapa hal diantaranya adanya kesempatan untuk berbagi, berbagi informasi, rekan kerja menginginkan hal tersebut, meningkatkan kinerja, merasa dihormati atau bahkan disuruh oleh atasan (Eze, 2012; Chenamaneni, 2006).

**Hipotesis 4: *knowledge sharing intention* berpengaruh terhadap perilaku *knowledge sharing* pada civitas akademika Jurusan Manajemen FEB UPNVY.**

### Model penelitian

Dari pemaparan hipotesis pada bagian sebelumnya, maka dapat dibuat model penelitiannya adalah sebagai berikut :



Gambar 1. Model Penelitian

### KONTRIBUSI PENELITIAN

Selain berkontribusi pada pengembangan teori manajemen pengetahuan, diharapkan luaran penelitian dapat sebagai acuan rekomendasi bagi pihak Pengelola Jurusan dan pihak terkait lainnya. Dengan menggunakan *level of analysis* individu civitas akademika, diharapkan menghasilkan dampak lebih kongkrit baik bagi Jurusan Manajemen. Lebih rinci luaran hasil penelitian dapat berkontribusi bagi Jurusan Manajemen.

Hasil pengujian faktor antesedensi dan dampak *knowledge sharing* diharapkan sebagai gambaran sejauh mana keberhasilan Jurusan dalam mengelola pengetahuan sebagai faktor kritis untuk melakukan inovasi, mengingat roadmap jurusan Manajemen adalah unggul di tingkat ASEAN. Maka peran *knowledge sharing* secara berkelanjutan mampu mendorong perusahaan menciptakan keunggulan bersaing berbasis pengetahuan yang berkelanjutan.

### DESAIN DAN METODE PENELITIAN

#### Desain Penelitian

Penelitian ini dirancang untuk pengembangan teori *knowledge sharing* pada level individu. Penelitian lebih difokuskan pada upaya identifikasi faktor-faktor kritis yang mempengaruhi niat berbagi pengetahuan antar civitas akademika Manajemen FEB UPNVY.

#### Metode Penelitian

##### a. Sampel

Sampel pada penelitian ini adalah civitas akademika Jurusan Manajemen FEB UPNVY. Tehnik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Dengan berpedoman pada kriteria bahwa responden sudah melaksanakan dan berada di Jurusan Manajemen lebih dari 2 tahun. Besar sampel yang akan diambil adalah sekitar 150 responden,

sesuai dengan *rule of thumb* yang dinyatakan Roscoe (dalam Sekaran, 2000), bahwa besar sampel ideal adalah antara 30 – 500.

#### **b. Metode pengumpulan data**

Metode survey digunakan untuk memperoleh data primer melalui kuesioner yang dikirimkan secara langsung ke seluruh UMKM di Sumbawa. Kuesioner akan didistribusikan dalam amplop tertutup. Peneliti akan melakukan *follow up* terhadap *contact person* untuk mengetahui perkembangan pengisian kuesioner dan untuk mengingatkan batas akhir pengumpulan.

Selain dengan kuesioner pengumpulan data juga dilakukan melalui tehnik wawancara dan dokumentasi dan juga dilakukan *Focus Group Discussion (FGD)*.

#### **c. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

##### **1). Persepsi**

Persepsi merupakan proses dimana individu mengorganisasikan dan menginterpretasikan impresi sensorisnya supaya dapat memberi arti pada lingkungan sekitarnya (Robbins, 2008). Instrumen persepsi yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan instrumen yang dikemukakan oleh Robbins (2008) dimana respon diukur dengan menggunakan skala likert 1-5.

##### **2). Sikap**

Sikap merupakan sesuatu yang kompleks, yang bisa didefinisikan sebagai pernyataan pernyataan evaluatif, baik yang menyenangkan maupun yang tidak menyenangkan, atau penilaian mengenai objek, manusia atau peristiwa-peristiwa (Robbins, 1989). Instrumen sikap mengacu pada teori yang dikembangkan oleh Robbins (1989 dalam Muchlas Makmuri, 2005) dan respon diukur dengan skala likert 5 poin.

##### **3). Motivasi**

Motivasi menurut Gibson (2000) adalah kekuatan yang mendorong seseorang karyawan yang menimbulkan dan mengarahkan perilaku, konsep ini dapat menjelaskan perbedaan-perbedaan dalam intensitas perilaku (mengenai perilaku yang lebih intens sebagai hasil dari tingkat motivasi yang tinggi) dan juga untuk menunjukkan arah tindakan. Instrumen yang digunakan mengacu pada Teori Motivasi Maslow pada skala likert 1-5.

##### **4). Knowledge Sharing Intention**

*Knowledge sharing intention* merupakan niat dalam diri individu yang melatarbelakangi interaksi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih sukarela melalui institusi, hukum, aturan dan perilaku (Shin-Yuan Hung et.al, 2010). Instrumen *Knowledge sharing intention* diadaptasi dari definisi yang disampaikan oleh Feryal Aslani, Mohammad Mousakhani, Alireza Aslani (2012) pada skala 1-5.

##### **5). Perilaku Knowledge Sharing**

*Knowledge sharing* merupakan interaksi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih sukarela melalui institusi, hukum, aturan dan perilaku (Helmstadler, 2003). *Knowledge sharing* diadaptasi dari definisi yang disampaikan oleh Hooff dan Weenen (2004) dengan menggunakan skala 5 poin.

##### **a. Uji Validitas dan Reliabilitas**

Uji validitas digunakan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen mengukur konsep (konstruk) yang seharusnya diukur. Instrumen yang mempunyai tingkat validitas yang tinggi mengarahkan bahwa hasil penelitian mampu menjelaskan masalah penelitian sesuai dengan kejadian yang sebenarnya. Instrumen dikatakan valid karena mempunyai tingkat signifikansi di bawah 0,05 dengan menggunakan korelasi *product moment*.

Reliabilitas adalah ukuran mengenai konsistensi internal dan indikator-indikator suatu konstruk yang menunjukkan derajat sampai dimana masing-masing indikator ini

mengindikasikan sebuah konstruk yang umum.

Pengujian reliabilitas konsistensi internal konstruk dilakukan dengan menggunakan koefisien *cronbach alpha*. Pertanyaan kuesioner dalam penelitian ini dianggap andal karena koefisien *cronbach alpha* lebih besar 0,6. (Sekaran, 2000).

**b. Teknik Analisis Data**

Teknik Analisis data untuk penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis *Regression Analysis*, dengan memasukkan variabel control dan variabel mediasi yang dianggap mempunyai pengaruh terhadap variabel independent ke dalam model regresi, kemudian dengan menambahkan variabel utama ke dalam model. Untuk pengujian hipotesis akan digunakan uji parsial atau uji t dengan memperhatikan tingkat signifikansi sebesar 5% (Imam Ghozali, 2002).

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Untuk memfasilitasi pengujian secara empiris hubungan antara persepsi, sikap, motivasi, knowledge sharing intention dan knowledge sharing behavior, berikut akan diuraikan proses pengembangan hipotesis-hipotesis dalam penelitian ini.

Menurut Feryal Aslani, Mohammad Mousakhani, Alireza Aslani (2012) perilaku *knowledge sharing* dipengaruhi oleh Faktor Persepsi, Perlaku dan Motivasi serta Keinginan untuk berbagi pengetahuan. Persepsi individu mengenai pengetahuan. memiliki pengaruh krusial terhadap keinginan untuk berbagi pengetahuan. Jika seorang individu memiliki persepsi yang buruk mengenai *knowledge sharing* maka akan sulit bagi individu tersebut untuk berubah. Sehingga diperlukan suatu persepsi individu yang kondusif untuk dapat terjadinya perilaku intensi *knowledge sharing* dalam suatu organisasi (Wang&Noe, 2010; Feryal Aslani, Mohammad Mousakhani, Alireza Aslani (2012). Sehingga dapat disusun Hipotesis 1 yaitu sebagai berikut:

**Hipotesis 1: Persepsi civitas akademika berpengaruh terhadap knowledge sharing intention pada Jurusan Manajemen FEB UPNVY.**

Dari hasil pengujian regresi menggunakan SPSS serial 20, didapatkan hasil sebagai berikut:

Berdasarkan hasil analisis regresi linier diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,092 + 0,358X_1$$

**a. Konstanta (a)**

Pada persamaan diatas nilai konstanta diperoleh sebesar 0,092 yang berarti bahwa jika skor pada persepsi civitas akademika sama dengan nol (tidak ada perubahan) maka nilai *Knowledge sharing intention* sebesar 0.092.

**b. Koefisien Regresi persepsi civitas akademika (b<sub>1</sub>)**

Koefisien regresi persepsi civitas akademika pada persamaan tersebut diperoleh sebesar 0.358 (positif) yang berarti bahwa apabila persepsi civitas akademika semakin meningkat maka *Knowledge sharing intention* semakin meningkat.

**c. Uji Hipotesis (uji t)**

H<sub>1</sub>: Persepsi civitas akademika berpengaruh terhadap knowledge sharing intention pada Jurusan Manajemen FEB UPNVY.

Dari analisis regresi ini dapat menjawab hipotesis yaitu, **Persepsi civitas akademika berpengaruh terhadap knowledge sharing intention pada Jurusan Manajemen FEB UPNVY.** Ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$ , berarti bahwa persepsi civitas akademika berpengaruh terhadap *knowledge sharing intention*, dan **hipotesis I terbukti.**

Untuk terwujudnya *knowledge sharing* dalam organisasi tentunya harus dibangun dari kemauan yang kuat dari karyawan dan tentu saja harus didukung oleh organisasi. Sikap adalah sesuatu yang kompleks, yang bisa didefinisikan sebagai pernyataan-pernyataan evaluatif, baik yang menyenangkan maupun yang tidak menyenangkan, atau penilaian mengenai objek,

manusia atau peristiwa-peristiwa (Robbins, 1989 dalam Makmuri Muchlas, 2005). Sikap *individu* merupakan bagian dari kemauan karyawan yang mampu mendorong keinginan untuk *knowledge sharing*. Sikap memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi *knowledge sharing* (Bock et.al 2002; Jolae, et.al (2013). Sehingga dapat disusun hipotesis 2 yaitu:

**Hipotesis 2: Sikap civitas akademika berpengaruh terhadap *knowledge sharing intention* pada Jurusan Manajemen FEB UPNVY.**

Dari hasil pengujian regresi menggunakan SPSS serial 20, didapatkan hasil sebagai berikut: Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,073 + 0.985X_1$$

**a. Konstanta (a)**

Pada persamaan diatas nilai konstanta diperoleh sebesar 0,073 yang berarti bahwa jika skor pada sikap civitas akademika sama dengan nol (tidak ada perubahan) maka nilai *Knowledge sharing intention* sebesar 0.073.

**b. Koefisien Regresi sikap civitas akademika ( $b_1$ )**

Koefisien regresi sikap civitas akademika pada persamaan tersebut diperoleh sebesar 0.985 (positif) yang berarti bahwa apabila sikap civitas akademika semakin meningkat maka *Knowledge sharing intention* semakin meningkat.

**c. Uji Hipotesis (uji t)**

$H_2$ : Sikap civitas akademika berpengaruh terhadap *knowledge sharing intention* pada Jurusan Manajemen FEB UPNVY.

Dari analisis regresi ini dapat menjawab hipotesis yaitu, Sikap **civitas akademika berpengaruh terhadap *knowledge sharing intention* pada Jurusan Manajemen FEB UPNVY**. Ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$ , berarti bahwa sikap civitas akademika berpengaruh terhadap *knowledge sharing intention*, dan **hipotesis II terbukti**.

Menurut kajian dan menjadi *directions for future research* Feryal Aslani, Mohammad Mousakhani, Alireza Aslani (2012) Motivasi diprediksi akan mampu mendorong intensi *knowledge sharing*. Apakah benar atau tidak pernyataan ini, memang masih harus diuji dengan riset.

Berdasar dari prediksi tersebut, maka dari itu Feryal et.al (2012) menyarankan untuk memasukkan variabel tersebut dalam penelitian-penelitian selanjutnya. Maka penelitian ini mencoba memasukkan unsur Motivasi sebagai salah satu variabel yang mempengaruhi intensi to share knowledge. Motivasi menurut Gibson (2000) adalah kekuatan yang mendorong seseorang karyawan yang menimbulkan dan mengarahkan perilaku, konsep ini dapat menjelaskan perbedaan-perbedaan dalam intensitas perilaku (mengenai perilaku yang lebih intens sebagai hasil dari tingkat motivasi yang tinggi) dan juga untuk menunjukkan arah tindakan. Abraham Maslow dalam hirarki kebutuhan menyatakan tentang kebutuhan manusia yang terkenal dengan hirarki kebutuhan (Gordon, 1993). Maslow beranggapan bahwa orang akan memenuhi kebutuhan yang lebih pokok sebelum mengarahkan perilaku untuk memenuhi kebutuhan yang lebih tinggi. Sehingga dapat disusun hipotesis sebagai berikut

**Hipotesis 3: Motivasi civitas akademika berpengaruh terhadap *knowledge sharing intention* pada Jurusan Manajemen FEB UPNVY.**

Dari hasil pengujian regresi menggunakan SPSS serial 20, didapatkan hasil sebagai berikut:

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,063 + 0.395X_1$$

**a. Konstanta (a)**

Pada persamaan diatas nilai konstanta diperoleh sebesar 0,063 yang berarti bahwa jika skor pada motivasi civitas akademika sama dengan nol (tidak ada perubahan) maka nilai

*Knowledge sharing intention* sebesar 0.063.

**d. Koefisien Regresi motivasi civitas akademika ( $b_1$ )**

Koefisien regresi motivasi civitas akademika pada persamaan tersebut diperoleh sebesar 0.395 (positif) yang berarti bahwa apabila motivasi civitas akademika semakin meningkat maka *Knowledge sharing intention* semakin meningkat.

**e. Uji Hipotesis (uji t)**

H<sub>3</sub>: Motivasi civitas akademika berpengaruh terhadap *knowledge sharing intention* pada Jurusan Manajemen FEB UPNVY.

Dari analisis regresi ini dapat menjawab hipotesis yaitu, Motivasi **civitas akademika berpengaruh terhadap *knowledge sharing intention* pada Jurusan Manajemen FEB UPNVY**. Ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$ , berarti bahwa motivasi civitas akademika berpengaruh terhadap *knowledge sharing intention*, dan **hipotesis III terbukti**.

Sementara itu organisasi dengan karyawan yang memiliki intensi knowledge sharing dengan baik akan mempengaruhi perilaku knowledge sharing seseorang. Salah satu alasan seseorang berbagai pengetahuan adalah bahwa adanya dorongan atau keinginan untuk berbagi pengetahuan. Dorongan ini bisa didasari oleh beberapa hal diantaranya adanya kesempatan untuk berbagi, berbagi informasi, rekan kerja menginginkan hal tersebut, meningkatkan kinerja, merasa dihormati atau bahkan disuruh oleh atasan (Eze, 2012; Chenamaneni, 2006).

**Hipotesis 4: *knowledge sharing intention* berpengaruh terhadap perilaku knowledge sharing pada civitas akademika Jurusan Manajemen FEB UPNVY.**

Dari hasil pengujian regresi menggunakan SPSS serial 20, didapatkan hasil sebagai berikut:

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,072 + 0.539X_1$$

**a. Konstanta (a)**

Pada persamaan diatas nilai konstanta diperoleh sebesar 0,072 yang berarti bahwa jika skor pada *Knowledge sharing intention* sama dengan nol (tidak ada perubahan) maka nilai Perilaku *Knowledge sharing* sebesar 0.072.

**b. Koefisien Regresi *Knowledge sharing intention* ( $b_1$ )**

Koefisien regresi *Knowledge sharing intention* pada persamaan tersebut diperoleh sebesar 0.539 (positif) yang berarti bahwa apabila *Knowledge sharing intention* semakin meningkat maka Perilaku *Knowledge sharing* semakin meningkat.

**c. Uji Hipotesis (uji t)**

H<sub>4</sub>: *Knowledge sharing intention* berpengaruh terhadap *knowledge sharing* pada Jurusan Manajemen FEB UPNVY.

Dari analisis regresi ini dapat menjawab hipotesis yaitu, ***Knowledge sharing intention* berpengaruh terhadap *knowledge sharing* pada Jurusan Manajemen FEB UPNVY**. Ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$ , berarti bahwa ***Knowledge sharing intention* berpengaruh terhadap *knowledge sharing* pada Jurusan Manajemen FEB UPNVY**, dan **hipotesis IV terbukti**.

**KESIMPULAN DAN SARAN**

1. Persepsi civitas akademika berpengaruh terhadap *knowledge sharing intention* pada Jurusan Manajemen FEB UPNVY.
2. Sikap civitas akademika berpengaruh terhadap *knowledge sharing intention* pada Jurusan Manajemen FEB UPNVY.
3. Motivasi civitas akademika berpengaruh terhadap *knowledge sharing intention* pada Jurusan Manajemen FEB UPNVY.

4. *Knowledge sharing intention* berpengaruh terhadap Perilaku *knowledge sharing* pada Jurusan Manajemen FEB UPNVY.

#### **SARAN**

Sebaiknya dalam setiap mata kuliah perlu di perbanyak sesi *knowledge sharing* agar mahasiswa semakin mendapatkan banyak wawasan tentang kehidupan ini untuk menghadapi tantangan kehidupan ke masa yang akan datang.

Dosen hendaknya selalu memperbaharui pengetahuannya agar selalu mengikuti perkembangan jaman dan ilmu pengetahuan agar tidak ketinggalan jaman.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Abzari, Mehdi., Shaemi Barzaki, A., & Abbasi, R., *Knowledge sharing behavior: Organizational reputation or losing organizational power case study: employees of agricultural bank in Fars state*, International Journal of Business and social sciences, Vol 2. N0.17

Jolae A, Khalid Md Noor, Naser Khani, & Rosman Md. Yusoff, 2013, *Factors Affecting Sahring Intention among academic staff*, International Journal of Educational Management, 28 (4), 413-431.

Badaracco, J.L. 1991, *The Knowledge Link: How Firm Compete Through Strategic Alliances*, Harvard Business School Pres, Boston, MA, pp.109

Bock & Kim Y, 2002, *Breaking The Myths Of Rewards: An Exploratory Study Of Attitudes*.

Chennamaneni, 2006, *Determinants of Knowledge Sharing Behaviors: developing and Testing an Integrated Model*, Disertasi, University of Texas.

Davenport TH, G. Eccles, R., & Prusak, L.1998. *The Strategic Management of Intellectual Capital*. Elsevier Inc.

De Long & Fahey, 2000, *Diagnosing Cultural Barriers to knowledge management*, Academy of Management Executive, 14(4), 113-127.

De Long D.W&Fahey, 2000, *Diagnosing Cultural Barriers to knowledge management*, Academy of Management Executive, 14(4), 113-127.

De Vries, R.E, Van den Hoff, B, & De Riddler, J. 2006. *Explaining Knowledge Sharing: The Role Of Team Communication Styles, Job Satisfaction, And Performance Beliefs*. Communication Research, 33, 115-135.

Eze, J.U, 2012, *Perceptions and willingness to E-learning of secondary school teachers in Nsukka Education Zone of Enugu State Of Home Economics Research*, 16 (79-89), [www.heran.Org](http://www.heran.Org). ISSN 118-0021.

Feryal Aslani, Mohammad Mousakhani, Alireza Aslani, 2012, *Knowledge Sharing: A Survey, Assessment and Directions for Future Research: Individual Behavior Perspective*, World Academy of Science, Engineering and Technology International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering Vol:6, No:8.

Gibson, Ivancevich&Donnelly, 2000, *Organizations*, 10<sup>th</sup> ed, Mc-Graw Hill, New York.

Gomes, P.J, 1997, *The Good Book* Boston, Compass Press.

Greenberg, J, 1999, *Managing Behavior in Organizations*, Science in Service to Practice, Upper Saddle River, Prentice Hall, New Jersey.

Hansen , S., and 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.

Hooff, V.D., and Ridder, J.A., 2004. "Know Sharing in Context: The influence of Organizational Commitment, Communication Climate and CMC use on Knowledge Sharring." *Journal of Knowledge Management*, Vol.11, No.1p.13-24.

Hooff, V.D., and Weenen, F.L., 2004 "Committed to Share: Commitment and CMC Use as Antecedents of Knowledge Sharing." *Knowledge and Process Management*, Vol.11, No.1.p.13-24.

Imam Ghozali, 2002, Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Kankanhalli, A., Tan, B.C.Y & Wei, K.K, 2005, *Contributing Knowledge to Electronic Knowledge Repositories: an Empirical Investigation*, MIS Quarterly, 29(1), 113-143.

*Knowledge Sharing*, Information Resources Management Journal, Vol. 15(2), pp. 14-21.

Makmuri Muchlas, 2005, Perilaku Organisasi, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.

Ninik, P. 2011. Iklim Organisasi, *Organizational Citizenship Behavior* dan *Trust* Sebagai Prediktor Perilaku *Knowledge Sharing*. Jurnal Karisma. Edisi April.

Nonaka, I., and Takeuchi, H, 1995. *The Knowledge – Creating Company*, Oxford University Press, New York

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.

Robbins, S, 2008, *Perilaku Organisasi*, Edisi X, Indeks-Kelompok Gramedia.

Sekaran, U, 2000, *Research Methods For Business*, 3<sup>rd</sup> ed, John Wiley & Sons, New York University Press, New York, pp. 421-434.

Setiarso, 2006, *Knowledge Sharing: Siapa Yang Mengelola Knowledge?*, Ilmu Komputer.com.

Shin-Yuang Hung, Hui-Min Lai & Yu-Che Chou, 2010, *The Determinants of KS Intention in Professional Virtual Communities: An Integrative Model*, Pacific Asia Conference on Information System (PACIS) Proceedings, AIS Electronic Library (AISeL).

Tobing, P.L., 2007. *Knowledge Management: Konsep, Arsitektur dan Implementasi*, Graha Ilmu, Yogyakarta.

Wang, Seng & Noe, Raymon, 2010, *Knowledge sharing: A Review and directions for future*, Human Resource Management Review, 20, 115-131.

**SEMINAR NASIONAL 2018**  
*CALL PAPER & PAMERAN HASIL*

**UPNVY**  
Yogyakarta

ISBN 978-602-553-419-5



9 786025 534195

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" YOGYAKARTA  
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT