



CV. OLAH DATA INTEGRA SOLUSINDO (ODIS)

SAMBIREMBE RT. 002/001. KECAMATAN KARANGREJO—MAGETAN—JAWA TIMUR 63395



Editorial Team

EDITORIAL IN CHIEF

Mohammad Sofyan, S.E., M.M

EDITOR

1. Pandoyo Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI. Jakarta. Indonesia

2. Firda Hariyanti. Institut Teknologi dan Sains Nahdlatul Ulama Pasuruan. Jawa Timur. Indonesia

3. Yusriadi. Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Puangrimaggalatung, Makassar, Indonesia

REVIEWER

Deby Rita Karundeng. Universitas Negeri Gorontalo. Gorontalo, Indonesia

Adhy Firdaus. STIE Ganesha. Jakarta, Indonesia

Miguna Astuti. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Indonesia

Puji Muniarty. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima. NTB, Indonesia

Siti Mariam. Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI. Jakarta, Indonesia

Soleh. Universitas Wiralodra. Jawa Barat. Indonesia

IT: Misbachushudur

DAFTAR ISI

The use of social media for marketing activities in marketing the products of the mokko factory in the city of Sukabumi Cici Hestia, Ce Gunawan	190-196
ANALISIS KEBIJAKAN PENCEGAHAN DAN PENANGGULANGAN STUNTING DI INDONESIA Dengan Pendekatan What Is The Problem Represented To Be? Made Agus Sugianto	197-209
STRATEGI PERUSAHAAN BIDANG KONSTRUKSI DALAM MENGHADAPI RESESI EKONOMI Studi Kasus PT ADHI KARYA (Persero) Tbk Pandoyo, Yesi Pramesti , Iqna Tulhanifah	210-218
MEMBANGUN KEPEMIMPINAN KUAT DAN TANGGUH PADA PENGEMBANGAN SUMBER DAYA APARATUR PEMERINTAH DAERAH MELALUI PENDIDIKAN DAN PELATIHAN Edwin Wakak Megow, R. Widodo Triputro, Ardian Infantono	219-229
AKUNTABILITAS PENGELOLAAN DANA DESA DALAM UPAYA MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DESA DI KECAMATAN JANGKA Khalil Gibran, Syahril Jaddang, Muh Ardiansyah	230-249
Analisis Pengaruh Pandemi Covid 19 Terhadap Emiten Properti: Studi Kasus Emiten Properti Dalam LQ-45 Hanifah Qianis Sari, Abdul Rahman	250-254
Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Pemasaran Relasional Sebagai Variabel Intervening: Studi Kasus Pada Dealer X Motor Yamaha Area Bogor Irene Rafinadora Kristina, Son Diamar, Choiril Maksum	255-270
Keberadaan Uang Elektronik Pada Kehidupan Masyarakat Novi Primita Sari	271-278
Development of EDI (Electronic Data Interchange) in Start-Up Company Data Integration Process to Effective Operational Costs for Micro and Medium Enterprises in Jakarta Asyari Asyari	279-287

Penggunaan Media Sosial Terhadap Kegiatan Pemasaran Dalam Memasarkan Produk Mokko Factory Kota Sukabumi

Cici Hestia¹, Ce Gunawan²

¹²Program Studi Ilmu Komunikasi, Institut Manajemen Wiyata Indonesia, Sukabumi, Jawa Barat, Indonesia.

Koresponden : cicihestia@gmail.com

Abstract.

The use of social media that is rife in the community has made many companies market their products on social media. The formulation of the problem raised in this research is the role of social media for the Mokko Factory company, the company in conducting sales and promotions through social media and the role of social media in marketing strategies and responses from various groups. The purpose of this study is to find out how the role of social media for companies in Mokko Factory marketing activities, the role of social media in marketing strategies, the responses of lecturers and students to social media as a means of promotion and to find out how the advantages and disadvantages of using social media as a means of promoting Mokko Factory. The research method used for this research is a qualitative method, namely research on research that is descriptive and tends to use analysis. The result of this study is that knowing the role of social media for companies is very profitable because it makes marketing easier.

Keyboard: *marketing; business communication; social media.*

Clonicle of Article: Received (25,04,2021); Revised (15,05,2021); and Published (31,05,2021).

© 2021 *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Sosial*

How to cite this article: *Hestia, C & Gunawan, C (2021) 'Penggunaan Media Sosial Terhadap Kegiatan Pemasaran Dalam Memasarkan Produk Mokko Factory Kota Sukabumi', Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Sosial, 1(3), pp.190-196. Available at: <https://embiss.com/index.php/embiss>*

PENDAHULUAN

Masa kini, perkembangan teknologi semakin pesat dan semakin banyak dunia maya yang berkembang. perkembangan alat-alat digital semakin canggih, sehingga memudahkan seluruh penjuru dunia untuk berkomunikasi satu sama lain. media sosial menjadi salah satu alat atau media untuk seluruh penduduk bumi berkomunikasi.

Sosial media banyak sekali penggunaannya, selain digunakan untuk keperluan pribadi sosial media juga digunakan sebagai ajang sarana promosi dalam meningkatkan daya saing dalam dunia bisnis. Pemanfaatan inilah yang banyak sekali digunakan oleh perusahaan untuk mengiklankan produknya kepada masyarakat tanpa harus menghampiri masyarakat langsung. Penggunaan media sosial juga meringankan perusahaan dari segi pembiayaan karena perlu tidak perlu mengeluarkan biaya ekstra untuk promosi. Salah satu perusahaan yang melakukan promosi melalui sosial media adalah Mokko Factory diantaranya Mokko Donut And Coffe. Dimana perusahaan itu menjadi salah satu kedai yang banyak diminati anak muda hingga dewasa, karena sudah banyak dikenal oleh masyarakat. Dan dengan nuansa gerai yang menarik.

LITERATUR REVIUW

Teori Pemasaran

Pemasaran adalah salah satu aktivitas sebuah entitas atau perusahaan dengan proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan dan bertukar tawaran yang bernilai bagi pelanggan, mitra, klien atau masyarakat umum mengenai sebuah produk. Sebuah perusahaan melakukan pemasaran adalah bertujuan untuk membawa atau mengenalkan produk yang dijualnya pada masyarakat umum. Salah satu bagian pemasaran yang di kenal oleh masyarakat adalah promosi. Banyak orang yang keliru mengenai promosi ini dimana mereka menganggap promosi telah mencakup seluruh bagian pemasaran, namun ternyata promosi hanya satu bagian dari pemasaran. Menurut Philip Kotler (1997:8) "*Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain*" Melalui definisi diatas dapat disimpulkan bahwa proses pemasaran sebuah entitas atau perusahaan melakukan sosialisai kepada masyarakat umum agar dapat memenuhi kepuasan para konsumen atau calon konsumennya, menentukan cara promosi agar banyak masyarakat tertarik dengan produk yang ditawarkan, dan perusahaan dapat menjual produk yang mereka produksi. Adapun tujuan dari pemasaran adalah, sebagi berikut :

- a. Memahami pasar dan konsumen
- b. Membentuk produk yang sesuai dengan pasar
- c. Membangun popularitas positif untuk produk
- d. Mencapai citra yang ingin dibentuk
- e. Melakukan penjualan itu sendiri
- f. Memenuhi kepuasan konsumen

Semakin kerasnya persaingan yang dihadapi perusahaan sekarang ini maka diperlukannya strategi pemasaran. Strategi pemasaran merupakan salahsatu cara memenangkan keunggulan dalam bersaing yang berkesinambungan baik atau perusahaan jasa atau pun perusahaan yang memproduksi barang. Menurut Chandra (2002:93) "*strategi pemasaran merupakan rencana menjabarkan ekspetasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya dipasar sasaran tertentu.*" Dalam strategi pemasaran terdiri atas elemen-elemen yang saling berkaitan (Fandy Tjiptono, 2006:6-7). Elemen – elemen tersebut sebagai berikut :

- a. Pemilihan pasar, yaitu memilih pasar tujuan yang akan dilayani. Pemilihan pasar akan dimulai dengan melakukan segmentasi pasar yang kemudian memilih sasaran pasar yang akan dilayani dan dipuaskan oleh perusahaan.
- b. Perencanaan produk, meliputi spesifik produk yang dijual, pembentukan lini produk dan desain penawaran individual. Produk itu sendiri harus dapat menawarkan manfaat yang dapat diterima masyarakat melalui pembelian.
- c. Penetapan harga, yaitu menentukan harga yang sesuai atau mencerminkan nilai kuantitatif dari produk kepada pelanggan.
- d. Sistem distribusi, adalah saluran perdagangan baik secara grosir ataupun eceran jalan tempuh yang dilakukan untuk penyampaian produk kepada pelanggan.
- e. Komunikasi pemasaran (promosi), yaitu pengenalan produk kepada khalayak umum yang dapat dilakukan dengan pengiklanan, *personal selling*, promosi penjualan, *direct marketing*, dan *public relations*.

Salah satu bagian dalam pemasaran adalah promosi dimana promosi bertujuan mengiklankan atau mengenalkan suatu produk atau merek kepada masyarakat untuk menghasilkan sebuah penjualan yang menciptakan brand. Banyak sekali tujuan promosi, dengan utamanya adalah produsen dapat meningkatkan angka penjualan dan keuntungan.

Teori Komunikasi Bisnis

Pengertian komunikasi menurut William J. Seler Menyatakan bahwa pengertian "komunikasi adalah proses dimana symbol verbal dan nonverbal dikirimkan diterima dan diberi arti." Dapat disimpulkan juga bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari seseorang atau

sekelompok orang kepada penerima yang dapat beberapa seseorang atau sekelompok orang yang dapat mempengaruhi penerima dan informasi itu bersifat penting bagi yang berkepentingan dalam penyampaiannya dapat secara langsung ataupun tidak langsung. Dalam penyampaiannya pesan dapat dikirim melalui saluran atau media yang memudahkan komunikasi yang menghilangkan jarak yang jauh sekalipun. Penggunaan media untuk zaman sekarang sebagai sarana komunikasi salah satunya adalah penggunaan media sosial yang marak penggunaannya di kalangan masyarakat. Menurut Raymond E Glos dalam bukunya yang berjudul "Business : its nature environment : an introduction" yang dikutip oleh Umar, "*bisnis adalah seluruh kegiatan yang diorganisasikan oleh orang berkecimpung dalam bidang perniagaan dan industri yang menyediakan barang dan jasa untuk kebutuhan untuk mempertahankan dan memperbaiki standar serta kualitas hidup mereka*" (Umar, 2005 :3)

Hal tersebut mengatakan bahwa bisnis adalah kegiatan teratur yang dilakukan oleh sebuah organisasi, seseorang ataupun sekelompok orang yang bergerak di bidang perniagaan atau industri yang menghasilkan jasa atau barang. Dimana jasa dan barang tersebut dapat memenuhi kebutuhan ataupun kepuasan masyarakat dan menghasilkan keuntungan bagi para penciptanya. Menurut Purwanto (2006:4) pengertian "*komunikasi bisnis adalah komunikasi yang digunakan dalam dunia bisnis dalam mencakup berbagai macam bentuk komunikasi baik, komunikasi verbal, maupun nonverbal untuk mencapai tujuan tertentu.*". Komunikasi bisnis yaitu komunikasi yang digunakan dalam dunia bisnis yang cara penyampaiannya dapat disampaikan secara langsung atau tidak langsung, baik dalam bentuk verbal atau nonverbal dimana komunikasi tersebut dapat mencapai tujuan awal bisnis yaitu untuk mendapatkan keuntungan

Dalam pengkomunikasian bisnis banyak perusahaan yang menggunakan media sebagai saluran penyampaian informasi untuk mempermudah komunikasi yang dibutuhkan, salah satunya media sosial yang digunakan untuk melakukan komunikasi bisnis.

Teori Media Sosial

Media Sosial Menurut Chris Brogan (2010:11) "Social media adalah satu set baru komunikasi dan alat kolaborasi yang memungkinkan banyak jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia untuk orang biasa."

Media Sosial Menurut Dailey (2009:3) "*Media sosial adalah konten online yang dibuat menggunakan teknologi penerbitan yang sangat mudah diakses dan terukur. Paling penting dari teknologi ini adalah terjadinya pergeseran cara mengetahui orang, membaca dan berbagi berita, serta mencari informasi dan konten. Ada ratusan saluran sosial media yang beroperasi diseluruh dunia saat ini, dengan tiga besar facebook, linkedIn, dan twitter.*" .

Media sosial adalah media online yang banyak diminati oleh masyarakat untuk memudahkan berinteraksi dengan orang baru ataupun dengan orang terdekat. Penggunaan sosial media memudahkan pula orang-orang dalam membaca, mencari informasi dan konten serta mendapat informasi yang sebelumnya tidak ia ketahui. Hal inilah, yang menjadikan media sosial sebagai salah satu sarana pemasaran dalam pemasaran. Penggunaan media sosial dalam kegiatan pemasaran adalah pendekatan cara baru yang sangat memungkinkan kemudahan untuk kegiatan promosi untuk menjangkau masyarakat yang lebih luas.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan untuk makalah ini adalah metode kualitatif, yaitu penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Menurut Sukmadinata (2005) "dasar penelitian kualitatif adalah konstruktivisme yang berasumsi bahwa kenyataan itu berdimensi jamak, interaktif dan suatu pengalaman sosial yang diinterpretasikan oleh setiap individu." Dengan demikian penelitian kualitatif ditujukan untuk memahami fenomena sosial dari berbagai hal sudut pandang partisipan. Penelitian kualitatif menitik beratkan pada makna bukan sekedar perilaku yang tampak.

PEMBAHASAN

Deskripsi Hasil Penelitian

Hasil Wawancara Perusahaan

Menurut Perusahaan Mokko Factory, yang diwakili oleh Ibu Sri selaku penanggungjawab outlet Mokko Donut and Coffe di Citimall Kota Sukabumi. Mokko Factory telah melakukan pemasaran dengan cara mempromosikan produknya melalui sosial media. Menurut penuturan penanggung jawab gerai Mokko Donut And Coffe, promosi melakukan sarana sosial media bertujuan untuk mengikuti perkembangan zaman untuk melakukan pendekatan dengan para konsumen atau para calon konsumen. Pentingnya sosial media dizaman sekarang adalah membantu perusahaan untuk melakukan promosi karena dengan sosial media pemasaran dapat menuju kesemua kalangan, karena penggunaan sosial media sudah merajalela dikalangan masyarakat.

Dari segi keuntungan untuk promosi, keuntungannya lebih banyak karena tidak memerlukan biaya berlebih tidak perlu melakukan penyebaran luas informasi produk keberbagai tempat dengan mendatangi tempat jauh, tetapi untuk pemasukan ke gerainya langsung itu tidak terlalu terlihat. Namun dapat dirasakan bahwa mulai banyak masyarakat mengenal produk mokko melalui media sosial. Meski banyak kelebihan dari kegiatan promosi di sosial media, ada juga kekurangan bagi perusahaan yaitu kurang terfokusnya tujuan pemasaran yang sesuai dengan tujuan awal promosi tersebut. Seperti halnya jika ada event untuk anak remaja dipromosikan disosial media, maka yang melihat event itu tidak hanya remaja tetapi juga orang dewasa.

Untuk kegiatan promosi di sosial media, tidak semua sosial media dapat digunakan. Perusahaan cenderung menyesuaikan dengan minta para pelanggan dalam menggunakan sosial media, dan melihat bagaimana perkembangan sosial media. Melihat kecenderungan masyarakat sekarang yang banyak menggunakan sosial media Instragam, maka perusahaan melakukan promosi di Instagram dengan memiliki akun sendiri dan langsung dari pusat perusahaan.

Meskipun melalui sosial media, komunikasi dengan para pelanggan dapat berjalan dengan baik. Perusahaan saat ini sedang mengembangkan program pemesanan online untuk memudahkan para pelanggan untuk mendapatkan pelayanan dari perusahaan dan dapat melakukan delivery order sehingga tidak perlu datang ke gerai. Sehingga perusahaan dapat terus melakukan pengembangan untuk terus memuaskan konsumen.

Hasil Wawancara Menurut Ahli (Dosen)

Menurut Bapak Ir. Muhamad Akasah M.Si selaku dosen Komunikasi di kampus IMWI. Mengemukakan bahwa penggunaan media untuk promosi sebuah perusahaan adalah hal yang penting terutama penggunaan media sosial dimana banyak orang yang menggunakan media sosial. Penggunaan media sosial memudahkan penjangkauan pengenalan produk tanpa menyulitkan bagian pemasaran untuk penyebaran informasi produk ke jangkauan yang luas. Namun, pada dasarnya penggunaan berbagai jenis media termasuk media sosial untuk promosi harus disesuaikan dengan jangkauan penjualan.

Peran media menjadi sangat penting karena melalui media itulah masyarakat mengenal produk yang dijual dan cenderung memilih produk yang sudah terkenal diberbagai media. Penggunaan media untuk promosi memiliki peran yang dahsyat bagi perusahaan karena benar-benar mempengaruhi pemasaran. Disisi adanya peran yang positif dalam penggunaan media untuk pemasaran ada pula sisi negative maka dari itu perusahaan harus pandai mengolah, memanfaatkan dalam penggunaan media sosial sesuai dengan target dan tujuan awal perusahaan. Karena jika salah memilih penggunaan media akan dapat menimbulkan kerugian, selain itu public relationship diperlukan untuk penggunaan media sebagai sarana promosi.

Dengan adanya pemasaran melalui media sosial dapat menciptakan komunitas pecinta produk yang dijual sehingga kenyamanan dan komunikasi antara konsumen dan produsen dapat terjalin dengan baik. Adanya komunitas peecinta produk yang dipasarkan dapat menarik calon konsumen dan dapat meyakinkan bahwa produk yang ditawarkan berkualitas.

Hasil Wawancara Menurut Mahasiswa

Menurut mahasiswa STIES Gasantara Jurusan Ekonomi Syariah.

Berpendapat bahwa peran media sosial dalam mempromosikan barang sangatlah berpengaruh. Banyak orang yang akan mengetahui dan mengenal produk meski pun ada beberapa orang yang kurang berminat dengan produk tersebut namun suatu saat ketika produk tersebut dibutuhkan yang pertama kali mereka pikirkan yaitu mencari di media sosial. Berkomunikasi menggunakan media harus berkomunikasi yang baik, tidak mengadada, dan berbicara sesuai dengan fakta. Adapun keuntungan dan kelebihan di media sosial.

Keuntungannya yaitu customer banyak karena jangkauan luas, lebih mudah diakses atau dicari, tidak menutup kemungkinan untuk mendapatkan untung yang besar berkali-kali lipat, dan jarang saling bernegosiasi. Kerugiannya yaitu kemungkinan kerugian lebih besar, tidak dapat berinteraksi dengan langsung, dan tidak mudah mendapatkan kepercayaan dari customer.

Menurut mahasiswa Universitas Pamulang Jurusan Akutansi Syariah.

Menurutnya pentingnya sosial media digunakan untuk menjadi media promosi karena mampu menghapus waktu dan jarak. Maka dari itu, penggunaan media sosial sebagai media promosi semakin gencar dilakukan. Cara berkomunikasi dengan customer bisa memanfaatkan fitur kontak us kita juga bisa letakan kontak yang jelas yang bisa dihubungi dan digunakan media chatting. Keuntungan promosi di media sosial menurutnya lebih mudah dilakuka karena bisa diakses dengan mudah bahkan menggukan ponsel sekali pun. Dan untuk produsen pun akan mudah merespon komentar para konsumen melalui smart phone.

Dengan berpromosi melalui media sosial, produsen tidak perlu lagi modal yang besar. Dengan modal yang sedikit, kita dapat mendapatkan keuntungan yang besar. Maka dari itu, berbisnis online adalah awal yang bagus untuk pembisnis pemula. Kekurang promosi media sosial menurutnya jika produk jasa yang ditawarkan oleh produsen memiliki kualitas yang tidak memuaskan maka konsumen bisa dengan mudah mengungkapkan kekecewaannya melalui media sosial. Mereka puntidak segan untuk mencacimaki produk dan jasa tersebut. Hal ini akan merusak citra produk yang ditawarkan.

Peranan Media Sosial bagi Perusahaan dalam Strategi Pemasaran

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat dikatakan bahwa media sosial memiliki peranan penting untuk sebuah perusahaan dan menjadi hal yang sangat menguntungkan untuk menjadi bagian dari strategi pemasaran dan sarana untuk promosi. Dengan adanya media sosial memudahkan penjangkauan promosi dan pengenalan informasi mengenai suatu produk dapat menyebar dengan luas.

Perkembangan teknologi dan berbagai fasilitas yang disediakan di dunia maya membuat perusahaan mudah menentukka strategi pemasaran. Kecenderungan masyarakat yang tidak dapat lepas dari dunia maya saat ini menjadikan media sosial sebagai salah satu alat perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu menarik minat masyarakat dan mengetahui keinginan pasar. Pemuasan keinginan masyarakatpun dapat terpenuhi meskipun tidak secara total pemuasan itu dapat dilaksanakan.

Penggunaan media sosial untuk kegiatan promosi sebuah perusahaan mendapat banyak tanggapan baik dari berbagai kalangan dan dampak baiknya dapat dirasakan sendiri oleh perusahaan yang bersangkutan. Untuk Mokko Factory sendiri pengguna media sosial sebagai sarana promosi dapat merasakan bahwa promosi yang dilakukan dapat lebih efektif dan efisien dibanding dengan melakukan promosi dengan penyebaran brosur, pemasangan baner dan pengiklanan dalam acara televisive yang mengeluarkan biaya yang lebih besar.

Meskipun terkadang penggunaan media sosial tidak sesuai harapan perusahaan karena sulit memfokuskan dengan harapan, namun keuntungannya tetap dapat dirasakan lebih banyak dan penyesuaian dengan masyarakatpun dapat dilakukan dengan baik.

Hasil Wawancara Menurut Mahasiswa

Menurut mahasiswa STIES Gasantara Jurusan Ekonomi Syariah.

Berpendapat bahwa peran media sosial dalam mempromosikan barang sangatlah berpengaruh. Banyak orang yang akan mengetahui dan mengenal produk meski pun ada beberapa orang yang kurang berminat dengan produk tersebut namun suatu saat ketika produk tersebut dibutuhkan yang pertama kali mereka pikirkan yaitu mencari di media sosial. Berkomunikasi menggunakan media harus berkomunikasi yang baik, tidak mengada-ada, dan berbicara sesuai dengan fakta. Adapun keuntungan dan kelebihan di media sosial. Keuntungannya yaitu customer banyak karena jangkauan luas, lebih mudah diakses atau dicari, tidak menutup kemungkinan untuk mendapatkan untung yang besar berkali-kali lipat, dan jarang saling bernegosiasi. Kerugiannya yaitu kemungkinan kerugian lebih besar, tidak dapat berinteraksi dengan langsung, dan tidak mudah mendapatkan kepercayaan dari customer.

Menurut mahasiswa Universitas Pamulang Jurusan Akutansi Syariah.

Menurutnya pentingnya sosial media digunakan untuk menjadi media promosi karena mampu menghapus waktu dan jarak. Maka dari itu, penggunaan media sosial sebagai media promosi semakin gencar dilakukan. Cara berkomunikasi dengan customer bisa memanfaatkan fitur kontak us kita juga bisa letakan kontak yang jelas yang bisa dihubungi dan digunakan media chatting. Keuntungan promosi di media sosial menurutnya lebih mudah dilakuka karena bisa diakses dengan mudah bahkan menggukan ponsel sekali pun. Dan untuk produsen pun akan mudah merespon komentar para konsumen melalui smart phone. Dengan berpromosi melalui media sosial, produsen tidak perlu lagi modal yang besar. Dengan modal yang sedikit, kita dapat mendapatkan keuntungan yang besar. Maka dari itu, berbisnis online adalah awal yang bagus untuk pembisnis pemula. Kekurang promosi media sosial menurutnya jika produk jasa yang ditawarkan oleh produsen memiliki kualitas yang tidak memuaskan maka konsumen bisa dengan mudah mengungkapkan kekecewaannya melalui media sosial. Mereka puntidak segan untuk mencacimaki produk dan jasa tersebut. Hal ini akan merusak citra produk yang ditawarkan.

Peranan Media Sosial bagi Perusahaan dalam Strategi Pemasaran

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat dikatakan bahwa media sosial memiliki peranan penting untuk sebuah perusahaan dan menjadi hal yang sangat menguntungkan untuk menjadi bagian dari strategi pemasaran dan sarana untuk promosi. Dengan adanya media sosial memudahkan penjangkauan promosi dan pengenalan informasi mengenai suatu produk dapat menyebar dengan luas.

Perkembangan teknologi dan berbagai fasilitas yang disediakan di dunia maya membuat perusahaan mudah menentukka strategi pemasaran. Kecenderungan masyarakat yang tidak dapat lepas dari dunia maya saat ini menjadikan media sosial sebagai salah satu alat perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu menarik minat masyarakat dan mengetahui keinginan pasar. Pemuasan keinginan masyarakatpun dapat terpenuhi meskipun tidak secara total pemuasan itu dapat dilaksanakan.

Penggunaan media sosial untuk kegiatan promosi sebuah perusahaan mendapat banyak tanggapan baik dari berbagai kalangan dan dampak baiknya dapat dirasakan sendiri oleh perusahaan yang bersangkutan. Untuk Mokko Factory sendiri penguna media sosial sebagai sarana promosi dapat merasakan bahwa promosi yang dilakukan dapat lebih efektif dan efisien dibanding dengan melakukan promosi dengan penyebaran brosur, pemasangan baner dan pengiklanan dalam acara televise yang mengeluarkan biaya yang lebih besar.

Meskipun terkadang penggunaan media sosial tidak sesuai harapan perusahaan karena sulit memfokuskan dengan harapan, namun keuntungannya tetap dapat dirasakan lebih banyak dan penyesuaian dengan masyarakatpun dapat dilakukan dengan baik.

SIMPULAN DAN SARAN

Media sosial memiliki peran penting untuk kegiatan pemasaran dalam memasarkan produk mokko Factory karena memudahkan untuk penjangkauannya kepada masyarakat luas dan menjadi strategi yang baik dengan adanya tanggapan yang baik pula dari berbagai kalangan, dan penggunaan media sosial menambah keuntungan untuk perusahaan secara perlahan. Perkembangan teknologi yang semakin canggih mendorongnya pula perkembangan sosial media yang semakin baik, menjadikan media sosial sebagai salah satu sasaran perusahaan untuk media promosi produk yang mudah dilakukan dan mendapatkan banyak kelebihan. Penggunaan media sosial dalam strategi pemasaran menjadi hal yang tepat untuk masa kini. Meski adanya kekurangan dalam penggunaan media sosial untuk sarana promosi, namun kenyataannya media sosial lebih efektif dan efisien untuk promosi dibandingkan dengan penyebaran brosur. Penggunaan media sosial untuk sarana promosi mendapatkan tanggapan baik dari berbagai kalangan seperti dosen dan mahasiswa. Karena perusahaan telah mampu melakukan penyesuaian yang baik dengan perkembangan zaman sehingga tidak tertinggal, meskipun begitu penggunaan media sosial harus tetap hati.

Saran yang diberikan jika seandainya Mokko Donut and Coffe menyediakan layanan pemesanan online atau delivery order, maka pelanggan akan semakin terpuaskan karena tidak perlu repot pergi datang ke gerai. Pengembangan untuk berinovasi diperusahaan harus cepat dilakukan agar tidak tertinggal dengan para pesaingnya, pemilihan strategi dan media yang tepat akan menambahkan keuntungan bagi perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Brogan, Chris. (2010). *Social media 101: Tactic and Tips to Develop Your Business Online*. John Wiley & Sons.
- Chandra, Gregorius., (2002). *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Dailey, Patrick R. (2009). *Social Media: Finding Its Way Into Your Business Online*. John Wiley & Sons.
- Fantini, E., Sofyan, M., & Suryana, A. (2021). Optimalisasi Sosial Media Sebagai Sarana Promosi Usaha Kecil Menengah Meningkatkan Penjualan di Masa Pandemi Covid-19. *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL*, 1(2), 126–131. Retrieved from <https://embiss.com/index.php/embiss/article/view/18>
- Husain, Umar. (2002). *Riset Pemasaran dan Prilaku Konsumen*. Cetakan kedua. Gramedia. Pustaka Utama, Jakarta.
- Kotler, Philip. (1997). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia jilid satu. Jakarta: Prentice Hall.
- Pangestu, Edwin. (2012). *Mokko factory mengandalkan strategi Flanking*. <http://www.bakerymagazine.com/2012/08/28/mokko-factory-mengandalkan-strategi-flanking/> diakses pada 5 April 2021 Pukul 16.53
- Nana, Syaodih Sukmadinata. (2005). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Purwanto, Djoko. (2006). *Komunikasi Bisnis*. Edisi Ketiga, Erlangga. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2006). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Analisis Kebijakan Pencegahan Dan Penanggulangan Stunting Di Indonesia: Dengan Pendekatan *What Is The Problem Represented To Be?*

Made Agus Sugianto

Badan Penelitian dan Pengembangan Kabupaten Badung
agussugianto146@gmail.com

Abstract

This study analyzes policies on the prevention and control of stunting in Indonesia with the approach "What is the problem represented to be?". The methodology used is poststructural for policy analysis. This research reveals that issues of commitment and community participation are the main issues that arise in stunting prevention and control policies. In terms of commitment, policies related to budgets and coordination between government institutions to alleviate stunting problems. In addition, stunting prevention policies are more dominated by the government, while the role of the community is still very limited. It is necessary to strengthen regulations to ensure the implementation of efforts to prevent and combat stunting in the regions and requires the involvement of the mass media to increase knowledge and community participation.

Keywords; *policy analysis, stunting, WPR approach.*

Clonicle of Article: Received (02,05,2021); Revised (15,05,2021); and Published (31,05,2021).

© 2021 Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Sosial

How to cite this article : Sugianto, MA (2021) 'Analisis Kebijakan Pencegahan Dan Penanggulangan Stunting Di Indonesia: Dengan Pendekatan *What Is The Problem Represented To Be?*', *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL*, 1(3), pp. 197–209. Available at: <https://embiss.com/index.php/embiss/index>

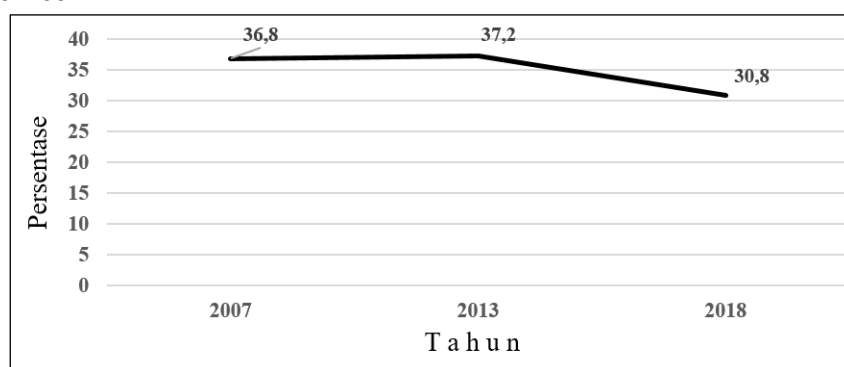
PENDAHULUAN

Masalah gizi merupakan hal yang sangat kompleks dan penting untuk segera diatasi di Indonesia. Terutama karena Indonesia merupakan salah satu negara yang mempunyai permasalahan gizi paling lengkap. Beberapa penelitian menyebutkan bahwa masalah gizi di Indonesia cenderung terus meningkat, tidak sebanding dengan beberapa negara ASEAN lainnya seperti Malaysia, Singapura, dan Thailand. Salah satu masalah gizi di Indonesia yang masih bermasalah sampai dengan saat ini adalah *stunting* (Safitri, 2020).

Stunting merupakan kondisi malnutrisi kronis yang disebabkan oleh asupan gizi yang kurang dalam waktu cukup lama, umumnya karena pemberian makanan yang tidak sesuai dengan kebutuhan gizi. *Stunting* terjadi mulai dari dalam kandungan dan baru terlihat saat anak berusia dua tahun. Kasus *stunting* atau gagal tumbuh pada anak balita di Indonesia masih tinggi dan belum menunjukkan perbaikan signifikan. Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) menempatkan Indonesia sebagai negara ketiga dengan kasus tertinggi di Asia. Berdasarkan data riset

kehatan dasar (Riskesdas) 2018, angka *stunting* di Indonesia mencapai 30,8 persen. Sementara target WHO, angka *stunting* tidak boleh lebih dari 20 persen (Saudale, 2019).

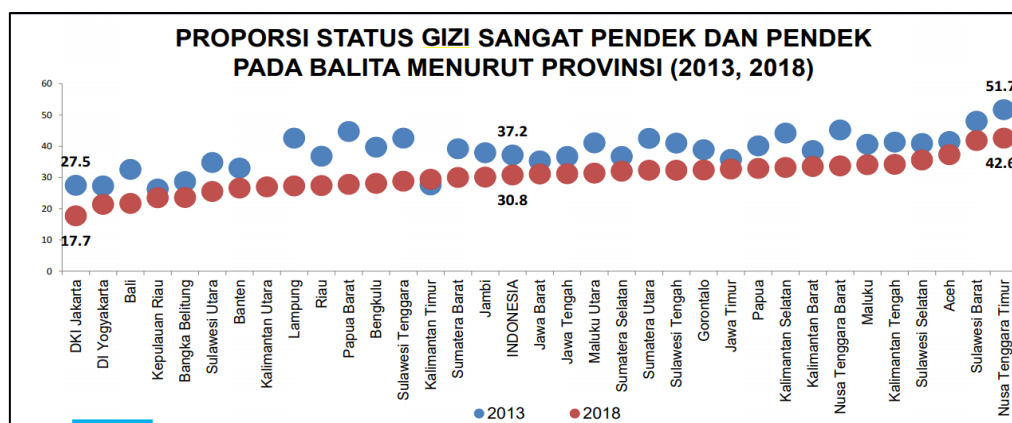
Berdasarkan Riskesdas 2013, prevalensi *stunting* di Indonesia sebesar 37,2%, dan pada tahun 2018, angka tersebut berhasil diturunkan menjadi 30,8% (Riskesdas 2018). Kementerian Kesehatan RI berharap angka *stunting* dapat terus turun 3 persen setiap tahun, sehingga target 19% pada tahun 2024 dapat tercapai (Litbangkes, 2019). Tren data *stunting* di Indonesia dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Angka *Stunting* di Indonesia

Sumber: Riset Kesehatan Dasar Kementerian Kesehatan RI.

Riskesdas tahun 2018 menunjukkan, dari 24,5 juta balita di Indonesia sebanyak 9,2 juta jiwa (30,8%) masuk dalam kategori *stunting*. Riset ini juga memperlihatkan bahwa proporsi status gizi balita sangat pendek dan pendek antar provinsi menunjukkan disparitas yang tinggi. Provinsi yang paling tinggi angka *stunting*-nya adalah Nusa Tenggara Timur yang mencapai 42,6% dan yang terendah DKI Jakarta (17,7%). Disparitas ini terjadi karena ada perbedaan persentase imunisasi tidak lengkap, prevalensi malaria, persentase ibu tunggal, tingkat kemiskinan dan Indeks Pembangunan Manusia antar daerah (Yuliana, dkk, 2015). Proporsi status gizi balita dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Data *stunting* di Indonesia

Sumber: Riset Kesehatan Dasar Kementerian Kesehatan RI

Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Upaya Perbaikan Gizi, pada pasal 7 menyebutkan bahwa tugas dan tanggung jawab Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota antara lain: a. penyelenggaraan penanggulangan gizi buruk skala kabupaten/kota; b. perbaikan gizi keluarga dan masyarakat; c. meningkatkan pengetahuan dan

kesadaran masyarakat akan pentingnya gizi dan pengaruhnya terhadap peningkatan status gizi; d. menyelenggarakan pelayanan upaya perbaikan gizi di fasilitas pelayanan kesehatan di wilayah kabupaten/kota setempat (Kemenkes RI, 2014).

Meskipun Kementerian Kesehatan RI sudah mengeluarkan kebijakan, namun hasil yang diperoleh belum sesuai harapan. Fakta ini menimbulkan sebuah pertanyaan apakah kebijakan pencegahan *stunting* yang telah dibuat benar-benar mengarah kepada inti persoalan? Terkait dengan hal tersebut, maka menjadi penting untuk meninjau kembali kebijakan pencegahan dan penanggulangan *stunting* di Indonesia.

Ada tiga alasan mengapa pencegahan dan penanggulangan *stunting* di Indonesia menjadi persoalan serius yang harus segera diselesaikan. Pertama, dari aspek kebijakan, angka *stunting* yang masih melebihi ambang batas (<20%) menunjukkan bahwa kebijakan pencegahan dan penanggulangan *stunting* belum berjalan sebagai mana mestinya. Permasalahan bisa terjadi pada proses perumusan kebijakan, dimana kebijakan yang diambil tidak atau kurang menyentuh permasalahan yang sebenarnya, atau bisa juga permasalahan terjadi pada saat kebijakan diimplementasikan. Oleh karena itu, perlu dilakukan evaluasi yang komprehensif untuk mencari akar persoalan dan mencari jalan keluar terhadap permasalahan ini.

Kedua dari aspek peran serta masyarakat. Peran aktif masyarakat sangat dibutuhkan dalam mendukung kebijakan pemerintah. Peran serta masyarakat sangat penting karena masyarakatlah yang benar-benar memahami kondisi dan situasi yang dialaminya dan masyarakat pula yang seharusnya menjadi garda terdepan dalam menangani masalah *stunting* (Moeloek, 2016). Ketiga, salah satu visi Presiden Republik Indonesia adalah fokus pada pembangunan sumber daya manusia dengan menyediakan jaminan kesehatan ibu hamil, bayi, balita, dan anak sekolah termasuk meningkatkan kualitas pendidikan dan vokasional (Putri, 2019).

Artikel ini menganalisis kebijakan pencegahan dan penanggulangan *stunting* dengan menggunakan pendekatan WPR (*What is the problem represented to be?*) yang diperkenalkan oleh Bacchi. Dalam disiplin kebijakan publik, ada bermacam pendekatan yang bisa digunakan untuk menganalisis sebuah kebijakan. Coveney (2010) misalnya membandingkan tiga pendekatan yaitu pendekatan WPR, *governmentality*, dan *policy cycle*. Pendekatan WPR menekankan pada analisis representasi masalah yang dimunculkan dalam kebijakan, sedangkan *governmentality* digunakan untuk menguji cara kebijakan dan strategi kebijakan diimplementasikan. Selanjutnya *policy cycle* menekankan pada proses penyusunan kebijakan (Wahyudi, 2016).

Penggunaan pendekatan WPR untuk analisis kebijakan pencegahan dan penanggulangan *stunting* dilakukan karena kebijakan ini sudah diimplementasikan sejak enam tahun lalu, namun angka *stunting* tetap tinggi. Pendekatan berfungsi untuk melihat isu utama (permasalahan yang muncul) dan ingin dipecahkan dalam suatu kebijakan serta alasan yang mendasarinya. Sejauh mana efektivitas implementasi kebijakan ?, apakah kebijakan yang diambil bisa menjawab permasalahan yang ada?

LITERATURE REVIUW

Analisis Kebijakan Poststrukturalisme bukanlah teori tunggal, tetapi secara umum mengacu pada kritik terhadap kepercayaan sains tradisional pada kebenaran obyektif dan universal. Sebaliknya, perhatian diarahkan pada bagaimana praktik-praktik yang beragam, terutama praktik-praktik pengetahuan dalam membentuk masyarakat kita. Dengan menekankan pluralitas

praktik, menjadi mungkin untuk memahami realitas yang dibangun dan terbuka untuk perubahan. Poststrukturalisme menggeser fokus dari esensi sesuatu menjadi bagaimana sesuatu dilakukan. Metode yang dipilih untuk artikel ini adalah pendekatan WPR yang berfokus pada bagaimana kebijakan dan masalah diselesaikan (Bacchi, C., & Goodwin, 2016).

Pendekatan WPR dimulai dengan mencari permasalahan yang digunakan sebagai dasar sebuah kebijakan dan sebagai apa permasalahan ditampilkan (Bacchi, C, 2009). Dalam pendekatan WPR, permasalahan tidak selalu dikonotasikan sebagai sebuah kasus atau hal yang selalu negatif, dan istilah "*problematisations*" tidak berarti mencari kesalahan dalam kebijakan. Tetapi istilah permasalahan tersebut mengacu kepada hal atau isu yang ingin diselesaikan oleh suatu kebijakan. "*Problematisations*" merupakan cara mengkonseptualisasikan isu dalam suatu kebijakan (Bacchi, 2012).

Untuk mengoperasionalkan pendekatan WPR, Bacchi (2009) menawarkan enam poin pertanyaan sebagai panduan untuk menganalisa kebijakan. Pertama, "*What is the problem represented to be?*". Pertanyaan ini merupakan inti dari pendekatan tersebut, yaitu mencari isu yang merupakan permasalahan yang ingin dipecahkan oleh suatu kebijakan atau rancangan kebijakan. Karena setiap kebijakan pada dasarnya dimaksudkan untuk merespon atau menangani suatu isu atau permasalahan. Oleh karena itu, pertanyaan ini diajukan pada urutan pertama yang perlu dijawab dalam pendekatan WPR.

Kedua, "*What presuppositions or assumptions underlie this presentation of the 'problem'?*" Setelah representasi permasalahan ditemukan pada pertanyaan pertama, maka pertanyaan kedua mencari asumsi yang mendasari munculnya isu atau masalah tersebut. Bacchi (2009) menyatakan bahwa untuk mencari asumsi timbulnya masalah, peneliti atau analis kebijakan agar tidak tergantung dan tidak boleh percaya begitu saja kepada asumsi yang dibuat oleh penyusun kebijakan. Tujuan pertanyaan kedua ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisa pola pikir konseptual (*conceptual logic*) yang mendukung representasi permasalahan (Bacchi, 2009). Ada tiga metode yang bisa digunakan untuk menemukan asumsi permasalahan, yaitu dengan cara menggali pola biner (*binaries*), konsep kunci (*keyconcepts*) dan kategori (*categories*) yang terdapat dalam kebijakan (Bacchi, C, 2009).

Ketiga, "*How has this representation of the 'problem' come about?*" Pertanyaan ini menggali proses sejarah terjadinya representasi permasalahan. Sebagaimana disampaikan sebelumnya bahwa pendekatan WPR mengadopsi konsep genealogi dari Foucault, maka pertanyaan ketiga ini menelusuri problematisasi berangkat dari kebijakan atau rancangan kebijakan yang sudah ada dan mengkritisi proses ke belakang bagaimana representasi permasalahan bisa muncul (Bacchi, C, 2009).

Keempat, "*What is left unproblematic or silences in this problem representation? Where are the silences? Can the 'problem' be thought about differently?*" Pertanyaan ini mencari isu-isu relevan apa yang masih tertinggal dan belum termuat dalam problematisasi kebijakan (Bacchi, C, 2009). Oleh karena itu, pemikiran yang kritis dari peneliti atau analis kebijakan diperlukan untuk menggali secara teliti dan jeli kemungkinan adanya isu-isu lain yang masih relevan dengan kebijakan tersebut.

Kelima, "*What effects are produced by this representation of the 'problem'?*" Pertanyaan ini berkaitan dengan dampak yang dihasilkan dari representasi permasalahan kebijakan. Dampak dalam konteks pendekatan WPR ini lebih luas pengaruhnya dan mengandalkan pemahaman dengan menggunakan perspektif teoritis (Bacchi, C, 2009). Untuk menjawab pertanyaan ini, tiga

jenis dampak sudah cukup memadai digunakan sebagai pendekatan untuk menggali dampak problematisasi, yaitu *discursive effects*, *subjectification effects*, dan *lived effects*.

Terakhir pertanyaan keenam, "*How/where has this representation of the 'problem' been produced, disseminated and defended? How could it be questioned, disrupted and replaced?*" Pertanyaan ini dibangun dari pertanyaan ketiga. Analisa pada tahap ini menekankan pada cara bagaimana representasi permasalahan mencapai target audiens dan memperoleh legitimasi (Bacchi, C, 2009).

METODE PENELITIAN

Pendekatan *What Is The Problem Represented To Be?* (WPR) adalah metodologi poststruktural untuk analisis kebijakan. Kebijakan seperti keputusan, pedoman, atau hukum merupakan produk politik yang menyiratkan bahwa ada "masalah" yang perlu diselesaikan dan mereka tidak mengatasinya. Permasalahan yang tersirat dalam kebijakan publik dibuat eksplisit dengan menyelidiki asumsi dan praduga yang melatarbelakangi suatu kebijakan. Tujuannya adalah untuk "memahami" kebijakan lebih baik daripada pembuat kebijakan (Bacchi, C, 2009). Pendekatan WPR bukan untuk menyelesaikan masalah yang sudah ada, tapi fokus pada bagaimana suatu masalah muncul dan mengapa kebijakan justru menghasilkan masalah baru dan masalah tersebut tidak diselesaikan (Bacchi, C., & Goodwin, 2016).

Data sekunder dalam penelitian ini adalah Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Upaya Perbaikan Gizi. Selain itu, data sekunder lain digunakan untuk memperkaya informasi yaitu hasil-hasil penelitian dan laporan statistik. Ada beberapa tahapan dalam pendekatan WPR. Pertama adalah mendeskripsikan isi kebijakan untuk mengidentifikasi makna yang terkandung di dalamnya. Kedua, mengidentifikasi "masalah" yang termuat dalam dokumen kebijakan dan asumsi yang mendasarinya dengan panduan pertanyaan-pertanyaan dalam pendekatan WPR. Dan ketiga, mengidentifikasi isu penting yang tertinggal atau belum termuat dalam dokumen kebijakan tetapi memiliki relevansi dengan isu utama kebijakan tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Upaya Perbaikan Gizi terdiri dari 10 Bab dan 35 pasal. Kebijakan ini menyebutkan secara eksplisit tujuan kebijakan (pasal 2) yaitu untuk menjamin setiap orang memiliki akses terhadap informasi gizi dan pendidikan gizi, pangan yang bergizi serta mendapat pelayanan gizi dan kesehatan. Untuk mencapai tujuan tersebut maka diperlukan peningkatan akses dan mutu pelayanan gizi yang sesuai dengan kemajuan ilmu dan teknologi dan peningkatan sistem kewaspadaan pangan dan gizi (Kemenkes RI, 2014).

Representasi Masalah

Masalah komitmen dan Tanggung Jawab Pemerintah Daerah

Persoalan *stunting* direpresentasikan sebagai persoalan komitmen dan tanggung jawab pemerintah daerah. Peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor 23 Tahun 2014 tentang Upaya Perbaikan Gizi pada pasal 2 (1) menyatakan bahwa pengaturan upaya perbaikan gizi ditujukan untuk menjamin setiap orang memiliki akses terhadap informasi gizi dan pendidikan gizi, pangan yang bergizi dan pelayanan gizi dan kesehatan. Kebijakan ini menyebutkan bahwa pemerintah pusat, pemerintah daerah, dan/atau masyarakat menjamin terwujudnya perbaikan gizi perorangan dan masyarakat. Terkait dengan hal tersebut, maka pemerintah kabupaten/kota

diharapkan menyusun dan menetapkan kebijakan program gizi dengan melakukan koordinasi, fasilitasi dan evaluasi surveilans kewaspadaan gizi skala nasional, melakukan penanggulangan gizi buruk, mengupayakan pemenuhan kecukupan dan perbaikan gizi pada masyarakat terutama pada keluarga miskin, rawan gizi, dan dalam situasi darurat.

Penanganan *stunting* merupakan program strategis pemerintah yang harus terus dikerjakan hingga mencapai target yang diharapkan. Artinya program penanganan *stunting* sebagai program prioritas memerlukan anggaran yang cukup besar. Jika ada Kementerian/Lembaga atau Pemda yang melakukan realokasi dana *stunting*, maka hal tersebut merupakan pelanggaran serius dan harus dikenakan sanksi tegas demi masa depan anak-anak Indonesia (Pambagio, 2020).

Tidak dapat dipungkiri bahwa keberhasilan pemerintah daerah dalam mengatasi *stunting* sangat tergantung pada komitmen pemimpin daerah tersebut. Pengalaman di negara Peru membuktikan bahwa peran kepemimpinan yang tinggi mampu menurunkan prevalensi *stunting* dari 28,5% pada tahun 2007 menjadi 14,4% pada 2015. Demikian pula di negara Brazil, komitmen dan kepemimpinan presiden yang memprioritaskan upaya peningkatan gizi dan akses terhadap layanan kesehatan mampu menurunkan prevalensi *stunting* dari 37% menjadi 7% dalam kurun waktu 30 tahun (Satriawan, 2018).

Tantangan utama penanggulangan *stunting* adalah lemahnya koordinasi di tingkat provinsi dan kabupaten. Bappeda seharusnya secara teratur berkoordinasi dengan berbagai sektor memantau pelaksanaan Rencana Aksi Daerah Pangan dan Gizi (RAD-PG), tetapi yang dilakukan Bappeda umumnya hanya terbatas pada pemantauan anggaran saja (*Institute of Social and Economic Research, 2018 Unpublished*). Hasilnya adalah masing-masing sektor mengelola program mereka secara mandiri tanpa integrasi yang tepat (Watson, Fiona, 2019).

Masalah peran serta masyarakat

Cara paling mudah mengetahui status gizi adalah dengan melihat status berat badan balita di Kartu Menuju Sehat (KMS). Jika berat badan anak mengikuti garis pertumbuhan (warna yang sama) atau berpindah ke warna yang berada di atasnya, maka status gizi anak tersebut bisa dipastikan dalam kondisi baik. Bisa juga dengan cara melihat Kenaikan Berat Badan Minimal (KBM) anak setiap bulannya. Standar KBM itu tercantum di KMS. Peran serta masyarakat dalam pencegahan stunting, dapat dilakukan melalui program Posyandu. Pencegahan stunting dapat di optimalkan dengan lebih mengefektifkan peran penyuluhan gizi di meja 4 posyandu dan pemberian PMT (Budisuroso, 2019). Sejalan dengan hal tersebut, satuan Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) juga memiliki peran penting dalam menyukseskan upaya antisipasi dan penurunan tingkat *stunting* pada anak baduta dan anak balita di Indonesia. Bentuk keterlibatan PAUD dalam upaya tersebut adalah dengan mengoptimalkan penerapan program PAUD berbasis Holistik Integratif (Rohmadheny, 2018).

Asumsi-asumsi yang mendasari representasi masalah

Permenkes RI Nomor 23 Tahun 2014 menjamin setiap orang memiliki akses terhadap informasi gizi, pendidikan gizi, pelayanan gizi dan kesehatan. Pemerintah daerah memiliki tanggung jawab untuk mewujudkan tujuan ini sejak persoalan *stunting* menjadi isu publik. Pemerintah dituntut mengambil langkah strategis penanggulangan *stunting*, karena *stunting* berdampak pada perkembangan otak yang tidak maksimal, yang menyebabkan kemampuan mental dan belajar yang kurang, serta prestasi sekolah yang buruk. Selain itu, secara makro

masalah gizi merupakan ancaman utama terhadap kualitas manusia Indonesia, dan ancaman terhadap kemampuan daya saing bangsa. Menurut Bacchi (2009), tiga pilihan metode bisa digunakan untuk menganalisa asumsi representasi masalah, yaitu *binaries*, *key concepts*, and *categories*. Dalam konteks Permenkes RI Nomor 23 Tahun 2014 tentang Upaya Perbaikan Gizi digunakan dua metode untuk menganalisa yaitu *key concept* and *binaries*.

Konsep kunci: Dukungan Regulasi

Pengamat dan aktivis kesehatan Dr. dr. Tubagus Rachmat Sentika, SpA, MARS, mengapresiasi tekad pemerintah dalam upaya menurunkan angka *stunting*. Namun, infrastruktur regulasi di Kementerian Kesehatan dalam upaya penanganan masalah *stunting* secara menyeluruh masih kurang. Meskipun Kementerian Kesehatan telah menerbitkan aturan tentang Tata Laksana Gangguan Gizi Akibat Penyakit melalui Permenkes 29 tahun 2019, namun implementasinya masih belum berjalan dengan baik. Peraturan tersebut menyebutkan bahwa penanganan *stunting* harus dilakukan melalui survailans dan penemuan kasus oleh Upaya Kesehatan Masyarakat (UKM) dan selanjutnya bila ditemukan gangguan gizi baik gizi buruk, gizi kurang, kurus, alergi atau masalah medis lainnya harus diberikan Pangan Khusus Medis khusus (PKMK). PKMK merupakan minuman dengan kalori 100 dan 150. Nutrisinya berisi elementeri diet berupa asam amino, glukosa, asam lemak dan mikronutrien yang secara evidence base sangat cocok untuk anak-anak di bawah dua tahun yang mengalami gangguan gizi. Penelitian intervensi yang dilakukan oleh Profesor Damayanti dari RSCM di Kabupaten pandeglang pada tahun 2018 menunjukkan bahwa anak-anak dengan gizi buruk/kurang naik secara signifikan setelah diberikan PKMK dalam dua bulan. Seharusnya semua Puskesmas dan Rumah Sakit wajib menyediakan anggaran PKMK selain Anggaran PMT untuk menangani gangguan gizi yang akan berdampak pada *stunting* (Cahyadi, 2020).

Binaries: Kesehatan dan Non Kesehatan

Analisa binaries menggunakan dikotomi dua hal yang berbeda untuk menganalisa isu dalam dokumen kebijakan, misalnya publik/private, nasional/internasional, pria/wanita, legal/illegal, dan sebagainya (Bacchi, 2009). Kementerian Kesehatan RI (Kemenkes RI) mengungkapkan bahwa kasus balita/bayi yang bertubuh pendek (*stunting*) bisa disebabkan multi faktor dimensi. Faktor-faktor tersebut diantaranya praktek pengasuhan yang tidak baik seperti masih kurangnya pengetahuan tentang kesehatan dan gizi sebelum dan pada masa kehamilan, kemudian 60 persen anak usia 0-6 bulan tidak mendapatkan air susu ibu (ASI) eksklusif, dan dua dari tiga anak usia 0-24 bulan tidak menerima makanan pendamping ASI (MPASI) (Sulistiyawati, 2018).

Upaya pemerintah dalam pencegahan *stunting* bertujuan agar anak-anak Indonesia dapat tumbuh dan berkembang secara optimal dan maksimal, dengan disertai kemampuan emosional, sosial, dan fisik yang siap untuk belajar, serta mampu berinovasi dan berkompetisi di tingkat global. Terdapat tiga hal yang harus diperhatikan dalam pencegahan *stunting*, yaitu perbaikan terhadap pola makan, pola asuh, serta perbaikan sanitasi dan akses air bersih (Rokom, 2018).

Faktor determinan lainnya yang berhubungan dengan kejadian *stunting* adalah factor-faktor non kesehatan seperti: status`sosial ekonomi, usia, jenis kelamin dan pendidikan ibu merupakan faktor penting dari status gizi remaja (*underweight* dan *stunting*) (Assefa, 2013). Penelitian yang dilakukan di negara yang berpendapatan menengah dan rendah menunjukkan bahwa anak-anak yang tinggal di daerah kumuh, semakin bertambahnya usia anak memperburuk risiko untuk

stunting (Kyu HH, Shannon HS, Georgiades K, 2013). Kesehatan anak juga menjadi faktor penentu kejadian *stunting*. Berulang atau berkepanjangan episode diare selama masa kanak-kanak meningkatkan risiko *stunting* (Ricci KA, *et al*, 2013).

Rendahnya tingkat sosial ekonomi masyarakat akibat kurangnya keterampilan individu dalam mencari nafkah yang diperparah oleh kurangnya pengetahuan tentang cara memilih bahan makanan, kurangnya keterampilan memasak untuk menyiapkan makanan sehat yang murah (Tania Li, 2003). Representasi kebijakan sosial memberikan tanggung jawab kepada pemerintah untuk menciptakan perubahan kebijakan sosial. Meskipun ada peran pemerintah dalam penyediaan dana untuk program pendidikan, tanggung jawab utama tetap pada masing-masing individu dalam memperoleh pengetahuan dan keterampilan terkait pangan (Sudiono, 2016).

Tema tidak bermasalah

***Stunting* sebagai masalah pengetahuan**

Penelitian yang dilakukan oleh Arnelia menunjukkan ada hubungan yang positif antara tingkat pendidikan ibu dengan pengetahuan gizi dan kesehatan keluarga. Selanjutnya menurut Dahlia, pengetahuan gizi ibu berperan dalam penentuan pertumbuhan dan perkembangan anak yang terlihat dari status gizi anak. Sedangkan penelitian Rahayu menyimpulkan, bahwa walaupun tidak menunjukkan hubungan yang bermakna antara tingkat pengetahuan gizi ibu dengan kejadian *stunting*, namun sebanyak 24 orang (92,3%) baduta yang mengalami *stunting* memiliki ibu dengan tingkat pengetahuan gizi rendah. Semakin banyak pengetahuan gizi seseorang, maka ia akan semakin memperhitungkan jenis dan jumlah makanan yang diperolehnya untuk dikonsumsi (Rahayu, Atikah, 2014).

Pengetahuan ibu sebelum kehamilan atau sebelum menjadi pengantin (calon pengantin) merupakan target strategis yang paling memungkinkan untuk memberikan daya ungkit. Kursus singkat menjelang perkawinan harus dijadikan prasyarat untuk memperoleh surat nikah. Intervensi ini dapat menjadi bekal ibu sebelum hamil agar menjaga kehamilannya sejak dini, dimana tumbuh kembang kognitif janin terbentuk pada trimester pertama kehamilan. Status gizi dan kesehatan ibu hamil yang optimal akan melahirkan bayi yang sehat. Bayi yang lahir sehat dan dirawat dengan benar melalui pemberian ASI eksklusif, pola asuh sehat dengan memberikan imunisasi yang lengkap, mendapatkan makanan pendamping ASI (MPASI) yang berkualitas dengan kuantitas yang cukup dan periode yang tepat (Aryastami, dkk, 2017).

***Stunting* sebagai masalah kurangnya akses pelayanan gizi**

Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan pada Pasal 141 ayat 1 mengatur upaya perbaikan gizi untuk peningkatan mutu gizi perseorangan dan masyarakat melalui:

- a. perbaikan pola konsumsi makanan yang sesuai dengan gizi seimbang;
- b. perbaikan perilaku sadar gizi, aktivitas fisik, dan kesehatan;
- c. peningkatan akses dan mutu pelayanan gizi yang sesuai dengan kemajuan ilmu dan teknologi; dan
- d. peningkatan sistem kewaspadaan pangan dan gizi.

Demikian pula pada pasal 142 ayat 1 menyebutkan bahwa upaya perbaikan gizi di atas dilakukan pada seluruh siklus kehidupan sejak dalam kandungan sampai dengan lanjut usia dengan prioritas kepada kelompok rawan: (1) bayi dan balita; (2) remaja perempuan; dan (3) ibu hamil dan menyusui.

Pada pasal 142 ayat 3 menyebutkan bahwa Pemerintah juga bertanggung jawab atas pemenuhan kecukupan gizi pada keluarga miskin dan dalam situasi darurat serta bertanggung jawab terhadap pendidikan dan informasi yang benar tentang gizi kepada masyarakat.

Stunting sebagai masalah akibat *framing* media massa

Framing adalah metode untuk melihat cara bercerita (*story telling*) media atas peristiwa. Cara bercerita itu tergambar pada “cara melihat” terhadap realitas yang dijadikan berita. “Cara melihat” ini berpengaruh pada hasil akhir dari konstruksi realitas. Analisis *framing* adalah analisis yang dipakai untuk melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas (Eriyanto, 2009).

Media massa merupakan saluran komunikasi yang tepat untuk membangun kesadaran masyarakat banyak. Sarana komunikasi berbentuk media massa seperti televisi, radio, surat kabar, internet dan lain sebagainya mempunyai pengaruh besar terhadap pembentukan opini dan kepercayaan orang sehingga dapat mempengaruhi pengetahuan masyarakat (Sari, 2020). Pada awal tahun 2018, berita tentang *stunting* menyita perhatian masyarakat, dimana per-tanggal 3 Nopember 2020 total pencarian di google.com mencapai lebih dari 27.000.000 kali. *Stunting* menjadi berita hangat di masyarakat tidak terlepas dari pemberitaan media, khususnya media *online*. Pemberitaan yang paling banyak diangkat terutama mengenai tingginya angka *stunting* di Indonesia serta dampak sosial ekonomi yang ditimbulkannya (Efendi, 2020).

Implikasi

Kesenjangan Kesejahteraan

Kemiskinan dan kekurangan gizi menjadi prioritas pertama dalam program *Sustainable Development Goals (SDGs)* Perserikatan Bangsa-Bangsa. Karena akan mempengaruhi tingkat kualitas manusia, yang akhirnya akan mempengaruhi produktivitas ekonomi. Salah satu indikator tingkat kesehatan rakyat adalah prevalensi *stunting*. *Stunting* terjadi karena adanya hambatan pertumbuhan pada anak usia di bawah 24 bulan, yang ditandai dengan pendeknya panjang badan bila dibandingkan perkembangan usia (Nasrun, 2018).

Problematika *stunting* menyebabkan kesenjangan kesejahteraan yang semakin buruk. *Stunting* dapat menyebabkan kemiskinan antar generasi yang berkelanjutan. Oleh karena itu, permasalahan kesehatan *stunting* kini menjadi isu pembangunan ekonomi. Dengan membingkai *stunting* sebagai isu produktivitas sumber daya manusia, masalah ini dijadikan ‘kambing hitam’ untuk lemahnya pertumbuhan ekonomi Indonesia (Prastyani, 2019).

Pendapat lain menyatakan bahwa permasalahan sosial budaya merupakan salah satu persoalan kebijakan yang lebih relevan terhadap *agenda setting*. Oleh karena itu, pendekatan budaya juga menjadi isu penting yang perlu mendapat perhatian dalam kebijakan pencegahan dan penanggulangan *stunting* di Indonesia. Untuk mengatasinya memerlukan pendekatan yang memanusiakan manusia, yang memahami kondisi kesenjangan sosial, budaya, dan ekonomi yang melatar-belakangi *stunting* (Peters, G, 2005),

Masa depan generasi muda

Masalah kekurangan gizi dapat memberikan berbagai dampak buruk pada balita. Selain pertumbuhan terhambat, kurang gizi juga dikaitkan dengan perkembangan otak yang tidak maksimal, yang menyebabkan kemampuan mental dan belajar yang kurang, serta prestasi sekolah yang buruk. Hasil penelitian di Peru menunjukkan bahwa kemampuan kognitif anak-anak yang memasuki sekolah berhubungan dengan *stunting* dini (Crookston, 2011). *Stunting* di tahun-tahun awal kehidupan memiliki dampak jangka panjang untuk terjadinya

komorbiditas yang berhubungan dengan kelebihan berat badan, obesitas dan bentuk lemak tubuh, hal ini akibat dari perubahan dalam diet dan gaya hidup (Vieira, 2007).

Beban Keuangan Negara

Secara makro masalah gizi merupakan ancaman utama terhadap kualitas manusia Indonesia, dan ancaman terhadap kemampuan daya saing bangsa (Widiastuti, 2019). Dalam sudut pandang ekonomi, masalah juga dapat menghambat pertumbuhan ekonomi, serta meningkatkan kemiskinan dan memperlebar ketimpangan. Hasil dari penelitian Sebastian Mary pada tahun 2018 menyatakan bahwa *stunting* dapat menghambat pertumbuhan ekonomi dan menurunkan produktivitas pasar kerja, sehingga mengakibatkan turunnya GDP (*Gross Domestic Products*) (Rizki, 2019). Potensi kerugian secara nasional pada balita *stunting* sekitar Rp 3.057 miliar-Rp 13.758 miliar atau 0,04-0,16% dari total PDB Indonesia. Potensi kerugian ekonomi karena *stunting* pada balita di Indonesia mencapai Rp 1,7 juta/orang/tahun atau Rp 71 juta/orang selama 49 tahun (usia produktif 15-64 tahun) berdasarkan BPS Tahun 2014 (Renyoet, 2016).

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kebijakan pencegahan dan penanggulangan *stunting* lebih menekankan kepada aspek komitmen dan tanggung jawab pemerintah daerah serta peran serta masyarakat sebagai isu utama. Dua isu tersebut ditampilkan sebagai representasi masalah kebijakan yang ingin diselesaikan melalui Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Upaya Perbaikan Gizi. Sampai saat ini kebijakan tersebut belum sepenuhnya menjangkau permasalahan yang ada. Satu hal yang tidak kalah penting adalah peran media masa dalam penyediaan informasi untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang gizi. Pencegahan dan penanggulangan *stunting* selama ini lebih didominasi oleh pemerintah, sedangkan peran masyarakat masih sangat terbatas. Kurangnya dukungan regulasi seharusnya juga menjadi perhatian dalam kebijakan tersebut karena regulasi merupakan payung hukum bagi pemerintah dalam mengambil langkah-langkah strategis seperti pengalokasian anggaran dan melakukan koordinasi antar lembaga.

Saran penelitian ini adalah Pemerintah kabupaten/kota agar tetap menjaga komitmen dalam mengatasi masalah *stunting* dengan cara meningkatkan koordinasi pada semua perangkat daerah yang terkait dengan *stunting*. Dibutuhkan pendidikan publik tentang pentingnya makan makanan bergizi dengan pola gizi seimbang. Perbaikan dari sisi hilir, yaitu dengan peningkatan hasil produksi pertanian melalui intensifikasi dan ekstensifikasi budi daya pertanian, serta menyediakan lapangan pekerjaan yang layak bagi masyarakat, sehingga mampu meningkatkan daya beli masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryastami, Ni Ketut, dkk (2017) 'Kajian Kebijakan dan Penanggulangan Masalah Gizi Stunting di Indonesia', *Buletin Penelitian Kesehatan*, 4, p. 239.
- Assefa, et al (2013) 'Socioeconomic Factors Associated with Underweight and Stunting among Adolescents of Jimma Zone, South West Ethiopia: A Cross-Sectional Study', *Public Health*, 7. Available at: <http://dx.doi.org/10.1155/2013/238546>.
- Bacchi, C., & Goodwin, S. (2016) *Poststructural Policy Analysis: A Guide to Practice*. New York: Palgrave Pivot.

- Bacchi, C. L. (2009) *Analysing policy: What's the problem represented to be?* Frenchs Forest: N.S.W.: Pearson.
- Bacchi, C. L. (2012) 'Why study problematizations? Making politics visible', *Open Journal of Political Science*, 2(1), pp. 1–8.
- Budisuroso (2019) 'Peran Serta Masyarakat dalam Pencegahan Stunting'. Purwokerto, p. 3.
- Cahyadi, I. (2020) 'Dukungan Regulasi Teknis Penting Guna Percepat Penurunan Stunting', p. 5. Available at: <https://www.beritasatu.com/iman-rahman-cahyadi/kesehatan/599543/dukungan-regulasi-teknis-penting-guna-percepat-penurunan-stunting>.
- Crookston, et al (2011) 'Impact of early and concurrent stunting on cognition', in *Maternal and Child Nutrition*. 1st edn. USA: © 2010 Blackwell Publishing Ltd, pp. 397–409.
- Efendi, I. (2020) '7 Situs Berita Online Terpopuler di Indonesia'. Available at: <https://www.it-jurnal.com/situs-berita-terpopuler-di-indonesia/>.
- Eriyanto (2009) *Analisis Framing, Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Ke-6. Yogyakarta: LKiS.
- Kemenkes RI (2014) 'Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Upaya Perbaikan Gizi'. Jakarta: Menteri Kesehatan Republik Indonesia.
- Kyu HH, Shannon HS, Georgiades K, B. M. (2013) 'Association of Urban Slum Residency with Infant Mortality and Child Stunting in Low and Middle Income Countries', *Hindawi Publishing Corporation BioMed Research International*, 12. Available at: <http://dx.doi.org/10.1155/2013/604974>.
- Litbangkes (2019) 'Menggembirakan, Angka Stunting Turun 3,1% dalam Setahun'. Jakarta: Kementerian Kesehatan RI. Available at: <https://www.litbang.kemkes.go.id/menggembirakan-angka-stunting-turun-31-dalam-setahun/>.
- Moeloek, N. (2016) 'Pentingnya Partisipasi Masyarakat Dalam Pembangunan Kesehatan Gizi Nasional'. Jakarta: Kementerian Kesehatan RI. Available at: <https://sehatnegeriku.kemkes.go.id/baca/blog/20170216/4219704/pentingnya-partisipasi-masyarakat-pembangunankesehatan-gizi-nasional/>.
- Nasrun, M. A. (2018) 'Hubungan Indikator Keberhasilan Pembangunan Ekonomi Dengan Stunting Di Indonesia', *Prosiding SATIESP 2018 FEB Universitas Tanjungpura*. Available at: <https://feb.untan.ac.id/wp-content/uploads/2020/02/1.-M.-Ali-Nasrun.pdf>.
- Pambagio, A. (2020) 'Kelanjutan Program Cegah Stunting di Masa Corona Agus Pambagio'. detikNews. Available at: <https://tender.pengadaan.com/index.php/news/view/15695/Catatan-agus-pambagioKelanjutan-program-cegah-stunting-di-masa-coronaAgus-pambagio-detiknews>.
- Peters, G. B. (2005) 'The Problem of Policy Problems', *Journal of Comparative Policy Analysis: Research and Practice*.
- Prastyani (2019) 'Memburu stunting: Wacana pembangunan kesehatan Jokowi dan diskriminasi fisik untuk pekerjaan'. Available at: <https://theconversation.com/memburu-stunting-wacana-pembangunan-kesehatan-jokowi-dan-diskriminasi-fisik-untuk-pekerjaan-116184>.
- Putri, B. (2019) 'Jokowi Sampaikan Lima Visi Pemerintahannya di Periode Kedua'. Jakarta: Tempo.Co. Available at: <https://pilpres.tempo.co/read/1224532/jokowi-sampaikan-lima-visi-pemerintahannya-di-periode-kedua/full&view=ok>.
- Rahayu, Atikah, D. (2014) 'RISIKO PENDIDIKAN IBU TERHADAP KEJADIAN STUNTING PADA

- ANAK 6-23 BULAN', *Penelitian Gizi Makan*, 37, p. 134. Available at: <https://media.neliti.com/media/publications/223548-none.pdf>.
- Renyoet, D. (2016) 'POTENSI KERUGIAN EKONOMI KARENA STUNTING PADA BALITA DI INDONESIA TAHUN 2013', *Jurnal Gizi dan PanganGizi Pangan*, 11, p. 253.
- Ricci KA, Girosi F, Tarr PI, LimYW, Mason C, Miller M, Hughes J, Seidlein L, Agosti JM, G. R. (2013) 'Reducing stunting among children: the potential contribution of diagnostics', *Nature Publishing Group*, pp. 29–38. Available at: <http://www.nature.com/doi/10.1038/nrn.2013.12> ggal 27 Desember 2013.
- Rizki, A. (2019) 'Stunting Ancaman Bagi Ekonomi Indonesia'. Surabaya: Joss Today.Com, p. 3. Available at: https://jostoday.com/read/2019/11/19/53880/Stunting_Ancaman_bagi_Ekonomi_Indonesia.
- Rohmadheny (2018) 'Keterlibatan Pendidikan Anak Usia Dini terhadap Fenomena Stunting di Indonesia', *Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 2, p. 23.
- Rokom (2018) 'Cegah Stunting dengan Perbaikan Pola Makan, Pola Asuh dan Sanitasi', p. 6. Available at: <http://sehatnegeriku.kemkes.go.id/baca/rilis-media/20180407/1825480/cegah-stunting-dengan-perbaikan-pola-makan-pola-asuh-dan-sanitasi-2/>.
- Safitri, A. (2020) '6 Masalah Gizi yang Paling Sering Terjadi di Indonesia, dari Balita Hingga Dewasa'. Jakarta: Kementerian Kesehatan RI. Available at: <https://hellosehat.com/nutrisi/fakta-gizi/masalah-gizi-di-indonesia/#gref>.
- Sari, H. P. (2020) 'Catatan untuk Media Massa Terkait Pemberitaan', p. 3. Available at: <https://nasional.kompas.com/read/2020/03/04/07405901/catatan-untuk-media-massa-terkait-pemberitaan-virus-corona?page=all>.
- Satriawan, E. (2018) 'Strategi Nasional Percepatan Pencegahan Stunting 2018-2024. Pokja Kebijakan Tim Nasional Percepatan Penanggulangan Kemiskinan (TNP2K) Sekretariat Wakil Presiden Republik Indonesia'. Available at: http://tnp2k.go.id/filemanager/files/Rakornis_2018/Sesi_1_01_RakorStuntingTNP2K_Stranas_22Nov2018.pdf.
- Saudale, V. (2019) 'Kasus Stunting di Indonesia Masih Tinggi'. Jakarta: Berita Satu. Available at: <https://www.beritasatu.com/ekonomi/581125/kasus-stunting-di-indonesia-masih-tinggi>.
- Sudiono, L. (2016) *Model Partisipasi Masyarakat Dalam Pembangunan Pendidikan*. Pertama.
- Sulistiyawati (2018) 'Stunting Disebabkan Faktor Multidimensi'. Jakarta: Republika.co.id, p. 1. Available at: <https://republika.co.id/berita/nasional/umum/18/01/25/p3434k359-stunting-disebabkan-faktor-multidimensi>.
- Tania Li (2003) 'Bekerja Terpisah Tetapi Makan Bersama: Kodrat, Kekayaan, dan Kekuasaan Dalam Hubungan Perkawinan', *Jurnal Analisis Sosial*, 8. Available at: <https://media.neliti.com/media/publications/489-ID-perempuan-kemiskinan-dan-pengambilan-keputusan.pdf>.
- Vieira, et al (2007) 'Stunting: its relation to overweight, global or localized adiposity and risk factors for chronic non-communicable diseases', *Rev. Bras. Saúde Matern. Infant., Recif*, 7, p. 370.
- Wahyudi, A. (2016) 'ANALISIS KEBIJAKAN PENGELOLAAN SAMPAH DI KOTA SAMARINDA', *Jurnal Borneo Administrator* /, 12, p. 3.
- Watson, Fiona, D. (2019) *PEMBANGUNAN GIZI DI INDONESIA*. Pertama. KEMENTERIAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN NASIONAL / BADAN PERENCANAAN

- PEMBANGUNAN NASIONAL. Available at:
https://www.bappenas.go.id/files/1515/9339/2047/FA_Preview_HSR_Book04.pdf
- Widiastuti, N. K. (2019) 'Penurunan Stunting di Gianyar, Bali'. Denpasar: Dinas Kesehatan Provinsi Bali, p. 1. Available at: <https://www.diskes.baliprov.go.id/penurunan-stunting-di-gianyar-bali/>.
- Yuliana, Indah, et al (2015) 'Faktor-Faktor Penentu Disparitas Prevalensi Stunting pada Balita di Berbagai Kabupaten/Kota di Indonesia', *IPB University Scientific Repository*. Available at: <https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/74279>.

Strategi Perusahaan Bidang Konstruksi Dalam Menghadapi Resesi Ekonomi (Studi Kasus PT Adhi Karya (Persero) Tbk)

Pandoyo¹, Yesi Pramesti², Iqna Tulhanifah³

¹²³Fakultas Ilmu Administrasi, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

Koresponden: p.pandoyo@gmail.com

Abstract

The rapid development in all fields creates business opportunities, especially in the construction sector. Construction involves various aspects of development, such as housing construction to roads. The purpose of this paper is to determine the strategic position of the company in the construction industry, in order to be able to get opportunities and survive competition and survive the economic recession. In addition, it identifies the factors that affect company performance and develops strategic management so that the company can make decisions appropriately in accordance with company conditions. The national construction industry market, mostly dominated by large contractors who are members of the Indonesian Contractors Association (AKI), are members of 100 companies. of the 100 AKI members, there are 10 national contractors, namely six BUMN, two quasi BUMN, and two national private companies. The sales level of the 10 large national contractors have almost the same income, so the level of competition is fierce. Competition in the construction service industry is getting tighter and with the Covid 19 pandemic it also has an impact on the development project of PT Adhi Karya. To deal with the recession that will occur, PT Adhi Karya has many specific strategies to deal with recession by implementing incentive strategies, related diversification strategies, providing training for HR and disciplining SOPs and SWOT analysis.

Keyword : Strategy, Construction, Competition

Chronicle of Article: Received (06,05,2021); Revised (15,05,2021); and Published (31,05,2021).

© 2021 Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Sosial

How to cite this article : Pandoyo, Pramesti, Y, & Tulhanifah, I (2021) 'Strategi Perusahaan Bidang Konstruksi Dalam Menghadapi Resesi Ekonomi (Studi Kasus PT Adhi Karya (Persero) Tbk)', *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL*, 1(3), pp. 210–218. Available at: <https://embiss.com/index.php/embiss/index>

PENDAHULUAN

Persaingan dalam dunia bisnis sudah merupakan hal yang tidak baru lagi, melainkan persaingan yang ketat. Hal ini terlihat dari munculnya pesaing-pesaing baru maupun pesaing-pesaing yang sudah mapan dalam suatu bidang usaha. Salah satu adanya persaingan bisnis yang ada di Indonesia adalah perusahaan Jasa Konstruksi yang menghasilkan produk akhir berupa bangunan atau bentuk fisik lainnya, baik berupa sarana atau prasarana yang berfungsi untuk meningkatkan pertumbuhan dan perkembangan berbagai bidang di Indonesia.

Pandemi COVID-19 berangsur-angsur melumpuhkan sistem ekonomi Dunia. Saat ini, Indonesia diambang resesi ekonomi. IMF memprediksi bahwa kondisi ekonomi global akan

mengalami penurunan pertumbuhan hingga ke angka -3%. Sebagai pembandingan, selama beberapa tahun terakhir nilai pertumbuhan ekonomi Indonesia berada di kisaran 4-5%. Resesi dapat mengakibatkan penurunan secara simultan pada seluruh aktivitas ekonomi seperti lapangan kerja, investasi, dan keuntungan perusahaan.

Berdasarkan analisis kompetitif, Michael E. Porter (2007) menyatakan bahwa suatu perusahaan memiliki banyak kekuatan dan kelemahan dalam berhadapan dengan para pesaing dan beberapa strategi bersaing yang dapat dikembangkan adalah Keunggulan Biaya, Diferensiasi, dan Fokus. Menurut Philip Kotler (1965) strategi bersaing adalah Strategi yang secara kuat menempatkan perusahaan terhadap pesaing dan yang memberi perusahaan keunggulan bersaing yang sekuat mungkin. Menurut Fred R. David (2010: 18) strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai. Merupakan aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah besar. Strategi adalah tinjauan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pemanfaatan dan pengalokasian seluruh sumber daya untuk mencapai tujuan jangka panjang tersebut.

Thompson dan Strickland (2001) : Strategi terdiri atas kombinasi dari pergerakan kompetitif dan pendekatan bisnis yang digunakan manajer untuk memuaskan pelanggan, berhasil dalam bersaing, dan mencapai tujuan-tujuan organisasi. Henderson (1989) : Strategi adalah pencarian yang dilakukan secara hati-hati untuk perencanaan aksi yang akan mengembangkan keunggulan bersaing perusahaan dan juga menyatukannya. Bagi setiap perusahaan, pencarian tersebut adalah suatu proses berulang yang dimulai dengan pengakuan terkait dimana anda sekarang, dan apa yang anda punya sekarang.

Architecten-Ingénieur-en Annemersbedrijf Associatie Selle en de Bruyn, Reyerse en de Vries N.V. (Assosiate N.V.) merupakan Perusahaan milik Belanda yang menjadi cikal bakal pendirian ADHI hingga akhirnya dinasionalisasikan dan kemudian ditetapkan sebagai PN Adhi Karya pada tanggal 11 Maret 1960. Nasionalisasi ini menjadi pemacu pembangunan infrastruktur di Indonesia. Berdasarkan pengesahan Menteri Kehakiman Republik Indonesia, pada tanggal 1 Juni 1974, ADHI berubah status menjadi Perseroan Terbatas. Hingga pada tahun 2004 ADHI telah menjadi perusahaan konstruksi pertama yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Status Perseroan ADHI sebagai Perseroan Terbatas mendorong ADHI untuk terus memberikan yang terbaik bagi setiap pemangku kepentingan pada masa perkembangan ADHI maupun industri konstruksi di Indonesia yang semakin melaju. Adanya intensitas persaingan dan perang harga antarindustri konstruksi menjadikan Perseroan melakukan redefinisi visi dan misi: Menjadi Perusahaan Konstruksi terkemuka di Asia Tenggara. Visi tersebut menggambarkan motivasi Perseroan untuk bergerak ke bisnis lain yang terkait dengan inti bisnis Perseroan melalui sebuah tagline yang menjadi penguat yaitu "*Beyond Construction*". Pertumbuhan yang bernilai dan berkesinambungan dalam Perseroan menjadi salah satu aspek penting yang senantiasa dikelola ADHI untuk memberikan yang terbaik kepada masyarakat luas.

LITERATURE REVIUW

Menurut Marrus (2002:31) strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Selanjutnya Quinn (1999:10) mengartikan strategi adalah suatu bentuk atau rencana yang mengintegrasikan tujuan-tujuan utama, kebijakan-kebijakan dan rangkaian tindakan dalam suatu organisasi menjadi

suatu kesatuan yang utuh. Strategi dapat diartikan sebagai suatu rencana yang disusun oleh manajemen puncak untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Rencana ini meliputi : tujuan, kebijakan, dan tindakan yang harus dilakukan oleh suatu organisasi dalam mempertahankan eksistensi dan menenangkan persaingan, terutama perusahaan atau organisasi harus memiliki keunggulan kompetitif. strategi dapat diartikan sebagai suatu rencana yang disusun oleh manajemen puncak untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Rencana ini meliputi : tujuan, kebijakan, dan tindakan yang harus dilakukan oleh suatu organisasi dalam mempertahankan eksistensi dan menenangkan persaingan, terutama perusahaan atau organisasi harus memiliki keunggulan kompetitif.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan metode deskriptif. Data yang digunakan adalah data sekunder. Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penulisan penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Jenis data yang digunakan yaitu data kualitatif, yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk kata, kalimat sketsa dan gambar, bukan berbentuk angka. Sumber data diperoleh dari data sekunder. Data sekunder adalah sumber data sekunder kedua sesudah data primer. Karena suatu dan lain hal, peneliti tidak atau sukar memperoleh data dari sumber data primer, dan mungkin juga karena menyangkut hal – hal yang sangat pribadi sehingga sukar data itu didapat langsung dari sumber data primer (Bungin, 2008). Untuk memperoleh data-data yang diperlukan dalam penelitian ini digunakan metode, studi pustaka, dan pengamatan.

Untuk menganalisis data digunakan tahap-tahap : menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, mereduksi data, kategorisasi, memeriksa keabsahan data, dan menafsirkan data (Moleong, 2011). Untuk menguji data dalam penelitian ini, dilakukan triangulasi data. Triangulasi dilakukan setelah penelitian disimpulkan dan dirumuskan berbagai temuannya. Segala temuan dibandingkan dengan teori yang relevan dan dalam satu ranah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

PT Adhi Karya (Persero) Tbk merupakan sebuah perusahaan Indonesia yang bergerak dalam jasa konstruksi, pembangunan infrastruktur, properti, real estate dan EPC (*engineering, procurement & construction*). Proyek-proyek infrastrukturnya mencakup jalan, jembatan, saluran irigasi, pembangkit listrik dan pelabuhan, sementara proyek-proyek konstruksi bangunannya mencakup gedung pencakar langit, hotel, rumah sakit dan sekolah. Perusahaan ini dimiliki sepenuhnya oleh pemerintah Indonesia sampai tahun 2004 waktu Pemerintah menjual 49% sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Pada tanggal 1 Juni 1974, ADHI berubah status menjadi Perseroan Terbatas. Hingga pada tahun 2004 ADHI telah menjadi perusahaan konstruksi pertama yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. ADHI telah mampu menunjukkan kemampuannya sebagai perusahaan konstruksi terkemuka di Asia Tenggara melalui daya saing dan pengalaman yang dibuktikan pada keberhasilan proyek konstruksi yang sudah dijalankan. Keberhasilan usaha yang sudah diraih ADHI bukan berarti tanpa dukungan dan peran serta masyarakat, untuk itu ADHI berperan aktif dalam mengembangkan program CSR serta Program Kemitraan & Bina Lingkungan Perseroan. ADHI melakukan ekspansi strategis yang mengarah pada pengembangan usahanya dari sebuah bisnis konstruksi menjadi lima lini bisnis yang mencakup konstruksi, energi, properti, industri, dan investasi.

Analisis SWOT

Kondisi PT Adhi Karya saat ini berdasarkan laporan, perseroan mencatatkan laba sebesar Rp14,55 miliar, turun 80,73 persen dibandingkan dengan posisi kuartal I/2019 senilai Rp75,54 miliar. Dalam menghadapi resesi ekonomi yang akan terjadi PT Adhi Karya memiliki Analisa SWOT seperti tabel di bawah ini:

Tabel 1. Analisis SWOT

Internal Eksternal	Strength (Kekuatan)	Weakness (Kelemahan)
Opportunities (Peluang)	OS	OW
Threats (Ancaman)	TS	TW

Strength / Kekuatan

1. Penguasaan teknis dan teknologi menghasilkan produktivitas SDM yang terus meningkat
2. Pendapatan yang terdiversifikasi dengan baik
3. Memiliki Pabrik Precast yang mampu menghasilkan U-Shape Girder dan pertama kali diproduksi di Indonesia
4. Memiliki modal dan pemegang saham terbesar untuk usaha konstruksi
5. Merupakan salah satu perusahaan konstruksi terkemuka milik negara atau BUMN
6. Memiliki tiga entitas anak perusahaan yaitu Adhi Persada Beton, Adhi Persada Gedung, dan Adhi Persada Properti

Weakness / Kelemahan

1. Karena perusahaan ini milik pemerintah maka sebagian besar modal yang diterima untuk melaksanakan sebuah proyek berasal dari pemerintah
2. Margin tergantung pada harga bahan bangunan yang kadang berfluktuasi
3. Ketergantungan pada kondisi ekonomi global
4. Program penelitian dan pengembangan usaha belum optimal

Opportunities / Peluang

1. Alokasi anggaran yang besar untuk infrastruktur baik oleh pemerintah pusat maupun daerah
2. Adhi Karya dapat memperluas kontrak kerja, bukan hanya untuk pihak pemerintah tetapi juga dengan pihak swasta
3. Pasar jasa konstruksi yang tumbuh cukup besar di era saat ini
4. Beton dengan kualitas dan bahan campuran terbaik dapat dengan mudah dicetak sesuai keinginan dan dapat dipakai berulang kali sehingga lebih ekonomis

Threats / Ancaman

1. Tingginya persaingan di industri konstruksi
2. Macetnya piutang dan tagihan dapat menghambat arus kas yang masuk kedalam laporan keuangan PT. Adhi Karya
3. Pemasok semen yang sering membuat langka semen di pasaran

4. Beton yang tidak mampu menahan gaya tarik sehingga mudah retak dan dapat merusak infrastruktur jembatan
5. Beton yang keras dapat menyusut dan mengembang apabila terjadi perubahan suhu yang ekstrim.

Competitive Advantage

Tabel 2. Competitive Advantage

Cost Advantage	Differentiation Advantage	Marketing Advantage
Variable Cost : PT. Adhi Karya memaksimalkan setiap biaya yang dianggarkan untuk memenuhi kualitas terbaik	Product Advantage : Bahan baku dan material yang digunakan PT. Adhi Karya diharuskan lolos pengujian di laboratorium, memiliki bentuk yang variatif dan tahan terhadap korosi	Channel Advantage : PT. Adhi Karya bekerja sama dengan Para Agency Penyedia Alat Berat dan Pengemudi Alat Berat, dan bekerja sama dengan pemasok bahan baku utama yang memiliki bahan baku yang berkualitas
Marketing Cost : PT. Adhi karya mampu menunjukkan eksistensinya di bidang Konstruksi yang saat ini sedang berkembang pesat	Service Advantage : Pelayanan Publik yang dikendalikan oleh tenaga ahli dan kontraktor EPC yang kompeten dan proporsional dalam bidang pembangunan infrastruktur	Sales Force Advantage : Pangsa pasar meluas hingga ke pelosok negeri yang ada di Indonesia
Operating Cost : Biaya yang dikeluarkan oleh PT. Adhi Karya cukup besar sesuai dengan infrastruktur yang dijalankan	Reputation Advantage : PT. Adhi Karya memiliki tingkat reputasi yang tinggi karena termasuk dalam salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN)	Brand Awareness : PT. Adhi Karya mampu memenangkan banyak tender sehingga memiliki kontrak kerja yang luas dan terdiversifikasi dengan baik

Strategi

Banyak strategi yang digunakan oleh PT Adhi Karya dalam menghadapi resesi ekonomi diantaranya adalah dengan melakukan strategi intensif yang didalamnya terdapat bagaimana cara meningkatkan pangsa pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk dari PT Adhi Karya. Pengembangan pasar yang dilakukan PT Adhi karya seperti mengembangkan lini bisnis di bidang lain kontruksi, energi, properti dan investasi. Kemudian ada strategi Diversifikasi terkait karena dalam bidang bisnis nya masih memiliki keterkaitan. Seperti bisnis properti dengan bisnis kontruksi yang memiliki keterikatan.

Selain itu Harga yang ditawarkan dari produk atau jasa dalam bisnis tidak jauh dari harga pesaing. Harga produk yang jauh lebih tinggi dari harga pasaran akan sulit dalam mengembangkan bisnis yang dikelola. Memberikan Pelayanan yang Baik untuk Memenangkan Persaingan Bisnis Dengan membuat SOP dan memberikan pelatihan pada SDM akan meningkatkan kualitas dari PT Adhi karya. Perluasan Target pasar sangat penting dilakukan baik untuk pihak pemerintah ataupun swasta yang bekerja sama dengan PT Adhi Karya.

Untuk menghadapi resesi PT Adhi karya melakukannya maksimalisasi hubungan kinerja dengan mitra/client. Strategi PT Adhi Karya (Persero) Tbk. memaksimalkan pengerjaan proyek dari kontrak yang dihadapi atau order book untuk menjaga produksi tetap berjalan. Sepanjang kuartal I/2020, perseroan membukukan kontrak baru senilai Rp2,5 triliun. Perolehan ini relatif sejalan dengan target perseroan untuk 3 bulan pertama tahun ini senilai Rp2,4 triliun. Sekretaris Perusahaan Adhi Karya Parwanto Noegroho mengatakan bahwa pada kuartal I/2020, terjadi

sejumlah penundaan proses kontrak. Umumnya, penundaan terjadi pada kontrak dari perusahaan swasta.

Perseroan telah menyiapkan sejumlah strategi alternatif untuk mengantisipasi potensi mandeknya kontrak baru pada tahun ini. Salah satu dengan memaksimalkan kontrak carry over atau bawaan dari tahun lalu. PT Adhi karya memiliki kontrak carry over dari tahun sebelumnya sebesar Rp31,6 triliun, ditambah kontrak baru sampai dengan Maret sebesar Rp2,5 triliun, sehingga order book saat ini Rp34,1 triliun. Carry over masih bisa dimaksimalkan. Total kontrak yang dihadapi tersebut memiliki periode pengerjaan yang bervariasi. Namun, rata-rata kontrak itu memiliki jangka waktu hingga tahun depan atau 2021. Adapun, untuk kontrak jangka yang dapat diselesaikan pada tahun ini mencapai hampir separuhnya.

Sepanjang 3 bulan pertama tahun ini, perolehan kontrak perseroan lebih banyak ditopang segmen konstruksi & energi yang mencapai 94 persen. Sementara itu, segmen properti berkontribusi 5 persen, sedangkan bisnis lainnya sekitar 1 persen. Berdasarkan tipe pekerjaannya, perolehan kontrak baru terdiri dari proyek gedung sebesar 26 persen, jalan dan jembatan sebesar 7 persen, serta proyek Infrastruktur lainnya seperti pembuatan bendungan, bandara, jalan kereta api, dan proyek-proyek EPC sebesar 67 persen. Sementara itu, berdasarkan segmentasi sumber dananya, realisasi kontrak baru Adhi Karya terdiri dari pemerintah sebesar 70 persen, BUMN sebesar 19 persen, dan swasta/lainnya sebesar 11 persen.

PT Adhi Karya Tbk (ADHI) juga menerapkan beberapa strategi untuk menopang pertumbuhan kinerja keuangan di tengah pandemi Covid-19. Beberapa strategi tersebut disesuaikan dengan skenario penanganan yang mempertimbangkan kondisi keuangan dan operasional perseroan. Progres pengelolaan keuangan akan dilakukan secara konservatif dengan mempertimbangkan kondisi keuangan perseroan. Sedangkan, kegiatan konstruksi di lapangan tetap berjalan dengan mengikuti ketentuan penanggulangan Covid-19 yang telah ditetapkan. Investasi untuk proyek konstruksi disesuaikan dengan kondisi skenario penanganan Covid-19.

Selain itu, perseroan mengajukan perpanjangan kepada perbankan atas cash loan dan non cash loan yang jatuh tempo pada periode Covid-19, PT Adhi Karya menargetkan pendapatan sebesar Rp 22,7 triliun dengan raihan laba bersih sebesar Rp 704 miliar tahun ini. Hingga kuartal I 2020, perseroan telah membukukan pendapatan sebesar Rp 3,06 triliun, naik 31,89% dari periode sama tahun lalu sebesar Rp 2,32 triliun. Laba bersih tercatat sebesar Rp 14,55 miliar, turun 80,73% dari pencapaian periode sama tahun lalu Rp 75,54 miliar. Berdasarkan laporan keuangan perseroan, total pendapatan perseroan ditopang oleh pendapatan dari jasa konstruksi dengan kontribusi sebesar Rp 2,48 triliun, naik 37,01% dari sebelumnya sebesar Rp 1,81 triliun. Pendapatan dari konsultasi manajemen dan rekayasa industri (engineering procurement and construction/EPC) tercatat Rp 93,40 miliar, yaitu terkoreksi 21,90% dari pendapatan EPC sebelumnya sebesar Rp 119,60 miliar.

Pendapatan perseroan juga berasal dari bisnis properti dengan sumbangan sebesar Rp 322 miliar atau naik 9,39% dari periode sama tahun lalu sebesar Rp 294,41 miliar. Pendapatan investasi infrastruktur naik 63,97% menjadi Rp 164,83 miliar dari sebelumnya sebesar Rp 100,52 miliar. Sementara itu, beban pokok pendapatan perseroan meningkat 31,84% menjadi Rp 2,65 triliun dari sebelumnya sebesar Rp 2,01 triliun pada periode kuartal I 2019. Sehingga memicu laba bruto perseroan menjadi Rp 413,75 miliar naik 30,09% dibanding periode sama tahun lalu sebesar Rp 318,04 miliar. Dari sisi neraca, total aset perseroan tercatat sebesar Rp 36,57 triliun

meningkat 0,16% dibanding total aset kuartal I 2019 sebesar Rp 36,51 triliun. Total aset terdiri atas, aset lancar sebesar Rp 30,41 triliun dan aset tak lancar sebesar Rp 6,16 triliun. Parwanto menambahkan, beberapa rencana aksi korporasi seperti penerbitan obligasi dan proses IPO anak perusahaan tengah berjalan namun tetap memperhatikan kondisi ekonomi dan capital market saat ini.

Strategis Bisnis PT Adhi Karya Tbk, dengan berbekal pengalaman panjang dan sumber daya yang terbaik, PT Adhi karya yakin dapat memperluas pasar dan membawa nuansa Indonesia di kawasan AsiaTenggara. Untuk mencapai visi, Perseroan memfokuskan misinya dengan membangun prinsip-prinsip usaha yang profesional dan keuangan yang sehat dalam setiap lini bisnis. Prinsip-prinsip tersebut diyakini menjadi modal kuat bagi PT Adhi Karya untuk bersaing di kawasan yang lebih besar dan lebih kompetitif. Perumusan kembali ini bertujuan untuk membentuk bisnis PT Adhi Karya yang lebih terintegrasi dan lebih fokus pada semua lini bisnisnya termasuk anak-anak perusahaan, yang kemudian dinamakan ADHI Incorporated. Integrasi bisnis yang dilakukan untuk menuju ADHI Incorporated juga mencakup pembagian lini bisnis menjadi lima yaitu:

1. Konstruksi Melaksanakan pembangunan baik pekerjaan sipil maupun gedung bertingkat (highrise building) termasuk fasilitas umum seperti bandar udara, pelabuhan, dermaga, jalan dan jembatan, bendungan dan saluran irigasi, dll.
2. EPC (*Engineering, Procurement, Construction*) memiliki posisi terdepan sebagai salah satu pemain penting dalam industri pembangunan pembangkit tenaga listrik. Berdasarkan pengalaman dan keunggulan tersebut, saat ini PT Adhi memperluas bisnis ke sektor minyak dan gas yang sekaligus menjadikan ADHI sebagai salah satu pelopor BUMN Karya dalam bisnis EPC di Indonesia.
3. Investasi Infrastruktur Terdiri dari proyek-proyek investasi infrastruktur dalam hal ini pembangunan tenaga listrik dan jalan tol.
4. Property Mengembangkan kawasan gedung bertingkat (high rise building) untuk komersial, perkantoran maupun hunian (apartment), dan hotel.
5. Real Estate Mengembangkan kawasan hunian yang berkualitas mewah, landed house, dan rumah toko (ruko) maksimal empat lantai baik itu dalam pengembangan lahan maupun dalam pengembangan desain pemukiman. Sebagai perluasan bisnis yang masih sangat berkaitan dengan bisnis utama Perseroan, EPC adalah perpanjangan bisnis jasa konstruksi yang dipilih PT Adhi. Reputasi PT Adhi di bidang jasa konstruksi merupakan modal positif untuk memenangkan proyek-proyek EPC yang ditenderkan swasta maupun Pemerintah. Untuk saat ini PT Adhi fokus melayani EPC untuk pembangunan Pembangkit Listrik dan Minyak dan Gas dengan wilayah operasi yang dibatasi hanya di wilayah Indonesia. Kebijakan ini ditetapkan mengingat bisnis EPC merupakan bisnis baru sehingga membutuhkan adaptasi baik dari segi SDM, sistem, dan infrastruktur agar tidak mengecewakan pelanggan yang telah memercayakan pengerjaan proyeknya kepada PT Adhi. Sedangkan perluasan bisnis yang dipilih oleh PT Adhi adalah Investasi. Bisnis ini mempunyai nilai kreasi yang tinggi bagi Perseroan, khususnya berkaitan dengan cara berpikir jangka panjang dan syarat kompetensi yang berbeda dengan yang telah dimiliki Perseroan. Dengan memasuki bidang investasi, diharapkan PT Adhi dapat menciptakan bisnis EPC dan konstruksi sendiri sehingga meningkatkan pendapatan baik sebagai

pelaksana jasa konstruksi maupun operator pelaksana yang sekaligus sebagai Pemegang Saham.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dampak dari terus berangsurnya pandemic Covid 19 di Indonesia PT Adhi Karya mendapatkan imbas bagi proyek pembangunan yang dijalankan, pengalokasian dana pemerintah bagi PT Adhi Karya makin menurun yang diakibatkan dari pengalokasian dana pemerintah untuk penanganan Covid 19. Kondisi PT Adhi Karya saat ini berdasarkan laporan, perseroan mencatatkan laba sebesar Rp14,55 miliar, turun 80,73 persen dibandingkan dengan posisi kuartal I/2019 senilai Rp75,54 miliar.

Dalam ekonomi makro, resesi atau kemerosotan adalah kondisi ketika produk domestik bruto (PDB) menurun, atau ketika pertumbuhan ekonomi riil bernilai negatif selama dua kuartal atau lebih dalam satu tahun. Resesi dapat mengakibatkan penurunan secara simultan pada seluruh aktivitas ekonomi seperti lapangan kerja, investasi, dan keuntungan perusahaan. Jika resesi ekonomi berlangsung dalam waktu yang lama, maka akan masuk ke fase depresi ekonomi.

Oleh karena itu PT Adhi karya memiliki strategi - startegi khusus untuk menghadapi resesi dengan melakukan strategi insentif, startegi diservesifikasi terkait, memberikan harga yang terjangkau untuk para mitra nya, memberikan pelatihan untuk SDM dan pendisiplinan SOP serta analisis SWOT.

Perusahaan dapat menggunakan strategi yang baru yang telah dirumuskan untuk menghadapi persaingan yang semakin sengit. Menggunakan strategi yang baru ini dapat menciptakan pasar baru.

Beberapa kompetitor dalam beberapa tahun ke depan bisa saja meniru inovasi yang telah dilakukan, oleh karena itu PT Adhi karya harus dapat mengevaluasi kembali strategi yang digunakan dan menciptakan kembali inovasi nilai lainnya dalam bidang ini sehingga perusahaan bisa terus berkembang dan maju.

Usaha yang dijalankan PT Adhi karya salah satunya adalah usaha jasa, maka dari itu pelayanan yang diberikan PT Adhi karya harus terus ditingkatkan. Untuk mengembangkan kinerja, perusahaan dapat memberikan pelatihan dan pengembangan potensi kepada para SDM.

DAFTAR PUSTAKA

- David, F. R. (2009). *Strategic Management (12th ed.)*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- David, F. R. (2012). *Management Strategis Konsep (12th ed)*. (D. Sunardu, Trans). Jakarta: Salemba Empat.
- Indonesia, P. R. (1999). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 1999 tentang Jasa Konstruksi*. Jakarta: Presiden Republik Indonesia.
- Moleong, L. J. (2006). *Metode penelitian kualitatif edisi revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif (Revisi ed)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Porter, M. E. (1987). *Strategi Bersaing : Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*. (Agus Maulana, Trans.). Jakarta: Erlangga.
- Putra, N. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif Manajemen*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Sitepu, M. B. (2005). Mengatasi Berbagai Tantangan dalam Era Globalisasi melalui Peningkatan Perilaku Kewiraswastaan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Bisnis & Birokrasi*, vol.13 (no.1).

Solihin, I. (2012). *Manajemen Strategik*. Jakarta: Erlangga.

www.adhi.co.id/

investor.id/market-and-corporate/adhi-karya-siapkan-strategi-bidik-pendapatan-rp-227-triliun

Membangun Kepemimpinan Kuat dan Tangguh Pada Pengembangan Sumber Daya Aparatur Pemerintah Daerah Melalui Pendidikan dan Pelatihan

Edwin Wakak Megow¹, R. Widodo Triputro², Ardian Infantono³

¹²Prodi Magister Ilmu Pemerintahan, STPMD "APMD", Yogyakarta

³Prodi Teknik Aeronautika Pertahanan, Akademi Angkatan Udara, Yogyakarta

Koresponden: kordostur@aau.ac.id

Abstract

In the case of the economic recession of Covid-19 Pandemic nowadays, strong and resilient leadership in the dynamics of advances in Science Technology and Science (IPTEKS) and technology is always expected by the community, especially to support the goal of increasing the quality of national development in the area of Information and Communication (ICT) today. Leadership Resources of local government apparatus in Indonesia need to be developed using education and training methods. This research uses the descriptive-analytic method and implemented a literature study. The implementation of leadership tasks in the regions in the future is faced with several main issues that influence each other, namely science and technology as a concept of developing development forces faced with the dynamics of national, regional, and global. Theories that are considered relevant to be applied in the development of Regional Leaders Others are Behavioral Theory and Participative Theory. The research results discuss the Regional Heads and the Competencies of Leadership and Educational Personnel of the Institute for Regional Leadership Development. The Ki Hadjar Dewantara Leadership Trilogy, which has been implemented nationally until now, can be used as a permanent leadership development method in the regions. This research recommends a leadership development approach through three aspects, namely, the Aspects of Regional Leadership Development, Aspects of Increasing the Competence of Educational Personnel of the Leadership Training Institute, and the Aspects of Facilities. and Infrastructure.

Keyword: leadership; regional government; leadership trilogy; behavioral theory and participative theory; education and training

Chronicle of Article: Received (06,05,2021); Revised (15,05,2021); and Published (31,05,2021).

© 2021 Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Sosial

How to cite this article : Megow, EW., Triputro, R.W., & Infantono, A (2021) 'Membangun Kepemimpinan Kuat dan Tangguh Pada Pengembangan Sumber Daya Aparatur Pemerintah Daerah Melalui Pendidikan dan Pelatihan'. *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL*, 1(3), pp. 219–229. Available at: <https://embiss.com/index.php/embiss/index>

PENDAHULUAN

Ada banyak isu utama yang merupakan tantangan tugas pemerintahan daerah di Indonesia masa depan bila sewaktu-waktu terjadi resesi ekonomi. Pertama, pesatnya kemajuan Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Sains (IPTEKS) yang menjadi pangkal perubahan fundamental di bidang doktrin dan konsep organisasi pemerintahan daerah, serta karakter dan pelaksanaan program pemerintahan daerah. Kedua, implementasi konsep pengembangan kemampuan

pemerintahan daerah yang efektif dihadapkan dengan dinamika nasional, regional, maupun global saat ini. Ketiga, potensi kendala terhadap negara bangsa (*nation state*) yang saat ini dan di era mendatang sangat potensial terjadi khususnya pandemi *Corona Virus Disease* 2019 (Covid-19) yang melanda di berbagai negara termasuk Indonesia. Berbagai isu tersebut tentu menempatkan jajaran pemerintahan daerah pada tantangan tugas yang kian berat dan rumit. Karenanya menjadi keniscayaan untuk mengawaki organisasi Pemerintahan Daerah oleh personel yang kompeten.

Menurut Dwiyanto dalam Satrya, dkk. (Satriya, 2013, hlm. 167) kinerja aparatur pemerintahan kecamatan kurang optimalnya sebagai suatu fenomena yang menjadi sorotan, terdapat banyak daerah menyatakan bahwa kemampuan SDM aparaturnya masih perlu ditingkatkan. Kinerja aparatur pemerintahan kecamatan kurang optimal melayani publik dan menyelenggarakan administrasi pemerintahan sehingga mengakibatkan masyarakat kurang puas terhadap pelaksanaan kinerja pemerintah.

Menurut Samin dalam Rohayatin (<https://transformatif.ub.ac.id>, diunduh tanggal 29 Januari 2021), reformasi birokrasi merupakan perubahan besar dalam paradigma tata kelola pemerintahan yang mengarah pada organisasi (kelembagaan) tatalaksana, Sumber Daya Manusia (SDM), pelayanan, dan akuntabilitas. Reformasi birokrasi menurut Thoha adalah gerakan untuk mengubah bentuk dan perilaku suatu tatanan, karena tatanan tersebut tidak lagi disukai atau tidak sesuai dengan kebutuhan zaman baik karena tidak efisien, tidak bersih atau tidak demokratis (Thoha, 2000). Sistem pemerintahan yang transparansi serta tata kelola pemerintahan yang baik adalah harapan semua orang yang menginginkan dari lahirnya sebuah negara demokrasi. Tercapainya *Good Governance* dan *Clean Government* dalam sistem penyelenggaraan manajemen pembangunan yang solid dan bertanggung jawab, sejalan dengan semangat prinsip demokrasi dan pasar yang efektif dan efisien, akan menghindari dari terjadinya kesalahan alokasi dana investasi dan pencegahan korupsi baik secara politik maupun secara administratif menjalankan disiplin anggaran serta penciptaan legal dan *political framework* bagi tumbuhnya aktifitas usaha. Hal ini bagi pemerintah maupun swasta di Indonesia ialah merupakan suatu terobosan mutakhir dalam menciptakan kredibilitas publik dan untuk melahirkan bentuk manajerial yang handal.

Kader pemimpin Pemerintahan Daerah masa depan dituntut memiliki cukup bekal untuk mampu mengasah diri dalam menjawab tantangan tugas di atas. Oleh karenanya menjadi keharusan bagi institusi-institusi yang terkait dengan pemerintahan Daerah sebagai lembaga yang mampu mengedukasi untuk membangun kepemimpinan (*leadership*) para didikannya, sebagai dasar pengembangan diri calon pemimpin Daerah itu sendiri. Satu hal yang merupakan prioritas adalah membekali para pemimpin pemerintahan daerah dengan pengetahuan (*knowledge*) tentang teori kepemimpinan yang relevan beserta aplikasinya, yang di dalamnya mencakup isu IPTEKS, implementasi konsep pengembangan kemampuan pemerintahan daerah dihadapkan dinamika kendala, dan potensi kendala baik dalam skala global maupun skala regional. Proyeksinya adalah agar Pemimpin Daerah pada saatnya nanti dapat menjadi pemimpin visioner yang memiliki kemampuan mengantisipasi dinamika dan kompleksitas tantangan pelaksanaan tugas Pemerintahan Daerah masa depan. Dengan kata lain, uraian tersebut dapat kita maknai bahwa penyelenggaraan pendidikan Pemerintahan Daerah harus berorientasi pada kepentingan piramida organisasi, penguasaan IPTEKS, serta kepentingan strategis, baik skala nasional, regional, maupun global, tanpa meninggalkan kompetensi penguasaan *skill*.

Peninjauan terhadap aspek kepemimpinan di Pemerintahan Daerah sebagai bagian dari sistem pemerintahan nasional merupakan momentum yang sangat tepat bagi institusi tersebut untuk meningkatkan eksistensi dan perannya. Hal ini tentu memiliki konsekuensi agar seluruh komponen pendidikan yang terkait dengan pemerintahan daerah khususnya tenaga pendidik serta peserta didik dituntut meningkatkan peran dan kontribusinya. Pemanfaatan secara optimal momentum ini akan menjadikan eksistensi lembaga-lembaga pendidikan tinggi pencetak kader

pemimpin Pemerintahan Daerah akan semakin diperhitungkan. Dengan demikian, pencapaian status Daerah Kuat dan Tangguh yang menjadi visi sekaligus misi Pemerintahan Daerah juga lebih potensial untuk dapat segera direalisasikan dalam rangka Pengembangan Sumber Daya Aparatur Pemerintah Daerah.

LITERATURE REVIUW

Kepemimpinan (*leadership*) merupakan salah satu objek lama yang tetap menarik untuk diperbincangkan. Karenanya begitu banyak teori ataupun aplikasi tentang kepemimpinan dapat kita temukan. Kartono misalnya menguraikan bahwa satu hal yang tidak dapat dipisahkan dari kepemimpinan adalah kemampuan yang dapat diartikan sebagai segala daya, kesanggupan, kekuatan, dan kecakapan atau ketrampilan teknis maupun sosial yang dianggap melebihi kemampuan orang-orang yang dipimpinnya (Kartono, 2010). Kepemimpinan tidak terlepas dari cara berfikir, berperasaan, bertindak, bersikap, dan berperilaku dalam kerja pimpinan di sebuah organisasi dengan bawahan atau dengan orang lain.

Secara spesifik Awang Anwarudin dalam Seri Change Leadership untuk Perubahan Indonesia : Teori-Teori Kepemimpinan (*Leadership Theories*), menguraikan tentang Delapan Mazhab Teori Kepemimpinan meliputi *The Great Man Theory*, *Trait Theory*, *Contingency Theory*, *Situational Theory*, *Behavioral Theory*, *Participative Theory*, *Transactional Theory*, dan *Transformational Theory* (Anwarudin, 2013). Beberapa teori yang dipandang relevan dalam pembangunan kepemimpinan Pemimpin Daerah dalam proses pembelajaran antara lain dapat diuraikan sebagai berikut:

1. *Behavioral Theory*. *Behavioral Theory* (Conger & Kanungo, 1987) memegang prinsip bahwa seorang pemimpin besar dapat dibentuk, tidak selalu dilahirkan atau karena dimitoskan. Setiap individu dapat memiliki jiwa kepemimpinan melalui cara pembelajaran, observasi, dan pengalaman. Penerapan teori ini dalam proses pembelajaran Pemimpin Daerah akan dapat menumbuhkembangkan kepercayaan diri seorang Kepala Daerah bahwa mereka dapat menjadi pemimpin Pemerintahan Daerah yang memiliki kemampuan mengembangkan diri dalam mengantisipasi pelaksanaan tugas masa depan dengan berbagai kompleksitas tantangan yang dihadapi. Bila hal ini dapat tertanam, maka Pemimpin Daerah diharapkan akan termotivasi untuk meningkatkan kompetensi diri melalui cara pembelajaran, observasi, dan pengalaman khususnya terhadap berbagai hal yang dipandang mendukung terlebih menentukan keberhasilan pelaksanaan tugas.
2. *Participative Theory*. *Participative Theory* (Somech, 2003) menjelaskan bahwa gaya kepemimpinan yang ideal adalah mendorong partisipasi dan kontribusi anggota kelompok. Anggota kelompok akan merasa lebih memiliki dan berkomitmen pada proses pengambilan keputusan dan pencapaian tujuan organisasi. Karenanya pemimpin harus terbuka terhadap masukan anggota kelompok. Penerapan teori kepemimpinan partisipatif dalam proses pembelajaran Pemimpin Daerah diharapkan akan menumbuh-kembangkan keberanian untuk berkreasi dan mengemukakan pendapat. Lebih lanjut Pemimpin Daerah diharapkan akan tertantang untuk meningkatkan dan mengembangkan wawasan sehingga pendapat yang mereka kemukakan semakin argumentatif dan relevan.

Kepala Daerah adalah kader pemimpin Pemerintahan Daerah di masa depan dengan intensitas dan kompleksitas tantangan tugas yang terus meningkat secara dinamis. Oleh karenanya kombinasi antara kompetensi pada disiplin keilmuan masing-masing serta

pengetahuan tentang beberapa isu utama dan pengetahuan tentang teori kepemimpinan dan aplikasinya di atas akan meningkatkan kontribusi dan peran tenaga pendidik secara signifikan bagi pembangunan postur kepemimpinan Kepala Daerah guna menjawab tantangan pelaksanaan tugas Pemerintahan Daerah di masa depan.

Sesuai ajaran Ki Hadjar Dewantara, kepemimpinan mengandung sifat-sifat positif bagi seorang pemimpin. Teori ini mendasari teori kepemimpinan Pancasila yang disebut “Trilogi Kepemimpinan” yaitu : “*Ing Ngarsa Sung Tulada, Ing Madya Mangun Karsa, Tut Wuri Handayani*” (Wijayanti, 2019). Dari teori ini terkandung nilai-nilai filsafat luhur yang mendasari nilai-nilai kepemimpinan nasional sebagai berikut:

1. *Ing Ngarsa Sung Tulada*, yaitu bagaimana menjadi teladan bagi anak buah sesuai norma-norma kehidupan. Sebagai pemimpin yang memiliki anak buah dalam mengemban tugas, seorang pemimpin bukan hanya dapat memerintah tetapi yang utama adalah mampu menjadi contoh bagi anak buah maupun lingkungan. Salah satu filosofi kepemimpinan adalah *the best leader is by example*.
2. *Ing Madya Mangun Karsa*, yaitu pentingnya bersama di tengah anak buah menumbuhkembangkan bakat dan kemampuan anak buah yang sejalan dengan kebijakan komando atas. Tugas anak buah tidak semata menjadi tugas tanggung jawab mereka. Pemimpin harus menumbuhkan semangat, etos kerja, dan dedikasi anak buah yang dipimpinnya.
3. *Tut Wuri Handayani*, yaitu upaya mendorong anak buah secara berkelanjutan memelihara dan mengarahkan cita-cita, kemauan, dan tekad anak buah untuk mencapai tujuan. Bila contoh dan semangat telah diberikan, maka pemimpin tinggal memberikan dorongan, memonitor, dan mengontrol perkembangan satuan yang dipimpinnya dan memberikan arahan seperlunya bila telah terjadi penyimpangan.

Teori lainnya adalah kepemimpinan yang dapat dimaknai sebagai suatu seni dan kecakapan dalam mempengaruhi dan membimbing bawahan (orang-orang yang dipimpin) agar timbul kemauan, kepercayaan, dan ketaatan yang diperlukan dalam pelaksanaan tugas yang dipikulkan kepadanya, dengan menggunakan alat dan waktu, tetapi mengandung keserasian antara tujuan kelompok atau kesatuan dengan kebutuhan-kebutuhan atau tujuan-tujuan perorangan (Narsa, 2012)

METODE PENELITIAN

Makalah ini berujud studi literatur dengan metode kualitatif deskriptif analitik yang merupakan rangkaian kegiatan pengumpulan data melalui membaca dan merekam, serta mengelola bahan penelitian (Prabawati dkk., 2018). Studi literatur dilakukan dengan penelusuran pustaka buku, artikel, jurnal nasional dan internasional serta internet. Pustaka yang dimaksud disesuaikan dengan relevansi dengan konsep membangun kepemimpinan kuat dan tangguh pada pengembangan sumber daya aparatur pemerintah daerah melalui pendidikan dan pelatihan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kepala Daerah dan Kompetensi Kepemimpinan.

Pelaksanaan tugas kepemimpinan di daerah pada masa depan dihadapkan pada beberapa isu utama yang saling mempengaruhi yaitu IPTEKS sebagai konsep pengembangan kekuatan

pembangunan yang dihadapkan dengan dinamika nasional, regional, maupun global. Pada sisi lain, pesatnya kemajuan IPTEKS telah mengakibatkan terjadinya berbagai perubahan fundamental di bidang doktrin serta konsep penyelenggaraan kepemimpinan di daerah. Pada akhirnya, IPTEKS akan turut mengubah karakter pemimpin.

Pada aspek teknologi, kepemimpinan daerah dapat menerapkan beberapa aplikasi yang semakin mengandalkan tingkat presisi yang sangat tinggi. Kepemimpinan daerah masa depan perlu mempertimbangkan Komando, Pengendalian, Komunikasi, Pemanfaatan TIK, Penguasaan pengetahuan Kewilayahan, dan Pendeteksian Dini terhadap berbagai situasi, dan Tanggap Bencana.

Dalam perspektif nasional, potensi konflik baik dalam skala global maupun regional tentu telah meningkatkan intensitas dan kompleksitas potensi kendala yang mempengaruhi kondisi daerah. Kondisi ini tentu akan sangat berpengaruh terhadap konsep pengembangan kemampuan dan kekuatan aparatur Pemerintahan Daerah.

Kemajuan yang sangat pesat dalam bidang teknologi komunikasi, komputer, teknologi informasi, serta teknik dan elektronika yang digunakan pada sistem dalam dunia pemerintahan daerah memiliki proyeksi untuk meraih keunggulan di bidang informasi khususnya intelijen serta keunggulan dalam manajemen pemerintahan yang pada akhirnya bermuara pada peningkatan keunggulan daya kepemimpinan di daerah. Tentu hal tersebut membawa perubahan pada aspek strategi, taktik, maupun teknik pemerintahan daerah yang diterapkan.

Konsekuensi logis dari berbagai permasalahan di atas adalah mengawaki organisasi Pemerintahan Daerah dengan personel terlebih aparatur daerah yang kompeten, serta memiliki kesadaran terhadap berbagai permasalahan di atas. Oleh karenanya seluruh Aparatur Pemerintahan Daerah idealnya memiliki cukup pemahaman tentang berbagai permasalahan di atas. Hal ini penting guna mewujudkan kesamaan visi, misi, dan proyeksi Pemerintahan Daerah dalam menjawab tantangan tugas masa depan. Kepala Daerah selaku kader utama pemimpin Pemerintahan Daerah pada gilirannya mereka tentu memiliki peran sentral. Postur kepemimpinan mereka pada masa depan akan sangat menentukan “hitam-putih” serta maju-mundurnya organisasi Pemerintahan Daerah. Karenanya penguasaan sains dan teknologi yang terkait pemerintahan daerah tentu merupakan keniscayaan. Demikian juga bekal pengetahuan dasar yang potensial dikembangkan tentang berbagai permasalahan di atas juga tidak seharusnya diabaikan. Jenjang pendidikan pengembangan kepemimpinan seperti Lemhanas maupun diklat-diklat kepemimpinan perlu disiapkan dan dikembangkan agar Sumber Daya Aparatur Daerah mendapatkan bekal materi tersebut. Hal ini perlu kita sadari, bahwa selama ini jenjang pendidikan kepemimpinan yang berkesinambungan belum tentu diikuti oleh semua sumber daya aparatur daerah.

Berangkat dari pemikiran Kepala Daerah adalah kader utama pemimpin Pemerintahan Daerah, kiranya kita sepakat sejak dini mereka dikenalkan materi kepemimpinan komprehensif (*comprehensive leadership*). Narsa menyimpulkan bahwa terdapat karakteristik yang tegas untuk membedakan antara manajemen dan kepemimpinan, yang didalamnya terkait antara manajer dan leader (Narsa, 2012). Manajemen berhubungan dengan fungsi melakukan sesuatu dengan benar berdasarkan kaidah transaksional. Adapun kepemimpinan berperan sebagai panggilan dan kualitas diri yang berkenaan dengan mengerjakan sesuatu yang benar berdasarkan kaidah transformasional. Namun kiranya lebih bijak bila dipilah dan dipilih materi kepemimpinan yang relevan, baik pada ranah teori maupun aplikasi. Tolok ukur fundamental dari

kepemimpinan ialah integritas (*integrity*) yang sejak awal harus sudah menjadi lembaga-lembaga diklat kepemimpinan. Trilogi Kepemimpinan Ki Hadjar Dewantara (Marliani & Djadjuli, 2019) yakni *Ing Ngarsa Sung Tulada, Ing Madya Mangun Karsa, dan Tut Wuri Handayani* yang diterapkan di TNI, juga perlu benar-benar diterapkan dalam pembangunan kepemimpinan daerah. Hal ini sangat penting karena sejak awal akan memberikan ajaran kepada kita tentang urgensi integritas bagi seorang pemimpin. Urgensi integritas dalam kepemimpinan juga secara eksplisit disampaikan oleh Eisenhower sebagai berikut : “*The supreme quality for leadership is unquestionably integrity. Without it, no real success is possible, no matter whether it is on a section gang, a football field, in an army, or in an office*” (Peng & Wei, 2020).

Selain *Integrity Leadership Theory*, teori kepemimpinan yang relevan dengan situasi pemerintahan daerah ialah *Behavioral Theory*. Pemahaman tentang *Behavioral Theory* akan mampu menumbuhkembangkan rasa percaya diri (*self-confident*) bagi seorang Pemimpin Daerah, bahwa mereka semua akan mampu menjadi pemimpin Pemerintahan Daerah yang memiliki kapasitas mengembangkan diri dalam mengantisipasi pelaksanaan tugas masa depan dengan kompleksitas tantangan yang dihadapi. Proyeksi lebih lanjut adalah Pemimpin Daerah dapat menularkan pengetahuan tersebut kepada sesama rekan dan juniornya. Pada akhirnya seluruh Pemimpin Daerah diharapkan termotivasi guna meningkatkan kompetensi melalui cara pembelajaran, observasi, dan pengalaman.

Teori kepemimpinan lainnya yang dapat dijadikan acuan bagi pengembangan kepemimpinan daerah adalah *Participative Theory* dari Robert House. Pengetahuan Pemimpin Daerah tentang *Participative Theory* akan dapat menumbuhkembangkan keberanian Pemimpin Daerah untuk berinisiasi, berinovasi, dan menyampaikan pendapat. Mereka diharapkan kian tertantang untuk meningkatkan dan mengembangkan pengetahuan sehingga pendapat dan karya yang mereka kemukakan semakin argumentatif dan relevan. Kondisi ini akan lebih mendorong terjadinya pergeseran kultur ke arah keterbukaan (inklusifitas) tanpa mengabaikan karakteristik dan kultur pemerintahan daerah khususnya hierarki dan loyalitas.

Satu hal yang tak dapat dipisahkan dari kepemimpinan ialah kemampuan yang dapat diartikan sebagai segala daya, kesanggupan, kekuatan, dan kecakapan atau ketrampilan teknis maupun sosial yang dianggap melebihi kemampuan orang-orang yang dipimpinnya (Kartono, 2010) sebagaimana diuraikan Kartono, maka Pemimpin Daerah selain memiliki cukup pengetahuan tentang kepemimpinan baik dalam ranah teori maupun aplikasinya, Pemimpin Daerah mutlak memiliki cukup pengetahuan tentang permasalahan-permasalahan baik yang sering terjadi maupun prediksi yang akan terjadi dihadapkan dengan dinamika kendala, dan potensi konflik sebagaimana telah terurai pada bagian terdahulu. Hal tersebut sangat penting untuk mendorong proyeksi pemahaman pemimpin Pemerintahan Daerah sebagai kader utama pemimpin Pemerintahan Daerah dalam menjawab tantangan tugas masa depan.

Tenaga Kependidikan Lemdiklat dalam Pembangunan Kepemimpinan Pemimpin Daerah.

Peran sentral tenaga pendidik lembaga pendidikan dan latihan (lemdiklat) kepemimpinan (Gapendik – dosen, pelatih, dan pengasuh) dalam proses internalisasi dan pembangunan postur kepemimpinan Kepala Daerah. Gapendik merupakan *raw models* bagi Pemimpin Daerah dalam rangka menumbuhkembangkan postur kepemimpinan mereka. Artinya postur kepemimpinan Tenaga Kependidikan menjadi teladan bagi Pemimpin Daerah dalam menumbuhkembangkan postur kepemimpinan mereka (Leroy dkk., 2012). Oleh karena itu, menjadi keniscayaan bagi

Gapendik ataupun instruktur-instruktur Diklat kepemimpinan untuk selalu menampilkan postur kepemimpinan yang relevan bahkan ideal serta mengarah pada penumbuhkembangan postur kepemimpinan Pemimpin Daerah yang dipandang ideal namun realistis dan adaptif. Seluruh Gapendik tentu telah berupaya maksimal untuk menampilkan postur kepemimpinan dimaksud guna lebih mengoptimalkan kontribusi positif dalam penumbuhkembangan postur kepemimpinan Pemerintahan Daerah.

Berbagai upaya di atas tentu harus terus ditingkatkan. *Expert* pada bidang keahlian masing-masing tentu menjadi prasyarat, namun menjadi keharusan bagi Gapendik untuk terus meningkatkan dan mengembangkan pengetahuan dasar yang diperlukan aparatur. Ini sangat penting guna lebih memaksimalkan kontribusi Gapendik sesuai konteks masing-masing untuk turut berpartisipasi membangun dan mengembangkan postur kepemimpinan Kepala Daerah. Hal lain yang perlu lebih ditingkatkan dan dikembangkan adalah pengetahuan Gapendik tentang materi kepemimpinan. Tidak harus menjadi *expert*, namun upaya meningkatkan dan mengembangkan pengetahuan dan kemampuan Tenaga Kependidikan tentang teori kepemimpinan dan aplikasinya perlu terus diupayakan guna penyelarasan dengan konteks pembelajaran Pemimpin Daerah. Upaya yang sejauh ini telah dilakukan Lembaga-lembaga pendidikan seperti Akademi Angkatan Udara, STPMD "APMD" Yogyakarta, STPDN, dll melalui penyelenggaraan pendidikan ataupun kursus-kursus seyogyanya diperkaya dengan upaya-upaya peningkatan dan pengembangan secara mandiri.

Secara umum kemampuan atau kompetensi para pejabat dan pegawai sudah cukup memadai dalam melaksanakan tugas dan fungsinya, meskipun sebagian kecil pegawai perlu terus meningkatkan kompetensinya. Kondisi tersebut sejak awal terdukung oleh proses rekrutmen CPNS yang didasarkan pada kualifikasi dan kompetensi sesuai persyaratan dalam setiap formasi jabatan. Program dan kegiatan Diklat direncanakan dan ditetapkan dalam dokumen BKPP berupa Rencana Program dan Kegiatan Diklat. Rencana tersebut disesuaikan dengan analisis kebutuhan diklat (AKD) yang dibutuhkan pegawai dan perangkat daerah. Namun AKD tersebut belum analisis berdasarkan kesenjangan antara kompetensi yang ada dengan standar kompetensi yang dibutuhkan (standar jabatan) sebagaimana termuat dalam dokumen analisis jabatan (Anjab). Calon peserta Diklat diusulkan oleh perangkat daerah kepada Sekda Daerah melalui BKPP untuk di *cross check* dengan data kepegawaian, tema Diklat dan persyaratan yang ditentukan penyelenggara. Selanjutnya disampaikan kepada Sekda untuk ditetapkan sebagai peserta Diklat. Pegawai yang ditugaskan mayoritas memenuhi tugas dan sebagian kecil tidak bersedia/batal karena alasan yang dapat dipertanggung-jawabkan. Namun dalam pengusulan calon peserta dari perangkat daerah masih terindikasi adanya unsur like and dislike dan kecenderungan pegawai yang sama. Frekuensi pelaksanaan Diklat tiap tahun tidak sama karena disesuaikan dengan kebutuhan perangkat daerah dan ketersediaan anggaran dalam APBD Pemkab/Pemkot.

Secara umum pelaksanaan Diklat tiap tahun sudah mendekati target kegiatan dan anggaran yang ditetapkan, kecuali pada tahun 2020 tidak sesuai target karena adanya pandemi Covid-19. Jenis/jenjang Diklat yang selama ini dilaksanakan meliputi Diklat dasar (prajabatan) untuk CPNS, Diklat teknis-fungsional untuk para pejabat fungsional, Diklat teknis yang diikuti staf atau pejabat struktural, dan Diklat kepemimpinan untuk para pejabat/calon pejabat struktural. Untuk pelaksanaan Diklat ada yang dilaksanakan secara mandiri oleh Pemerintah Daerah (baik Pemkab/pemkot maupun Pemprov) terutama berupa Diklat teknis. Adapun Diklat lainnya

diselenggarakan pihak lain (lembaga Diklat milik pemerintah pusat, DIY, dan swasta) yang berwenang, melalui skema kerjasama. Kerjasama tersebut dilakukan karena keterbatasan sarana-prasarana dan anggaran serta keterbatasan wewenang penyelenggaraan. Proses pelaksanaan Diklat pada umumnya berjalan sesuai standar Diklat yang telah ditentukan, dengan metode pelatihan seperti ceramah, diskusi, praktik langsung, dan praktik/kunjungan lapangan. Untuk mendukung pelaksanaan Diklat, BKPP membentuk tim monitoring lapangan. Beberapa hambatan/kelemahan kadang terjadi berupa kendala teknis, daya serap peserta, dan beberapa peserta kurang disiplin.

Konsep Pengembangan Kemampuan Pemerintahan Daerah

Dalam perspektif terkini, Paper ini juga mencetuskan konsep pembangunan kemampuan pemerintahan daerah sebagai teori yang menguraikan tentang peran pimpinan Pemerintahan Daerah masa depan (*future leadership*). Teori ini menjelaskan bahwa kemajuan masa depan tidak dapat dipisahkan dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Pesatnya kemajuan IPTEKS merupakan penyebab terjadinya berbagai perubahan mendasar di bidang doktrin dan konsep organisasi Pemerintahan Daerah. Pada akhirnya, Konsep Pengembangan Kemampuan Pemerintahan Daerah akan mengubah karakter dan pelaksanaan dalam setiap tantangan tugasnya.

Pengetahuan tentang Konsep pengembangan kemampuan pemerintahan daerah masa depan bagi para pemimpin daerah sebagai bentuk antisipasi terhadap tantangan tugas masa depan menjadi demikian urgen. Kekurangan atau minimnya pengetahuan tentang permasalahan tersebut akan sangat berpengaruh terhadap terjadinya keterlambatan dan ataupun keterbatasan dalam pembangunan daerah dan serta laju kegiatan organisasi pemerintahan daerah. Hal ini tentu akan memiliki dampak lebih lanjut berupa kegagalan pelaksanaan berbagai program kegiatan daerah.

Era globalisasi yang dipacu dengan perkembangan IT menjadikan dunia semakin “tidak terbatas” (Ohmae, 1995). Kecenderungan lingkungan strategis bidang pemerintahan daerah kian dinamis serta tetap menunjukkan ketidakpastian. Oleh karenanya mutlak bagi setiap negara bangsa mampu melakukan langkah antisipatif agar dinamika kecenderungan lingkungan strategis tersebut tidak tumbuh dan berkembang menjadi kendala yang serius di tingkat nasional yang akan turut mempengaruhi laju pembangunan di daerah, terlebih dalam menghadapi resesi ekonomi pada masa Pandemi Covid-19 ini.

Pakar Ilmu Politik Internasional dari Columbia University Amerika Serikat, Prof. Kenneth N. Waltz menyatakan, pada hakekatnya di antara negara kawan ataupun negara lawan akan selalu bereaksi apabila salah satu dari mereka memiliki kekuatan yang mengungguli dan potensial menjadi kendala bagi yang lain melalui upaya penyeimbangan (Waltz, 2000). Konsep ini selanjutnya melahirkan suatu tesis yang sangat fenomenal yaitu *balance of power* yang menjadi dasar pengembangan kekuatan pemerintahan daerah berbagai negara di dunia. Dalam konteks keseimbangan, tesis ini memandang bahwa negara yang lebih kuat memiliki kecenderungan untuk mengancam ataupun melakukan intervensi ke negara yang lebih lemah. Oleh karenanya keseimbangan kekuatan antara berbagai negara justru cenderung akan dapat mencegah terjadinya konflik (Hayati & Yani, 2007). Pertimbangan lain yang relevan untuk dikemukakan adalah suatu adagium yang sudah sangat familiar dalam dunia pemerintahan daerah yaitu *si vis pacem para bellum* (siapa ingin damai harus bersiap untuk perang). Dapat dikatakan kedua konsep tersebut secara akumulatif menjadi dasar pengembangan kekuatan pemerintahan daerah

berbagai negara di dunia. Hal ini menuntut kesiapan kepemimpinan pemerintahan daerah yang kuat dan tangguh untuk memastikan suatu daerah bertahan dalam stabilitas nasional. Persoalannya adalah seberapa mampu kepemimpinan yang diterapkan untuk mengorganisir seluruh aparatur daerah ini mampu mengadaptasi dinamika perkembangan dan ketidakpastian kendala yang terjadi.

Rekomendasi Penelitian

Dalam konteks pembangunan kepemimpinan Kepala Daerah direkomendasikan beberapa langkah sebagai berikut (Gambar 1) :



Gambar 1. Rekomendasi pembangunan kepemimpinan Kepala Daerah

1. Aspek Pembangunan Kepemimpinan Pemimpin Daerah. Pada Materi Kepemimpinan, kepemimpinan baik pada ranah teori maupun praktek merupakan materi kurikuler bagi Pemimpin Daerah. Peran Lembaga-lembaga Musyawarah Pemimpin Daerah sebagai wadah berlatih kepemimpinan bagi Pemimpin Daerah perlu terus ditingkatkan dan diberdayakan. Untuk itu, evaluasi secara berlanjut terkait relevansi kurikulum kepemimpinan dengan dinamika kebutuhan perlu terus dilakukan. Beberapa teori kepemimpinan seperti telah terurai pada tulisan ini, kiranya layak dipertimbangkan sebagai alternatif pengembangan. Pada bidang Potensi Kendala, selama Pendidikan di lembaga-lembaga pendidikan atau diklat kepemimpinan, potensi kendala yang merupakan tantangan tugas Pemerintahan Daerah masa depan yang diberikan kepada Pemimpin Daerah sangat minim. Oleh karenanya pemberian secara kurikuler sesuai tingkatan tersebut guna membangun visi dan persepsi sehubungan tantangan tugas Pemerintahan Daerah masa depan perlu mendapatkan prioritas.
2. Aspek Peningkatan Kompetensi Tenaga Kependidikan. Pada bidang kepemimpinan, dalam seluruh jenjang pendidikan pembentukan dan pendidikan pertama aparatur, kepemimpinan merupakan materi kurikuler. Oleh karenanya evaluasi berlanjut sehubungan relevansi kurikulum kepemimpinan perlu terus dilakukan. Namun demikian, upaya pengembangan secara mandiri oleh setiap aparatur juga tidak boleh diabaikan. Untuk itu, diperlukan pendidikan dan pelatihan yang berkesinambungan. Di bidang Ipteks

dan Potensi Kendala, pengetahuan tentang IPTEKS dan potensi kendala kian menjadi tuntutan bagi segenap aparatur Pemerintahan Daerah. Oleh karenanya diperlukan upaya pengembangan dengan menjadikan materi tersebut sebagai program kurikuler pada seluruh pendidikan kepemimpinan sesuai tingkatannya. Hal tersebut diperlukan guna membangun visi dan persepsi terkait tantangan tugas Pemerintahan Daerah masa depan. Untuk itu, diperlukan pelatihan Ipteks yang berkesinambungan. Dan pada bidang standarisasi pengetahuan, urgensi kedua hal di atas memiliki konsekuensi berupa standarisasi pengetahuan bagi seluruh aparatur Pemerintahan Daerah. Untuk itu diperlukan kebijakan untuk melanjutkan/ataupun menerapkan kebijakan menjadikan kedua hal di atas sebagai prasyarat promosi jabatan aparatur khususnya Tenaga Kependidikan sesuai leveleringnya. Diperlukan pendidikan yang mengarah pada pengetahuan.

3. Aspek Sarana dan Prasarana. Langkah di atas tentu memerlukan pendukung berupa kemudahan dan kecepatan akses referensi, dan oleh karenanya media akses referensi menjadi hal yang vital. Untuk itu peningkatan pemberdayaan perpustakaan serta kemudahan dan kecepatan akses internet bagi Pemimpin Daerah dan Tenaga Kependidikan Lemdiklat kepemimpinan merupakan prioritas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Mengantisipasi apabila terjadi resesi ekonomi pada masa pandemi Covid-19 saat ini, kemajuan IPTEKS dan potensi kendala merupakan visi, persepsi, dan proyeksi dalam pelaksanaan tugas aparatur pemerintahan daerah. Oleh karenanya, pengetahuan tersebut mutlak bagi seluruh kader-kader Pemerintahan Daerah.

Pembangunan postur kepemimpinan bagi sumber daya aparatur pemerintahan daerah dalam jangka pendek, akan lebih mendorong penumbuhkembangan kultur kehidupan mereka ke arah yang lebih positif seperti meningkatkan kompetensi, manusia pembelajar, dan budaya keterbukaan (inklusifisme). Dari sana budaya tersebut akan lebih mendorong tumbuh kembang sikap saling hormat dan menghargai, baik dalam interaksi antara sesama Pemimpin Daerah maupun dalam konteks relasi senior dan junior tanpa abai terhadap kultur pemerintahan daerah seperti hierarki dan loyalitas untuk mewujudkan Daerah Kuat dan Tangguh yang menjadi visi sekaligus misi Pemerintahan Daerah.

Dalam jangka panjang, pembangunan postur kepemimpinan Kepala Daerah akan dapat mengantarkan para Pemimpin Daerah menjadi pemimpin yang mampu menjawab dinamika tantangan tugas masa depan dengan berbagai kompleksitas tantangan yang dihadapi.

Penyelenggaraan diklat bagi aparatur Pemerintahan Daerah harus berorientasi pada kepentingan piramida organisasi, penguasaan IPTEKS, serta kepentingan strategis, baik skala nasional, regional, maupun global, tanpa meninggalkan kompetensi penguasaan *skill*. Partisipasi aktif dan kontribusi Tenaga Kependidikan di Lemdiklat yang fokus pada kepemimpinan dalam proses pembangunan postur kepemimpinan Kepala Daerah merupakan keharusan. Karenanya peningkatan kesadaran Tenaga Kependidikan terhadap urgensi kepemimpinan juga merupakan keniscayaan.

Untuk mendatang, saran penelitian yang disampaikan yakni perlu adanya penelitian lanjutan agar manfaat atas hasil pelaksanaan Diklat yang selama ini telah dilakukan sulit dikaitkan dengan kemungkinan ada atau tidak adanya peningkatan baik kompetensi para pegawai dalam

pelaksanaan tugas dan fungsinya maupun kinerja perangkat daerah dalam pelayanan publik. Manfaat diklat tidak diukur secara normatif-administratif dalam bentuk dokumen seperti sertifikat, piagam, atau sejenisnya saja, namun bahwa konsekuensi saat proses promosi bagi pegawai tentu agar tidak diukur secara normatif-administratif, namun harus menyertakan kompetensi riil sebagai ukuran. Diperlukan umpan balik atau *feedback* tentang perumusan kebijakan dan perencanaan Diklat pada tahun-tahun mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwarudin, A. (2013). *Teori-Teori Kepemimpinan (Leadership Theories)*. Lembaga Adminitrasi Negara.
- Conger, J. A., & Kanungo, R. N. (1987). Toward a Behavioral Theory of Charismatic Leadership in Organizational Settings on JSTOR. *Academy of Management Review*, 12(4), 637–647.
- Hayati, S., & Yani, A. (2007). *Geografi Politik*. Refika Aditama.
- Kartono, K. (2010). *Pemimpin dan Kepemimpinan*. PT. Raja Grafindo Perkasa.
- Leroy, H., Palanski, M. E., & Simons, T. (2012). Authentic Leadership and Behavioral Integrity as Drivers of Follower Commitment and Performance. *Journal of Business Ethics*, 107(3), 255–264.
- Marliani, L., & Djadjuli, R. D. (2019). MENAKAR TRILOGI KEPEMIMPINAN KI HAJAR DEWANTARA DI ERA GLOBALISASI. *Kebijakan : Jurnal Ilmu Administrasi*, 10(2), 74–80. <https://doi.org/10.23969/kebijakan.v10i2.1654>
- Narsa, I. M. (2012). KARAKTERISTIK KEPEMIMPINAN: Transformasional versus Transaksional. *JURNAL MANAJEMEN DAN KEWIRAUSAHAAN*, 14(2), 102–108.
- Ohmae, K. (1995). *The End of the Nation-State: The Rise of Regional Economies*. Simon and Schuster Inc.
- Peng, H., & Wei, F. (2020). How and When Does Leader Behavioral Integrity Influence Employee Voice? The Roles of Team Independence Climate and Corporate Ethical Values. *Journal of Business Ethics*, 166(3), 505–521. <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04114-x>
- Prabawati, I., Meirinawati, & Oktariyanda., T. A. (2018). Competency-Based Training Model For Human Resource Management And Development In Public Sector. *IOP Conference*. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/953/1/012157>
- Satriya, D. B. (2013). Pengembangan Sumber Daya Aparatur Untuk Meningkatkan Kinerja (Studi di Kantor Kecamatan Lowokwaru Kota Malang). *Jurnal Administrasi Publik*, 1(4), 166-174–174.
- Somech, A. (2003). Relationships of Participative Leadership with Relational Demography Variables: A Multi-Level Perspective. *Journal of Organizational Behavior*, 24(8), 1003–1018.
- Thoha, M. (2000). Reformasi Birokrasi Publik Pasca Orde Baru. Perubahan Tanpa Grand Design. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 5(3).
- Waltz, K. N. (2000). *Globalization and American Power* (hlm. 55–56). Spring.
- Wijayanti, W. (2019). Implementasi Trilogi Kepemimpinan (Ki Hadjar Dewantara) di Madrasah Tsanawiyah. *Media Manajemen Pendidikan*, 2(2). <http://jurnal.ustjogja.ac.id/index.php/mmp>

Akuntabilitas Pengelolaan Dana Desa Dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Desa di Kecamatan Jangka

Khalil Gibran¹, Syahril Jaddang² dan Muh. Ardiansyah³

¹²³Magister Akuntansi Universitas Pancasila

Korespondensi: gibranakuntansi@gmail.com

Abstract

The welfare of society is a very complex issue. The reality of the low level of welfare of society was felt by our ancestors, even though as we know that the potential for natural resources of Indonesia is very abundant. The high poverty rate is still haunting the national development issue. Following up on this problem, the government has made efforts to formulating and implementing a national development strategy to overcome the reality of the low level of welfare of society by implementing development on village development-oriented, namely through the allocation of village funds for each year. To achieve this goal, the government hopes that village funds can be managed accountably. This study aims to investigate the accountability of village fund management and to evaluate the efforts made by the village government to improve the welfare of society in the term district. This research is qualitative research with a phenomenological approach. The results showed that the management of village funds ranging from planning, implementation, administration, reporting to accountability activities had not fully fulfilled the principle of accountability and the welfare indicators tested showed that the villagers were not yet fully prosperous. There are still villages that have not prioritized the management of village funds for villager empowerment programs so that the efforts of the village government to improve welfare are not optimal.

Keywords: *Welfare of Society, Village Fund, Accountability, Village Government, Village Fund Management, Villager Empowerment*

Chronicle of Article: Received (06,05,2021); Revised (15,05,2021); and Published (31,05,2021).

© 2021 Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Sosial

How to cite this article: Gibran, K., Jaddang, S., & Ardiansyah, M (2021) 'Akuntabilitas Pengelolaan Dana Desa Dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Desa di Kecamatan Jangka'. *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL*, 1(3), pp. 230–249. Available at: <https://embiss.com/index.php/embiss/index>

PENDAHULUAN

Kesejahteraan merupakan masalah yang sangat kompleks. Realita rendahnya tingkat kesejahteraan masyarakat sudah dirasakan oleh nenek moyang kita, meskipun sebagaimana yang kita ketahui bahwa potensi sumber daya alam Indonesia yang sangat melimpah. Tingginya angka kemiskinan masih menghantui masalah pembangunan nasional. Menindaklanjuti permasalahan tersebut, pemerintah sudah berupaya untuk menyusun dan mengimplementasikan

strategi pembangunan nasional untuk mengatasi realita rendahnya tingkat kesejahteraan masyarakat tersebut dengan cara melaksanakan pembangunan yang berorientasi pada pembangunan desa. Pembangunan desa merupakan suatu gagasan strategis dalam upaya mewujudkan pembangunan nasional dan pembangunan daerah yang mengacu pada visi dan misi pemerintah pusat maupun visi dan misi pemerintah daerah, melalui penyelenggaraan pembangunan yang merata serta mampu menyentuh secara langsung terhadap kepentingan masyarakat desa dalam rangka upaya mengentaskan kemiskinan masyarakat desa. Dalam konsep nawacita yang menjadi program prioritas pembangunan sekarang ini terdapat salah satu prioritas pembangunan yaitu membangun Indonesia dari pinggiran dengan memperkuat daerah-daerah dan desa dalam negara kesatuan. Oleh karena itu terbitnya Undang-undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa yang bertujuan menciptakan desa yang mandiri dan memberdayakan masyarakat desa secara optimal menurut potensi desa yang bersangkutan dan ketentuan yang mengatur tentang sumber dana desa untuk menyelenggarakan pembangunan yaitu Peraturan Pemerintah Nomor 60 tahun 2014 tentang Dana Desa serta Peraturan Pemerintahan Nomor 43 Tahun 2014 tentang peraturan pelaksanaan Undang-undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa.

Dalam pengelolaan dana desa diperlukan adanya asas akuntabilitas. Akuntabilitas merupakan kewajiban seseorang/ badan hukum/ pimpinan suatu organisasi untuk memberikan pertanggungjawaban kepada pihak yang memiliki hak atau berkewenangan untuk meminta pertanggungjawaban. Oleh karena itu untuk bisa menciptakan pemerintahan yang baik (*good governance*) dalam mengelola keuangan, pemerintah dituntut agar mampu memberikan pertanggungjawaban kepada pihak-pihak yang berkepentingan. Penerapan *good governance* ditujukan agar pembangunan dan penyelenggaraan pemerintahan dapat berdaya guna, berhasil guna, bersih dan bertanggung jawab, serta bebas dari budaya korupsi, kolusi dan nepotisme.

Akuntabilitas tidak luput dari pertanggungjawaban dana desa. Akuntabilitas pengelolaan dana desa merupakan kewajiban pengelola dana desa untuk memberikan pertanggungjawaban kepada pihak yang memiliki hak atau berkewenangan untuk meminta pertanggungjawaban. Sejak dikurirkannya dana desa ke desa-desa di seluruh wilayah nusantara, pemerintah pusat mengharapkan agar pemerintah di tingkat desa berkompeten dalam mengelola dana desa. Dalam pengelolaan dana desa ini, pemerintah pusat sangat mengharapkan adanya akuntabilitas dari pengelola dana desa agar pembangunan di desa bisa terealisasi dengan baik serta bebas dari timbulnya KKN.

Dalam APBN, pemerintah pusat telah mengalokasikan dana Desa untuk periode 2015-2019 sebesar Rp257,65 Triliun. Dari total pagu anggaran tersebut, yang ditransfer dari Rekening Kas Umum Negara (RKUN) ke Rekening Kas Umum Daerah (RKUD) adalah sebesar Rp254,78 Triliun atau 98,88%. Kemudian dari RKUD ditransfer ke Rekening Desa (RKDes) sebesar Rp243,34 Triliun atau 95,5%. Rincian persentase penyaluran dana Desa Tahun 2015-2019 dapat dilihat pada gambar di bawah ini.

Tabel 1.
Rincian Jumlah Transfer Alokasi Dana Desa

No	Tahun	Pagu Dana Desa	Transfer dari RKUN ke RKUD		Transfer dari RKUD ke RKDes	
			%	Jumlah	%	Jumlah
1	2015	20,67	93,78	19,38	82,72	16,03
2	2016	46,98	99,83	46,90	97,65	45,80

No	Tahun	Pagu Dana Desa	Transfer dari RKUN ke RKUD		Transfer dari RKUD ke RKDes	
			%	Jumlah	%	Jumlah
3	2017	60	99,69	59,81	98,54	58,94
4	2018	60	99,77	59,86	99,56	59,60
5	2019	70	98,31	68,82	91,50	62,97
Jumlah		257,65	98,88	254,78	95,50	243,34

Sumber : Sistem Informasi Pembangunan Desa, data dimodifikasi oleh Khalil Gibran Tahun 2020

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah transfer dana desa dari RKUN ke RKDes cenderung meningkat. Besarnya kucuran dana desa yang diperoleh desa menjadi perhatian masyarakat dalam hal penggunaan dana yang diputuskan pemerintah desa. Dengan jumlah dana yang besar dan semakin membesar tiap tahunnya maka diperlukan pengelolaan keuangan desa yang akuntabel.

Dua desa di Kecamatan Jangka, Kabupaten Bireuen, Provinsi Aceh yaitu desa Gampong Meulinteung dan desa Jangka Alue Bie termasuk desa yang menerima kucuran dana desa dari pemerintah pusat. Dari tahun 2015 s.d. 2019, desa Gampong Meulinteung sudah menerima kucuran dana desa dari pemerintah sebesar Rp2.953.475.870,00 atau sebesar 0,00116% dari RKUN dan desa Jangka Alue Bie sebesar Rp3.254.609.486,00 atau sebesar 0,00128% dari RKUN. Rincian data tersebut dapat dilihat pada tabel dan grafik berikut.

Tabel 2.

Pagu Anggaran Desa Gampong Meulinteung dan Desa Jangka Alue Bie Tahun 2015 s.d 2019

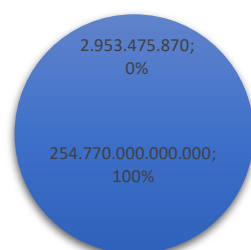
NO	NAMA DESA	PAGU ANGGARAN					TOTAL 2015-2019
		2015 PERBUP 8 TH 2015	2016 PERBUP 32 TH 2016	2017 PERBUP 51 TH 2017	2018 PERBUB 2 TH 2018	2019 PERBUP 3 TH 2019	
1	Gampong Meulinteung	253.388.923	579.764.947	738.669.000	658.300.000	723.353.000	2.953.475.870
2	Jangka Alue Bie	269.095.865	591.743.621	753.409.000	859.221.000	781.140.000	3.254.609.486

Sumber : Sistem Informasi Pembangunan Desa dan Perbup Bireuen, data diolah oleh Khalil Gibran Tahun 2020.

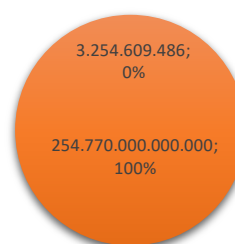
Grafik 1.

Perbandingan Pagu Anggaran Desa Gampong Meulinteung dan Desa Jangka ALue Bie dengan Jumlah Transfer dari RKUN

Desa Gampong Meulinteung



Desa Jangka Alue Bie



Tujuan dari dana desa adalah untuk menciptakan desa yang mandiri. Hal ini dimaksudkan agar mengurangi ketergantungan pemerintah desa terhadap bantuan pemerintah pusat dan

pemerintah daerah. Kemandirian desa mampu dicapai apabila desa mampu memenuhi kebutuhannya sendiri. Yang dimana artinya melalui program dana desa ini, diharapkan desa memiliki PADes yang mampu menghidupi masyarakat desanya. Oleh karena itu, desa diharapkan bisa memprioritaskan penganggaran dana desa untuk program pemberdayaan masyarakat. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Menurut penelitian Sugiharto (2007) indikator yang digunakan Biro Pusat Statistik (BPS) untuk mengetahui tingkat kesejahteraan ada delapan, yaitu pendapatan, konsumsi atau pengeluaran keluarga, keadaan tempat tinggal, fasilitas tempat tinggal, kesehatan anggota keluarga, kemudahan mendapatkan pelayanan kesehatan, kemudahan memasukkan anak ke jenjang pendidikan, dan kemudahan mendapatkan fasilitas transportasi. Perbandingan pencapaian atas 8 indikator kesejahteraan yang digunakan oleh BPS pada desa Jangka Alue Bie dan desa Gampong Meulinteung sebagaimana disajikan dalam tabel-tabel berikut ini.

a) Pendapatan dan Pengeluaran/Konsumsi Masyarakat Desa

Tabel 3.

Perbandingan Pendapatan dan Pengeluaran Masyarakat Desa per hari di Desa Gampong Meulinteung dengan Desa Jangka Alue Bie

No	Uraian	Gampong Meulinteung	Jangka Alue Bie
1	Penerimaan	Rp50.000,-	50.000,-
2	Pengeluaran	Rp80.000,-	80.000,-

Sumber: wawancara dengan salah satu masyarakat desa pada tahun 2021)

Informasi mengenai penerimaan dan pengeluaran diperoleh oleh peneliti melalui hasil wawancara dengan satu orang masyarakat dari setiap desa.

b) Keadaan dan Fasilitas Tempat Tinggal

Tabel 4.

Perbandingan Jumlah Bangunan Tempat Tinggal Menurut Jenis Dinding di Desa Gampong Meulinteung dengan Desa Jangka Alue Bie

No	Jenis Dinding	Gampong Meulinteung	Jangka Alue Bie
1	Dinding Tembok	10	72
2	Dinding Setengah Tembok	37	52
3	Dinding Kayu/Bambu	18	23
	Jumlah	82	147

Sumber: BPS Bireuen – Kecamatan Dalam Angka 2020, data diolah oleh Khalil Gibran tahun 2021

Berdasarkan penelusuran lebih lanjut melalui wawancara dengan Kepala Desa di kedua desa diperoleh informasi bahwa seluruh masyarakat desa sudah memiliki rumah tinggal yang layak, bahkan desa sudah memprogramkan dalam APBDes berupa kegiatan rehabilitasi rumah bagi masyarakat desa agar memperoleh tinggal yang layak. Pernyataan kepala desa ini, juga dibenarkan oleh masyarakat desa setempat.

c) Kesehatan Anggota Keluarga dan Kemudahan Mendapatkan Pelayanan Kesehatan

Tabel 5.
Perbandingan Jumlah Tenaga Kesehatan di Desa Gampong Meulinteung dengan Desa Jangka Alue Bie

No	Profesi	Gampong Meulinteung	Jangka Alue Bie
1	Dokter	-	-
2	Bidan	1	2
3	Perawat/Mantri	1	2
4	Dukun Bersalin	1	-

Sumber: BPS Bireuen – Kecamatan Dalam Angka 2020, data diolah oleh Khalil Gibran tahun 2021

Tabel 6.
Perbandingan Jumlah Sarana Kesehatan dan Jenis Sarana Kesehatan di Desa Gampong Meulinteung dengan Desa Jangka Alue Bie

No	Fasilitas	Gampong Meulinteung	Jangka Alue Bie
1	Rumah Sakit	-	-
2	Rumah Sakit Bersalin	-	-
3	Poliklinik/ Balai Pengobatan	-	-
4	Puskesmas		
	- Rawat Inap	-	-
	- Tanpa Rawat Inap	-	-
	- Apotek	-	-

Sumber: BPS Bireuen – Kecamatan Dalam Angka 2020, data diolah oleh Khalil Gibran tahun 2021

Tabel 7.
Perbandingan Tingkat Kemudahan Mencapai Sarana Kesehatan Terdekat Bagi Desa yang Tidak ada Sarana Kesehatan dan Jenis Sarana Kesehatan di Desa Gampong Meulinteung dengan Desa Jangka Alue Bie

No	Fasilitas	Gampong Meulinteung	Jangka Alue Bie
1	Rumah Sakit	Mudah	Mudah
2	Rumah Sakit Bersalin	Sulit	Sulit
3	Poliklinik/ Balai Pengobatan	Mudah	Mudah
4	Puskesmas	Mudah	Mudah
	- Rawat Inap		
	- Tanpa Rawat Inap	Mudah	Mudah
	- Apotek		

Sumber: BPS Bireuen – Kecamatan Dalam Angka 2020, data diolah oleh Khalil Gibran tahun 2021

Berdasarkan informasi dari BPS Bireuen - Kecamatan Dalam Angka 2020 menunjukkan data bahwa baik pada desa Gampong Meulinteung maupun desa Jangka Alue Bie memiliki data perbandingan kemudahan mendapat akses fasilitas yang sama. Persamaan ini dikarenakan letak desa yang berdekatan dan letaknya di kawasan pesisir sehingga

untuk menuju ke pusat ibukota kabupaten membutuhkan waktu yang agak lama. Data menunjukkan bahwa kesulitan dalam memperoleh akses kesehatan hanya akses untuk rumah sakit bersalin. Hal ini dikarenakan karena letak desa yang jauh dari jalan lintas kabupaten dan letak desa yang jauh dari ibukota kabupaten. Rumah sakit bersalin berada di pusat ibukota kabupaten. Kesulitan ini tidak hanya dialami oleh desa Jangka Alue Bie dan Gampong Meulinteung saja, melainkan oleh seluruh desa yang ada di kecamatan jangka.

d) Kemudahan Memasukkan Anak Ke Jenjang Pendidikan

Tabel 8.

Perbandingan Jumlah Sarana Pendidikan di Desa Gampong Meulinteung dengan Desa Jangka Alue Bie

No	Tingkatan Sekolah	Gampong Meulinteung		Jangka Alue Bie	
		Negeri	Swasta	Negeri	Swasta
1	Sekolah Dasar	x	x	✓	x
2	Madrasah Ibtidaiyah (MI)	x	x	✓	x
3	Sekolah Menengah Pertama (SMP)	x	x	x	x
4	Madrasah Tsanawiyah (MTs)	x	x	x	x
5	Sekolah Menengah Atas (SMA)	x	x	x	x
6	Madrasah Aliyah (MA)	x	x	x	x
7	Sekolah Menengah Kejuruan (SMK)	x	x	x	x
8	Akademi/Perguruan Tinggi	x	x	x	x

Sumber: BPS Bireuen – Kecamatan Dalam Angka 2020, data diolah oleh Khalil Gibran tahun 2021

Tabel 9.

Perbandingan Tingkat Kemudahan Untuk Mencapai Sarana Pendidikan Terdekat Bagi Desa/Kelurahan yang Tidak ada Sarana Pendidikan Menurut Desa/Kelurahan dan Jenjang Pendidikan di Desa Gampong Meulinteung dengan Desa Jangka Alue Bie

No	Tingkatan Sekolah	Gampong Meulinteung	Jangka Alue Bie
1	Sekolah Dasar	Mudah	-
2	Madrasah Ibtidaiyah (MI)	Mudah	-
3	Sekolah Menengah Pertama (SMP)	Mudah	Mudah
4	Madrasah Tsanawiyah (MTs)	Mudah	Mudah
5	Sekolah Menengah Atas (SMA)	Mudah	Mudah
6	Madrasah Aliyah (MA)	Mudah	Mudah
7	Sekolah Menengah Kejuruan (SMK)	Mudah	Mudah
8	Akademi/Perguruan Tinggi	Mudah	Mudah

Sumber: BPS Bireuen – Kecamatan Dalam Angka 2020, data diolah oleh Khalil Gibran tahun 2021

Dari data BPS Bireuen – Kecamatan Dalam Angka 2020 diperoleh informasi bahwa baik pada desa Gampong Meulinteung maupun desa Jangka Alue Bie terdapat kemudahan bagi masyarakat desa untuk memperoleh akses setiap tingkatan pendidikan. Bahkan

pada desa Jangka Alue Bie terdapat 1 (satu) unit Sekolah Dasar (SD) dan 1 (satu) Madrasah Ibtidaiyah (MI) Negeri.

e) Kemudahan Mendapatkan Fasilitas Transportasi

Tabel 10.

Perbandingan Jumlah Sarana Transportasi Antar Desa di Desa Gampong Meulinteung dengan Desa Jangka Alue Bie

No	Jenis Transportasi	Gampong Meulinteung	Jangka Alue Bie
1	Darat	Ada, tanpa Trayek Tetap	Ada, tanpa Trayek Tetap

Sumber: BPS Bireuen – Kecamatan Dalam Angka 2020, data diolah oleh Khalil Gibran tahun 2021

Berdasarkan penelusuran lebih lanjut alat transportasi yang dimaksud merupakan kendaraan roda empat bertipe pick-up. Kendaraan ini dimanfaatkan masyarakat untuk bekerja dan aktivitas lainnya.

LITERATURE REVIUW

Akuntabilitas

Akuntabilitas adalah sebuah konsep etika yang dekat dengan administrasi publik pemerintahan (lembaga eksekutif pemerintah, lembaga legislatif parlemen dan lembaga yudikatif kehakiman) yang mempunyai beberapa arti antara lain, hal ini sering digunakan secara sinonim dengan konsep-konsep seperti yang dapat dipertanggungjawabkan (responsibility), kemampuan memberikan jawaban (answerability), yang dapat dipersalahkan (blameworthiness) dan yang mempunyai ketidakbebasan (liability) termasuk istilah lain yang mempunyai keterkaitan dengan harapan dapat menerangkannya salah satu aspek dari administrasi publik atau pemerintahan, hal ini sebenarnya telah menjadi pusat-pusat diskusi yang terkait dengan tingkat probabilitas di sektor publik, perusahaan nirlaba, yayasan dan perusahaan-perusahaan.

Dalam bidang Ilmu Akuntansi, akuntabilitas diartikan sebagai pertanggungjawaban. Suatu organisasi dikatakan akuntabel jika memiliki kemampuan untuk menjelaskan kondisi yang dialami termasuk didalamnya keputusan yang diambil dan berbagai aktivitas yang dilakukan. Istilah akuntabilitas dalam bidang ilmu akuntansi dipisahkan dengan istilah responsibilitas atau diartikan sebagai pertanggungjawaban. (Sumber: <https://id.wikipedia.org/wiki/Pertanggungjawaban>).

Akuntabilitas birokrasi dalam melaksanakan program-program untuk kepentingan masyarakat merupakan suatu kewajiban yang tidak dapat ditawar lagi. Hal ini mengingat masyarakat selaku kelompok sasaran (target group) sebuah program senantiasa menuntut transparansi dan akuntabilitas dalam proses anggaran (Carlitz, 2013).

Pengelolaan Dana Desa

Menurut Peraturan Menteri Keuangan Nomor 205/PMK.07/2019 tentang Pengelolaan Dana Desa pada pasal 1 disebutkan bahwa dana desa adalah dana yang bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara yang diperuntukkan bagi Desa yang ditransfer melalui Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Kabupaten/Kota dan digunakan untuk membiayai penyelenggaraan pemerintahan, pelaksanaan pembangunan, pembinaan kemasyarakatan, dan pemberdayaan masyarakat.

Pengelolaan dana Desa dalam Peraturan Bupati Bireuen Nomor 1 Tahun 2019 tentang Pengelolaan Keuangan Gampong meliputi aktivitas:

1. Perencanaan
Perencanaan pengelolaan keuangan desa merupakan perencanaan penerimaan dan pengeluaran pemerintahan desa pada tahun anggaran berkenaan yang dianggarkan dalam APBDes.
2. Pelaksanaan
Pelaksanaan pengelolaan keuangan desa merupakan penerimaan dan pengeluaran desa yang dilaksanakan melalui rekening kas desa pada bank yang ditunjuk Bupati.
3. Penatausahaan
Penatausahaan dilakukan dengan mencatat setiap penerimaan dan pengeluaran dalam buku kas umum. Pencatatan pada buku kas umum ditutup setiap akhir bulan. Penatausahaan keuangan dilakukan oleh Kaur Keuangan sebagai pelaksana fungsi kebhendaharaan.
Kaur Keuangan wajib membuat buku pembantu kas umum yang terdiri atas:
 - a. buku pembantu bank;
 - b. buku pembantu pajak; dan
 - c. buku pembantu panjar.
4. Pelaporan
Kepala Desa menyampaikan laporan pelaksanaan APBDes kepada Bupati melalui Camat, yang meliputi:
 - a. Laporan Pelaksanaan APBG; dan
 - b. Laporan Realisasi Kegiatan;
5. Pertanggungjawaban
Kepala Desa menyampaikan laporan pertanggungjawaban realisasi APBDes kepada Bupati melalui Camat setiap akhir tahun anggaran. Laporan pertanggungjawaban tersebut disampaikan paling lambat 3 (tiga) bulan setelah akhir tahun anggaran berkenaan yang ditetapkan dengan qanun desa yang disertai dengan:
 - a. Laporan Keuangan, terdiri atas: Laporan Realisasi APBG dan Catatan atas Laporan Keuangan;
 - b. Laporan Realisasi Kegiatan; dan
 - c. Daftar program sektoral, program daerah dan program lainnya yang masuk ke Gampong.

Asas-asas Pengelolaan Dana Desa

Berdasarkan Peraturan Bupati Bireuen Nomor 1 Tahun 2019 Bab II Pasal 2 menyebutkan bahwa keuangan gampong dikelola berdasarkan asas transparan, akuntabel, partisipatif serta dilakukan dengan tertib dan disiplin anggaran. Keuangan desa dikelola dalam masa 1 (satu) tahun anggaran yakni mulai tanggal 1 Januari sampai dengan tanggal 31 Desember.

1. Transparansi
Transparansi merupakan suatu prinsip yang memberikan akses kepada setiap orang untuk memperoleh informasi.
Menurut Standar Akuntansi Pemerintah dalam Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2005, transparansi adalah memberikan informasi keuangan yang terbuka dan jujur kepada masyarakat berdasarkan pertimbangan bahwa masyarakat memiliki hak untuk mengetahui

secara terbuka dan menyeluruh atas pertanggungjawaban pemerintah dalam pengelolaan sumber daya yang dipercayanya dan ketaatannya pada peraturan perundang-undangan. Menurut Deddi Nordiawan (2008:129), "Transparan berarti memberikan informasi keuangan yang terbuka dan jujur kepada masyarakat berdasarkan pertimbangan bahwa masyarakat memiliki hak untuk mengetahui secara terbuka dan menyeluruh atas pertanggungjawaban pemerintah dalam pengelolaan sumber daya yang dipercayakan kepadanya dan ketaatannya pada peraturan perundang-undangan".

2. Akuntabel

Tata kelola pemerintahan yang baik (Good Governance) merupakan keharusan yang harus dipenuhi. Salah satu pilar tata kelola tersebut adalah adanya akuntabilitas.

Menurut Adisasmita (2011:30), akuntabilitas adalah instrumen pertanggungjawaban atas konsep keberhasilan dan kegagalan tugas pokok serta fungsi organisasi.

Dijelaskan oleh Mardiasmo (2009:20), bahwa akuntabilitas adalah kewajiban pihak pemegang amanah untuk memberikan pertanggungjawaban, menyajikan dan mengungkapkan segala aktifitasnya dan kegiatan yang menjadi tanggungjawabnya kepada pihak pemberi amanah (principal) yang memiliki hak dan kewajiban untuk meminta pertanggungjawaban tersebut. Hal demikian dapat dijelaskan bahwa akuntabilitas berarti kewajiban pemerintah untuk menyampaikan kepada masyarakat tentang komitmen akan tingkat pelayanan masyarakat serta mempertanggungjawabkannya kepada masyarakat.

3. Partisipatif

Partisipasi masyarakat menurut Isbandi (2007:27) adalah keikutsertaan masyarakat dalam proses pengidentifikasian masalah dan potensi yang ada di masyarakat, pemilihan dan pengambilan keputusan tentang alternatif solusi untuk menangani masalah, pelaksanaan upaya mengatasi masalah, dan keterlibatan masyarakat dalam proses mengevaluasi perubahan yang terjadi.

Mikkelsen (1999:64) membagi partisipasi menjadi 6 (enam) pengertian, yaitu:

- a. Partisipasi adalah kontribusi sukarela dari masyarakat kepada proyek tanpa ikut serta dalam pengambilan keputusan;
- b. Partisipasi adalah "pemekaan" (membuat peka) pihak masyarakat untuk meningkatkan kemauan menerima dan kemampuan untuk menanggapi proyek-proyek pembangunan;
- c. Partisipasi adalah keterlibatan sukarela oleh masyarakat dalam perubahan yang ditentukannya sendiri;
- d. Partisipasi adalah suatu proses yang aktif, yang mengandung arti bahwa orang atau kelompok yang terkait, mengambil inisiatif dan menggunakan kebebasannya untuk melakukan hal itu;
- e. Partisipasi adalah pemantapan dialog antara masyarakat setempat dengan para staf yang melakukan persiapan, pelaksanaan, monitoring proyek, agar supaya memperoleh informasi mengenai konteks lokal, dan dampak-dampak sosial; dan
- f. Partisipasi adalah keterlibatan masyarakat dalam pembangunan diri, kehidupan, dan lingkungan mereka.

Kesejahteraan Masyarakat

Dalam Pembukaan Undang-Undang Dasar 1945, yang menjadi dasar bagi pembentukan negara Indonesia, disebutkan bahwa salah satu tugas pemerintah negara Indonesia adalah untuk memajukan kesejahteraan umum. Hal ini dapat dicapai dengan cara melaksanakan

pembangunan yang merata baik di tingkat daerah maupun nasional. Pada setiap implementasi kebijakan, pemerintah selalu menargetkan peningkatan kesejahteraan sebagai tujuan akhir. Menurut Fahrudin, kesejahteraan berasal dari kata “sejahtera”. Sejahtera ini mengandung pengertian dari bahasa Sansekerta “catera” yang berarti payung. Dalam hal ini, kesejahteraan yang terkandung arti “catera” (payung) adalah orang yang sejahtera yaitu orang yang dalam hidupnya bebas dari kemiskinan, kebodohan, ketakutan, atau kekhawatiran sehingga hidupnya aman, tenteram, baik lahir maupun batin. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kesejahteraan berarti hal atau keadaan sejahtera, keamanan, keselamatan, ketentraman. Secara umum kesejahteraan dapat diartikan sebagai tingkat kemampuan seseorang dalam memenuhi kebutuhan primernya, berupa sandang, pangan, papan, pendidikan dan kesehatan.

Midgley (2005) menekankan bahwa kondisi kesejahteraan sosial terdiri dari tiga elemen utama, yaitu: (1) ketika masyarakat dapat mengontrol dan mengatasi masalahnya; (2) jika masyarakat dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan pokoknya untuk hidup layak; dan (3) jika masyarakat memiliki kesempatan untuk mengembangkan taraf hidup dan potensi yang dimilikinya.

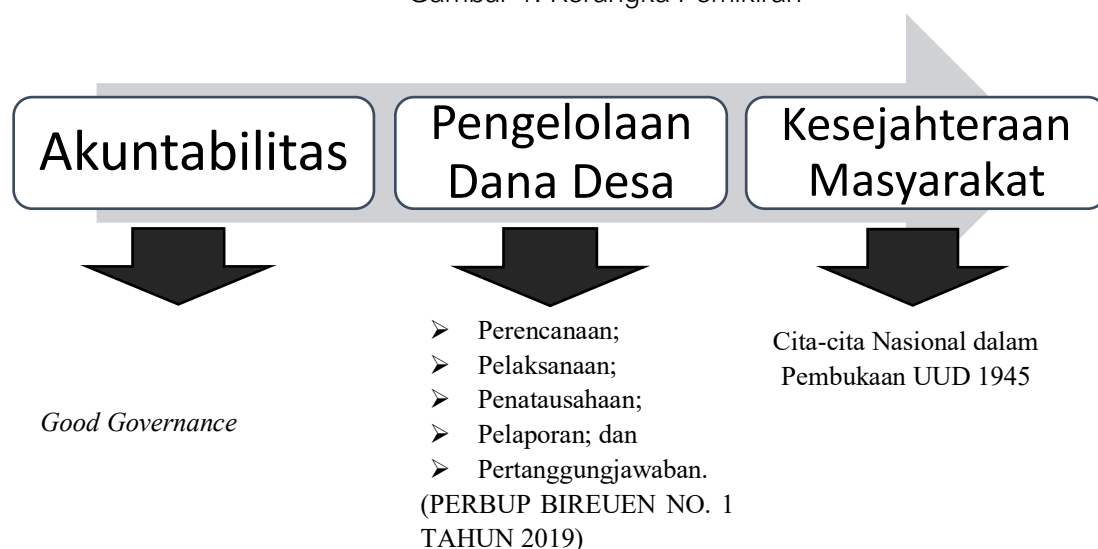
Kameran dan Kahn dalam Bastian menjelaskan enam komponen atau subsistem dari kesejahteraan sosial, dengan: (1) Pendidikan; (2) Kesehatan; (3) Pengelolaan Penghasilan; (4) Pelayanan kerja; (5) Perumahan; dan (6) Pelayanan sosial secara personal.

Menurut penelitian Sugiharto (2007) indikator yang digunakan Biro Pusat Statistik (BPS) untuk mengetahui tingkat kesejahteraan ada delapan, yaitu pendapatan, konsumsi atau pengeluaran keluarga, keadaan tempat tinggal, fasilitas tempat tinggal, kesehatan anggota keluarga, kemudahan mendapatkan pelayanan kesehatan, kemudahan memasukkan anak ke jenjang pendidikan, dan kemudahan mendapatkan fasilitas transportasi.

Kerangka Pemikiran

Akuntabilitas atas pengelolaan Dana Desa yang bersumber dari APBN yang ditransfer dari RKUN hingga ke RKDes meliputi akuntabilitas pada aktivitas perencanaan, pelaksanaan, penatausahaan, pelaporan hingga pertanggungjawaban dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa sesuai dengan cita-cita nasional yang terkandung dalam pembukaan UUD 1945. Skema kerangka pemikiran penelitian dapat dilihat pada gambar berikut.

Gambar 1. Kerangka Pemikiran



METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Penelitian ini ditujukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena yang bersifat alamiah ataupun rekayasa manusia. Penelitian ini mengkaji bentuk aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaannya dengan fenomena lain. (Sukmadinata, 2005:72). Hal ini dikarenakan peneliti bermaksud untuk menginvestigasi akuntabilitas pengelolaan dana desa dan mengevaluasi upaya yang dilakukan pemerintah desa dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa di Kecamatan Jangka.

Penelitian akan dilakukan di desa Gampong Meulinteung dan desa Jangka Alue Bie Kecamatan Jangka. Informan penelitian berjumlah 3 orang untuk tiap desa yang terdiri dari 1 orang kepala desa, 1 orang anggota Badan Permusyawaratan Desa (BPD) dan 1 orang masyarakat. Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah *cross section/insidental*, yaitu data yang dikumpulkan hanya pada suatu waktu tertentu. Penelitian ini dimaksudkan untuk melakukan pengamatan pada suatu periode tertentu. Periode pengamatan dalam penelitian ini adalah data pada Tahun Anggaran 2015 s.d. 2019. Pengumpulan data yang dilakukan merupakan data primer dan sekunder. Data primer penelitian diperoleh melalui teknik wawancara dan observasi sedangkan data sekunder diperoleh melalui penelusuran ke dalam dokumen dan data di website terkait. Teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik Triangulasi dengan sumber dan triangulasi dengan metode.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Akuntabilitas pada Aktivitas Perencanaan

Perencanaan merupakan perencanaan penerimaan dan pengeluaran Pemerintahan Desa pada tahun anggaran berkenaan yang dianggarkan dalam APBDes. Pada desa Jangka Alue Bie dan Gampong Meulinteung, aktivitas perencanaan tahunan diawali dengan kegiatan pra-musrenbang dan kemudian dilanjutkan dengan kegiatan musrenbang. Kedua kegiatan memiliki perbedaan, yaitu pada kegiatan pra-musrenbang hanya dihadiri oleh aparatur desa serta para tokoh-tokoh masyarakat dengan tujuan menyusun program-program prioritas sedangkan kegiatan musrenbang diselenggarakan dengan dihadiri oleh seluruh unsur desa.

Berdasarkan hasil wawancara dengan anggota Badan Permusyawaratan Desa (BPD) dari kedua desa, lalu kedua anggota BPD dari desa yang berbeda tersebut menyatakan bahwa BPD selalu diundang dan hadir saat pra-musrenbang maupun musrenbang. Dengan adanya keterlibatan BPD selaku pengawas kinerja aparatur desa, koordinasi dan harmonisasi di desa tetap terjaga.

Tingkat partisipasi masyarakat untuk mengikuti musrenbang di kedua desa sangat tinggi yaitu diatas 75%. Tingginya tingkat kehadiran masyarakat untuk mengikuti musrenbang dibenarkan oleh pernyataan masyarakat masing-masing desa. Kedua informan menyatakan hal yang senada bahwa tingkat antusiasme masyarakat sangat tinggi untuk mengikuti musrenbang. Hal ini mengisyaratkan bahwa setiap masyarakat berkeinginan agar mengetahui perihal yang terjadi di desanya. Setiap masyarakat berhak untuk mendapatkan keterbukaan informasi dan menyampaikan pendapat.

Mekanisme penyampaian usulan atau aspirasi dalam kegiatan musrenbang di desa Jangka Alue Bie agak sedikit berbeda dengan desa yang lain. Penyampaian aspirasi masyarakat di desa

Jangka Alue Bie pada saat musrenbang diwakili oleh setiap kepala dusun. Usulan yang disampaikan oleh kepala dusun merupakan usulan dusun yang sudah disepakati sebelumnya.

Akuntabilitas pada Aktivitas Pelaksanaan

Dengan adanya dana desa diharapkan bisa mewujudkan desa yang mandiri. Desa yang mandiri merupakan desa yang mampu memenuhi kebutuhannya sendiri, sehingga tidak tergantung dari bantuan pemerintah pusat maupun daerah. Oleh karena itu, pemerintah pusat mengharapkan pengelolaan dana desa sebesar-besarnya dipergunakan untuk meningkatkan Pendapatan Asli Desa (PADes). PADes dapat ditingkatkan dengan adanya pendirian dan pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). Namun, realitanya masih banyak desa yang belum mengalokasikan anggaran untuk pendirian BUMDes, akan tetapi lebih menitikberatkan pada pekerjaan fisik berupa pembangunan maupun rehabilitasi sarana-sarana desa lainnya, sehingga semenjak dana desa dikucurkan pada tahun 2015 masih terdapat desa yang belum memiliki PADes. Dalam hal ini artinya pemerintahan desa belum mampu mewujudkan cita-cita pemerintah dalam mengelola dana desa atau dengan kata lain pengelolaan dana desa belum efektif.

Baik desa Gampong Meulinteung maupun desa Jangka Alue Bie sudah melaksanakan pembangunan berdasarkan apa yang sudah dianggarkan dalam APBDes yang sudah ditetapkan pada saat aktivitas perencanaan. Aktivitas pelaksanaan merupakan aktivitas lanjutan setelah dilakukannya aktivitas perencanaan.

Berdasarkan wawancara dengan Kepala Desa Gampong Meulinteung dan Kepala Desa Jangka Alue Bie diperoleh informasi bahwa pekerjaan fisik dilakukan melalui swakelola yang menghimpun tenaga kerja-tenaga kerja yang berasal dari desa setempat. Hal ini dilakukan sudah sesuai ketentuan yang diatur dalam Peraturan Bupati Bireuen Nomor 1 Tahun 2019 Pasal 61 (4) yang bunyinya “Pengadaan melalui swakelola dilakukan dengan memaksimalkan penggunaan material/ bahan dari wilayah setempat dan gotong royong dengan melibatkan partisipasi masyarakat untuk memperluas kesempatan kerja dan pemberdayaan masyarakat setempat”. Penggunaan dana desa yang dilakukan secara swakelola akan mengurangi jumlah pengangguran dan kemiskinan di perdesaan karena warga desa bisa mendapatkan upah atas pekerjaannya. Namun, untuk pekerjaan yang tidak mampu dilaksanakan oleh tenaga kerja yang ada di desa, desa diperkenankan untuk menggunakan jasa penyedia. Pekerjaan yang diizinkan untuk menggunakan penyedia adalah untuk pekerjaan-pekerjaan yang membutuhkan keahlian khusus, seperti relief/ukir, pengaspalan, dll. Pengecualian ini juga diatur dalam Peraturan Bupati Bireuen Nomor 1 Tahun 2019 Pasal 61 (5) yang bunyinya “Dalam hal pelaksanaan kegiatan tidak dapat dilaksanakan melalui swakelola, baik sebagian maupun keseluruhan dapat dilaksanakan oleh penyedia barang/jasa yang dianggap mampu dan memenuhi persyaratan”.

Dalam upaya meningkatkan kemandirian desa atau meningkatkan Pendapatan Asli Desa (PADes), desa Gampong Meulinteung belum memiliki Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) yang masih beroperasi sampai sekarang. Hal ini berakibat pada tidak ada penerimaan desa dari PADes, sedangkan desa Jangka Alue Bie memiliki BUMDes yang menjadi sumber PADes, yang diberi nama BUMG MALAKA yaitu BUMdes yang beroperasi dalam pengolahan pakan ikan terapung.

Akuntabilitas pada Aktivitas Penatausahaan

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Desa Jangka Alue Bie dan Kepala Desa Gampong Meulinteung diperoleh informasi bahwa untuk aktivitas penatausahaan sudah diusahakan untuk mengikuti ketentuan yang berlaku. Namun dalam hal ini peneliti melakukan penelusuran lebih lanjut, masalah terbesar yang dialami saat pengelolaan dana desa adalah masalah administrasi yang disebabkan oleh keterbatasan SDM yang dimiliki oleh desa. Umumnya pemerintah desa hanya mengadministrasikan dokumen yang terkait dengan pencairan Dana Desa, dan tidak terlalu memperhatikan dokumen-dokumen yang tidak terkait langsung dengan pencairan dana desa. Hal ini dimaklumi dikarenakan terbatasnya SDM yang dimiliki oleh desa. Namun, atas persoalan ini setidaknya bisa sedikit teratasi dengan adanya pendampingan/asistensi oleh Pendamping Desa. Setiap ada persoalan-persoalan terkait penatausahaan dan lain-lain, desa bisa melakukan konsultasi dan meminta bantuan dari Pendamping Desa yang telah ditunjuk. Kelemahan administrasi di desa, berupa pengeluaran yang tidak dapat dibuktikan dengan kuitansi, salah satu buku pembantu tidak dibuat, dll. Namun, pada saat dilakukannya pemeriksaan oleh Inspektorat dokumen-dokumen dan bukti-bukti kuitansi sebagian besar mampu dilengkapi saat berlangsungnya proses audit.

Akuntabilitas pada Aktivitas Pelaporan

Kepala Desa Jangka Alue Bie dan Kepala Desa Gampong Meulinteung wajib menyampaikan laporan pelaksanaan APBDDes semester pertama kepada Bupati Bireuen melalui Camat Jangka. Laporan yang dimaksud meliputi laporan pelaksanaan APBDDes dan Laporan Realisasi Kegiatan. Selanjutnya pada akhir bulan Januari tahun berikutnya Kepala Desa menyerahkan laporan akhir tahun. Dalam hal ini kedua Kepala Desa sudah membuat laporan dan menyampaikannya sesuai dengan ketentuan yang berlaku di lingkungan Pemerintah Kabupaten Bireuen.

Akuntabilitas pada Aktivitas Pertanggungjawaban

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Desa Jangka Alue Bie, Kepala Desa Gampong Meulinteung, dan Sekretaris Desa Gampong Meulinteung diperoleh informasi bahwa seluruh dokumen/laporan yang dipersyaratkan dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia dan Peraturan Bupati Bireuen sudah dilengkapi, karena pencairan dana desa tahap pada tahun berikutnya tidak akan ada tanpa pertanggungjawaban realisasi tahap sebelumnya. Laporan-laporan ini disusun sebagai bentuk akuntabilitas pemerintahan desa kepada pihak-pihak berkepentingan yaitu kepada Pemerintahan Kabupaten Bireuen, Badan Permusyawaratan Desa di desa Gampong Meulinteung dan di desa Jangka Alue Bie dan tentunya kepada masyarakat desa di desa Gampong Meulinteung dan di desa Jangka Alue.

Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Desa

Pemberdayaan pada Desa Jangka Alue Bie dan Desa Gampong Meulinteung, dalam meningkatkan kemandirian masyarakat mulai mengena pada masyarakat. Hal ini dapat ditunjukkan dengan kemampuan dan kemauan masyarakat dalam menganalisa kebutuhan untuk bersama disepakati dalam kegiatan musrenbang sehingga pembangunan dapat terlaksana dan kebutuhan masyarakat dapat terpenuhi.

Perencanaan yang diusulkan dan dianggarkan diharapkan dapat memberikan dampak terhadap peningkatan kesejahteraan dalam jangka panjang. Secara umum perencanaan desa ditujukan untuk memfasilitasi masyarakat supaya mampu mengenali kebutuhan, merumuskan

strategi dan mengelola kebutuhan dalam upaya meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat desa di masa depan.

Dari total 8 indikator yang digunakan Biro Pusat Statistik (BPS) untuk mengetahui tingkat kesejahteraan masyarakat desa Jangka Alue Bie dan desa Gampong Meulinteung, diketahui hanya 2 indikator yang membuktikan masyarakat desa Jangka Alue Bie dan desa Gampong Meulinteung belum sejahtera yaitu indikator pendapatan dan konsumsi/pengeluaran keluarga. Hal ini dikarenakan pendapatan masyarakat desa lebih kecil daripada konsumsi/pengeluaran. Rendahnya pendapatan merupakan isu nasional. Masyarakat di desa Jangka Alue Bie dan Gampong Meulinteung mayoritas bekerja sebagai nelayan atau petani. Pendapatan yang mereka terima per harinya hanya cukup untuk konsumsi satu hari. Yang dimana artinya dari pekerjaan utamanya masyarakat desa tidak memiliki uang untuk disimpan. Sedangkan 6 indikator lainnya, yaitu keadaan tempat tinggal, fasilitas tempat tinggal, kesehatan anggota keluarga, kemudahan mendapatkan pelayanan kesehatan, kemudahan memasukkan anak ke jenjang pendidikan, dan kemudahan mendapatkan fasilitas transportasi menyatakan bahwa masyarakat desa Jangka Alue Bie dan desa Gampong Meulinteung sudah sejahtera.

KESIMPULAN DAN SARAN

Aktivitas Perencanaan. Aktivitas perencanaan baik di desa Jangka Alue Bie maupun desa Gampong Meulinteung sudah dilakukan dengan berdasarkan asas transparan, akuntabilitas dan partisipatif. Hal ini dinilai dari adanya keterbukaan informasi yang dapat diakses dan diawasi langsung oleh pemangku kepentingan, adanya akuntabilitas atas penyelenggaraan kegiatan dalam aktivitas perencanaan serta tingginya tingkat partisipasi masyarakat dalam kegiatan musrenbang desa. Akuntabilitas aktivitas perencanaan bisa dinilai dengan adanya dokumen Berita Acara Hasil Rapat dan daftar hadir peserta musrenbang. Akuntabilitas aktivitas perencanaan pada pengelolaan dana desa di desa Gampong Meulinteung baru diterapkan mulai tahun 2019, sedangkan pada tahun 2015 s.d. 2018 aktivitas perencanaan masih belum berasaskan akuntabilitas.

Aktivitas Pelaksanaan. Aktivitas pelaksanaan baik di desa Jangka Alue Bie maupun desa Gampong Meulinteung sudah diselenggarakan sesuai prosedur dan ketentuan yang berlaku. Bentuk akuntabilitas aktivitas perencanaan dituangkan ke dalam bentuk dokumen Berita Acara Serah Terima Hasil Pemeriksaan Pekerjaan. Namun terdapat perbedaan waktu penyusunan Berita Acara Serah Terima Hasil Pemeriksaan Pekerjaan yang dilakukan oleh masing-masing Panitia Penerima Hasil Pekerjaan. Berita Acara Serah Terima Hasil Pemeriksaan Pekerjaan di desa Jangka Alue Bie disusun di setiap kegiatan selesai dilakukan, sedangkan di desa Gampong Meulinteung Berita Acara Serah Terima Hasil Pemeriksaan Pekerjaan disusun saat akhir tahun berjalan. Sesuai dengan harapan pemerintah dalam mewujudkan desa yang mandiri, desa Jangka Alue Bie sudah memiliki BUMDes yang menjadi sumber Penerimaan Asli Desa (PADes) sedangkan desa Gampong Meulinteung sampai dengan berakhirnya masa penelitian belum memiliki BUMDes. Dari perbandingan informasi tersebut, dapat disimpulkan desa Jangka Alue Bie lebih efektif dalam mengelola dana desanya.

Aktivitas Penatausahaan. Pada aktivitas penatausahaan kedua desa baik desa Jangka Alue Bie maupun desa Gampong Meulinteung belum dilakukan dengan optimal. Hal ini dikarenakan adanya keterbatasan SDM yang dimiliki oleh masing-masing desa, sehingga akuntabilitas pada aktivitas penatausahaan belum optimal.

Aktivitas Pelaporan. Akuntabilitas pada aktivitas pelaporan sudah dilaksanakan dengan baik oleh pemerintahan desa Jangka Alue Bie maupun desa Gampong Meulinteung. Laporan Pelaksanaan APBDes sudah disampaikan kepada Bupati Bireuen melalui Camat Jangka.

Aktivitas Pertanggungjawaban. Akuntabilitas pada aktivitas pertanggungjawaban yang dilakukan oleh pemerintahan desa Jangka Alue Bie maupun desa Gampong Meulinteung sudah baik. Akuntabilitas pada aktivitas pertanggungjawaban disampaikan kepada Pemerintahan Kabupaten, Badan Permusyawaratan Desa (BPD) selaku pengawas kinerja pemerintah desa Gampong Meulinteung dan desa Jangka Alue Bie dan tentunya kepada masyarakat desa di desa Gampong Meulinteung dan di desa Jangka Alue Bie.

Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Desa Jangka Alue Bie dan Gampong Meulinteung. Dari total 8 indikator yang digunakan Biro Pusat Statistik (BPS) untuk mengetahui tingkat kesejahteraan masyarakat desa Jangka Alue Bie dan desa Gampong Meulinteung, diketahui hanya 2 indikator yang membuktikan masyarakat desa Jangka Alue Bie dan desa Gampong Meulinteung belum sejahtera yaitu indikator pendapatan dan konsumsi/pengeluaran keluarga. Hal ini dikarenakan pendapatan masyarakat desa lebih kecil daripada konsumsi/pengeluaran. Rendahnya pendapatan merupakan isu nasional. Masyarakat di desa Jangka Alue Bie dan Gampong Meulinteung mayoritas bekerja sebagai nelayan atau petani. Pendapatan yang mereka terima per harinya hanya cukup untuk konsumsi satu hari. Yang dimana artinya dari pekerjaan utamanya masyarakat desa tidak memiliki uang untuk disimpan. Sedangkan 6 indikator lainnya, yaitu keadaan tempat tinggal, fasilitas tempat tinggal, kesehatan anggota keluarga, kemudahan mendapatkan pelayanan kesehatan, kemudahan memasukkan anak ke jenjang pendidikan, dan kemudahan mendapatkan fasilitas transportasi menyatakan bahwa masyarakat desa Jangka Alue Bie dan desa Gampong Meulinteung sudah sejahtera.

Di samping itu, berdasarkan hasil penelitian ini, diketahui bahwa selain indikator kesejahteraan yang digunakan BPS, khususnya indikator kesejahteraan masyarakat desa juga bisa diukur dengan ada atau tidak sumber Penerimaan Asli Desa (PADes). PADes salah satunya dihasilkan dengan adanya pengelolaan BUMDes. Pengelolaan BUMDes yang efektif, efisien dan ekonomis akan menyerap tenaga kerja yang berasal dari desa setempat. Dari pekerjaan tersebut, tenaga kerja akan menerima upah yang akan meningkatkan kesejahteraan. Oleh karena itu, dalam hal ini, berdasarkan penelitian ini, peneliti menyimpulkan bahwa masyarakat desa Jangka Alue Bie lebih sejahtera dibandingkan masyarakat desa Gampong Meulinteung. Kesejahteraan masyarakat desa Jangka Alue Bie disebabkan karena adanya akuntabilitas dalam pengelolaan dana desa yang handal, kompetensi yang dimiliki oleh pemerintah desa dalam mengelola dana desa serta adanya PADes yang bersumber dari pengelolaan BUMDes yang efektif, efisien dan ekonomis. Dalam penelitian terdapat beberapa keterbatasan yaitu sebagai berikut:

1. Pengelolaan Dana Desa yang diteliti hanya pada tahap perencanaan, Pelaksanaan, Penatausahaan, Pelaporan dan Pertanggungjawaban di lingkup Pemerintahan Desa, tidak membahas pengelolaan Dana Desa di tingkat Kota/Kabupaten maupun proses alokasi, penyaluran dan pertanggungjawaban dana desa di lingkup Kementerian Keuangan;
2. Periode pengelolaan dana desa menggunakan data pada Tahun Anggaran 2015 s.d. 2019, jadi tidak meliputi pengelolaan dana desa jangka panjang maupun jangka menengah; dan
3. Sampel penelitian hanya desa-desa yang sudah pernah diaudit oleh Inspektorat.

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, peneliti memberikan saran berupa:

1. Pemerintah desa Gampong Meulinteung dan desa Jangka Alue Bie terus mengupayakan semaksimal mungkin pengelolaan dana desa yang efektif, efisiensi dan ekonomis, sehingga manfaatnya bisa dinikmati sepenuhnya oleh masyarakat desa;
2. Pemerintah desa Gampong Meulinteung dan desa Jangka Alue Bie agar memprioritaskan program pemberdayaan masyarakat terutama pendirian dan pengelolaan BUMDes dalam rangka meningkatkan PADes;
3. Masyarakat desa Gampong Meulinteung dan desa Jangka Alue Bie agar konsisten dan komitmen untuk turut serta memajukan desanya, baik dalam hal perencanaan pembangunan desa, pelaksanaan pembangunan di lapangan maupun dalam melakukan pengawasan terhadap kinerja pemerintahan desa saat melakukan pengelolaan dana desa;
4. Adanya pembinaan serta pendampingan yang berkesinambungan yang dilakukan oleh Inspektorat, Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Gampong, Perempuan dan Keluarga Berencana, Camat dan lembaga terkait lainnya, seperti Kantor Pajak Pratama (KPP) dalam hal melakukan perhitungan pajak;
5. Kepada peneliti selanjutnya, diharapkan agar:
 - a. penelitian yang dilakukan tidak hanya mencakup pengelolaan dana desa di tingkat desa saja, tetapi mencakup proses penyaluran dan pertanggungjawaban dana desa di tingkat Kabupaten/ Kota dan proses alokasi, penyaluran dan pertanggungjawaban dana desa di lingkup Kementerian Keuangan;
 - b. Periode pengelolaan dana desa menggunakan data yang meliputi pengelolaan dana desa jangka menengah dan jangka menengah; dan
 - c. Sampel penelitian bukan hanya desa-desa yang sudah diaudit oleh Inspektorat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Syukry. (2010). *Perwujudan Transparansi dan Akuntabilitas Publik Melalui Akuntabilitas Sektor Publik: Suatu Sarana Good Governance*. 12 Januari 2010. www.
- Adi, Isbandi Rukminto. (2007). *Intervensi Komunitas Pengembangan Masyarakat Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Adisasmitha, Rahardjo. (2011). *Pembiayaan Pembangunan Daerah*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Adisasmitha, Rahardjo. (2011). *Pengelolaan Pendapatan dan Anggaran Daerah*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Amelia, Ira, Desmiyawati & Nur Azlina. (2013). *Pengaruh Good Governance, Pengendalian Intern dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pemerintah Daerah (Studi Pada Satuan Kerja Pemerintah Kabupaten Pelalawan)*. Jurusan Akuntansi. Fakultas Ekonomi. Universitas Riau. Pekanbaru.
- Bastian, Indra. (2016). *Strategi Manajemen Sektor Publik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Carlitz, Ruth. (2013). Improving Transparency and Accountability in the Budget Process: An Assessment of Recent Initiatives. *Development Policy Review*. Volume 31 (51) pg 549-567.
- CUI-ITB. (2004). Keterkaitan Akuntabilitas dan Transparansi Dalam Pencapaian Good Governance. *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*. Vol.15. No. 1. 2004. Hal 34-47.
- Danim, Sudarwan & Darwis. (2003). *Metode Penelitian Kebidanan: Prosedur, Kebijakan, dan Etik*. Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC.
- Daryanto, Dkk. (2013). *Pengantar Ilmu Manajemen dan Komunikasi*. Prestasi Pustaka; Jakarta.

- Erkkila, Tero. (2007). Governance and Accountability-A shift in conceptualization. University of Helsinki. *Jurnal PAQ SPRING*. Pp 1-38.pdf.
- Eti, Kristina & Septina Dwi Rahmawati. (2019). Analisis Pengelolaan Alokasi Dana Desa Dalam Pembangunan Desa. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. ISSN. 2442-6962. Vol. 8 No. 3 (2019).
- Fahrudin, Adi. (2012). *Pengantar Kesejahteraan Sosial* (Bandung: Refika Aditama, 2012).
- Hasniati. 2016. Model Akuntabilitas Pengelolaan Dana Desa. *Jurnal Analisis dan Pelayanan Publik*. Volume 2, Nomor 1, Juni 2016, pISSN: 2460-6162, eISSN: 2527-6476.
<http://nichonotes.blogspot.com/2015/02/fungsi-manajemen.html>.
https://id.wikipedia.org/wiki/Jangka,_Bireuen.
<https://id.wikipedia.org/wiki/Pertanggungjawaban>.
<https://kbbi.web.id/kelola>.
<https://nasional.kompas.com/read/2020/02/18/19084421/catatan-icw-kasus-korupsi-dana-desa-terbanyak-muncul-pada-2019>
<https://www.radaraceh.id/2019/11/raih-3-besar-nasional-bumdes-malaka.html>.
- Hulu, Yamulia, Dkk. 2018. Pengelolaan Dana Desa dalam Pemberdayaan Masyarakat Desa. *Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial* 10 (1) (2018): 146-154.
- Hutami, Andi Siti Sri. 2017. Analisis Pengelolaan Alokasi Dana Desa (ADD) di Desa Abbatireng Kecamatan Gilireng, Kabupaten Wajo. Government: *Jurnal Ilmu Pemerintahan* Volume 10, Nomor 1, Januari 2017 (10-19) ISSN 1979-5645, e-ISSN 2503-4952.
- Karimah, Faizatul, Dkk. *Pengelolaan Alokasi Dana Desa Dalam Pemberdayaan Masyarakat*. Jurnal.
- Kecamatan Dalam Angka. 2020. Katalog/Catalog: 1102001.1110070. Badan Pusat Statistik Kabupaten Bireuen.
- Kehik, Bernardus Seran dan Medan Yonathan Mael. 2017. Analisis Pengelolaan Alokasi Dana Desa dalam Peningkatan Perekonomian Masyarakat Petani di Desa Usapinonot. Jurnal: *Agrimor* 2 (4) 59-62, *Jurnal Agribisnis Lahan Kering – 2017*, International Standard of Serial Number 2502-1710.
- Kila, Kristina Korniti. 2017. Pengelolaan Alokasi Dana Desa Dalam Meningkatkan Pemberdayaan Masyarakat di Desa Miau Baru Kecamatan Kongbeng Kabupaten Kutai Timur. *eJournal Administrasi Negara*, Volume 5, Nomor 1, 2017: 5188-5200 ISSN 0000-0000, ejournal.an.fisip-unmul.ac.id.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana Perdana Media Grup. Jakarta
- Letik, Andreas. 2019. Pengelolaan Dana Desa Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Desa Fatukoto Kecamatan Mollo Utara Kabupaten Timor Tengah Selatan Provinsi Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Ilmiah Wahana Bhakti Praja*. Vol. 9 No. 1, April 2019: 31 – 52.
- Littlejohn, S. W., dan Foss, K. A. 2009. *Teori Komunikasi Edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mardiasmo, 2009, *Akuntabilitas Sektor Publik*, Andi, Yogyakarta.
- Midgley, James, *Social Development: The Developmental Perspective in Social Welfare*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publication, 2005.

- Mikkelsen, Britha. 1999. *Metode Penelitian Partisipatoris dan Upaya-upaya Pemberdayaan: sebuah buku pegangan bagi para praktisi lapangan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nordiawan, Deddi, dkk. 2008. *Akuntansi Pemerintahan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Oleh, Helen Florensi. 2014. Pelaksanaan Kebijakan Alokasi Dana Desa (ADD) dalam Memberdayakan Masyarakat Desa di Desa Cerme, Kecamatan Grogol, Kabupaten Kediri. *Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik*. Volume 2, Nomor 1, Januari 2014. ISSN 2303 - 341X.
- Pembukaan Undang-undang Dasar 1945.
- Peraturan Bupati Bireuen Nomor 8 Tahun 2015 Tentang Tata Cara Pembagian dan Penetapan Rincian Dana Desa Untuk Setiap Gampong Dalam Kabupaten Bireuen Tahun Anggaran 2015. Bireuen. Bupati.
- Peraturan Bupati Bireuen Nomor 32 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Peraturan Bupati Bireuen Nomor 9 Tahun 2016 Tentang Tata Cara Pembagian dan Penetapan Rincian Dana Desa Setiap Gampong Dalam Kabupaten Bireuen Tahun Anggaran 2016. Bireuen. Bupati.
- Peraturan Bupati Bireuen Nomor 51 Tahun 2017 Tentang Perubahan Atas Peraturan Bupati Nomor 22 Tahun 2017 Tentang Tata Cara Pembagian dan Penetapan Rincian Pagu Indikatif Dana Desa Untuk Setiap Gampong Dalam Kabupaten Bireuen Tahun Anggaran 2017. Bireuen. Bupati.
- Peraturan Bupati Bireuen Nomor 2 Tahun 2018 tentang Tata Cara Pembagian dan Penetapan Rincian Pagu Indikatif Dana Desa Untuk Setiap Gampong Dalam Kabupaten Bireuen Tahun Anggaran 2018. Bireuen. Bupati.
- Peraturan Bupati Bireuen Nomor 3 Tahun 2019 tentang Tata Cara Pembagian Dan Penetapan Rincian Dana Desa Untuk Setiap Gampong Dalam Kabupaten Bireuen Tahun Anggaran 2019. Bireuen. Bupati.
- Peraturan Bupati Bireuen Nomor 1 Tahun 2019 tentang Pengelolaan Keuangan Gampong. Bireuen. Bupati.
- Peraturan Kementrian Dalam Negeri Nomor 72 Tahun 2019 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 137 Tahun 2017 tentang Kode dan Data Wilayah Administrasi Pemerintahan. Jakarta. Menteri Dalam Negeri.
- Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2015 tentang Penetapan Prioritas Penggunaan Dana Desa Tahun 2015. Jakarta. Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi.
- Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2015 tentang Penetapan Prioritas Penggunaan Dana Desa Tahun 2016. Jakarta. Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi.
- Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2017 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi Nomor 22 Tahun 2016 tentang Penetapan Prioritas Penggunaan Dana Desa Tahun 2017. Jakarta. Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi.

- Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2017 tentang Penetapan Prioritas Penggunaan Dana Desa Tahun 2018. Jakarta. Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi.
- Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2018 tentang Prioritas Penggunaan Dana Desa Tahun 2019. Jakarta. Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi.
- Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2019 tentang Prioritas Penggunaan Dana Desa Tahun 2020. Jakarta. Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi.
- Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor 4 tahun 2015 tentang Pendirian, Pengurusan dan Pengelolaan, dan Pembubaran Badan Usaha Milik Desa. Jakarta. Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi.
- Peraturan Menteri Keuangan Nomor 205/PMK.07/2019 tentang Pengelolaan Dana Desa. Jakarta. Menteri Keuangan.
- Peraturan Pemerintah Nomor 101 tahun 2000 tentang Pendidikan dan Pelatihan Jabatan Pegawai Negeri Sipil. Jakarta. Presiden.
- Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2005 tentang Standar Akuntansi Pemerintahan. Jakarta. Presiden.
- Peraturan Pemerintah Nomor 43 Tahun 2014 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa. Jakarta. Presiden.
- Permatasari, Elysabeth, Dkk. 2018. Pengelolaan Alokasi Dana Desa Dalam Meningkatkan Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat Desa. *Jurnal: Conference on Innovation and Application of Science and Technology (CIASTECH 2018)*.
- Prasetyaningtyas, Feni Yudanti dan Susi Sulandari. *Analisis Pengelolaan Alokasi Dana Desa Dalam Pemberdayaan Masyarakat Desa Karangluhur Kabupaten Wonosobo*. Jurnal.
- Purhantara. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Putra, Chandra Kusuma, Dkk. *Pengelolaan Alokasi Dana Desa Dalam Pemberdayaan Masyarakat Desa*. Jurnal.
- Putra,endra Eka. *Pengelolaan Alokasi Dana Desa (ADD) di Desa Tanjung Kecamatan Koto Kampar Hulu Kabupaten Kampar*. Jurnal.
- Qanun Kabupaten Bireuen Nomor 6 Tahun 2018 tentang Pemerintahan Gampong. Bireuen. Bupati.
- Rahardjo, Mudjia. 2012. *Triangulasi dalam Penelitian Kualitatif*. Melalui: <http://mudjjarahardjo.com/artikel/270.html?task=view>.
- Ranupandojo, Heidjarachman, dan Suad Husnan, Dr, MBA. 1996. *Manajemen Personalia*. BPFE, UGM, Yogyakarta.
- Ridha, Fahrul. *Analisis Pengelolaan Dana Desa Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat di Kecamatan Langsa Kota Langsa*. Jurnal.
- Ritzer, George dan Goodman, Douglas J. 2008. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Predana Media.
- Roberto, Silas, Dkk. *Analisis Pengelolaan Alokasi Dana Desa (ADD) di Desa Wuasa Kecamatan Lore Utara*. Jurnal.
- Salindeho, Mariam Magdalena, Dkk. *Analisis Pengelolaan Dan Pemanfaatan Dana Desa di Kecamatan Damau Kabupaten Kepulauan Talaud*. Jurnal.

- Sari, Risyia Novita, Dkk. *Pengelolaan Alokasi Dana Desa Dalam Perspektif Pemberdayaan Masyarakat*. Jurnal.
- Setiawan, Ade. *Pengelolaan Alokasi Dana Desa Dalam Mewujudkan Good Governance*. Jurnal.
- Sholeh, Chabib dan Heru Rochansjah. 2015. *Pengelolaan Keuangan Desa*, Bandung: Fokus Media.
- Sistem Informasi Pembangunan Desa. Melalui: <https://sipede.ppmmd.kemendes.go.id/>
- Sofiyanto, Moh. Dkk. Pengelolaan Dana Desa Dalam Upaya Meningkatkan Pembangunan di Desa Banyuates Kecamatan Banyuates Kabupaten Sampang. *e-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma*.
- Standar Akuntansi Pemerintah dalam Peraturan Pemerintah Nomor 24 Tahun 2005.
- Sudjana, Nana dan Ibrahim. 2001. *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*. Bandung: Sinar Baru Algensindo.
- Sugiharto, Eko. 2007. Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Nelayan Desa Benua Baru Ilir Berdasarkan Indikator Badan Pusat Statistik. *Jurnal: EPP*.Vol.4.No.2.2007:32-36.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2005. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Rosda.
- Sulistiyani, Ambar Teguh. 2004. *Kemitraan dan Model-Model Pemberdayaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tikollah, M. Ridwan, Dkk. 2018. Analisis Pengelolaan Alokasi Dana Desa (ADD) di Kecamatan Mare Kabupaten Bone. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan* Volume 1 Nomor 1 Januari 2018. Hal 87-96 p-ISSN: 2614-2139. e-ISSN: 2614-1973.
- Undang-undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa.
- Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah.
- Wulandari, Suci. 2009. Persepsi Users Atas Akuntabilitas Laporan Pertanggungjawaban Keuangan Pemerintah Daerah (Studi Pada Pemerintah Kota Surakarta). STIE IEU Yogyakarta. *Jurnal Studi Akuntansi Indonesia* Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret. Hal 60-74.pdf.

Analisis Pengaruh Pandemi Covid 19 Terhadap Emiten Properti (Studi Kasus Emiten Properti Dalam LQ-45)

Hanifah Qianis Sari¹; Abdul Rahman²

¹²Politeknik STIA LAN Bandung

[Koresponden: hanifahqianissari@gmail.com](mailto:hanifahqianissari@gmail.com)

Abstract

The covid 19 pandemic is disaster whose impact in all sector especially economic sector in Indonesia. Indonesia's economics whose growth significantly should decrease again because of the corona outbreak. Property field which is focused in occupancy, residential, mall, apartement, etc should willing that income decreased in 2020. Social distance policy make public actually minimize to interacts. Even more also many company should out of business and causing the unemployment rate went up so that public prefer to saving money in pandemic which is uncertain end. The impact can be seen from company's financial statemet, especially in revenue growth also net income growth. Both of facts can give information about product sale and profit of company in certain period. Both of facts also can help the company to make decision about sales of company products so that company will get maximum profit and custumor loyalty.

Keywords : *pandemic covid 19, property business, revenue growth and net income growth.*

Chronicle of Article: Received (06,05,2021); Revised (15,05,2021); and Published (31,05,2021).

© 2021 Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Sosial

How to cite this article: Sari, HQ., Rahman, A (2021) 'Analisis Pengaruh Pandemi Covid 19 Terhadap Emiten Properti (Studi Kasus Emiten Properti Dalam LQ-45)'. *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL*, 1(3), pp. 250–254. Available at: <https://embiss.com/index.php/embiss/index>

PENDAHULUAN

Dalam tahun 2020 banyak peristiwa yang cukup mempengaruhi seluruh sektor baik kesehatan, ekonomi, industri dan lain-lain sehingga perlu mengubah strategi dalam menjual produk perusahaan. Pandemi covid 19 pertama kali mewabah di Indonesia pada bulan Maret 2020 dan membuat masyarakat cukup khawatir dengan wabah tersebut. Sektor properti merupakan salah satu yang terkena dampak cukup besar dari wabah ini. Andika dan Widya (2017) menyatakan bahwa bisnis properti diartikan sebagai harta berupa tanah dan bangunan serta sarana dan prasarana yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari tanah atau bangunan yang dimaksudkan. Sektor property juga menjadi kebutuhan sekunder dalam kehidupan. Namun, di tengah pandemi covid 19 ini minim orang-orang yang butuh dengan produk berupa properti.

Banyaknya masyarakat yang khawatir akan keberlangsungan hidupnya sehingga banyak yang terkena panic attack dan memilih untuk menyimpan uangnya demi keperluan terpenting yaitu pangan. Sektor properti tentu kurang diperhatikan oleh masyarakat dan membuat pendapatan dari perusahaan menurun. Hal ini juga dapat berdampak pada pemangkasan pegawai dan membuat peningkatan pengangguran di Indonesia. Beberapa perusahaan properti di Indonesia yang cukup besar yaitu Bumi Serpong Damai, Summarecon Agung,

Pakuwon Jati, dan Ciputra Development. Perusahaan diatas merupakan perusahaan properti yang terkena dampak dari pandemic. Terbukti dengan sahamnya yang menurun cukup drastis karena banyak investor yang menjual sahamnya serta pendapatan yang menurun dari perusahaan tersebut. Perusahaan properti mulai redup karena pandemic ini sehingga membutuhkan strategi baru dalam mengembangkan produknya.

Adapun penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh covid terhadap perusahaan property ditinjau dari laporan keuangan melalui sekuritas. Dengan hal ini, dapat diketahui kinerja perusahaan apakah meningkat atau menurun dari tahun sebelumnya. Kinerja perusahaan dapat dilihat dari ROA (*Return of Asset*), ROE (*Return of Equity*) dan DER (*Debt Equity Ratio*). Ketiga hal ini tidak bisa diteliti atau dihitung apabila tidak ada data dari *Revenue Growth* dan *Net Income Growth*.

Bagaimana pengaruh pandemic terhadap kinerja perusahaan property dilihat dari laporan keuangan masing-masing perusahaan. Hal ini juga dilakukan untuk mengetahui kerugian atau keuntungan dalam perusahaan di tahun 2020. Selain itu, ini juga dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi meningkat atau menurunnya produksi perusahaan. Oleh karena itu dalam prosesnya membutuhkan data-data yang sudah terbukti dan terpercaya. Sektor property sangat dibutuhkan karena meningkatnya angka pertumbuhan penduduk maka akan meningkat pula kebutuhan primer (papan). Maka dari itu, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis serta menemukan strategi baru dalam memajukan sektor property.

LITERATURE REVIUW

Andika dan Wijaya (2017) menyatakan bahwa bisnis properti merupakan salah satu bidang usahayang marak dan populer dan telah menjadi sektor perdagangan yang penting serta trendi di kalangan para pengusaha. Dadan (2009) menyatakan bahwa ada beberapa keuntungan dari bisnis properti yaitu dapat uang secara rutin, nilai kepemilikan properti yang selalu naik dan gain properti. Dari dua penjelasan diatas dapat dikatakan bahwa bisnis property cukup memberikan banyak keuntungan. Selain itu, juga bisnis ini terkait dengan kebutuhan hidup masyarakat sehingga dapat dikatakan fleksibel atau tidak terputus. Bisnis ini juga memberikan kontribusinya dalam meningkatkan laju pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Banyaknya angka pertumbuhan penduduk ditambah dengan UMR suatu daerah membuat para pengusaha properti mendapatkan cukup banyak kesempatan untuk membidik mangsa pasar yang tepat dalam penjualan.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian kali ini, menggunakan metode deskriptif-kuantitatif. Dimana penelitian ini menjelaskan pengaruh dari pandemic covid 19 terhadap bisnis property di Indonesia seperti Pakuwon Jati, Ciputra Development, Bumi Serpong Damai, dan Summarecon Agung. Perbandingan hasil indikator laporan keuangan ini bertujuan untuk melihat perusahaan mana yang terkena dampak cukup parah dari pandemic covid 19 melalui saham perusahaan. Data tersebut dapat dilihat dari laporan revenue growth dan net income growth. Dengan hasil perbandingan ini dapat dilihat bahwa peran atau pengaruh pandemic dalam kelangsungan atau kinerja/operasional perusahaan property.

Revenue Growth menggambarkan atau menjabarkan pendapatan atau pemasukan dari penjualan produk perusahaan dalam periode tertentu. Hal ini dapat menjadi tolak ukur

keberhasilan dari usahatersebut. *Net Income Growth* menggambarkan atau menjabarkan laba bersih dari penjualan yang sudah dikurangi dengan beban dan penambahan lainnya dalam periode tertentu. Hal ini dapat menjadi gambaran dari kinerja perusahaan dalam satu periode serta dapat membantu perusahaan dalam membuat keputusan dan meramalkan target. Maka dari itu, dalam penelitian ini penulis mengambil variabel :

- V1 : Bagaimana pengaruh pandemic terhadap revenue growth perusahaan property?
- V2 : Bagaimana pengaruh pandemic terhadap net income growth perusahaan property ?

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

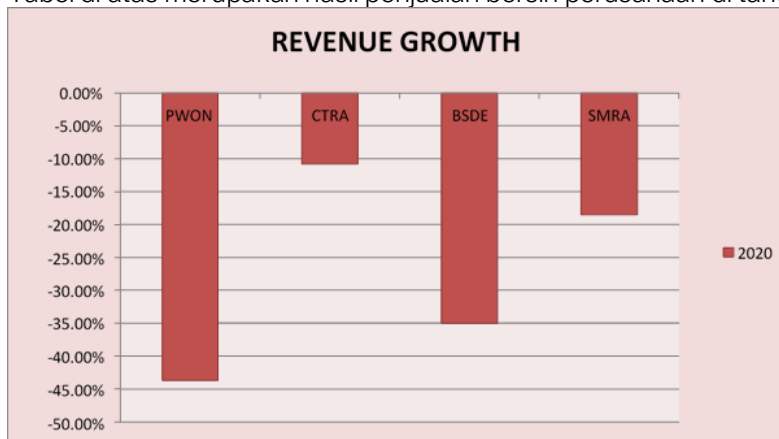
Dalam laporan keuangan yang berisi informasi data kuantitas dan laju keuangan dalam periode tertentu dibutuhkan ketelitian serta analisis sesuai fakta yang aktual. Sehingga dapat menjadi acuan dalam mengambil suatu keputusan bagi perusahaan yang optimal. Dalam penelitian kali ini, terkait saham bisnis properti yang ada di Indonesia dan pengaruh pandemic covid 19 terhadap bisnistersebut diperlukan penelitian terkait fakta yang sudah terbukti seperti artikel dan jurnal. Hal ini dapat mendukung penelitian yang maksimal sehingga dapat ditemukan akar dari permasalahan yang ada.

Fakta dan Temuan

Adapun beberapa temuan yang saya dapat melalui dta-data keuangan perusahaan dalam RTI Business.

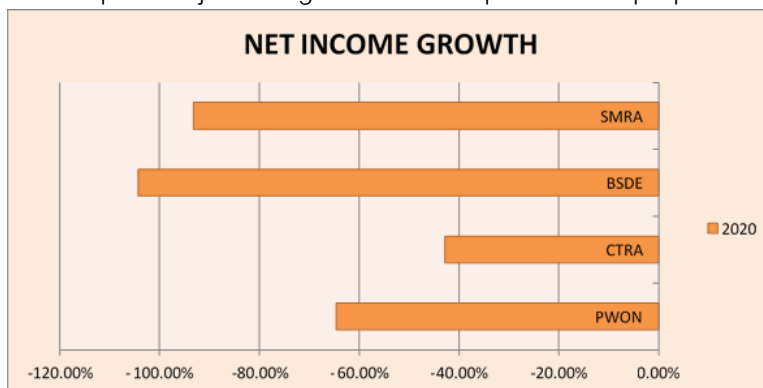
Tabel 1.

Tabel di atas merupakan hasil penjualan bersih perusahaan di tahun 2020



Tabel 2.

Tabel di bawah merupakan laju keuangan laba bersih perusahaan properti di tahun 2020



Terkait dengan data-data yang ditemukan untuk mengetahui pengaruh pandemic covid

terhadap perusahaan properti di Indonesia dapat membantu menemukan faktor yang terkena dampaknya atau pengaruhnya dalam bisnis tersebut.

Revenue Growth

Dilihat dari tabel 1.1 yang mengalami penurunan dari penjualan bersih paling banyak yaitu Pakuwon Jati (PWON) dengan penurunan sebanyak 43,67%. Dilihat dari jumlah tersebut membuktikan bahwa perusahaan tersebut kehilangan hampir setengah pelanggan atau konsumen dari periode sebelumnya. Hal ini juga didukung dengan data dari laju keuangan pada bulan Maret. Pada bulan Maret 2020 perusahaan ini mengalami penurunan yang cukup tajam dikarenakan hadirnya pandemi covid 19 yang membuat masyarakat menjadi *panic attack*. Hal ini menjadi salah satu faktor penurunan dari penjualan Pakuwon Jati tahun 2020.

Selain itu ada Ciputra Development yang mengalami penurunan dari penjualan bersih sebesar 10,84%. Dilansir dari CNBC Indonesia direktur PT Ciputra mengatakan bahwa penurunan penjualan baik dari segmen perumahan, real estate, mall hingga area perkantoran karena kebijakan pembatasan sosial berskala besar (PSBB). Hal ini dapat menyebabkan penurunan demand, karyawan yang dirumahkan, mall ditutup, jam operasional yang dibatasi dan tidak bisa dine in menjadi beberapa dampak kerugian dari bisnis properti.

Adapula Bumi Serpong Damai yang mengalami penurunan penjualan bersih sebesar 35%. Penurunan ini dapat menjadi bukti dari dampak pandemi covid 19 di tahun 2020 pada bisnis properti. Menurut data dari IDX terkait dengan kerugian dari perusahaan Bumi Serpong Damai yaitu pembatasan operasional pada kantor pusat, proyek usaha seperti ITC, mall dan gedung perkantoran. Tentu saja hal di atas dapat mempengaruhi pendapatan perusahaan akibat pandemi.

Pada perusahaan Summarecon Agung mengalami penurunan penjualan bersih sebesar 18,52%. Penurunan ini juga menjadi dampak dari adanya covid 19 yang mengakibatkan penurunan harga saham dari perusahaan ini. Dilansir dari industri.kontan menyatakan bahwa perusahaan ini mengalami penurunan penjualan dan kegagalan dalam pencapaian target akibat dari pandemi. Sekertaris dari SMRA pun menyatakan bahwa realisasi *marketing sales* sepanjang 2020 hanya sebesar 855 miliar atau 19% dari target yang sebesar 4,5 triliun.

Net income growth

Perusahaan properti yang mengalami penurunan laba bersih terbanyak yaitu Bumi Serpong Damai dengan penurunan sebesar 104,27% pada tahun 2020. Turunnya angka yang cukup drastis dari BSDE juga membuktikan bahwa adanya kegagalan target dalam penjualan oleh perusahaan. Hal ini juga dipengaruhi oleh adanya wabah pandemi covid 19 yang membuat kegiatan operasional perusahaan melambat. Ditambah adanya kebijakan PSBB yang dikeluarkan pemerintah sehingga mempersulit perusahaan dalam mendapatkan pelanggan untuk bisnis properti.

Adapun perusahaan Summarecon Agung pun mengalami penurunan laba bersih sebesar 93,15%. Angka ini membuktikan bahwa besarnya pengaruh pandemi covid 19 terhadap perusahaan sehingga laba bersih tahun 2020 menurun drastis. Perusahaan perlu mengubah strategi baru agar operasional perusahaan tetap berjalan walaupun dengan adanya wabah ini. Hal ini juga dapat membuktikan bahwa kurangnya inovasi dari perusahaan untuk meminimalisir angka kerugian atau penurunan dari laba tahun 2020.

Selain itu juga pada perusahaan Pakuwon Jati yang mengalami penurunan laba bersih atau net income growth sebesar 64,65%. Perusahaan yang terletak di Surabaya ini dan cukup terkenal dengan bisnis propertinya pun menghadapi krisis dalam meraih laba bersih di tahun 2020. Laba bersih ini dapat mempengaruhi kinerja perusahaan dari segi permodalan, dan operasional

perusahaan.

Adapun perusahaan Ciputra Development yang mengalami penurunan laba bersih tahun 2020 sebesar 42,82%. Hal ini dapat mempengaruhi harga saham dari perusahaan. Penurunan ini diakibatkan dengan adanya wabah covid 19 yang ada di Indonesia pada bulan Maret 2020. Ini menjadi permulaan dari penurunan laba bersih perusahaan properti ini. Penurunan ini dapat mengakibatkan adanya kinerja yang tidak optimal dari perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dampak pandemic covid 19 akan menjadi faktor dari keterbelakangan bisnis properti dari semua sektor. Karena konsumen akan cenderung menahan pembelian untuk *saving net* yang akan membuat penurunan *demand* dan *occupancy* untuk mengantisipasi adanya pandemic yang tidak ada kepastian kapan berakhirnya, dimana dampak dari pandemi ini meliputi seluruh bidang perekonomian. Selain itu, dampak dari wabah ini pada entitas bisnis berkaitan dengan aktivitas bisnis, secara konvensional dalam bidang pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, dan operasional.

Dilansir dari jendela360.com menyatakan bahwa beberapa dampak dari pandemi terhadap bisnis properti yaitu lesunya industri perhotelan yang dikarenakan dengan kebijakan *stay at home* dan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar), ancaman pada industri perkantoran karena himbuan bekerja jarak jauh (*work from home*), dan pembayaran KPR (Kredit Pemilikan Rumah) yang tersendat akibat debitur yang mengalami penurunan pendapatan.

Dari semua dampak yang telah disebutkan dapat disimpulkan bahwa pandemic covid 19 membawa banyak sekali perubahan dalam seluruh bidang sektor di Indonesia khususnya ekonomi. Hal ini dapat menjadi ajang bagi para pelaku usaha bisnis untuk dapat *survive* dengan membuat strategi dan perlu adanya kebijakan serta inovasi baru bagi keberlangsungan perusahaan. Hal ini juga dapat membantu perusahaan untuk menentukan target pasar yang baru dan lebih kompetitif sehingga akan mendapatkan citra yang baik dari masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Wijaya, Andika dan Wida Peace Ananta. (2017). *Hukum Bisnis Properti Indonesia*. PT Grasindo : Jakarta. Darmawan, Dadan. 2009. *Karya Dari Bisnis Properti*. Katalog Dalam Terbitan (KDT) : Jakarta Selatan.
- Kusumastuti, Dyah Anggit. (2020). *Pengaruh Pandemi Covid 19 Terhadap Eksistensi Bisnis UMKM*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 8 (3), p 224-232
- Wikanto, Agung. (2020). *Summarecon Agung Merasakan Dampak Negatif Virus Corona*. <https://industri.kontan.co.id/news/summarecon-agung-merasakan-dampak-negatif-virus-corona> (diakses pada tanggal 30 oktober 2020)
- Jendela360.com. (2020). *Dampak Pandemi Corona Pada Sektor Properti Tahun 2020*. <https://jendela360.com/info/dampak-pandemi-corona-pada-sektor-properti-tahun-2020/> (diakses pada tanggal 31 Oktober 2020)
- Sidik, Syahrizal. (2020). *Bos Ciputra Buka-Bukaan Soal Dampak Covid-19 Ke Properti*. <https://www.cnbcindonesia.com/profil/20201006143343-41-192253/bos-ciputra-buka-bukaan-soal-dampak-covid-19-ke-properti> (diakses pada tanggal 30 Oktober 2020)
- Dinata, Andhika. (2020). *Sektor Properti Dihantam Pandemi, Seberapa Kuat Bertahan?*. <https://www.gatra.com/detail/news/480988/ekonomi/sektor-properti-dihantam-pandemi-seberapa-kuat-bertahan> (diakses pada tanggal 31 Oktober 2020).

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Pemasaran Relasional Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Dealer X Motor Yamaha Area Bogor)

Irene Rafinadora Kristina¹; Son Diamar²; Choiril Maksum³

¹Magister Manajemen Sekolah Pascasarjana Universitas Pancasila

^{2,3}Sekolah Pascasarjana Universitas Pancasila

*Korespondensi: irene.rafinadora51@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this research is to find the influence of service quality and product quality to effect on customer loyalty with relationship marketing as a variable intervening (case study at dealer X on Bogor area). The research data collection uses the questioner spread to respondents. The population of this research is all customers of Dealer X Bogor area. The sampling method collection used in this research is non-probability sampling, with the collection technique is purposive sampling. The total sample of this research is 240 respondents. Calibration instrument to verify validity and reliability of each item. For each statement calculated with coefficient product-moment, and reliability calculated with coefficient alpha Cronbach. The analysis used in this research is Structural Equation Modelling (SEM) analysis technique. The results of this research show that service quality has an impact on relationship marketing, and product quality have an impact on relationship marketing. The conclusion is product quality has a higher value impact on relationship marketing than service quality. Service quality has an impact on customer loyalty, and product quality has an impact on customer loyalty. The conclusion is customer value has a higher value impact on customer loyalty than service quality. Purchase decisions have an impact on customer loyalty. As a whole viewed, which has the most impact on customer loyalty is relationship marketing. Based on this result of research, to increase customer loyalty need good service quality and good product quality so that improve relationship marketing between Dealer X and customer, and increase customer loyalty.

Keywords: Service quality, product quality, relationship marketing, customer loyalty.

Chronicle of Article: Received (06,05,2021); Revised (15,05,2021); and Published (31,05,2021).

© 2021 Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Sosial

How to cite this article: Kristina, I.R., Diamar, S., Maksum, C (2021) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Pemasaran Relasional Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Dealer X Motor Yamaha Area Bogor)'. *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL*, 1(3), pp. 255–270. Available at: <https://embiss.com/index.php/embiss/index>

PENDAHULUAN

Semakin meningkatnya kesejahteraan masyarakat di bidang ekonomi menimbulkan kebutuhan hidup yang semakin kompleks, termasuk di dalamnya kebutuhan akan sarana transportasi. Kemajuan teknologi mendorong perkembangan bisnis otomotif yang semakin pesat. Hal ini ditandai dengan banyaknya dealer-dealer sepeda motor baru yang muncul di Indonesia. Adanya impor sepeda motor di Indonesia juga merupakan salah satu bentuk perkembangan bisnis otomotif di Indonesia sehingga menuntut perusahaan untuk melakukan persaingan yang sangat ketat.

Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen yang lebih memuaskan dari pada yang dilakukan oleh pesaing. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan konsumen serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman konsumen yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan (Atmawati dan Wahyudin, 2007).

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas produk dan layanan yang dikehendaki pelanggan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi perusahaan. Untuk kepuasan pelanggan terhadap layanan, ada dua hal pokok yang saling berkaitan erat yaitu harapan pelanggan terhadap kualitas layanan (*expected quality*) dan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan (*perceived quality*). Pelanggan selalu menilai suatu layanan yang diterima dibandingkan dengan apa yang diharapkan atau diinginkan.

Konsep kualitas produk telah menjadi faktor yang sangat dominan terhadap keberhasilan organisasi, baik organisasi profit maupun non profit, karena apabila konsumen merasa bahwa kualitas produk yang diterimanya baik atau sesuai harapan, maka akan merasa puas, percaya dan mempunyai komitmen menjadi konsumen yang loyal (Ukudi, 2007:215). Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan (Tjiptono, 2000:68).

Adapun tujuan-tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memperoleh hasil analisis mengenai:

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap pemasaran relasional Dealer X
2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Dealer X
3. Pengaruh kualitas produk terhadap pemasaran relasional Dealer X
4. Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Dealer X
5. Pengaruh pemasaran relasional terhadap loyalitas pelanggan pada Dealer X

LITERATUR REVIUW

Menurut Kotler dan Keller (2012:5) bahwa pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan ingin menciptakan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan barang dan jasa yang bernilai dengan orang lain. Adanya kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, menimbulkan respons positif berupa terjadinya pembelian ulang, dan menganjurkan

konsumen lain agar membeli produk yang lama. Menurut Kotler (2004) jasa ialah aktivitas atau keuntungan yang dapat ditawarkan seseorang kepada orang lain dimana secara essensial tidak berwujud (*intangible*) dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun juga. Loyalitas adalah sebuah keputusan konsumen secara sukarela untuk terus menerus berlangganan pada sebuah perusahaan tertentu dalam periode waktu yang panjang. Dalam konteks bisnis loyalitas dapat digunakan untuk menjelaskan kesediaan konsumen untuk berlangganan secara terus menerus pada sebuah perusahaan dalam jangka waktu yang lama, pembelian dan menggunakan produk atau jasa berulang dan secara sukarela merekomendasikan kepada orang lain. Indikator dari loyalitas pelanggan menurut Kotler & Keller (2006 ; 57) adalah *Repeat Purchase* (kesetiaan terhadap pembelian produk); *Retention* (Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan); *Referrals* (mereferensikan secara total esistensi perusahaan).

Relationship marketing merupakan suatu pendekatan yang menekankan pada usaha menarik dan mempertahankan pelanggan melalui peningkatan hubungan perusahaan dengan pelanggannya. Pemasaran relasional berhubungan dengan bagaimana perusahaan mampu membangun keakraban dengan konsumennya, untuk dapat membangun hubungan yang akrab. Menurut Tandjung (2004:91), dimensi pemasaran relasional terbagi atas empat yaitu harmony, trust, empathy dan participation reciprocity.

Kepuasan pelanggan merupakan penentuan yang signifikan dari pengulangan pembelian, informasi dari mulut ke mulut yang positif dan kesetiaan pelanggan. Kepuasan pelanggan akan mempengaruhi intensitas perilaku untuk membeli jasa dari penyedia jasa yang sama (Kotler dan Keller, 2009: 177). Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. Salah satu cara menciptakan pelanggan yang puas yaitu dengan melalui peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Persoalan kualitas sudah menjadi harga yang harus dibayar oleh perusahaan agar tetap dapat bertahan dalam bisnisnya. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang erat dengan perusahaan (Lupiyoadi, 2001).

Kualitas jasa lebih sulit untuk dievaluasi daripada barang, maka perlu pendekatan yang berbeda dalam mengukur kualitas jasa (Iskandar dan Bernarto, 2007:145). Dimensi kualitas yang terkenal terbagi menjadi 5 dimensi pokok, yaitu : keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) dan bukti fisik (*tangibles*).

Hipotesis

Ho₁ : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap pemasaran relasional produk pada Dealer X.

Ha₁ : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap pemasaran relasional produk pada Dealer X.

Ho₂ : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan produk pada Dealer X.

Ha₂ : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan produk pada Dealer X.

Ho₃ : Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Dealer X.

Ha₃ : Kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Dealer X.

Ho₄ : Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Dealer X.

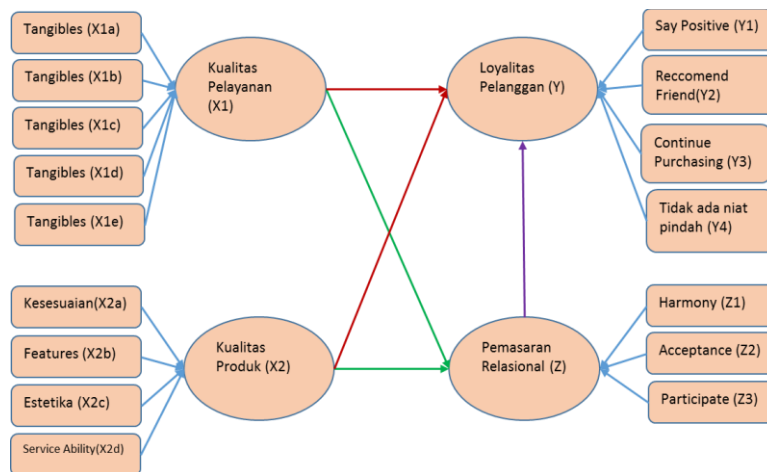
Ha₄ : Kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Dealer X.

Ho₅ : Pemasaran relasional tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Dealer X.

Ha₅ : Pemasaran relasional berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Dealer X.

Untuk lebih jelasnya dapat digambarkan dalam model sebagai berikut:

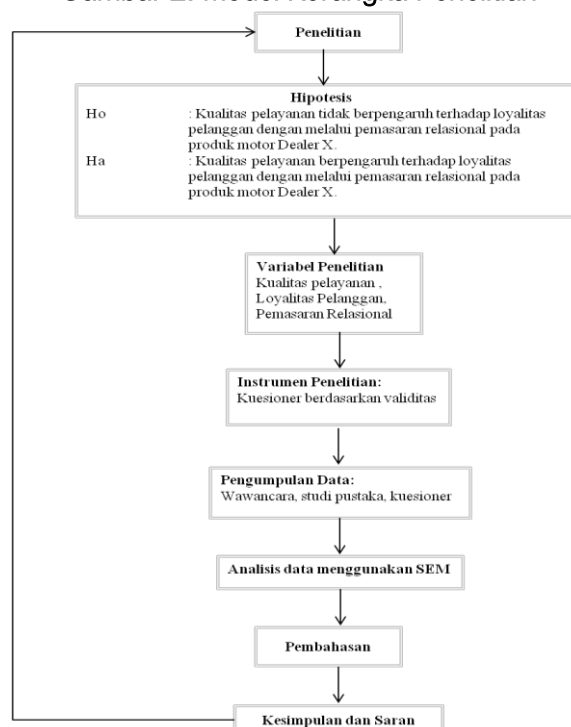
Gambar 1. Model Penelitian



METODE PENELITIAN

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive sampling* yaitu teknik sampling berdasarkan kriteria. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah responden telah melakukan pembelian motor Yamaha lebih dari 1 kali dan berdomisili di daerah Bogor (bukan lintas area). Hair et al. (1998:637) menyatakan bahwa jumlah sampel yang diambil minimal 5 kali dari jumlah parameter yang dipergunakan dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan 42 parameter yang berupa item-item pertanyaan dalam kuesioner, sehingga jumlah sampel minimal yang diambil adalah sebesar $48 * 5 = 240$. Berdasarkan jumlah sampel minimal yang harus diambil dalam penelitian ini, maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini ditentukan 240 orang

Gambar 2. Model Kerangka Penelitian



Pengukuran Variabel Penelitian

Data yang telah terkumpul kemudian dilakukan skala pengukuran dan pemberian skor. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah modifikasi skala *Likert*, yaitu dari 1 sampai 5. Skala pengukuran untuk setiap variabel diukur melalui modifikasi dengan poin yang disesuaikan dengan materi penelitian yang dikembangkan.

Definisi Operasional

Definisi operasional adalah salah satu operasional yang diberikan pada suatu variabel atau dengan cara memberikan arti kegiatan ataupun membenarkan suatu operasional yang perlu mengukur variabel tersebut (Umar, 2010). Definisi operasional meliputi :

1. Kualitas pelayanan adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh Dealer X. Indikator dalam penelitian ini adalah: (1) *Tangibles* :Kerapian penampilan staf dan fasilitas dealer ; (2) *Reliability* :Kemampuan menyediakan jasa pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya; (3) *Responsiveness* :Kesediaan membantu konsumen; (4) *Assurance* :Kejujuran karyawan; dan (5) *Emphaty* :Karyawan mempunyai perhatian kepada setiap konsumen.
2. Pada penelitian ini ditentukan empat indikator dari variabel kualitas produk menurut Nasution (2005:5) yaitu: (1) Keistimewaan (*Features*); (2) Kesesuaian dengan spesifikasi (*cConformance to specification*); (3) Estetika (*Aesthetic*); dan (4) Kemampuan Pelayanan (*Service Ability*).
3. Pemasaran relasional merupakan tingkat perasaan konsumen pada Dealer X setelah membandingkan hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Indikator yang digunakan adalah: (1) *Harmony* yaitu adanya pemeliharaan hubungan yang terjalin antara staf dengan pelanggan; (2) *Participation Simplicity* yaitu kemudahan prosedur yang dirasakan oleh konsumen; (3) *Acceptance* yaitu pelanggan memahami keuntungan yang akan diperoleh; dan (4) *Participation Simplicity* yaitu kemudahan prosedur yang dirasakan oleh konsumen.
4. Loyalitas pelanggan adalah sikap pelanggan yang mendukung secara lebih kepada sebuah merek yang telah dibandingkan dengan beberapa alternatif yang lain dan berlangganan ulang. Indikator yang digunakan adalah: (1) *Say positive things* yaitu berupa penyampaian kepada orang lain dalam bentuk kata-kata secara positif tentang perusahaan; (2) *Recommend friend* yaitu suatu proses yang berujung pada mengajak pihak lain untuk menggunakan produk; (3) *Continue purchasing* yaitu sikap untuk membeli ulang kepada konsumen; dan (4) Pelanggan tidak berniat pindah dari perusahaan lain

Teknik Analisa Data

Analisis data merupakan kegiatan yang dilakukan setelah data mengalami proses pengolahan. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian terdiri dari analisis kualitatif dan analisis kuantitatif. (Arikunto, 2013). Dalam hal ini analisis kualitatif digunakan untuk menginterpretasikan data yang sudah diolah menjadi suatu informasi yang berguna. Analisis kuantitatif adalah suatu analisis yang penyajiannya dalam bentuk angka-angka yang dapat diukur dan dihitung.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah Metode Kuantitatif. Variabel-variabel laten (Konstruk) yang ada diwujudkan dalam variabel manifest (Indikator) dan dijabarkan lagi menjadi item-item pertanyaan. Jawaban pertanyaan responden ini diukur dengan suatu skala sehingga hasilnya berbentuk angka +(skor). Selanjutnya skor ini diolah dengan metode statistik.

Alat-alat analisis yang akan dipakai dalam penelitian ini ada dua jenis yaitu untuk menguji data dan yang kedua untuk menguji model.

Pengujian Hipotesis

Secara parsial, pengujian hipotesis dilakukan dengan uji t-test. Menurut Ghozali (2005: 84) “uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen”. Uji t dapat ditentukan dengan rumus:

$$t = \frac{b}{Sb}$$

Keterangan:

b = Koefisien regresi

Sb = Standar Error

Uji ini dilakukan dengan membandingkan signifikansi t hitung dengan ketentuan:

jika thitung < ttabel pada α 0.05, maka Ho diterima.

jika thitung > ttabel pada α 0.05, maka Ho ditolak.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Menilai Outer Model atau Measurement Model

Convergent Validity

Convergent Validity dari model pengukuran dengan refleksif indikator dinilai berdasarkan korelasi antar item skor/*component score* yang diestimasi dengan *software* SmartPLS. Ukuran untuk indikator refleksif individual dikatakan tinggi jika nilai *cross loading* $\geq 0,7$ dengan konstruk yang diukur. Namun menurut Ghozali (2008) dalam Rifai (2015) untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai *loading factor* berkisar antara 0,5 sampai 0,6 dianggap cukup memadai. Dalam penelitian ini, akan digunakan batas *loading factor* sebesar 0,5.

Tabel 1.

Loading Factor Variabel Kualitas Pelayanan

Indikator	Loading Factor
KL1	0.799
KL2	0.755
KL3	0.834
KL4	0.795
KL5	0.810
KL6	0.804
KL7	0.778
KL8	0.821
KL9	0.822
KL10	0.846
KL11	0.261
KL12	0.853
KL13	0.713
KL14	0.712
KL15	0.698

Dikarenakan nilai *loading factor* pada indikator KL11 nilainya di bawah 0,5 maka dilakukan pengolahan data kembali terhadap keseluruhan model (*cross loading*). Nilai indikator KL11 pada

variabel Kualitas Pelayanan (KL) masih lebih besar dibandingkan terhadap nilai indikator KP11 pada variabel lainnya yaitu Kualitas Produk (KP), Pemasaran Relasional (PR), dan Loyalitas Pelanggan (LP) sehingga indikator tersebut dinyatakan valid.

Tabel 2.

Loading Factor Variabel Kualitas Produk

Indikator	Loading Factor
KP1	0.658
KP2	0.670
KP3	0.705
KP4	0.780
KP5	0.767
KP6	0.607
KP7	0.718
KP8	0.754
KP9	0.778
KP10	0.700
KP11	0.636
KP12	0.696

Nilai *loading factor* untuk indikator variabel kualitas produk sudah memenuhi validitas karena nilainya diatas 0,5 jadi tidak perlu dibandingkan dengan nilai *cross loading* antar variabel.

Tabel 3.

Loading Factor Variabel Pemasaran Relasional

Indikator	Loading Factor
PR1	0.864
PR2	0.829
PR3	0.728
PR4	0.810
PR5	0.831
PR6	0.877
PR7	0.808
PR8	0.843
PR9	0.753

Nilai *loading factor* untuk indikator variabel pemasaran relasional sudah memenuhi validitas karena nilainya diatas 0,5 jadi tidak perlu dibandingkan dengan nilai *cross loading* antar variabel.

Tabel 4.

Loading Factor Variabel Loyalitas Pelanggan

Indikator	Loading Factor
LP1	0.684
LP2	0.711
LP3	0.739
LP4	0.576
LP5	0.741
LP6	0.752
LP7	0.725
LP8	0.796
LP9	0.739
LP10	0.800

LP11	0.820
LP12	0.819

Nilai *loading factor* untuk indikator variabel loyalitas pelanggan sudah memenuhi validitas karena nilainya diatas 0,5 jadi tidak perlu dibandingkan dengan nilai *cross loading* antar variabel.

Discriminant Validity

Discriminant validity mengukur seberapa jauh suatu konstruk benar-benar berbeda dari konstruk lainnya. Nilai *discriminant validity* yang tinggi memberikan bukti bahwa suatu konstruk adalah unik dan mampu menangkap fenomena yang diukur. Cara menguji *discriminant validity* adalah dengan membandingkan nilai *cross loading* indikator ke konstruk (variabel dimana indikator tersebut ada didalamnya) lebih besar dari konstruk lainnya (variabel lain dalam model).

Tabel 5.

	KL	KP	LP	PR
KL1	0.799	0.701	0.651	0.730
KL2	0.755	0.609	0.613	0.634
KL3	0.834	0.699	0.629	0.723
KL4	0.795	0.642	0.631	0.635
KL5	0.810	0.701	0.626	0.693
KL6	0.804	0.694	0.634	0.673
KL7	0.778	0.678	0.587	0.676
KL8	0.821	0.675	0.621	0.689
KL9	0.822	0.664	0.650	0.681
KL10	0.846	0.711	0.672	0.702
KL11	0.261	0.195	0.175	0.217
KL12	0.853	0.752	0.689	0.727
KL13	0.713	0.681	0.671	0.642
KL14	0.712	0.670	0.632	0.639
KL15	0.698	0.566	0.615	0.583
KP1	0.452	0.658	0.376	0.442
KP2	0.493	0.670	0.452	0.503
KP3	0.526	0.705	0.521	0.479
KP4	0.716	0.780	0.588	0.683
KP5	0.673	0.767	0.617	0.688
KP6	0.593	0.607	0.538	0.568
KP7	0.642	0.718	0.604	0.595
KP8	0.669	0.754	0.593	0.700
KP9	0.776	0.778	0.621	0.670
KP10	0.527	0.700	0.503	0.465
KP11	0.471	0.636	0.369	0.387
KP12	0.585	0.696	0.576	0.500
LP1	0.504	0.381	0.684	0.448
LP2	0.552	0.583	0.711	0.571
LP3	0.552	0.568	0.739	0.528

LP4	0.542	0.586	0.576	0.559
LP5	0.663	0.642	0.741	0.622
LP6	0.635	0.641	0.752	0.622
LP7	0.580	0.458	0.725	0.555
LP8	0.642	0.610	0.796	0.658
LP9	0.577	0.472	0.739	0.547
LP10	0.647	0.587	0.800	0.625
LP11	0.622	0.575	0.820	0.611
LP12	0.645	0.642	0.819	0.630
PR1	0.721	0.674	0.645	0.864
PR2	0.740	0.640	0.659	0.829
PR3	0.523	0.524	0.459	0.728
PR4	0.774	0.698	0.704	0.810
PR5	0.735	0.689	0.654	0.831
PR6	0.733	0.714	0.701	0.877
PR7	0.678	0.655	0.645	0.808
PR8	0.712	0.665	0.704	0.843
PR9	0.620	0.637	0.569	0.753

Dari Tabel 5, dapat dilihat bahwa nilai *Cross Factor Loadings* dari masing-masing konstruk lebih tinggi dibandingkan nilai masing-masing konstruk lainnya. Dengan demikian dilihat dari nilai validitas pembeda, maka masing-masing konstruk merupakan variabel yang unik, dan berbeda dengan konstruk atau variabel lainnya karena memiliki nilai yang lebih tinggi jika dihadapkan dengan variabel-variabel lain.

Average Variance Extracted (AVE) dan mengevaluasi Composite Reliability

Kriteria validity dan reliabilitas juga dapat dilihat dari nilai reliabilitas suatu konstruk dan nilai *Average Variance Extracted (AVE)* dari masing-masing konstruk. Konstruk dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi jika nilainya 0,70 dan AVE berada diatas 0,50.

Tabel 6.

<i>Composite Reliability dan Average Variance Extracted</i>		
	<i>Composite Reliability</i>	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
KL	0.954	0.587
KP	0.923	0.501
LP	0.937	0.555
PR	0.948	0.668

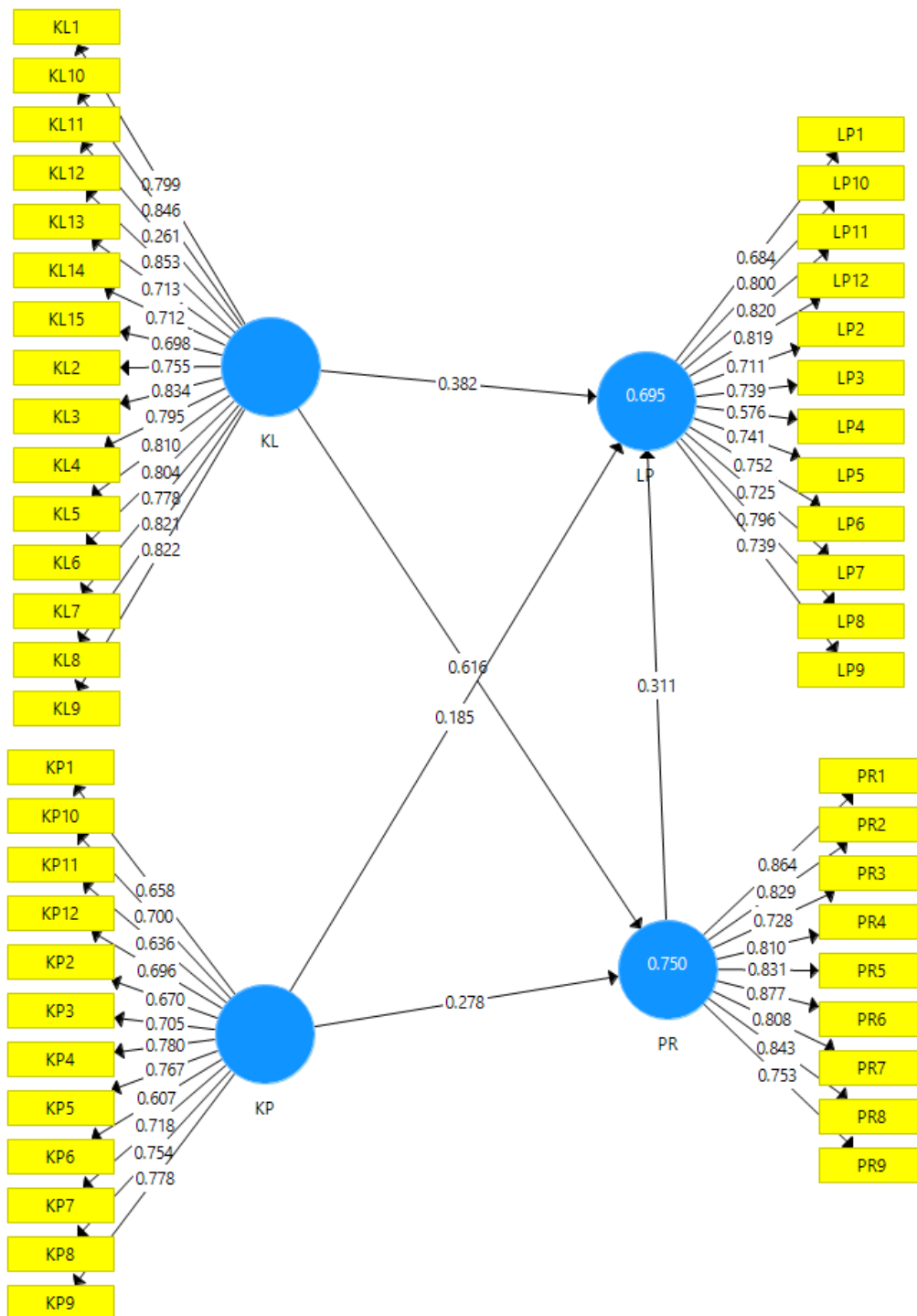
Berdasarkan tabel 6, dapat disimpulkan bahwa semua konstruk memenuhi kriteria reliabel. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *composite reliability* diatas 0,70 dan AVE diatas 0,50. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi. Evaluasi hasil penelitian secara keseluruhan, baik analisis *convergent validity*, *discriminant validity* dan *composite reliability* yang telah dijelaskan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator sebagai pengukur variabel laten merupakan pengukur yang valid dan reliabel.

Pengujian Model Struktural (Inner Model)

Pengujian inner model atau model struktural dilakukan untuk melihat hubungan antara variabel, nilai signifikansi dan *R-square* dari model penelitian. Model struktural dievaluasi dengan

menggunakan *R-square* untuk variabel dependen uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural.

Gambar 3. Model Struktural



Dari gambar 3 dapat dijelaskan bahwa *covariance* pengukuran indikator dipengaruhi oleh konstruk laten atau mencerminkan variasi dari konstruk undimensional yang digambarkan dengan bentuk elips dengan beberapa anak panah dari konstruk ke indikator. Model ini menghipotesiskan bahwa perubahan pada konstruk laten mempengaruhi perubahan pada indikator. Dalam model tersebut terdapat dua variabel eksogen yaitu kualitas pelayanan dan

kualitas produk, dan dua variabel endogen yaitu pemasaran relasional dan loyalitas pelanggan. Penilaian model dengan PLS dimulai dengan melihat *R-square* untuk setiap variabel laten endogen. Perubahan nilai *R-square* dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen yang mempunyai pengaruh substantif.

Tabel 7.
Nilai R-Square

	R Square	R Square Adjusted
LP	0.695	0.691
PR	0.750	0.748

Tabel 7, memperlihatkan hasil estimasi *R-square* dengan menggunakan SmartPLS dan menunjukkan nilai *R-square* variabel pemasaran relasional sebesar 0,75 dan loyalitas sebesar 0,695. Semakin tinggi nilai *R-square*, maka semakin besar kemampuan variabel eksogen tersebut dapat dijelaskan oleh variabel endogen sehingga semakin baik persamaan struktural. Untuk variabel pemasaran relasional memiliki nilai *R-square* 0,75 yang berarti 75,0% variance kualitas pelayanan, kualitas produk, dan loyalitas pelanggan mampu dijelaskan oleh pemasaran relasional sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian. Variabel loyalitas pelanggan memiliki *R-square* 0,695 berarti 69,5% variance kualitas pelayanan, kualitas produk, dan pemasaran relasional mampu dijelaskan oleh variabel loyalitas pelanggan sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

Pengujian Goodness of Fit

Tabel 8.
Hasil Goodness of Fit

	AVE	R Square
KL	0.587	
KP	0.501	
LP	0.555	0.695
PR	0.668	0.75
Average	0.578	0.723

Menurut Tenenhaus (2004), nilai GoF kecil = 0,1 ; GoF medium = 0,25 ; GoF besar =0,38, nilai GoF yang diperoleh masuk dalam GoF besar, maka dalam penelitian ini menunjukkan bahwa validasi model sudah baik dengan memenuhi kriteria GoF yang baik.

Pengujian Hipotesis

Signifikansi parameter yang diestimasi memberikan informasi yang sangat berguna mengenai hubungan antara-antara variabel penelitian. Dasar yang digunakan dalam menguji hipotesis adalah nilai yang terdapat pada *output result of inner weight*.

Tabel 9.
Result for Inner Weights

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Keterangan
KL -> LP	0.382	0.387	0.092	4.162	0.000	Ho ₁ ditolak
KL -> PR	0.616	0.617	0.070	8.754	0.000	Ho ₂ ditolak
KP -> LP	0.185	0.187	0.084	2.205	0.028	Ho ₃ ditolak
KP -> PR	0.278	0.278	0.070	3.966	0.000	Ho ₄ ditolak
PR -> LP	0.311	0.303	0.073	4.263	0.000	Ho ₅ ditolak

Dalam PLS pengujian statistik setiap hubungan yang dihipotesiskan dilakukan dengan menggunakan simulasi. Hasil pengujian dengan dari analisis PLS adalah sebagai berikut:

Pengujian Hipotesis 1 (Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Pemasaran Relasional)

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap pemasaran relasional. Hasil uji terhadap koefisien parameter antara kualitas produk dan pemasaran relasional menunjukkan adanya hubungan dengan nilai koefisien sebesar 0,382 dengan nilai t-statistik sebesar 4,162 dan signifikansi pada $\alpha = 0,05$. Nilai t-statistik tersebut berada di atas t-tabel (240 responden) = 1,96, dengan demikian **Ho1 ditolak dan Ha1 diterima**. Dengan demikian kualitas produk dan pemasaran relasional berpengaruh signifikan, Hal ini menunjukkan bahwa pemasaran relasional pada dealer X dipengaruhi kualitas pelayanan yang diberikan.

Pengujian Hipotesis 2 (kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan)

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa kualitas layanan (KL) berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (LP). Hasil uji terhadap koefisien parameter antara kualitas layanan (KL) dan loyalitas pelanggan (LP) menunjukkan adanya hubungan positif dengan nilai koefisien sebesar 0,616 dengan nilai t-statistik sebesar 8,754 dan signifikansi pada $\alpha = 0,05$. Nilai t-statistik tersebut berada di atas t-tabel (300 responden) = 1,96 sehingga dapat disimpulkan **Ho2 ditolak dan Ha2 diterima**. Dengan demikian kualitas pelayanan (KL) dan loyalitas pelanggan (LP) berpengaruh dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan dealer X dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dealer yang baik. Jika kelima hal dari kualitas layanan seperti *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy dan Tangible* semuanya terpenuhi maka sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Dalam penelitian ini terdapat variabel intervening yaitu pemasaran relasional. Menurut Baron dan Kenny (1986) dalam Charismawati (2011) suatu variabel disebut variabel intervening jika variabel tersebut ikut mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Pengujian hipotesis mediasi dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel (1982) dan dikenal dengan uji Sobel (Sobel test). Uji sobel dilakukan dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel independen (X) ke variabel dependen (Y) melalui variabel intervening (M). Pengaruh tidak langsung X ke Y melalui Z dihitung dengan cara mengalikan jalur $X \rightarrow Z$ (a) dengan jalur $Z \rightarrow Y$ (b) atau ab . Jadi koefisien $ab = (c - c')$, dimana c adalah pengaruh X terhadap Y tanpa mengontrol M, sedangkan c' adalah koefisien pengaruh X terhadap Y setelah mengontrol M. Standard error koefisien a dan b ditulis dengan Sa dan Sb , besarnya standard error pengaruh tidak langsung (indirect effect) Sab dihitung dengan rumus dibawah ini :

$$Sab = \sqrt{b^2 Sa^2 + a^2 Sb^2 + Sa^2 Sb^2}$$

Besarnya koefisien tidak langsung variabel Kualitas Pelayanan (KL) terhadap Loyalitas Pelanggan (LP) merupakan perkalian dari pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (KL) terhadap variabel Pemasaran Relasional (PR) dengan Pemasaran Relasional (PR) terhadap Loyalitas Pelanggan (LP), sehingga diperoleh sebagai berikut :

$$\begin{aligned} ab &= a \cdot b \\ &= (0,616) (0,311) \\ &= 0,192 \end{aligned}$$

Besarnya *standard error* tidak langsung KL terhadap LP merupakan perkalian dari pengaruh KL terhadap PR dengan PR terhadap LP, sehingga diperoleh sebagai berikut :

$$\begin{aligned} Seab &= \sqrt{b^2 \cdot Sa^2 + a^2 \cdot Sb^2 + Sa^2 \cdot Sb^2} \\ &= \sqrt{(0,311)^2(0,070)^2 + (0,616)^2(0,073)^2 + (0,070)^2(0,073)^2} \\ &= 0,007 \end{aligned}$$

Untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung, maka kita perlu menghitung nilai t dari koefisien ab dengan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{ab}{Sab}$$
$$t = 27,428$$

Nilai t hitung ini dibandingkan dengan nilai t tabel yaitu $\geq 1,96$ untuk signifikan 5% dan t tabel $\geq 1,64$ menunjukkan nilai signifikansi 10%. Jika nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel maka dapat disimpulkan terjadi pengaruh mediasi (Ghozali, 2009) dalam Januarti (2012).

Pengujian Hipotesis 3 (Kualitas Produk berpengaruh terhadap Pemasaran Relasional)

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa kualitas produk (KP) berpengaruh dan signifikan terhadap pemasaran relasional (PR). Hasil uji terhadap koefisien parameter antara kualitas produk (KP) dan pemasaran relasional (PR) menunjukkan adanya hubungan positif dengan nilai koefisien sebesar 0,185 dengan nilai t-statistik sebesar 2,205 dan signifikansi pada $\alpha = 0,05$. Nilai t-statistik tersebut berada diatas t-tabel (240 responden) = 1,96 sehingga dapat disimpulkan **Ho₃ ditolak dan Ha₃ diterima**. Dengan demikian kualitas produk (KP) dan pemasaran relasional (PR) berpengaruh dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa pemasaran relasional dipengaruhi juga oleh kualitas produk. Kualitas produk yang baik ternyata mempengaruhi juga pemasaran relasional yang diberikan.

Pengujian Hipotesis 4 (Kualitas Produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan)

Hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa kualitas produk (KP) tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (LP). Hasil uji terhadap koefisien parameter antara kualitas produk (KP) dan loyalitas pelanggan (LP) menunjukkan adanya hubungan positif dengan nilai koefisien sebesar 0,278 dengan nilai t-statistik sebesar 3,966 dan signifikansi pada $\alpha = 0,05$. Nilai t-statistik tersebut berada dibawah t-tabel (300 responden) = 1,96 sehingga dapat disimpulkan **Ho₄ ditolak dan Ha₄ diterima**. Dengan demikian kualitas produk (KP) dan loyalitas pelanggan (LP) berpengaruh signifikan. Hal ini menunjukkan loyalitas pelanggan dealer X dipengaruhi oleh kualitas produk motor Yamaha. Kualitas produk yang baik menjadi jaminan bahwa pelanggan akan tetap loyal membeli dan menggunakan produk motor Yamaha.

Standard error koefisien a dan b ditulis dengan Sa dan Sb, besarnya standard error pengaruh tidak langsung (indirect effect) Sab dihitung dengan rumus dibawah ini :

$$Sab = \sqrt{b^2 Sa^2 + a^2 Sb^2 + Sa^2 Sb^2}$$

Besarnya koefisien tidak langsung variabel Kualitas Produk (KP) terhadap Loyalitas Pelanggan (LP) merupakan perkalian dari pengaruh variabel Kualitas Produk (KP) terhadap variabel Pemasaran Relasional (PR) dengan Pemasaran Relasional (PR) terhadap Loyalitas Pelanggan (LP), sehingga diperoleh sebagai berikut :

$$\begin{aligned} ab &= a \cdot b \\ &= (0,278) (0,311) \\ &= 0,086 \end{aligned}$$

Besarnya *standard error* tidak langsung KP terhadap LP merupakan perkalian dari pengaruh KP terhadap PR dengan PR terhadap LP, sehingga diperoleh sebagai berikut :

$$Seab = \sqrt{b^2 \cdot Sa^2 + a^2 \cdot Sb^2 + Sa^2 \cdot Sb^2}$$

$$= \sqrt{(0,311)^2(0,070)^2 + (0,278)^2(0,073)^2 + (0,070)^2(0,073)^2}$$

$$= 0,005$$

Untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung, maka kita perlu menghitung nilai t dari koefisien ab dengan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{ab}{Sab}$$

$$t = 17,200$$

Nilai t hitung ini dibandingkan dengan nilai t tabel yaitu $\geq 1,96$ untuk signifikan 5% dan t tabel $\geq 1,64$ menunjukkan nilai signifikansi 10%. Jika nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel maka dapat disimpulkan terjadi pengaruh mediasi (Ghozali, 2009) dalam Januarti (2012).

Pengujian Hipotesis 5 (pemasaran relasional berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan)

Hasil pengujian hipotesis kelima menunjukkan bahwa pemasaran relasional (PR) berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (LP). Hasil uji terhadap koefisien parameter antara pemasaran relasional (PR) dan loyalitas pelanggan (LP) menunjukkan adanya hubungan positif dengan nilai koefisien sebesar 0,3111 dengan nilai t-statistik sebesar 4,263 dan signifikansi pada $\alpha = 0,05$. Nilai t-statistik tersebut berada diatas t-tabel (300 responden) = 1,96 sehingga dapat disimpulkan **Ho5 ditolak dan Ha5 diterima**. Pemasaran relasional (PR) dan loyalitas pelanggan (LP) berpengaruh dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa pemasaran relasional yang baik berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Tabel 10.

Total Pengaruh Antar Variabel

	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung	Total
KL -> LP	0.382	0.192	0.574
KP -> LP	0.185	0.087	0.272
PR -> LP	0.311		0.311

Berdasarkan hasil tersebut dapat dilihat bahwa yang paling berpengaruh adalah Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut : Kualitas pelayanan, kualitas produk, dan pemasaran relasional memberikan pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan motor Yamaha pada dealer X. Hal ini dibuktikan dari semua indicator menghasilkan nilai *t-value* > t-tabel. Hal tersebut berarti, semakin baiknya kualitas pelayanan, kualitas produk, dan pemasaran relasional yang diberikan, maka akan semakin tinggi loyalitas pelanggan motor Yamaha pada dealer X. Pengaruh langsung dari Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 0,382, sedangkan pengaruh tidak langsung sebesar 0,192, sehingga total pengaruhnya sebesar 0,574. Pengaruh langsung dari Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 0,185, sedangkan pengaruh tidak langsung sebesar 0,087, sehingga total pengaruhnya sebesar 0,272. Pengaruh langsung dari Pemasaran Relasional terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 0,311. Berdasarkan hasil tersebut dapat dilihat bahwa yang paling berpengaruh adalah Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dealer X dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dealer yang baik.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode partial least square (PLS). Peneliti yang tertarik dapat melanjutkan permasalahan selanjutnya dengan metode lain yang dapat digunakan seperti SEM (structural equation modelling) menggunakan Lisrel atau GME (general maximum entropy). Berdasarkan hasil penelitian ini, kualitas pelayanan dan kualitas produk memiliki pengaruh terhadap pemasaran relasional serta memiliki dampak terhadap loyalitas pelanggan. Namun, jika dilihat dari besarnya *t-value*, yang paling sedikit memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan adalah kualitas produk. Oleh karena itu, perusahaan perlu memberikan inovasi kembali agar produk yang dihasilkan lebih sesuai dengan keinginan pelanggan. Penelitian ini melihat sudut pandang loyalitas pelanggan pada produk motor Yamaha. Oleh karena itu, dapat dilakukan penelitian selanjutnya meneliti keputusan pembelian dan loyalitas pelanggan dari beberapa brand motor yang lain yang ada di Indonesia, sehingga dapat diketahui perbedaannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Taufiq dan Nanang Suryadi. (2009). Pengaruh Service Quality, Customer Satisfaction, dan Switching Cost Terhadap Customer Loyalty. Universitas Brawijaya. Malang.
- Armstrong, Gary & Kotler, Philip. (2003). *Dasar-dasar Pemasaran, Jilid 1*. Edisi Kesembilan. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Arikunto, Suharsimi. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chan, Syafruddin. (2003). *Relationship Marketing: Inovasi Pemasaran yang Membuat Pelanggan Bertekuk Lutut, Cetakan Kedua*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- Dewi, Gusti Ayu Putu. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalty Nasabah PT BPR Hoki di Kabupaten Tabanan. Tesis Pada Universitas Udayana, Denpasar.
- Djarwanto PS. (2001). *Statistik Non Parametrik*. Bagian I Edisi 3 : BPFE-UGM Yogyakarta, Cetakan Pertama.
- Egan, Jhon. (2001). *Relationship Marketing: Exploring Relational Strategies in Marketing*, England: Pearson Educated Limited.
- Febiana, Dina, et al. (2008). *Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survey pada Pengunjung yang Melakukan Pembelian pada Biker's Resto dan Café di Kota Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis Vol 16, No. 1 November 2014.
- Ferdinand, Augusty. (2006). Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Edisi Kedua*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin 2003 Griffin, Jill. (2003). *Customer Loyalty : Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan*. Jakarta, Airlangga.
- Gunawan, Andreas Wahyu. (2013). Pengaruh Dukungan Top Manajemen, Budaya Layanan, dan Orientasi Pelayanan Dalam Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. Universitas Trisakti.

- Iskandar, A. & I. Bernarto. (2010). Pengaruh Kualitas Pelayanan Restoran Platinum Lippo Karawaci Terhadap Loyalitas Pelanggan: Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *DeReMa Jurnal Manajemen* 2 (2)143-160.
- Japarianto. (2007). Analisa Kualitas Layanan sebagai Pengukur Loyalitas Pelanggan Hotel Majapahit Surabaya dengan Pemasaran Relasional sebagai Variabel Intervening.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13, Jilid 1*. Alih Bahasa oleh Bob Sabran, MM (2008). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13, Jilid 2*. Alih Bahasa oleh Bob Sabran, MM (2008). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2012). *Marketing Management 13*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Lestari, Widiyanti Permata. Pengaruh pemasaran relasional terhadap loyalitas pelanggan dengan dimediasi oleh kualitas relasional. Universitas Esa Unggul
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Manap, Abdul. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Manurung, Rumiatiy. (2013). Pengaruh Pemasaran Relasional Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Melia Sehat Sejahtera Stokis Medan". Universitas Sumatera Utara.
- Oliver, Richard L. (1997). *Satisfaction; A Behavioral Perspective on The Consumer*. McGraw-Hill; New York
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiha. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta. Bandung.
- Supranto, J. (2008). *Statistik Teori dan Aplikasi Edisi 7, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Supriyadi, Edy. (2013). *LISREL*. Jakarta: In Media
- Supriyadi, Edy. (2014). *SPSS + Amos Statistical Data Analysis*. Jakarta: In Media.
- Tandjung, W. (2004). *Marketing Management Pendekatan pada Nilai-nilai Pelanggan*. Malang : Banyumedia
- Tjiptono, Fandy. (2006). *Manajemen Jasa Edisi 1*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: Andi Offset

Keberadaan Uang Elektronik Pada Kehidupan Masyarakat

Novi Primita Sari

Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Muhammadiyah Malang, Kota Malang, Indonesia

Koresponden: noviprimita@umm.ac.id

Abstract

Indonesia is at war to enter the era of disruption, namely the existence of various technologies that replace human resources in carrying out all activities and aspects of life, one of which is in the economic sector. Digital technology in the economy has changed all forms of human behavior, both micro and macro. Transaction activities are facilitated through the digital economy which has a big impact on the level of public consumption of an item, namely becoming increasingly consumptive. The high level of consumption is expected to be in line with the increase in productivity in all economic sectors, especially industry. The increase in output produced by the industrial sector will have an impact on the growth of Indonesia's GDP rate, which is expected to be in line with the reduction in the number of poor people in the sense that it will increase the welfare of the Indonesian population.

Keywords: Digital Economy; Fintech Lending; Consumption; GDP; Human Development Indeks

©2021 Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial

How to cite this article: Sari, NP (2021) 'Keberadaan Uang Elektronik Pada Kehidupan Masyarakat', *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial*, 1(3), pp. 271-278. Available at: <https://embiss.com/index.php/embiss/index>

PENDAHULUAN

Perkembangan global ekonomi berbasis teknologi telah dialami oleh semua negara, termasuk Indonesia. Era ini lebih dikenal dengan era Industri 4.0, dimana kecanggihan teknologi dan internet bukan suatu hal baru lagi, semua informasi dapat dengan mudah diakses dan dilakukan dengan internet (Marlinah, 2019). Pertumbuhan ekonomi suatu Negara dapat dilihat dari bagaimana Negara tersebut menyediakan barang-barang ataupun jasa yang dibutuhkan oleh masyarakatnya sesuai dengan kebutuhan serta perkembangan teknologi informasi yang terus mengalami perkembangan. Era industri 4.0 ini telah mengubah pola pikir, pola konsumsi serta kegiatan lainnya yang juga mencakup proses manajemen dalam setiap cabang industri, termasuk didalamnya adalah industri keuangan yang biasa kita menyebutnya teknologi keuangan (Tayibnapis et al., 2018). Perkembangan teknologi yang pesat juga memberikan banyak sekali terobosan-terobosan baru dalam pengembangan ilmu pengetahuan sehingga akan memberikan dampak yang positif terhadap pertumbuhan ekonomi (Hamdan, 2018).

Revolusi Industri 4.0 juga dikenal dengan revolusi digital yang mana terjadi proliferasi computer sehingga semua pencatatan disemua bidang mengalami otomatisasi (Hamdan, 2018). Otomatisasi dan konektivitas dalam sebuah bidang ini akan memberikan perubahan yang sangat signifikan dalam dunia kerja salah satunya. Era digital ekonomi telah berkembang pesat di Indonesia, hal ini dijelaskan dengan banyaknya perusahaan-perusahaan atau startup baru yang muncul dengan menawarkan berbagai aplikasi yang memudahkan konsumen melakukan transaksi-transaksi keuangan, diantaranya adalah sistem pembayaran dan tabungan, dana pinjaman online, asuransi, informasi keuangan dan lain sebagainya. Tentu hal ini diharapkan akan berimbas kepada peningkatan kehidupan masyarakat serta peningkatan dari sisi produktifitas perusahaan atau industri lainnya akibat yang timbul dari peningkatan konsumsi oleh masyarakat terhadap suatu barang dan jasa. Namun ada hal yang mendasari terkait perubahan yang besar akibat keberadaan teknologi ini, yaitu bagaimana nasib tenaga kerja manusia bila semua dilakukan oleh mesin-mesin dan bagaimana terkait legalitas yang nantinya akan berdampak terhadap konsumen pemakai jasa teknologi digital tersebut.

Pola konsumsi dari masyarakat merupakan sebuah cerminan kehidupan dan kesejahteraan masyarakat itu sendiri, tetapi tidak semua konsumsi rumah tangga yang besar atau lebih banyak mengindikasikan bahwa tingkat pendapatan lebih banyak (Yul Ismardani, SST., 2019). Kesejahteraan masyarakat bila dilihat dari sudut pandang pengeluaran konsumsi ini apabila proporsi pengeluaran konsumsi makanan sebagai kebutuhan primer ini jauh lebih sedikit dibandingkan pengeluaran konsumsi terhadap barang non makanan. Kemudahan yang diperoleh dengan perkembangan teknologi digital terus menerus mempengaruhi pola konsumsi masyarakat, hal ini karena semua kebutuhan manusia bisa dikatakan berada dalam genggaman, yang dahulu setiap menginginkan makanan atau kebutuhan rumah tangga lain harus memasak bahkan pergi ke pasar sekarang tidak lagi demikian. Perkembangan industry digital yang sangat pesat ini terus mengubah secara signifikan dan berkelanjutan kecepatan proses operasi perekonomian dan keduanya merupakan pendorong pertumbuhan ekonomi (Afonasova et al., 2019). Setiap negara di dunia ini mencoba melakukan peninjauan pendekatan pada revitalisasi ekonomi namun mereka mengalami kendala yang cukup besar kecuali pada bidang industri internet yang telah mengalami kenaikan secara terus menerus dan tumbuh semakin tangguh (Guo et al., 2017). Mereka berfikir bahwa digital ekonomi dapat memberikan manfaat yang sangat besar terhadap segala aspek kehidupan ekonomi, misalnya transaksi yang semakin mudah, cepat dan efisiensi terhadap waktu sehingga dapat menekan juga biaya transaksi, baik transaksi dalam skala lingkup kecil hingga transaksi yang bersifat jangkauan internasional. Segala bentuk aktifitas dan gaya hidup masyarakat telah sangat dimudahkan dengan adanya teknologi internet, mereka mampu berperan menjadi dua orang yang berbeda yakni sebagai pengguna maupun pelaku bisnis tersebut (Marlinah, 2019).

Dari sisi pengguna yang berperan sebagai pelaku bisnis inilah Negara memperoleh pendapatan sehingga terjadi peningkatan dalam sisi PDB.

ekonomi masyarakat tentu saja turut hadir beberapa dampak positif yang dirasakan oleh Bank Indonesia sebagai Bank sentral.

Jumlah uang yang beredar di masyarakat lebih mudah untuk dikendalikan melalui berbagai instrument kebijakan moneter (Tayibnapi et al., 2018). Masyarakat yang telah terbiasa menggunakan perangkat ekonomi digital menjadikan perkembangan transaksi non tunai (*cashless*) tidak dapat dihindari. Perkembangan *cashless society* inilah yang juga mempengaruhi gaya hidup masyarakat dalam mengkonsumsi suatu barang. Menurut Bank Indonesia *cashless society* ini dapat digambarkan pada suatu keadaan ekonomi yang mana semua pertukaran informasi menggunakan platform digital sehingga keberadaan teknologi ini menjadi suatu hal yang sangat penting dan tidak dapat terpisahkan (Nirmala, Munasiron Miftah, 2019). Uang elektronik saat ini digunakan sebagai alat pembayaran mikro (Hidayat et al., 2006) yang mana uang elektronik ini memiliki beberapa karakteristik yaitu:

1. Nilai uang telah tercantum dan tercatat dalam instrument e-money yang mana nanti nilainya akan berkurang atau bertambah sesuai dengan transaksi yang dilakukan oleh pengguna.
2. Dana yang tercantum pada e-money sepenuhnya dikuasai oleh pengguna selaku konsumen dari e-money.
3. Pada saat transaksi perpindahan dana dalam bentuk electronic value dari e-money milik konsumen pada pihak merchant yang dapat dilakukan secara offline (Hidayat et al., 2006).

Penggunaan digital ekonomi juga memberikan dampak trend kenaikan yang positif bagi PDB, hal ini telah sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Watanabe et al., 2018) yang menemukan bahwa keberadaan ekonomi digital telah mengubah konsep tradisional dalam pertumbuhan ekonomi yang mana perubahan ini adalah positif terhadap PDB di beberapa negara seperti Finlandia, Singapura dsb tetapi juga memberikan dampak penurunan terhadap penurunan produktivitas sumber daya manusianya (Watanabe et al., 2018).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian *explanatory* (penjelasan), karena penelitian ini berusaha menjelaskan bagaimana hubungan kausalitas antara variabel-variabel yang ada dalam penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yaitu data jumlah uang elektronik yang beredar dari bulan Januari tahun 2017 hingga bulan Desember tahun 2019 dan merupakan data bulanan yang berasal dari laporan OJK (Otoritas Jasa Keuangan). Data terkait laju pertumbuhan uang elektronik dari Bank Indonesia, serta data IPM dan pengeluaran konsumsi rumah tangga penduduk pulau Jawa yang diperoleh dari laporan BPS Statistik Indonesia yang kemudian diambil secara dokumentasi dan untuk kemudian dilakukan proses tabulasi data agar dapat diolah dengan menggunakan aplikasi software analisis data yaitu Stata. Variabel Penelitian Dalam penelitian ini terdiri atas variabel eksogen (independen) yaitu variabel penggunaan digital ekonomi yang menjadi indikator adalah fintech lending (X1), PDB (X2),

Konsumsi (X_3) dengan satu variabel endogen (dependen) yaitu kesejahteraan masyarakat yang digunakan sebagai indikator adalah IPM (Y).

Fintech Lending (X_1)

Merupakan data berupa laporan penggunaan data nominal pembiayaan yang menggunakan media internet (online) yang mana pembiayaan tersebut dapat diakses oleh masyarakat dengan mudah dan data ini berupa laporan statistik bulanan yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

PDB (X_2)

Adalah jumlah nilai tambah yang dihasilkan oleh seluruh unit usaha dalam suatu Negara, dimana data PDB yang digunakan dalam penelitian ini adalah data PDB bulanan yang dikeluarkan oleh BPS Indonesia.

Konsumsi (X_3)

Konsumen merupakan para pemakai jasa yang juga dapat bertindak sebagai pelaku usaha serta pemilik dari faktor-faktor produksi bisa berupa tenaga kerja, lahan bahkan modal (Badan Pusat Statistik, 2017). Untuk variabel konsumsi yang digunakan sebagai data indikator dalam penelitian adalah data komponen pengeluaran masyarakat

Kesejahteraan Masyarakat (Y)

Merupakan suatu indikator kemanusiaan dimana hal ini meliputi aspek pendidikan, kesehatan serta ekonomi. Kesejahteraan ini dapat dijelaskan dengan konsep Human Development Index yang kemudian lebih dikenal perhitungannya dengan istilah IPM (Indeks pembangunan manusia) (Ishak, 2013). Indikator kesejahteraan yang digunakan dalam penelitian ini adalah: $Y =$ Indeks Pembangunan Manusia (IPM) Sehingga dari variabel diatas formula yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\text{Log}(Yit) = \alpha + \beta_1 \text{Log}(FLit) + \beta_2 \text{Log}(PDBit) + \beta_3 \text{Log}(Konsit) + \varepsilon$$

$\text{Log}(Yit)$:Kesejahteraan Masyarakat, IPM,

α : Konstanta,

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$: Koefisien Regresi,

$\text{Log}(FLit)$: Fintech Lending i in year t ,

$\text{Log}(PDBit)$: Produk Domestik Bruto i in year t ,

$\text{Log}(Konsit)$: Konsumsi i in year t ,

ε : tingkat kesalahan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tingkat kesejahteraan masyarakat dapat diukur bilamana terjadi pemerataan distribusi pendapatan dan tercermin dari pertumbuhan ekonomi yang baik serta penurunan angka kemiskinan. Perkembangan ekonomi global ini telah dibarengi dengan perkembangan teknologi digital yang sangat cepat dan telah berhasil dimanfaatkan dengan baik oleh banyak negara termasuk Indonesia (Sulis, 2018). Dahulu setiap transaksi manusia dilakukan dengan secara langsung sekarang semua beralih menjadi *paperless* sehingga mengurangi pembayaran secara tunai. *E-money* telah mengalami pertumbuhan pesat dan mengubah pola hidup bermasyarakat saat ini, semua dipermudah dan sangat efisien tetapi yang perlu dicermati adalah terkait legalitas dan status hukum. Tidak semua perusahaan yang

mengeluarkan produk keuangan digital telah terdaftar secara resmi pada OJK dan Bank Indonesia. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan aplikasi software STATA diperoleh hasil perhitungan seperti dibawah ini yaitu:

Tabel 1.

Data Analisis Regresi Menggunakan STATA

Variabel Dependen	Log Y (Indeks Pembangunan Manusia)			
Method	Analisis Regresi Stata			
Period	3 Tahun (2017 – 2019)			
Observation	36			
Var (Log)	Coefisien	Std Error	t-statistik	Probabilitas
Log FL	.0593439	.004707	12.61	0.000
Log PDB	.0976455	0329619	2.96	0.006
Log Kons	.0861105	.043813	1.97	0.058
C	-.0964661	1.152699	-0.08	0.934
R-squared	0.9920			
Adjusted R-squared	0.9912			
F-Statistic	1320.56			
Prob (F-statistic)	0.0000			

Sumber: data diolah STATA, 2020.

Berdasarkan dari hasil olahan data regresi menggunakan software aplikasi stata dapat dilihat bahwa semua variabel yang terpilih dalam model penelitian yaitu variabel X_1 (*Fintech lending*), Variabel X_2 (PDB), dan yang terakhir adalah variabel X_3 (Pengeluaran konsumsi) memberikan dampak yang signifikan terhadap variabel Y yaitu Kesejahteraan masyarakat yang mana menggunakan IPM sebagai variabel Y dengan menggunakan tingkat kesalahan yaitu sebesar 5% atau 0.05. Tabel diatas juga dapat menyimpulkan bahwa hipotesis yang diambil dari penelitian mengenai pengujian variabel independen seluruhnya terhadap variabel dependen ditunjukkan oleh nilai probabilitas (f-statistik) sebesar 0.0000 atau bisa dikatakan $0.000 < 0.005$ sehingga secara Bersama-sama atau secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kesejahteraan masyarakat di pulau Jawa khususnya. Dari hasil perhitungan tabel diatas juga diperoleh nilai R-square yang sangat besar mendekati angka sempurna 100 yaitu sebesar 99,20%. Ini menunjukkan bahwa pemilihan model dalam penelitian ini mampu memberikan penjelasan yang sangat baik yakni 99,20% yang mana sisanya sebesar 0,8 dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang terbentuk dalam model penelitian.

Pembahasan secara keseluruhan dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perkembangan digital akan berbanding lurus dengan tingkat kesejahteraan masyarakatnya khususnya terhadap perekonomian, hal ini telah sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Tee & Ong, 2016) yang menjelaskan pada waktu periode jangka panjang penggunaan system pembayaran non tunai atau cashless sangat berdampak pada kegiatan perekonomian di 4 negara Uni Eropa. Tetapi penerapan satu jenis pembayaran non tunai ini juga akan mempengaruhi jenis pembayaran non tunai lainnya dalam jangka pendek, sedangkan untuk melihat dampak keberadaan cashless dalam perekonomian harus dilakukan pengamatan dalam waktu yang lebih panjang mengingat promosi pembayaran tanpa uang tunai tidak akan secara langsung mempengaruhi perekonomian secara langsung (Tee & Ong, 2016). Sejalan dengan hasil penelitian diatas, hal ini juga telah

menunjukkan semakin berkembangnya digital ekonomi maka pola konsumsi masyarakat pun mengalami perubahan dan diikuti oleh tingkat konsumsi masyarakat yang terus mengalami peningkatan, dan hal ini telah sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (raharjo jati, 2015), yang menyebutkan bahwa keberadaan *e-money* memberikan efek efisiensi transaksi konsumsi masyarakat Indonesia yang lebih didominasi bukan lagi kebutuhan tetapi lebih pada identitas, simbol bahkan gaya hidup (raharjo jati, 2015).

Penggunaan uang elektronik di Indonesia juga terus mengalami peningkatan dan didukung oleh banyaknya perusahaan startup yang muncul serta persaingan antara perusahaan Gojek dan Grab yang turut mempengaruhi peningkatan transaksi ekonomi digital masyarakat Indonesia terutama dalam kegiatan konsumsi baik makanan ataupun non-makanan (Tazkiyyaturrohmah, 2018). Peningkatan tersebut juga didukung dengan Bank Indonesia yang terus berupaya dalam mendorong penggunaan transaksi elektronik non tunai dengan terus melakukan upaya pengembangan system dan ketentuan transaksi keuangan elektronik sehingga diharapkan masyarakat semakin banyak yang beralih memilih menggunakan transaksi elektronik sebagai alat pembayaran di tengah ekonomi global yang semakin meningkat secara signifikan (Tazkiyyaturrohmah, 2018). Ekonomi digital telah mengubah perilaku masyarakat Indonesia sebagian besar baik secara langsung maupun tidak langsung.

SIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan maka kesimpulan yang bisa diambil adalah di pulau jawa khususnya, keberadaan fintech lending memiliki dampak yang sangat signifikan terhadap tingkat kesejahteraan masyarakatnya karena nilai probabilitas yang sangat baik yaitu 0.000. hal ini sejalan dengan tujuan pengembangan fintech bagi masyarakat yang mana untuk mendukung secara penuh kegiatan dan kehidupan masyarakat khususnya dalam perekonomian agar menjadi semakin lebih baik. Ketika fintech dapat memberikan dampak positif bagi trend pertumbuhan PDB suatu wilayah bahkan negara maka diharapkan kesejahteraan masyarakatnya yang tercermin pada tingkat pembangunan manusianya juga akan mengalami peningkatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afonasova, M. A., Panfilova, E. E., Galichkina, M. A., & Ślusarczyk, B. (2019). Digitalization in economy and innovation: The effect on social and economic processes. *Polish Journal of Management Studies*, 19(2), 22–32. <https://doi.org/10.17512/pjms.2019.19.2.02>.
- Guo, S., Ding, W., & Lanshina, T. (2017). Global Governance and the Role of the G20 in the Emerging Digital Economy. *International Organisations Research Journal*, 12(4), 169–184. <https://doi.org/10.17323/1996-7845-2017-04-169>.
- Hamdan, H. (2018). Industri 4.0: Pengaruh Revolusi Industri Pada Kewirausahaan Demi Kemandirian Ekonomi. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 3(2), 1. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v3i2.12142>.

- Hidayat, A., Firmansyah, A., Aulia, F., & Dkk. (2006). Upaya Meningkatkan Penggunaan Alat Pembayaran Non Tunai Melalui Pengembangan E-Money. *Working Paper Bank Indonesia*, 48. Mantiri, M. D. K. (2019). *Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia*. <https://doi.org/10.31227/osf.io/d6fk5>.
- Marlinah, L. (2019). Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Melalui Penguatan Sektor Ekonomi Digitalpreneur dan Creativepreneur. *Ikraith-Ekonomika*, 2(1), 32–38.
- Maulidiya, N. (2016). Studi Ekonomi Digital di Indonesia sebagai Pendorong Utama Pembentukan Industri Digital Masa Depan. *Seminar Hasil Penelitian 26-10-2016*, 1–12. <https://balitbangsdm.kominfo.go.id>.
- Nirmala, Munasiron Miftah, S. M. (2019). *Analisis Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Mahasiswa dalam Cashless Society*. 15(3–2), 78–96.
- Nurngaeni, E. (2017). *Pemanfaatan Media Sosial (Online) sebagai Distribusi Barang Era Digital di Pasar Klewer Surakarta*.
- Raharjo jati, wasisto. (2015). Less Cash Society: Menakar Mode Konsumerisme Baru Kelas Menengah Indonesia. *Jurnal Sosioteknologi*, 14(2), 102–112. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2015.14.2.1>.
- Sayekti, N. W. (2018). Tantangan Perkembangan. *Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI*, X(05),19. http://berkas.dpr.go.id/puslit/files/info_singkat/Info_Singkat-X-5-I-P3DI-Maret-2018-163.pdf.
- Tayibnapis, A. Z., Wuryaningsih, L. E., & Gora, R. (2018). *The Development of Digital Economy in Indonesia 1. 9519*, 14–18.
- Tazkiyyaturrohmah, R. (2018). Eksistensi Uang Elektronik Sebagai Alat Transaksi Keuangan Modern. *Muslim Heritage*, 3(1), 23. <https://doi.org/10.21154/muslimheritage.v3i1.1240>.
- Tee, H. H., & Ong, H. B. (2016). Cashless payment and economic growth. *Financial Innovation*, 2(1). <https://doi.org/10.1186/s40854-016-0023-z>.
- Watanabe, C., Moriya, K., Tou, Y., & Neittaanmaki, P. (2018). Consequences of the Digital Economy: Transformation of the Growth Concept. *International Journal of Managing Information Technology*, 10(2), 21–39. <https://doi.org/10.5121/ijmit.2018.10202>.
- Yul Ismardani,SST., M. S. (2019). *Pola Konsumsi, Cerminan Kesejahteraan Masyarakat-BAPPEDA Kabupaten Lamandau BAPPEDA Kabupaten Lamandau*.

Development of EDI (Electronic Data Interchange) in Start-up Company Data Integration Process to Effective Operational Costs for Micro and Medium Enterprises in Jakarta

ASYARI

Universitas Nasional Jakarta

Koresponden: Asyari.unas@gmail.com

Abstract

Communication technology has a contribution in business capable of transforming data and information to all parties in need quickly and accurately. If the information reaches the user quickly then decision making will also be fast. The development of internet technology and the application of the World Wide Web contribute to the development of electronic commerce (EC). EC is the use of all types of electronic networks, including the internet to provide services online. The purpose of this study was to conduct a descriptive study of the functions of EDI (Electronic Data Interchange) in application software used by MSMEs in assisting administration and business development. The results of the study illustrate that EDI has an influence on reducing marketing costs, HR costs, and operational costs as well as increasing operating profits for several MSMEs that have used online marketing media such as Tokopedia, Lazada, Bukalapak.com, and Shopee with the help of application software, but a small proportion have not used it.

Key words: Electronic Data Interchange, software aplikasi, MSMEs.

©2021 Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial

How to cite this article: Asyari (2021) 'Development of EDI (Electronic Data Interchange) in Start-up Company Data Integration Process to Effective Operational Costs for Micro and Medium Enterprises in Jakarta', *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial*, 1(3), pp. 279-287. Available at: <https://embiss.com/index.php/embiss/index>

PENDAHULUAN

Era informasi dan globalisasi telah mengantarkan kita dalam sebuah kompetisi baru dimana peluang-peluang bisnis ditemukan dan dieksploitasi lebih cepat dari yang pernah ada sebelumnya.

Perusahaan *Start-up* sebagai suatu usaha yang berhubungan dengan teknologi. lebih sempit pada rintisan bisnis di bidang teknologi. Beberapa perusahaan start-up yang mendominasi bisnis saat ini antara lain facebook, Go-Jek, Tokopedia, Lazada, Traveloka.com dan lainnya. *Start-up* adalah bisnis yang mengalami pertumbuhan tinggi dan mendapatkan dana dari masuknya investasi dari investor eksternal. Investasi ini bisa dalam bentuk pembiayaan hutang atau pembiayaan ekuitas. Untuk berkembang dengan pesat dalam lingkungan baru tersebut, *Start-up* ditantang untuk menyebarkan solusi informasi yang tangguh dan fleksibel.

Salah satu fungsi teknologi komunikasi adalah mampu mentransformasikan data dan informasi kepada semua pihak yang membutuhkan dengan cepat dan akurat. Jika informasi sampai pada pemakai dengan cepat maka pengambilan keputusan juga akan cepat.

Perkembangan teknologi internet dan aplikasi World Wide Web berkontribusi pada perkembangan *electronic commerce* (EC). EC merupakan penggunaan semua tipe *electronic network*, termasuk internet untuk memberikan servis secara *online* seperti pengiriman produk, *electronic shopping*, *home banking*, dan pembayaran online.

Ferguson et al (1990) mendefinisikan EDI sebagai pertukaran informasi bisnis secara elektronik dari komputer ke komputer, dalam format terstruktur, dan dilakukan diantara partner bisnis. Selain itu (Laudon, 1991) mengemukakan bahwa EDI sebagai cara komunikasi atau pertukaran transaksi bisnis standar diantara dua pihak atau lebih dengan menggunakan media komputer di satu pihak ke komputer lain pada pihak lain.

Penelitian Asyari menunjukkan bahwa internet berfungsi dalam menciptakan kualitas pelayanan pada pemerintahan daerah (Asyari, 2016). Penelitian yang dilakukan oleh Peni Susetyorini tentang pelaksanaan system EDI di pelabuhan Tanjung Emas Semarang, menyatakan bahwa : pada hakekatnya sistem EDI ini efisien karena dapat mengurangi jumlah waktu yang terpakai untuk pengurusan dokumen kepabeanan yaitu hanya membutuhkan waktu 4 jam, padahal sebelumnya dengan sistem yang lama membutuhkan waktu paling tidak 3 hari.

Permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini antara lain: (1) bagaimana pengaruh system informasi EDI terhadap Biaya Pemasaran; (2) bagaimana Pengaruh EDI terhadap Biaya SDM; (3) bagaimana Pengaruh EDI terhadap biaya Operasional; dan (4) bagaimana Pengaruh EDI terhadap Laba perusahaan.

LITERATUR REVIUW

Perangkat lunak (*software*)

Perangkat lunak aplikasi (*software* aplikasi) perkantoran yang umum adalah pemroses kata dan pemroses tabel .Pemroses kata umum di gunakan untuk menggantikan tugas pengetikan yang sering di lakukan. Selain dapat melakukan format pengetikan seperti penomoran, pengaturan spasi, margin (jarak pinggir kertas), jenis huruf (font), pemroses kata juga dapat melakukan proses pengecekan kata bahkan kalimat.

Aplikasi *e-commerce* memberikan beberapa keuntungan bagi perusahaan antara lain: pertama, perusahaan dapat melakukan hubungan dengan konsumen, investor, supplier, dan Partner bisnis yang lain tanpa batasan waktu dan jarak. Kedua, meningkatkan efisiensi pelayanan kepada konsumen yaitu dengan melakukan pengiriman barang pesanan secara cepat, dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan tepat waktu, sistem pembayaran yang mempermudah konsumen.

Perkembangan teknologi informasi (TI) makin pesat seiring dengan kemajuan dalam bidang komputerisasi dan telekomunikasi. Internet merupakan salah satu bentuk TI. Internet adalah kumpulan jaringan komputer yang terkait satu sama lain tanpa ada lagi yang membendung, internet mampu mempersembahkan informasi kepada setiap orang yang membutuhkan. Pertukaran informasi dapat bergerak dengan cepat melalui internet.

Sebagai bentuk komunikasi yang canggih, internet mampu menyediakan berbagai fasilitas yaitu: *E-mail (Electronic Mail)*, merupakan bentuk berita, data, dan surat-surat bisnis yang dilakukan melalui internet, ataupun kelompok diskusi/*mailinglist*. Fasilitas ini memungkinkan orang

menyimpan berbagai file komputer. Dengan cara ini kita akan lebih mudah melakukan kegiatan usaha di internet.

Fasilitas *World Wide Web* merupakan fasilitas komunikasi yang mampu mengirimkan informasi berupa gambar, suara dan animasi. Biasanya digunakan untuk kegiatan promosi yang memerlukan penampilan gambar, suara, dan animasi.

Salah satu revolusi teknologi internet yang berkembang dengan pesat dalam dunia bisnis adalah *Electronic Data Interchange* (EDI). Dalam hal ini internet membangun *supply chain*, dimana industri menggunakan *cyberspace* untuk berkomunikasi dan melakukan pertukaran data tentang pesanan barang, tingkat sediaan, penjualan, pengiriman/penerimaan barang, dan lain-lain, sehingga dapat menghemat biaya, memberikan pelayanan yang baik, cepat, memuaskan serta akses ke retailer/supplier menjadi lebih luas.

Dunia bisnis telah berhasil mengatasi persoalan aliran data dengan mengalihkan pemrosesan rutin dan transaksi bisnis mereka pada sistem informasi berbasis komputer. Untuk mencapai tujuan tersebut harus dibangun suatu sistem yang terintegrasi. Sistem tersebut yang telah lazim dikenal dalam banyak perusahaan adalah sistem informasi akuntansi (SIA). SIA yang akan dibangun harus menyeluruh dan kompleks.

Perangkat lunak akuntansi menjelaskan jenis perangkat lunak aplikasi yang mencatat dan memproses transaksi akuntansi dalam modul fungsional seperti hutang, piutang, jurnal, buku besar, penggajian, dan neraca saldo. Berfungsi sebagai sistem informasi akuntansi. Ini dapat dikembangkan sendiri oleh organisasi yang menggunakannya, dapat dibeli dari pihak ketiga, atau mungkin kombinasi dari paket perangkat lunak aplikasi pihak ketiga dengan modifikasi lokal. Perangkat lunak akuntansi dapat berbasis online, diakses di mana saja kapan saja dengan perangkat apa pun yang mengaktifkan Internet, atau mungkin berbasis desktop.

Komunikasi Data pada perusahaan

Perusahaan dituntut harus mampu masuk ke pasar global dan bersaing dengan perusahaan lain salah satu cara dengan memberikan kebebasan kepada pelanggan dalam mengakses informasi yang dibutuhkan mereka.

Informasi yang disajikan oleh Sistem Informasi Akuntansi berguna untuk semua jenjang manajemen yang sesuai dengan kepentingannya. Jenjang manajemen dalam sebuah perusahaan atau organisasi lainnya terdiri dari manajemen puncak (*top management*), manajemen menengah (*middle management*), dan manajemen bawah (*lower management*).

Manajemen puncak akan menggunakan informasi sebagai dasar untuk pengambilan keputusan dalam bidang perencanaan strategis. *Middle* Manajemen akan menjadikan informasi sebagai dasar untuk pengambilan keputusan yang berkaitan dengan pelaksanaan fungsi pengendalian. *Lower* Manajemen menggunakan informasi untuk melakukan aktivitas dan keputusan ditingkat operasional.

Sistem Informasi Akuntansi dibagi dalam beberapa subsistem sesuai dengan fungsi siklus transaksi, yaitu siklus pendapatan, siklus pengeluaran, siklus produksi, sumber daya manusia, dan siklus keuangan (Romney and Steimbart 2006: 29).

Internet merupakan jaringan global komputer dunia, besar dan sangat luas sekali dimana setiap komputer saling terhubung satu sama lainnya dari negara ke negara lainnya di seluruh dunia dan berisi berbagai macam informasi, mulai dari teks, gambar, audio, video, dan lainnya. Internet itu sendiri berasal dari kata Interconnection Networking, yang berarti hubungan dari

banyak jaringan komputer dengan berbagai tipe dan jenis, dengan menggunakan tipe komunikasi seperti telepon, salelit, dan lainnya.

Elektronik Data Interchange

EDI adalah sebuah alat yang dapat digunakan untuk pertukaran sebuah data. EDI, dapat digunakan untuk mentransmisikan dokumen-dokumen secara elektronik seperti dokumen pemesanan pembelian, invoice, catatan pengangkutan barang, penerimaan advice dan koresponden bisnis standar lainnya di antara para mitra dagang. Pada dasarnya, transaksi perdagangan elektronik melalui EDI dan internet adalah sama saja, yakni bermuara kepada satu hal yang berupa pertukaran informasi dan data message yang berhubungan dengan perdagangan melalui jaringan-jaringan. Baik informasi atau data message itu berupa pesanan (*order*), persetujuan (*acceptance*), ataupun *invoice*, serta informasi pembayaran lainnya. Yang membedakan keduanya adalah system atau piranti teknisnya, kalau EDI menggunakan system dan cara transmisi lama, maka internet menggunakan cara dan system yang lebih modern, fleksible dan dinamis.

Dalam komunikasi data terdapat prosedur yang harus diikuti oleh dua atau lebih system komputer yang ingin saling berkomunikasi. Prosedur ini dikenal sebagai protokol. Protokol komunikasi berfungsi untuk mengatur karakteristik pengiriman data dari suatu titik ke titik yang lain.

Dalam mengatur integrasi dan komunikasi jaringan komputer ini menggunakan protokol yaitu *TCP/IP*. *TCP (Transmission Control Protocol)* bertugas untuk memastikan bahwa semua hubungan bekerja dengan benar, sedangkan *IP (Internet Protocol)* yang mentransmisikan data dari satu komputer ke komputer lain.

TPC/IP secara umum berfungsi memilih rute terbaik transmisi data, memilih rute alternatif jika suatu rute tidak dapat di gunakan, mengatur dan mengirimkan paket-paket pengiriman data. Komunikasi data dari satu tempat ketempat yang lain dapat dilakukan jika tersedia tiga unsur sistem, yaitu sumber data atau pengirim, media transmisi yang membawa data yang dikirim oleh pengirim ke-penerima data sebagai unsur ketiga. Jika salah satu elemen tidak ada, maka komunikasi data tidak dapat dilakukan.

Transmisi data merupakan tata cara pembawa data dari pengirim ke-penerima data. (Romney and Steimbart, 2003: 80) Transmisi data melibatkan beberapa komponen untuk melengkapi kelancaran jalannya pengiriman data. Komponen tersebut antara lain: (1) media transmisi; (2) kapasitas saluran transmisi; (3) jenis saluran transmisi; (4) kode transmisi yang digunakan; (5) model transmisi; (6) protokol; dan (7) penanganan gangguan transmisi.

Electronic Data Interchange (EDI) didefinisikan sebagai pertukaran data komputer antar berbagai bidang organisasi atas suatu informasi terstruktur dalam format yang standar dan bisa diolah oleh komputer. EDI merupakan bentuk *e-commerce* sesuai definisinya, dan telah ada bentuk yang sama selama lebih dari 20 tahun. Saat ini teknologi dan implementasi EDI sudah sangat berkembang.

Tujuan EDI adalah untuk memfasilitasi perdagangan dengan cara mengikat bisnis antar partner dagang, EDI meningkatkan proses manual untuk mempertukarkan informasi dengan bidang bisnis lainnya dalam berbagai cara, misalnya data hanya perlu untuk dimasukkan satu kali saja, kemudian data tersebut bisa digunakan oleh pihak pengirim barang, manager kantor, dan lain-lainnya. Hal ini akan menurangi tenaga entry data. Pada dasarnya, data bisa dikirimkan dengan lebih efisien dengan menggunakan EDI.

Keuntungan dan kelemahan EDI

EDI adalah pertukaran dokumen-dokumen bisnis langsung dari komputer ke komputer melalui suatu jaringan komunikasi. (Hoopwood, 2010). Jaringan/sistem EDI memudahkan pertukaran informasi transaksi bisnis dari sistem komputer satu perusahaan ke sistem komputer perusahaan lainnya (Wilkinson, 2000). Pihak-pihak yang terlibat dalam pertukaran disebut trading partners dan meliputi para distributor, pabrik-pabrik, dan para supplier. Mata rantai EDI antara sistem komputer retailer dengan sistem komputer Vendor dapat menghilangkan pemrosesan dengan kertas dan memungkinkan penempatan dan pemrosesan dengan segera pesanan pembelian serta memudahkan respon terhadap pengiriman dengan cepat.

EDI adalah salah satu bentuk teknologi lewat *cyberspace*, yang dapat membangun *supply chain*, dimana industri menggunakan *cyberspace* untuk berkomunikasi dan melakukan pertukaran data tentang pesanan barang, tingkat sediaan, penjualan, pengiriman/penerimaan barang, dan lain-lain, sehingga dapat menghemat biaya, memberikan pelayanan yang baik, cepat, memuaskan serta akses ke retailer/ supplier menjadi lebih luas.

Cyberspace adalah sebutan untuk jaringan internet, yaitu jaringan komputer yang menghubungkan jutaan komputer yang ada di dunia.

Kemajuan peralatan komunikasi sekarang ini telah memudahkan kita menyebarkan dan menerima informasi. Dunia saat ini seakan begitu kecil, hanya dalam beberapa detik kita dapat menerima pesan yang dikirim dari jarak ribuan kilometer dan demikian pula sebaliknya.

Menurut Hoopwood (2010) menguraikan ada 7 (tujuh) keuntungan Electronic Data Interchange, sebagai berikut:

1. **Dari segi biaya.** EDI dapat menghemat banyak biaya. Contohnya, dapat menghemat biaya pemasaran yang biasa dilakukan lewat iklan di media cetak dan elektronik (televisi), pemasaran lewat internet jauh lebih murah. Juga dapat menghemat kertas, karena transaksi langsung dilakukan lewat komputer, dapat juga menghemat biaya penyimpanan/gudang.
2. **Dari segi efisiensi.** EDI sifatnya sangat fleksibel, karena setiap saat kita bisa berhubungan dengan Supplier ataupun pesaing untuk memesan barang atau mencari informasi terbaru tentang usaha yang kita lakukan.
3. **Berkaitan dengan prestius atau skala perusahaan.** Lewat Electronic Data Interchange, masyarakat tidak dapat melihat ukuran perusahaan, tapi kualitas pelayanan dan barang yang diberikan.
4. **Perusahaan yang menggunakan EDI dituntut lebih agresif,** artinya ia harus lebih aktif dalam melayani pelanggan. Sistem kerjanya tidak ada batasan waktu dan tempat. Kapan saja orang bisa melakukan transaksi lewat internet. Ini menuntut perusahaan meningkatkan kinerja manajemennya.
5. **Melalui internet.** Perusahaan bisa menginformasikan produk serinci mungkin sesuai dengan kebutuhan konsumen. Konsumen bisa melihat produk tersebut dalam gambar. Konsumen pun bisa menginformasikan ke perusahaan berbagai hal yang ia inginkan.
6. **EDI juga membangun supply chain,** dimana industri menggunakan Cyberspace untuk berkomunikasi dan melakukan pertukaran data tentang pesanan barang, tingkat sediaan, penjualan, pengiriman/penerimaan barang, dan lain-lain.

7. **Birokrasi menjadi lebih sederhana.** Melalui EDI, birokrasi dalam perusahaan untuk pesan barang ataupun menjual barang menjadi lebih sederhana, transaksi cukup dilakukan lewat komputer, tanpa melalui birokrasi yang kompleks.

Komponen utama EDI standar antara lain:

1. **Data Element.** Merupakan potongan data seperti tanggal, harga atau nama organisasi. Setiap data element diidentifikasi dengan nomor referensi tertentu yang berisi judul, keterangan, jenis, nomor, dan panjang minimum/maximum.
2. **Data Segment.** Dalam suatu baris data disebut dengan *segment* dan setiap *item* di dalam segmen mewakili satu elemen. Misalnya segmen baris pesanan pembelian terdiri atas nomor barang, keterangan, jumlah, unit pengukuran dan harga barang. Setiap segmen memiliki satu identifier, satu data delimiter, elemen diagram, data segmen, terminator dan notes.
3. **Transaction Set.** Suatu *transaction set* merupakan dokumen khusus seperti dokumen pesanan pembelian. Di dalam *transaction set*, ada 3 area utama yaitu *area header*, *area detail* dan *area summary*.
4. **Functional Group.** Merupakan sekelompok *transaction set* yang sejenis. *Transaction set* di dalam functional group dikelompokkan berdasarkan functional identifier yang sama.

Untuk mengirimkan transaksi EDI pada konsumen, diperlukan 4 fungsi dasar yaitu:

1. **Mapping** elemen dalam suatu database. Merupakan proses identifikasi elemen di dalam database yang diperlukan untuk membuat pesan dalam format EDI. *Mapping* adalah pekerjaan yang hanya satu kali dilakukan pada saat diperlukan transaksi EDI baru. Software EDI tidak bisa melaksanakan pekerjaan ini.
2. **Extraction** atas data yang belum diidentifikasi dari database. Merupakan proses pengumpulan data yang belum diidentifikasi dan menempatkannya ke dalam format tertentu. Secara umum, data *Extract* dari Database dan dijadikan dalam bentuk flat file. Struktur dari flat file biasanya ditentukan oleh pembuat translation software.
3. **Translation** atas data yang sudah diekstrak ke format EDI. Untuk mengirimkan pesan keluar, ketika data yang diperlukan masih dalam bentuk flat file, pembentukan pesan EDI bisa dilakukan menggunakan *software* translasi atau formatting. *Software* translasi akan mengatur data menjadi struktur tertentu yang sesuai dengan kebutuhan transaksi EDI.
4. Transmisi pesan dalam format EDI melalui media komunikasi. Pengiriman/transmisi atas pesan EDI dikendalikan oleh software komunikasi, yang akan mengatur dan memelihara: nomor telepon partner dagang, menjalankan automatic dialing dan up/downloading, juga membuat activity log. Setiap pesan EDI dibungkus dengan amplop khusus yang bertuliskan alamat tujuan, serta jenis transaksi EDI sebagai *header* dan *error checking codes* sebagai tambahan di bawahnya. Untuk keperluan penerimaan pesan EDI, proses tersebut tinggal dibalik.

Internet juga akan memberikan alternatif komunikasi yang lebih murah daripada sarana telekomunikasi tradisional. Surat elektronik (*e-mail*) melalui internet sudah merupakan alternatif yang lebih murah daripada komunikasi melalui sarana telekomunikasi biasa.

Konsep pertukaran informasi menempatkan kepentingan semua pihak yang terlibat dalam proses pertukaran (kepuasan pelanggan dan calon pelanggan, dan keunggulan kompetitif) pada posisi yang amat penting bagi organisasi. Karena itu berbagai upaya organisasi melalui pemanfaatan semua sumber daya yang ada diarahkan pada pemenuhan kepuasan pelanggan,

yang pada akhirnya diharapkan akan mendatangkan pencapaian sasaran-sasaran spesifik internal organisasi yang bersangkutan (misalnya keunggulan bersaing, pangsa pasar, dan keuntungan bisnis) secara optimal.

Penelitian Riyadi (2010) memberikan keyakinan bahwa penggunaan EDI akan memberikan kesempatan pada perusahaan untuk memperoleh keunggulan kompetitif, hal ini bisa diwujudkan karena: (1) penurunan order *lead time*, hal ini akan menyebabkan pengurangan terhadap biaya sediaan; (2) mutu pelayanan kepada konsumen semakin tinggi; (3) penurunan kemungkinan terjadinya out-of-stock; (4) perbaikan mutu komunikasi untuk menyelenggarakan transaksi/ janji, promosi, perubahan harga dan tersedianya informasi produk; (5) perbaikan ketepatan dalam pemesanan, pengiriman, dan penerimaan barang; dan (6) pengurangan biaya tenaga kerja (*labour cost*).

Undang-Undang Republik Indonesia No. 11 Tahun 2008 Pasal 4 pemanfaatan TI dan transaksi elektronik dilaksanakan dengan tujuan untuk: (1) mencerdaskan kehidupan bangsa sebagai bagian dari masyarakat informasi dunia; (2) mengembangkan perdagangan dan perekonomian nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat; (3) meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan publik; (4) membuka kesempatan seluas-luasnya kepada setiap orang untuk memajukan pemikiran dan kemampuan di bidang penggunaan dan pemanfaatan TI seoptimal mungkin dan bertanggung jawab; dan (5) memberikan rasa aman, keadilan, dan kepastian hukum bagi pengguna dan penyelenggara TI.

Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara faktor sosial, affect, kesesuaian tugas, konsekuensi jangka panjang. Sedangkan kompleksitas dan kondisi yang memfasilitasi berhubungan negatif dengan pemanfaatan TI (Thomson 1991).

Hasil penelitian Al-Khaldi (1999) menunjukkan bahwa pemanfaatan TI dipengaruhi sikap individual, karakteristik orang seperti pengalaman dalam menggunakan TI, kondisi yang memfasilitasi seperti PC access dan faktor-faktor social.

Penyebaran komunikasi berdasarkan web secara cepat berarti bahwa banyak organisasi bertemu dalam satu standar dan untuk itu bahwa biaya pertukaran antar pemasok (atau pelanggan) dikurangi (Voordijt.H, 1999). Dengan menggunakan teknologi internet, EDI, dan software supply chain management , para pemasok mengetahui apa yang diperlukan oleh pelanggan sebelum pelanggan memintanya (atau, mungkin juga sebelum pelanggan merealisasikan bahwa mereka memerlukan sesuatu).

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif dengan verifikatif dengan mengambil sampel 100 UMKM di Jakarta yang telah menggunakan *start-up* dan *online* dalam memasarkan produknya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penggunaan Teknologi Internet, banyak dilakukan oleh UMKM pada umumnya untuk memasarkan produknya secara online, terutama untuk Shopee, Tokopedia, Lazada dan Bukalapak.com

Jumlah UMKM terus bertambah secara signifikan sejak Tahun 2018 sampai 2020. Keuntungan yang diperoleh adalah memberikan kemudahan dalam memasarkan produk terutama di Indonesia untuk pemilik produk yang memiliki inovasi dan keunikan.

Terdapat sebagian kecil UMKM tidak/ belum mengenal *Electronic Data Interchange (EDI)*. Untuk UMKM yang masih menggunakan metode tradisional yang memasarkan pada pasar konvensional.

Pengaruh EDI Pada Biaya Pemasaran

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terjadi penurunan biaya pemasaran sebesar 12 persen dalam Setahun untuk UMKM yang memasarkan produknya pada media *Start-up* Tokopedia. Hal ini menggambarkan bahwa EDI berpengaruh terhadap Biaya pemasaran.

Pengaruh EDI Pada Biaya SDM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terjadi penurunan biaya SDM dimana sebelumnya dibutuhkan tenaga promosi dan tenaga marketing. Penurunan biaya SDM mencapai sebesar 8 persen dalam Setahun untuk UMKM yang memasarkan produknya pada media *Start-up* Shopee dan Lazada. Hal ini menggambarkan bahwa EDI berpengaruh terhadap Biaya SDM.

Pengaruh EDI Pada Biaya Operasional

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terjadi penurunan biaya operasional sebesar 15 persen dalam Setahun untuk UMKM yang disebabkan pengurangan biaya sewa tempat untuk memasarkan produknya. UMKM memasarkan produknya pada media *Start-up* Tokopedia, Bukalapak.com dan Shopee. Hal ini menggambarkan bahwa EDI berpengaruh terhadap Biaya Operasional.

Pengaruh EDI Pada Laba Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terjadi peningkatan laba usaha sebesar 12 persen dalam Setahun untuk UMKM yang disebabkan peningkatan omzet dari usaha dan pengurangan biaya operasional. UMKM memasarkan produknya pada media *Start-up* Tokopedia, Bukalapak.com dan Shopee. Hal ini menggambarkan bahwa EDI berpengaruh terhadap laba usaha.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan secara kualitatif, maka dapat diberikan suatu simpulan bahwa internet membantu proses pemasaran produk menjadi lebih cepat dan omzet meningkat.

EDI (*Elektronik Data Interchange*) membantu proses kelancaran proses transfer data secara lebih cepat dan lebih baik.

Melalui Survey lapangan berupa observasi dan wawancara, telah didapatkan data yang akurat mengenai Aktifitas UMKM. Keuntungan dalam menggunakan EDI adalah waktu pemesanan yang singkat, mengurangi biaya, mengurangi kesalahan, memperoleh respon yang cepat, pengiriman faktur yang cepat dan akurat serta pembayaran dapat dilakukan secara elektronik.

DAFTAR PUSTAKA

Asyari, (2016). *The influence of Quality Services and Human Resources Development to user Satisfaction For Accounting Computer study at Local Government Officials Depok West Java*, Jurnal IJSTR, Volume 5, Issue 05, May 2016.

Azhar Susanto. (2004). *Sistem Informasi Akuntansi: Konsep dan Pengembangan Berbasis Komputer*, Edisi Pertama. Bandung: Lingga Jaya.

- Azhar Susanto. (2002). *Sistem Informasi Manajemen: Konsep dan Pengembangan*. Edisi Pertama,. Bandung: Lingga Jaya.
- Baron, Robert A., Jerald Greenberg. (1990) *Behavior in Organization: Understanding and Managing the Human Side of Work*, 3rd ed., Boston: Allyn and Bacon.
- Bodner, H. George. (1998). *Accounting Information System*, 7th Ed. New Jersey: Prestice-Hall International, Inc.
- Jogiyanto HM. (1989). *Sistem Informasi: Berbasis Komputer*. Edisi Pertama.Yogyakarta:BPFE.
- Jones, Graham, Terry McNamara. (1988). *Information Technology and the New Accounting*, London: McGraw-Hill Book Company.
- Kadir, Abdul dan Terra Ch. Triwahyuni. (2005). *Pengenalan Teknologi Informasi*. Ed. II. Yogyakarta: Andi
- Mcleod, JR. Raymond. (1998). *Management Information System: a Study of Computer Based infomation Systems*, 6th ed., New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Nurwono, Yuniarto. (1994). *Manajemen Informasi Pendekatan Global*, Edisi Pertama, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- Romney, Marshall B. and Paul John Steinbart. (2003). *Accounting Information Systems*. 10th ed. New Jersey: Pearson Education, Inc
- Romney, Marshall B. and Paul John Steinbart. (2006). *Accounting Information Systems*. 10th ed. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Siregar, A.R. (2008) : "Penggunaan Sistem dan Teknologi Informasi untuk Usaha Kecil dan Menengah", USU erespository @2008.
- Susetyorini, P (2011), "Sistem EDI : Pelaksanaan Sistem Elektronik Data Interchange (EDI) di Pelabuhan Tanjung Emas Semarang Sebagai Alternatif Dalam Prosedur Kepabeanan", Pandecta Volume 5, No.1, Januari-Juni 2011.
- Tambunan, Mangara (2004). *Tiga Kendala Besar Pengembangan UMKM Berorientasi Ekspor*. Makalah dalam Diskusi Panel Pengembangan UMKMdalam Kegiatan Ekspor, 21 September 2004, Hotel Bumi Karsa, Jakarta.



EMBISS

JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL

<https://embiss.com/index.php/embiss/index>

COLLABORATION WITH



PDPTN

Perkumpulan Dosen Perguruan Tinggi Nusantara
Nusantara Higher Education Lecturers Association

INDEXED IN



PKP|INDEX



Directory of
Research Journal
Indexing



DIRECTORY
OF OPEN ACCESS
SCHOLARLY
RESOURCES



9 772747 093386