GUYUB EKONOMI DESA:

KAJIAN KEWIRAUSAHAAN UNTUK DESA MANDIRI DAN SEJAHTERA

Editor:

Dr. Agung Winarno, S.E, M.M

Afwan Hariri Agus Prohimi, S.E, M.Si

Lulu Nurul Istanti, S.E, M.M

Kata Pengantar:

Yuli Agustina, S.E, M.M

(Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang)

Pendahuluan: Desaku Mandiri dan Sejahtera

Trisetia Wijijayanti, S.E, M.B.A

(Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang)

Penerbit

CV. Bintang Sejahtera

2018

GUYUB EKONOMI DESA:

KAJIAN KEWIRAUSAHAAN UNTUK DESA MANDIRI DAN SEJAHTERA

Yani Rizal, dkk

@ CV. Bintang Sejahtera

Perpustakaan Nasional: Katalog dalam Terbitan (KDT)

All right reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang mereproduksi atau memindahkan keseluruhan maupun bagian buku ini dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun baik secara elektronik, mekanis termasuk fotokopi, rekaman, maupun sistem penyimpanan lain tanpa ijin dari penerbit.

Penulis : Yani Rizal, dkk

editor : Dr. Agung Winarno, S.E., M.M

Afwan Hariri Agus Prohimi, S.E, M.Si

Lulu Nurul Istanti, S.E, M.M

desain Cover : Trisetia Wijijayanti, S.E, M.B.A

Cetakan I : Desember 2018

ISBN : 978-602-1150-30-6

x + 211 hal. 25 cm x 17.5 cm.

Diterbitkan oleh **Penerbit CV. Bintang Sejahtera**

Anggota IKAPI (No: 136/JTI/2011)

Jl. Tirtomulya VI/1B landungsari Malang.

Phone 085102744383

Email: cetakterbit.bs@gmail.com

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh,

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT karena rahmat dan hidayah Nya, buku kumpulan penelitian ini dapat diselesaikan dengan lancar tanpa ada hambatan yang berarti. Buku ini merupakan kumpulan tulisan hasil penelitian dari beberapa dosen dari seluruh Indonesia.

Buku guyub ekonomi desa: kajian kewirausahaan untuk desa mandiri dan sejahtera dibuat untuk mendukung pengembangan dan pembangkitan ekonomi desa di Indonesia yang saat ini sangat didorong oleh pemerintah. Kewirausahaan desa sangatlah dibutuhkan agar dapat memperbaiki tatanan hidup desa menjadi lebih baik dan sejahtera. Kebangkitan ekonomi desa diharapkan dapat menyokong dan menstabilkan ekonomi negara yang tergoyahkan dengan adanya krisis keuangan global, “peperangan” antar negara adikuasa di dunia dan beberapa isu-isu yang mempengaruhi ekonomi Indonesia.

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada:

- ✚ Prof. Dr. Suyono, M.Pd selaku Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat dan Dr. Cipto Wardoyo, S. E, M.Pd, M.Si. Ak, CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang yang memberi dukungan pembuatan buku ini.
- ✚ Penerbit CV. Bintang Sejahtera yang telah membantu dalam proses pengeditan dan pencetakan.
- ✚ Nara sumber dan para peneliti.

Semoga dengan penerbitan buku ini, dapat membantu dan mendorong generasi penerus untuk dapat mendukung, berkreasi dan mengembangkan tentang kajian kewirausahaan desa untuk

peningkatan ekonomi dan kemandirian desa untuk menuju desa mandiri dan sejahtera.

Desember 2018

Editor

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
PENDAHULUAN: DESAKU MANDIRI DAN SEJAHTERA	v
Analisis Strategi Pengembangan UMKM Terasi di Kota Langsa (<i>Yani Rizal dan Safrizal; Universitas Samudra</i>)	1
Pengembangan Ekonomi Islam Berbasis Kependudukan di Perdesaan (<i>Dudi Badruzman; STAI Sabili Bandung</i>).....	13
Desa Wisata Sebagai Model Pemberdayaan Masyarakat di Nagari Pariangan Kabupaten Tanah Datar (<i>Yulie Suryani; Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat</i>).....	23
Efektifitas Pelatihan Keterampilan Berusaha dan Bantuan Stimulan Usaha Ekonomis Produktif Terhadap Pengentasan Kemiskinan di Kota Banjar (<i>Maman Sulaeman; Politeknik Triguna Tasikmalaya</i>)	33
Strategi Pembangkitan Ekonomi Lokal melalui Destinasi Wisata Pedesaan di Kabupaten Malang (<i>Trisetia Wijijayanti, Yuli Agustina, Agung Winarno, Lulu Nurul Istanti dan Buyung Adi Dharma; Universitas Negeri Malang</i>).....	52
Pengentasan Kemiskinan sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Masyarakat Desa Banuayu Kabupaten Oku Timur melalui Program Desa Binaan Zakat (<i>Mail Hilian Batin; UIN Raden Patah Palembang</i>)	77

Analisis Perbedaan Minat dan Sikap Kewirausahaan antara Mahasiswa S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang dengan Mahasiswa S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya (Elfia Nora, Aniek Indrawati, Imam Bukhori dan Jefry Aulia Martha; Universitas Negeri Malang).....	100
Memperbaiki Kinerja Pemasaran melalui Pelatihan Kewirausahaan, Riset Pasar, dan Inovasi Produk (Survei pada UMKM di Periangen Timur Provinsi Jawa Barat) (Maman Sulaeman; Politeknik Triguna Tasikmalaya).....	119
Dampak Keberadaan Wisata Religi terhadap Perkembangan Ekonomi Masyarakat di Kabupaten Mojokerto (Rachmad Hidayat, Ludi Wishnu Wardhana, Wening Patmi Rahayu; Universitas Negeri Malang)	135
Kondisi Sosial Ekonomi Petani Kopi Arabica Sp (Coffea Arabica SP) di Kecamatan Silih Nara Kabupaten Aceh Tengah (Ilma Fitri; Universitas Gajah Putih).....	149

PENDAHULUAN

DESAKU MANDIRI DAN SEJAHTERA

Kemandirian dan kesejahteraan desa melalui diharapkan dapat menjadi faktor meningkatnya pertumbuhan ekonomi secara nasional. Sebagaimana diketahui bahwa perekonomian Indonesia disusun atas usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan, sehingga pembangunan desa memiliki tujuan mulia yaitu untuk meningkatkan kualitas hidup manusia serta penanggulangan kemiskinan melalui penyediaan pemenuhan kebutuhan dsar, pembangunan sarana dan prasarana, pengembangan potensi ekonomi lokal, serta pemanfaatan sumber daya alam alam dan lingkungan secara berkelanjutan dengan mnegedepankan kebersamaan, kekeluargaan dan kegotongroyongan.

Pada saat ini, pemerintah telah mendelegasikan kewenangan untuk mengatur dan mengurus pembangunan secara langsung kepada desa. Hal itu bermakna bahwa desa juga harus melaksanakan pembangunan sarana dan prasarana secara partisipatif dan mandiri dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakatnya dengan tetap memperhatikan aspek pemberdayaan berbasis potensi, sumber daya, dan kearifan lokal. Salah satu cara untuk meningkatkan kemandirian dan kesejahteraan masyarakat desa adalah dengan menerapkan kewirausahaan desa. Kewirausahaan desa berarti langkah kreatif dan inovatif yang dilakukan warga desa sehingga memberikan nilai lebih bagi para pelakunya.

Merespon arah Pembangunan Pariwisata Nasional (dalam kurun waktu 2010–2025) yang tertuang pada pasal 2 ayat 8 (Peraturan Pemerintah RI no. 50 thn 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Nasional Tahun 2010 – 2025) sekaligus di dalam upaya mempercepat dan memperkuat Pembangunan Ekonomi sesuai

dengan Keunggulan dan Potensi Wilayah maka Penelitian terkait dengan Pengembangan bidang Pariwisata menjadi strategis. Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia (MP3EI) 2011-2025 dilaksanakan untuk mempercepat dan memperkuat pembangunan ekonomi sesuai dengan keunggulan dan potensi strategis wilayah. Strategi pelaksanaan MP3EI adalah dengan mengintegrasikan tiga elemen utama (Dikti, 2013):

1. Mengembangkan potensi ekonomi wilayah;
2. Memperkuat konektivitas nasional yang terintegrasi secara lokal dan terhubung secara global (*locally integrated, globally connected*);
3. Memperkuat kemampuan sumber daya manusia (SDM) dan IPTEK nasional untuk mendukung pengembangan program utama di setiap koridor ekonomi.

Desa juga menghadapi era baru dalam Undang-Undang nomor 6 tahun 2014 tentang desa, hendak mengantarkan desa sebagai penyangga kehidupan. Desa diharapkan menjadi mandiri secara sosial, budaya, ekonomi bahkan politik. Terlebih dengan bergulirnya globalisasi yang sangat mempengaruhi roda pembangunan dan perekonomian secara signifikan.

Desa dapat memulai dengan cara melakukan pendekatan kelembagaan sebagai basis dalam kegiatan pemberdayaan yang memiliki beberapa keuntungan sebagai berikut: (1) Memperbesar kemampuan sumberdaya dan meningkatkan skala usaha ekonomi kolektif yang dimiliki masyarakat, (2) Meningkatkan posisi tawar kolektif dalam mengakses modal, pasar, teknologi, dan kebijakan, (3) mengembangkan kemampuan koordinasi dan kerja sama kemitraan dalam pengelolaan kegiatan ekonomi kolektif untuk mendukung dinamika ekonomi kawasan, dan (4) Memudahkan pengontrolan terhadap perjalanan ekonomi bersama. Atas dasar pandangan ini, berbagai jenis kelembagaan sosial ekonomi yang dibentuk melalui

program-program di atas merupakan modal pembangunan yang sangat berharga bagi masyarakat (Kusnadi, 2009).

Desa mandiri dan sejahtera merupakan sebuah tujuan yang sangat mulia dari pemerintah saat ini. Tujuan ini memberikan potensi memberdayakan masyarakat dan memberi peluang pada masyarakat untuk berperan dalam pengelolaan sumber daya di sekitarnya.

Malang, 10 Desember 2018

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM TERASI DI KOTA LANGSA

Yani Rizal ¹, Safrizal ²

Fakultas Ekonomi Universitas Samudra

E-mail: ¹Yanirizal@unsam.ac.id, ²safrizal@unsam.ac.id

ABSTRACT

UMKM Terasi is a business that has been carried out for a long time by the people of Langsa City, where the terasi produced has been in its heyday, namely in the era of the 90s. The efforts of terasi conducted by the community have been able to increase family income and be able to improve the standard of living of the village community.

Today the shrimp paste business is beginning to experience a decline in both production and quality. To restore the glory of business as usual, it needs an effort to change business strategy by taking into Strength, Weakness, Opportunity and Threats so that an appropriate and effective strategy is obtained to be applied to shrimp paste businesses in Langsa City.

The right strategy to do is a strategy of concentration through Horizontal integration or stability, meaning that the strategy is more defensively implemented, namely the business actor terasi tends to be more likely to survive. The continuity of the shrimp paste business in Langsa City tends to survive and is less likely to have the ability to develop a business towards a more advanced one.

Keywords: *UMKM Terasi, SWOT Analysis*

PENDAHULUAN

Potensi UMKM menjadi perhatian pemerintah, khususnya Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, dalam mendorong diversifikasi kegiatan ekonomi masyarakat. Kebijakan pemerintah dalam pengembangan UMKM jangka panjang bertujuan untuk meningkatkan potensi tersebut serta partisipasi aktif masyarakat dalam pembangunan nasional, khususnya pemerataan pembangunan, penciptaan kesempatan kerja, dan peningkatan pendapatan. Tidak hanya itu, kekuatan UMKM tersebut juga diberdayakan oleh berbagai lembaga nasional bahkan internasional seperti *World Bank* dan PBB dalam upaya pengembangan *capacity building*.

Secara legal usaha mikro, kecil dan menengah diatur dalam Undang-Undang No 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Berdasarkan pada Undang-Undang tersebut usaha mikro, kecil dan menengah diberi batasan-batasan sehingga ada kategori tertentu yang menentukan usaha tersebut termasuk usaha mikro, kecil atau menengah. (Machmud, S., & Sidharta, I. 2013).

Keberadaan UMKM di Kota Langsa yang semakin meningkat, Berbagai peran strategis dimiliki sektor UMKM, namun sektor ini juga dihadapkan berbagai permasalahan yang pada umumnya bersumber dari kelemahan yang terjadi dalam diri UMKM. Menurut Sukidjo (2004) permasalahan UMKM antara lain kekurangan dana baik untuk modal kerja maupun investasi, kesulitan dalam pemasaran yang disebabkan oleh keterbatasan informasi mengenai perubahan dan peluang pasar, kesulitan dalam pengadaan bahan baku khususnya bahan baku yang masih harus didatangkan dari luar daerah selain waktu yang cukup lama dan harganya pun

juga mahal, keterampilan sumber daya manusia (pekerja dan pemilik) masih rendah, teknologi yang digunakan masih rendah yang ditandai oleh peralatan produksi yang digunakan masih tradisional, kesulitan dalam administrasi pembukuan.

Perkembangan UMKM terasi di Kota Langsa semakin lama semakin menurun, hal ini dapat dilihat dari jumlah penjualan yang dicapai oleh usaha terasi tersebut. Penurunan ini disebabkan oleh banyak hal, diantaranya adanya persaingan dari usaha terasi yang berasal dari luar Kota Langsa, bahan baku yang semakin sulit diperoleh, tidak adanya pengembangan terhadap kualitas terasi serta kemasan yang kurang menarik. Mengingat keberadaan usaha terasi ini sangat penting dipertahankan guna membantu mengatasi berbagai masalah-masalah ekonomi dan sosial, khususnya yang berkaitan dengan upaya mengatasi pengangguran serta pengentasan kemiskinan di Kota Langsa, maka dibutuhkan strategi yang tepat untuk dilakukan agar tujuan pengembangan UMKM terasi dapat tercapai.

Beberapa hal-hal yang harus diperhatikan pada sistem ekonomi yang mengarah pada ekonomi kerakyatan yaitu: (1) karakteristik daerah dan latar belakang keahlian mayoritas masyarakat setempat, (2) ekonomi berbasis rakyat yaitu kegiatan ekonomi yang sesuai dengan keahlian mayoritas masyarakat setempat, (3) karakteristik daerah yaitu meningkatkan nilai (*value*) dari potensi daerah, (4) peran pemerintah daerah yaitu mendorong tumbuhnya ekonomi rakyat melalui perbaikan sarana dan prasarana agar ekonomi rakyat tumbuh dan berkembang dengan pesat, (5) Potensi lokal/UMKM yaitu mendorong tumbuhnya industri berbasis potensi lokal/UMKM dengan pemberdayaan pembentukan koperasi atau unit

produktif. (Zulkarnain, 2003). Pengembangan UMKM pada hakikatnya merupakan tanggungjawab bersama antara pemerintah dan masyarakat. Dengan mencermati permasalahan yang dihadapi oleh UMKM, diperlukan upaya hal-hal seperti: (a) penciptaan iklim usaha yang kondusif, (b) bantuan permodalan, (c) perlindungan usaha, (d) pengembangan kemitraan, (e) pelatihan, (f) mengembangkan promosi, dan (g) mengembangkan kerjasama yang setara. (Hafsah 2004).

Secara umum strategi merupakan pendekatan secara menyeluruh yang berkaitan dengan pelaksanaan ide/gagasan, perencanaan, dan pelaksanaansuatu kegiatan dalam kurun waktu tertentu. Strategi yang baik lebih menuntut adanya koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif. Strategi juga merupakan perangkat luas rencana organisasi untuk mengimplementasikan keputusan yang diambil demi mencapai tujuan organisasi. Strategi menjadi tiga kelompok yang dapat dipertimbangkan untuk diterapkan dalam suatu perusahaan yaitu: (1) strategi perusahaan (*corporate strategy*), (2) strategi bisnis atau strategi persaingan, dan (3) strategi fungsional. (Sudaryanto, dkk, 2011).

Penggunaan analisis SWOT dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor internal pihak pengusaha dalam kawasan industri sehingga diketahui apa saja faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan. Disamping menganalisis faktor internal juga dilakukan analisis faktor-faktor eksternal untuk mengetahui peluang dan ancaman yang dihadapi. Berdasarkan dari hasil analisis SWOT, diperoleh alternatif-alternatif kebijakan terpilih dalam

mengambil keputusan strategis. Dalam melakukan analisis SWOT, tahapan kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut: (a) Identifikasi Faktor-faktor Internal dan Eksternal, (b) Penyusunan Kuesioner, dan (c) Analisis Data dengan pendekatan IFAS dan EFAS. (Rangkuti, 2009).

Matrik SWOT merupakan cara sistematis untuk mengidentifikasi keempat faktor yang tercakup dalam analisis yang menggambarkan kecocokan paling baik diantaranya. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi akan memaksimalkan kekuatan dan peluang, serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. Matrik SWOT digunakan untuk mengembangkan empat tipe alternatif strategi yaitu SO (*strengths - opportunities*), strategi WO (*weaknesses - opportunities*), strategi ST (*strengths - threats*), dan strategi WT (*weaknesses - threats*). Terdapat empat tahapan dalam membentuk matrik SWOT yaitu:

1. Mencocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal dan mencatat resultan strategi SO.
2. Mencocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal dan mencatat resultan strategi WO.
3. Mencocokkan kekuatan internal dengan ancaman eksternal dan mencatat resultan strategi ST.
4. Mencocokkan kelemahan internal dengan ancaman dan mencatat resultan strategi WT.

Bentuk matrik analisis SWOT bisa dilihat pada tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1. Matriks SWOT

EFAS	IFAS	STRENGTH (S)	WEAKNESS (W)
		Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal	Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal
OPPORTUNITY (O) Tentukan 5-10 faktor-faktor peluang eksternal		Strategi SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREAT (T) Tentukan 5-10 faktor-faktor ancaman eksternal		Strategi ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

(Rangkuti, 2009)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan secara tepat sifat-sifat suatu individu, keadaan, gejala, atau kelompok tertentu atau frekuensi penyebaran suatu gejala yang lain di masyarakat. Seperti yang diungkapkan oleh Moleong (2002:6) penelitian deskriptif didefinisikan sebagai penelitian yang berupaya mengungkapkan suatu masalah dan keadaan apa adanya sehingga hanya akan mengungkapkan fakta-fakta dan tidak menggunakan kajian hipotesa.

Dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*) dalam menentukan strategi yang tepat digunakan. Dengan tahapan sebagai berikut: Penyusunan Kuisioner;

Identifikasi Faktor-Faktor Internal dan Eksternal; Analisis *External Strategy factor Analysis* (EFAS) dan *Internal strategy factor Analysis* (IFAS)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Terasi Merupakan salah satu bahan penyedap rasa makanan yang terbuat udang rebon dan tidak mengandung bahan kimia. Di Kota Langsa terasi telah membudaya mulai sejak dahulu. Di kota inilah banyak di produksi oleh masyarakat, karena Kota Langsa memiliki jumlah nelayan juga relatif tinggi dan juga sebagai penghasil udang rebon sebagai salah satu diantaranya merupakan bahan terasi. Usaha pembuatan terasi di Kota Langsa tersebar di beberapa desa pada Kecamatan Langsa Barat. Pada usaha pembuatan terasi di Kota Langsa ini, pengusaha terasi membuat komposisi yang berbeda-beda, ada yang terbuat dari rebon tambak, ada yang terbuat dari udang tambak, ada yang terbuat rebon laut, dan ada yang terbuat dari udang laut. Daerah pemasaran hasil produksi terasi ini yaitu Kota Langsa, Kabupaten Aceh Timur, dan Kabupaten Aceh Tamiang serta sebahagian Kabupaten Aceh Utara.

Berdasarkan hasil kuisisioner dapat dilihat kondisi terhadap faktor sumber daya alam, pemasaran, sumber daya manusia, teknologi dan permodalan pada UMKM terasi di Kota Langsa sebagai berikut:

Tabel 2. Kondisi Sumber Daya Alam (Bahan Baku) pada Usaha Terasi di Kota Langsa

Interval	Kategori	Jumlah	%
4 – 8	Kurang Tersedia	5	14.71
9 – 12	Cukup Tersedia	20	58.82
13 – 16	Tersedia	9	26.47
Jumlah		34	100

Ketersediaan bahan baku pada usaha terasi di Kota Langsa cukup tersedia. Bahan baku yang dibutuhkan dalam pembuatan terasi adalah terasi yang telah di fermentasi diperoleh dari wilayah Sumatera Utara yaitu Pangkalan Susu dan Tanjung Balai. Dimana terasi yang telah difermentasi tersebut kemudian di campur dengan udang rebon yang sudah dihaluskan.

Gambaran kondisi pemasaran dari Usaha Terasi di Kota Langsa, berdasarkan hasil pengamatan, dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. Kondisi Pemasaran Usaha Terasi di Kota Langsa

Interval	Kategori	Jumlah	%
8 – 16	Kurang Luas	16	47.06
17 – 24	Cukup Luas	13	38.24
25 – 32	Luas	5	14.71
Jumlah		34	100

Daerah pemasaran dari Usaha Terasi di Kota Langsa meliputi Kota Langsa, Kabupaten Aceh Timur, Kabupaten Aceh Utara dan Kota Lhokseumawe. Usaha Terasi di Kota Langsa sudah dikenal oleh masyarakat luas, dikarenakan memiliki aroma yang enak, dan merupakan salah satu oleh-oleh ciri khas Kota Langsa. Sistem pemasaran yang dilakukan masih bersifat konvensional, yaitu hanya mengandalkan merek atau cap pada kemasan yang masih sederhana.

Kondisi Sumber Daya Manusia (SDM) pada usaha terasi di Kota Langsa, dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. Kondisi Sumber Daya Manusia Usaha Terasi di Kota Langsa

Interval	Kategori	Jumlah	%
10 – 20	Kurang Tersedia	3	8.82
21 – 30	Cukup Tersedia	6	17.65
31 – 40	Tersedia	25	73.53
Jumlah		34	100

Penerapan teknologi yang di gunakan pada usaha terasi di Kota Langsa masih kurang memadai. Peralatan yang digunakan masih sangat sederhana seperti alat cetak terasi, alat penjemuran, alat pengemasan dan alat pengilingan. Lamanya waktu produksi yang dibutuhkan dari proses awal sampai siap untuk dijual secara rata-rata 3- 5 hari.

Tabel 5. Penerapan Teknologi Usaha Terasi di Kota Langsa

Interval	Kategori	Jumlah	%
3 – 6	Kurang Memadai	20	58.82
7 – 9	Cukup Memadai	12	35.29
10 – 12	Memadai	2	5.88
Jumlah		34	100

Modal yang dibutuhkan oleh usaha terasi di Kota Langsa, cukup tinggi. Modal awal untuk menjalankan usaha terasi yaitu Rp. 5.000.000 – Rp. 10.000.000. Modal yang dibutuhkan diperoleh dari modal sendiri. Selama menjalankan usaha terasi, para pengusaha tidak pernah mendapatkan bantuan dari pihak manapun. Sistem pembukuan pada usaha terasi hampir tidak pernah ada.

Tabel 6. Permodalan Usaha Terasi di Kota Langsa

Interval	Kategori	Jumlah	%
9 – 18	Rendah	2	5.88
19 – 27	Cukup Tinggi	27	79.41
28 – 36	Tinggi	5	14.71
Jumlah		34	100

Aspek internal diperoleh dari Sumber Daya Alam, Permodalan dan Teknologi. Aspek internal dibedakan menjadi unsur kekuatan dan kelemahan yang terdapat pada usaha terasi di Kota Langsa. Faktor kekuatan dan kelemahan ini diperoleh berdasarkan hasil analisis dan wawancara dan kuisioner, rating dan bobot dihasilkan melalui penilaian prioritas dari hasil wawancara.

Tabel 7. Analisis Faktor Strategi Internal (IFAS) Usaha Terasi di Kota Langsa

Faktor	Bobot	Rating	Skor
<i>Kekuatan:</i>			
1. Bahan baku yang tersedia	0.15	3	0.45
2. Modal yang dibutuhkan relatif tidak besar	0.15	3	0.45
3. Penerapan teknologi yang masih terbuka	0.20	4	0.80
<i>Kelemahan:</i>			
1. Rendahnya Kualitas SDM Tenaga Kerja	0.20	1	0.20
2. Modal usaha yang dimiliki sangat terbatas	0.15	2	0.30
3. Daerah pemasaran dan promosi yang masih terbatas, dan kurangnya informasi pasar.	0.15	2	0.30
Jumlah			2.60

Aspek eksternal dibedakan menjadi faktor peluang dan ancaman usaha terasi di Kota Langsa. Faktor ini didasarkan pada hasil analisis dan wawancara dan kuisioner, rating dan bobot dihasilkan melalui penilaian prioritas dari hasil wawancara.

Tabel 8. Faktor Strategi Eksternal Usaha Terasi di Kota Langsa

Faktor	Bobot	Rating	Skor
<i>Peluang:</i>			
1. Ketersedian TK di sekitar banyak dan murah	0.15	3	0.45
2. Ketersediaan bahan baku yang mudah di peroleh	0.05	1	0.05
3. Permittaan pasar yang tinggi	0.10	2	0.20
4. Terasi merupakan salah satu kebutuhan untuk masakan yang digemari.	0.20	4	0.80
<i>Tantangan:</i>			
1. Peningkatan harga bahan baku	0.10	3	0.30
2. Adanya pesaing dalam skala industri nasional	0.20	1	0.20
3. Munculnya usaha-usaha baru terasi	0.20	1	0.20
Jumlah			2.20

Berdasarkan skor pada faktor strategis internal dan eksternal dapat digambarkan matrik Internal – Eksternal. Skor faktor strategis internal sebesar 2.60 dan faktor strategis Eksternal sebesar 2.20 menunjukkan titik koordinat terletak pada daerah pertumbuhan stabilitas (V) , dalam hal ini strategi pemecahan masalah adalah integrasi horizontal. Kondisi Internal dan Eksternal dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

		Total Faktor Strategi Eksternal		
		Kuat 4.00	Rata-rata 3.00	Lemah 1.00
Total Faktor Strategi Internal	Tinggi 3.00	I Pertumbuhan	II Pertumbuhan	III Penciutan
	Menengah 2.00	IV	V	VI
		Stabilitas	Pertumbuhan Stabilitas	Penciutan
	Rendah 1.00	VII Pertumbuhan	VII Pertumbuhan	IX Likuidasi

Gambar 1. Kuadrat IFAS dan EFAS

Kondisi I: Strategi konsentrasi melalui integrasi vertical.

Kondisi II: Strategi konsentrasi melalui integrasi Horizontal.

Kondisi III: Strategi *Turn around*

Kondisi IV: Strategi Stabilitas.

Kondisi V: Strategi konsentrasi melalui integrasi Horizontal atau stabilitas (tidak ada perubahan dalam pendapatan)

Kondisi VI: Strategi Divestasi.

Kondisi VII: Strategi Diversifikasi.

Kondisi VIII: Strategi Diversifikasi Konsentrik.

Kondisi IX: Strategi Likuiditas (tidak berkembang).

Skor yang diperoleh dari faktor strategis internal 2.60 dan faktor strategis eksternal sebesar 2.20 menunjukkan titik koordinat terletak pada

daerah pertumbuhan V. dan strategi yang tepat dilakukan oleh pelaku usaha terasi di Kota Langsa adalah merupakan Strategi konsentrasi melalui integrasi Horizontal atau stabilitas, artinya strategi yang diterapkan lebih *defensive*, yaitu pelaku usaha terasi lebih cenderung untuk *survival* (bertahan). Kelangsungan usaha terasi di Kota Langsa lebih cenderung bertahan dan kecil kemungkinan memiliki kemampuan untuk mengembangkan usaha kearah yang lebih maju.

Matrik SWOT dengan menggunakan pendekatan EFAS dan IFAS, dapat diketahui strategi yang dapat dijalankan oleh usaha terasi di Kota Langsa.

Tabel 9. Matriks SWOT

<div style="text-align: center;"> IFAS EFAS </div>	STRENGTH (S)	WEAKNESS (W)
	1. Ketersediaan bahan baku 2. Modal awal termasuk ringan 3. Keahlian turun temurun 4. Ketersediaan tenaga kerja dan murah	1. Rendahnya kualitas SDM 2. Modal usaha yang terbatas untuk pengembangan usaha 3. Daerah pemasaran terbatas, tidak ada kegiatan pemasaran yang baik
	OPPORTUNITY (O)	STRATEGI SO STRATEGI WO
	1. Produk unggulan Kota Langsa karena memiliki ciri khas 2. Permintaan yang tinggi 3. Pasar yang masih terbuka untuk dilayani.	1. Pelatihan manajemen usaha kepada pengusaha dan tenaga kerja. 2. Perhatian dari pemerintah maupun pihak lain dalam hal pemberian bantuan alat produksi. 3. Merumuskan kerjasama sesama usaha terasi untuk dapat memenuhi permintaan pasar serta mengetahui informasi pasar. 4. Penguatan dalam bentuk bantuan modal usaha

		dalam upaya pengembangan usaha.
TREATH (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
1. Tidak stabilnya harga bahan baku.	1. Meningkatkan kegiatan promosi danmenjangkau daerah pemasaran yang lebih luas.	1. Menciptakan inovasi produk, menambah variasi produk, dan kemasan yang menarik.
2. Adanya pesaing berskala industri nasional		
3. Adanya pelaku usaha baru di sekitar Kota Langsa	2. Mepertahan kualitas produk yang telah memiliki ciri khas.	2. Mengadakan kerjasama dengan pedagang luar daerah agar daerah distribusi lebih luas.

Strategi pengembangan usaha terasi di Kota Langsa didasarkan pada faktor sumber daya alam, sumber daya manusia, pemasaran, teknologi dan permodalan, dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan usaha terasi di Kota Langsa adalah *strategi defensive*. Suatu industri agar dapat berkembang maka digunakan suatu strategi untuk mengembangkan industri tersebut, maka dari itu matrik SWOT dapat di jadikan acuan dalam pengembangan strategi tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menemukan strategi yang dapat dijalankan UMKM terasi di Kota Langsa adalah Strategi *Depensive*, yaitu pelaku UMKM terasi lebih cendrung untuk *survival* (bertahan). Kelangsungan usaha terasi di Kota Langsa lebih cendrung bertahan dan kecil kemungkinan memiliki kemampuan untuk mengembangkan usaha kearah yang lebih maju.

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah kepada pelaku UMKM terasi di Kota Langsa dapat menjalankan strategi WT yang sesuai dengan strategi *dependive* yaitu menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman, dengan beberapa

alternative tindakan seperti menciptakan inovasi produk, menambah variasi produk, dan kemasan yang menarik serta mengadakan kerjasama dengan pedagang luar daerah agar daerah distribusi lebih luas

DAFTAR PUSTAKA

- Afifuddin. 2010. *Pengantar Administrasi Pembangunan*. Bandung: CV Alfabeta.
- Ambar Teguh. S. 2004. *Kemitraan dan Model-model Pemberdayaan*. Yogyakarta: Gava Medika.
- A.Z. Yasin, F. 2002. *Petani, Usaha Kecil Dan Koperasi Berwawasan Ekonomi Kerakyatan*. Pekanbaru: Unri Press.
- David, F. R. 2006. *Manajemen Strategi; Konsep Edisi Kesepuluh*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kurniawati, D.,P., Supriyono, B., DAN Hanafi, I. 2013. Pemberdayaan Masyarakat di Bidang Usaha Ekonomi (Studi pada Badan Pemberdayaan Masyarakat Kota Mojokerto), *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 1(4): 9-14.
- Fredi, R. 2009. *Analisis SWOT, Membedah Kasus Binis*, PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Hafsah, M. J. 2004. Upaya Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Infokop*. Nomor 25 Tahun XX.
- Kuncoro, M. 2005. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga.
- Machmud, S., & Sidharta, I. (2013). Model Kajian Pendekatan Manajemen Strategik Dalam Peningkatan Sektor UMKM Di Kota Bandung (Model Study of Strategic Management Approach in SMEs Sector Improvement In Bandung). *Jurnal Computech & Bisnis*, 7(1), 56-66.

- Moleong, Lexy.J. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Rosdakarya.
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha mikro kecil dan menengah) di Indonesia. *Cano Ekonomos*, 6(1), 51-58.
- Sudaryanto, Ragimun, dan Rahma R. 2011. *Strategi pemberdayaan UMKM menghadapi pasar bebas ASEAN*. Universitas Negeri Jember.
- Situmorang, S. H., & Safri, M. (2011). Urgensi Pengembangan Teknologi Tepat Guna untuk UMKM di Kota Medan. *Jurnal Ekonom*, 14(4), 197-208.
- Supriatna, S., & Aminah, M. (2016). Analisis strategi pengembangan usaha kopi luwak (studi kasus UMKM Careuh Coffee Rancabali-Ciwidey, Bandung). *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 5(3), 227-243.
- Sumodiningrat, G .1999. *Pembangunan Daerah dan Pemberdayaan Masyarakat*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Tambunan, T. 2009. *UMKM di Indonesia*. Bogor: Ghalia.
- UU No. 20 Tahun 2008 Pasal 3 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah,
- Wahyuningtias,D. 2011. “Perencanaan Strategik Usaha Kecil Menengah Jenis Usaha Kue dan Roti”. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.Vol. 2 No. 1 (2011), h. 564-570.
- Zulkarnain. 2003. *Membangun Ekonomi Rakyat: Persepsi Tentang Pemberdayaan Ekonomi Rakyat*. Yogya-karta: Adicita Karya Nusa.

PENGEMBANGAN EKONOMI ISLAM BERBASIS KEPENDUDUKAN DI PERDESAAN

Dudi Badruzaman

Jurusan Hukum Ekonomi Syariah

STAI Sabili Bandung

E-mail: baruzaman.dudi@yahoo.com

ABSTRACT

Nowadays, Islamic economy is growing and developing considerably in Indonesia. It is considered as a better alternative of the earlier economic systems which are traditional (communal) and capitalist economy. These two economic systems did not quite give way to get a prosperous life for Indonesian people. The existing Islamic economics hopefully might answer this problem. So, organizing Islamic economic system as a discourse and praxis must be developed in the community's life. The growth and development of Islamic economic institutions were initially an urban phenomenon. However, lately it has been gone through rural areas. The efforts to develop the role and contribution of Islamic economic institutions in rural areas, can take advantage of the conditions of rural population. Understanding the composition of the population might help to establish economic institutions, to distribute funds and to develop various forms of business.

Keywords: *Islamic Economics, Institutions, Population, and Rural*

PENDAHULUAN

Akhir-akhir ini sistem ekonomi Islam dalam wacana dan praktik telah berkembang luas dalam kehidupan ekonomi masyarakat Indonesia. Sebagai wacana ia telah menjadi bagian dari pemberitaan dalam berbagai media, bahan diskusi, seminar, loka karya dan perundang-undangan. Sistem ekonomi Islam tumbuh secara dualistik; berorientasi profit dan non profit. Ekonomi Islam yang berorientasi profit berupa lembaga keuangan syari'ah, dalam bentuk perbankan syari'ah, unit usaha syari'ah, lembaga pembiayaan syari'ah, pegadaian syari'ah, dan lain – lain. Ekonomi Islam non profit berupa; baitul mal, badan amal zakat infaq dan sadaqah (BAZIS), lembaga amal zakat infaq dan sadaqah (LAZIS), dan lembaga wakaf.

Pakar ekonomi memperkirakan ekonomi Islam di Indonesia akan mengalami perkembangan pesat 15 tahun ke depan dan akan menjadi ekonomi syariah terbesar di dunia. Hal tersebut mengingat potensi pasar yang sangat besar, ditambah lagi sektor riil yang terkait ekonomi Islam dapat berjalan lebih baik. Namun demikian market share ekonomi Islam baru sekitar dua persen pasar ekonomi konvensional di perbankan, asuransi dan pasar modal.

Perkembangan ekonomi Islam di Indonesia dan dunia, terutama sektor ekonomi berorientasi profit, dipengaruhi sejarah pertumbuhan bank syariah. Ia muncul pertama kali di Mesir, tidak menggunakan label Islam, untuk mengantisipasi kecurigaan sebagai gerakan fundamentalis. Perintisnya membentuk sebuah bank simpanan yang berbasis profit sharing (pembagian laba) di kota Mit Ghamr tahun 1963. Hingga tahun 1967, sudah berdiri 9 bank dengan konsep serupa di Mesir. Bank-bank ini, yang tidak memungut

maupun menerima bunga, tetapi dalam bentuk partnership dan membagi keuntungan yang didapat dengan para penabung.² Pengalaman di Mesir menyebar ke seluruh dunia, termasuk di Indonesia tahun 1980-an, dengan wacana mengenai bank syariah sebagai pilar ekonomi Islam. Di Indonesia sejak Desember 2005, telah beroperasi 3 Bank Umum Syariah dan 19 Unit Usaha Syariah dari Bank Konvensional, yang menyebar ke berbagai wilayah. Data dari Direktorat Perbankan Syariah Bank Indonesia Desember 2005, menyebutkan total aset dari seluruh bank syariah nasional (belum termasuk BPRS) baru Rp. 20,9 triliun atau 1,42 persen dari seluruh total aset perbankan nasional, dana pihak ketiga yang dihimpun sebesar Rp.15,6 triliun atau kira-kira 1,38 persen dari dana pihak ketiga yang dihimpun seluruh sistem perbankan.

Sistem ekonomi Islam non profit pun berkembang pesat di Indonesia. Sistem ini mengelola; zakat, sadaqah, infak, dan wakaf. Potensinya sangat besar, jika terkoordinasi dengan baik, menurut riset Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dan Fakultas Ekonomi Manajemen (FEM) IPB tahun 2011 mencapai angka 3,4 persen dari total Produk Domestik Bruto (PDB) atau kurang lebih Rp 217 triliun. Khusus potensi zakat dari Giro Wadiah dan Deposito Mudharabah di perbankan syariah, ditemukan bahwa potensi zakat keduanya mencapai masing-masing sebesar Rp 155 miliar dan Rp 739 miliar.

Perkembangan dan pertumbuhan sistem ekonomi Islam bukan hanya sebagai fenomena perkotaan, tetapi juga perdesaan. Bahkan sistem ekonomi Islam non profit ini sesungguhnya, telah lama berkembang di perdesaan, terutama yang mayoritas penduduknya menganut agama Islam. Berkembangnya sistem ekonomi Islam di perdesaan berproses secara

evolutif, dalam kehidupan masyarakat perdesaan. Dinamika sistem ekonomi Islam di perdesaan baik sebagai wacana maupun praksis, menarik penulis untuk menyusun makalah ini.. Analisis kependudukan menjadi pisau untuk menjelaskan potensi pengembangan ekonomi Islam di perdesaan. Kajian atas tema ini bisa menjadi isu menarik dalam rangka pengembangan ilmu pengembangan masyarakat Islam. Baik dalam ranah teoretik maupun praktis. Hal ini selaras dengan upaya pengetahuan tentang pengembangan masyarakat Islam yang selama ini masih terus mencari alternatif. Apalagi fakta yang ada dari ilmu pengembangan masyarakat Islam memiliki dimensi yang luas, sehingga mengembangkan multi dimensi yang berifat abstrak maupun praktis perlu dilakukan.

DINAMIKA SISTEM EKONOMI di PERDESAAN INDONESIA

Pengembangan ekonomi Islam di pedesaan tentu buka sesuatu yang baru bagi mayoritas desa yang penduduknya beragama Islam. Nilai-nilai Islam yang telah mendarah daging dalam kehidupan sehari-hari masyarakat desa telah menjadi dasar dari praktik-praktik ekonomi. Namun demikian seringkali masyarakat pedesaan kurang menyadari bahwa mereka telah mempraktikkan sistem ekonomi Islam. Dalam konteks kekinian yang merupakan evolusi yang panjang kehidupan ekonomi masyarakat pedesaan merupakan sistem ekonomi campuran yang dualistik.

Sistem ekonomi pedesaan di Indonesia dalam konteks kekinian berlangsung dalam pergumulan sistem ekonomi tradisional (prakapi-talistik) dengan ekonomi modern (kapitalistik). Sistem ekonomi kapita-listik di pedesaan merupakan bentuk penetrasi perkotaan atas perde-saan. Mentalitas

ekonomi kota telah menjungkirbalikan prinsip – prinsip ekonomi produksi masyarakat perdesaan. Selama ini proses produksi ekonomi perdesaan dilakukan untuk swasembada, dengan sedikit kele-bihan yang dijual ke pasar. Mentalitas kota telah merubahnya menjadi hukum pertukaran sebagai dasar proses produksi. Petani tumbuh menjadi wiraswasta, berproduksi untuk usaha-usaha perdagangan.

Kapitalisme kota mengikis karakteristik utama masyarakat perdesaan yang sebelumnya bersifat homogen. Kehidupan masyarakat desa yang selama ini, didasari oleh nilai kesederhanaan dan kebersamaan. Semangat kolektivitas dalam berbagai aspek kehidupan berlangsung secara kontinyu, harmoni sosial cenderung lebih mudah tercipta. Persoalan pangan dan deferensiasi sosial akibat tekanan pertumbuhan penduduk, diselesaikan dengan ekspansi statis oleh komunitas sehingga homogenitas akan tetap terjaga (Boeke, 1974). Permukiman dan pertanian baru akan dibuka dalam jumlah yang secukupnya sekedar untuk memenuhi kebutuhan subsistensi, ketika komunitas baru telah penuh populasinya maka pola yang sama akan dilakukan.

Kemajuan teknologi informasi meretas batas – batas isolasi sosial budaya, ekonomi, dan politik perdesaan. Desa menjadi bagian dari kesatuan global. Kualitas kehidupan desa yang terus meningkat baik dalam pemenuhan kebutuhan pokok (pangan, sandang dan papan), pendidikan dan kesehatan telah meningkatkan pula jumlah penduduk perdesaan. Akibatnya, tingkat kepadatan penduduk desa pun tinggi. Lahan – lahan pertanian berubah fungsi menjadi tempat tinggal atau ruang ekonomi dan sosial non pertanian. Perubahan fungsi tersebut menjadikan lahan pertanian semakin sempit.

Untuk memenuhi kebutuhannya, maka masyarakat mengembangkan teknologi dan komersialisasi pertanian. Tranformasi tersebut berdampak sosial dan ekologi sangat luas. Secara sosiologis telah menyebabkan deferensiasi sosial baru di perdesaan.

Ekonomi kapitalistik perkotaan di desa menurut Boeke, belum sepenuhnya menguasai kehidupan perdesaan. Masyarakat desa pada beberapa situasi tertentu masih menjalankan sistem ekonomi dan sosial lama dalam kehidupannya. Perang sistem tersebut masih terus berlangsung. Situasi tersebut diistilahkan Boeke sebagai sistem perekonomian dualistik. akibatnya keselarasan sosial dan kesatuan ekonomi tidak ada. Kedamaian internal yang sejati, hilang dalam kehidupan desa. Keseimbangan ekonomi terguncang dan tanpa dapat dihentikan.

Kemajuan teknologi informasi meretas batas – batas isolasi sosial budaya, ekonomi, dan politik perdesaan. Desa menjadi bagian dari kesatuan global. Kualitas kehidupan desa yang terus meningkat baik dalam pemenuhan kebutuhan pokok (pangan, sandang dan papan), pendidikan dan kesehatan telah meningkatkan pula jumlah penduduk perdesaan. Akibatnya, tingkat kepadatan penduduk desa pun tinggi. Lahan – lahan pertanian berubah fungsi menjadi tempat tinggal atau ruang ekonomi dan sosial non pertanian. Perubahan fungsi tersebut menjadikan lahan pertanian semakin sempit. Untuk memenuhi kebutuhannya, maka masyarakat mengembangkan teknologi dan komersialisasi pertanian. Tranformasi tersebut berdampak sosial dan ekologi sangat luas. Secara sosiologis telah menyebabkan deferensiasi sosial baru di perdesaan.

Faktor yang dominan mempengaruhi perubahan di pedesaan menurut Popkin¹¹ (1989) adalah politik dan ekonomi. Dominasi kehidupan politik, sangat terlihat dalam banyaknya kepentingan politik atas desa. Diantaranya perkembangan pemerintahan-pemerintahan yang terpusat yang kuat dan ekspansi pasar nasional dan internasional yang disertai dengan perubahan-perubahan mendasar bentuk-bentuk desa dan hubungan petani dengan elit-elit agraria. Sebagian besar petani saat ini hidup dengan bentuk-bentuk desa yang terbuka, yang bercirikan tanggung jawab individual dalam perpajakan, batas-batas desa yang tidak jelas dengan dunia luarnya, sedikit atau tanpa pembatasan-pembatasan dalam kepemilikan tanah.

Dalam konteks ini, muncul suatu perkembangan dalam hal ketidakjelasan pengertian-pengertian tentang kewargadesaan (*village citizenship*), dan kepemilikan tanah secara pribadi. Faktor dominan dalam aspek perekonomian, terlihat pada relasi petani (penggarap) dengan orang yang memberikan tanah (elit-elit agraria) cenderung berubah bentuk menjadi kontraktual yang tepat dan jelas (dahulu patron-klien) untuk mendapatkan barang-barang dan jasa dari beberapa orang yang berbeda. Perubahan relasi ekonomi ini, sebagai akibat dari adanya ekspos petani secara langsung dengan kekuatan-kekuatan pasar. Dampak yang lebih luas akan membahayakan kesejahteraan petani. Kondisi tersebut sangat bertolak belakang dengan masa lalu. Hubungan ekonomi di masa lalu senantiasa memperhitungkan aspek moral dalam tata kelola ekonomi, sehingga kehidupan petani lebih sejahtera. Pola ini diatur oleh lembaga-lembaga desa. Kondisi di masa lalu tersebut, bisa berlangsung karena semangat kolektivitas masing tinggi.

Wacana dan praksis ekonomi Islam memasuki kehidupan masyarakat pedesaan dalam pergulatan sistem ekonomi lama (tradisional komunal) dengan sistem ekonomi baru (modern individual liberal). Perkembangan dan pertumbuhan sistem ekonomi Islam di pedesaan di Indonesia (khususnya Jawa) sangat signifikan khususnya di pedesaan padi sawah. Kecenderungan ini merupakan sesuatu yang wajar, karena desa dengan sistem pertanian padi sawah selalu mudah menerima perubahan. Apalagi secara sosio-religius masyarakat pedesaan di Jawa mayoritas menganut agama Islam. Secara normatif dan ideologis tentunya mereka akan mudah menerima sistem ini, karena sesuai basis moral atau keyakinan agamanya. Bahkan wacana dan praksis telah dipraktekan sebagai bagian menerapkan syari'at Islam.

PRINSIP – PRINSIP DAN PERKEMBANGAN EKONOMI ISLAM

Sistem ekonomi Islam tumbuh dan berkembang di pedesaan, diantara sistem ekonomi kapitalis (perkotaan) yang dominan dan pra kapitalis bagian dari masa lalu desa. Sistem ekonomi Islam merupakan sistem ekonomi yang merujuk pada syari'at sebagai nilai dan norma kehidupan yang datang dari Allah SWT, yang diyakini para penganutnya sebagai suatu sistem yang memiliki kekuatan dan kemampuan memakmurkan dan mensejahterakan para pengamalnya baik muslim maupun non muslim. Berdasarkan pada penjelasan tersebut maka sistem ekonomi Islam bersifat universal bagi semua umat manusia, tidak pandang Islam atau non Islam.

Sebagai pengetahuan ekonomi Islam merupakan ilmu yang mempelajari berbagai upaya manusia yang berlandaskan prinsip-prinsip dasar

nilai Islam (Al Qur'an dan As Sunah) dalam mengalokasikan dan mengelola sumber daya untuk mencapai falah (kemuliaan, kesejahteraan).

Dalam pandangan Didin S. Damanhuri (2013) falah menunjuk pada kondisi kehidupan yang penuh dengan kesejahteraan umum, baik secara material maupun spiritual, dan terciptanya kemakmuran serta keadilan sosial. Untuk mewujudkan kondisi tersebut maka harus ada keadilan ekonomi baik makro maupun mikro sebagai basis sederhana (*felt needs*). Terlembagakannya keuangan syariah yang progresif, sebagai bentuk dekonstruksi sistem *bubble economy*, *ersatz/crony capita-lism*. Pengembangan sistem *extended family* sebagai basis pengembangan model negara kesejahteraan yang mementingkan peran nilai dan materi secara seimbang. Kemudian mewujudkan negara dengan berlandaskan pada tauhid, adalah, dan kholifatul fil ardh. Prinsip-prinsip tersebut berlaku pula dalam upaya mewujudkan kehidupan yang baik (*hayatan thoyyiban*).

Falah sebagai dasar dan tujuan dari praktik ekonomi Islam berlangsung dalam konteks kehidupan dunia dan akhirat. Dalam rangka kepentingan dunia, mencakup aspek kelangsungan hidup, kebebasan berkeinginan, dan kekuatan serta kehormatan. Untuk kepentingan akhirat mencakup kelangsungan hidup yang abadi, kesejahteraan abadi, dan kemuliaan abadi. Selain itu konsep falah mencakup pula unsur-unsur yang bersifat mikro dan makro, sehingga cakupannya menjadi lebih luas.

Konsep ekonomi Islam berbeda secara mendasar dengan konsep kapitalisme dan sosialisme. Ekonomi dalam Islam, selain didasarkan pada komitmen spritual, juga didasarkan atas konsep persaudaraan universal sesama manusia. Komitmen Islam yang besar pada persaudaraan dan

keadilan, menuntut agar semua sumber daya yang menjadi amanat suci Tuhan, digunakan untuk mewujudkan maqashid syari'ah, yakni pemenuhan kebutuhan hidup manusia, terutama kebutuhan dasar (primer), seperti sandang, pangan, papan, pendidikan dan kesehatan. Persaudaraan dan keadilan juga menuntut agar sumberdaya didistribusikan secara adil kepada seluruh rakyat melalui kebijakan yang adil. Instrumennya berupa; zakat, infaq, sedekah, pajak, kharaj, jizyah, cukai ekspor-impor dan sebagainya.

Dalam ekonomi Islam, nilai-nilainya bersumber Alquran dan hadis berupa prinsip-prinsip universal. Di saat sistem ekonomi lain hanya terfokus pada hukum dan sebab akibat dari suatu kegiatan ekonomi, maka Islam lebih jauh membahas nilai-nilai dan etika yang terkandung dalam setiap kegiatan ekonomi tersebut. Mendasarkan nilai-nilai tersebut, kegiatan ekonomi Islam berlangsung. Fondasi utama Ekonomi Islam yaitu tauhid (aqidah), syariah dan akhlak.

Titik tolak gerakan ekonomi Islam khususnya lembaga keuangan di Indonesia dimulai tahun 1980-an¹⁸, ditandai adanya upaya untuk membangun proyek ekonomi Islam (termasuk "bank syariah" dan pelarangan bunga¹⁹). Dalam perkembangan awal tersebut, ada perbedaan pandangan antar Ulama Islam dengan latar belakang organisasi kemasyarakatan yang berbeda. Titik temu antar Ulama Islam tersebut baru didapat pada tahun 1990-an. Beberapa Ulama Islam yang berada di dalam organisasi Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Ikatan Cedekia-wan Muslim Indonesia (ICMI) menyepakati untuk mendukung pembentukan bank syariah pertama di Indonesia.

Dukungan tersebut memiliki pengaruh yang strategis dalam gerakan ekonomi Islam. Bahkan dampak dari dukungan MUI, menjadikannya memiliki peran yang semakin kuat dalam menentukan pertumbuhan industri ekonomi Islam setelah tahun 1998. Pada masa ini terjadi perubahan yang mendasar dalam sistem politik di Indonesia akibat reformasi atas pemerintahan Orde Baru akibat krisis ekonomi. Ruang kebebasan menjadi terbuka lebar, sehingga perkembangan ekonomi Islam semakin terbuka.

Apalagi dalam krisis tersebut lembaga keuangan Islam berhasil keluar dari krisis. Kebijakan dan regulasi sangat penting dan strategis bagi perkembangan kelembagaan ekonomi Islam khususnya pada pengelolaan keuangan. Berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) tahun 1991 menjadi tonggak sejarah perbankan Islam di Indonesia. Dasar hukum dari keberadaan BMI adalah Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan dan Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 1992 tentang Bank Berdasarkan Prinsip Bagi Hasil.

Kebijakan dan regulasi terus berkembang, diantaranya berupa fatwa dari Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) dan Peraturan Bank Indonesia (PBI). Sejumlah fatwa yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) meliputi: Fatwa No. 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang Murabahah, Fatwa No. 07/DSN-MUI/IV/2000 tentang Pembiayaan Mudharabah, Fatwa No. 08/ DSN-MUI/IV/2000 tentang Pembiayaan Musyarakah. Beberapa fatwa DSN-MUI tersebut menjadi dasar penyusunan materi dari berbagai Peraturan Bank Indonesia (PBI) yang juga evolutif. Misalnya PBI No. 7/46/PBI/2005 tentang Akad Penghimpunan dan Penyaluran Dana Bagi Bank Yang Melaksanakan

Kegiatan Usaha Berdasarkan Prinsip Syariah. Kemudian dicabut dengan mengeluarkan PBI baru No. 9/19/PBI/2007 tentang Pelaksanaan Prinsip Syariah Dalam Kegiatan Penghimpunan Dana dan Penyaluran Dana serta Pelayanan Jasa Bank Syariah, sebagaimana telah diubah dengan PBI No. 10/16/PBI/2008.

ANALISA KEPENDUDUKAN UNTUK PENGEMBANGAN EKONOMI ISLAM DI PERDESAAN

Wacana dan praktik dari sistem ekonomi Islam tidak bisa melupakan diri dari aspek kependudukan. Kondisi kependudukan menurut pakar dan praktisi ekonomi Islam merupakan salah indikator untuk memproyeksikan perkembangan ekonomi Islam di Indonesia. Berdasarkan data kependudukan hasil sensus tahun 2010 jumlah penduduk Indonesia 87% beragama Islam. Jumlah penduduk tersebut merupakan potensi pasar yang besar. Namun perkembangan terkini, terlihat bahwa capaian perbankan syariah baru sekitar 2,3 persen dalam menggarap potensi pasar tersebut. Analisa kependudukan untuk pengembangan ekonomi Islam tidak semata-mata mengacu pada jumlah kumulatif penduduk yang menganut agama Islam di Indonesia. Jumlah penduduk beragama Islam umur produktif bisa menjadi instrumen lain.

Penduduk pada usia ini menentukan dinamika ekonomi masyarakatnya. Jumlahnya yang besar merupakan potensi pasar yang menentukan pengembangan sistem ekonomi Islam. Potensi pasar ekonomi Islam di perdesaan bisa dijelaskan mengacu pada jumlah penduduk penganut agama Islam usia produktif. Tabel di atas menunjukkan jumlah penduduk

muslim perdesaan usia produktif (15 – 64 tahun) sebanyak; 66.241.249 jiwa atau 64,45 % dari total penduduk perdesaan beragama Islam. Penduduk usia produktif sangat menentukan dinamika ekonomi masyarakat, karena perannya dalam produksi dan distribusi pendapatannya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hadirnya sistem ekonomi Islam di perdesaan akan mampu menjadi alternatif dalam memperbaiki kehidupan masyarakat perdesaan yang mayoritas berada dalam jerat kemiskinan. Kemampuan tersebut mengacu pada prinsip dan praktik ekonomi Islam yang mengedepankan keseimbangan kebutuhan individual dan kelompok untuk mencapai kesejahteraan (falah). Upaya ini sangat relevan dengan watak usaha ekonomi perdesaan yang lebih bersifat usaha kecil, mikro dan menengah. Sedangkan ekonomi Islam lebih perhatian pada jenis usaha tersebut. Pengembangan sistem ekonomi Islam di perdesaan Indonesia diproyeksikan memiliki prospek yang cerah. Analisis kependudukan menunjukkan bahwa mayoritas penduduk menganut agama Islam pada tingkat nasional yaitu 87 %. Dari jumlah tersebut, mayoritas penduduk penganut agama Islam yang tinggal di perdesaan yaitu; 66.241.249 jiwa atau 64,45 %. Merujuk pada jumlah tersebut maka dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan potensi ekonomi perdesaan dengan pendekatan sisten ekonomi Islam. Namun potensi tersebut belum semuanya tergarap secara optimal. Faktor pemahaman menjadi persoalan utama. Untuk itu perlu sosialisasi terus menerus, dengan memanfaatkan berbagai instrumen keislaman, dan media massa dalam berbagai bentuk. Juga pembuktian

kapasitas sistem ekonomi Islam dalam menjamin stabilitas dan kesejahteraan ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

Agustianto, *Filsafat Ekonomi Islam*, makalah tanpa tahun dan penerbit.

Anshori, Abdul Ghofur, *Sejarah Perkembangan Hukum Perbankan Syariah di Indonesia dan Implikasinya bagi Praktik Perbankan Nasional*, La Riba : Jurnal Ekonomi Islam, Vol. II, No. 2, Desember 2008.

Boeke, J.H., *Pra Kapitalisme di Asia*, terjemahan D. Projosiswoyo (Jakarta : Penerbit Sinar Harapan, 1983).

Chaudhry, Muhammad Sharif, *Sistem Ekonomi Islam : Prinsip Dasar*, terjemahan Suherman Rosyidi, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2012).

Choiruzzad, Shofwan Al Banna dan Bhakti Eko Nugroho, *Indonesia's Islamic Economy Project and the Islamic Scholars*, Available online at www.sciencedirect.com Procedia Environmental Sciences 17 (2013) 957 – 966.

Chong, Beng Soon dan Ming-Hua Liu, *Islamic banking: Interest-free or interest-based?*, Available online at www.sciencedirect.com Pacific-Basin Finance Journal 17 (2009) 125–144.

Damanhuri, Didin S., Globalisasi, *Sistem Ekonomi dan Model Pembangunan yang Ber“Keadilan Sosial” (Revitalisasi Maqasid Syariah di Tengah-Tengah Hegemoni Ekonomi Konvensional)*, di Dunia dan di Indonesia, makalah, IE FEM IPB, September 2013.

Hayami, Yujiro dan Masao Kikuchi, *Dilema Ekonomi Desa : Suatu Pendekatan Ekonomi Terhadap Perubahan Kelembagaan di Asia*, terjemahan Zahara D. Noer, (Jakarta : Yayasan Obor Indonesia, 1987).

Lembaga-Lembaga Ekonomi Sistem Ekonomi Islam Vs Lembaga Ekonomi Sistem Pasar, lihat dalam *ebookbrowse.com/is/islam-sebagai-sistem-ekonomi*, unduh Senin, 24 Desember 2012.

Maguantara, Yusup Napiri, Pembenahan Tata Produksi Pertanian Pangan : Strategi dan Pratik Menuju Kedaulatan Petani, dalam *Jurnal Analisis Sosial*, Vol. 10 No. 1 Juni 2005, Penerbit Akatiga Bandung.

Munrokhim Minsanam, dkk., *Ekonomi Islam*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2013).

Popkin, Samuel S., *Petani Rasional*, (Jakarta: Yayasan Padamu Negeri, 1986).

Pradja, Juhaya S., *Ekonomi Syariah* (Bandung: Pustaka Setia, 2012).

Raharjo, M. Dawam, *Menuju Perbankan Sosial Islam Transformatif*, Makalah, Jakarta, Agustus, 2013.

Salman, Darmawan, *Sosiologi Desa : Revolusi Senyap dan Tarian Kompleksitas* (Makasar: Innawa, 2012).

DESA WISATA SEBAGAI MODEL PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DI NAGARI PARIANGAN KABUPATEN TANAH DATAR

Yulie Suryani, SE. MM

Dosen Fakultas Pariwisata

Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

E-mail: yuliesuryani81@gmail.com

ABSTRACT

This study is to formulate a model of community empowerment through improved local community participation in Pariangan Village Tourism. The model useful for solving problems of lack of community participation in village tourism development, as a result of the powerlessness of the community in identifying benefits/contributions of tourism.

Based on existing products and potential of community in pariangan , can be formulated two model of community empowerment in village tourism development. First; strengthening institutional capacity (institutional building) and the role of communities in parinangan to participate actively in the process of village tourism development. Second, strengthening access to and opportunities for communities in Paringan to enhance the economic benefits of village tourism.

Keywords: model, development, community empowerment, village tourism, tourism benefit

PENDAHULUAN

Perkembangan sektor pariwisata merupakan suatu hal yang harus diperhatikan secara serius. Hal ini disebabkan pariwisata memiliki peranan yang sangat penting dalam pembangunan Indonesia, khususnya sebagai penghasil devisa negara. Pariwisata merupakan salah satu industri yang perlu dikembangkan oleh suatu negara dan merupakan salah satu sektor pembangunan yang harus dikembangkan oleh Pemerintah. Adanya pariwisata, pada suatu negara dan khususnya lagi pemerintah daerah tempat objek wisata itu berada akan mendapat pemasukan dari pendapatan setiap objek wisata.

Indonesia adalah negara kepulauan di Asia Tenggara yang memiliki 13.487 pulau besar dan kecil, sekitar 6.000 di antaranya tidak berpenghuni, yang menyebar disekitar khatulistiwa, yang memberikan cuaca tropis. Satu daerah di sumatera barat dinobatkan menjadi desa terindah di dunia. Gelar itu diberikan oleh suatu media Di Amerika Serikat, nagari ini bernama Nagari Pariangan. Nagari Pariangan sebagai nagari tertua di sumatera barat, selain umur yang sudah tua, ada hal lain tempat ini dinobatkan menjadi desa terindah di dunia salah satunya adalah rumah adat atau rumah gadang yang masih berdiri kokoh ditanah ini menunjukkan pesona yang luar biasa cantiknya.

Gambar 1. Nagari Pariangan (2017)

Nagari ini terletak di lereng gunung Marapi pada ketinggian 500-700 meter diatas permukaan laut, menurut tambo minang kabau pariangan merupakan nagari tertua di ranah minang. Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian tentang model pemberdayaan masyarakat Nagari Pariangan dalam pengembangan desa wisata menjadi penting untuk dikaji. Terutama penemuan suatu model yang diharapkan dapat diterapkan untuk peningkatan partisipasi masyarakat lokal dalam pengembangan produk Nagari Pariangan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode penelitian kualitatif. Penggunaan metode kualitatif sebagai prosedur penelitian akan menghasilkan konsepsual penafsiran dari objek amatan secara keseluruhan (Altinay dan Paraskevas, 2008). Penelitian kualitatif ini memiliki beberapa keunggulan. Pertama, penelitian dilatarbelakangi permasalahan ilmiah untuk objek secara keseluruhan sehingga menggambarkan kondisi yang sebenarnya. Kedua, mampu menyesuaikan diri dengan realitas dinamis dalam penelitian, karena

tidak bersifat parsial atau membuat objek secara spesifik. Ketiga, desain penelitian bersifat fleksibel, sehingga dapat diperbaiki dan disempurnakan selama proses penelitian sedang berlangsung. Keempat, karena mengikuti logika induksi maka metodologi kualitatif dapat menyumbang teori baru setelah penelitian.

Kelemahan penulisan deskriptif adalah tidak sampai menjelaskan hubungan kausalitas, latar belakang situasional, serta tidak menjawab pertanyaan "mengapa sesuatu itu terjadi". Oleh karena itu perlu dilengkapi dengan metode historis. Penggunaan metode historis dalam studi ini didasari atas keyakinan bahwa setiap fenomena sosial pasti memiliki akar-akar sejarah yang luas, yang sangat berkaitan dengan kondisi sekarang dan di masa yang akan datang.

Penelitian ini akan menggunakan beberapa teknik-teknik pengumpulan data seperti studi pustaka, wawancara mendalam, dan focus group discussion/FGD (Veal, 2006). Teknik wawancara mendalam dan FGD dipilih untuk mendapatkan pemahaman atas pengetahuan lokal tentang pariwisata dan kegiatan ekonomi masyarakat lokal.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

1. Atraksi

Nagari Pariangan memiliki hawa sejuk karena terletak pada ketinggian 500-700 meter di atas permukaan laut. Di nagari ini termasuk yang terbaik dalam menjaga rumah gadang (rumah besar) sehingga sampai sekarang masih dijumpai banyak yang terawat dengan baik. Pada bagian tengah dari nagari ini masih berdiri sebuah mesjid tradisional yang cukup besar yang diperkirakan sudah ada diawal abad kesembilan belas, dimana

pada masjid tersebut terdapat tempat mandi umum berair panas yang masih digunakan sampai sekarang, masjid dengan gaya arsitektur Dongsan ala daratan tinggi tibet, menggambarkan betapa majunya peradapan minang kabau kala itu.

Wisatawan yang berujung ke Nagari Pariangan ingin menikmati suasana pedesaan dan keindahan serta hamparan sawah yang luas. Beberapa kegiatan wisata yang dapat dilakukan di nagari pariangan :

1. *Hiking*, wisatawan dapat berjalan kaki di dalam desa sambil menikmati suasana pedesaan dan pertanian. Setelah itu pengunjung dapat beristirahat di rumah-rumah penduduk sambil menikmati makanan atau minuman yang dipesan sebelumnya.
2. *Tracking*, wisatawan dapat menikmati area pertanian Nagari Pariangan sambil menikmati atmosfer pedesaan yang nyaman dan tradisional.
3. *Cycling*, dilakukan wisatawan dengan bersepeda sambil menikmati suasana pedesaan.

Mendukung potensi tersebut, Nagari Pariangan memiliki kelompok sadar wisata Nagari Pariangan yang menangani kegiatan wisata. Kelompok ini mengelola segala sesuatu berkaitan dengan kepentingan wisatawan, seperti:

1. Memandu wisatawan menikmati pola pemukiman, rumah tradisional, aktivitas sosial, dan budaya.
2. Memandu kegiatan pertanian.
3. Menjelaskan fasilitas yang tersedia bagi wisatawan.
4. Menawarkan potensi tinggalan arkeologi.
5. Layanan bagi wisatawan yang ingin memanfaatkan fasilitas *home stay*.

2. Amenitas

Gambar 2. Home stay Nagari Pariangan (2017)

Amenitas atau fasilitas wisata yang terdapat di Nagari Pariangan berupa akomodasi (*home stay*), tempat *coffee break*, toilet, arena pementasan kesenian, dan *souvenir shop*. Ketersediaan fasilitas tersebut cukup mendukung kepariwisataan Nagari Pariangan.

3. Model Pemberdayaan Masyarakat melalui Pengembangan Produk

Pemberdayaan masyarakat atau komunitas lokal merupakan paradigma yang sangat penting dalam kerangka pengembangan kepariwisataan. Pentingnya pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan tersebut oleh Murphy (1987) dikatakan bahwa pariwisata sebagai “*community industry*”, sehingga keberlanjutan pembangunan pariwisata sangat tergantung dan ditentukan oleh dukungan, penerimaan, dan toleransi terutama dari masyarakat di sekitar kegiatan pariwisata (lokal). Memastikan bahwa pengembangan pariwisata di nagari pariangan dapat berkelanjutan, maka hal mendasar yang harus diwujudkan adalah memfasilitasi keterlibatan

luas masyarakat lokal dalam proses pengembangan dan mengoptimalkan manfaat sosial budaya, lingkungan, dan ekonomi dari kegiatan desa wisata tersebut.

Dalam rangka memfasilitasi keterlibatan dan optimalisasi manfaat nagari pariangan bagi masyarakat lokal, maka model pemberdayaan masyarakat yang akan dirumuskan dalam pengembangan Nagari pariangan diarahkan pada:

1. Penyebarluasan informasi dalam upaya perbaikan cara-cara berusaha/berbisnis demi tercapainya peningkatan produktivitas, pendapatan dan perbaikan kesejahteraan keluarga/masyarakat melalui kegiatan pembangunan
2. Proses penerangan dalam upaya memberikan penerangan kepada masyarakat tentang segala hal yang belum diketahui untuk dilaksanakan dalam rangka peningkatan produksi dan pendapatan melalui proses pembangunan
3. Proses perubahan perilaku dalam hal pengetahuan, sikap, dan keterampilan di kalangan masyarakat. Agar mereka tahu, mau dan mampu melaksanakan perubahan-perubahan dalam usaha/bisnisnya

4. Penguatan Kapasitas dan Peran Masyarakat Nagari Pariangan

Pengembangan pariwisata berbasis pemberdayaan masyarakat, berorientasi kepada penguatan peran dan partisipasi masyarakat dalam proses pengembangan. Proses pengembangan dimulai dari kegiatan perencanaan, implementasi, dan kontrol terhadap pengembangan. Dalam kaitan ini, diperlukan partisipasi dan penguatan lembaga masyarakat Desa

Wisata Pariangan seperti Kelompok Sadar Wisata Pariangan, Desa Adat, lembaga swadaya masyarakat, dan kelompok usaha pariwisata lainnya agar dapat memiliki peran aktif dalam proses pengembangan pariwisata. Beberapa aspek yang terkandung dalam penguatan kapasitas dan peran masyarakat dalam pengembangan nagari pariangan adalah:

1. Kapasitas institusi masyarakat; aspek ini berhubungan dengan kemampuan dan keterampilan yang dimiliki oleh masyarakat dalam hal pengetahuan berorganisasi dan keahlian untuk pengelolaan dan pengembangan organisasi. Pihak yang bertanggung jawab dalam aspek ini adalah pemerintah, perguruan tinggi, dan organisasi non pemerintah.
2. Pelibatan masyarakat dalam proses pengembangan (perencanaan, implementasi, dan monitoring/evaluasi)
 - a. Perencanaan; keterlibatan masyarakat nagari pariangan terutama untuk identifikasi masalah atau persoalan, identifikasi potensi pengembangan, analisis dan prediksi terhadap kondisi di masa mendatang, dan perumusan alternatif rencana.
 - b. Implementasi; bentuk keterlibatan masyarakat dalam pelaksanaan program pengembangan Nagari Pariangan .
 - c. *Monitoring/evaluasi*; keterlibatan masyarakat dalam tahap pengawasan dan evaluasi serta memperoleh manfaat untuk kesejahteraan masyarakat Nagari Pariangan .

5. Penguatan Akses dan Kesempatan Berusaha Masyarakat

Di Nagari Pariangan kesempatan berusaha dalam kegiatan desa wisata telah berkembang. Hal ini ditunjukkan oleh pengembangan usaha masyarakat di bidang akomodasi (*home stay*), UKM, dan penyediaan makanan dan minuman khususnya oleh ibu-ibu yang tergabung dalam PKK. Namun mengingat keberadaan produk Nagari pariangan yang cukup beragam yaitu atraksi berbasis alam dan budaya, maka perlu diupayakan keterlibatan lain seperti pemandu wisata lokal dan menyediakan transportasi lokal.

Penguatan usaha ekonomi masyarakat akan memberikan sejumlah manfaat, antara lain:

1. Meningkatnya suplai terhadap fasilitas penunjang pariwisata yaitu akomodasi, makanan dan minuman, serta cinderamata,
2. Menyediakan pemasukan tambahan bagi penyedia barang dan jasa layanan pariwisata,
3. Meningkatkan permintaan pasar terhadap produk lokal, sehingga akan mendorong keberlanjutan adat tradisi masyarakat lokal,
4. Menggunakan tenaga kerja dan tenaga ahli lokal misalnya: pemandu wisata, pelaku seni, dan pekerja *home stay*,
5. Membuka sumber dana bagi usaha perlindungan atau konservasi sumberdaya alam dan sumberdaya budaya,
6. Menumbuhkan kesadaran masyarakat lokal terhadap nilai-nilai lokalitas budaya dan keunikan alam.

Penguatan usaha ekonomi masyarakat sebagai salah satu ranah penting dalam pemberdayaan masyarakat, terutama berkaitan dengan optimalisasi kontribusi pengembangan desa wisata terhadap ekonomi masyarakat Nagari Pariangan. Sebagaimana telah menjadi prinsip

pengembangan pariwisata berbasis masyarakat, bahwa pengembangan pariwisata harus memberikan manfaat ekonomi yang sebesar-besarnya bagi masyarakat lokal. Selain itu, pariwisata mempunyai agenda dalam mengurangi tingkat kemiskinan masyarakat, sehingga akses masyarakat lokal terhadap manfaat ekonomi Nagari Pariangan harus dioptimalkan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan tata kelola produk Nagari Pariangan dan potensi masyarakat Nagari Pariangan dapat disimpulkan bahwa model pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan desa wisata adalah sebagai berikut

1. Penguatan kapasitas institusi (*institutional building*) dan peran masyarakat Nagari Pariangan untuk turut serta aktif dalam kegiatan dan proses pembangunan desa wisata.
2. Penguatan akses dan kesempatan berusaha bagi masyarakat Nagari Pariangan untuk meningkatkan manfaat ekonomi desa wisata.

Berdasarkan model pemberdayaan masyarakat Nagari Pariangan , dapat disarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Pengembangan potensi, kapasitas, dan partisipasi masyarakat melalui pengembangan Desa Wisata Pariangan.
2. Peningkatan potensi dan kapasitas sumberdaya lokal melalui pengembangan usaha produktif yang terkait dengan desa wisata.
3. Pengembangan regulasi dan insentif untuk mendorong perkembangan usaha ekonomi masyarakat Pariangan.

4. Penguatan kemitraan melalui pengembangan jejaring desa wisata dan Peran Pemkab Tanah datar dan *stakeholders* untuk secara serius menggarap desa wisata yang ada di wilayahnya.
5. Penelitian lanjutan diperlukan untuk menetapkan segmentasi pasar, peluang dan kendalanya sehingga dapat dijadikan rekomendasi bagi segenap komponen untuk pengembangan desa wisata secara berkelanjutan

DAFTAR PUSTAKA

Altinay, Levent and Paraskevas, Alexandros, 2008, *Planning Research in Hospitality and Tourism*, Elsevier, UK.

Campbell, 1999, *Ecotourism in Rural Developing Communities*, Annals of Tourism Research, 26: 534-553.

Dinas Pariwisata Provinsi Bali, 2002, *Studi Pengembangan Desa Wisata Pinge Kecamatan Marga Tabanan*, Bali.

Murphy, Peter E., 1987, *Tourism A Community Approach*, Methuen, New York.

Roberts, Lesley and Hall, Derek, 2001, *Rural Tourism and Recreation*, CABI Publishing, UK.

Veal, A. J., 2006, *Research Methods for Leisure and Tourism: A Practical Guide*, Prentice Hall, England. Available From: <http://www.wisatadewata.com>, diakses tanggal 16 Januari 2012.

<http://bali.panduanwisata.com>, diakses tanggal 8 Juli 2012.

EFEKTIFITAS PELATIHAN KETERAMPILAN BERUSAHA DAN BANTUAN STIMULAN USAHA EKONOMIS PRODUKTIF TERHADAP PENGENTASAN KEMISKINAN DI KOTA BANJAR

Maman Sulaeman

Politeknik Triguna Tasikmalaya

E-mail: mansulaeman1274@gmail.com

ABSTRACT

Poverty is still a big and complex problem caused by social, cultural, political and economic conditions and interactions. Therefore, poverty reduction strategies and programs require an integrated approach, and their implementation is done gradually, planned and sustainable. The specific purpose of this research is to know the effectiveness of business skill training and stimulant aid of productive economic effort in poverty alleviation in Banjar City. This research uses survey method with sample number 94. Partial test result and simultaneous training of effort skill and economic effort effort productively effective in poverty alleviation.

Keywords: poverty, skill, stimulant aid, economic

PENDAHULUAN

Kemiskinan merupakan salah satu masalah yang selalu dihadapi oleh manusia. Kemiskinan sebagai suatu permasalahan sosial ekonomi tidak hanya dialami oleh negara-negara yang sedang berkembang (developing countries) saja, tetapi juga negara-negara maju (developed countries) seperti Amerika Serikat dan Inggris. Inggris mengalami kemiskinan di penghujung tahun 1700-an pada era kebangkitan revolusi yang muncul di Eropa. Persoalan kemiskinan menarik untuk disimak dari berbagai aspek, yaitu aspek sosial, ekonomi, psikologi dan politik. Aspek sosial terutama akibat terbatasnya interaksi sosial dan penguasaan informasi. Aspek ekonomi akan tampak pada terbatasnya pemilikan alat produksi, upah kecil, daya tawar rendah, tabungan nihil, lemah mengantisipasi peluang. Dari aspek psikologi adalah rasa rendah diri, fatalisme, malas, dan rasa terisolir. Sedangkan dari aspek politik berkaitan dengan kecilnya akses terhadap berbagai fasilitas dan kesempatan, diskriminasi, posisi lemah dalam proses pengambilan keputusan. Sebagian kalangan yang melihat sebagai isu politik, bahwa kemiskinan disebabkan karena kebijakan politik yang salah yang melahirkan ketidakadilan sosial dan lemahnya kesempatan memperoleh pendidikan (Schumacher dalam Sadu Wasistiono, 2006:3).

Di Indonesia angka garis kemiskinan ditetapkan melalui indikator ekonomi, yaitu dari ukuran rata-rata kemampuan masyarakat untuk dapat memenuhi kebutuhan hidup minimumnya. Melalui pendekatan sosial masih sulit mengukur garis kemiskinan masyarakat, tetapi dari indikator ekonomi secara teoritis dapat dihitung dengan menggunakan tiga pendekatan, yaitu pendekatan produksi, pendapatan, dan pengeluaran. Sementara ini yang

dilakukan oleh BPS untuk mengukur garis kemiskinan adalah pendekatan pengeluaran.

Kemiskinan harus segera ditanggulangi karena merupakan kewajiban moral, sosial, hukum maupun politik bagi bangsa Indonesia bahkan sudah merupakan komitmen antara pemerintah Indonesia dan 188 negara lainnya di dunia dalam Deklarasi Millenium Persatuan Bangsa-Bangsa yang dikenal dengan Millenium Development Goals (MDGs), dimana salah satunya adalah “menanggulangi kemiskinan dan kelaparan” dengan target menurunkan proporsi penduduk yang tingkat pendapatannya di bawah USD 1/hari menjadi setengahnya antara tahun 1990-2015, dan menurunkan proporsi penduduk yang menderita kelaparan menjadi setengahnya antara tahun 1990-2015.

Penanggulangan kemiskinan di Indonesia telah banyak dilakukan oleh pemerintah melalui berbagai program dan kegiatan dengan melibatkan berbagai departemen/lembaga pemerintah. Bahkan pemerintah telah mengeluarkan kebijakan berupa Peraturan Presiden Nomor 54 Tahun 2005 tentang Tim Koordinasi Penanggulangan Kemiskinan. Program-program dimaksud, diantaranya Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri yang merupakan kelanjutan dari P2KP dan PPK, Program Keluarga Harapan (PKH), Kredit Usaha Rakyat (KUR), Tabungan Keluarga Sejahtera (TAKESRA), Kredit Usaha Keluarga Sejahtera (KUKESRA), Asuransi Kesehatan Keluarga Miskin (Askeskin) yang dilanjutkan dengan Jaminan Kesehatan Masyarakat (Jamkesmas) dan oleh pemerintah daerah ditindaklanjuti menjadi Jaminan Kesehatan Daerah (Jamkesda), Bantuan Siswa Miskin (BSM) di bidang pendidikan dan program-program lainnya

dalam rangka pengentasan kemiskinan. Ada pula program yang menjadi kontroversi, yaitu program cash assistant, yaitu Bantuan Langsung Tunai (BLT). Namun demikian upaya-upaya yang dilakukan pemerintah tersebut belum membuahkan hasil sebagaimana yang diharapkan, kemiskinan masih menyisakan berbagai persoalan yang perlu terus difikirkan dan diupayakan.

Upaya pengentasan kemiskinan di Kota Banjar sempat terhambat dengan meningkatnya penduduk miskin sebagai akibat kenaikan bahan bakar minyak (BBM) sebanyak 2 (dua) kali pada tahun 2005, dimana berdampak cukup serius terhadap merosotnya tingkat kesejahteraan masyarakat lapisan bawah. Menurut Irawan (1998), penurunan tajam pada pendapatan telah menyebabkan banyak rumah tangga miskin makin nestapa karena mengalami kesulitan untuk membeli makanan (BPS, 2008:3).

Sesuai tujuannya, kegiatan pelatihan keterampilan berusaha dan bantuan stimulan usaha ekonomis produktif bagi keluarga miskin diduga mampu memberikan pengaruh terhadap pengentasan kemiskinan di Kota Banjar. Namun demikian untuk menunjang pengembangan program/ kegiatan tersebut dalam rangka penanggulangan kemiskinan di Kota Banjar, masih perlu dilakukan upaya-upaya pembaharuan baik model maupun strateginya sehingga diharapkan pada masa yang akan datang keluarga fakir miskin di Kota Banjar dapat mengentas.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian survey dengan disain korelasional, yaitu mencari hubungan antara varabel bebas dan variabel terikat, dimana semua variabel yang dipelajari terlebih dahulu

dideskripsikan dan selanjutnya dikorelasikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Operasionalisasi variabel penelitian adalah sebagai berikut: pelatihan keterampilan berusaha adalah kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan praktis berusaha yang disesuaikan dengan minat dan ketrampilan KBS serta kondisi wilayah, termasuk kemungkinan pemasaran dan pengembangan hasil usahanya. Nilai tambah lain dari pelatihan adalah tumbuhnya rasa percaya diri dan harga diri KBS untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi dan memperbaiki kondisi kehidupannya. Bantuan stimulan UEP adalah modal kerja atau berusaha yang disesuaikan dengan keterampilan KBS dan kondisi setempat. Bantuan ini merupakan hibah (bukan pinjaman atau kredit) akan tetapi diharapkan bagi KBS penerima bantuan untuk mengembangkan dan menggulirkan kepada warga masyarakat lain yang perlu dibantu. Kemiskinan mencakup antara lain ketidakmampuan memenuhi kebutuhan dasar (sandang, pangan, papan); tidak memiliki akses terhadap kebutuhan kesehatan; pendidikan, sanitasi air bersih; tidak adanya jaminan masa depan; kerentanan terhadap gonjangan yang sifatnya individual maupun massal; rendahnya sumberdaya alam; tidak adanya akses terhadap lapangan kerja dan mata pencaharian yang berkesinambungan.

Untuk mengetahui hubungan fungsional antara variabel digunakan metode regresi. Regresi yang digunakan yaitu Regresi Linier Sederhana dan Regresi Linier Ganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

1. Efektifitas Pelatihan Keterampilan Berusaha dalam Pengentasan Kemiskinan

Berdasarkan hasil pengujian regresi linier nilai R (korelasi) dan koefisien determinasi (R^2) yang digunakan sebagai alat analisis untuk menunjukkan besarnya kontribusi dari variabel independent (X_1) dapat menjelaskan variabel dependent (Y) diperoleh nilai R sebesar 0,905 yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang kuat program pelatihan keterampilan berusaha bagi keluarga miskin terhadap pengentasan kemiskinan di Kota Banjar. Selanjutnya nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,820 hal ini berarti 82 % variabel pengentasan kemiskinan dipengaruhi oleh program pelatihan keterampilan berusaha bagi keluarga miskin.

Secara umum pelatihan merupakan bagian dari pendidikan yang menggambarkan suatu proses dalam pengembangan organisasi maupun masyarakat. Pendidikan dengan pelatihan merupakan suatu rangkaian yang tak dapat dipisahkan dalam sistem pengembangan sumberdaya manusia, yang di dalamnya terjadi proses perencanaan, penempatan, dan pengembangan tenaga manusia.

Dalam proses pengembangannya diupayakan agar sumberdaya manusia dapat diberdayakan secara maksimal, sehingga apa yang menjadi tujuan dalam memenuhi kebutuhan hidup manusia tersebut dapat terpenuhi. Moekijat (1993:3) juga menyatakan bahwa “pelatihan adalah suatu bagian pendidikan yang menyangkut proses belajar untuk memperoleh dan meningkatkan keterampilan diluar sistem pendidikan

yang berlaku, dalam waktu yang relatif singkat dan dengan metode yang lebih mengutamakan praktek daripada teori”. Pernyataan ini didukung Yoder (1962:368) yang mendefinisikan kalau kegiatan pelatihan sebagai upaya mendidik dalam arti sempit, terutama dilakukan dengan cara instruksi, berlatih, dan sikap disiplin. Antara pendidikan dengan pelatihan sulit untuk menarik batasan yang tegas, karena baik pendidikan umum maupun pelatihan merupakan suatu proses kegiatan pembelajaran yang mentransfer pengetahuan dan keterampilan dari sumber kepada penerima.

Dengan pelatihan juga dapat menimbulkan perubahan dalam kebiasaan-kebiasaan bekerja masyarakat, perubahan sikap terhadap pekerjaan, serta dalam informasi dan pengetahuan yang mereka terapkan dalam pekerjaannya sehari-hari. Kegiatan pelatihan dapat terjadi apabila seseorang atau masyarakat menyadari perlunya mengembangkan potensi dan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan maupun kepuasan hidupnya, oleh sebab itu diperlukan kegiatan pemberdayaan. Pemberdayaan menunjuk kepada kemampuan orang, khususnya kelompok yang kurang beruntung, rentan dan lemah sehingga mereka memiliki kekuasaan dan kemampuan dalam: (1) memenuhi kebutuhan dasarnya sehingga mereka memiliki kebebasan dalam arti bebas dari ketidakberdayaan, kelaparan dan kesakitan, dan (2) menjangkau sumber-sumber produktif yang memungkinkan mereka dapat meningkatkan pendapatannya dan memperoleh barang-barang dan jasa-jasa yang mereka perlukan serta berperanserta dalam pembangunan. Pemberdayaan dapat dimaknai sebagai upaya melepaskan belenggu

kemiskinan melalui pertumbuhan ekonomi dan keterbelakangan melalui pendidikan. Kegiatan pemberdayaan yang dilakukan melalui pelatihan bertujuan untuk memperkuat posisi seseorang melalui penumbuhan kesadaran dan kemampuan individu yang bersangkutan, mengidentifikasi persoalan yang dihadapi dan memikirkan langkah-langkah mengatasinya.

Dengan demikian, kegiatan pelatihan lebih ditekankan pada peningkatan pengetahuan, keahlian/ keterampilan (*skill*), pengalaman, dan sikap peserta pelatihan tentang bagaimana melaksanakan aktivitas atau pekerjaan tertentu. Hal ini sejalan dengan pendapat Henry Simamora (1995:287) yang menjelaskan bahwa “pelatihan merupakan serangkaian aktivitas yang dirancang untuk meningkatkan keahlian, pengetahuan, pengalaman ataupun perubahan sikap seorang individu atau kelompok dalam menjalankan tugas tertentu.” Pengertian pelatihan antara satu rumusan dengan rumusan lain pada umumnya tidak bertentangan, melainkan memiliki ciri atau unsur yang sama. Dalam suatu pelatihan memiliki beberapa ciri, yaitu: (a) direncanakan dengan sengaja, (b) adanya tujuan yang hendak dicapai, (c) ada peserta (kelompok sasaran) dan pelatihan, (d) ada kegiatan pembelajaran secara praktis, (e) isi belajar dan berlatih menekankan pada keahlian atau keterampilan suatu pekerjaan tertentu, (f) dilaksanakan dalam waktu relatif singkat, dan (g) ada tempat belajar dan berlatih. Berdasarkan beberapa ungkapan tentang pengertian dan tujuan pelatihan serta ciri-ciri yang digambarkan dalam suatu pelatihan tersebut, maka pelatihan dapat diartikan sebagai suatu upaya melalui proses pembelajaran yang

bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap seseorang atau sekelompok orang dalam suatu tugas pekerjaan tertentu dan dilaksanakan dalam waktu relatif singkat pada tempat tertentu.

Pelatihan keterampilan usaha dalam pembelajarannya lebih berorientasi pada praktek atau aplikasi praktis, memiliki kecenderungan yang sesuai dengan kebutuhan warga masyarakat. Apalagi dalam pelatihan keterampilan usaha yang menekankan keterlibatan peserta pelatihan dalam belajarnya, maka akan membuat peserta pelatihan secara aktif terlibat dalam proses pembelajaran dan dalam pengambilan keputusan. Keterlibatan warga belajar dalam setiap proses kegiatan belajar sesuai dengan ungkapan Knowles (1980), bahwa peserta belajar terutama bagi orang dewasa, proses belajarnya harus dilaksanakan dengan melibatkan partisipasi aktif dari warga belajarnya. Pendekatan semacam ini akan menjadikan suatu pengalaman yang berarti bagi peserta atau warga belajar itu sendiri. Sebagaimana dikemukakan John Dewey dengan konsep "*Learning by doing-nya*" yang dalam salah satu isi pembelajarannya mengutamakan bidang keterampilan yang dirasa berguna dalam kehidupan dan langsung dapat dirasakan oleh masyarakat.

Pelatihan keterampilan usaha dapat dipandang sebagai upaya memperbaiki kualitas atau meningkatkan kemampuan warga masyarakat dalam bekerja untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, terutama dalam rangka mengimbangi dampak sosial akibat berbagai kebijakan yang mempersempit lapangan pekerjaan bagi masyarakat.

Pelatihan ketrampilan berusaha, dimaksudkan untuk meningkatkan kemampuan praktis berusaha yang disesuaikan dengan minat dan ketrampilan penyandang masalah kesejahteraan sosial (PMKS) serta kondisi wilayah, termasuk kemungkinan pemasaran dan pengembangan hasil usahanya.

Mempertahankan kerjasama yang sudah terbangun antara para anggota organisasi sehingga dalam program yang dijalankan mendapat suatu dampak positif bagi masyarakat guna terwujudnya program pengentasan kemiskinan yang ada pada masyarakat Indonesia. Profesionalisme para anggota organisasi sangat di pentingkan guna memperlancar kinerja organisasi, dalam mengurus serta mengelola KUBE perlu memiliki catatan atau administrasi yang baik, yang mengatur keanggotaan, organisasi, kegiatan, keuangan, pembukuan dan lain sebagainya agar dalam menentukan tujuan dari program tersebut tepat pada sasaran.

2. Efektifitas Bantuan Stimulan Usaha Ekonomis Produktif Dalam Pengentasan Kemiskinan

Berdasarkan hasil pengujian regresi linier nilai R (korelasi) dan koefisien determinasi (R^2) yang digunakan sebagai alat analisis untuk menunjukkan besarnya kontribusi dari variabel independent (X_2) dapat menjelaskan variabel dependent (Y) diperoleh nilai R sebesar 0,908 yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang kuat program bantuan stimulan usaha ekonomis produktif bagi keluarga miskin terhadap pengentasan kemiskinan di Kota Banjar. Selanjutnya nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,824 hal ini berarti 82,4 % variabel pengentasan

kemiskinan dipengaruhi oleh program bantuan stimulan usaha ekonomi produktif bagi keluarga miskin.

Untuk mengatasi permasalahan kemiskinan tersebut perlu adanya program yang efektif, efisien, terpadu dan berorientasi pada kemandirian dan berkelanjutan. Karena adopsi sistem penanggulangan kemiskinan secara statis, melalui program kompensasi; bantuan langsung pangan, *voucher* pelayanan minimum kesehatan dan pendidikan, hanya dapat memecahkan persoalan kemiskinan jangka pendek (*World Development Report*, 2004). Mengingat ketika program telah berakhir, masyarakat miskin masih tetap memerlukannya. Masih tingginya jumlah penduduk miskin dewasa ini membuat Pemerintah terpaksa harus bekerja keras untuk mewujudkan target tersebut. Apalagi dalam situasi inflasi sekarang yang mengakibatkan daya beli masyarakat cenderung turun, upaya pengentasan kemiskinan menjadi suatu pekerjaan yang bersifat urgen dan harus segera dilaksanakan.

Kemiskinan merupakan suatu masalah yang ada sudah sejak lama dan hampir bisa dikatakan akan tetap menjadi “kenyataan abadi” dalam kehidupan. Pengertian kemiskinan sendiri sebagai suatu konsep ilmiah yang lahir sebagai dampak ikutan dari istilah pembangunan. Karena itu dalam setiap pembahasan tentang pembangunan, maka pembahasan kemiskinan mendapatkan tempat yang cukup penting. Pada tahap ini, kemiskinan dipandang sebagai bagian dari masalah dalam pembangunan yang keberadaannya ditandai oleh adanya pengangguran, keterbelakangan, yang kemudian meningkat menjadi ketimpangan. Secara bersamaan, kenyataan tersebut bukan saja menimbulkan tantangan

tersendiri, tetapi juga memperlihatkan adanya suatu mekanisme dan proses yang tidak beres dalam pembangunan.

Masyarakat miskin umumnya lemah dalam kemampuan berusaha dan terbatas aksesnya kepada kegiatan ekonomi, sehingga tertinggal jauh dari masyarakat lainnya yang mempunyai potensi lebih tinggi. Masalah kemiskinan muncul karena adanya sekelompok anggota masyarakat yang secara struktural tidak mempunyai peluang dan kemampuan yang memadai untuk mencapai tingkat kehidupan yang layak. Akibatnya mereka harus mengakui keunggulan kelompok masyarakat lainnya dalam persaingan mencari nafkah dan pemilikan aset produksi sehingga semakin lama semakin tertinggal. Dalam prosesnya, gejala tersebut memunculkan persoalan ketimpangan distribusi pendapatan.

Pemberian bantuan stimulan usaha ekonomis produktif pada hakekatnya merupakan bantuan modal kerja sebagai sarana/prasarana pendukung usaha (modal usaha) bagi keluarga miskin dalam melaksanakan aktivitasnya untuk meningkatkan taraf kehidupannya. Pemberian bantuan pada dasarnya ini disesuaikan dengan keterampilan penyandang masalah kesejahteraan sosial (PMKS) dan kondisi setempat. Bantuan ini merupakan hibah (bukan pinjaman atau kredit) akan tetapi diharapkan bagi penyandang masalah kesejahteraan sosial (PMKS) penerima bantuan untuk mengembangkan dan menggulirkan kepada warga masyarakat lain yang perlu dibantu karena masih banyak masyarakat yang sangat membutuhkan bantuan serta kinerja dari organisasi yang tujuannya untuk memberantas kemiskinan dan bisa keluar dari keterpurukan yang di alami oleh masyarakat.

3. Efektifitas Pelatihan Keterampilan Berusaha dan Bantuan Stimulan Usaha Ekonomis Produktif Dalam Pengentasan Kemiskinan.

Berdasarkan hasil pengujian regresi linier nilai R (korelasi) dan koefisien determinasi (R^2) yang digunakan sebagai alat analisis untuk menunjukkan besarnya kontribusi dari variabel independent (X_1 dan X_2) dapat menjelaskan variabel dependent (Y) diperoleh nilai R sebesar 0,943 yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang kuat program pelatihan keterampilan berusaha dan bantuan stimulan usaha ekonomis produktif bagi keluarga miskin terhadap pengentasan kemiskinan. Selanjutnya nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,889 hal ini berarti 88,9 % variasi dari pengentasan kemiskinan dipengaruhi oleh program pelatihan keterampilan berusaha dan bantuan stimulan usaha ekonomis produktif bagi keluarga miskin.

Peran lembaga keuangan dalam pengembangan dan pelestarian bantuan adalah; *pertama*, mempersiapkan terciptanya akses atau kesempatan bagi masyarakat dalam memperoleh bantuan. *Kedua*, mempersiapkan masyarakat lapisan bawah untuk dapat mendayagunakan bantuan tersebut sehingga dapat menjadi modal bagi kegiatan usaha. *Ketiga*, menanamkan pengertian bahwa bantuan yang diberikan harus dapat menciptakan akumulasi modal dari surplus yang diperoleh dari kegiatan sosial ekonomi.

Unit Pengelola Keuangan (UPK) di tingkat desa maupun kecamatan perlu dibentuk untuk mengoptimalkan pengelolaan dana bantuan. Pengelolaannya dapat dilakukan sendiri oleh anggota masyarakat. UPK yang sudah ada dan berkembang dalam Program

Pengembangan Kecamatan (PPK) perlu dipertajam dan diperluas fungsi dan perannya. Fungsi UPK tidak hanya sebagai lembaga pengepul dana bantuan tetapi harus dapat benar-benar berfungsi sebagai lembaga yang dapat mengelola keuangan dengan memberikan bantuan stimulan dana sebagai modal yang dapat bergulir kepada kelompok masyarakat. Sehingga apabila program pembangunan tersebut selesai maka lembaga UPK itu tetap terus berfungsi menggulirkan dananya kepada pokmas yang lain.

UPK ini berperan sebagai lembaga keuangan milik masyarakat yang dapat menampung dan mengelola berbagai program pembangunan yang masuk ke daerah. Sehingga berbagai program pembangunan yang masuk ke daerah, dananya dapat langsung dikontrol dengan mudah oleh masyarakat itu sendiri. Dengan demikian kebocoran-kebocoran dana bantuan program pembangunan dapat diminimalisir bahkan dapat dihilangkan. Kontrol Publik ini merupakan upaya yang sangat efektif dalam mengantisipasi segala kemungkinan kebocoran dalam pengelolaan program-program pembangunan di daerah.

UPK ini dapat berkembang menjadi lembaga keuangan alternatif milik masyarakat yang tumbuh dari masyarakat sendiri. Lembaga keuangan ini dapat menjadi embrio lembaga keuangan dengan prinsip-prinsip perbankan yang pelaksanaannya dengan menerapkan prinsip-prinsip kebersamaan (kooperatif). Dalam perkembangan selanjutnya lembaga keuangan ini dapat berbadan hukum misalnya seperti koperasi. Pengembangan kegiatan sosial ekonomi masyarakat ini diprioritaskan pada masyarakat miskin di desa tertinggal, yaitu berupa peningkatan

kualitas sumber daya manusia, dan peningkatan permodalan yang didukung sepenuhnya dengan kegiatan pelatihan yang terintegrasi sejak dari kegiatan penghimpunan modal, penguasaan teknik produksi, pemasaran hasil dan pengelolaan surplus usaha. Kegiatan ini perlu diarahkan agar bantuan dana yang diberikan kepada daerah khususnya masyarakat miskin di desa tertinggal dapat meningkatkan kapasitas masyarakat melalui pemupukan modal yang bersumber dari surplus yang dihasilkan dan yang pada gilirannya dapat menciptakan pendapatan yang dinikmati oleh masyarakat.

Dalam kerangka perencanaan pembangunan, upaya penanggulangan kemiskinan perlu dikaitkan dengan peningkatan kapasitas masyarakat sebagai dasar pemupukan modal. Peningkatan kapasitas masyarakat dapat dilakukan melalui pemberian bantuan dana secara stimulan sebagai modal usaha, pelatihan yang tepat, penerapan teknologi tepat guna, pembangunan prasarana pendukung, penyediaan sarana penunjang, dan penguatan kelembagaan sebagai wadah usaha masyarakat. Dalam kerangka pemupukan modal, berbagai bantuan baik yang diberikan oleh pemerintah maupun masyarakat yang sudah maju, perlu ditempatkan sebagai pemacu proses perubahan dalam kegiatan sosial ekonomi masyarakat menuju pada suatu kehidupan yang lebih maju.

Pemupukan modal merupakan dasar pengembangan ekonomi rakyat dalam proses transformasi struktural menuju pada masyarakat maju dan berkembang. Pemahaman tentang aspek keuangan yang benar perlu ditanamkan kepada setiap pelaku ekonomi di setiap lini tingkatan.

Pemahaman tentang pengelolaan keuangan merupakan dasar dari pemupukan modal ekonomi rakyat. Unit Pengelola Keuangan yang diperkenalkan melalui Program Pengembangan Kecamatan (PPK) perlu dipertajam sebagai upaya penanggulangan kemiskinan. UPK ini harus benar-benar dapat berfungsi mengelola bantuan dengan memutarakan dananya ke masyarakat dengan memberikan modal usaha secara stimulan untuk dapat mengembangkan kehidupan sosial ekonominya. Kontrol publik dapat dilakukan oleh masyarakat secara langsung dengan mengoptimalkan UPK sebagai lembaga keuangan milik masyarakat untuk menampung dan mengelola bantuan dana dari berbagai program pembangunan yang masuk ke desa maupun kecamatan sehingga penggunaan bantuan dana pembangunan dilakukan secara transparan dan bertanggung jawab. Terwujudnya lembaga keuangan yang muncul dari prakarsa masyarakat, dikelola oleh masyarakat dan hasilnya dinikmati oleh masyarakat sendiri tentu keberhasilannya dapat dilestarikan dan ditumbuhkembangkan di daerah lain. Peran pemerintah diharapkan dapat menciptakan peluang dan kesempatan usaha yang lebih besar bagi masyarakat miskin. Dalam tataran mikro, model pemberdayaan sebagai dasar penanggulangan kemiskinan yang telah dikembangkan oleh kalangan lembaga swadaya masyarakat, perguruan tinggi, dan organisasi kemasyarakatan, sangat efektif untuk menjembatani upaya yang dilakukan melalui berbagai program pembangunan. Dimensi kemiskinan yang begitu luas mengharuskan setiap upaya penanggulangan kemiskinan dalam tataran makro perlu dilakukan secara terpadu yang meliputi berbagai program pembangunan baik sektoral maupun regional.

Dalam hal ini yang diperlukan penajaman program dan kegiatan sehingga hasilnya lebih optimal dan dampaknya langsung dapat dirasakan oleh masyarakat miskin.

4. Model atau strategi yang dapat dikembangkan dalam pengentasan kemiskinan di Kota Banjar

Penanggulangan kemiskinan perlu dilakukan secara bertahap, terus menerus dan terpadu yang didasarkan pada kemandirian yaitu meningkatkan kemampuan penduduk yang miskin untuk menolong diri mereka sendiri. Hal ini berarti pemberian kesempatan yang luas bagi penduduk miskin untuk melakukan kegiatan sosial ekonomi yang produktif sehingga mampu menghasilkan nilai tambah yang lebih tinggi dan pendapatan yang lebih besar. Pemberian kesempatan dan peningkatan kemampuan penduduk miskin menyangkut kemudahan untuk memperoleh sumber daya, mendayagunakan kemajuan teknologi, memanfaatkan pasar secara terus menerus, serta mendapatkan layanan dari berbagai sumber pembiayaan.

Kemiskinan yang harus ditanggulangi mencakup permasalahan pembangunan di berbagai bidang yang mencakup banyak aspek. Pemilikan sumber daya yang tidak merata, kemampuan masyarakat yang tidak seimbang, dan ketidaksamaan kesempatan dalam menghasilkan akan menyebabkan keikutsertaan dalam pembangunan tidak merata. Ini semua pada gilirannya menyebabkan perolehan pendapatan tidak seimbang, dan kemudian, menimbulkan struktur masyarakat yang timpang. Perbedaan struktur masyarakat yang telah ikutserta dalam proses pembangunan dengan yang masih tertinggal menyebabkan

keadaan kesenjangan atau kemiskinan struktural. Permasalahan itu harus dapat ditangani secara menyeluruh, seksama, dan bertahap agar tidak menjurus pada kecemburuan dan gejolak sosial yang dapat mengganggu kelancaran dan kessinambungan pembangunan.

Upaya penanggulangan kemiskinan Indonesia telah dilakukan dan menempatkan penanggulangan kemiskinan sebagai prioritas utama kebijakan pembangunan nasional. Kebijakan kemiskinan merupakan prioritas Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJM) 2004-2009 dan dijabarkan lebih rinci dalam Rencana Kerja Pemerintah (RKP) setiap tahun serta digunakan sebagai acuan bagi kementerian, lembaga dan pemerintah daerah dalam pelaksanaan pembangunan tahunan.

Sebagai wujud gerakan bersama dalam mengatasi kemiskinan dan mencapai Tujuan pembangunan Milenium, Strategi Nasional Pembangunan Kemiskinan (SPNK) telah disusun melalui proses partisipatif dengan melibatkan seluruh stakeholders pembangunan di Indonesia. Selain itu, sekitar 60 % pemerintah kabupaten/ kota telah membentuk Tim Penanggulangan Kemiskinan Daerah (TPKD) dan menyusun Strategi Penanggulangan Kemiskinan Daerah (SPKD) sebagai dasar utama dalam penanggulangan kemiskinan di daerah dan mendorong gerakan sosial dalam mengatasi kemiskinan.

Adapun langkah jangka pendek yang diprioritaskan antara lain sebagai berikut:

- a. Mengurangi kesenjangan antar daerah dengan; (i) penyediaan sarana-sarana irigasi, air bersih dan sanitasi dasar terutama daerah-daerah langka sumber air bersih. (ii) pembangunan jalan, jembatan, dan

- dermaga daerah-daerah tertinggal. (iii) redistribusi sumber dana kepada daerah-daerah yang memiliki pendapatan rendah dengan instrumen Dana Alokasi Khusus (DAK) .
- b. Perluasan kesempatan kerja dan berusaha dilakukan melalui bantuan dana stimulan untuk modal usaha, disamping pelatihan keterampilan kerja dan meningkatkan investasi serta revitalisasi industri.
 - c. Dalam pemenuhan sarana hak dasar penduduk miskin diberikan pelayanan antara lain (i) pendidikan gratis sebagai penuntasan program belajar 9 tahun termasuk tunjangan bagi murid yang kurang mampu (ii) jaminan pemeliharaan kesehatan gratis bagi penduduk miskin di puskesmas dan rumah sakit kelas tiga.
 - d. Khusus guna menunjang program yang sudah ada dalam rangka pengentasan kemiskinan di Kota Banjar, disamping melaksanakan strategi pemberdayaan masyarakat berupa program pelatihan keterampilan berusaha dan bantuan stimulan usaha ekonomis produktif, juga dapat dikembangkan strategi lain berupa pengembangan jejaring kerjasama (kemitraan), baik dengan instansi terkait, dunia usaha maupun pelaku-pelaku usaha lainnya. Hal ini dilaksanakan melalui pola Kelompok Usaha Bersama (KUBE) dimana anggota-anggotanya adalah mereka yang telah mengikuti pelatihan keterampilan berusaha dan bantuan stimulan usaha ekonomis produktif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis hasil penelitian pengaruh program pelatihan keterampilan berusaha dan bantuan usaha ekonomis produktif bagi keluarga miskin terhadap pengentasan kemiskinan (studi pada program pemerintah dalam penanggulangan kemiskinan di Kota Banjar), dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian secara parsial yang dilakukan ternyata program pelatihan keterampilan berusaha bagi keluarga miskin berpengaruh secara nyata terhadap pengentasan kemiskinan. Hal tersebut berdasarkan kriteria pengujian diperoleh kesimpulan adanya taraf signifikansi.
2. Hasil pengujian secara parsial yang dilakukan ternyata program bantuan usaha ekonomis produktif bagi keluarga miskin berpengaruh secara nyata terhadap pengentasan kemiskinan. Hal tersebut berdasarkan kriteria pengujian diperoleh kesimpulan adanya taraf signifikansi.
3. Hasil pengujian secara parsial yang dilakukan ternyata program pelatihan keterampilan berusaha dan bantuan usaha ekonomis produktif bagi keluarga miskin berpengaruh secara nyata terhadap pengentasan kemiskinan. Hal tersebut berdasarkan kriteria pengujian diperoleh kesimpulan adanya taraf signifikansi.
4. Dalam pengentasan kemiskinan, pemerintah telah menggulirkan beberapa program dan kebijakan terutama dalam mengurangi jumlah penduduk miskin, diantaranya pendidikan gratis sebagai penuntasan program belajar 9 tahun termasuk tunjangan bagi murid yang kurang mampu, jaminan pemeliharaan kesehatan gratis bagi penduduk miskin di puskesmas dan rumah sakit kelas tiga. Salah satu kebijakan Pemerintah Kota

Banjar dalam pemberdayaan keluarga miskin adalah melalui program pelatihan keterampilan berusaha dan bantuan stimulan usaha ekonomis produktif (UEP). Guna mendukung dan kesimbangan program ini perlu dikembangkan terus model/strategi dalam pengentasan kemiskinan sehingga pada gilirannya mereka dapat menjadi masyarakat yang mandiri dan terentaskan dari kemiskinan.

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan serta permasalahan-permasalahan yang ditemukan, maka peneliti menyampaikan beberapa saran, diantaranya:

1. Upaya penanggulangan kemiskinan di era otonomi daerah, maka perlu diberikan peluang dan kesempatan yang sebesar-besarnya bagi keluarga fakir miskin untuk bisa berdaya dan belajar dalam mengatasi masalahnya secara mandiri sesuai motto pekerjaan sosial “to help people to help them selves”.
2. Dalam pemberdayaan keluarga fakir miskin, pendamping sosial mempunyai peranan yang cukup penting dan strategis sebagai ujung tombak bagi keberhasilan program pengentasan kemiskinan, untuk itu agar mereka dapat menjalankan peran dan fungsinya secara optimal, disamping penguasaan dan pemahaman tentang masalah kemiskinan, perlu juga dibekali pengetahuan dan keterampilan dalam pengelolaan usaha ekonomis produktif dan pembekalan dengan menggunakan praktek magang pada Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Program Pemberdayaan Fakir Miskin yang sudah maju.
3. Untuk melihat perkembangan mereka (keluarga fakir miskin) yang telah memperoleh program pelatihan keterampilan berusaha dari Pemerintah

Kota Banjar, maka perlu dilaksanakan monitoring secara koninue yang dilaksanakan secara berjenjang dalam rangka penguatan sosial bagi keluarga binaan sosial (KBS) yang telah memperoleh pelatihan keterampilan berusaha dan bantuan stimulant usaha ekonomis produktif dari Pemerintah Kota Banjar.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. Natsir. 2008. *Analisis Kebijakan Publik Dalam Penanggulangan Masalah Kemiskinan*, Jakarta . SINAR - Departemen Sosial.
- Ala, Andre Bayo. 2001. *Kemiskinan dan Strategi Memerangi Kemiskinan*, Yogyakarta. Liberty.
- Arief, Saeful, 2000. *Menolak Pembangunanisme*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar.
- Arikunto, Suharsimi. 2004. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta. Rineka Cipta.
- BPS dan Departemen Sosial. 2002. *Penduduk Fakir Miskin Indonesia*, Jakarta. Badan Pusat Statistik
- BPS dan Bapeda Kota Banjar. 2009. *Penduduk Miskin dan Indeks Kemahalan Kontruksi Kota Banjar Tahun 2008*, Banjar. Badan Pusat Statistik.
- Bapeda-BPS Kota Banjar. 2009. *Banjar Dalam Angk*, Banjar. Bapeda-BPS.
- Departemen Sosial. 1997. *Pedoman Pembinaan dan Penumbuhan Kelompok Usaha Bersama (KUBE)*, Jakarta. Depsos.
- Dewanta, Awan Setya, Editor. 1995. *Kemiskinan dan Kesejagan di Indonesia*, Yogyakarta. Aditya Media.

- Hadwigeno dan Pahpahan. 1993. *Identifikasi Wilayah Miskin di Indonesia Primus (3)*, Jakarta. LP3ES.
- Ismaun. 2003. *Peran Lembaga Mikro*, Yogyakarta. IIEB FE UGM.
- Juoro, Imam. 1985. *Masalah Terdepan Dalam Pembangunan Indonesia*, Bandung. Alumni.
- Kartasasmita, Ginjanr, 1996. *Pembangunan Untuk Rakyat Memadukan Pertumbuhan dan Pemerataan*, Jakarta. CIDES.
- Kuncoro, Mudrajad. 2000. *Ekonomi Pandangan, Teori Masalah dan Kebijakan*, Yogyakarta . UPP AMP YKPN.
- Lembaga Administrasi Negara RI. 2007. *Kajian kebijakan Publik*, Jakarta. LAN RI.
- Lfe, Jim. 1995. *Community Development: Creating Community Alternatrives, Vision, Analysis and Practice*, Australia. .Longman.
- Moekijat. 1993. *Evaluasi Pelatihan Dalam Rangka Peningkatan Produktivitas*, Bandung. Mandar Majau.
- Nasution. 1995. *Azas-Azas Kurikulum Edisi* , Jakarta. Bina Aksara.
- Nazir, Moh. 1998. *Metode Penelitian*, Jakarta. Ghalia Indonesia.
- Poerwadarminta, JS.1984. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta. Balai Pustaka.
- Salim, Emil, 1984. *Perencanaan Pembangunan dan Pemerataan Pendapatan*, Jakarta. Inti Idayu Press.
- Setyawan, Anton Agus. 2001. *Kemiskinan di Dunia Ketiga Perspektif Ekonomi Politik Indonesia*, Surakarta. Balai Penelitian dan Pengembangan FE UMS.

- SMERU, 2000. *Laporan Hasil Kajian Kemiskinan Partisipatif*, Jakarta SMERU.
- Soetrisno, R, 2001. *Pemberdayaan Masyarakat dan Upaya Pembebasan Kemiskinan*, Yogyakarta. Kanisius.
- Sudjana. 1992. *Metode Statistika*, Bandung. Itarsito.
- Sugiyono. 2000. *Statistik Untuk Penelitian*, Bandung. Alfabeta.
- Suharto, Edi. 1997. *Pembangunan, Kebijakan Sosial dan Pekerjaan Sosial*, Bandung LSP-STKS.
- , 2005. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Masyarakat*, Bandung PT. Refika Aditama.
- , 2007. *Meretas Kebijakan Pro Poor: Mengagas Pelayanan Sosial Yang Berkeadilan*, Bandung Sekolah Tinggi Kesejahteraan Sosial (STKS).
- Sumardjan, Selo, 1980. *Kemiskinan Struktural dan Pembangunan Kata Pengantar dalam Alfian (at. Al), Kemiskinan Struktural, Suatu Bunga Rampai*, Jakarta, YIIS.
- Sumodinsingrat, Gunawan. 1997. *Pembangunan Daerah dan Pemberdayaan Masyarakat*, Jakarta. PT. Bina Rena Pariwisata.
- , 2001. *Responsi Terhadap Kesejangan Ekonomi*, Jakarta. Perpod.
- , 2008. *Kemitraan Kunci Menuju Rakyat Sejahtera*, Jakarta. SINAR- Departemen Sosial.
- Suparlan, Parsudi, Penyunting. 1995. *Kemiskinan Di Perkotaan*, Jakarta. Yayasan Obor Indonesia.
- Surakhman, Wardiman. 1995. *Pengentasan Penelitian Ilmiah*, Bandung. Tarsito.

- Suryana, 2003. *Kewirausahaan*, Jakarta. Salemba Empat.
- Suwondo, Kutu, 1998. *Struktur Sosial dan Kemiskinan*, Salatiga. Yayasan Bina Dharma.
- Suyanto, Bagong dan Sutinah (Editor), 2008. *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*, Jakarta, Kencana Perdana Group.
- Syahrir. 1988. *Pembangunan Berdimensi Kerakyatan*, Jakarta. Yayasan Obor Indonesia.
- Syahyuti. 2006. *30 Konsep Penting dalam Pembangunan Perdesaan dan Perkotaan*, Jakarta. Bina Perwira.
- Tilaar, H.A.R. 1997. *Pengembangan Sumber Daya Manusia Di Era Globalisasi*. Jakarta. Grasindo.
- Wasistiono, Sadu. 2006. *Prospek Pengembangan Desa*, Bandung. Fokus Media.
- Word Bank, 2000. *Word Development Report 2000*.
- Yoder. 1962. *Personal Principle and Policies*. Printing Hall, New York. Maurez Company Ltd.

Peraturan-Peraturan

Undang-Undang Dasar 1945 , Amandemen I – IV

Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2002 tentang Pembentukan Kota Banjar di Provinsi Jawa Barat

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2009 tentang Kesejahteraan Sosial

Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 1981 tentang Pelayanan Kesejahteraan Sosial bagi Fakir Miskin

Peraturan Presiden Nomor 54 Tahun 2005 tentang Tim Koordinasi
Penanggulangan Kemiskinan

Surat Keputusan Walikota Banjar Nomor: 460/Kpts.131-Huk/VII/2007
Tahun 2007 tentang Pembentukan Tim Koordinasi Penanggulangan
Kemiskinan Daerah Kota Banjar

STRATEGI PEMBANGKITAN EKONOMI LOKAL MELALUI DESTINASI WISATA PEDESAAN DI KABUPATEN MALANG

Trisetia Wijijayanti¹, Yuli Agustina², Agung Winarno³, Lulu Nurul
Istanti⁴, Buyung Adi Dharma⁵

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang

¹trisetia.wijijayanti.fe@um.ac.id; ²yuli.agustina.fe@um.ac.id;

³agung.winarno.fe@um.ac.id; ⁴lulu.istanti.fe@um.ac.id;

⁵buyung.dharma.fe@um.ac.id

ABSTRACT

Purpose – This study aims to compose and develop general strategies for villages that want to become independent prosperous villages through a fully-fledged tourism village

Design - The villages that were sampled in this study were Sumberagung Village of Ngantang District, Petungsewu Village of Dau District, Lang Lang Village of Singosari District, and Gajahrejo Village of Gedangan District, Malang Regency (4 villages)

Methodology - This study was analyzed using a qualitative descriptive method, while the research sample was selected with purposive sampling and accidental sampling. **Approach** – The study adopted interview techniques, questionnaires and field observations. The sample includes respondents from village governments, villagers and related parties.

Findings - The resulting strategy is a strategy related to the sustainable economy, environmental and development approach as well as community approach.

Originality of the research - In rural areas, tourist village destinations become one of the ways for sustainable rural development in order to improve the community's economy. In order to awaken the local economy and viewing many tourist destinations that are still not optimally developed, new strategies are needed to compose and develop tourist village destinations in Malang Regency.

Keywords: tourist village, strategy, local economy, community empowerment and sustainable development.

PENDAHULUAN

Sebagai salah satu industri terbesar, pariwisata di harapkan dapat berkontribusi dalam menciptakan banyak lapangan kerja baru, penciptaan ekonomi yang sehat, pemerataan ekonomi, pertukaran budaya dan hubungan internasional (Egbali *et al*, 2010). Oleh karena itu destinasi wisata merupakan sektor yang sangat potensial untuk membangun dan mengembangkan suatu kawasan, baik di lingkungan perkotaan maupun perdesaan. Destinasi wisata juga dapat meningkatkan taraf kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat, khususnya masyarakat yang tinggal di area wisata. Selain itu, sektor wisata juga memberikan *multiplier effect* dan nilai manfaat yang besar bagi masyarakat, seperti menciptakan lapangan pekerjaan baru dan menurunkan angka pengangguran (Hadiwijoyo, 2012). Di lingkungan perdesaan, destinasi wisata perdesaan menjadi salah satu wahana pembangunan perdesaan yang berkelanjutan dalam rangka membangkitkan perekonomian masyarakat. Setiap desa memiliki keunikan pola hidup, budaya, dan produk kerajinan khas daerah yang menjadi keunggulan masing-masing desa. Pengembangan destinasi wisata pedesaan menjadi salah satu bentuk pengembangan wilayah desa yang didasarkan pada penggalian potensi desa sebagai atribut produk wisata. Dalam pengembangan destinasi wisata pedesaan, masyarakat bukan sebagai obyek pasif melainkan subyek aktif. Artinya, masyarakat tidak hanya menjadi tujuan kegiatan pariwisata melainkan juga menjadi penyelenggara dan pelaku kegiatan pariwisata. Masyarakat menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari produk wisata sehingga produk wisata memiliki ciri khas budaya setempat.

Salah satu wilayah di Indonesia yang memiliki banyak destinasi wisata pedesaan adalah Kabupaten Malang. Kabupaten Malang memiliki banyak destinasi wisata seperti pantai, pegunungan, bukit, taman, hutan dan air terjun yang tersebar di beberapa desa. Selain itu Kabupaten Malang juga kaya akan peninggalan sejarah yang memungkinkan pertumbuhan dan pengembangan wilayah Kabupaten Malang yang berbasis pada pariwisata dengan ditunjang oleh sumberdaya alam dan bidang-bidang unggulan seperti pertanian, peternakan, perikanan, industri, pertambangan dan bidang pariwisata sendiri.

Jika dikaitkan dengan pertumbuhan ekonomi, pertumbuhan Kabupaten Malang cukup menggembirakan karena jauh diatas rata-rata Provinsi Jawa Timur dan Nasional. Hal ini didukung dengan beberapa program pembangkitan ekonomi lokal melalui pengembangan pariwisata yang sudah dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Malang seperti bekerjasama dengan beberapa pihak dan promosi wisata baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam rangka membangkitkan ekonomi lokal di Kabupaten Malang dan melihat banyak destinasi wisata yang masih belum dikembangkan secara optimal di Kabupaten Malang, maka perlu adanya strategi-strategi baru untuk mengembangkan destinasi wisata pedesaan di Kabupaten Malang.

Strategi ini tentu membutuhkan dukungan Sumber Daya Manusia (SDM) sekitar yang dimaksudkan untuk meningkatkan kapasitas dan produktivitasnya secara ekonomi dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat perdesaan melalui bidang-bidang yang dimilikinya. Sehingga dampak positif pengembangan pariwisata desa tersebut dapat dirasakan

langsung oleh masyarakat desa setempat, dan bukan justru pihak lain. Selain itu, strategi pembangkitan ekonomi lokal melalui destinasi wisata pedesaan Kabupaten Malang juga membutuhkan adanya motivasi kuat dari masyarakat agar mau bersama-sama mengelola potensi tersebut.

Pengembangan desa sebagai salah satu alternatif penggerak dasar ekonomi negara harus terus digalakkan. Desa yang berkembang, secara otomatis akan memberikan manfaat signifikan bagi masyarakatnya yang secara perlahan-lahan akan memajukan daerah dimana desa tersebut berada. Kearifan lokal yang terdapat di desa dapat dijadikan produk unggulan untuk membuat sebuah desa menjadi maju, terciptanya lapangan-lapangan kerja baru bagi masyarakat desa dapat membuat perekonomian desa meningkat.

Merespon arah Pembangunan Pariwisata Nasional (dalam kurun waktu 2010–2025) yang tertuang pada pasal 2 ayat 8 (Peraturan Pemerintah RI no. 50 thn 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010 – 2025) sekaligus di dalam upaya mempercepat dan memperkuat Pembangunan Ekonomi sesuai dengan Keunggulan dan Potensi Wilayah maka Penelitian terkait dengan Pengembangan bidang Pariwisata menjadi strategis. Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia (MP3EI) 2011-2025 dilaksanakan untuk mempercepat dan memperkuat pembangunan ekonomi sesuai dengan keunggulan dan potensi strategis wilayah. Strategi pelaksanaan MP3EI adalah dengan mengintegrasikan tiga elemen utama (Dikti, 2013):

4. Mengembangkan potensi ekonomi wilayah;
5. Memperkuat konektivitas nasional yang terintegrasikan secara lokal dan terhubung secara global (*locally integrated, globally connected*);

6. Memperkuat kemampuan sumber daya manusia (SDM) dan iptek nasional untuk mendukung pengembangan program utama di setiap koridor ekonomi.

Pariwisata merupakan salah satu tema penelitian yang dinyatakan prioritas berskala nasional dengan tujuan dapat menyelesaikan masalah masyarakat dan bangsa yang menjadi sebuah modal berharga di era saat ini. Indonesia memiliki berbagai macam keanegaraman dan potensi lokal yang sangat mendukung untuk kepariwisataan dari segi geografis. Salah satu daerah yang memiliki potensi tersebut adalah Kabupaten Malang. Kabupaten Malang adalah kabupaten terluas kedua di Jawa Timur setelah Kabupaten Banyuwangidan merupakan kabupaten dengan populasi terbesar di Jawa Timur. Kabupaten Malang juga merupakan kabupaten terluas ketiga di Pulau Jawa setelah Kabupaten Banyuwangi dan Kabupaten Sukabumi di Provinsi Jawa Barat. Kabupaten ini berbatasan langsung dengan Kota Malang tepat di tengah-tengahnya, Kabupaten Jombang; Kabupaten Pasuruan; dan Kota Batu di utara, Kabupaten Lumajang dan Kabupaten Probolinggo di timur, Samudra Hindia di selatan, serta Kabupaten Blitar dan Kabupaten Kediri di barat. Sebagian besar wilayahnya merupakan pegunungan yang berhawa sejuk, Kabupaten Malang dikenal sebagai salah satu daerah tujuan wisata utama di Jawa Timur. Bersama dengan Kota Batu dan Kota Malang, Kabupaten Malang merupakan bagian dari kesatuan wilayah yang dikenal dengan Malang Raya (Wilayah Metropolitan Malang).

Pendekatan kelembagaan sebagai basis dalam kegiatan pemberdayaan memiliki beberapa keuntungan sebagai berikut: (1) memperbesar kemampuan sumberdaya dan meningkatkan skala usaha ekonomi kolektif

yang dimiliki masyarakat, (2) meningkatkan posisi tawar kolektif dalam mengakses modal, pasar, teknologi, dan kebijakan, (3) mengembangkan kemampuan koordinasi dan kerja sama kemitraan dalam pengelolaan kegiatan ekonomi kolektif untuk mendukung dinamika ekonomi kawasan, dan (4) memudahkan pengontrolan terhadap perjalanan ekonomi bersama. Atas dasar pandangan ini, berbagai jenis kelembagaan sosial ekonomi yang dibentuk melalui program-program di atas merupakan modal pembangunan yang sangat berharga bagi masyarakat (Kusnadi, 2009).

Saat ini isu perencanaan terbaru terkait penggalan potensi/ kearifan lokal di Kabupaten Malang adalah akan diwujudkannya desa-desa wisata yang dapat dijadikan sebuah *icon* terbaru untuk memudahkan berunjungnya para wisatawan. Kawasan yang memiliki potensi Sumber Daya Alam sekaligus sebagai wilayah yang dapat dipetakan dan juga menjadi Sasaran Riset Universitas Negeri Malang berkelayaan ini yaitu Desa Sumberagung Kecamatan Ngantang, Desa Lang Lang Kecamatan Singosari, Desa Gajahrejo Kecamatan Gedangan, dan Desa Petungsewu Kecamatan Dau. Empat Desa yang memiliki potensi ini layak untuk dikaji dan didalami guna menemukan Model yang tepat menjadi Kawasan Wisata berbasis Potensi Lokal dengan Pendekatan Pariwisata. Melalui pendekatan pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*) perlu adanya sinergi antara upaya pelestarian alam beserta kekayaan alam yang ada untuk menunjang percepatan pembangunan nasional khususnya di wilayah Kabupaten Malang. Dengan dicanangkannya sasaran wisata 20 juta pada tahun 2019, maka perlu mendorong tingkat pertumbuhan kedatangan wisatawan mancanegara. Pemanfaatan alam di sektor pariwisata terus berkembang hingga saat ini.

Namun besarnya potensi sumber daya alam tersebut yang tersebar di hampir 17 ribu pulau di Indonesia, ternyata belum dimanfaatkan secara merata. Sehingga masih perlu adanya kajian terkait penggalan potensi lokal dan keanekaragamannya untuk dijadikan dasar/landasan pengembangan desa wisata baik bertaraf nasional maupun internasional dengan pendekatan pariwisata keberlanjutan. Dukungan sumberdaya alam baik potensi lokal, sumberdaya manusia setempat akan mampu bersinergi menjadi kekuatan modal sosial. Hal ini sesuai dengan pendapat Nasution et al (2004) yaitu Pengelolaan sumberdaya alam berbasis masyarakat yang bersumber pada kekuatan modal sosial masyarakat sendiri telah terbukti dapat mengurangi sikap *selfish* dan *free rider*, dan akhirnya cenderung lebih efektif mendorong ke arah pemanfaatan sumberdaya yang *sustainable*.

METODE PENELITIAN

A. Pengumpulan Data

1. Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder baik bersifat kuantitatif maupun kualitatif. Data primer diperoleh langsung dari responden melalui teknik wawancara secara mendalam, penyebaran kuesioner dan observasi lapangan. Sumber data primer berasal dari pihak-pihak yang terkait dengan bidang penelitian, masyarakat sekitar, instansi pemerintah setempat. Data sekunder diperoleh melalui penelusuran berbagai kepustakaan dan dokumen dari instansi terkait (masing-masing desa tempat Observasi, Dinas Pariwisata, dan Pemerintah Daerah Kabupaten Malang), laporan hasil penelitian yang pernah dilakukan

sebelumnya dan berbagai informasi lainnya yang relevan dengan penelitian ini.

2. Populasi dan Sampel Penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat desa di Kabupaten Malang yang memiliki destinasi wisata pedesaan dan dapat dikembangkan sesuai tujuan penelitian ini. Dalam penelitian ini yang dijadikan responden adalah orang atau instansi yang dipercayai sebagai narasumber yang berpengalaman dan mengetahui mengenai masalah atau materi yang ditanyakan yaitu masyarakat desa dan instansi pemerintah desa setempat.

Sampel penelitian dipilih dengan kriteria tertentu sesuai dengan rencana perwujudan penelitian menggunakan *purposive sampling* dan *accidental sampling*. Sampel penelitian akhir adalah Desa Sumberagung kecamatan Ngantang, Desa Gajahrejo kecamatan Gedangan, Desa Lang Lang kecamatan Singosari dan Desa Petungsewu kecamatan Dau yang sudah memiliki beberapa destinasi wisata dan calon destinasi wisata yang ingin dikembangkan, desa telah merintis dengan menjalankan beberapa tahap perencanaan untuk menjadi desa wisata, menjadi desa wisata merupakan salah satu rencana strategis dari desa yang bersangkutan, desa memiliki produk khas daerah. Sedangkan *accidental sampling* adalah tehnik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/ incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok dengan sumber data (Sugiyono, 2013).

3. Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2013), teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Berdasarkan tujuan dari penelitian ini, pengumpulan data akan dilakukan dengan dua acara, yaitu:

- a. Teknik pengumpulan data primer, berupa observasi dan wawancara
- b. Teknik pengumpulan data sekunder, berupa kajian literatur dan survei instansi

B. Metode Analisis Data

Data penelitian ini dianalisis menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode deskriptif yaitu suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, sistem, pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa di masa sekarang. Tujuan penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki (Nazir, 2005). Dalam analisis ini juga disertakan data pendukung seperti peta, tabel dan gambar untuk memperjelas kondisi wilayah studi. Alat analisis yang dipakai adalah analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities* dan *Threatment*), dalam bidang pariwisata dapat dimanfaatkan untuk merumuskan secara rasional dan berurutan sesuai dengan tujuan keperluannya sebagai berikut:

1. Memberikan gambaran mengenai permasalahan yang perlu diindikasikan untuk keperluan tertentu,
2. Menganalisis hubungan antar isu,

3. Memberikan scenario dan strategi keadaan sekarang dan masa datang yang akan dituju.

(Analisis Deskriptif Kualitatif dan Matriks SWOT)

Gambar 1. Tahapan Penelitian

HASIL PENELITIAN

Berikut adalah hasil penelitian yang didapatkan dari observasi, wawancara dan *focus group discussion* keempat desa yang menjadi sampel penelitian yang didukung dengan kajian literatur.

Tabel 1. Hasil Penelitian

NO	LOKASI	POTENSI DAN HAMBATAN PADA FAKTOR EKONOMI DAN WISATA
1.	Desa Lang Lang Kecamatan Singosari Kabupaten Malang	POTENSI: 1. Memiliki perencanaan menjadi desa wisata pada tahun 2019 dengan mengembangkan 4 lokasi mata air yang dimiliki, yaitu: a. Sumber mata air umbulan b. Sumber mata air pakis uceng c. Sumber mata air dongbang d. Sumber mata air nyolo 2. Lokasi strategis desa yang berada di perbatasan kota Malang dan Pasuruan, dilewati arus masuk ke dan keluar dari Malang 3. Infrastruktur desa (akses masuk/ jalan) yang mulai dibangun secara merata dalam merintis desa wisata di akhir tahun 4. Pembangunan fasilitas seperti jalan dan lahan parkir yang sudah mulai diperbaiki untuk calon destinasi wisata di desa, 5. Pemberitahuan secara personal dari perangkat desa kepada para kasun tentang adanya perencanaan menjadi desa wisata untuk setahun kedepan, 6. Sebagian besar masyarakat sudah mulai mengetahui akan rencana menjadi desa wisata dan mulai mempersiapkan diri dengan adanya beberapa UKM yang muncul dan memoles lingkungan sekitar menjadi lebih bersih dan rapi.

NO	LOKASI	POTENSI DAN HAMBATAN PADA FAKTOR EKONOMI DAN WISATA
		HAMBATAN: <ol style="list-style-type: none"> 1. Perekonomian masyarakat yang menurun menjadi kurang produktif dengan mulai mencari pekerjaan di luar desa, karena habisnya lahan pertanian yang berubah menjadi lahan perumahan, 2. Perencanaan pengembangan calon destinasi wisata akan direalisasikan mulai tahun 2019 sesuai dengan RPJMDes.

Gambar Peta Desa Lang Lang:

NO	LOKASI	POTENSI DAN HAMBATAN PADA FAKTOR EKONOMI DAN WISATA
2.	Desa Petungsewu Kecamatan Dau Kabupaten Malang	<p data-bbox="614 305 765 334">POTENSI:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li data-bbox="614 343 1190 450">1. Menjadi desa tujuan wisata sudah menjadi rencana strategis desa sejak 5 tahun yang lalu dan belum terlaksana, <li data-bbox="614 450 1190 595">2. Terdapat banyak UKM yang mengolah produk lokal desa (jeruk), sehingga dapat mendukung perencanaan untuk menjadi desa wisata, <li data-bbox="614 595 1190 739">3. Produk lokal unggulan petungsewu yaitu jeruk kupas dan jeruk kupas sudah menjadi <i>icon</i> desa yang dikenal oleh masyarakat luar, <li data-bbox="614 739 1190 807">4. Letak desa yang berbatasan langsung dengan kota Batu. <p data-bbox="614 846 814 875">HAMBATAN:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li data-bbox="614 884 1190 1097">1. Berdirinya tempat wisata yang dibangun oleh pihak swasta (P-WEC) tanpa adanya diskusi, persetujuan dan pemberdayaan masyarakat desa, membuat masyarakat desa merasa tidak mendapatkan “keuntungan” dari aspek apapun, <li data-bbox="614 1097 1190 1280">2. Tidak terdapat titik temu dengan pihak pemerintah (PERHUTANI) dalam penggunaan lahan begitu juga dengan pembagian pendapatan antara kedua belah pihak, <li data-bbox="614 1280 1190 1425">3. Wisata petik jeruk yang telah ada hanya diselenggarakan oleh personal sehingga tidak memberikan keuntungan bagi desa secara keseluruhan, <li data-bbox="614 1425 1190 1570">4. Desa sudah membuat perencanaan sebuah pusat wisata yaitu mendirikan <i>rest area</i> yang didalamnya terdapat kolam renang, pusat toko oleh-oleh dan

NO	LOKASI	POTENSI DAN HAMBATAN PADA FAKTOR EKONOMI DAN WISATA
		<p>bumi perkemahan,</p> <p>5. Tingkat pengangguran yang tinggi karena masyarakat desa mulai mencari pekerjaan di luar desa tanpa memiliki pendidikan yang memadai,</p>

Gambar Peta Desa Petungsewu:

3.	Desa Sumberagung Kecamatan Ngantang Kabupaten Malang	<p>POTENSI:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Letak desa yang dapat diakses langsung karena berada dipinggir jalan utama Malang – Kediri, 2. Memiliki begitu banyak calon destinasi wisata seperti <ol style="list-style-type: none"> a. Bukit perkemahan dan paralayang dengan <i>view sunset</i> bendungan selorejo, b. Perkebunan durian ngantang yang
----	--	---

NO	LOKASI	POTENSI DAN HAMBATAN PADA FAKTOR EKONOMI DAN WISATA
		<p>rasanya dikenal sangat enak (diperdagangkan mulai dari jawa barat, jawa tengah, jawa timur dan luar pulau jawa),</p> <p>c. Peternakan susu yang menjadi mata pencaharian sekitar 70% warga desa,</p> <p>d. Perkebunan kopi</p> <p>3. Pihak perhutani sudah bisa diajak berkerjasama mulai dari pemakaian lahan dan pembagian pendapatan dengan masyarakat desa,</p> <p>HAMBATAN:</p> <p>1. Kurangnya dana desa dalam perencanaan dan pelaksanaan desa wisata, karena penduduk desa tidak ingin adanya pihak swasta yang ikut campur tangan,</p> <p>2. Infrastruktur menuju calon destinasi wisata yang masih sangat minim,</p> <p>3. Penurunan produksi susu sapi dan rendahnya harga susu membuat warga resah,</p> <p>4. Penurunnya minat warga menjual susu ke koperasi dan mulai membuat produk olahan susu yang memiliki nilai lebih tinggi,</p>

NO	LOKASI	POTENSI DAN HAMBATAN PADA FAKTOR EKONOMI DAN WISATA
----	--------	---

Gambar Peta Desa Sumberagung:

4.	Desa Gajahrejo Kecamatan Gedangan Kabupaten Malang	POTENSI: <ol style="list-style-type: none"> Desa memiliki banyak calon destinasi wisata yaitu: <ol style="list-style-type: none"> Batu Bengkung Batu Lepek Pantai Kangen Pantai Ungapan Coban Asmoro Masyarakat sudah banyak mendapatkan sosialisasi baik dari pemerintah maupun
----	---	---

NO	LOKASI	POTENSI DAN HAMBATAN PADA FAKTOR EKONOMI DAN WISATA
		<p>dari pihak luar (pelaksana KKN dan calon Investor) bahwa pengembangan kawasan wisata akan memberikan dampak perekonomian baik secara langsung maupun tidak.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Masyarakat awalnya belum bisa mengembangkan produk lokal, namun sudah beberapa kali ada pendampingan dari pihak disperindag maupun lembaga kampus, namun tetap diujungkan pada kendala pasar dimana mereka akan menjual produknya. 4. Pemerintah daerah sudah cukup besar memberikan dukungan dengan dibangunnya jalur lintas selatan sebagai akses utama menuju kawasan wisata, <p>HAMBATAN:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Infrastruktur yang sangat belum memadai, 2. Perekonomian masyarakat yang sangat rendah, mata pencaharian utama adalah berjualan pisang dan kelapa hasil kebun di rumah ataupun di lahan yang lebih luas, 3. Pendidikan masyarakat yang masih rendah, 4. Perencanaan menjadi desa wisata sudah dibuat sejak 3 tahun yang lalu tapi belum terlaksana secara maksimal.

NO	LOKASI	POTENSI DAN HAMBATAN PADA FAKTOR EKONOMI DAN WISATA
----	--------	---

Gambar Peta Desa Gajahrejo:

Untuk merumuskan strategi untuk pembangkitan ekonomi lokal melalui destinasi pedesaan di kabupaten Malang, dilakukan analisis SWOT seperti pada tabel di bawah ini

Tabel 2. Analisis SWOT

Strength (S)	Weakness (W)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Daya tarik objek wisata alam yang menarik, 2. Sikap masyarakat yang ingin ikut berpartisipasi, 3. Terdapat organisasi atau kelompok masyarakat sebagai embrio lahirnya kelompok sadar wisata sebagai pengelola wisata, 4. Adanya objek peninggalan sejarah, 5. Keterbukaan masyarakat terhadap pengunjung, 6. Tingkat keramahan sudah baik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Partisipasi masyarakat desa cenderung bersifat pelaksana atau objek, 2. Latar belakang pendidikan masyarakat yang masih rendah sehingga menyebabkan pengelolaan wisata belum maksimal, 3. Belum maksimalnya upaya promosi, 4. Keterbatasan dana desa, 5. Tidak ada/ rendahnya bantuan dari pemerintah, 6. Sebagian tanah yang akan dijadikan tempat wisata bukanlah murni dimiliki oleh desa, 7. Belum adanya fasilitas umum yang

	lengkap di lokasi wisata, 8. Belum terdapat pengolahan produk lokal oleh masyarakat menjadi beberapa produk bernilai ekonomis tinggi, 9. Belum bisa menjadi <i>tour guide</i> untuk wisatawan, 10. Tidak adanya promosi dari masyarakat ataupun
Opportunity (O)	Threat (T)
1. Adanya regulasi dari pemerintah yang mendorong perkembangan pariwisata, 2. Adanya kepedulian dari CSR, 3. Pasar wisata yang masih terbuka luas, 4. Letak geografis desa yang sangat strategis, 5. Sebagian tempat wisata memiliki akses yang mudah dijangkau, 6. Masyarakat lokal akan mendapatkan peluang usaha	1. Kurangnya koordinasi secara menyeluruh tentang rencana pengembangan daerah kepada masyarakat, 2. Adanya investor-investor individual yang ingin membangun fasilitas wisata tanpa mengikutsertakan masyarakat (pemberdayaan masyarakat), 3. Kurangnya dukungan dari pemerintah setempat, 4. Belum ada lembaga kemasyarakatan atau LSM

Sumber: Hasil Analisis Penulis, 2018

Dari hasil analisis SWOT didapatkan rumusan strategi pembangkitan ekonomi lokal melalui destinasi pedesaan kabupaten Malang, yaitu:

1. Memulai perencanaan wilayah wisata secara bertahap tanpa adanya jeda waktu,
2. Melakukan pemetaan *grand design* pengembangan desa wisata,
3. Berusaha membangun *image* desa dengan melakukan riset pasar yang berdasarkan potensi lokal,

4. Meningkatkan *awareness* dan edukasi (*training*) masyarakat akan pentingnya rencana pengembangan wisata lokal,
5. Meneruskan pengolahan produk lokal daerah menjadi sebuah *item* khas yang memiliki nilai ekonomi yang tinggi,
6. Mendirikan dan meningkatkan posisi dan peran masyarakat lokal sebagai pelaku penting dan tuan rumah dalam pembangunan pariwisata dengan membentuk lembaga kemasyarakatan berupa POKDARWIS guna memperkenalkan, melestarikan, dan memanfaatkan potensi daya tarik wisata yang ada,
7. Mendirikan BUMDES, badan usaha milik rakyat, koperasi dan UMKM yang sehat dan kompetitif,
8. Merubah secara perlahan rencana strategis desa menjadi rencana yang *sustainable* (berkelanjutan) walaupun dengan adanya pergantian perangkat desa,
9. Mencari investor-investor yang membawa efek positif ke dalam masyarakat desa (melakukan pemberdayaan masyarakat desa dalam kegiatan pembangunan bisnis di calon wilayah destinasi wisata),
10. Meningkatkan peran pemerintah melalui kerjasama dengan pengelola dalam membuat kebijakan dan rencana pengembangan lokasi wisata,

PEMBAHASAN PENELITIAN

1. Desa harus secara serius memulai perencanaan wilayah wisata secara bertahap tanpa adanya jeda waktu dan melakukan pemetaan *grand design* pengembangan desa wisata.

a. Perencanaan Pariwisata

Dalam kebijakan pariwisata memberikan filsafat dasar untuk pembangunan dan menentukan arah pengembangan pariwisata di destinasi tersebut untuk masa depan. Sebuah destinasi dapat dikatakan akan melakukan pengembangan wisata jika sebelumnya sudah ada aktivitas wisata. Dalam pelaksanaan pengembangan, perencanaan merupakan faktor yang perlu dilakukan dan dipertimbangkan. Menurut Inskeep (1991:29), terdapat beberapa pendekatan yang menjadi pertimbangan dalam melakukan perencanaan pariwisata, diantaranya:

1. *Continous Incremental, and Flexible Approach*, dimana perencanaan dilihat sebagai proses yang akan terus berlangsung didasarkan pada kebutuhan dengan memonitor *feedback* yang ada.
2. *System Approach*, dimana pariwisata dipandang sebagai hubungan sistem dan perlu direncanakan seperti dengan tehnik analisa sistem,
3. *Comprehensive Approach*, berhubungan dengan pendekatan sistem diatas, dimana semua aspek dari pengembangan pariwisata termasuk didalamnya institusi elemen dan lingkungan serta implikasi sosial ekonomi, sebagai pendekatan holistik,
4. *Integrated Approach*, berhubungan dengan pendekatan sistem dan keseluruhan dimana pariwisata direncanakan dan dikembangkan sebagai sistem dan keseluruhan dimana pariwisata direncanakan dan dikembangkan sebagai sistem yang terintegrasi dalam seluruh rencana dan total bentuk pengembangan pada area.
5. *Environmental and sustainable development approach*, pariwisata direncanakan, dikembangkan, dan dimanajemeni dalam cara dimana

sumber daya alam dan budaya tidak mengalami penurunan kualitas dan diharapkan tetap dapat lestari sehingga analisa daya dukung lingkungan perlu diterapkan pada pendekatan ini.

6. *Community Approach*, pendekatan yang didukung dan dikemukakan juga oleh Murphy (1991) menekankan pada pentingnya memaksimalkan keterlibatan masyarakat lokal dalam perencanaan dan proses pengambilan keputusan pariwisata, untuk dapat meningkatkan yang diinginkan dan kemungkinan, perlu memaksimalkan partisipasi masyarakat dalam pengembangan dan manajemen yang dilaksanakan dalam pariwisata dan manfaatnya terhadap sosial ekonomi.
7. *Implementable Approach*, kebijakan pengembangan pariwisata, rencana, dan rekomendasi diformulasikan menjadi realistis dan dapat diterapkan, dengan tehnik yang digunakan adalah tehnik implementasi termasuk pengembangan, program aksi atau strategi, khususnya dalam mengidentifikasi dan mengadopsi.
8. *Application of systematic planning approach*, pendekatan ini diaplikasikan dalam perencanaan pariwisata berdasarkan logika dari aktivitas.

Goals biasanya termasuk aspek-aspek seperti meningkatkan kepuasan pengunjung, diversifikasi pasar pariwisata, meningkatkan kontribusi pariwisata kepada ekonomi local, dan mengembangkan potensi pariwisata suatu daerah. Sementara *objectives* adalah lebih spesifik (khusus) dan berhubungan dengan tindakan-tindakan yang aktual. *Objectives* bertujuan untuk mengarahkan tindakan yang akan membantu mencapai goal-goal pembangunan. Jadi objectives harus lebih

realistis, dapat diukur dan mampu dicapai dalam jangka waktu yang ditentukan.

Menurut Clarke dan Godfrey (2000) “*Goals and Objectives*” yang realistis adalah inti untuk pengembangan pariwisata yang sukses. *Tourism Action Steps* menyangkut siapa, apa, dimana dan bagaimana yang menjelaskan bagaimana caranya *goals and objectives* akan dilaksanakan. Tindakan pariwisata menyatakan apa yang akan dilakukan, kapan akan dilakukan dan oleh siapa. *Tourism Action Steps* harus jelas dan mempunyai jangka waktu yang ditentukan dan tujuan yang diharapkan. Pelaksanaan tindakan itu dapat didelegasikan secara individu atau berkelompok.

Menurut Clarke dan Godfrey (2000), proses membentuk strategi pariwisata terdiri dari tiga langkah, yaitu:

1. *Identifying Opportunities and Constraints (Based on an evaluation of supply and demand).*
2. *Setting development Goals and Objective (Addressing issues needing attention in the short, medium and longer term).*
3. *Define a series of action steps (Designed to achieve the goals and objectives within some specified time frame).*

b. Konsep perencanaan strategis

Perencanaan adalah proses kumpulan kebijakan dan bagaimana mengimplementasikannya. Pendapat yang sama dikemukakan juga oleh Gunn (1994: 141) yang menegaskan bahwa ada beberapa hal penting di dalam fungsi kebijakan regional dan lokal sebagai alat yang sangat penting di dalam kegiatan kepariwisataan, yaitu antara lain: Pertama,

perencanaan harus mampu meningkatkan pertumbuhan yang berkualitas, membutuhkan perubahan-perubahan yang membangun, disamping pengembangan lokasi yang potensial untuk mengembangkan kualitas atraksi yang dapat dijual. Kedua, kebijakan kepariwisataan harus lebih memiliki peranan penting dari kegiatan promosi, kebijakan tersebut harus didukung oleh penelitian. Ketiga, perencanaan kepariwisataan memerlukan kerjasama publik dan privat agar segala harapan *stakeholders* bisa terpenuhi. Keempat, perencanaan kebijakan regional dan lokal harus dapat memperkuat semua perencanaan, mendukung pembangunan pariwisata yang baik hingga pada tingkat destinasi. Kelima, perencanaan kebijakan regional dan lokal harus dapat merangsang usaha (bisnis) untuk memberikan sumbangsihnya kepada pembangunan daerah. Keenam, kebijakan harus dapat menghubungkan bisnis dengan pemerintah dan *non-profit attraction*, seperti kebijakan perencanaan usaha atraksi (alam dan budaya) harus didukung oleh bisnis perjalanan dan akomodasi lainnya.

2. Desa berusaha membangun *image* desa dengan melakukan riset pasar yang berdasarkan potensi lokal; Meningkatkan *awareness* dan edukasi (*training*) masyarakat akan pentingnya rencana pengembangan wisata lokal; Meneruskan pengolahan produk lokal daerah menjadi sebuah *item* khas yang memiliki nilai ekonomi yang tinggi; Mendirikan dan meningkatkan posisi dan peran masyarakat lokal sebagai pelaku penting dan tuan rumah dalam pembangunan pariwisata dengan membentuk lembaga kemasyarakatan berupa POKDARWIS guna memperkenalkan, melestarikan, dan memanfaatkan potensi daya tarik wisata yang ada;

Mendirikan BUMDES, badan usaha milik rakyat, koperasi dan UMKM yang sehat dan kompetitif; Merubah secara perlahan rencana strategis desa menjadi rencana yang *sustainable* (berkelanjutan) walaupun dengan adanya pergantian perangkat desa, dan Mencari investor-investor yang membawa efek positif ke dalam masyarakat desa (melakukan pemberdayaan masyarakat desa dalam kegiatan pembangunan bisnis di calon wilayah destinasi wisata);

a. Konsep dan prinsip “*sustainable tourism*”

Sustainable Tourism (pariwisata berkelanjutan) dan *Sustainable development* (pembangunan berkelanjutan) adalah istilah yang mengakibatkan bermacam-macam tanggapan/respons dari manajer-manajer, perencana-perencana pariwisata, serta pembela/advokat lingkungan, baik skeptis sampai yang memperhatikan. Menurut WTO dalam agenda 21 untuk industri travel dan pariwisata menyatakan: *Sustainable tourism development memenuhi kebutuhan wisatawan dan masyarakat daerah tujuan wisata sambil melindungi dan mengembangkan peluang pada masa depan. Dipandang sebagai sesuatu yang mengarahkan ke manajemen, seluruh sumber daya dengan cara dimana kebutuhan ekonomi, sosial dan estetik dapat dipenuhi bersama integritas budaya, proses-proses ekologi yang esensial, diversitas biologi dan sistem-sistem mendukung kehidupan tetap dipelihara.*

Isu-isu strategis dalam *Sustainable Tourism* adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan tanggung jawab *Stakeholder Corporate*
2. Menghasilkan bentuk pariwisata yang cocok

3. “*Sustaining*” sumber daya sosial dan budaya
4. “*Sustaining*” lingkungan alam
5. Kebutuhan atas rencana yang efektif untuk perencanaan daerah tujuan wisata
6. Peranan “*Carrying Capatities*” dan indikator-indikator dalam *Sustainable Tourism*.
7. Menghindari konflik
8. Peningkatan keterlibatan masyarakat
9. Pengarahan untuk masa depan.

b. Konsep dan strategi pengembangan daerah tujuan wisata

Sebuah destinasi dapat dikatakan akan melakukan pengembangan wisata jika sebelumnya sudah ada aktivitas wisata. Untuk dapat meningkatkan potensi pariwisatanya, yang perlu dilakukan adalah merencanakan pengembangan wisata agar dapat lebih baik dari sebelumnya. Tiga prinsip utama dalam *sustainability development* (McIntyre, 1993: 10):

1. *Ecological Sustainability*, yakni memastikan bahwa pengembangan yang dilakukan sesuai dengan proses ekologi, biologi, dan keragaman sumber daya ekologi yang ada.
2. *Social and Cultural Sustainability*, yaitu memastikan bahwa pengembangan yang dilakukan memberi dampak positif bagi kehidupan masyarakat sekitar dan sesuai dengan kebudayaan serta nilai-nilai yang berlaku pada masyarakat tersebut.

3. *Economic Sustainability*, yaitu memastikan bahwa pengembangan yang dilakukan efisien secara ekonomi dan bahwa sumber daya yang digunakan dapat bertahan bagi kebutuhan di masa mendatang.

Sementara itu dilain hal, sektor pariwisata terdiri atas beberapa komponen yang berbeda yang harus benar-benar dimengerti dan direncanakan dan dikembangkan secara terintegrasi dalam masyarakat. Segalanya untuk kenyamanan perencanaan pariwisata dalam masyarakat itu sendiri, komponen-komponen pendekatan pengembangan pariwisata menurut Inskeep (1998) adalah sebagai berikut:

Gambar 4. Komponen Perencanaan/ Pengembangan Pariwisata

Dragulanescu dan Drutu (2012) menyatakan bahwa pengembangan dan perencanaan pedesaan adalah salah satu masalah yang sangat kompleks pada saat ini. Kompleks yang dimaksud adalah selain mengikutsertakan keseimbangan antara pelestarian ekonomi pedesaan, lingkungan, sosial dan budaya dari desa dengan pemodernan yang akan dilakukan

3. Meningkatkan peran pemerintah melalui kerjasama dengan pengelola dalam membuat kebijakan dan rencana pengembangan lokasi wisata, Undang-Undang Dasar Republik Indonesia (UUD RI) 1945 Pasal 33 Ayat 3 berbunyi “bumi, air, kekayaan alam di dalamnya, dikuasai negara dan digunakan untuk sebesar-besar kemakmuran rakyat”. Landasan tersebut menjadi acuan yang baik untuk membangun dan mengembangkan kelurahan/ desa demi kemajuan dan kemakmuran masyarakat bersama. Sehingga arti kata penguasaan pada UUD RI 1945 dapat berarti pengaturan, pembinaan, pengembangan, dan pengawasan. Banyak elemen masyarakat yang terlibat dalam memutuskan konsep kelurahan/ desa wisata. Mulai di tingkat RT hingga lurah/ kepala desa. Namun tetap dengan menerima masukan dan pandangan kepada camat serta walikota/ bupati setempat. Supaya kebijakan postif tersebut di kemudian hari tidak lagi melahirkan salah pemahaman baik di tingkat masyarakat maupun jajaran pemerintah daerah. Akibatnya, konsep pengembangan kelurahan/ desa wisata yang sudah bersama-sama dibuat tidak dapat menjalankan fungsi dengan sempurna (Syah, 2014)

KESIMPULAN DAN SARAN

Seluruh desa sampel memiliki potensi dan hambatan dalam perencanaan dan pelaksanaan untuk menjadi desa wisata. Strategi pembangkitan ekonomi lokal yang dihasilkan adalah (1) Memulai perencanaan wilayah wisata secara bertahap tanpa adanya jeda waktu; (2) Melakukan pemetaan *grand design* pengembangan desa wisata; (3) Berusaha membangun *image* desa dengan melakukan riset pasar yang berdasarkan potensi lokal; (4) Meningkatkan *awareness* dan edukasi (*training*) masyarakat akan pentingnya rencana pengembangan wisata lokal; (5) Meneruskan pengolahan produk lokal daerah menjadi sebuah *item* khas yang memiliki nilai ekonomi yang tinggi; (6) Mendirikan dan meningkatkan posisi dan peran masyarakat lokal sebagai pelaku penting dan tuan rumah dalam pembangunan pariwisata dengan membentuk lembaga kemasyarakatan berupa POKDARWIS guna memperkenalkan, melestarikan, dan memanfaatkan potensi daya tarik wisata yang ada; (7) Mendirikan BUMDES, badan usaha milik rakyat, koperasi dan UMKM yang sehat dan kompetitif; (8) Merubah secara perlahan rencana strategis desa menjadi rencana yang *sustainable* (berkelanjutan) walaupun dengan adanya pergantian perangkat desa; (9) Mencari investor-investor yang membawa efek positif ke dalam masyarakat desa (melakukan pemberdayaan masyarakat desa dalam kegiatan pembangunan bisnis di calon wilayah destinasi wisata); (10) Meningkatkan peran pemerintah melalui kerjasama dengan pengelola dalam membuat kebijakan dan rencana pengembangan lokasi wisata,

Saran dari peneliti adalah pihak desa seharusnya lebih fokus dalam pengelolaan rencana desa wisata sehingga dapat terlaksana secepatnya dan

diharapkan desa dapat memulai rencana tahap demi tahap sehingga menjadi konsisten tanpa adanya perubahan tujuan. Dukungan pemerintah juga sangatlah penting dengan cara membuat sebuah kebijakan baru yang mendukung desa untuk dapat meningkatkan ekonomi dengan cara memfokuskan diri pada pengembangan destinasi wisata lokal.

DAFTAR PUSTAKA

-
- _____. 2011. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Tahun 2011 tentang Rencana Induk Tentang Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025.
- Clarke, J & Godfrey, K. 2000. *The Tourism Development Handbook: A Practical Approach to Planning and Marketing*. Continuum. London.
- Dragulanescu, I., & Drutu, M. 2012. *Rural Tourism for Local Economic Development*. International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences, 2(1), 196-203.
- Egbali et al. 2010. Investigation Challenges and Guidelines Development of Rural Tourism: A Case Study of Rural Semnan Province. South Asian Journal of Tourism and Heritage: Vol. 3, No 2, pp 61-72.
- Gunn, C. 1994. *Tourism Planning: Basic, Concepts and Cases*. Taylor and Francis. USA.
- Hadiwijoyo, S. S. (2012). *Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat (Sebuah Pendekatan Konsep)* Yogyakarta: Graha Ilmu ITB, Bandung.
- Inskeep, E. 1991. *Tourism Planning an Integrated and Sustainable Development Approach*. Van Nostrand Reinhold. New York.
- Inskeep, E. 1998. *Guide for local Authorities on Developing Sustainable Tourism*. World Tourism Organization. New York.
-

Kusnadi. 2014. Pembangunan Wilayah Pesisir Terpadu. Graha Ilmu. Yogyakarta.

McIntyre, G. 1993. *Sustainable Tourism Development. Guide for Local Planners*. World Tourism Organization.

Murphy, P.E. 1991. *Tourism: a Community Approach*. Routledge. New York.

Nasution, Z et al. 2004. Riset Sosio-Antropologi dan Kelembagaan dalam Rangka Pemberdayaan Masyarakat Kelautan dan Perikanan. Laporan Teknis. Bagian Proyek Pusat Riset Pengolahan Produk dan Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan. BRKP. Departemen Kelautan dan Perikanan. Jakarta.

Nazir. M. 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Edisi ke 2. Bandung: Alfabeta.

Syah, F. 2014. Membangun Konsep Kelurahan/ Desa Wisata. <https://news.detik.com/opini-anda/2586516/membangun-konsep-kelurahandes-wisata> (akses 10 agustus 2018).

WTO. World Tourism Organization Agenda 2. 1992

www.oecd.org

www.worldbank.org

PENGENTASAN KEMISKINAN SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT DESA BANUAYU KABUPATEN OKU TIMUR MELALUI PROGRAM DESA BINAAN ZAKAT

Mail Hilian Batin

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Raden Patah Palembang

E-mail: mail.batin_uin@radenfatah.ac.id

ABSTRACT

Economic problems are a fundamental problem that occurs in every region and is experienced by all people. This problem occurs because of the gap between the rich and the poor, thus giving rise to symptoms of poverty, so with the emergence of poverty the National Amil Zakat Agency (BAZNAS) is one of the government-owned virtue institutions which aims to collect and channel zakat funds. In its distribution, BAZNAS formed the Bina Zakat Group (KBZ), which was spread in various regions, one of which was in East OKU Regency, precisely in the village of Banuayu. Each Bina Zakat Group (KBZ) received Rp.10,000,000 each as a stimulant fund.

This study aims to answer the problems related to what is the Kelompok Bina Zakat (KBZ), what is the impact of zakat on the economy of the people of the village of Banuayu, and what factors cause the zakat fund to develop. The research method used is descriptive qualitative which is informative.

In the discussion concluded that, the first Kelompok Bina Zakat (KBZ) is one of the South Sumatra BAZNAS Program in the form of Da'I, with the purpose of community empowerment through a program to improve the quality of religious life and improve the standard of living of the community that is planned, continuous and integrated. Second The impact of zakat on the economy of the people of the village of Banuayu is very significant helping to increase their income. The three factors that led to the development of the funds were the burden of repayment of the principal and

the Rp.100,000 infaq as profit sharing from the 10% borrowed funds of Rp.1,000,000 per member.

Keywords: Kelompok Bina Zakat, Zakat Impact, Economic Improvement, Evolving Fund, Banuayu.

PENDAHULUAN

Kemiskinan merupakan masalah yang dihadapi oleh semua Negara baik Negara maju dan berkembang termasuk Indonesia. Luasnya pulau dengan aneka ragam kekayaan alam yang dimiliki tetap saja tidak mampu menghilangkan masalah perekonomian Negara. Masalah ekonomi merupakan suatu masalah mendasar yang terjadi pada setiap daerah dan dialami oleh semua kalangan masyarakat. Masalah tersebut terjadi karena terdapat kesenjangan antara orang kaya dan orang miskin, sehingga menimbulkan terjadinya gejala kemiskinan.

Kabupaten OKU Timur merupakan daerah yang sebagian besar bersuku komering, meskipun sebagian bersuku jawa, hal ini dikarena OKUT menjadi salah-satu daerah objek dari program transmigrasi di era presiden Soeharto, namun tidak semuanya dari transmigrasi, seperti didesa Banuayu masyarakat yang dominan adalah jawa, dan dari hasil wawancara mereka adalah pendatang dari Pacitan Jawa Timur, dengan tujuan mereka pindah mencari perbaikan ekonomi, maka dengan beberapa rekomendasi yang telah tinggal di desa tersebut, maka berdatangan untuk sama-sama mencari pekerjaan.

Oleh karena itu demi menyikapi permasalahan itu pemerintah berperan dalam merumuskan kebijakan yang tepat dengan membuat beberapa

program berada di bawah komando Kementerian Sosial (KEMENSOS) diantaranya Program Keluarga Harapan (PKH). PKH sendiri adalah program pemberian bantuan sosial bersyarat kepada Keluarga Penerima Manfaat (KPM) yang ditetapkan sebagai keluarga penerima manfaat PKH. Sebagai upaya percepatan penanggulangan kemiskinan, sejak tahun 2007 Pemerintah Indonesia telah melaksanakan PKH. Program Perlindungan Sosial yang juga dikenal di dunia internasional dengan istilah *Conditional Cash Transfers (CCT)* ini terbukti cukup berhasil dalam menanggulangi kemiskinan yang dihadapi negara-negara tersebut, terutama masalah kemiskinan kronis. Guna memberantas kemiskinan juga, Pemerintah menggandeng Badan Amil Zakat (BAZNAS) sebagai badan pemerintahan yang bertujuan sebagai penghimpun dan penyalur dana zakat.

BAZNAS merupakan lembaga nonstruktural yang dibentuk berdasarkan peraturan pemerintah melalui pasal 7 Undang-undang No. 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat, sehingga mengukuhkan peranan BAZNAS sebagai lembaga yang berwenang melakukan pengelolaan zakat secara nasional. Selain menerima zakat, BAZNAS dapat menerima infaq, sedekah, dan dana sosial keagamaan lainnya (filantropi). Adapun tujuan dibentuknya BAZNAS yang terdapat dalam pasal 3(b) yaitu meningkatkan manfaat zakat untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan penanggulangan kemiskinan.

Zakat secara umum merupakan suatu ibadah yang berkaitan dengan ekonomi keuangan dan kemasyarakatan. Selain itu zakat juga merupakan salah satu dari lima rukun Islam yang mempunyai status dan fungsi yang penting dalam syari'at Islam. Salah satu fungsi zakat yaitu untuk

mewujudkan pemerataan keadilan dalam bidang ekonomi. Sebagai salah satu lembaga ekonomi Islam, zakat merupakan sumber dana potensial strategis bagi upaya membangun kesejahteraan umat.

Berdasarkan penjelasan di atas, potensi zakat begitu besar tetapi kesadaran masyarakat yang telah memenuhi kriteria sebagai wajib zakat atau muzakki masih minim. Disinilah peran penting Pemerintah menyadarkan masyarakat dalam menunaikan kewajibannya membayar zakat. Zakat yang telah dikeluarkan selain sebagai penggugur kewajiban antara manusia kepada Allah juga bertujuan untuk menjaga hubungan baik dengan sesama manusia. Hubungan baik tersebut dibuktikan dengan ketersediaan dana zakat yang dapat pemerintah gunakan untuk memperbaiki taraf hidup masyarakat miskin melalui lembaga zakat.

Yang mendorong masyarakat Islam melaksanakan pemungutan zakat di Indonesia antara lain adalah: (1) keinginan umat Islam Indonesia untuk menyempurnakan pelaksanaan ajaran agamanya. Setelah mendirikan shalat, berpuasa selama bulan Ramadhan dan bahkan menunaikan ibadah haji ke Mekkah, umat Islam semakin menyadari perlunya penunaian zakat sebagai kewajiban agama; kewajiban yang harus dilaksanakan oleh setiap orang yang mampu melaksanakannya karena telah memenuhi syarat-syarat yang ditentukan. (2) Kesadaran yang semakin meningkat di kalangan umat Islam tentang potensi zakat jika dimanfaatkan sebaik-baiknya, akan dapat memecahkan berbagai masalah sosial di Indonesia. (3) Usaha-usaha untuk mewujudkan pengembangan dan pengelolaan zakat di Indonesia makin lama makin tumbuh dan berkembang.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi sekarang. Penelitian ini memusatkan perhatian pada masalah actual sebagaimana adanya pada saat penelitian berlangsung. Penelitian deskriptif memiliki langkah-langkah yang diawali dengan adanya masalah, menentukan jenis informasi yang diperlukan, menentukan prosedur pengumpulan data melalui observasi atau pengamatan, pengolahan informasi atau data, dan menarik sebuah kesimpulan. Sedangkan sifat dari penelitian ini yaitu informatif, dikatakan informatif karena hasil dari penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi bagi pihak terkait dan khususnya bagi pembaca.

1. Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan terhadap masyarakat Kelompok Bina Zakat (KBZ) di Desa Banuayu Kabupaten OKU Timur.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan beberapa teknik yaitu observasi, wawancara, dan laporan keuangan pendukung dengan penjelasan sebagai berikut;

a. Wawancara

Wawancara dilakukan kepada pengurus BAZNAS Provinsi, Pengurus Kelompok Bina Zakat (KBZ), dan masyarakat yang terlibat dalam program bantuan bergulir. Menggunakan jenis wawancara semi terstruktur. Wawancara jenis ini memberikan kebebasan kepada responden untuk bisa mengemukakan

pendapatnya tanpa adanya draft pertanyaan yang telah dipersiapkan. Cara seperti ini dilakukan guna menemukan inti dari permasalahan atau informasi yang dibutuhkan.

b. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan yaitu proses pengumpulan data yang berbentuk referensi ilmiah maupun untuk mendapatkan berbagai penelitian terdahulu tentang topik yang sama atau menyerupai dengan penelitian ini. Studi pustaka dilakukan dengan melihat peran BAZNAS dan sistem pengelolaan dana zakat terkait laporan keuangan terkait program tersebut.

3. Teknik analisis data

Prosedur pengolahan data yaitu menganalisis data-data yang masuk. Data tersebut didapat dari beberapa sumber daya, di antaranya:

- a. Data primer: berupa hasil wawancara dengan pengurus BAZNAS Provinsi, Pengurus Kelompok Bina Zakat (KBZ), dan masyarakat penerima program BAZNAS.
- b. Data sekunder: merupakan data yang berasal dari sumber kedua yang dapat diperoleh melalui buku-buku, brosur dan artikel yang didapat dari *website* yang berkaitan dengan penelitian ini.

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif dan eksploratif. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan bagaimana Peran dan sistem pengelolaan dana zakat. Sementara analisis eksploratif digunakan untuk mengungkap seberapa jauh program bantuan dana zakat untuk Kelompok Bina Zakat (KBZ) direalisasikan.

HASIL PENELITIAN

Secara etimologis, kata Islam berasal dari سلم (s-l-m) yang dalam berbagai derivasinya memiliki arti “selamat, sejahtera tunduk dan pasrah, serta berkualitas.” Sedangkan secara terminologi, Islam adalah “agama yang dibawa oleh Nabi Muhammad SAW, yang berisi aturan dan pedoman hidup bagi keselamatan dan kesejahteraan manusia di dunia maupun di akhirat kelak”. Islam sebagai agama (al-din) diproklamasikan sebagai rahmat bagi seluruh alam.

Tatanan kehidupan dengan dasar dan pola Islami tersebut telah terbukti sukses dalam wujud masyarakat yang dipimpin Nabi Muhammad SAW di kota Madinah. Tata kehidupan Islami yang berpusat di Madinah ini ternyata menjadi landasan pacu bagi pengembangan peradaban Islam di abad-abad berikutnya. Peradaban tersebut mampu dipertahankan secara utuh selama hampir sepuluh abad (Edward Mortimer, 1989).

Selanjutnya proses penyebaran ajaran agama ini berlangsung terus hingga sekarang ini, yang dilakukan dengan bijaksana oleh para Ulama dan juru dakwah Islam. Dengan demikian, tampak bahwa proses transformasi ajaran Islam tersebut, dari periode awal berkembangnya sampai 15 (lima belas) abad dewasa ini, memiliki mata rantai yang cukup panjang, dan diwarnai oleh tantangan zaman yang berbeda-beda. Oleh karena itu, adalah wajar, bila di beberapa wilayah dan tempat telah terjadi distorsi dalam pemahaman, penyerapan dan penerapan ajaran Islam oleh pemeluk, yang jaraknya demikian jauh dari sumber ajaran.

Gambaran seperti yang disebut terakhir ini, ditengarai juga dijumpai di desa-desa di Sumatera Selatan. Dewasa ini, Provinsi Sumatera Selatan

terdiri dari 17 pemerintah Kabupaten/Kota, dengan jumlah desa/kelurahan 2024. Dari segi ekonomi, masyarakat pedesaan Sumatera Selatan tersebut relatif memiliki tingkat kehidupan yang cukup baik. Hal ini disebabkan oleh dukungan kondisi alamnya yang cukup subur. Masyarakat pedesaan yang memiliki lahan persawahan, perkebunan karet, kelapa sawit, lada dan kopi, ternyata secara ekonomis mampu bertahan terhadap gencarnya krisis ekonomi dan moneter pada tahun 1998.

Pertumbuhan ekonomi yang cukup baik pada masa lalu, telah mendorong laju perkembangan pola kehidupan masyarakat di satu sisi, namun di sisi lain (pendidikan dan keagamaan) relatif tidak berjalan seimbang. Suasana kehidupan agama dalam masyarakat tampaknya kurang diperhatikan. Santernya program pembangunan dan proses modernisasi yang *de facto* lebih menekankan pada keberhasilan dalam bidang ekonomi telah mengakibatkan bergesernya orientasi masyarakat kepada kecenderungan lebih menekankan dan mengutamakan hal-hal yang bersifat konsumtif, ekonomik-material. Realitas ini membawa dampak kepada sikap tindak dan pola pikir masyarakat pedesaan pada umumnya. Pola pikir ini ikut mempengaruhi kepedulian masyarakat terhadap kegiatan dan peningkatan kehidupan beragama di desanya. Sebagai indikator dapat disebut, bahwa di sejumlah desa yang disurvei, tidak ditemukan lembaga pendidikan agama setingkat Madrasah Diniyyah sekalipun. Madrasah Diniyah merupakan basis pendidikan agama masyarakat.

Berangkat dari kenyataan ini, maka secara umum dapat ditarik kesimpulan bahwa beberapa desa yang ada di wilayah Provinsi Sumatera Selatan mengarah menjadi desa miskin agama. Kondisi tersebut tentu

mengundang mereka yang mempunyai kepedulian terhadap pentingnya arti kesadaran dan pengamalan ajaran agama, untuk berbuat dan melakukan usaha-usaha yang dapat mengangkat kehidupan beragama masyarakat secara terprogram dan disusun dalam bentuk program-program berkelanjutan.

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Provinsi Sumatera Selatan sebagai salah satu lembaga pengelola dana umat berupa dana Zakat, Infaq dan Shadaqah (ZIS) yang terkumpul dari para aghniya' di tingkat Provinsi Sumatera Selatan melalui Program Sumsel Taqwa memandang perlu menebar da'i melakukan pembinaan masyarakat berbasis agama dalam rangka meningkatkan kualitas iman dan taqwa masyarakat di daerah pedesaan dalam wilayah Provinsi Sumatera Selatan dengan menggalang kerjasama kepada berbagai pihak yang terkait secara terencana, berkesinambungan dan terpadu.

Adapun keterkaitan dalam penelitian ini, berawal dari program BAZNAS Sumsel, dengan membuat program Sumsel Taqwa, yaitu dengan mengutus para da'I ke pelosok daerah diseluruh kota dan kabupaten yang berada di Sumsel, program tersebut diberi nama Tebar Da'i BAZNAS Provinsi Sumatera Selatan, suatu upaya mendorong partisipasi masyarakat membangun masyarakat desa berbasis agama.

Program Tebar Da'I dimulai dari tahun 2010 dengan maksud adalah suatu upaya pemberdayaan masyarakat melalui program peningkatan kualitas kehidupan keagamaan dan peningkatan taraf hidup masyarakat yang dilaksanakan secara berencana, kontinu dan terpadu. Program tersebut diawali dengan berkoodinasi dengan BAZNAS kabupaten salah satunya untuk menentukan desa-desa yang siap di tempatkan da'I, maka khusus

Kabupaten OKU Timur terpilih desa Banuayu dan Muncak Kabau, dengan alasan terpilihnya desa tersebut dilihat dari aspek kurangnya pemahaman agama serta kepadatan penduduknya.

Adapun tugas pokok da'I dari Penyelenggaraan Pembinaan Masyarakat Desa adalah:

1. Melakukan pendataan yang menyeluruh terhadap kehidupan masyarakat, yaitu mengamati keadaan geografis, kependudukan, potensi desa, kehidupan sosio kultural yang diduga berpengaruh terhadap kehidupan beragama masyarakat.
2. Merumuskan masalah yang ada di desa berdasarkan pendekatan ilmiah; merencanakan kerjasama terpadu dengan pemerintah dan instansi terkait.
3. Menunjuk tenaga pendamping masyarakat yang akan melaksanakan fungsi-fungsi pemberdayaan masyarakat di desa dalam bidang usaha :
 - a) Bidang sosial keagamaan meliputi :
 - 1) Menyelenggarakan pengajian untuk seluruh lapisan usia;
 - 2) Menyelenggarakan kegiatan peringatan hari-hari besar Islam (PHBI);
 - 3) Menyelenggarakan kegiatan Musabaqah Al-Qur'an dan tangkai-tangkai lomba lainnya tingkat desa;
 - 4) Memotivasi masyarakat dalam membuat, memperbaiki rumah ibadah dan pendidikan;
 - 5) Membantu masyarakat melakukan kegiatan keagamaan yang berkaitan dengan Walimatu Tasmiyah, Walimatu Khitan, Walimah Pernikahan, kematian, dan lain-lain;

- 6) Merekrut pemuda-pemudi untuk dididik menjadi kader pelaksana, pemimpin upacara-upacara keagamaan.
- b) Bidang Peningkatan Kesejahteraan Hidup meliputi :
 - 1) Mengadakan pendekatan dengan pemerintah desa dan kecamatan untuk melakukan perbaikan sarana, penyediaan fasilitas sosial, perbaikan dan penyediaan sanitasi dengan terlebih dahulu menyiapkan partisipasi masyarakat;
 - 2) Membentuk kelompok-kelompok masyarakat untuk diarahkan menjadi Kelompok Binaan Zakat (KBZ), yang diberi stimulan bergulir dengan terlebih dahulu mengadakan pendekatan kepada Pemerintah Kecamatan/ Pemerintah Kabupaten/Kota atau Instansi lain yang terkait.

Adapun daftar nama-nama dan penempatan Lokasi Tenaga Dai Desa Binaan Badan Amil Zakat Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2010, yaitu:

Tabel 1. Daftar Nama-nama DAI Desa Binaan

No	Nama	Desa	Kecamatan	Kabupaten /Kota
1	Erwansyah, S.Sos.I	LubukDalam	KayuAgung	OKI
2	Rupiyansyah, S.Hi	Banding Anyar	KayuAgung	OKI
3	Achyahidin, S.Sos.I	Kambang	Jayapura	OKU Timur
4	DediSyahputra, S.Sos.I	Mendah	Jayapura	OKU Timur
5	JuniIrawan, S.Sos.I	Terlangu	Banyuasin III	Banyuasin
6	Irwansyah, S.Pd.I	Limau	Banyuasin III	Banyuasin
7	Riswan, S.Ip	MuaraLawai	MuaraEnim	MuaraEnim
8	DediIrawan, S.Sos.I	Gunung Megang Luar	GunungMegang	MuaraEnim
9	PendriSusanto,	Kemang	RambangKpk	Prabumulih

	S.Fil.I	Tanduk	Tengah	
10	AmirulMukminin, S.Sos.I	Gunung Kemala	Prabumulih Barat	Prabumulih
11	Suyano, S.Pd.I	BinginJumud	Kelingi	MusiRawas
12	HeriYuliusMarrbend i, S.Sos.I	Leban Jaya	Tuan Negeri	MusiRawas

Sumber : Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Sumsel

Penempatan Lokasi Tenaga Dai Desa Binaan Badan Amil Zakat Provinsi Sumatera Selatan Tahap I Tahun 2011, sebagai berikut:

Tabel 2. Daftar Nama-nama DAI Tahap I 2011

No	Nama	Desa/ Kelurahan	Kecamatan	Kabupaten/ Kota
1	AgusSumarlin, S.Hi	MuaraTelang Margo	MuaraTelang	Banyuasin
2	H. Ahirman, S.Ag	Pangkalan Benteng	TalangKelapa	Banyuasin
3	Sardiana, S.Sos.I	PuloKerto	Gandus	Palembang
4	Rini DwiYanti, S.Sos.I	TalangKemang	Gandus	Palembang
5	Supratman, S.Ag	Tabagindo	Selangit	Mura
6	Irwanto, S.Pd.I	Pasenan	Terawas	Mura
7	DediIrawan, S.Sos.I	MuaraLintang Baru	Pendopo	Empat Lawang
8	Haryadi, S.Hi	TanjungAlam	LintangKanan	Empat Lawang
9	Rupiansyah, S.Hi	Talang Padang	BuaiPemaca	Oku Selatan
10	PendriSusanto, S.Fil.I	Banjar Agung	BuaiRawan	Oku Selatan
11	SyamsulAlwi, S.Sos.I	Kota Mulia	SemendawaiTimur	Oku Timur
12	M. Nuh, S.Pd.I	Bungin Jaya	SemendawaiTimur	Oku Timur

Sumber : Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Sumsel

Penempatan Lokasi Tenaga Dai Desa Binaan Badan Amil Zakat Provinsi Sumatera Selatan Tahap II Tahun 2011, sebagai berikut:

Tabel 3. Daftar Nama-nama DAI Tahap II 2011

No	Nama	Desa/ Kelurahan	Kecamatan	Kabupaten/ Kota
1	AgusSumarlin, S.Hi	MuaraTelang Margo	MuaraTelang	Banyuasin
2	H. Ahirman, S.Ag	Pangkalan Benteng	TalangKelapa	Banyuasin
3	Sardiana, S.Sos.I	PuloKerto	Gandus	Palembang
4	WeniPuspita, S.Sos.I	Talang Kemang	Gandus	Palembang
5	Supratman, S.Ag	Tabagindo	Selangit	Mura
6	Irwanto, S.Pd.I	Pasen	Terawas	Mura
7	DediIrawan, S.Sos.I	MuaraLintang Baru	Pendopo	EmpatLawang
8	SyamsulAlwi, S.Sos.I	TanjungAlam	LintangKanan	EmpatLawang
9	Rupiansyah, S.Hi	Talang Padang	BuaiPemaca	OKU Selatan
10	PendriSusanto, S.Fil.I	Banjar Agung	BuaiRawan	OKU Selatan
11	M. Nuh, S.Pd.I	Pandan Sari Ii	BpBangun Raja	OKU Timur
12	Haryadi, S.Hi	MuncakKabau	BpBangun Raja	OKU Timur
13	Supriyadi, S.Pd.I	LubukSeberuk	Lempuing Jaya	OKI
14	Ruslan, S.Pd.I	MuaraBurnai Ii	Lempuing Jaya	OKI

Sumber : Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Sumsel

Lokasi Tebar Dai Desa Binaan Badan Amil Zakat Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2012, yaitu:

Tabel 4. Daftar Nama-nama DAI Tahap 2012

No	Nama	Desa/ Kelurahan	Kecamatan	Kabupaten /Kota
1	AgusSumarlin, S.Hi	BayurSugihan	MuaraDuaKisam	OKU Selatan
2	Ruslan, S.Pd.I	UlakAgungIlir	MuaraDuaKisam	OKU Selatan
3	H. Ahirman, S.Ag	Pangkalan Benteng	TalangKelapa	Banyuasin
4	Rupiansyah, S.Hi	MuaraTelang Marga	MuaraTelang	Banyuasin
5	Sardiana, S.Sos.I	PuloKerto	Gandus	Palembang
6	M. Umar	Keramasan	Kertapati	Palembang
7	Supratman, S.Ag	Tabagindo	Selangit	MURA
8	Irwanto, S.Pd.I	Pasenon	Terawas	MURA
9	DediIrawan, S.Sos.I	MuaraLintang Baru	Pendopo	Empat Lawang
10	SyamsulAlwi, S.Sos.I	Padang Gelai	Pasmah Air Keruh	Empat Lawang
11	Supriyadi, S.Pd.I	Pangkalan Sakti	Air Sugihan	OKI
12	Hasbullah	TanjungBaru	MuaraBelida	MuaraEnim
13	Haryadi, S.H.I	MuncakKabau	BpBangun Raja	OKUTimur
14	Abubakar Sidik, S.H.I	BanuAyu	BpPeliung	OKUTimur
15	Herman, S.Ag	Gunung MegangLuar	GunungMegang	MuaraEnim
16	M. Yusuf	LubukSeberuk	Lempuing Jaya	OKI

Sumber: Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Sumsel

PEMBAHASAN PENELITIAN

1. Asal Mula dibentuk Kelompok Bina Zakat (KBZ)

Adapun dasar pendirian KBZ yaitu Program BAZNAS Sumsel berupa tebar Da'I, dengan maksud adalah suatu upaya pemberdayaan masyarakat melalui program peningkatan kualitas kehidupan keagamaan dan peningkatan taraf hidup masyarakat yang dilaksanakan secara berencana, kontinu dan terpadu.

Inti dari Penyelenggaraan Pembinaan Masyarakat Desa ini adalah:

- a. Melakukan pendataan yang menyeluruh terhadap kehidupan masyarakat, yaitu mengamati keadaan geografis, kependudukan, potensi desa, kehidupan sosio kultural yang diduga berpengaruh terhadap kehidupan beragama masyarakat.
- b. Merumuskan masalah yang ada di desa berdasarkan pendekatan ilmiah; merencanakan kerjasama terpadu dengan pemerintah dan instansi terkait.
- c. Menunjuk tenaga pendamping masyarakat yang akan melaksanakan fungsi-fungsi pemberdayaan masyarakat di desa dalam bidang usaha :
 - 1) Bidang sosial keagamaan meliputi :
 - a. Menyelenggarakan pengajian untuk seluruh lapisan usia;
 - b. Menyelenggarakan kegiatan peringatan hari-hari besar Islam (PHBI);
 - c. Menyelenggarakan kegiatan Musabaqah Al-Qur'an dan tangkai-tangkai lomba lainnya tingkat desa;
 - d. Memotivasi masyarakat dalam membuat, memperbaiki rumah ibadah dan pendidikan;

- e. Membantu masyarakat melakukan kegiatan keagamaan yang berkaitan dengan Walimatu Tasmiyah, Walimatu Khitan, Walimah Pernikahan, kematian, dan lain-lain;
 - f. Merekrut pemuda-pemudi untuk dididik menjadi kader pelaksana, pemimpin upacara-upacara keagamaan.
- 2) Bidang Peningkatan Kesejahteraan Hidup meliputi :
- a. Mengadakan pendekatan dengan pemerintah desa dan kecamatan untuk melakukan perbaikan sarana, penyediaan fasilitas sosial, perbaikan dan penyediaan sanitasi dengan terlebih dahulu menyiapkan partisipasi masyarakat;
 - b. Membentuk kelompok-kelompok masyarakat untuk diarahkan menjadi Kelompok Binaan Zakat (KBZ), yang diberi stimulan bergulir dengan terlebih dahulu mengadakan pendekatan kepada Pemerintah Kecamatan/ Pemerintah Kabupaten/Kota atau Instansi lain yang terkait.

Untuk melaksanakan program tersebut di atas, maka akan dilakukan beberapa tahapan kegiatan yaitu:

- 1) Persiapan Program dari segi teknis maupun substansi program.
- 2) Pembekalan Tenaga Da'i.
- 3) Pendekatan sosial di desa sambil mengumpulkan data.
- 4) Perencanaan program bersama masyarakat.
- 5) Pelaksanaan kegiatan bimbingan, penyuluhan, latihan dan koordinasi kegiatan.
- 6) Melakukan monitoring terhadap jalannya program.

Dengan mengacu kepada modul BAZNAS yaitu membentuk kelompok-kelompok masyarakat untuk diarahkan menjadi Kelompok Binaan Zakat (KBZ), yang diberi stimulan bergulir dengan terlebih dahulu mengadakan pendekatan kepada Pemerintah Kecamatan/ Pemerintah Kabupaten/Kota atau Instansi lain yang terkait.

Maka Kelompok Bina Zakat dibentuk sesuai dengan buku panduan Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Sumatra Selatan, yaitu Inti dari Penyelenggaraan Pembinaan Masyarakat Desa, karena sebagai tugas pokok seorang dai BAZNAS di akhir program, saran pendirian surat keputusan Kantor Urusan Agama (KUA) kecamatan masing-masing program.

Adapun tujuan program Pemberdayaan Masyarakat Desa adalah :

1. Mempersiapkan partisipasi masyarakat dalam proses perbaikan kehidupan sosial keagamaan dan peningkatan kesejahteraan hidup.
2. Memberikan bimbingan dan penyuluhan kepada masyarakat desa agar mampu melaksanakan kegiatan ibadah wajib sehari-hari, melakukan kegiatan upacara keagamaan, mengadakan kegiatan bina pemuda untuk menjadi kader pemuda Islam.
3. Mengembangkan berbagai bidang usaha ekonomi masyarakat desa guna meningkatkan produktivitas, tingkat pendapatan sebagai basis swadaya masyarakat.
4. Membina dan menggerakkan potensi umat di pedesaan guna membangun dan menciptakan kesejahteraan hidup bersama sebagai anggota masyarakat dalam kerangka berbangsa dan bernegara Republik Indonesia.

Maka secara khusus tujuan dibentuknya KBZ yaitu pertama, mengembangkan berbagai bidang usaha ekonomi masyarakat desa guna meningkatkan produktivitas, tingkat pendapatan sebagai basis swadaya masyarakat dan *kedua*, peningkatan kesejahteraan hidup.

Dana tersebut di distribusikan setelah berakhirnya program tebar dai, karna program tersebut berlangsung selama 6 bulan, dengan materi-materi yang disampaikan sesuai dengan arahan BAZNAS, adapun materinya program yang dirancang dalam pembinaan masyarakat desa ini melibatkan banyak instansi terkait, sehingga sangat diperlukan kerjasama dalam tahap operasionalnya. Program-program tersebut meliputi :

1. Pembinaan kehidupan beragama;
2. Lembaga dan Pendidikan (anak-anak, remaja dan dewasa);
3. Pembinaan sosial ekonomi (koperasi, kewirausahaan, home industri);
4. Pelatihan kader tenaga pembina desa (direkrut dari masyarakat desa);

Namun dari empat program tersebut, sesuai dengan prinsip skala prioritas, pada tahap pelaksanaan akan disesuaikan dengan peta situasi desa berdasarkan survey yang dilakukan oleh pelaksana.

Dari 4 (empat) program utama yang paling inti terkait peranan BAZNAS dalam penyaluran dana zakat yaitu bidang ekonomi, adapun penjabaran programnya sebagai berikut:

Tabel 5. Program Pemberdayaan Ekonomi

TUJUAN	LANGKAH	HASIL
Meningkatkan kesejahteraan masyarakat.	<ol style="list-style-type: none">1. Memotivasi dan menggalakkan kegiatan home industri.2. Studi banding ke daerah/propinsi yang bidang kehidupan beragama, pendidikan dan ekonomi sudah maju.3. Menghidupkan kedermawanan ummat sebagai satu jamaah.	<ol style="list-style-type: none">1. Tumbuhnya sikap kewirausahaan di kalangan masyarakat.2. Tersedianya kader-kader pengelola koperasi dan kewirausahaan yang berkualitas.3. Berdayanya KBZ dengan manajemen modern dan dikelola oleh tenaga profesional.

Sumber: Modul Panduan BAZNAS Sumsel

Dari program tersebut, materi yang disampaikan mengaju kepada pemahaman masyarakat agar mampu memberdayakan KBZ dengan manajemen modern dan dikelola oleh tenaga profesional, maka dalam pemilihan sebagai pengurus (SDM) KBZ diutamakan yang memiliki jenjang pendidikan yang tinggi. Adapun Sistem Penyaluran Dana Zakat, sebagai berikut:

Gambar 1. Sistem Penyaluran Dana Zakat

Jika dilihat dari indikator keberhasilan tebar da'i BAZNAS terkait KBZ yaitu;

1. Jumlah warga yang potensial untuk mengikuti pelatihan manajemen KBZ dan kewirausahaan serta masjid.
2. Dukungan masyarakat terhadap KBZ dan budaya berderma untuk membantu sesama cukup tinggi.
3. Unit-unit usaha ekonomi dan wadah kegiatan sosial-budaya yang ada.
4. Jumlah warga yang ikut kegiatan koperasi.

Dari laporan dai Baznas 2012 yang tersebar pada 16 titik kabupaten kota yang ada di Sumatra Selatan hanya 1 titik yang

berkembang yaitu di desa Banuayu, yang lainnya rata-rata dana yang disalurkan tidak berkembang dan habis, maka dapat dipahami dari segi peranan distribusi dianggap baik, namun dari segi pembinaan dan control KBZ kurang berjalan dengan baik.

2. Dampak Zakat Bagi Perekonomian Masyarakat Desa Banuayu

Bentuk pemberdayaan dana zakat menjadi sebuah program pemberdayaan ekonomi yang mampu mewujudkan kesejahteraan umat. Bagi penerima dana zakat dalam hal ini pelaku usaha mikro di berbagai sektor usaha seperti di pedesaan dan perkotaan, dengan adanya dana zakat yang di salurkan dengan bentuk pembiayaan, pendampingan, secara intensif masyarakat menyadari untuk memperbaiki hidup mereka dengan sikap pengetahuan, dan keterampilan untuk kehidupan yang lebih baik.

Pemberdayaan dana zakat melalui program kelompok bina zakat untuk usaha kecil menengah adalah kemampuan berbuat untuk melakukan usaha dalam jangka waktu panjang untuk menyelesaikan masalah, maka akan berdampak positif bagi para Mustahik yang ingin mendirikan usaha kecil dan mengentaskan kemiskinan yang berlarut-larut.

A. Qodri Azizy dalam bukunya menyimpulkan bahwa zakat hendaknya tidak sekedar konsumtif, maka idealnya zakat dijadikan sumber dana umat. Penggunaan zakat untuk konsumtif hanyalah untuk hal-hal yang bersifat darurat. Artinya, ketika ada mustahiq yang tidak mungkin untuk dibimbing untuk mempunyai usaha mandiri atau

memang untuk kepentingan mendesak, maka penggunaan konsumtif dapat dilakukan.

Tujuan dibentuknya kelompok bina zakat sebagai wadah penyaluran dana zakat secara produktif, agar masyarakat bisa memanfaatkan dana tersebut sebagai penambah modal usaha atau membentuk usaha lainnya, sehingga adanya kemandirian secara ekonomi. Tujuan lainnya yaitu sebagai lembaga amil yang menerima zakat atau infaq.

Dana zakat yang disalurkan melalui KBZ dalam bantuan pemberdayaannya adalah dana bergulir, dana yang diberikan oleh pengelola kepada Mustahik dengan catatan harus qardhul hasan dan pemanfaatan dana zakat tersebut adalah pemberdayaan produktif kreatif, yaitu pemberdayaan ini mewujudkan dalam bentuk modal yang dapat dipergunakan untuk menambah modal seorang pedagang atau pengusaha kecil. Karena rata-rata masyarakat desa Banuayu pemanfaatan dananya untuk menambah modal pembuatan bisnis batu bata. Hal ini sesuai dengan panduan modul dan BAZNAS yaitu mengembangkan potensi yang ada didesa tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa beberapa dampak positif dari adanya dana zakat yaitu:

1. Masyarakat Desa Banuayu merasa terbantu disaat kesulitan permodalan usaha.
2. Biasanya meminjam di bank memiliki risiko yang cukup besar, tetapi beda halnya dengan adanya permodalan dari Kelompok Bina Zakat

yang menggunakan akad qardul Hasan yaitu mengembalikan pokoknya saja tanpa adanya kelebihan diluar persyaratan.

3. Mulanya masyarakat memiliki keterbatasan lahan untuk bercocok tanam, karena mayoritas penduduknya jawa trans. Oleh karena itu masyarakat Desa Banuayu mengandalkan usaha pembuatan batu bata sebagai mata pencarian utamanya. Terlebih lagi membutuhkan modal yang lumayan, tetapi karena adanya KBZ semua merasa dimudahkan.

3. Faktor yang menyebabkan dana zakat KBZ berkembang

Pendayagunaan zakat harus berdampak positif bagi mustahiq, baik secara ekonomi maupun sosial. Dari sisi ekonomi, mustahiq dituntut benar-benar dapat mandiri dan hidup secara layak sedangkan dari sisi sosial, mustahiq dituntut dapat hidup sejajar dengan masyarakat yang lain. Hal ini berarti, zakat tidak hanya didistribusikan untuk hal-hal yang konsumtif saja dan hanya bersifat charity tetpi lebih untuk kepentingan yang produktif dan bersifat edukatif.

Kelemahan utama orang miskin serta usaha kecil yang dikerjakannya sesungguhnya tidak semata-mata pada kurangnya permodalan, tetapi lebih pada sikap mental dan kesiapan manajemen usaha. untuk itu, zakat usaha produktif pada tahap awal harus mampu mendidik mustahiq sehingga benar-benar siap untuk berubah. Karena tidak mungkin kemiskinan itu dapat berubah kecuali dimulai dari perubahan mental si miskin itu sendir. Inilah yang disebut peran pemberdayaan. Zakat yang dapat dihimpun dalam jangka panjang harus

dapat memberdayakan mustahiq sampai pada dataran pengembangan usaha. program-program yang bersifat konsumtif ini hanya berfungsi sebagai stimulan atau rangsangan dan berjangka pendek., sedangkan program pemberdayaan ini harus diutamakan. Makna pemberdayaan dalam arti yang luas ialah memandirikan mitra, sehingga mitra dalam hal ini mustahiq tidak selamanya tergantung kepada amil.

Adapun sistem pengelolaan dana bergulir sebesar Rp.10.000.000 sebagai dana simultan yaitu, setiap masyarakat hanya boleh meminjam sebesar Rp.1.000.000 dan diperkenan 2 kali minjam dan uang di kembalikan setelah 3 bulan sekali beserta infaqnya sebesar Rp.100.000 dengan tidak ada pemaksaan, dengan tujuan agar masyarakat lain bisa meminjam.

Sebelumnya skema peminjaman pokok di kembalikan 3 bulan serta zakatnya, namun setelah adanya monitoring evaluasi dari BAZNAS, maka dianggap pendapatan dari hasil bisnis batu bata setiap kali membakar tidak mencapai nisob, maka skema di ganti pengembalian pinjaman pokok dengan infaq. Kenapa dianggap infaq karena ada sebagian yang meminjam hanya mengembalikan pinjaman pokoknya saja.

Selain itu dana pinjaman tersebut bukanlah dijadikan bisnis permodalan seperti skema hutang yang jika tidak sanggup dianggap hutang, namun hanya pinjaman yang didasari atas saling membantu dan bagi peminjam diberikan pemahaman untuk memiliki tanggungjawab untuk mengemban amanah sebagai peminjam, kenapa tidak dianggap sebagai hutang karena status dana tersebut adalah zakat.

Seperti kasus peminjam atas nama bapak Betok (nama samaran) peminjam pada tanggal 07 April 2017, ia tidak bisa bayar dan serlalu banyak hutang juga pada pihak lain, maka dianggap pinjamannya di ikhlaskan dari pihak KBZ dan di anggap sebagai membantun kaum dhuafa. Selain itu juga jika ada yang meminjam yang tidak bayar atau telat cukup tidak dipinjamkan untuk selanjutnya, artinya tidak ada aturan yang berlaku di lembaga keuangan konven atau syariah.

Maka dapat di pahami dari sistem pengelolaan dana zakat di KBZ desa Banuayu lebih mengedepankan prinsip kepercayaan bagi para peminjam dana bergulir, karna tidak memerlukan barang jaminan jika terjadi telat pembayaran, maka dengan sistem tersebut antara KBZ dan peminjam terjalin saling pengertian untuk saling membantu.

Berdasarkan wawancara dalam pembahasan tentang sistem pengelola KZB dapat disimpulkan sebagai berikut;

- 1) Desa Bangunrejo dikenal dengan industry batubata yang berkualitas, mayoritas warganya menggantungkan hidupnya pada usaha ini.
- 2) Kehadiran Dana bantuan BAZ sangat dirasakan manfaatnya, yang mulanya masyarakat tersebut bercocok tanam sayur-mayur, maka dengan adanya bantuan dana bisa menambah modal sekarang digunakan untuk usaha batubata.
- 3) Dana bantuan yang diberikan oleh BAZ yang mulanya hanya Rp.10.000.000,- terhitung 26-06-12, hingga 6-07-18 dana tersebut berkembang menjadi Rp.32.565.000.

- 4) Berkembangnya dana tersebut terjadi karena peran penting pengurus KBZ nya. Peminjaman dilakukan dalam rentang waktu 3 bulan sekali atau setiap triwulan.
- 5) Dana peminjaman diberikan sebesar Rp. 1.000.000,- per anggota dengan waktu pengembalian selama tiga bulan. Setiap anggota wajib membayar infaq sebesar 10% dari uang pinjaman yaitu Rp.100.000,-. Tidak ada criteria khusus bagi pengurus dalam memberikan pinjaman kecuali anggota yang melakukan kecurangan.
- 6) Jika peminjam tidak mampu membayar infaq, tidak menjadi masalah karena yang ditekankan disini yaitu kerjasama dan saling pengertiannya. Terdapat beberapa anggota yang tidak mengembalikan uang pinjaman beserta infaqnya, sehingga pihak pengurus berkesimpulan untuk mengganti dana tersebut menjadi infaq
- 7) Dana bantuan zakat selain untuk memberikan pinjaman modal usaha juga digunakan untuk kegiatan social, seperti halnya sumbangan ke panti asuhan, membeli perlengkapan masjid, dan peralatan hadroh.

Rencana ke depan guna mengembangkan dana bantuan tersebut, kepengurusan akan membeli sebuah mobil yang akan digunakan untuk disewakan kepada masyarakat untuk keperluan mengangkut bahan baku pembuatan batubata.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kelompok Bina Zakat (KBZ) merupakan salah satu Program BAZNAS Sumsel berupa tebar Da'I, dengan maksud sebagai upaya pemberdayaan masyarakat melalui program peningkatan kualitas kehidupan keagamaan dan peningkatan taraf hidup masyarakat yang dilaksanakan secara berencana, kontinu dan terpadu. Pada KBZ inilah semua sistem permodalan bergulir dijalankan sesuai kesepakatan yang telah ditentukan.
2. Dampak zakat bagi perekonomian masyarakat desa Banuayu sangat signifikan. Dampak tersebut dapat dirasakan langsung oleh para anggotanya. Mulanya mereka merasa kesulitan dalam mendapatkan permodal usaha, apalagi di zaman sekarang meminjam tanpa jaminan sangat tidak mungkin terjadi. Setelah adanya pemberdayaan dana zakat produktif yang dilakukan oleh BAZNAS maka membuat perekonomian masyarakat tersebut mengalami peningkatan dan angka pengangguran bisa dilerai.
3. Faktor yang menyebabkan dana zakat tersebut berkembang yaitu dengan diterapkannya infak saat pengembalian pinjaman. Hal inilah yang membuat dana yang mulanya Rp.10.000.000 hingga tahun 2018 sudah menjadi Rp.32.565.000. Infak tersebut tidak ada unsur pemaksaan karena disini murni menggunakan asas tolong menolong sesama anggota.

Adapun saran terkait penelitian ini yaitu:

1. Perlunya perhatian dari pihak BAZNAS dengan cara memberikan materi tentang tanggungjawab dan amanah kepada kelompok masyarakat yang menerima dana zakat produktif.

2. Perlunya pengawasan dan evaluasi secara berkala oleh BAZNAS kepada kelompok masyarakat yang menerima dana zakat produktif.
3. Bagi masyarakat yang menerima selalu memegang amanah yang telah diberikan, karena dana zakat tersebut harus dikelola dengan baik.
4. Perlunya sistem pengelolaan yang terukur antara kedua belah pihak yaitu Lembaga BAZNAS selaku pemilik program dengan kelompok masyarakat selaku penerima dana zakat produktif tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

A. Qodri Azizy, 2004. *Membangun Fondasi Ekonomi Umat (Meneropong Prospek Berkembangnya Ekonomi Islam)*, cet. 1. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar).

Alma, Buchari dan Priansa, Donni, 2014. *Manajemen Bisnis Syariah-Menanamkan Nilai dan Praktik Syariah dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.

Asnainu, 2008. *Zakat Produktif dalam Perspektif Hukum Islam*. Bengkulu: Pustaka Pelajar, cetakan ke-1.

Bank Indonesia, *Pengelolaan zakat yang efektif: konsep dan praktik di beberapa negara*.

Buku Modul Pemberdayaan Masyarakat Desa Baznas Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2012

Buku Panduan Tebar Dai Baznas

Fahrudin, 2008. *Fiqh dan Manajemen Zakat Indonesia*. Malang: UIN Malang Press, cet-1.

<http://ipbmag.ipb.ac.id>

<http://www.okutimur.go.id>

<http://www.okutimurkab.go.id/arti-lambang>

<http://www.okutimurkab.go.id/sejarah>

<https://kemenag.go.id/berita/read/507498/buka-ceo-meeting-forum-kebangkitan-zakat--sekjen--potensi-zakat-kita-217-triliun>

<https://okutimurkab.bps.go.id/dynamictable/2017/09/19/26/penduduk-okutimur-tahun-2016.html>

<https://www.kemsos.go.id/program-keluarga-harapan>

Muhammad dan Mas'ud, Ridwan, 2005. *Zakat dan Kemiskinan Instrumen Pemberdayaan Ekonomi Umat*. Yogyakarta: UII Press.

Noor, Juliansyah, 2016. *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*, cetakan keenam. Jakarta: Kencana.

Pratama, Yoghi Citra, 2015. "Peran Zakat dalam Penanggulangan Kemiskinan: Studi Kasus pada Program Zakat Produktif Badan Amil Zakat Nasional", *The Journal of Tauhidinomics*, Vol. 1, No. 1

Profil Direktorat Pengembangan Zakat dan Wakaf, 2003. *Upaya Pengembangan Pengelolaan Zakat dan Pemberdayaan Wakaf di Indonesia*.

Proyek Pembinaan Zakat dan Wakaf, 1982. *Pedoman Zakat (4)*, Jakarta: Departemen Agama.

Qadir, Abdurrachman, 2001. *Zakat dalam Dimensi Mahdah dan Sosial*, ed. 1, cet. 2. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

- Qaradhawi, Yusuf, 2005. *Spektrum Zakat dalam Membangun Ekonomi kerakyatan*. Jakarta: Zikrul Hakim.
- Ridwan, Irfan Ridwan dan Arsyianti, Laily Dwi, 2016. *Ekonomi Pembangunan Syariah*. Jakarta: Rajawali Press.
- Ridwan, Muhammad, 2005. *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*, cet 2. Yogyakarta: UII Press.
- Rofiq, Ahmad, 2012. *Fiqh Kontekstual dari Normatif ke Pemaknaan Sosial*. Jogjakarta: Pustaka Pelajar.
- Rosmawati, Rosi, 2014. “Pengembangan Potensi Dana Zakat Produktif Melalui Lembaga Amil Zakat (LAZ) untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat”, *Jurnal Ilmu Hukum Padjadjaran*, Vol. 1, No. 1.
- Sahroni, Oni, dkk., 2018. *Fikih Zakat Kontemporer*. Depok: RajaGrafindo Persada.
- Sartika, Mila, 2018. “Pengaruh Pendayagunaan Zakat Produktif terhadap Pemberdayaan Mustahiq pada LAZ Yayasan Solo Peduli Surakarta”, *Jurnal Ekonomi Islam-La Riba*, Vol. II, No. 1.
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta)
- Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat.
- Wahbah, Al-Zuhaili, Al-Fiqh Al-Islami Wa Adilatuhu, Damaskus, Dar al-fiqr al Mua'ssim, 2005.
- Zulfiqar, Muhammad, 2011. *Zakah According to yhe Qur'an and Sunnah*. Riyadh: Darussalam.

ANALISIS PERBEDAAN MINAT DAN SIKAP KEWIRAUSAHAAN ANTARA MAHASISWA S1 JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI MALANG DENGAN MAHASISWA S1 JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA

Elfia Nora¹, Anik Indrawati, Imam Bukhori, Jefry Aulia Martha

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang

¹Email: noraelfia@rocketmail.com

ABSTRACT

This study aims to (1) Describe the entrepreneurial attitudes and interests of undergraduate students majoring in management, Faculty of Economics, State University of Malang with undergraduate students majoring in management at the Surabaya State University; (2) Knowing whether there are differences in entrepreneurial interests and attitudes between undergraduate students in the Department of Management, Faculty of Economics, State University of Malang and undergraduate Students majoring in Management at the Surabaya State University.

This type of research is quantitative research using the independent comparative t-test. The research sample consisted of 90 undergraduate management department students from the Faculty of Economics, State University of Malang and 90 undergraduate management department students from the Faculty of Economics, Surabaya State University, who had taken entrepreneurship courses, with simple random sampling techniques, because they were homogeneous.

The research findings are as follows: (1) Entrepreneurship interests undergraduate students majoring in management of the Faculty of Economics, State University of Malang and Surabaya State University are included in the high category, Entrepreneurship attitudes of undergraduate students majoring in management of the Faculty of Economics, Malang State University and Surabaya State University are included in either good or positive categories; (2) There is no difference between entrepreneurial interests and attitudes between undergraduate students majoring in management of the Faculty of Economics, State University of Malang and

undergraduate students majoring in management of the Faculty of Economics, Surabaya State University

Keywords: Interest in Entrepreneurship, Entrepreneurship Attitude

PENDAHULUAN

Wirausaha merupakan andalan perekonomian Indonesia, apalagi dengan ketidakpastian lingkungan sosial politik yang selalu ada, semua orang merasa tidak pasti. Sistem pemerintahan sering berubah-ubah, pedoman dan undang-undang juga berubah. Wirausahawan merupakan sosok andalan karena memiliki jiwa dan perilaku yang mandiri, tahan banting, fleksibel dalam bergerak, tidak bergantung pada utang dan berbasiskan sumber daya lokal, karena itu kewirausahaan perlu digalakkan di seluruh aspek masyarakat yang ada di Indonesia, bahkan harus masuk dalam kurikulum pendidikan, terutama pendidikan di Perguruan Tinggi. Karena masih banyak Sarjana-sarjana sekarang yang masih menunggu untuk menerima panggilan dari perusahaan-perusahaan yang mereka impikan, tanpa ada minat dan usaha untuk menciptakan lapangan kerja sendiri.

Tujuan khusus pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi antara lain adalah untuk menumbuhkan sikap dan minat kepada mahasiswa untuk menjadi seorang wirausaha dan memiliki pengetahuan yang lebih lengkap tentang cara berwirausaha agar mereka mampu terjun sebagai pengusaha dalam meningkatkan kapasitas perekonomian negara. Sikap dan minat seseorang itu kadang tidak bisa tumbuh begitu saja, perlu ada motivasi secara eksternal maupun internal pada diri orang tersebut. Minat berwirausaha tidak dibawa sejak lahir tapi tumbuh dan berkembang sesuai dengan faktor-faktor

yang mempengaruhi. Faktor yang mempengaruhi tumbuhnya keputusan untuk berwirausaha merupakan hasil interaksi dari beberapa faktor yaitu karakter kepribadian seseorang dan lingkungannya (Bygrave, 2003). Menurut Hilgard and Bowers (2004: 22) mendefinisikan minat sebagai kecenderungan untuk memperhatikan dan menyukai beberapa hal atau kegiatan, khususnya terhadap hal tertentu. Kegiatan yang diminati seseorang harus diperhatikan terus menerus yang disertai dengan rasa senang, sehingga diperoleh kepuasan.

Menurut Agustina dan Sularto (2011) dalam penelitiannya tentang Intensi Kewirausahaan Mahasiswa (Studi Perbandingan antara Fakultas Ekonomi dan Fakultas Ilmu Komputer) dengan metode *stratified random sampling* menunjukkan bahwa variabel kebutuhan akan pencapaian, efikasi diri, prestasi akademik yang merupakan variabel dominan dalam mempengaruhi intense kewirausahaan mahasiswa fakultas ekonomi. Kesiapan instrumentasi, efikasi diri dan pengalaman kerja yang merupakan variabel dominan dalam mempengaruhi intense kewirausahaan mahasiswa fakultas ilmu komputer. Ini dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud minat berwirausaha merupakan keinginan, keterkaitan, serta kesediaan untuk bekerja keras atau berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan risiko dari kegagalan yang dialami. Menurut Eagly & Chaiken (1993) menjelaskan bahwa sikap merupakan kecenderungan psikologis yang diekspresikan dengan mengevaluasi entitas tertentu dengan beberapa derajat kesukaan atau ketidaksukaan

Menurut Zimmerer, dkk (2008) karakteristik sikap kewirausahaan meliputi: (1) *Commitment and determination*, yaitu wirausahawan harus

mempunyai komitmen dan tekad untuk memberikan perhatian penuh terhadap usaha yang ia jalani, sikap setengah hati akan membuat mereka mudah goyah dan kemungkinan gagal lebih besar; (2) *Desire for responsibility*, yaitu memiliki rasa tanggung jawab atas usahausaha yang dilakukannya. Wirausahaan harus mempunyai rasa tanggung jawab yang tinggi atas usaha apa yang sudah dijalankan; (3) *Opportunity obsesession*, yaitu selalu berambisi untuk mencari peluang. Wirausahawan harus mempunyai tekad untuk yakin, mampu mencari peluang dan berhasil dimasa depan; (4) *Tolerance for risk, ambiquity, and uncertainty*, yaitu tahan terhadap resiko dan ketidakpastian. Wirausahawan harus belajar mampu mengelola resiko dan cara mentransfer resiko ke pihak lain seperti investor, konsumen, pemasok dan lain-lain; (5) *Self confidence*, yaitu percaya diri. Wirausahawan cenderung optimis terhadap apa yang dikerjakan untuk pencapaian tujuan; (6) *Creativity and flexibility*, yaitu berdaya cipta dan luwes. Seorang wirausahawan harus cepat dan fleksibel menghadapi perubahan permintaan. Untuk mencapai itu semua dibutuhkan kreativitas yang tinggi; (7) *Desire for immadiate feedback*, yaitu wirausahawan selalu menghendaki umpan balik dan ingin selalu mengetahui hasil dari apa yang dikerjakannya. Untuk memperbaiki hasil kerjanya, dia selalu menggunakan pengetahuan yang dimiliki dan belajar dari kegagalan; (8) *High level of energy*, yaitu memiliki semangat dan kerja keras yang tinggi untuk mewujudkan tujuannya; (9) *Motivation to excel*, yaitu memiliki dorongan untuk selalu unggul. Ia memiliki keinginan untuk lebih berhasil dalam mengerjakan apa yang dilakukannya. Motivasi ini muncul karena dari dalam diri (internal) dan jarang dari eksternal; (10) *Orientation to the future*, yaitu

seorang wirausahawan harus berorientasi ke masa depan, dan tidak melihat ke belakang tanpa evaluasi yang jelas; (11) *Willingness to learn from failure*, yaitu selalu belajar dari kegagalan. Seorang wirausahawan harus yakin pada kemampuannya untuk berhasil, dan pantang menyerah jika terjadi kegagalan; (12) *Leadership ability*, yaitu kemampuan dalam kepemimpinan.

Menurut Sujanto (2004), minat adalah suatu pemusatan perhatian yang secara tidak sengaja terlahir dengan penuh kemauannya dan tergantung dari bakat dan lingkungannya. Minat berwirausaha seseorang dapat dilihat dari dua indikator utama yaitu seberapa kuat upaya seseorang untuk berani mencoba melakukan aktivitas kewirausahaan dan seberapa banyak upaya yang direncanakan seseorang untuk melakukan aktivitas kewirausahaan (seperti aktivitas dalam mengelola waktu dan keuangan untuk tujuan berwirausaha).

Masrun *dalam* Yuwono *et al.* (2008) menyatakan bahwa banyak lulusan perguruan tinggi belum mampu berwirausaha. Mahasiswa cenderung berpikir bagaimana caranya mereka bisa diterima bekerja sesuai dengan gelar kesarjanaannya dan dengan gaji yang sesuai ketika menyelesaikan kuliahnya. Mereka berpendapat lebih baik menganggur daripada mendapat pekerjaan yang tidak sesuai dengan keahliannya. bukan tidak mungkin kondisi seperti ini juga dialami oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi jurusan S1 Manajemen yang notabene merupakan calon sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang dan juga mahasiswa Fakultas Ekonomi jurusan S1 Manajemen Universitas Negeri Surabaya. Penelitian yang dilakukan Agustina dan pada tahun 2011 dengan judul “Intensi Kewirausahaan Mahasiswa (Studi perbandingan antara Fakultas Ekonomi dan fakultas Ilmu

Komputer)”. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan kebutuhan akan pencapaian, efikasi diri, prestasi akademik yang merupakan variabel dominan dalam mempengaruhi intensi kewirausahaan mahasiswa Fakultas Ekonomi. Kesiapan instrumentasi, efikasi diri dan pengalaman kerja, merupakan variabel dominan dalam mempengaruhi intense mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah: (1) untuk mengetahui Bagaimana deskripsi sikap dan minat kewirausahaan Mahasiswa S1 jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang dengan Mahasiswa S1 jurusan Manajemen Universitas Negeri Surabaya, (2) untuk mengetahui apakah ada perbedaan minat dan sikap kewirausahaan antara Mahasiswa S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang dengan Mahasiswa S1 jurusan Manajemen Universitas Negeri Surabaya.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif. Berdasarkan tingkat eksplanasinya, penelitian ini tergolong penelitian komparatif (*comparative*) dengan pendekatan deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa jurusan Manajemen konsentrasi manajemen pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang yang sudah menempuh mata kuliah Kewirausahaan berjumlah 110 mahasiswa dan mahasiswa jurusan Manajemen konsentrasi manajemen pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 90 orang mahasiswa S1 manajemen Fakultas Ekonomi Universitas

Negeri Malang dan 90 orang mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik *Simple random sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan angket tertutup.

Analisis data yang digunakan adalah: analisis deskriptif, minat kewirausahaan dan sikap kewirausahaan mahasiswa S1 Manajemen fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang dan mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. Pada penelitian ini menggunakan data ordinal dengan k sampel independen yaitu dua variabel, Sesuai kriteria di atas, peneliti menggunakan uji beda Independent - Samples T-Test, Uji ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan rata-rata antara dua kelompok sampel yang tidak berhubungan. Jika ada perbedaan, rata-rata manakah yang lebih tinggi.

HASIL PENELITIAN

1. Deskripsi Variabel Minat Kewirausahaan Mahasiswa Universitas Negeri Malang

Tabel 1 menunjukkan bahwa minat kewirausahaan mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang termasuk dalam kategori tinggi dengan nilai *grand mean* 3,52 yang didapatkan pada skala interval pada rentang 3,41-4,20. Hal ini menunjukkan bahwa minat kewirausahaan mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang termasuk kategori tinggi.

Tabel 1. Distribusi Minat Kewirausahaan

No Item	SKOR										Mean
	5(SS)		4(S)		3(CS)		2(TS)		1(STS)		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	42	47,2	26	39,3	11	12,4	1	1,1	0	0,0	4,32
Saya memiliki keyakinan yang kuat untuk menjadi wirausaha											
2	36	40,4	44	49,4	9	10,1	0	0,0	0	0	4,30
Saya memiliki keyakinan mencapai kesuksesan dengan usaha yang telah direncanakan sebelumnya											
3	24	27	53	59,6	10	11,2	2	2,2	0	0,0	4,11
Saya akan menggunakan segala upaya untuk menjalankan usaha secara mandiri											
4	21	23,6	55	61,8	12	13,5	1	1,1	0	0,0	4,07
Saya memiliki keyakinan dalam menghadapi resiko											
5	32	36,0	37	41,6	17	19,1	2	2,2	1	1,1	4,10
Saya memiliki keseriusan niat untuk memulai berwirausaha setelah menyelesaikan studi											
6	26	29,2	39	43,8	22	24,7	2	2,2	0	0,0	3,98
Saya yakin bahwa saya memiliki bekal yang cukup, baik pengetahuan maupun keterampilan untuk menjadi seorang wirausaha											
7	39	43,8	40	44,9	9	10,1	1	1,1	0	0,0	4,32
Saya mempunyai tekad untuk menciptakan usaha dimasa depan											
8	35	39,5	45	50,6	8	9,0	1	1,1	0	0,0	4,28
Saya akan bersungguh-sungguh mencari informasi untuk menjadi wirausaha sukses											
Grand Mean											3,52

(Sumber: Data diolah, 2018)

2. Deskripsi Variabel Minat Kewirausahaan Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya

Tabel 2 menunjukkan bahwa minat Kewirausahaan mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang termasuk dalam kategori tinggi dengan nilai *grand mean* 3,60 yang didapatkan pada skala interval pada rentang 3,41-4,20. Hal ini menunjukkan bahwa

minat kewirausahaan mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya termasuk kategori tinggi.

Tabel 2. Distribusi Minat Kewirausahaan

No Item	SKOR										Mean
	5(SS)		4(S)		3(CS)		2(TS)		1(STS)		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	38	98,9	47	57,1	4	5,5	1	1,1	0	0,0	4.35
Saya memiliki keyakinan yang kuat untuk menjadi wirausaha											
2	39	98,9	42	56,0	8	9,9	0	0	1	1,1	4,31
Saya memiliki keyakinan mencapai kesuksesan dengan usaha yang telah direncanakan sebelumnya											
3	27	98,9	46	69,2	12	18,7	5	5,5	0	0,0	4,05
Saya akan menggunakan segala upaya untuk menjalankan usaha secara mandiri											
4	18	98,9	50	79,1	21	24,2	1	1,1	0	0,0	3,94
Saya memiliki keyakinan dalam menghadapi resiko											
5	29	98,9	39	67,0	19	24,2	2	3,3	1	1,1	4,03
Saya memiliki keseriusan niat untuk memulai berwirausaha setelah menyelesaikan studi											
6	23	98,9	41	73,6	22	28,6	4	4,4	0	0,0	3,92
Saya yakin bahwa saya memiliki bekal yang cukup, baik pengetahuan maupun keterampilan untuk menjadi seorang wirausaha											
7	47	98,9	33	47,3	9	11,0	0	0,0	1	1,1	4,38
Saya mempunyai tekad untuk menciptakan usaha dimasa depan											
8	34	98,9	46	61,5	9	11,0	1	1,1	0	0,0	4,25
Saya akan bersungguh-sungguh mencari informasi untuk menjadi wirausaha sukses											
Grand Mean											3,66

(Sumber: Data diolah, 2018)

3. Deskripsi Variabel Sikap Kewirausahaan Mahasiswa Universitas Negeri Malang

Tabel 3 menunjukkan bahwa Sikap kewirausahaan mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang termasuk

dalam kategori tinggi dengan nilai *grand mean* 3,71 yang didapatkan pada skala interval pada rentang 3,41-4,20. Hal ini menunjukkan bahwa Sikap kewirausahaan mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang termasuk kategori baik atau positif.

Tabel 3. Distribusi Sikap Kewirausahaan

No Item	SKOR										Mean
	5(SS)		4(S)		3(CS)		2(TS)		1(STS)		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1.	41	45,6	39	43,3	9	11,0	1	1,1	0	0,0	4,33
Saya beranggapan bahwa berwirausaha lebih menguntungkan dari pada pekerjaan lain											
2.	30	33,3	33	36,7	24	26,7	3	3,3	0	0	4,00
Berkarir menjadi wirausaha adalah tujuan masa depan saya											
3.	25	27,8	51	56,7	14	15,6	0	0,0	0	0,0	4,28
Saya beranggapan bahwa menjadi wirausaha memberikan kepuasan dan prestasi											
4.	34	37,8	48	53,3	8	8,9	0	0,0	0	0,0	3,87
Jika saya dapat memanfaatkan peluang saya ingin membuka usaha baru											
5.	25	27,8	34	37,8	26	28,9	5	5,6	0	0,0	3,87
Saya lebih memilih berwirausaha dibandingkan pekerjaan lain											
6.	28	31,1	46	51,1	16	17,8	0	0,0	0	0,0	4,25
Banyaknya tantangan dari persaingan dalam berwirausaha membuat saya berusaha lebih keras											
7.	34	37,8	45	50,0	11	12,2	0	0,0	0	0,0	4,17
Saya memiliki kebebasan untuk mengelola dan mengembangkan usaha melalui berwirausaha											
8.	30	33,3	47	52,2	12	13,3	1	1,1	0	0,0	4,20
Saya senantiasa terus belajar untuk meningkatkan inovasi dan kreativitas dalam berwirausaha											
9.	31	34,4	46	51,1	13	14,4	0	0,0	0	0,0	3,92
Ketika saya melakukan sesuatu, saya akan melakukannya dengan sangat baik											
10.	22	24,4	40	44,4	27	30,0	1	1,1	0	0,0	4,26
Saya tidak keberatan bekerja dibawah kondisi ketidakpastian selama ada kemungkinan keuntungan yang setimpal dari kondisi tersebut											
11.	34	37,8	46	51,1	10	11,0	0	0,0	0	0,0	4,18

No Item	SKOR										Mean
	5(SS)		4(S)		3(CS)		2(TS)		1(STS)		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
	Saya tidak akan berhenti berusaha sebelum mencapai hasil kerja yang lebih baik dari sebelumnya										
12.	28	31,1	51	56,7	11	12,2	0	0,0	0	0,0	4,09
	Saya selalu mempunyai kemampuan yang keras untuk mencapai sesuatu yang diinginkan										
13.	39	43,3	47	52,2	4	4,4	0	0,0	0	0,0	4,38
	Perencanaan bagi saya merupakan hal penting untuk mendapatkan hasil yang optimal										
14.	33	36,7	40	44,4	17	18,9	0	0,0	0	0,0	4,17
	Saya selalu membuat perencanaan dalam segala kegiatan yang akan saya lakukan										
Grand Mean											3,71

(Sumber: Data diolah, 2018)

4. Deskripsi Variabel Sikap Kewirausahaan Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya

Tabel 4 menunjukkan bahwa Sikap Kewirausahaan mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya termasuk dalam kategori tinggi dengan nilai *grand mean* 3,79 yang didapatkan pada skala interval pada rentang 3,41-4,20. Hal ini menunjukkan bahwa Sikap kewirausahaan mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya termasuk kategori baik atau positif.

Tabel 4. Distribusi Sikap Kewirausahaan

No Item	SKOR										Mean
	5(SS)		4(S)		3(CS)		2(TS)		1(STS)		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	42	46,7	30	33,3	15	16,7	3	3,3	0	0,0	4,23
	Saya beranggapan bahwa berwirausaha lebih menguntungkan dari pada pekerjaan lain										
2	18	20.0	46	51.1				1.1	1	1.1	3.87

No Item	SKOR										Mean
	5(SS)		4(S)		3(CS)		2(TS)		1(STS)		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
					24	26,7	1				
	Berkarir menjadi wirausaha adalah tujuan masa depan saya										
3	37	41,1	35	38,9	16	17,8	1	21,1	1	1,1	4,17
	Saya beranggapan bahwa menjadi wirausaha memberikan kepuasan dan prestasi										
4	41	45,6	39	43,3	9	10,0	1	1,1	0	0,0	4,33
	Jika saya dapat memanfaatkan peluang saya ingin membuka usaha baru										
5	20	22,2	31	34,4	35	38,9	3	3,3	1	1,1	3,73
	Saya lebih memilih berwirausaha dibandingkan pekerjaan lain										
6	23	25,6	45	50,0	20	22,2	1	1,1	1	1,1	3,97
	Banyaknya tantangan dari persaingan dalam berwirausaha membuat saya berusaha lebih keras										
7	23	25,6	49	54,4	16	17,8	2	2,2	0	0,0	3,94
	Saya memiliki kebebasan untuk mengelola dan mengembangkan usaha melalui berwirausaha										
8	29	32,2	47	52,2	13	14,4	0	0,0	1	1,1	4,03
	Saya senantiasa terus belajar untuk meningkatkan inovasi dan kreativitas dalam berwirausaha										
9	36	40,0	44	48,9	9	10,0	1	1,1	0	0,0	4,27
	Ketika saya melakukan sesuatu, saya akan melakukannya dengan sangat baik										
10	11	12,2	41	45,6	35	38,9	2	2,2	1	1,1	3,65
	Saya tidak keberatan bekerja dibawah kondisi ketidakpastian selama ada kemungkinan keuntungan yang setimpal dari kondisi tersebut										
11	29	32,2	48	53,3	12	13,3	0	0,0	1	1,1	4,15
	Saya tidak akan berhenti berusaha sebelum mencapai hasil kerja yang lebih baik dari sebelumnya										
12	44	48,9	33	36,7	12	13,3	1	1,1	0	0,0	4,33
	Saya selalu mempunyai kemampuan yang keras untuk mencapai sesuatu yang diinginkan										
13	43	47,8	39	43,3	7	8,8	0	0,0	1	1,1	4,36
	Perencanaan bagi saya merupakan hal penting untuk mendapatkan hasil yang optimal										
14	37	41,1	42	46,7	10	11,1	0	0,0	1	1,1	4,26
	Saya selalu membuat perencanaan dalam segala kegiatan yang akan saya lakukan										
Grand Mean											3,79

(Sumber: Data diolah, 2018)

5. Hasil Analisis Uji Beda Independent T-Test Minat Kewirausahaan Mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang dengan Universitas Negeri Surabaya

Berdasarkan hasil analisis uji beda Independent T-Test pada tabel 5 Diperoleh hasil nilai Sig.(2-tailed) $0,700 > 0,05$, maka, sesuai dasar pengambilan keputusan dalam uji beda independent T-test, H_0 diterima dan H_a ditolak, yang artinya bahwa “Tidak ada Perbedaan antara Minat Kewirausahaan antara Mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang dengan Mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.

Tabel 5. Hasil Analisis uji Beda Independent T-Test Minat Kewirausahaan Mahasiswa S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang dan Universitas Negeri Surabaya

		Levene's Test For Equality Of Variances					t-Test For Equality Of Means			
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Differ	Std.Error Differenc	95% int.of Low	Convid difern upper
Minat berwirausaha	Equal Variances	,064	,800	,386	178	,700	,244	,633	-1,00	1,49
Mahasiswa	Assumed	,386	176,761	,700		,244	,633		-1,00	1,49
Equal Variances										
Not Assumed										

6. Hasil Analisis Uji Beda Independent T-Test Sikap Kewirausahaan Mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang dengan Universitas Negeri Surabaya

Berdasarkan hasil analisis uji beda Independent T-Test pada tabel 4.6 Diperoleh hasil nilai Sig.(2-tailed) $0,437 > 0,05$, maka, sesuai dasar pengambilan keputusan dalam uji beda independent T-test, H_0 diterima dan H_a ditolak, yang artinya bahwa “Tidak ada Perbedaan antara Sikap kewirausahaan antara Mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang dengan Mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.

Tabel 6. Hasil Analisis uji Beda Independent T-Test Sikap Kewirausahaan Mahasiswa S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang dan Universitas Negeri Surabaya

		Levene's Test For Equality Of Variances				t-Test For Equality Of Means			
		F	Sig	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Differ	Std.Error Differenc	95% Convind int.of difern
Minat berwirausaha	Equal Variances	1,320	,252	,779	178	,437	,766	,983	<u>-1,174</u> 2,70
Mahasiswa	Assumed			,779	171,850	,437	,766	,983	-1,174 2,70
	Equal Variances								
	Not Assumed								

PEMBAHASAN PENELITIAN

A. Deskripsi Minat Kewirausahaan Mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang

Penelitian yang telah dilakukan terhadap mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang membuktikan bahwa minat kewirausahaan mahasiswa yang mempunyai indikator, keyakinan berwirausaha, karir wirausaha dan perencanaan usaha, termasuk dalam kategori tinggi yaitu dengan *Grand Mean* sebesar 3,52, yang didapatkan pada skala interval pada rentang 3,41-4,20.

Indikator dengan pernyataan tertinggi yaitu saya mempunyai tekad untuk menciptakan usaha di masa depan dengan nilai 4,32, dan pernyataan sy mempunyai keyakinan yang kuat untuk menjadi wirausaha bernilai 4,32 hal ini berarti mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang berminat sekali untuk menjadi wirausaha dan berminat untuk menciptakan usaha di masa depan. Hal ini sejalan dengan rata-rata uang saku yang diperoleh mahasiswa S1 manajemen fakultas Ekonomi Universitas ini antara 1.000.000 – 2.000.000, sehingga menurut mereka apabila ingin menambah pendapatan yang lebih banyak, harus mencoba merintis usaha. Apalagi kota Malang identik dengan Kota Pendidikan dan Kota Pariwisata sehingga, peluang untuk pengembangan suatu usaha itu besar.

Slameto (2003: 180), mengatakan bahwa “Minat tidak dibawa sejak lahir, melainkan diperoleh kemudian. Minat terhadap sesuatu merupakan hasil belajar dan menyokong belajar selanjutnya”, dari

pernyataan tersebut dapat diartikan bahwa minat terjadi karena adanya dorongan baik secara internal maupun eksternal.

Indikator pernyataan yang terendah yaitu saya memiliki bekal yang cukup, baik pengetahuan dan keterampilan yang cukup untuk menjadi seorang wirausaha dengan nilai 3,98 menunjukkan bahwa mahasiswa belum yakin bahwa mereka berminat menjadi wirausaha, namun untuk menjadi wirausaha minatnya belum seimbang dengan bekal, pengetahuan dan keterampilan yang cukup untuk menjadi seorang wirausaha. Hal ini disebabkan karena, mahasiswa masih mendapatkan uang saku dari orang tua mereka, belum pernah sama sekali mencoba berwirausaha kecil-kecilan, mereka hanya mendapatkan konsep atau teori kewirausahaan saja dari mata kuliah Kewirausahaan yang disajikan oleh jurusan dengan praktek yang singkat. Hal ini sejalan dengan penelitian Penelitian Kim Riyanti (2003:39) menunjukkan bahwa pengalaman memberikan pengaruh terhadap keberhasilan usaha. Pengalaman yang dimaksud dalam penelitian Kim adalah keterlibatan langsung dalam suatu kegiatan usaha.

B. Deskripsi Minat Kewirausahaan Mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya

Penelitian yang telah dilakukan terhadap mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya membuktikan bahwa minat kewirausahaan mahasiswa yang mempunyai indikator, keyakinan berwirausaha, karir wirausaha dan perencanaan usaha, termasuk dalam kategori tinggi yaitu dengan *Grand Mean* sebesar 3,66, yang didapatkan pada skala interval pada rentang 3,41-4,20.

Indikator dengan pernyataan tertinggi yaitu saya mempunyai tekad untuk menciptakan usaha di masa depan dengan nilai 4,38, dan pernyataan sy mempunyai keyakinan yang kuat untuk menjadi wirausaha hal ini berarti mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang berminat sekali untuk untuk menciptakan usaha di masa depan, hal ini disebabkan karena Universitas Negeri Surabaya, berada di Kota Surabaya yang notabene adalah kota bisnis sehingga walaupun uang saku yang diperoleh mahasiswa setiap bulannya selama ini sudah melebihi kecukupan uang saku seorang mahasiswa, namun lingkungannya adalah lingkungan bisnis, maka juga tertarik untuk berwirausaha di masa depan.

Sejalan dengan yang di contohkan oleh Alma (2007:13) bahwa ada beberapa lokasi atau daerah yang banyak wiausahanya, seperti di daerah silicon valley di amerika serikat di mana dijumpai banyak pengusaha-pengusaha besar, di daerah tersebut dijumpai kegiatan wirausaha. membeli dan menjual barang, transportasi, pergudangan, perbankan, dan berbagai jasa konsultan. Suasana macam ini sangat berpengaruh kepada masyarakat untuk menumbuhkan minat berwirausaha. Indikator pernyataan yang terendah yaitu saya memiliki bekal yang cukup, baik pengetahuan dan keterampilan yang cukup untuk menjadi seorang wirausaha dengan nilai 3,92 menunjukkan bahwa mahasiswa belum yakin bahwa mereka berminat menjadi wirausaha, namun untuk menjadi wirausaha minatnya belum seimbang dengan bekal, pengetahuan dan keterampilan yang cukup untuk menjadi seorang wirausaha. Hal ini hampir sama alasannya dengan mahasiswa S1

Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang, bahwa mahasiswa belum pernah mencoba untuk merintis usaha, dan selama ini hanya cenderung mengetahui tentang kewirausahaan secara teori dan praktek yang singkat dari mata kuliah yang disampaikan dosen.

C. Deskripsi Sikap Kewirausahaan Mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang

Penelitian yang telah dilakukan terhadap mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang membuktikan bahwa Sikap kewirausahaan mahasiswa yang mempunyai indikator, *achievement*, *innovation* dan *personal control*, termasuk dalam kategori tinggi yaitu dengan *Grand Mean* sebesar 3,71, yang didapatkan pada skala interval pada rentang 3,41-4,20.

Indikator dengan pernyataan tertinggi yaitu perencanaan bagi saya merupakan hal penting untuk mendapatkan hasil yang optimal dengan nilai 4,38, hal ini berarti mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang mempunyai sikap terencana dalam melakukan sesuatu untuk mendapatkan hasil yang optimal, hal ini disebabkan karena mahasiswa adalah sosok muda intelek dan masih pendatang baru dalam dunia usia, sehingga menurut mereka jika menginginkan hasil yang maksimal, maka harus direncanakan secara baik, karena secara teori itu yang sering jg mereka dengarkan. Ini sesuai dengan pendapat Soemanto (2002) mengatakan bahwa satu-satunya perjuangan atau cara untuk mewujudkan manusia yang mempunyai moral, sikap, dan keterampilan wirausaha adalah dengan pendidikan. Pendidikan membuat wawasan individu menjadi lebih percaya diri, bisa

memilih, dan mengambil keputusan yang tepat, meningkatkan kreativitas dan inovasi, membina moral, karakter, intelektual, serta peningkatan.

Indikator pernyataan yang terendah yaitu saya memilih berwirausaha dibandingkan pekerjaan lain dengan nilai 3,87 menunjukkan bahwa mahasiswa masih menginginkan dan memprioritaskan bekerja diperusahaan orang lain (perusahaan BUMN atau Swasta) dibandingkan memprioritaskan menjadi seorang wirausaha . Hal ini disebabkan karena, menurut pendapat mereka bahwa untuk menjadi seorang wirausaha itu membutuhkan modal pengetahuan serta keterampilan yang cukup, dengan segala resikonya, serta juga punya jiwa kewirausahaan, tidak cukup minat saja dan semuanya tidak mudah.

Menurut Suryana (2000: 15) aspek – aspek berwirausaha adalah percaya diri merupakan suatu panduan sikap dan keyakinan seseorang untuk memulai, melakukan, dan menyelesaikan suatu tugas atau pekerjaan yang dihadapi, berorientasi tugas dan hasil, kemauan dan kemampuan untuk mengambil resiko merupakan salah satu nilai utama dalam kewirausahaan, mempunyai sifat kepemimpinan dan berorientasi ke masa depan.

D. Deskripsi Sikap Kewirausahaan Mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya

Penelitian yang telah dilakukan terhadap mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya membuktikan bahwa Sikap kewirausahaan mahasiswa yang mempunyai indikator, *achievement*, *innovation* dan *personal control*, termasuk dalam

kategori tinggi yaitu dengan *Grand Mean* sebesar 3,79, yang didapatkan pada skala interval pada rentang 3,41-4,20.

Indikator dengan pernyataan tertinggi yaitu perencanaan bagi saya merupakan hal penting untuk mendapatkan hasil yang optimal dengan nilai 4,36, hal ini berarti mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang mempunyai sikap terencana dalam melakukan sesuatu untuk mendapatkan hasil yang optimal, hampir sama pendapat yang diampaikan dengan mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang karena mahasiswa adalah sosok muda intelek dan masih pendatang baru dalam dunia usia, sehingga menurut mereka jika menginginkan hasil yang maksimal, maka harus direncanakan secara baik, karena secara teori itu yang sering jg mereka dengarkan. Ini sesuai dengan pendapat Soemanto (2002) mengatakan bahwa satu-satunya perjuangan atau cara untuk mewujudkan manusia yang mempunyai moral, sikap, dan keterampilan wirausaha adalah dengan pendidikan. Pendidikan membuat wawasan individu menjadi lebih percaya diri, bisa memilih, dan mengambil keputusan yang tepat, meningkatkan kreativitas dan inovasi, membina moral, karakter, intelektual, serta peningkatan.

Indikator pernyataan yang terendah yaitu saya tidak keberatan jika bekerja dibawah kondisi ketidakpastian selama ada kemungkinan keuntungan yang setimpal dengan kondisi tersebut. Mereka mempunyai pendapat walaupun mereka berminat untuk berwirausaha usaha, namun lebih menyukai sesuatu yang sifatnya pasti, karena resikonya tidak tinggi dan mereka belum percaya bekerja dengan ketidakpastian.

Menurut Suryana (2000: 15) aspek – aspek berwirausaha adalah percaya diri merupakan suatu panduan sikap dan keyakinan seseorang untuk memulai, melakukan, dan menyelesaikan suatu tugas atau pekerjaan yang dihadapi, berorientasi tugas dan hasil, kemauan dan kemampuan untuk mengambil resiko merupakan salah satu nilai utama dalam kewirausahaan, mempunyai sifat kepemimpinan dan berorientasi ke masa depan

E. Perbedaan Minat Kewirausahaan Mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang dengan Mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.

Berdasarkan hasil uji beda independent T-test, H_0 diterima dan H_a ditolak, yang artinya bahwa “Tidak ada Perbedaan antara Minat Kewirausahaan antara Mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang dengan Mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. Mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Mahasiswa S1 Manajemen Universitas Negeri Surabaya mempunyai minat yang sama untuk menjadi wirausaha dan menciptakan usaha, hal ini disebabkan karena secara pendidikan mereka belajar dari Universitas dengan karakteristik yang sama dan lingkungan daerah dengan karakteristik kultur masyarakat yang sama dan ini sangat mempengaruhi kesamaan mereka dalam minat terhadap suatu usaha.

Hal ini sesuai dengan pendapat Indarti (2008: 8) bahwa minat berwirausaha dipengaruhi oleh beberapa faktor di antaranya karakteristik kepribadian, faktor demografi dan karakteristik lingkungan. Sehingga jika karakteristik lingkungan yang dihadapi mahasiswa sehari-harinya

sama tentunya tidak ada perbedaan dalam minat mahasiswa tersebut khususnya yang berkaitan dengan minat berwirausaha.

F. Perbedaan Sikap Kewirausahaan Mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang dengan Mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.

Berdasarkan hasil analisis uji beda Independent T-Test, maka, sesuai dasar pengambilan keputusan dalam uji beda independent T-test, H_0 diterima dan H_a ditolak, yang artinya bahwa “Tidak ada Perbedaan antara Sikap kewirausahaan antara Mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang dengan Mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. Mahasiswa sebagai sosok yang jiwa yang masih sama-sama muda, tentunya cara berpikirnya hampir sama sehingga pendapat dan perilakunya terhadap sesuatu hal khususnya yang berkaitan dengan berwirausaha juga sama, mereka sama – sama masih mempunyai pendapat bahwa pekerjaan yang bersifat pasti dan tidak beresiko itu yang lebih disukai.

Hal ini senada dengan yang disampaikan (Djojodibroto, 2004) bahwa mahasiswa merupakan satu golongan dari masyarakat yang mempunyai 2 sifat, yaitu manusia muda dan calon intelektual, dan sebagai calon intelektual, mahasiswa harus mampu untuk berpikir kritis terhadap kenyataan sosial, sedangkan sebagai manusia muda, mahasiswa seringkali tidak mengukur resiko yang akan menimpa dirinya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan (1) Deskripsi minat berwirausaha mahasiswa S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang dan Universitas Negeri Surabaya termasuk dalam kategori tinggi. Sikap berwirausaha mahasiswa S1 Jurusan manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya dan Universitas Negeri Surabaya termasuk dalam kategori baik / positif, (2) Tidak ada perbedaan antara minat dan sikap kewirausahaan antara mahasiswa S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang dengan Mahasiswa S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.

Saran yang diberikan peneliti adalah (1) Perguruan tinggi perlu lebih menumbuhkan minat mahasiswa untuk berwirausaha khususnya yang berkaitan dengan bekal pengetahuan dan keterampilan mahasiswa untuk berwirausaha, misalnya dengan cara merubah model pembelajaran mata kuliah kewirausahaan yang cenderung konsep dan teori menjadi ke praktek berwirausaha secara langsung dan dimonitoring praktek keberlangsungan usaha mahasiswa tersebut oleh jurusan atau fakultas, menggiatkan inkubator bisnis yang ada di kampus sebagai bibit awal mahasiswa untuk belajar berwirausaha. (2) Dosen mata kuliah perlu memberikan motivasi kepada mahasiswa, berkaitan dengan pendapat mahasiswa tentang kekhawatiran resiko dalam berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

Agustina, C., & Sularto, L. (2011). Intensi Kewirausahaan Mahasiswa (Studi Perbandingan Antara Fakultas Ekonomi Dan Fakultas Ilmu Komputer).

Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur, & Sipil)
Universitas Gunadarma, 18–19 Oktober 2011, 4: E.63–E.69.Depok.

Alma, Buchari. 2007. Kewirausahaan. Bandung. Alfabetha.

Bygrave, W. D. 2003. The Portable MBA Entrepreneurship. Jakarta: Binarupa Aksara.

Djojodibroto, R.D. (2004). Tradisi Kehidupan Akademik. Yogyakarta: Galang Press.

Eagly, A.H & Chaiken. (1993). The psychology of attitude. Forth Worth: Harcourt Brace Jovanovich College Publishers.

Hilgard, E. R. & Bowers, G. (2004). Theory of Learning: Century Psychology Series. New York: National Book Foundation.

Riyanti, D.P.B. (2003). Kewirausahaan Dari Sudut Pandang Psikologi Kepribadian.

Soemanto, W. 2002. Pendidikan Wiraswasta, Jakarta: Bumi Aksara.

Sujanto, 2004 dkk, Psikologi Kepribadian, (Jakarta: PTBumi Aksara).

Suryana. (2000). Kewirausahaan Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.

Slameto. 2003. Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya. Jakarta: Rineka Cipta.

Yuwono, Susatyo dan Partini, (2008). Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan Terhadap Tumbuhnya Minat Berwirausaha, Jurnal Penelitian Humaniora, Vol 9 No 2, Agustus, 119 – 127

Zimmerer, Thomas W., Norman M. Scarborough. 2008. Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management (Fifth Edition). New Jersey: Pearson Prentice Hall

MEMPERBAIKI KINERJA PEMASARAN MELALUI PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN, RISET PASAR, DAN INOVASI PRODUK (SURVEI PADA UMKM DI PERIANGAN TIMUR PROVINSI JAWA BARAT)

Maman Sulaeman

Politeknik Triguna Tasikmalaya

E-mail: mansulaeman1274@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this research is to know and analyze the improvement of marketing performance through entrepreneurship training, market research, and product innovation at UMKM in East Priangan West Java Province. The research method used is survey method. Data collection was obtained through questionnaires and literature study. The population in this study is MSMEs in East Java West Java. Determination of sample using random counted 75 samples and data analysis used was path analysis. The results found that partially entrepreneurial training, market research and product innovation were able to improve marketing performance. Simultaneously entrepreneurship training, market research and product innovation can improve the performance of UMKM marketing in east of West Java province.

Keywords: entrepreneurship, market research, product innovation, marketing performance

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pendorong yang signifikan pada pembangunan dan pertumbuhan ekonomi di Jawa Barat. Jumlah UMKM yang terdapat di Jawa Barat menurut Badan Pusat Statistik mencapai 8.214.262 unit yang tersebar secara spasial di 5 wilayah yakni Cirebon, Bogor, Priangan Timur dan Barat, serta Purwakarta. Dalam rangka pemberdayaan UMKM perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan kualitas produk, akses pasar, dan pemanfaatan teknologi yang tepat, agar memberikan dampak yang positif dan dapat dirasakan oleh masyarakat sekitarnya. Sebagai upaya memperkuat daya saing UMKM untuk dapat menembus pasar regional dan global, UKM mutlak harus terus didorong.

Pemberdayaan UMKM di tengah arus globalisasi dan tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu menghadapi tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran. Hal ini perlu dilakukan untuk menambah nilai jual UMKM itu sendiri, utamanya agar dapat bersaing dengan produk-produk asing yang kian membanjiri sentra industri dan manufaktur di Indonesia, mengingat UMKM adalah sektor ekonomi yang mampu menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia (Sudaryanto, 2011).

Dengan segala persoalan yang ada, potensi UMKM yang besar itu menjadi terhambat. Meskipun UMKM dikatakan mampu bertahan dari adanya krisis global namun pada kenyataannya permasalahan-permasalahan yang dihadapi sangat banyak dan lebih berat. Hal itu dikarenakan selain

dipengaruhi secara tidak langsung krisis global tadi.

Adanya tekanan persaingan begitu ketat yang secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi kinerja pemasaran perusahaan. Demikian halnya dengan semakin agresifnya pelaku pasar dalam merebut porsi pasar yang menyebabkan perlu untuk menerapkan konsep pemasaran. Pemasaran berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam merencanakan dan melaksanakan konsep produk, harga, promosi, dan distribusi baik barang maupun jasa sedangkan pelatihan kewirausahaan dipandang sebagai sebuah seni dalam melihat tantangan dan peluang yang sedang dihadapi. Pelatihan kewirausahaan berkaitan dengan jiwa atau karakteristik personal dari pemilik perusahaan dan mewarnai perusahaan tersebut. Ketiga hal tersebut yaitu pelatihan kewirausahaan, program pemasaran, dan lingkungan tampaknya sudah menjadi satu kesatuan yang tidak terpisahkan. Ketiganya dipandang sebagai faktor yang mempengaruhi upaya perusahaan untuk meningkatkan kinerja pemasarannya (Kottler, 2012).

Pimpinan perusahaan selaku top manajemen memainkan peran penting dalam menjamin suksesnya setiap program organisasi yang ditujukan untuk mencapai keunggulan kinerja pemasaran yang unggul. Untuk mencapai hal tersebut, dibutuhkan suatu budaya perusahaan yang mampu mengimplementasikan konsep pemasaran berupa pelatihan kewirausahaan (Weerawerdena, 2013:5), riset pasar (Ashikia, 2010:17), dan inovasi produk (Wahyono, 2008:117) yang telah dipandang oleh beberapa ahli sebagai kunci untuk mencapai keberhasilan organisasi pada masa yang akan datang sehingga dapat meningkatkan pemahaman terhadap pasar dan akan menghasilkan tanggapan dari pelanggan yang sesuai harapan perusahaan (Wahyono, 2008).

Berdasarkan isu yang disajikan pada latarbelakang, maka penelitian ini bertujuan untuk menguji bahwa pelatihan kewirausahaan, riset pasar, dan inovasi produk dapat memperbaiki kinerja pemasaran. Kontribusi penelitian ini diharapkan pertama, memberi bukti empiris bahwa pelatihan kewirausahaan, riset pasar, dan inovasi produk dapat memperbaiki kinerja pemasaran. Kedua, memberi kontribusi pada kebijakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, dalam hal meningkatkan kinerja pemasaran dan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Menurut Frees (2013:276) pelatihan kewirausahaan adalah kunci untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Perusahaan yang pemimpinnya berorientasi wirausaha memiliki visi yang jelas dan berani untuk menghadapi risiko sehingga mampu menciptakan kinerja yang baik (Frees, 2013).

Selain jiwa wirausaha, riset pasar menjadi sumber inspirasi perusahaan dalam melakukan cara-cara inovatif serta menjadi sumber keunggulan bersaing dalam meningkatkan kinerja perusahaan menjadi lebih baik. Seorang pengusaha yang berorientasi wirausaha dan berriset pasar di dalam membangun strategi untuk mengembangkan perusahaan akan mengedepankan kepuasan konsumen, dan selalu memantau apakah produk telah sesuai atau melebihi harapan konsumen (Kottler, 2012).

Menurut Kohli dan Jaworski (2010: 1-18), riset pasar merupakan budaya perusahaan yang bisa membawa pada meningkatnya kinerja pemasaran (Jaworski, 2010). Nerver dan Slater (2013:35) mengemukakan temuan bahwa riset pasar berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran. Perusahaan yang memiliki tingkat riset pasar yang tinggi akan memiliki kinerja pemasaran yang tinggi. Hal ini karena perusahaan yang memiliki derajat riset pasar yang

tinggi akan memiliki keunggulan kompetitif dalam hal; kualitas produk, kualitas pelayanan, inovasi produk dan biaya (Slater, 2013).

Selain riset pasar, inovasi juga dapat dijadikan sebagai salah satu strategi dalam mencapai keunggulan bersaing. Usaha kecil tidak cukup hanya memiliki keunggulan komparatif (*comparative advantage*) namun yang terpenting adalah memiliki keunggulan bersaing yang berkelanjutan (*sustainable competitive advantage*). Usaha kecil dituntut untuk menghasilkan produk yang memiliki daya saing yang tinggi antara lain dengan kriteria: produk yang dijual tersedia secara teratur dan sinambung, produk yang dijual harus memiliki kualitas yang baik dan seragam, dan variasi produk harus dapat disediakan sesuai dengan kebutuhan dan permintaan pasar (Slater, 2013).

Inovasi merupakan fungsi yang penting dalam manajemen, karena inovasi berhubungan dengan kinerja perusahaan. Tujuan utama dari inovasi adalah untuk memenuhi permintaan pasar sehingga produk inovasi merupakan salah satu yang dapat digunakan sebagai keunggulan bersaing bagi perusahaan. Pelanggan umumnya menginginkan produk – produk yang inovatif sesuai dengan keinginan mereka. Bagi perusahaan, keberhasilannya dalam melakukan inovasi berarti perusahaan tersebut selangkah lebih maju dibandingkan pesaingnya. Hal ini menuntut kepandaian perusahaan dalam mengenali selera pelanggannya sehingga inovasi yang dilakukannya pada akhirnya memang sesuai dengan keinginan pelanggannya. Dengan demikian inovasi harus benar – benar direncanakan dan dilakukan dengan cermat (Kottler, 2012)

Hasil penelitian Halim (2010:7) menunjukkan bahwa koefisien jalur pengaruh langsung pelatihan kewirausahaan terhadap kapabilitas pemasaran perusahaan diperoleh nilai sebesar 0,301 dengan signifikansi 0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat cukup bukti secara empiris untuk menerima hipotesis bahwa semakin kuat pelatihan kewirausahaan maka kinerja perusahaan akan semakin tinggi. Koefisien jalur bertanda positif dapat diartikan bahwa hubungan antara pelatihan kewirausahaan dengan kapabilitas pemasaran bersifat searah. Artinya bahwa semakin kuat pelatihan kewirausahaan maka semakin tinggi kapabilitas pemasaran perusahaan (Halim, 2010).

Hasil penelitian Hanifah (2010:1) menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja pemasaran sebesar 79,94%. Pelatihan kewirausahaan yang tinggi berhubungan erat dengan penggerak utama keuntungan sehingga seorang wirausahawan mempunyai kesempatan untuk mengambil keuntungan dan munculnya peluang-peluang tersebut, yang pada akhirnya berpengaruh positif terhadap kinerja usaha (Hanifah, 2010).

Riset pasar merupakan sesuatu yang penting bagi perusahaan sejalan dengan meningkatnya persaingan global dan perubahan dalam kebutuhan pelanggan dimana perusahaan menyadari bahwa mereka harus selalu dekat dengan pasarnya. Berbagai studi menunjukkan bahwa usaha kecil yang berorientasi pasar akan menempatkan pasar sebagai target yang harus dilayani, dengan cara mengarahkan berbagai sumber daya yang dimiliki untuk dijadikan sebagai sumber keunggulan bersaing yang berkelanjutan dan tujuan perusahaan dicapai semata mata dengan memberi rasa puas kepada

pelanggannya, dan menghasilkan kinerja pemasaran menjadi lebih baik (Kotter, 2012)

Hasil penelitian Setiawan (2012:5) diketahui bahwa inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Inovasi produk merupakan sesuatu yang dapat dilihat sebagai kemajuan fungsional produk yang dapat membawa produk selangkah lebih maju dibandingkan dengan produk pesaing. Apabila produk tersebut memiliki suatu kelebihan yang dipandang sebagai nilai tambah bagi konsumen. Pengembangan produk baru dan strategisnya yang lebih efektif seringkali menjadi penentu keberhasilan dan kelangsungan hidup suatu perusahaan (Setiawan, 2013).

Kotler (2012:65) mengemukakan bahwa: Kinerja pemasaran merupakan faktor yang umum digunakan untuk mengukur dampak dari sebuah strategi perusahaan. Strategi perusahaan selalu diarahkan untuk menghasilkan kinerja pemasaran seperti volume penjualan, porsi pasar dan tingkat pertumbuhan penjualan maupun kinerja keuangan (Kotler, 2012).

Disarankan pengukuran kinerja menggunakan aktivitas-aktivitas pemasaran yang menghasilkan kinerja yaitu unit yang terjual dan perputaran pelanggan. Hal ini dilakukan agar perusahaan mempunyai kinerja pemasaran yang lebih baik dibandingkan pesaingnya. Kerangka pemikiran dari penelitian ini adalah:

Gambar 1. Kerangka Penelitian

METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan metode survei. Pada penelitian ini dijelaskan bagaimana produsen UMKM melakukan kewirausahaan, bagaimana produsen melakukan riset pasar, bagaimana produsen melakukan inovasi produk, dan kinerja pemasarannya, hal ini perlu bagi perusahaan yang bersangkutan karena pelatihan kewirausahaan, riset pasar, dan inovasi produk merupakan strategi pemasaran untuk meningkatkan kinerja pemasaran.

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pemilik UMKM diperiangan timur dengan jumlah sampel yaitu 75 orang. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara random. Variabel yang dioperasionalkan yaitu sebagai berikut:

1. Variabel Independen (X)

Yaitu variabel yang keberadaannya tidak dipengaruhi dan tidak tergantung kepada variabel lain atau variabel yang berdiri sendiri (Arikunto, 2012). Variabel independen dalam penelitian ini adalah pelatihan kewirausahaan, riset pasar, dan inovasi produk.

a. Pelatihan kewirausahaan (X1) yaitu kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan. Ada 14 indikator untuk mengukur pelatihan kewirausahaan dalam penelitian ini:

1. Berpikir Positif.
2. Percaya Diri
3. Motif Berprestasi Tinggi
4. Kepemimpinan
5. Menggunakan Waktu dengan efektif
6. Mengambil Prakarsa (Inisiatif), Kreatif dan Inovatif

7. Ulet, Tekun dan Kerja Keras serta Dapat Memanaje Kegagalan
 8. Mudah Menjalin Hubungan
 9. Tanggapan terhadap Kritik, Saran dan Gagasan Baru
 10. Pengambil Risiko
 11. Uang Hanya sebagai Ukuran Keberhasilan,
 12. Memiliki Kebebasan dan Fleksibel,
 13. Berorientasi ke Masa Depan,
 14. Menetapkan Tujuan Secara Jelas dan Terukur,
- b. Riset pasar (X2) yaitu suatu proses dan aktivitas yang berhubungan dengan penciptaan dan pemuasan pelanggan dengan cara terus menilai kebutuhan dan keinginan pelanggan (Kottler, 2012) yang meliputi:
- 1) Orientasi pelanggan.
 - 2) Orientasi pesaing.
 - 3) Koordinasi antar fungsi.
- c. Inovasi Produk (X3) yaitu suatu terobosan yang berkaitan dengan penciptaan produk-produk baru yang meliputi:
- 1) Kultur inovasi produk
 - 2) Inovasi teknis.
 - 3) Inovasi produk.

2. Variabel Dependen (Y)

Yaitu suatu variabel terkait atau tidak bebas atau dengan kata lain variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen atau variabel lain (Arikunto, 2012). Adapun yang berfungsi sebagai variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja pemasaran yaitu faktor yang seringkali

digunakan untuk mengukur dampak dari strategi yang diterapkan perusahaan dipandang dari aspek pemasarannya.

Indikatornya :

- a. Pertumbuhan penjualan.
- b. Pertumbuhan Profit.
- c. Pertumbuhan pelanggan.

Instrumen yang digunakan adalah kuesioner. Hasil uji validitas dilakukan sebanyak 2 kali pengujian pada 30 orang dan hasil pengujian kedua menunjukkan semua pernyataan valid yaitu:

1. Pernyataan tentang pelatihan kewirausahaan mempunyai r hitung antara 0,441 sampai dengan $0,817 > r$ tabel 0,374.
2. Pernyataan tentang riset pasar mempunyai r hitung antara 0,561 sampai dengan $0,886 > r$ tabel 0,374
3. Pernyataan tentang inovasi produk mempunyai r hitung antara 0,512 sampai dengan $0,703 > r$ tabel 0,374
4. Pernyataan tentang kinerja pemasaran mempunyai r hitung antara 0,919 sampai dengan $0,947 > r$ tabel 0,374.
5. Hasil uji reliabilitas menunjukkan semua pernyataan reliabel yaitu *alpha cronchbach* $> r$ tabel 0,374.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

1. Pengaruh Secara Parsial Pelatihan kewirausahaan (X1) Terhadap Kinerja Pemasaran (Y)

Untuk melihat pengaruh pelatihan kewirausahaan (X1) terhadap kinerja pemasaran (Y) berdasarkan indikator-indikator tiap variabel yang digunakan dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 2. Nilai Koefisien Jalur Antara Variabel X1 dan Variabel Y

Hasil penghitungan SPSS diperoleh $t_{hitung} = 6,134$ sedangkan t_{tabel} sebesar 1,67 dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh positif pelatihan kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yaitu hasil penelitian Halim (2010:7) yang menunjukkan bahwa koefisien jalur pengaruh langsung pelatihan kewirausahaan terhadap kapabilitas pemasaran perusahaan diperoleh nilai sebesar 0,301 dengan signifikansi 0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat cukup bukti secara empiris untuk menerima hipotesis bahwa semakin kuat pelatihan kewirausahaan maka kinerja perusahaan akan semakin tinggi. Koefisien jalur bertanda positif dapat diartikan bahwa hubungan antara pelatihan kewirausahaan dengan kapabilitas pemasaran bersifat searah. Artinya bahwa semakin kuat pelatihan kewirausahaan maka semakin tinggi kapabilitas pemasaran perusahaan.

2. Pengaruh Secara Parsial Riset pasar (X2) Terhadap Kinerja Pemasaran (Y)

Untuk melihat pengaruh riset pasar (X2) terhadap kinerja pemasaran (Y) berdasarkan indikator-indikator tiap variabel yang digunakan dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 3. Nilai Koefisien Jalur Antara Variabel X2 dan Variabel Y

Hasil penghitungan SPSS diperoleh $t_{hitung} = 3,172$ sedangkan t_{tabel} sebesar 1,67 dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh positif riset pasar terhadap kinerja pemasaran. Hasil penelitian ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Ellis (2013:2) dalam penelitiannya yang berjudul “*Market Orientation and Performance: A Meta-Analysis and Cross-National Comparisons*”, menyatakan bahwa bukti kuantitatif bahwa pada umumnya riset pasar menentukan kinerja perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat riset pasar yang tinggi akan memiliki kinerja pemasaran yang tinggi. Hal ini karena perusahaan yang memiliki derajat riset pasar yang tinggi akan memiliki keunggulan kompetitif dalam hal; kualitas produk, kualitas pelayanan, inovasi produk dan biaya (Ellis, 2013).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Akimova (2010:1140-1141) membuktikan bahwa riset pasar memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Perusahaan yang menerapkan riset pasar memiliki kelebihan dalam hal pengetahuan pelanggan dan kelebihan ini dapat dijadikan sebagai sumber untuk menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan. Riset pasar sangat efektif dalam mendapatkan dan mempertahankan keunggulan kompetitif, yang dimulai dengan perencanaan dan koordinasi dengan semua bagian yang ada dalam organisasi untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Oleh karena itu riset pasar harus menekankan pentingnya analisis kebutuhan dan keinginan target pasar secara lebih efisien dan efektif dibandingkan dengan pesaingnya dalam usaha untuk mencapai keunggulan bersaing (Akimova, 2010).

Penekanan riset pasar terhadap daya saing berdasarkan pada pengidentifikasian kebutuhan pelanggan sehingga setiap perusahaan dituntut untuk dapat menjawab kebutuhan yang diinginkan konsumen baik itu melalui penciptaan produk yang baru atau pengembangan dari produk yang sudah ada, agar dapat menciptakan *superior value* bagi konsumennya secara berkelanjutan dan dapat menjadi modal utama bagi perusahaan untuk dapat memenangkan persaingan (Slater, 2012).

3. Pengaruh Secara Parsial Inovasi Produk (X3) Terhadap Kinerja Pemasaran (Y)

Untuk melihat pengaruh inovasi produk (X3) terhadap kinerja pemasaran (Y) berdasarkan indikator-indikator tiap variabel yang digunakan dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 4. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran

Hasil penghitungan SPSS diperoleh $t_{hitung} = 2,217$ sedangkan t_{tabel} sebesar 1,67 dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh positif inovasi produk terhadap kinerja pemasaran. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Setiawan

(2012:5) diketahui bahwa inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Inovasi produk merupakan sesuatu yang dapat dilihat sebagai kemajuan fungsional produk yang dapat membawa produk selangkah lebih maju dibandingkan dengan produk pesaing. Apabila produk tersebut memiliki suatu kelebihan yang dipandang sebagai nilai tambah bagi konsumen. Pengembangan produk baru dan strategisnya yang lebih efektif seringkali menjadi penentu keberhasilan dan kelangsungan hidup suatu perusahaan (Setiawan, 2012).

Voss dan Voss dalam Setiawan (2012:6) menyebutkan bahwa:” penerapan teknologi baru merupakan faktor penentu dalam pengembangan produk baru”. Keunggulan teknologi suatu produk dapat menarik minat beli konsumen untuk mengadakan pembelian pada produk baru yang dihasilkan. Dengan adanya teknologi dapat mempercepat pengembangan produk baru, kemampuan perusahaan dalam memproduksi teknologi tinggi dan produk dengan teknologi terapan sangat mempengaruhi keunggulan pada produk tersebut. Inovasi produk merupakan sesuatu yang dapat dilihat sebagai kemajuan fungsional produk yang dapat membawa produk selangkah lebih maju dibandingkan dengan produk pesaing. Apabila produk tersebut memiliki suatu kelebihan yang dipandang sebagai nilai tambah bagi konsumen. Pengembangan produk baru dan strategisnya yang lebih efektif seringkali menjadi penentu keberhasilan dan kelangsungan hidup suatu perusahaan, tetapi ini bukan pekerjaan yang mudah. Pengembangan produk baru memerlukan upaya, waktu dan kemampuan termasuk besarnya resiko dan biaya kegagalan (Setiawan, 2012)

4. Pengaruh Secara Bersama-Sama Pelatihan kewirausahaan, Riset pasar, Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran

Hasil pengolahan data melalui SPSS diperoleh hasil $\rho^2_{YX_1X_2X_3}$ sebesar 0,8146 atau 81,46% artinya jika pelatihan kewirausahaan, riset pasar, dan inovasi produk secara bersama-sama meningkat akan memberikan dampak positif, maka kinerja pemasaran juga akan meningkat. Secara lengkap pengaruh antara variabel pelatihan kewirausahaan (X_1), riset pasar (X_2), dan inovasi produk (X_3) terhadap kinerja pemasaran (Y) dapat dilihat sebagai berikut:

Gambar 5.

Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan, Riset Pasar dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran

Berdasarkan hasil perhitungan diatas menunjukkan secara keseluruhan variabel pelatihan kewirausahaan (X_1), riset pasar (X_2), dan inovasi produk (X_3) mempunyai pengaruh terhadap kinerja pemasaran (Y) sebesar 0,8146 atau 81,46% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yaitu 18,54% yang tidak diteliti.

Tabel 1. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Pelatihan Kewirausahaan, Riset Pasar dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran

KETERANGAN	NILAI
Pengaruh Pelatihan kewirausahaan (X₁)	
Pengaruh langsung X ₁ Terhadap Y = $PYX_1 \cdot PYX_1$	0,2873
Pengaruh tidak langsung X ₁ Terhadap Y melalui X ₂ = $PYX_1 \cdot rX_1X_2 \cdot PYX_2$	0,1235
Pengaruh tidak langsung Terhadap Y melalui (X ₃) = $PYX_1 \cdot rX_1X_3 \cdot PYX_3$	0,0555
Pengaruh Total X₁ terhadap Y	0,4663
Pengaruh Riset pasar (X₂)	
Pengaruh langsung X ₂ Terhadap Y = $PYX_2 \cdot PYX_2$	0,0829
Pengaruh tidak langsung X ₂ Terhadap Y melalui (X ₁) = $PYX_2 \cdot rX_2X_1 \cdot PYX_1$	0,1235
Pengaruh tidak langsung X ₂ Terhadap Y melalui (X ₃) = $PYX_2 \cdot rX_2X_3 \cdot PYX_3$	0,0298
Pengaruh total (X₂) terhadap Y	0,2362
Pengaruh Inovasi Produk (X₃)	
Pengaruh langsung X ₃ Terhadap Y = $PYX_3 \cdot PYX_3$	0,0253
Pengaruh tidak langsung X ₃ Terhadap Y melalui (X ₁) = $PYX_3 \cdot rX_3X_1 \cdot PYX_1$	0,0555
Pengaruh tidak langsung X ₃ Terhadap Y melalui (X ₂) = $PYX_3 \cdot rX_3X_2 \cdot PYX_2$	0,0313
Pengaruh total (X₃) terhadap Y	0,1121
Pengaruh Total X ₁ , X ₂ , X ₃ secara simultan terhadap Y	0,8146
Pengaruh Variabel lain yang tidak diteliti	0,1854

Sumber: Diolah, 2018

Hasil perhitungan pada tabel diatas menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan berpengaruh langsung terhadap kinerja pemasaran dengan nilai sebesar 0,2873. Namun secara tidak langsung, pelatihan kewirausahaan memiliki pengaruh tidak langsung (melalui riset pasar) yang lebih kecil dengan nilai sebesar 0,1253 dan melalui inovasi produk sebesar 0,0555 sehingga dengan demikian variabel riset pasar dan inovasi produk bukan merupakan variabel intervening atau variabel yang

mampu memediasi pengaruh antara variabel pelatihan kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran. Sementara itu mengenai variabel riset pasar ternyata berpengaruh langsung terhadap kinerja pemasaran dengan nilai sebesar 0,0829 dan secara tidak langsung, riset pasar memiliki pengaruh tidak langsung (melalui pelatihan kewirausahaan) yang lebih besar dengan nilai sebesar 0,1235 sehingga dengan demikian variabel pelatihan kewirausahaan merupakan variabel intervening atau variabel yang mampu memediasi pengaruh antara variabel riset pasar terhadap kinerja pemasaran. Sedangkan besarnya pengaruh tidak langsung melalui inovasi produk sebesar 0,0298 lebih kecil sehingga variabel inovasi produk bukan merupakan variabel intervening atau variabel yang mampu memediasi pengaruh antara variabel riset pasar terhadap kinerja pemasaran. Selanjutnya pengaruh langsung inovasi produk terhadap kinerja pemasaran sebesar 0,0253 dan pengaruh tidak langsung melalui pelatihan kewirausahaan sebesar 0,0555 serta melalui riset pasar sebesar 0,0313.

Adanya pengaruh secara keseluruhan variabel pelatihan kewirausahaan (X1), riset pasar (X2), dan inovasi produk (X3) mempunyai pengaruh terhadap kinerja pemasaran menunjukkan bahwa keberhasilan perusahaan yang berorientasi wirausaha dan pasar sangat ditentukan oleh kemampuannya melakukan koordinasi pemasaran, aktivitas antarfungsi dalam organisasi, respon yang cepat terhadap perubahan lingkungan persaingan, dan mengantisipasi setiap perubahan strateginya.

Kewirausahaan yang diindikasikan oleh keinovasian, keproaktifan, agresif dalam bersaing dan bersikap *risk taking* akan mampu meningkatkan kemampuan penelitian pasar, distribusi, penentuan harga produk dan jasa, pengembangan produk, komunikasi/promosi dan pengelolaan pemasaran, sebagai indikator kapabilitas pemasaran. Riset pasar menjadi sumber inspirasi perusahaan dalam melakukan cara-cara inovatif serta menjadi sumber keunggulan bersaing dalam meningkatkan kinerja perusahaan menjadi lebih baik.

Riset pasar menjadi sumber inspirasi perusahaan dalam melakukan cara-cara inovatif serta menjadi sumber keunggulan bersaing dalam meningkatkan kinerja perusahaan menjadi lebih baik. Seorang pengusaha yang berorientasi wirausaha dan beriset pasar di dalam membangun strategi untuk mengembangkan perusahaan akan mengedepankan kepuasan konsumen, dan selalu memantau apakah produk telah sesuai atau melebihi harapan konsumen. Kemampuan perusahaan dalam menciptakan produk baru akan mempermudah perusahaan tersebut saat adaptasi dengan perubahan lingkungan, seperti menyesuaikan dengan perubahan standar produk yang ditetapkan pelanggan

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis hasil penelitian dapat ditarik simpulan: bahwa pelatihan kewirausahaan, riset pasar, dan inovasi produk mampu memperbaiki kinerja pemasaran pada UMKM di Periang timur. Artinya jika pelatihan kewirausahaan, riset pasar, dan inovasi produk secara bersama-

sama meningkat akan memberikan dampak positif, maka kinerja pemasaran juga akan meningkat.

Pelatihan kewirausahaan sudah tinggi namun perlu ditingkatkan terutama dalam kepemimpinan bahwa tidak cukup hanya faktor keturunan saja untuk jadi pemimpin tetapi perlu ditingkatkan melalui pendidikan dan pelatihan.

Riset pasar perlu ditingkatkan kembali dalam mengenali pelanggan, pesaing, dan mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki untuk mendapatkan kinerja pemasaran yang lebih baik. Orientasi pelanggan dapat dilakukan dengan berorientasi pada kepuasan pelanggan, dengan cara selalu mengamati perilaku pelanggan maupun mengadakan survey tentang pelanggan.

Inovasi produk perlu ditingkatkan dengan mau menerima ide – ide baru dari karyawannya, menyediakan sarana dan prasarana untuk berkreasi, mengadakan pelatihan untuk mengembangkan kemampuan berkreasi. Inovasi teknis dapat dilakukan dengan cara selalu mengikuti atau memantau perkembangan teknolog.

Kinerja pemasaran perlu ditingkatkan yaitu dengan pelatihan tenaga penjualnya, membina hubungan baik dengan pelanggan. Perusahaan memperketat pengendalian kualitasnya, perusahaan memperluas jangkauan wilayah pemasarannya dengan melihat peluang – peluang yang memungkinkan untuk pendistribusian produknya.

DAFTAR PUSTAKA

Akimova, Irina, 2010, *Development of Market Orientation and Competitiveness of Ukrainian Firm, European Journal of Marketing.*

- Ashikia, 2010, *Adjusted Narver and Slater's Market Orientation Concept and Firm Performance in Nigerian Companies*.
- Ellis, 2013, *Market Orientation and Performance: A Meta-Analysis and Cross-National Comparisons*.
- Frees, 2013, *The Determinants of Entrepreneurial Activity, Implication for Marketing*". *European Journal of Marketing*.
- Halim, Abdul. 2010. Pengaruh Pelatihan kewirausahaan Terhadap Kapabilitas Pemasaran pada Sentra Industri Batik Pekalongan, *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Hanifah, Amelia. 2010. Pengaruh Pelatihan kewirausahaan, Budaya Organisasi Dan Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada UMKM di Jawa Barat), *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Jaworski,B.J., & Kohli, A. K. 2010. *Market Orientation : Antecedents and Consequences, Journal of Marketing*.
- Kotler, 2012, *Marketing Management*, New Jersey: 11th Ed. Prentice Hall International Edition.
- Never dan Slater, 2013. *The Effect of Market Orietation on Product Innovation*". *Journal of Marketing*.
- Setiawan, Anugra. 2013 Analisis Permintaan Produk Lampu Pijar Philips Di Kota Pekan baru *Jurnal*.
- Sudaryanto, 2011 Analisis Pengaruh Inovasi Produk Melalui Kinerja Pemasaran Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (Studi Kasus Pada Industri Kecil Dan Menengah Batik Pekalongan) *Jurnal*.
- Wahyono, 2008, Riset pasar dan Inovasi: Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran, *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol.1, No.1, Mei.

DAMPAK KEBERADAAN WISATA RELIGI TERHADAP PERKEMBANGAN EKONOMI MASYARAKAT DI KABUPATEN MOJOKERTO

¹Rachmad Hidayat, Ludi Wishnu Wardana, Wening Patmi Rahayu

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang

¹E-mail: rahmat.hidayat.fe@um.ac.id

ABSTRACT

Religious tourism is one type of tourism product that is closely related to the trust and beliefs held by someone. Objects of religious tourism are usually in the form of places of worship, clerical tombs, as well as relics of civilization history or certain religions. One of the religious tours for muslims who are quite popular is the pilgrimage to the cemetery of the Aulia or the Walisongo (Wali). Syech Jumadil Kubro is one of the Wali or figures who first spread Islam in Java. Syech Jumadil Kubro is the ancestor of the Wali in Java. Syech Jumadil Kubro's tomb became famous as a religious tourist spot since it was approved by President Abdurrahman Wahid in 2002.

The research approach used in this study is qualitative. The location of the study in this study was the Syech Jumadil Kubro Cemetery Tourism Complex located in Sentonorejo Village, Trowulan District, Mojokerto Regency, East Java. Key informants included business owner around the tomb of Syech Jumadil Kubro Religious Tourism and the Head of Sentonorejo Village in Trowulan District.

The results of the study show that: 1) there are various kinds of business opportunities for the community around religious tourism objects in the tomb of Syech Jumadil Kubro; 2) there is an increase in income and income of traders in religious tourism objects; 3) there is employment opportunities in religious tourism objects in the tomb of Syech Jumadil Kubro; 4) the contribution of Syech Jumadil Kubro's tomb religious tourism includes income from business activities and the development of infrastructure to support economic activities in the tomb of Syech Jumadil Kubro.

Keywords: religious tourism, business, community, economic activities

PENDAHULUAN

Pemerintah daerah dapat membangun potensi daerahnya dengan merealisasikan melalui upaya pengembangan di bidang ekonomi mikro. Keberadaan ekonomi mikro yang sedang berkembang di daerah saat ini adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM sebagai salah satu usaha di bidang ekonomi mikro dapat memberikan kontribusi dalam membangun potensi ekonomi daerah melalui pengembangan kreativitas masyarakat dalam berwirausaha.

Perkembangan UMKM di Indonesia telah menjadi tulang punggung sistem ekonomi kerakyatan yang mampu mengurangi masalah kesenjangan antar golongan dan antar pelaku usaha, serta dapat berperan dalam pengentasan kemiskinan (Munizu, 2010:33). Terdapat tujuh sektor dalam bisnis UMKM antara lain: (1) sektor perdagangan; (2) sektor industri pengolahan; (3) sektor pertanian; (4) sektor perkebunan; (5) sektor peternakan; (6) sektor perikanan; dan (7) sektor jasa (Bank Indonesia, 2015:36). Semua sektor UMKM tersebut tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Keberadaan UMKM sangat banyak menyerap tenaga kerja melalui usaha padat karya, sehingga sangat berkontribusi pada pendapatan daerah.

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang mempunyai peranan yang sangat penting dalam menunjang pembangunan perekonomian nasional. Untuk mengembangkan sektor ini pemerintah berusaha keras membuat berbagai kebijakan yang mendukung kearah kemajuan pariwisata. Salah satu kebijakan tersebut adalah menggali, menginventarisir, dan mengembangkan obyek-obyek wisata yang ada sebagai daya tarik utama

bagi wisatawan. Pembangunan kepariwisataan di Indonesia harus tetap mempertahankan kepribadian bangsa.

Pembangunan kepariwisataan di Indonesia dilakukan secara menyeluruh dan terpadu dengan sektor-sektor lainnya. Melalui pembangunan sektor pariwisata diharapkan mampu mendukung Pendapatan Asli Daerah (PAD). Hal tersebut dikarenakan banyaknya aspek-aspek di lingkungan tersebut yang terlibat, diantaranya aspek ekonomi maupun aspek sosial. Pariwisata telah menampilkan peranannya secara nyata dalam memberikan kontribusi terhadap kehidupan ekonomi, sosial, dan budaya bangsa.

Wisata religi merupakan salah satu jenis produk wisata yang berkaitan erat dengan kepercayaan dan keyakinan yang dianut oleh seseorang. Wisata religi merupakan kegiatan wisata umat beragama ke tempat yang memiliki makna khusus bagi agamanya. Obyek dari wisata religi biasanya berupa tempat ibadah, makam ulama, serta peninggalan-peninggalan sejarah peradaban suatu agama tertentu. Obyek wisata religi biasanya juga menjadi daya tarik tersendiri karena adanya mitos dan legenda dari masyarakat sekitarnya.

Indonesia sebagai negara religius mempunyai banyak potensi wisata religi. Banyak peninggalan sejarah berupa suatu bangunan maupun tempat khusus yang memiliki arti khusus bagi umat beragama di Indonesia. Beberapa contoh bangunan yang dijadikan wisata religi misalnya Candi Borobudur di Magelang, Masjid Menara Kudus di Kudus, dan Pura Besakih di Bali. Potensi wisata religi juga dapat dilihat dari jumlah penduduk Indonesia yang cukup besar. Penduduk Indonesia yang memiliki berbagai

macam agama tentu akan memberikan kontribusi khusus dalam pengembangan wisata religi di Indonesia.

Salah satu wisata religi bagi pemeluk agama Islam yang cukup populer adalah ziarah ke makam para Aulia atau para Walisongo. Ziarah merupakan salah satu kegiatan yang disunnahkan oleh Nabi Muhammad SAW. Ziarah ke Makam para Wali di tanah Jawa sangat berkembang pesat dan tidak pernah sepi. Beberapa Makam Walisongo merupakan tempat favorit untuk melakukan ziarah. Setiap harinya makam-makam para Walisongo tersebut didatangi rombongan jamaah tertentu dari berbagai wilayah di Jawa.

Keberadaan Walisongo di tanah Jawa tidak bisa lepas dari Syech Jumadil Kubro. Syech Jumadil Kubro merupakan salah satu wali atau tokoh yang pertama kali menyebarkan agama islam di tanah jawa. Syech Jumadil Kubro merupakan leluhur dari para Wali di tanah Jawa. Lokasi makam Syech Jumadil Kubro terletak di Makam Troloyo Desa Sentonorejo Kecamatan Trowulan Kabupaten Mojokerto Jawa Timur. Makam Syech Jumadil Kubro mulai terkenal sebagai tempat wisata religi sejak disahkan oleh Presiden Abdurrahman Wahid tahun 2002.

Fokus dalam penelitian ini antara lain ingin mengetahui: 1) peluang usaha masyarakat sekitar obyek wisata religi di makam Syech Jumadil Kubro; 2) peningkatan pendapatan pedagang di obyek wisata religi di makam Syech Jumadil Kubro; 3) penyerapan tenaga kerja di obyek wisata religi di makam Syech Jumadil Kubro; dan 4) kontribusi obyek wisata religi di makam Syech Jumadil Kubro terhadap perkembangan ekonomi masyarakat sekitar.

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Peneliti memilih menggunakan kualitatif dengan tujuan untuk mendeskripsikan dampak keberadaan wisata religi terhadap perkembangan ekonomi masyarakat di Kabupaten Mojokerto. Peneliti mendeskripsikan data yang diperoleh dari hasil penelitian dalam bentuk kata-kata yang tertuang dalam tulisan dan berupa uraian atau kalimat. Data yang terkumpul akan dipaparkan sesuai dengan kejadian sebenarnya.

Peneliti bertindak sebagai instrumen utama yang merencanakan penelitian, mengumpulkan data, menganalisis data, menarik kesimpulan, dan berperan sebagai pelapor hasil penelitian. Peneliti secara langsung hadir di Kompleks Wisata Religi Makam Syech Jumadil Kubro yang terletak di Desa Sentonorejo Kecamatan Trowulan Kabupaten Mojokerto Jawa Timur. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan studi dokumentasi. Informan pada penelitian ini adalah: 1) para pelaku usaha di sekitar Wisata Religi Makam Syech Jumadil Kubro, dan 2) Kepala Desa Sentonorejo Kecamatan Trowulan.

Analisis data dilakukan pada keseluruhan data yang diperoleh dari hasil penelitian pada Wisata Religi Makam Syech Jumadil Kubro, baik yang berupa data primer maupun data sekunder. Data tersebut akan disusun, disajikan, dan dianalisis dengan menggunakan pendekatan kualitatif sesuai dengan fokus penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Wisatawan berkunjung ke makam Syech Jumadil Kubro setiap hari biasanya rombongan besar (menggunakan bus) dan rombongan kecil (mobil). Kunjungan ramai ketika malam jumat legi setiap bulannya. Menjelang bulan Romadhon banyak wisatawan yang berkunjung hingga bermalam selama seminggu. Puncak kunjungan terjadi ketika peringatan Haul Syech Jumadil Kubro tanggal 15 dan 16 Muharram. Pada acara Haul tersebut diadakan srangkaian acara seperti Khotmil Qur-an, Istighotsah, Pembacaan Tahlil serta pagelaran Seni Hadrah yang diikuti oleh peziarah dari seluruh penjuru Jawa Timur sehingga banyak wisatawan atau peziarah yang datang untuk mengikuti acara tersebut.

Data dari Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Mojokerto menunjukkan bahwa setiap tahunnya sekitar 500 ribu pengunjung data ke makam Syech Jumadil Kubro dan mampu menghasilkan pendapatan asli daerah (retribusi) mencapai Rp 390 juta. Banyaknya para pengunjung yang datang ke makam Syech Jumadil Kubro menuntut masyarakat sekitar makam untuk beradaptasi. Kondisi banyaknya penziarah yang datang membuat lingkungannya berubah dengan drastis. Secara tidak langsung masyarakat sekitar makam tersebut turut mendapatkan berkah tersendiri. Keberadaan makam tersebut menciptakan banyak peluang usaha, sehingga berpengaruh terhadap ekonomi masyarakatnya. Beberapa peluang usaha yang miuncul antara lain warung makan, cinderamata, tempat penitipan kendaraan, serta tempat penginapan.

Tabel 1. Data Wisata Religi Mojokerto

NO	JENIS USAHA	JUMLAH	PENDAPATAN RATA-RATA
1	Warung makan dan Toko	100	Rp. 3Jt / bulan
2	Penginapan	3	Rp. 2 Jt / bulan
3	Tempat parkir (penitipan kendaraan)	5	Rp. 5 Jt / bulan
4	Asesoris	5	Rp. 2 Jt / bulan
5	Jasa Toilet (kamar mandi)	3	Rp. 3 Jt / bulan
6	Jasa ojek	17	Rp. 2 Jt / bulan
	Jumlah pelaku usaha keseluruhan	133	

(sumber: data penelitian, 2018)

Temuan penelitian yang berkaitan dengan dampak keberadaan wisata religi makam Syekh Jumadil Kubro terhadap perkembangan ekonomi masyarakat sekitarnya antara lain:

1. Peluang usaha masyarakat sekitar obyek wisata religi di makam Syekh Jumadil Kubro. Keberadaan tempat wisata makam Syekh Jumadil Kubro dengan jumlah wisatawan yang cukup besar menjadi daya tarik untuk para pemilik modal maupun pelaku usaha untuk berbisnis di kawasan tersebut. Setelah diresmikan oleh Presiden Gus Dur, banyak masyarakat yang berinvestasi di kawasan wisata tersebut. Bentuk investasi yang dilakukan oleh masyarakat bergerak dalam bidang perdagangan maupun jasa. Beberapa peluang usaha yang dapat ditemukan pada obyek wisata tersebut antara lain: rumah makan (warung makan), toko kelontong, jasa toilet (kamar mandi), jasa penitipan motor (parkir), jasa penginapan, toko asesoris (cinderamata), jasa tour dan travel.
2. Peningkatan pendapatan pedagang di obyek wisata religi di makam Syekh Jumadil Kubro. Keberadaan tempat wisata makam Syekh Jumadil Kubro

sangat jelas terlihat dengan adanya berbagai kegiatan ekonomi masyarakat setempat. Munculnya berbagai kegiatan bisnis seperti penginapan, toko, warung makanan, tempat jasa toilet umum hingga tempat penitipan sepeda akan berdampak pada penerimaan atau peningkatan pendapatan pelaku usaha tersebut.

3. Penyerapan tenaga kerja di obyek wisata religi di makam Syech Jumadil Kubro. Keberadaan tempat wisata makam Syech Jumadil Kubro berdampak pada pola pikir masyarakat sekitarnya dalam kegiatan ekonomi. Masyarakat di sekitar makam Syech Jumadil Kubro banyak yang menjadi wirausaha yang menyediakan segala keperluan wisatawan yang datang berkunjung.
4. Kontribusi obyek wisata religi di makam Syech Jumadil Kubro terhadap perkembangan ekonomi masyarakat sekitar. Adanya tempat wisata makam Syech Jumadil Kubro menjadikan pemerintah daerah menarik retribusi yang masuk dalam APBD. Hasil retribusi tersebut secara tidak langsung akan dikembalikan ke daerah tersebut untuk pembangunan fasilitas umum. Pemerintah Desa Sentonorejo maupun Kabupaten Mojokerto telah melakukan pembangunan fasilitas secara fisik di area wisata religi tersebut. Berbagai fasilitas tersebut menjadikan daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke wisata religi makam Syech Jumadil Kubro.

Peningkatan kunjungan ke sektor wisata lain di sekitar makam. Adanya tempat wisata makam Syech Jumadil Kubro juga membawa dampak pada tempat-tempat wisata di sekitar makam tersebut. Beberapa tempat wisata di sekitar makam Syech Jumadil Kubro yang ada antara lain Museum Mojopahit, Pendopo Agung Majapahit, dan Situs Lantai Segi Enam.

Beberapa obyek wisata tersebut ikut terdampak dari keberadaan wisata makam Syech Jumadil Kubro. Sebagian besar wisatawan tidak hanya berkunjung ke makam Syech Jumadil Kubro saja akan tetapi juga ke tempat-tempat wisata di sekitarnya.

Perubahan struktur sosial. Adanya tempat wisata makam Syech Jumadil Kubro membawa berkah tersendiri bagi masyarakat sekitarnya. Melalui bisnis atau usaha yang dijalankan oleh mereka ada beberapa yang berhasil dalam menjalankan. Beberapa dari mereka ada yang beralih profesi menjadi lebih baik dari pekerjaannya sebelumnya. Bahkan ada dari mereka yang sudah memiliki asisten atau pekerja, dengan kata lain dulu mereka menjadi pekerja dan setelah wisata makam Syech Jumadil Kubro dibuka mereka menjadi majikan.

Keberadaan tempat wisata makam Syech Jumadil Kubro juga berdampak pada jumlah lembaga pendidikan yang ada di sekitarnya. dalam kurun waktu tiga belas tahun sudah ada tujuh lembaga pendidikan yang berdiri. Keberadaan tempat wisata tersebut membuat pemerintah menaruh perhatian khusus dengan membuka lembaga pendidikan sekolah menengah kejuruan dengan jurusan pariwisata.

Peluang usaha masyarakat sekitar obyek wisata religi di makam Syech Jumadil Kubro

Salah satu wisata religi bagi pemeluk agama Islam yang cukup populer adalah ziarah ke makam para Aulia atau para Walisongo. Syech Jumadil Kubro merupakan salah satu wali atau tokoh yang pertama kali menyebarkan agama islam di tanah Jawa. Syech Jumadil Kubro merupakan

leluhur dari para Wali di tanah Jawa. Makam Syech Jumadil Kubro mulai terkenal sebagai tempat wisata religi sejak disahkan oleh Presiden Abdurrahman Wahid tahun 2002.

Sejak diresmikannya makam Syech Jumadil Kubro pada tahun 2002 banyak masyarakat sekitar makam mulai berinvestasi untuk melayani kebutuhan wisatawan yang datang. Keberadaan tempat wisata makam Syech Jumadil Kubro dengan jumlah wisatawan yang cukup besar menjadi daya tarik untuk para pemilik modal maupun pelaku usaha untuk berbisnis di kawasan tersebut. Bentuk investasi yang dilakukan oleh masyarakat bergerak dalam bidang perdagangan maupun jasa.

Pembangunan infrastruktur yang dilakukan oleh pemerintah daerah pada kompleks makam Syech Jumadil Kubro turut menarik minat para pelaku usaha dan pemilik modal untuk mendirikan bisnis di lokasi tersebut. Beberapa peluang usaha yang dapat ditemukan pada obyek wisata tersebut antara lain: rumah makan (warung makan), toko kelontong, jasa toilet (kamar mandi), jasa penitipan motor (parkir), jasa penginapan, toko asesoris (cinderamata), jasa fotografi, jasa tiket, jasa tour dan travel.

Peluang usaha yang ada di lokasi wisata makam Syech Jumadil Kubro dapat bertambah seiring banyaknya wisatawan yang datang berkunjung. Banyak tidaknya wisatawan yang datang berkunjung ke lokasi wisata sangat dipengaruhi oleh fasilitas yang ada.

Perkembangan di bidang ekonomi dapat meningkatkan daya beli dan investasi masyarakat. Peningkatan daya beli mendorong peningkatan perputaran uang di berbagai sektor bisnis (termasuk pariwisata). Wisatawan yang memiliki daya beli tinggi dapat memilih destinasi dengan nilai kepuasan

yang lebih tinggi. Peningkatan ekonomi juga meningkatkan dana investasi untuk membangun, memperbaiki, dan meningkatkan sarana dan prasarana pariwisata (Tathgati, 2015:4).

Sektor pariwisata merupakan multisektor yang mencakup berbagai kegiatan ekonomi. Keterkaitan sektor pariwisata dengan berbagai sektor ekonomi dapat mendorong laju pertumbuhan sektor-sektor lainnya. Pengeluaran wisatawan yang dikeluarkan di tempat mereka berwisata, seperti penggunaan jasa transportasi, hiburan, jasa rekreasi, pedagang, makanan dan minuman serta penggunaan jasa akomodasi akan membawa dampak pada perekonomian baik secara langsung maupun tidak langsung (Anisah dan Riswandi: 2015).

Peningkatan pendapatan pedagang di obyek wisata religi di makam Syech Jumadil Kubro

Obyek wisata makam Syech Jumadil Kubro sangat potensial untuk industri wisata, karena jumlah kunjungan wisatawan sangat tinggi. Kunjungan wisatawan paling tinggi terjadi pada malam jumat legi setiap bulannya yaitu rata-rata 5000 pengunjung. Kunjungan wisatawan atau peziarah ke Makam Syech Jumadil Kubro mengalami puncak kunjungan terbesar pada saat peringatan haul Syech Jumadil Kubro. Pada saat peringatan haul tersebut terdapat berbagai macam rangkaian kegiatan, yaitu kirab kubro gunung tumpeng, lailatul hadrah, semaan dan khotmil Qur'an, dan pengajian akbar.

Besarnya wisatawan yang datang ke makam Syech Jumadil Kubro berdampak pada peningkatan penghasilan masyarakat. Keberadaan tempat

wisata makam Syech Jumadil Kubro sangat jelas terlihat dengan adanya berbagai kegiatan ekonomi masyarakat setempat. Munculnya berbagai kegiatan bisnis seperti penginapan, toko, warung makanan, tempat jasa toilet umum hingga tempat penitipan sepeda akan berdampak pada penerimaan atau peningkatan pendapatan pelaku usaha tersebut.

Banyaknya wisatawan yang datang ke makam Syech Jumadil Kubro maka semakin banyak pula uang yang dibelanjakan di daerah tersebut. Dengan adanya kegiatan konsumtif dari wisatawan, maka akan memperbesar pendapatan para pelaku usaha di wilayah tersebut. Semakin tingginya arus kunjungan wisatawan ke makam Syech Jumadil Kubro maka pendapatan sektor pariwisata di Kabupaten Mojokerto juga akan semakin meningkat.

Wisatawan yang datang berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata merupakan sumber pendapatan (*income generator*) dan sekaligus juga berfungsi sebagai alat pemerataan (*redistribution of income*). Adapun pengeluaran disini yang dimaksud adalah pengeluaran terhadap penyewaan homestay, rumah makan, transportasi, konsumsi barang dan jasa, yang secara tidak langsung berdampak pada jumlah kesempatan kerja bagi masyarakat lokal (Yoeti, 2008:202).

Dampak langsung dari pariwisata dapat dilihat dari pendapatan yang diterima oleh pelaku usaha yang diperoleh dari pengeluaran pengunjung. Sedangkan Dampak tidak langsung yaitu pendapatan yang diterima oleh pelaku usaha yang memenuhi kebutuhan usaha atau pihak yang menjadi pemasok bagi pelaku usaha yang terlibat langsung dalam sektor pariwisata (Ardahaey, 2011).

Penyerapan tenaga kerja di obyek wisata religi di makam Syech Jumadil Kubro

Banyaknya para pengunjung yang datang ke makam Syech Jumadil Kubro menuntut masyarakat sekitar makam untuk beradaptasi. Kondisi banyaknya penziarah yang datang membuat lingkungannya berubah dengan drastis. Secara tidak langsung masyarakat sekitar makam tersebut turut mendapatkan berkah tersendiri. Keberadaan makam tersebut menciptakan banyak peluang usaha, sehingga berpengaruh terhadap ekonomi masyarakatnya. Beberapa peluang usaha yang muncul antara lain warung makan, cinderamata, tempat penitipan kendaraan, serta tempat penginapan.

Banyaknya peluang usaha yang ada di makam Syech Jumadil Kubro tersebut secara langsung akan meningkatkan lapangan pekerjaan yang ada. Masyarakat di sekitar makam Syech Jumadil Kubro banyak yang menjadi wirausaha yang menyediakan segala keperluan wisatawan yang datang berkunjung.

Sektor pariwisata di makam Syech Jumadil Kubro dapat membuka banyak lapangan kerja sehingga dapat mengurangi tingkat pengangguran yang tentu saja berdampak baik untuk kesejahteraan masyarakat. Keberadaan wisata religi makam Syech Jumadil Kubro memberikan kesempatan bagi para pelaku usaha (pengusaha kecil dan besar) untuk menyerap tenaga kerja.

Manfaat dari pariwisata bagi suatu negara di bidang ekonomi antara lain: a) meningkatkan kesempatan kerja dan kesempatan berusaha, b) meningkatkan devisa, c) meningkatkan dan pemerataan pendapatan rakyat, d) meningkatkan ekspor, dan e) menunjang pembangunan daerah (Yoeti, 2006).

Kegiatan pariwisata akan menimbulkan permintaan (*demand*) akan barang dan jasa sehingga merangsang pertumbuhan industri, meningkatkan kegiatan produksi, penyediaan lapangan pekerjaan, dan dapat menjadi salah satu sumber penerimaan daerah berupa pajak. Semakin banyak permintaan wisatawan maupun industri pariwisata, maka dapat semakin meningkatkan produktifitas sektor-sektor ekonomi. Ini menunjukkan bahwa pariwisata memiliki efek multiplier yang kuat terhadap sektor-sektor lainnya (Utama, 2006).

Kontribusi obyek wisata religi di makam Syech Jumadil Kubro terhadap perkembangan ekonomi masyarakat sekitar

Adanya tempat wisata makam Syech Jumadil Kubro menjadikan pemerintah daerah menarik retribusi yang masuk dalam APBD. Hasil retribusi tersebut secara tidak langsung akan dikembalikan ke daerah tersebut untuk pembangunan fasilitas umum. Pemerintah Desa Sentonorejo maupun Kabupaten Mojokerto telah melakukan pembangunan fasilitas secara fisik di area wisata religi tersebut. Berbagai fasilitas tersebut menjadikan daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke wisata religi makam Syech Jumadil Kubro.

Kontribusi wisata religi makam Syech Jumadil Kubro terhadap pendapatan pemerintah dapat diuraikan menjadi dua, yakni: kontribusi langsung dan tidak langsung. Kontribusi langsung berasal dari pajak pendapatan yang dipungut dari para pekerja pariwisata dan pelaku bisnis di wisata religi makam Syech Jumadil Kubro. Sedangkan kontribusi tidak langsung di wisata religi makam Syech Jumadil Kubro terhadap pendapatan

pemerintah berasal dari pajak atau bea cukai barang-barang tertentu yang dikenakan kepada wisatawan yang berkunjung.

Dampak pariwisata adalah perubahan-perubahan yang terjadi terhadap masyarakat sebagai komponen dalam lingkungan hidup sebelum dan setelah ada kegiatan pariwisata. Identifikasi tersebut diartikan sebagai suatu proses penetapan mengenai pengaruh dari perubahan sosial ekonomi, budaya, tradisi dan perilaku untuk meningkatkan kualitas hidup (Sidarta, 2002).

Adanya tempat wisata makam Syech Jumadil Kubro juga membawa dampak pada tempat-tempat wisata di sekitar makam tersebut. Beberapa tempat wisata di sekitar makam Syech Jumadil Kubro yang ada antara lain Museum Mojopahit, Pendopo Agung Majapahit, dan Situs Lantai Segi Enam. Beberapa obyek wisata tersebut ikut terdampak dari keberadaan wisata makam Syech Jumadil Kubro. Sebagian besar wisatawan tidak hanya berkunjung ke makam Syech Jumadil Kubro saja akan tetapi juga ke tempat-tempat wisata di sekitarnya.

Semakin banyak permintaan wisatawan maupun industri pariwisata, maka dapat semakin meningkatkan produktifitas sektor-sektor ekonomi. Ini menunjukkan bahwa pariwisata memiliki efek multiplier yang kuat terhadap sektor-sektor lainnya (Utama, 2006).

Wisatawan yang datang dan berkunjung ke kompleks makam Syech Jumadil Kubro terlebih dulu harus membeli tiket masuk atau peron dengan harga sangat murah dan bisa terjangkau oleh semua kalangan yaitu hanya Rp 500,-. Dari semua retribusi wisatawan tersebut semua masuk kedalam APBD. Peningkatan jumlah wisatawan yang terus meningkat maka berbanding lurus

dengan pendapatan yang diperoleh sehingga pengembangan dan pembangunan di makam Syech Jumadil Kubro berjalan dengan lancar.

Kebijakan pemerintah daerah maupun desa Sentonorejo Kabupaten Mojokerto dengan didukung oleh masyarakat daerah makam Syech Jumadil Kubro dengan semakin memberikan kenyamanan dan kemudahan dapat terus meningkatkan jumlah pengunjung. Berkembangnya lokasi wisata religi makam Syech Jumadil Kubro juga dapat mendorong pemerintah Desa Sentonorejo untuk menyediakan infrastruktur yang lebih baik, misalnya: penyediaan air bersih, listrik, telekomunikasi, transportasi umum dan fasilitas pendukung lainnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan temuan penelitian dan pembahasan yang sudah dipaparkan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Peluang usaha masyarakat sekitar obyek wisata religi di makam Syech Jumadil Kubro antara lain rumah makan (warung makan), toko kelontong, jasa toilet (kamar mandi), jasa penitipan motor (parkir), jasa penginapan, toko asesoris (cinderamata), jasa fotografi, jasa tiket, jasa tour dan travel.
2. Terjadi peningkatan penerimaan dan pendapatan pedagang di obyek wisata religi di makam Syech Jumadil Kubro setelah diresmikan pada tahun 2002.
3. Terjadi penyerapan tenaga kerja di obyek wisata religi di makam Syech Jumadil Kubro baik sebagai wirausaha dan penyerapan tenaga kerja oleh pengusaha kecil.

4. Kontribusi obyek wisata religi di makam Syech Jumadil Kubro terhadap perkembangan ekonomi masyarakat sekitar antara lain pada penerimaan pendapatan dari kegiatan usahanya serta pembangunan infrastruktur penunjang kegiatan perekonomian di makam Syech Jumadil Kubro.

Peneliti mengajukan beberapa saran terkait penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

1. Hendaknya Pemerintah Kabupaten Mojokerto membangun dan merevitalisasi sarana publik yang ada di kawasan makam Syech Jumadil Kubro.
2. Hendaknya Pemerintah Kabupaten Mojokerto memberikan bantuan pelatihan kewirasusahaan dan kepariwisataan kepada masyarakat di kawasan makam Syech Jumadil Kubro.
3. Hendaknya Pemerintah Kabupaten Mojokerto membentuk jaringan pelaku ekonomi kreatif untuk memajukan potensi wisata religi di kawasan makam Syech Jumadil Kubro.

DAFTAR PUSTAKA

- Anisah dan Riswandi. 2015. Pantai Lampuuk dan Dampaknya Terhadap Perekonomian Masyarakat. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Publik* Volume 2 Nomor 2, November 2015 ISSN. 2442-7411.
- Ardahaey, FT. 2011. Economic Impacts Of Tourism Industry. *International Journal of Business and Management*, Volume 6, Nomor 8, Agustus 2011.
- Chotib, M. 2015. Wisata Religi di Kabupaten Jember. *Jurnal Fenomena*. Vol.14 No. 2

- Dritasto, A dan Anggraeni, AA. 2013. Analisis Dampak Ekonomi Wisata Bahari terhadap Pendapatan di Masyarakat Pulau Tidung. *Jurnal Institut Teknologi Nasional* 2013.
- Jatmiko, RD. 2003. *Manajemen Stratejik*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang Press
- Nata, A. 2000. *Pemikiran Para Tokoh tentang Pendidikan Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Ruslan, ASN. 2007. *Ziarah Wali Spiritual Sepanjang Masa*. Yogyakarta: Pustaka Timur
- Suryono, A. 2004. *Paket Wisata Ziarah Umat Islam*. Semarang: Kerjasama Dinas Pariwisata Jawa Tengah dan STIEPARI Semarang
- Tathagati, A. 2015. *Super Tourismpreneur, A-Z Inspirasi Bisnis dan Mengelola Bisnis Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Utama, M.A. (2006). “*Pengaruh Perkembangan Pariwisata Terhadap Kinerja Perekonomian Dan Perubahan Struktur Ekonomi Serta Kesejahteraan Masyarakat Di Provinsi Bali*”. Disertasi. Fakultas Ekonomi Universitas Udayana Denpasar.
- Yoeti, OA. 2006. *Tours and Travel Marketing*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Yoeti, OA. 2008. *Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi dan Aplikasi*. Jakarta: Kompas

KONDISI SOSIAL EKONOMI PETANI KOPI ARABICA SP (*Coffea Arabica* SP) DI KECAMATAN SILIH NARA KABUPATEN ACEH TENGAH

Ilma Fitri

Universitas Gajah Putih

E-mail: araemafitri@gmail.com; fitri.irma92@yahoo.com

ABSTRACT

Arabica Coffee (*Coffea Arabica*, SP) is one of the leading commodities and mainstay community of Central Aceh District and Bener Meriah. Arabica Coffee (*Coffea Arabica*, SP) can grow and cultivate above altitude 1600-1800 above sea level. Arabica Coffee (*Coffea Arabica*, SP) has a promising economic value for farmers and has a unique taste for coffee lovers and connoisseurs. The purpose of this study is to know how much influence the level of education level of farmers and farmers' farming experience in Arabica Coffee (*Coffea Arabica*, SP) to increase coffee production. This research was conducted on July 2011 until August 2011 which took place at the research place in Arul Gele, Remesen and Paya Beke Kecamatan Silih Nara Central Aceh Regency. The number of samples is 43 samples. Analysis method used is multiple linear regression. Based on the research results obtained simultaneous test (F test) obtained the value of $F_{hitung} = 21.174$ while for $F_{tabel} = 3.23$ Thus $F_{hitung} > F_{tabel}$ then the decision method that factors education level and experience significantly influence the increase in income with the criteria decision reject H_0 and thank H_a . Based on the individual test (T test) it is found that education level factor $T_{hitung} = 2.466 > T_{table} = 2,021$. Factors of experience of farming $T_{hitung} = 6.331 > T_{table} 2.021$ means that education and experience experience have a real impact on the increase of Arabica Coffee (SPF) production. Based on multiple linear regression equation obtained by constant of 10,359 coagesian X_1 2,446 and coefficient X_2 equal to 6,331.

Keywords: Socio-Economic Condition of Arabica Coffee Peasant (*Coffea Arabica*, SP)

PENDAHULUAN

Tanaman perkebunan di Indonesia mempunyai peranan penting dalam menyumbangkan devisa Negara baik yang di ekspor maupun yang diolah didalam Negara dan penyedia lapangan kerja. Dengan demikian kuantitas tanaman dan kualitas harus terus didukung dengan pengetahuan, teknologi dan tersedianya inovasi dengan pengetahuan penyuluhan dan bimbingan bagi para petani.

Provinsi aceh merupakan salah satu daerah yang cocok dikembangkannya budidaya tanaman kopi khususnya Kabupaten Aceh Tengah dan Bener Meriah. Hal ini disebabkan oleh iklim dan keadaan alam yang sangat mendukung syarat tumbuh tanaman kopi yang berkisar diantara ketinggian 100-2500 m dpl. Curah hujan yang tinggi akan membuat tanaman kopi tumbuh subur.

Kecamatan Silih Nara adalah salah satu Kecamatan yang memiliki luas lahan pekebunan kopi yang terluas di Kabupaten Aceh Tengah. Jenis kopi yang didominasi dibudidayakan oleh petani di Kecamatan Silih Nara adalah jenis kopi arabika. Keunggulan kopi yang diusahakan tersebut terletak pada rasa yang dihasilkan, selain itu juga kopi arabika merupakan komoditi ekspor yang banyak diminati oleh para penikmat kopi dunia, selain itu juga kopi arabika memiliki harga jual yang cukup mahal. Berikut dapat kita lihat perkembangan luas lahan kopi di Kabupaten Aceh Tengah.

Tabel 1. Perkembangan Luas lahan, Produksi, dan Produktivitas Kopi di Kabupaten Aceh Tengah 2015.

NO	NAMA KECAM ATAN	KETERANG AN	TAHUN					JUMLAH
			2011	2012	2013	2014	2015	
1.	Kebayakan	Tanaman						
		(Ha)	3.010	3.010	3.010	3.020	3.098	15.148
		Produksi						
		(Ton)	1.740	1.740	1.740	1.858	11.909	18.987
		Produktivitas						
		(Kg/Ha)	750	750	750	718	725	3.693
2.	Bebesen	Tanaman						
		(Ha)	2.049	2.049	2.049	2.049	2.215	10.411
		Produksi						
		(Ton)	1.463	1.463	1.442	1.442	1.487	7.297
		Produktivitas						
		(Kg/Ha)	700	700	775	730	730	3.635
3.	Pegasing	Tanaman						
		(Ha)	4.753	4.753	4.761	4.761	4.781	23.809
		Produksi						
		(Ton)	2.772	2.772	3.391	2.931	2.217	14.083
		Produktivitas						
		(Kg/Ha)	720	720	750	700	740	3.630
4.	Bies	Tanaman						
		(Ha)	826	826	826	826	914	4.218

NO	NAMA KECAM ATAN	KETERANG AN	TAHUN					JUMLAH
			2011	2012	2013	2014	2015	
5.	Silih Nara	Produksi						
		(Ton)	382	382	473	473	518	2.228
		Produktivitas						
		(Kg/Ha)	770	770	775	724	740	3.779
		Tanaman						
		(Ha)	10.967	10.967	11.189	11.189	10.291	54.603
		Produksi						
		(Ton)	4.657	4.657	6.395	6.395	6.302	28.406
		Produktivitas						
		(Kg/Ha)	700	700	750	718	725	3.593
		Tanaman						
		(Ha)	1.991	1.991	2.286	2.289	2.709	11.266
6.	Rusip Antara	Produksi						
		(Ton)	468	468	12.051	12.051	180	25.218
		Produktivitas						
		(Kg/Ha)	700	700	750	718	720	3.588
		Tanaman						
		(Ha)	3.851	3.851	3.943	3.943	3.939	19.527
		Produksi						
		(Ton)	1.916	1.916	2.223	2.223	2.243	10.521
		Produktivitas						
		(Kg/Ha)	750	750	765	718	720	3.703
		Tanaman						
		(Ha)						

NO	NAMA KECAM ATAN	KETERANG AN	TAHUN					JUMLAH
			2011	2012	2013	2014	2015	
8.	Jagong Jeget	Tanaman						
		(Ha)	2.725	2.725	2.275	2.685	3.009	13.419
		Produksi						
		(Ton)	1.769	1.769	1.794	1.794	1.809	8.935
		Produktivitas						
		(Kg/Ha)	750	750	755	720	725	3.700
9.	Atu Lintang	Tanaman						
		(Ha)	2.868	2.868	2.868	2.868	3.070	14.542
		Produksi						
		(Ton)	1.762	1.762	1.812	1.812	1.871	9.019
		Produktivitas						
		(Kg/Ha)	750	750	760	718	720	3.698
10.	Bintang	Tanaman						
		(Ha)	2.456	2.456	2.456	2.983	2.929	13.280
		Produksi						
		(Ton)	335	335	1.092	1.092	1.028	3.882
		Produktivitas						
		(Kg/Ha)	750	750	765	718	715	3.698
11.	Ketol	Tanaman						
		(Ha)	2.648	2.648	6.009	5.583	3.735	20.623
		Produksi						
		(Ton)	335	335	2.717	2.717	2.068	8.172

NO	NAMA KECAM ATAN	KETERANG AN	TAHUN					JUMLAH
			2011	2012	2013	2014	2015	
12.	Lut Tawar	Produktivitas (Kg/Ha)	660	660	680	718	725	3.443
		Tanaman (Ha)	1.908	1.908	1.908	1.908	1.996	9.628
		Produksi (Ton)	866	866	1.984	1.084	1.163	5.963
		Produktivitas (Kg/Ha)	600	600	690	718	720	3.328
		Tanaman (Ha)	2.936	2.936	3.090	3.090	2.936	14.988
13.	Celala	Produksi (Ton)	1.274	1.274	1.832	1.823	1.716	7.919
		Produktivitas (Kg/Ha)	660	660	690	718	720	3.448

Sumber: data skunder dinas perkebunan Kabupaten Aceh Tengah 2011-2015

Dari data tabel 1 diatas dapat kita lihat bahwa luas lahan perkebunan kopi arabika di Kecamatan Silih Nara merupakan daerah yang berpotensi sebagai penghasil kopi arabika. Hal ini merupakan salah satu asset yang harus dimanfaatkan sebagai upaya meningkatkan hasil produksi kopi dalam rangka meningkatkan ekspor kopi. Namun produksinya masih belum sesuai dengan perkembangan luas lahan yang ada di Kecamatan Silih Nara. Ini

menunjukkan bahwa betapa besarnya potensi peningkatan produksi komoditas kopi guna untuk menopang perekonomian masyarakat. Dalam hal peningkatan produksi kopi, petani tidak terlepas dari pengetahuan dan pengalaman dalam mengelola usahatani, karena pada dasarnya pengetahuan mempengaruhi tingkat daya pikir seseorang dalam menentukan dan pengambilan keputusan yang tepat.

Usahatani adalah ilmu yang mempelajari tentang cara petani mengelola input produksi (tanah, tenaga kerja modal) dengan efektif, efisien dan berkelanjutan untuk memperoleh hasil yang tinggi (Abdul Rahman, 2008 :158). Menurut Suparmoko (1990: 68) faktor-faktor sosial ekonomi terdiri dari: umur, pendidikan, pekerjaan, pendapatan, dan keadaan keluarga. Sedangkan menurut Soekartawi (2003: 4) faktor-faktor sosial ekonomi adalah tingkat pendidikan, tingkat keterampilan, tingkat pendapatan yang berperan mempengaruhi tingkat produksi.

Menurut Hernanto Fadholi (1996: 45) Semakin lama pengalaman petani dalam berusaha maka akan semakin berhati-hati dalam memperhitungkan kemungkinan resiko yang akan dihadapinya. Menurut M. Hasan Su'ud (2004:19) pendidikan merupakan bagian integral dalam pertanian dalam menyerap inovasi dan pemecahan masalah seefisien mungkin.

METODE PENELITIAN

1. Lokasi, Objek dan Ruang Lingkup Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Kecamatan Silih Nara Kabupaten Aceh Tengah, penentuan lokasi dilakukan secara sengaja dengan pertimbangan bahwa daerah tersebut merupakan lokasi perkebunan kopi yang terluas di Kabupaten Aceh Tengah. Objek penelitian ini adalah para petani yang mengusahakana kopi arabika (*Coffea Arabica sp*) di Kabupaten Aceh Tengah. Ruang lingkup penelitian ini berkisar tentang kondisi social ekonomi petani kopi arabika (*Coffea Arabica sp*) di Kabupaten Aceh Tengah dilihat dari tingkat pendidikan dan pengalaman berusaha tani.

2. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini yaitu sebanyak 470 petani terbagi kedalam 3 Kampung yakni Kampung Paya Beke sebanayak 200 petani, Kampung Arul Gele sebannyak 105 petani dan Kampung Remesen sebanayak 130 petani. Penarikan sampel dilakukan secara persentase dimana 10% dari masing-masing jumlah kk di masing-masing Kampung. Diperoleh jumlah sampel yakni sebesar 43 sampel.

3. Metode Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Wawancara (*interview*) langsung dengan responden.
- Penggunaan kuisisioner/ daftar pertanyaan yang sudah dipersiapkan
- Studi lapang melihat langsung ke lokasi penelitian

- Studi pustaka dan instansi-instansi terkait yang ada hubungannya dengan penelitian ini

4. Metode Analisa

Metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode analisa Regresi linier berganda dimana variabel terikat Y dihubungkan atau di jelaskan lebih dari satu variabel bebas X. Bentuk persamaan regresi linier berganda (sudjana. 2005: 347)

$$\hat{Y} = B_0 + B_1 X_1 + B_2 X_2 + B_3 X_3 + B_4 X_4$$

Dimana:

$\hat{Y}$: Produksi (Variabel dependen)

B_0 : Konstansta

B_1 : Koefesien tingkat pendidikan

B_2 : Koefesien pengalaman berusahatani

X_1 : Tenaga Kerja

X_2 : Pengalaman berusahatani

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Daerah Penelitian

b. Letak

Kecamatan Silih Nara merupakan salah satu Kecamatan yang ada di Kabupaten Aceh Tengah dengan ketinggian rata-rata 900 – 1500 m dpl dengan batas-batas wilayah:

- Sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Bies
- Sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Rusip Antara
- Sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Ketol

- Sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Celala

Secara ekonomi Kecamatan Silih Nara sangat diuntungkan dengan adanya pasar dan sarana transportasi (terminal) keluar menuju Kecamatan Celala, Kecamatan Rusip Antara, Kecamatan Ketol dan ke Kota Kabupaten.

c. Keadaan dan Luas Wilayah

Kecamatan Silih Nara memiliki luas wilayah 98.000 km² dan memiliki 33 Kampung dan diantara 33 kampung ada 4 Kampung depenitip dengan jumlah penduduk 21.117 jiwa. Jika dilihat dari luas daerah dalam penggunaan lahan, umumnya masyarakat yang ada di Kecamatan Silih Nara bekerja di bidang pertanian. Untuk lebih jelas dapat kita lihat pada tabel 2 berikut ini.

Tabel 2. Luas wilayah (ha) Dan Penggunaan Lahan Didaerah Penelitian

NO	URAIAN	JUMLAH (Ha)	PRESENTASE %
1.	Tanah sawah	868	10,31
2.	Tegal kebun	638	7,58
3.	Ladang huma	398	4,73
4.	Padang rumput	105	1,25
5.	Kolam/tambak	84	1,00
.	Hutan / rakyat	147	1,75
7.	Perkebunan	6.072	72,10
8.	Hutan negara	110	1,31
JUMLAH		8.422	100

Sumber : Data Sekunder 2010

2. Karakteristik petani

Karakteristik petani akan menentukan kemampuan petani dalam bekerja dalam mengelola usahatani. Adapun Karakteristik petani kopi arabika yang diperoleh dari hasil penelitian bila dilihat dari umur dan jumlah tanggungan. Dalam mengelola usahatani petani diharapkan petani yang umurnya masih produktif antara 17 – 55 tahun. Sesuai dengan batasan tersebut petani sampel masih berada dalam batasan usia produksi. Dan mempunyai anggota keluarga yang dapat membantu dalam kegiatan usahatani. maka dapat kita lihat pada tabel 3 berikut ini.

Tabel 3. Karakteristik petani sampel di daerah penelitian pada tahun 2015.

NO	URAIAN	SATUAN	RATA-RATA
1.	Umur	Tahun	36 - 50
2.	Jumlah tanggungan	Jiwa	2 - 3

Sumber : Data Primer Diolah 2011

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa rata-rata umur berkisar pada umur > 36 - 50 tahun. Rata-rata jumlah anggota dalam keluarga petani di kopi arabika di Kabupaten Aceh Tengah adalah 2-3 orang/keluarga. Jumlah anggota keluarga berada pada kategori sedang.

3. Kondisi Sosial Ekonomi Petani Kopi Arabika

Salah satu tujuan pembangunan ekonomi adalah upaya untuk mengetaskan kemiskinan secara bertahap, berbagai upaya yang dilakukan seperti pengelolaan sumber daya alam yang meliputi usahatani bidang perkebunan. Para petani merupakan basis ekonomi atau penopang ekonomi.

Hal ini tidak terlepas dari bagaimana cara petani dalam menerapkan ilmu yang dimiliki, menerapkan inovasi dan teknologi baru melalui:

a. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan merupakan faktor yang dapat menunjang proses penerapan teknologi, inovasi dan informasi baru dalam bidang pertanian. Dengan tingkat pendidikan yang rendah tentu saja penyerapan teknologi, inovasi dan informasi semakin lambat sehingga usaha-usaha yang mengarah pada peningkatan produksi dan pendapatan akan terhambat pula. Adapun rata-rata tingkat pendidikan petani kopi arabika yang di peroleh dari hasil penelitian dapat kita lihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Tingkat Pendidikan Petani Kopi Arabika Di Daerah Penelitian Tahun 2011 di Kecamatan Silih Nara Kabupaten Aceh Tengah.

NO	PENDIDIKAN	JUMLAH RESPONDEN	PERSENTASE (%)
1.	SD	13	30,23
2.	SMP	14	32,55
3.	SMA	16	37,20
JUMLAH		43	100

Sumber: Data primer diolah 2011

Berdasarkan data pada tabel 4 diatas menyatakan bahwa tingkat pendidikan di daerah penelitian SD sebanyak 13 orang atau setara 30.23%, SMP sebanyak 14 orang atau setara 32.55% dan tingkat pendidikan SMA sebanyak 16 orang atau setara 37.20%.

b. Pengalaman Berusaha tani

Pengalaman berusaha tani tidak kalah pentingnya dalam menunjang kegiatan usahatani. Pengalaman berusaha tani yang lebih lama akan lebih mudah dalam mengantisipasi berbagai kendala-kendala yang dihadapi dalam berusaha tani. Petani yang memiliki pengalaman berusaha tani yang lebih lama akan lebih mudah dalam pengambilan keputusan terbaik pada saat yang paling tepat. Dapat kita lihat pada tabel 5 berikut rata-rata pengalaman berusaha tani petani kopi arabika di daerah penelitian.

Tabel 5. Pengalaman Berusahatani Petani Kopi Arabika Di daerah Penelitian 2011.

NO	PENGALAMAN BERUSAHATANI	JUMLAH RESPON	PERSENTASE
1.	5-10	9	20,93
2.	11-15	14	33,33
3.	16-20	11	25,58
4.	>20	9	20,93
JUMLAH		43	100

Sumber: Data primer diolah 2011

Berdasarkan data pada tabel diatas menyatakan bahwa pengalaman berusaha tani di daerah penelitian 5-10 tahun sebanyak 9 orang atau setara 20.93%, pengalaman berusaha tani 11-15 tahun sebanyak 14 orang atau setara 33.33%, pengalaman berusaha tani 16-

20 tahun sebanyak 11 orang atau setara 25.58% dan pengalaman berusahatani >20 tahun sebanyak 9 orang atau setara 20.93%

4. Analisa Regresi Berganda

Untuk mengetahui besarnya pengaruh tingkat pendidikan dan pengalaman berusahatani terhadap peningkatan produksi dianalisa dengan menggunakan model regresi linier berganda. Adapun hasil analisa regresi linier berganda dapat kita lihat pada tabel berikut ini:

Tabel 6. Hasil Analisa Regresi Linier Berganda

VARIABEL	KOEFESIEN REGRESI	t_{hitung}	F_{hitung}
X1	105.006	2.466	21.174
X2	119.620	6.331	
Konstanta	6.610.286	10.359	

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2011

Berdasarkan hasil analisa diketahui bahwa koefisien regresi tingkat pendidikan 105.006, koefisien regresi pengalaman berusahatani 119.620 dan nilai konstanta 6.610.286 (nilai persamaan regresi jika faktor tingkat pendidikan dan pengalaman berusahatani di anggap konstan). Sehingga berdasarkan nilai koefisien regresi linier berganda diperoleh persamaan.

$$\hat{Y} = 6.610.286 + 105.006 X_1 + 119.620 X_2$$

Untuk menguji tingkat signifikansi koefisien tingkat pendidikan dan pengalaman berusahatani dapat kita gunakan uji t. pada tabel diatas kita lihat

bahwa nilai t_{hitung} masing-masing faktor tingkat pendidikan t_{hitung} 2.466 dan pengalaman berusahatani t_{hitung} 6.331 dimana tingkat kesalahan dengan nilai $\alpha = 5\%$ dan nilai t_{tabel} 2.00. artinya faktor tingkat pendidikan dan pengalaman berusahatani berpengaruh signifikan terhadap peningkatan produksi kopi di daerah penelitian Kecamatan Silih Nara Kabupaten Aceh Tengah.

Jika diperhatikan dari kolom analisa ragam diperoleh nilai $F_{hitung} = 21.174$ dan F_{tabel} dimana tingkat kesalahan dengan nilai $\alpha = 5\%$ atau 0,005 (3:42) adalah 2.83. karena $F_{hitung} > F_{tabel}$, dimana dapat kita lihat bahwa nilai probabilitasnya lebih kecil dari taraf signifikansinya yakni $(0.000) < (0.05)$. Berdasarkan hasil dari penelitian dengan menggunakan alat analisa regresi linier berganda bahwa apabila terjadi peningkatan tingkat pendidikan sebesar 1 tahap tingkat pendidikan, maka akan meningkatkan produksi kopi arabika sebesar 105.006 ton kopi/Ha/ tahun. Dan apabila terjadi peningkatan pengalaman berusahatani sebesar 1 tahun, maka akan meningkatkan produksi kopi arabika sebesar 119.620 ton kopi/Ha/ tahun.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan dapat diambil beberapa kesimpulan bahwa:

1. Hasil perhitungan berdasarkan uji serentak (uji F) bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka kaedah keputusan bahwa faktor tingkat pendidikan dan pengalaman berusahatani berpengaruh nyata terhadap peningkatan produksi kopi dengan kriteria keputusan tolak H_0 dan terima H_a
2. Berdasarkan pengujian secara individu (uji t) secara terpisah masing-masing faktor tingkat pendidikan dan pengalaman berusahatani di peroleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka untuk kedua faktor tersebut berpengaruh nyata terhadap peningkatan produksi kopi di daerah penelitian Kecamatan Silih Nara Kabupaten Aceh Tengah.

Berdasarkan kesimpulan diatas maka diperoleh beberapa saran yakni:

1. Untuk meningkatkan produksi kopi diharapkan kepada petani memanfaatkan ilmu yang didiperoleh melalui pendidikan formal maupun informal dan mengaplikasikan pengalaman yang sudah di dapat dari tahun-tahun sebelumnya.
2. Diharapkan kepada instansi terkait supaya dapat lebih intensif dalam melakukan penyuluhan pertanian khususnya dibidang perkebunan, agar petani yang memiliki kendala lebih memahami solusi apa yang harus mereka ambil.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonymous (2010). *Badan Pusat Statistik BPS Kab Aceh Tengah*. Aceh Tengah dalam Angka. Aceh Tengah
- Fadholi. Hernanto (1996) *Ilmu Usaha tani*. Jakarta. PT. Penebar Swadaya
- Hasan Su'ud. M. (2003). *Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Agribisnis*. Medan
- Rahman.A. 2008. *Ekonomi Pertanian*. Jakarta
- Sudjana. (2002). *Metode Statistik*. Badung. PT. tarsoto Bnadung
- Suparmoko. M (1990). *Pengantar Ekonomi Makro*. Universitas Gajah Mada, Yogyakarta
- Soekartawi (2003). *Teori Ekonomi Produksi*. Jakarta. PT. Rajawali Gerapindo Persada.