

Pemetaan Sosial Ekonomi Masyarakat Pematang Siantar (Studi Kasus Masyarakat Siantar Barat)

Ami Dilham

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara
amidilham@gmail.com

Umar Maya Putra

Fakultas Ekonomi Universitas Al Azhar Medan

Abstract

This study aimed to analyze the socio-economic mapping with case studies Siantar Siantar District of Western society. The purpose of this study is to see how far the characteristic ability of socioeconomic District of Siantar Barat both in the category of business, inspiration and medium enterprises, business development, years of starting the business, the age of the respondent, number of employees, type of business development assistance, the type of assistance expected private agencies / SOE and suggestions for the development of businesses that are part of the socio-economic mapping Siantar. The data used is primary data using questionnaires to society western range. The results of this study indicate that the Business Name: Herb Healthy Fresh: 33%, Business category: Drinks totaling 82% Address Enterprises: Street Football on: 53%, Inspiration Making Business: 17% was from the beginning migrated to focus on making herbal medicine, Yang assist in the creation of business: wife of 19%, Points of Creation: the direct business 89%, Start of Business: in 1974 as much as 9.1%, Business Start hour: 45% starting at 8:00, Business development: developing ∴ help Available : Pertamina Depot Siantar as much as 51%. The assistance is expected from the Private Sector, Blender, Pots, Dandang as much as 33%, Advice for Business Development: 73% The existence of business coaching.

Keywords: Social, Economic, West Siantar

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemetaan sosial ekonomi masyarakat Pematang Siantar dengan studi kasus masyarakat Kecamatan Siantar Barat. Tujuan Penelitian ini adalah untuk melihat sejauh mana karakteristik kemampuan sosial ekonomi masyarakat Kecamatan Siantar Barat baik dalam kategori usaha, inspirasi pembukaan usaha, perkembangan usaha, tahun memulai usaha, usia responden, jumlah tenaga kerja, jenis bantuan pengembangan usaha, jenis bantuan yang diharapkan instansi swasta/BUMN dan saran untuk perkembangan usaha yang merupakan bagian dari pemetaan sosial ekonomi di Pematang Siantar. Data yang digunakan merupakan data primer dengan menggunakan kuisioner kepada masyarakat Kisaran Barat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Nama Usaha: Jamu Sehat Segar: 33%, Kategori Usaha: Minuman yang berjumlah 82% Alamat Usaha: Jalan Bola kaki atas: 53%, Inspirasi Pembuatan Usaha: 17% memang dari awal merantau fokus untuk membuat jamu, Yang membantu dalam pembuatan usaha: Istri sebesar 19%, Tempat Pembuatan: Tempat usaha langsung 89%, Tahun

Mulai Usaha: Tahun 1974 sebanyak 9.1%, Jam Mulai Usaha: 45% dimulai jam 8:00, Perkembangan Usaha: berkembang.: Bantuan Yang Ada: Depot Pertamina Siantar sebanyak 51%. Bantuan yang diharapkan dari Pihak Swasta, Blender, Panci, Dandang sebanyak 33%, Saran untuk Perkembangan Usaha: 73% Adanya pembinaan usaha.

Kata kunci: Sosial, Ekonomi, Siantar Barat

Pendahuluan

Siantar merupakan kota yang sangat berkembang dan mempunyai akses yang dekat dengan kota sekitar seperti Medan, Tebing Tinggi, Asahan, Batu Bara dan beberapa daerah lainnya. Siantar juga berbatasan dengan Kabupaten Simalungun yang banyak dihimpun oleh Perkebunan. Ini merupakan suatu komoditas yang menjadi efek aglomerasi yang sangat erat dalam perkembangan perekonomian di Kota Siantar yang bisa menjadi keuntungan jika dimanfaatkan secara baik.

Menurut Data dari BPS (Statistik, 2013), Pada tahun 2012 penduduk Kota Pematangsiantar mencapai 236.947 jiwa dengan kepadatan penduduk 2.963 jiwa per km². Penduduk perempuan di Kota Pematang Siantar lebih banyak dari penduduk laki-laki. Pada tahun 2012 penduduk Kota Pematangsiantar yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 115.488 jiwa dan penduduk perempuan 121.459 jiwa. Dengan demikian sex ratio penduduk Kota Pematangsiantar sebesar 95,08. Penduduk merupakan modal dasar dalam peningkatan pembangunan, namun dengan perkembangan yang sangat besar dari jumlah perempuan, perlunya pengembangan yang sangat khusus di bidang kewirausahaan yang sesuai. Kesesuaian yang menjadi dasar pengembangan, juga harus melihat potensi dari laki-laki yang juga perlu menjadi pemikiran, sehingga bisa menciptakan pembangunan seimbang dan tujuan dari pembangunan itu bisa dilaksanakan dengan baik.

Pertumbuhan tenaga kerja di Kota Pematangsiantar sejalan dengan pertumbuhan penduduk. Namun pertumbuhan ini tidak sebanding dengan pertumbuhan lapangan pekerjaan sehingga mengakibatkan tingginya jumlah pengangguran. Pada tahun 2012, jumlah pencari kerja yang terdaftar pada Dinas Tenaga Kerja Kota Pematangsiantar sebanyak 1.930 orang, dimana pencari kerja terbesar dari tingkat pendidikan SMA sebanyak 707 orang atau sekitar 36,63 persen dari total pencari kerja. Kualitas pendidikan merupakan suatu pemikiran

lain yang bisa menjadi *asset* dalam pengembangan pembangunan. Dengan pendidikan, maka semua penduduk akan bisa menciptakan kemandirian dalam menciptakan lapangan kerja tanpa harus menunggu kesempatan secara lama khususnya dalam menciptakan kondisi sosial ekonomi yang tangguh. Pengangguran harus diturunkan agar tidak hilang *golden moment* dalam meningkatkan potensi yang ada sebagai aspek aglomerasi.

Dari berbagai permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk mengambil beberapa indikator yang peneliti anggap mempengaruhi pemetaan sosial ekonomi masyarakat Pematang Siantar yaitu kategori usaha, inspirasi pembukaan usaha, perkembangan usaha, tahun memulai usaha, usia responden, jumlah tenaga kerja, jenis bantuan pengembangan usaha, jenis bantuan yang diharapkan instansi swasta/BUMN yang akan dijadikan rekomendasi kepada pihak terkait dan mampu menjadikan suatu pemanfaatan potensi sumber daya yang dimiliki oleh Pematang Siantar.

Paper ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana perkembangan sosial ekonomi mapping masyarakat Pematang Siantar dan potensi yang bisa dikembangkan.

Kerangka Teoretis

1. Konsep Pembangunan Seimbang

Dalam melaksanakan pembangunan tentunya akan memahami konsep pembangunan yang seimbang. Keseimbangan yang diharapkan akan terciptanya keselerasan antara tujuan pembangunan dengan perkembangan dari sosial ekonomi masyarakat setempat agar terciptanya kesejahteraan. Pada Hakikatnya, alasan utama yang menimbulkan perlunya pembangunan adalah untuk menjaga agar pembangunan tersebut tidak menghadapi hambatan-hambatan dalam:

- a. Memperoleh bahan mentah, tenaga ahli, sumber tenaga (air dan listrik), dan fasilitas-fasilitas untuk mengangkut hasil-hasil produksi ke pasar manapun
- b. Memperoleh pasaran untuk barang-barang yang telah dan yang akan diproduksi

Lebih lanjut Sukirno (2011) mengatakan bahwa apabila program pembangunan seimbang dilaksanakan, jumlah penanaman modal yang harus dilakukan jauh melebihi tingkat penanaman modal pada masa sebelum usaha

pembangunan dijalankan. Oleh sebab itu teori pembangunan seimbang dinamakan juga oleh segolongan ahli ekonomi sebagai teori usaha besar-besaran (*big push*) ataupun tesis usaha minimum kritis (*the critical minimum effort thesis*). Teori pembangunan seimbang menjelaskan perlunya program pembangunan di segala bidang sebagai usaha untuk menciptakan pasar berbagai industri dan untuk menciptakan ekonomi eksternal (*external economies*).

Pandangan Scitovsky dalam analisis khusus membahas ekonomi eksternal (*external economies*) menunjukkan dua konsep atau pengertian tentang ekonomi eksternal, *pertama*, seperti yang terdapat pada teori keseimbangan (*equilibrium theory*); dan *kedua*, seperti dalam teori ekonomi konvensional. Ekonomi eksternal diartikan sebagai perbaikan efisiensi yang terjadi pada suatu industri lain. Oleh Scitovsky ekonomi eksternal dinamakan sebagai ekonomi eksternal teknologis (*technological external economies*). Di samping itu, hubungan interdependensi di antara berbagai industri dapat pula menciptakan ekonomi eksternal keuangan (*pecuniary external economies*), yaitu kenaikan keuntungan yang diperoleh suatu perusahaan yang bersumber dari tindakan-tindakan perusahaan lain. (Sukirno, 2011)

Dengan demikian ekonomi eksternal merupakan suatu dampak yang timbul dari sisi teknologis. Teknologi ini dapat dikategorikan sebagai suatu dampak dalam perkembangan suatu usaha yang memakai teknologi terikat dengan perkembangan suatu industri. Industri yang bersifat usaha mikro dan kecil (UMK) yang mengikuti dinamika perkembangan usaha, tentunya akan membuat suatu kebijakan eksternal yang menggunakan teknologi sebagai basis perkembangan usaha. Dari UMK yang menggunakan aspek teknologi melalui perkembangan website, bisa mengiklankan produk yang dihasilkan, selain bisa menjadi *supply* kebutuhan konsumen, bisa juga menjadi bahan baku terhadap industri olahan lainnya. Peranan teknologi mempunyai fungsi yang sangat dinamis dalam peningkatan suatu perkembangan usaha.

Dengan adanya jiwa wirausaha (*entrepreneur*) dapat menjadi suatu faktor yang mampu menyerap berbagai masalah yang selalu didapati dalam essensi *demography* seperti kemiskinan, pengangguran. Masalah *demography* yang sering terjadi di beberapa negara berkembang, bisa terselesaikan, jika iklim dunia usaha mendapat suatu pencerahan dan keamanan dalam berbisnis. Bisnis yang dilakukan, tentunya membutuhkan bantuan yang sangat sistematis dan terintegrasi

dari pemerintah sebagai tempat untuk perlindungan usaha dan menjaga kestabilan usaha untuk meningkatkan hasil yang didapat selain baiknya iklim usaha maupun menarik investor lain yang menginvestasikan dananya di dunia usaha. Keamanan merupakan suatu syarat mutlak dari suatu kenyamanan untuk menciptakan kreativitas dan inovasi dari dunia usaha. Jika keamanan tidak tersedia di suatu daerah, maka tidak adanya perekonomian yang stabil dan akan membuat *mandek*. Jika perekonomian yang mandek diliputi situasi tidak keamanan, sangat sulit untuk membalikan kepercayaan investor. Maka titik utama untuk meningkatkan suatu kesejahteraan, diperlukan Jiwa wirausaha dan kemananan dalam melaknakan inovasi dari jiwa wirausaha tersebut.

2. Perencanaan Partisipatif bagi Program Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat

Huraerah (2008:66-67) menjelaskan bahwa pengembangan dan pemberdayaan masyarakat melibatkan perencanaan, pengorganisasian, dan pengembangan berbagai aktivitas program yang bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup atau kesejahteraan sosial (*social well-being*) masyarakat. Sebagai suatu kegiatan kolektif, pemberdayaan masyarakat melibatkan beberapa aktor, seperti perencana sosial, masyarakat setempat, lembaga donor, dan instansi terkait yang saling bekerjasama mulai dari perancangan, pelaksanaan, sampai evaluasi terhadap program tersebut.

Tuntutan dunia perencanaan dewasa ini adalah adanya peran aktif para pihak-pihak terkait/pemangku kepentingan (*stakeholders*) dalam penentuan kebijakan dan strategi pembangunan ke depan. Pendekatan dari bawah dengan cara menjaring aspirasi masyarakat menjadi satu di antara cara pengakomodasian ide *stakeholders*.

Perencanaan partisipatif adalah suatu proses perencanaan program pengembangan masyarakat yang dilakukan dengan melibatkan masyarakat setempat dengan *stakeholders* seperti: tokoh masyarakat, tokoh wanita, tokoh pemuda, aparat, dan lain-lain. Keterlibatan masyarakat dan pihak-pihak terkait dalam mengidentifikasi masalah-masalah dan kebutuhan-kebutuhannya sendiri, merumuskan dan menyeleksi alternatif tindakan atau program dan mengimplementasikan program, serta melakukan *monitoring* dan evaluasi program.

Tahap monitoring dan evaluasi dari masyarakat inilah yang perlu dilakukan suatu pengarahan dan dasar yang tepat dalam memberikan implementasi kebijakan yang tepat untuk nantinya dapat meningkatkan kesejahteraan. Essensi kesejahteraan menjadi suatu bagian yang terpusat sebagai asumsi yang bisa menjadi fondasi keinginan yang dibuat oleh masyarakat. Pemilahan inilah yang menjadi penting terhadap *stakeholders* untuk saling bekerjasama dalam membuat suatu tatanan yang sesuai. Taraf kehidupan sosial yang terjadi dalam praktek lapangan sering tidak terjadinya kondusivitas dikarenakan kurang tepatnya sasaran kebijakan yang dingini dan tidak terakomodir sesuai dengan keinginan dari masyarakat.

Menurut Horton dan Leslie dalam Suharto (2000) dalam Huraerah (2008), masalah sosial adalah suatu kondisi yang dirasakan banyak orang tidak menyenangkan serta pemecahan aksi sosial secara kolektif. Dari defenisi ini dapat disimpulkan, masalah sosial memiliki karakteristik sebagai berikut:

a. Kondisi yang dirasakan banyak orang

Suatu masalah baru dapat dikatakan sebagai masalah sosial apabila kondisinya dirasakan oleh banyak orang. Peran media masa sangat menentukan sangat menentukan apakah masalah tertentu bisa menjadi pembicaraan khalayak umum. Jika sejumlah artikel atau berita yang membahas suatu masalah muncul di media masa, masalah tersebut akan segera menarik perhatian orang. Kasus kriminalitas akhir-akhir ini sangat ramai diberitakan di koran maupun televisi. Kriminalitas merupakan masalah sosial.

b. Kondisi yang dinilai tidak menyenangkan

Menurut paham hedonisme, orang cenderung mengulang sesuatu yang menyenangkan dan menghindari sesuatu yang tidak menyenangkan. Ukuran “baik” atau “buruk” sangat bergantung pada nilai atau norma yang dianut masyarakat. Penggunaan narkoba, minuman keras homoseksual adalah masalah sosial. Namun ada beberpa masyarakat yang memandang penggunaan minuman keras, misalnya sebagai sesuatu yang “wajar” dan “biasa”, penggunaan *whisky*, *johny walker* atau *sampagne* bukan masalah sosial, meskipun dilakukan banyak orang.

c. Kondisi yang menuntut pemecahan

Suatu kondisi yang baik menyenangkan senantiasa menuntut pemecahan. Apabila seseorang merasa lapar, akan segera dicarinya rumah makan. Pada waktu lalu, masalah kemiskinan tidak dikategorikan sebagai masalah sosial, karena

waktu itu, masyarakat menganggap kemiskinan sebagai suatu alamiah dan masyarakat belum memiliki kemampuan untuk memecahkannya. Sekarang setelah, masyarakat memiliki pengetahuan dan keterampilan untuk menanggulangi kemiskinan, kemiskinan ramai ramai diperbincangkan dan diseminarkan, karena dianggap masalah sosial.

3. Pemecahan tersebut harus dilakukan melalui aksi sosial secara kolektif

Masalah sosial berbeda dengan individual. Masalah individual dapat diatasi secara individual dapat diatasi secara individual, tetapi masalah sosial hanya dapat diatasi melalui rekayasa sosial seperti aksi sosial, kebijakan sosial atau perencanaan sosial, karena penyebab dan akibatnya bersifat multidimensional dan menyangkut banyak orang.

4. Pasar sebagai Konsep Pemberdayaan Masyarakat

Pracoyo & Parcoyo (2007) menyatakan bahwa untuk mempelajari interaksi sektor rumah tangga dengan perusahaan, sektor rumah tangga dengan pemerintah serta dengan para pelaku ekonomi lainnya, telah dijelaskan dengan menggunakan diagram aliran melingkar (*circular flow diagram*). Namun, kita juga dapat menggunakan alat yang lain untuk menjelaskan interaksi diantara mereka, yakni dengan menggunakan pasar. Secara sederhana pasar didefinisikan sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli. Istilah pasar dalam ekonomi, tidak hanya merujuk pada tempat misalnya produk induk, pasar grosir, dll. Istilah pasar secara lebih luas menggambarkan interaksi permintaan dan penawaran yang dilakukan oleh para pelaku ekonomi. Pasar dikelompokkan menjadi 3 kategori, sebagai berikut:

1. Pasar Barang dan Jasa

Perusahaan adalah pihak yang menyediakan berbagai macam barang dan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen. Sektor rumah tangga, pemerintah dan luar negeri sebagai konsumen. Sektor rumah tangga, pemerintah dan luar negeri sebagai konsumennya. Misalnya, perusahaan tekstil dan produk tekstil menghasilkan berbagai macam kain, pakaian, kaos, jaket, permadani, sepatu, dll. Pembelinya adalah masyarakat sebagai sektor rumah tangga, pemerintah dan sebagian lagi warga asing (sektor luar negeri) yang mengimpor barang-barang

tersebut. Di pasar barang dan jasa, juga terjadi jual-beli antar perusahaan. Misalnya perusahaan tekstil, membeli benang dan kancing dari perusahaan lain. Seperti YKK memasok resleting ke berbagai perusahaan pakaian jadi. Saat ini Indonesia menjadi pengekspor tekstil dan pakaian jadi, makanan, minuman tetapi juga menjadi pengimpor kendaraan, pesawat terbang, alat fotografi dan kedokteran.

2. Pasar Tenaga Kerja

Sektor rumah tangga adalah pihak yang menjadi penyedia tenaga kerja. Yang meminta tenaga kerja adalah perusahaan, pemerintah dan luar negeri. Dewasa ini pasar tenaga kerja telah menjadi pasar internasional. Sebagai contoh Singapura, Malaysia, Arab Saudi, dan beberapa Negara di Eropa banyak melakukan permintaan terhadap tenaga kerja Indonesia. Sedangkan Indonesia meminta tenaga kerja Indonesia. Sedangkan Indonesia meminta tenaga kerja ahli dari Jepang, Amerika, Inggris, Jerman untuk menjadi konsultan. Tenaga kerja tidak hanya berupa kemampuan fisik, tetapi juga keterampilan, keahlian dan mental. Untuk itu tenaga kerja dibagi 3 kelompok sebagai berikut:

- a. Tenaga kerja terdidik adalah tenaga kerja yang mempunyai keahlian tinggi dan pendidikan yang tinggi sehingga menguasai keahlian di bidang-bidang tertentu. Contoh ekonom, akuntan, dokter, dosen, insinyur, dll
- b. Tenaga kerja terampil adalah tenaga kerja yang mempunyai keterampilan atau keahlian yang diperoleh melalui pendidikan ataupun pengalaman kerja contoh: baby Sitter, Montir, Tukang Kayu, dll
- c. Tenaga kerja kasar adalah tenaga kerja yang hanya mengandalkan kemampuan fisik dimana mereka tidak memiliki pendidikan atau berpendidikan rendah sehingga tidak mempunyai keahlian dalam suatu bidang pekerjaan. Contoh: kuli-kuli bangunan atau pelabuhan.

Yang perlu diperhatikan bahwa penawaran tenaga kerja total terhadap perekonomian, sangat tergantung kepada keputusan yang diambil oleh sektor rumah tangga. Keputusan tersebut mencakup kapan masuk angkatan kerja, berapa jam mereka harus bekerja, dsb.

3. Pasar Uang (Pasar Modal)

Individu dari sektor rumah tangga yang sudah mapan, mengalokasikan pendapatannya tidak hanya untuk konsumsi, tetapi juga untuk ditabung dan spekulasi di pasar uang (*financial market*). Di pasar uang rumah tangga dapat membeli saham maupun obligasi dari perusahaan maupun pemerintah. Artinya, sektor rumah tangga menawarkan dana kepada pihak-pihak yang membutuhkan, yakni perusahaan dan pemerintah, dengan harapan akan memperoleh pendapatan berupa deviden atau bunga. Bila perusahaan menyatakan dirinya go publik, berarti melakukan permintaan dana baik ke sektor rumah tangga, pemerintah maupun sektor luar negeri.

Saham merupakan instrumen keuangan yang menyatakan pemilinya untuk mendapatkan hak atas bagian laba perusahaan. Bagian laba yang dibayarkan perusahaan setiap periode kepada pemilikinya disebut dengan deviden. Naik turunnya nilai saham sangat dipengaruhi oleh kinerja perusahaan, sedangkan obligasi merupakan surat perjanjian sanggup bayar bayar (surat hutang), yang dikeluarkan oleh perusahaan/pemerintah pada saat meminjam uang.

Dengan keterkaitan antara pasar barang jasa, pasar tenaga kerja dan pasar uang dalam suatu daerah, maka akan terciptanya suatu mekanisme pasar yang bisa menunjukkan suatu potensi dalam pengembangan suatu tujuan dari daerah yang ditempati, khususnya mengembangkan pola kemandirian usaha menuju kepada kesejahteraan dan peningkatan kualitas hidup masyarakat.

4. Peranan Usaha Kecil dan Mikro dalam Kesejahteraan

Kasali (2012) menyatakan bahwa usaha kecil adalah usaha pemula yang menggantungkan keberhasilannya pada diri sendiri. Diri sendirilah yang menentukan usaha ini berhasil atau tidak, menjadi besar atau tetap kecil, berputar atau teronggok mati. Usaha kecil serba terbatas: modal terbatas, karyawan sedikit, lokasi berpindah-pindah, dan seterusnya.

Supaya usaha tidak *stagnan* maka harus mempunyai keberanian untuk berubah. Berubah atau mendiamkan terbawa arus gelombang jiwa adalah suatu pilihan. Hidup hari ini seperti kemarin atau hari ini lebih baik daripada kemarin. Banyak orang memilih hidup yang *stagnan* sehingga masalah yang dihadapi dari hari ke hari tetap sama. Sulitnya tetap sama. Rezekinya pun tetap sama. Padahal

masalah yang anda hadapi adalah ancaman bagi keberlangsungan usaha, namun peluang bagi mereka yang mau memperbaikinya.

Usaha kecil dan menengah mempunyai suatu kecenderungan mengharapkan segala sesuatu yang bersifat konvensional, dimana mengharapkan segala sesuatu yang sama dari sebelumnya. Misalnya, usaha yang dimulai dari tahun 1970, dan saat ini dikelola oleh generasi yang lain yang tetap berciri khas yang sama. Inilah karakter yang perlu dilakukan bimbingan untuk bisa merubah diri dengan adanya inovasi, kreasi dari usaha yang ditekuni.

Konsep berubah dari usaha ini yang memiliki landasan inovasi, kreasi yang merupakan tolak ukur dari perkembangan usaha bisa dilihat dengan adanya perubahan secara riil, pemasaran, keuangan hingga mengedankan dari aspek teknologi. Masalah teknologi inilah yang sering menjadi suatu permasalahan yang bisa menjadi faktor perlambatan dari iklim usaha mikro dan kecil untuk mengembangkan konsep usaha yang lebih berkembang dan luas kembali.

Teknologi yang berkembang dapat meningkatkan aspek pemasaran dengan mengetengahkan efisiensi dari budget yang akan dikeluarkan dan pemilihan dari teknologi ini harus adanya pola yang lebih terpadu untuk usaha mikro dan kecil (UMK) dalam konsep aktualisasi yang jelas dan berjalan secara terus menerus, tidak hanya selesai dari pelatihan, seminar tanpa adanya impelentasi. Dengan adanya website, semakin luaslah cakupan untuk promosi dari UMK yang bisa difasilitasi oleh segenap pihak sebagai esensi dalam pemasaran global.

Kesuksesan suatu pengelolaan UMK secara teknologi akan menguatkan akar dari bisnis yang bisa diseleraskan dengan kebersamaan yang mampu menjadi ajang promosi secara bersama di suatu kawasan. Permasalahan kesejahteraan secara makro, dapat dilihat bagaimana bisnis yang dikelola sering berjalan secara sendiri-sendiri. Pengubahan dengan konsep berjalan bersama yang dibarengi semangat berubah ke arah teknologi, differensiasi usaha, pengemasan yang bagus merupakan konsep yang mau tidak mau dijalankan untuk menjadikan UMK semakin berkembang dan menggerakkan kesejahteraan dalam kerakyatan.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang dipakai adalah metode deskriptif kualitatif. Data yang digunakan bersumber dari primer dan sekunder. *Sumber Primer* adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data *Sumber*

Sekunder adalah merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono: 2009). Dokumen yang dihasilkan bisa melalui data BPS dan dari *website* Pemerintahan Kabupaten Asahan.

Lokasi penelitian ini adalah di sekitar depot Pertamina Pematang Siantar Kecamatan Siantar Barat yang meliputi Kelurahan Banjar, Kelurahan Banten yaitu Jl. Bola Kaki Bawah, Jl. Bola Kaki Atas, Jl. Mataram Kampung Melayu Kec. Siantar Utara, dan Jl. Narumonda

Analisis data menggunakan statistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasinya.

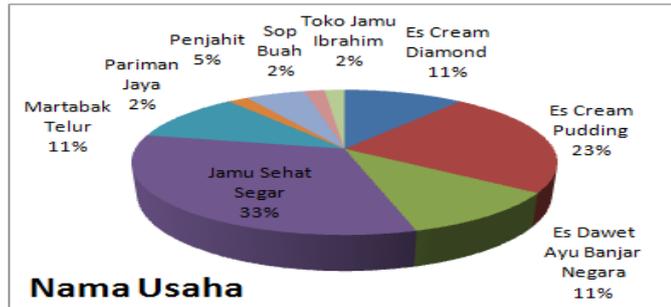
Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Karakteristik kemampuan masyarakat

Dari gambaran masyarakat Siantar Barat, didapati 4 usaha utama yang merupakan basis usaha yaitu penjual es, penjual jamu sehat segar dan perdagangan umum. Dari keempat usaha yang berkembang, banyak penjual memberikan informasi secara umum mengenai usaha mereka. Kebanyakan usaha mereka dijalankan secara konvensional dan dilakukan secara turun temurun tanpa adanya inovasi dan invensi secara nyata. Jika usaha ini, dititik beratkan untuk menghasilkan suatu *product* unggulan, ada 12 karakteristik yang bisa dilihat terhadap penilaian perkembangan usaha dan bisa dijadikan landasan kebijakan sosial ekonomi yaitu:

a. Nama Usaha

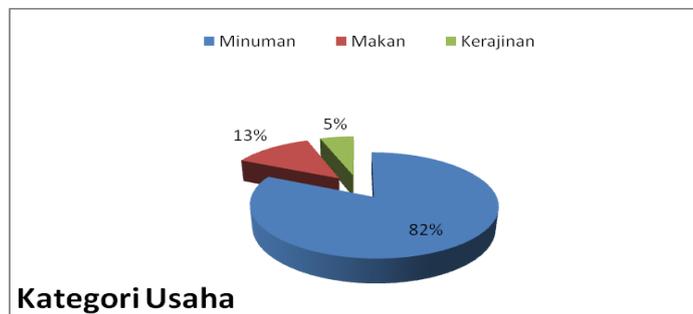
Beberapa nama usaha yang bisa dirangkum dari Kecamatan Siantar Barat adalah Jamu Sehat Segar: 33%, Es Cream Pudding: 23%, Es Dawet Banjar Negara: 11%, Es Cream Diamond: 11%, Martabak Telur: 11%, Penjahit: 5%, Untuk Pariaman Jaya, Sop Buah, Toko Jamu Ibrahim masing-masing berjumlah 2%. Dapat terlihat bahwa penjual Jamu Sehat Segar merupakan penjual terbanyak yang berjumlah 33%.



Grafik. 1. Nama Usaha

b. Kategori Usaha

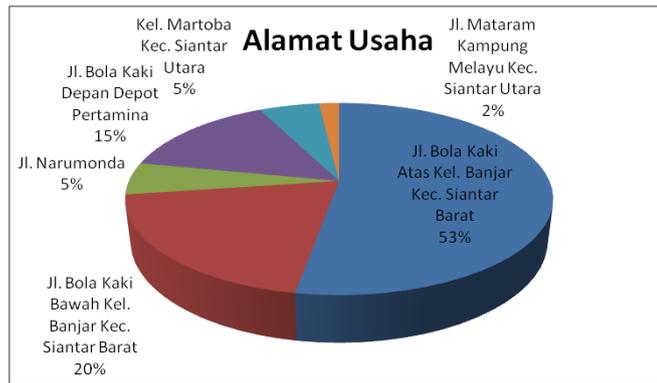
Terdapat tiga kategori usaha yang berada di Kawasan Siantar Barat, yaitu minuman, makanan dan kerajinan. Umumnya kategori usaha ini dilakukan secara turun temurun, tanpanya ada inovasi yang berarti namun perkembangannya berlangsung sejak lama dan ada juga yang baru dimulai. Alasan untuk menjalankan usaha dikarenakan untuk sarana lapangan kerja dan kurangnya ada kreativitas untuk melaksanakan kegiatan lainnya. Kategori usaha terbesar adalah usaha minuman berjumlah 82% dilanjutkan usaha makanan sejumlah 13% dan kerajinan sebesar 5%.



Grafik. 2. Kategori Usaha

c. Alamat Usaha

Usaha yang dijalankan tersebut menyebar di beberapa tempat, yaitu Jalan Bola kaki atas: 53%, Jalan Bola kaki bawah: 20%, Jalan bola kaki depan depot Pertamina Siantar: 15%, Untuk Kelurahan Martoba dan Jalan Narumonda berjumlah 5% dan Jalan Mataram Kampung Melayu sebesar 2%.



Grafik. 3. Alamat Usaha

d. Inspirasi Pembuatan Usaha

Pada umumnya, inspirasi pembuatan usaha berawal dari pengusaha secara mandiri. Itikad yang sudah diwariskan secara turun temurun menyebabkan menjalankan usaha secara alamiah tanpa ada paksaan. Beberapa inspirasi pembuatan usaha adalah 17% dari awal merantau fokus untuk membuat jamu, 12% lapangan usaha, 11% dicoba dari jawa dibuat pakai pulut, agar-agar, 8% untuk kehidupan, 6% sebagai substitusi jika es cream tidak laku dan 1% turun temurun.



Grafik. 4. Inspirasi Pembuatan Usaha

e. Yang membantu dalam pembuatan usaha

Bantuan dalam pembuatan usaha merupakan konsep yang dilakukan agar usaha bisa dijalankan secara terencana dan bisa sesuai dengan yang dijadwalkan. Konsep kewirausahaan diawali dengan bagaimana usaha didelegasikan kepada orang lain agar semakin berkembangnya usaha sesuai dengan harapan dari pengusaha. Adapun pihak yang membantu dalam pembuatan usaha adalah istri sebesar 19%, suami 18%, sendiri 12%, tenaga kerja 5% dan anak 1%. Bantuan dari pihak keluarga mendominasi dalam perkembangan usaha.



Grafik. 5. Yang membantu dalam pembuatan usaha

f. Tempat Pembuatan

Untuk usaha yang dijalankan di Kecamatan Siantar Barat, pada umumnya dilakukan di tempat usaha langsung 89%, sisanya dari Jakarta, yaitu PT. Sukanda jaya 11%. Tempat pembuatan yang dilakukan di tempat usaha membuktikan bahwa kreatifitas sudah ada sejak dari awal industri ini berdiri. Dalam pembuatan racikan menu, beberapa pengusaha telah melakukan *product knowledge* yang telah diajarkan dari beberapa pengusaha sukses lainnya. Kesuksesan dari pengusaha sebelumnya merupakan motivasi bisnis bagi pengusaha masyarakat Siantar Barat untuk melakukan perniagaan di tempat usaha sendiri dan pengambilan langsung dari distributor.

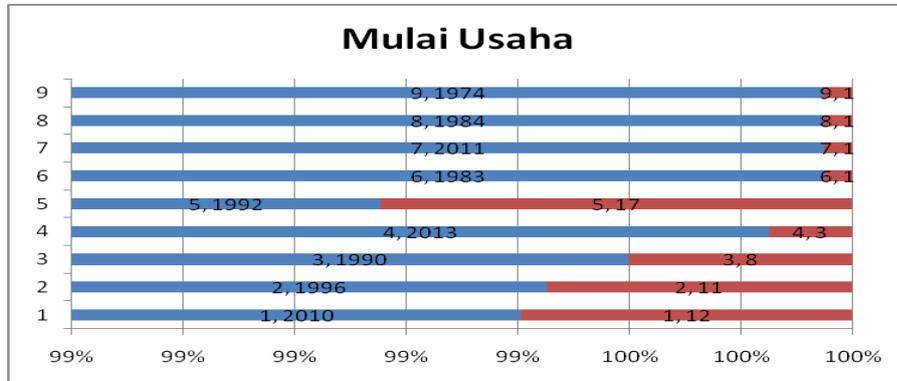


Grafik. 6. Tempat Pembuatan

g. Tahun Mulai Usaha

Usaha yang dimulai oleh pengusaha dapat terlihat dari tahun 1974 sebanyak 9.1%, lalu dimulai tahun 1984 sebanyak 8.1%, tahun 2011 sebanyak 7,1%. Dari 3 besar yang utama tahun mulai usaha, merupakan gambaran bahwa usaha yang dihasilkan memang sudah sangat lama dijalankan dan jika dikembangkan secara baik, bisa menjadi basis industri Kota Pematang Siantar.

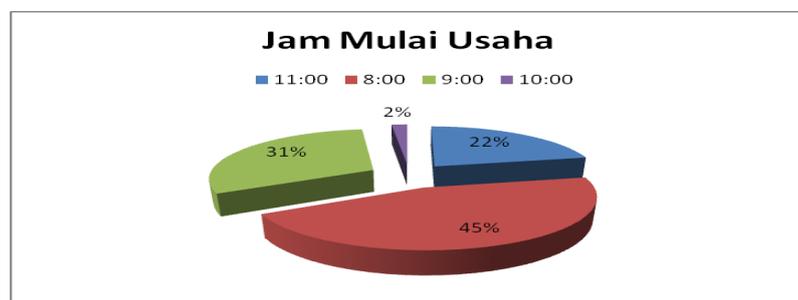
Beberapa tahun lain yang dimulai untuk melakukan usaha tahun 1983 sebanyak 6,1%, tahun 1992 sebanyak 5,17%, tahun 2013 sebanyak 4,3%, tahun 1990 sebanyak 3,8%, tahun 1996 sebanyak 2,11% dan terakhir tahun 2010 sebanyak 1,12%.



Grafik. 7. Tahun Mulai Usaha

h. Jam Mulai Usaha

Perkembangan usaha dapat digambarkan dari bagaimana pola kedisiplinan dilaksanakan dengan dimulai dan jam terakhir ditutup. Jam usaha yang dilakukan adalah 45% dimulai jam 8:00, 31% dimulai jam 9:00, 22% dimulai jam 11:00 dan diakhiri 2% jam 10:00. Dengan melihat jadwal yang ada, masih juga banyak pengusaha yang memulai usahanya di jam 11:00 dikarenakan sudah bisa mengatur jadwal antara keluarga dan usaha serta sudah adanya *customer* yang setia. Jika dimulai jam 8:00 dapat diindikasikan bahwa pengusaha tersebut memang mencari *customer* secara rutin dari awal.



Grafik. 8. Jam Mulai Usaha

i. Perkembangan Usaha

Untuk perkembangan usaha secara umum semua pengusaha mengatakan 100% berkembang. Namun dalam pelaksanaannya tidak sesuai dengan konsep

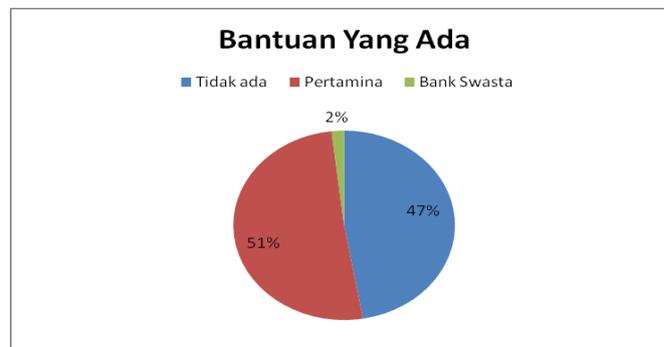
basis *product* unggulan dikarenakan usaha yang ada, bukan merupakan *product* yang identik dari Siantar.



Grafik. 9. Perkembangan Usaha

j. Bantuan Modal

Untuk usaha yang berada di Kecamatan Siantar Barat tercatat bantuan berasal dari Depot Pertamina Siantar sebanyak 51%, dari bank swasta sebanyak 2% dan tidak ada bantuan sebanyak 47%. Beberapa pengusaha memberikan informasi bahwa Pertamina telah membantu pengusaha es *cream pudding* berupa tong es dan pengusaha jamu berupa sepeda. Informasi lain, pengusaha mengatakan bahwa Bank Indonesia pernah melakukan survey terkait pemberian bantuan tahun 2012, namun hingga sekarang, bantuan belum ada yang terealisasi.

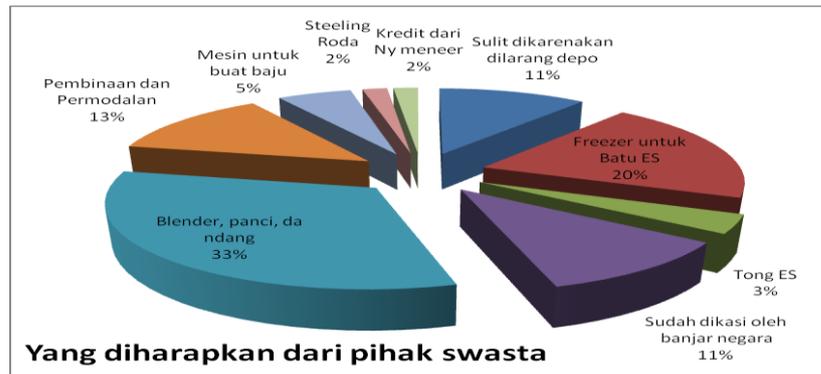


Grafik. 10. Bantuan Yang Ada

k. Bantuan yang diharapkan dari Pihak Swasta

Beberapa bantuan yang diharapkan oleh swasta adalah: Blender, Panci, Dandang sebanyak 33%, Freezer untuk batu es sebesar 20%, Pembinaan dan permodalan 13%, Mesin untuk membuat baju sebanyak 3%, Mesin untuk membuat baju 5%, Tong Es sebanyak 3% dan 2% merupakan perlunya Steeling roda untuk jualan.

Beberapa perusahaan tidak bisa meminta bantuan dari pihak lain dikarenakan sudah mendapat bantuan dari Banjar Negara sebanyak 11%, Sulit karena dilarang Depo sebanyak 11% dan sudah mendapat kredit dari Ny, Meener sebesar 2%. Dari beberapa bantuan, dapat disimpulkan bahwa kebanyakan pengusaha ingin diberikan barang yang produktif tidak hanya bantuan yang bersifat uang semata.



Grafik. 11. Yang diharapkan dari Pihak Swasta

1. Saran untuk Perkembangan Usaha

Dalam tahap akhir penelitian, pengusaha memberikan jawaban terhadap saran untuk perkembangan usaha. Saran ini diberikan secara jujur dan melihat terhadap perkembangan usaha yang telah dilakukan dan hasil yang akan diharapkan di masa yang akan datang. Beberapa saran yang diberikan untuk perkembangan usaha adalah 73% adanya pembinaan usaha, 11% sudah dibantu oleh Banjar Negara, 7% untuk pembinaan secara berkala dan pembinaan secara menyeluruh dan 2% perlunya keadilan dan proteksi jamu dalam negeri oleh pemerintah.



Grafik. 12. Saran untuk perkembangan usaha

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pemetaan sosial ekonomi masyarakat Pematang Siantar memiliki karakteristik yang dapat ditinjau dari beberapa aspek yang penting yaitu nama usaha, kategori usaha, alamat usaha, inspirasi pembuatan usaha, yang membantu pembuatan usaha, tempat pembuatan, tahun mulai usaha, jam mulai usaha, perkembangan usaha, bantuan usaha, bantuan yang diharapkan dan saran untuk perkembangan usaha.

Kategori usaha terbesar adalah usaha makanan, minuman dan kerajinan. Usaha minuman adalah jenis usaha terbesar yang dilakukan secara turun temurun, baik khas Pematang Siantar maupun berasal dari Jawa. Harapan pengusaha yang terbesar adalah pembinaan usaha bagi mereka.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat direkomendasikan *pertama*, es *cream pudding* dapat menjadi *product* unggulan Kota Pematang Siantar. *Kedua*, perlunya pelatihan pengembangan kewirausahaan. *Ketiga*, program pemberdayaan ekonomi masyarakat dapat dilakukan kepada ibu-ibu penjual jamu. *Keempat*, penguatan *brand image* dan *brand awareness* baik melalui pemasaran konvensional maupun menggunakan teknologi informasi, seperti *website*.

Daftar Pustaka

- Global Competitiveness Index (GCI). (2013).
- Hamoraon, H. D., & Maya Putra, M. U. (2013). *Student Saturday Market Manual Book*. Medan: USUPress.
- Huraerah, A. (2008). *Pengorganisasian & Pengembangan Masyarakat (Model & Strategi Pembangunan Berbasis Kerakyatan)*. Bandung: Humaniora.
- Kasali, R. (2012). *Cracking Entrepreneurs (Inilah Para Crackers Lokal Yang Tak Ada Matinya!)*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Lee, N. (1999). *Pengantar Bisnis*.
- Kuncoro, M. (2012). *Ekonomika Aglomerasi (Dinamika & Dimensi Spasial Kluster Industri Indonesia)*. Yogyakarta: UPP STIM YPKN.
- Pracoyo, T. K., & Parcoyo, A. (2007). *Aspek Dasar Ekonomi Makro Di Indonesia*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Setiawan, E. (2012-2014). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. Retrieved from <http://kbbi.web.id/swasembada>.

Ami Dilham & Umar Maya Putra: Pemetaan Sosial Ekonomi Masyarakat Pematang Siantar

Statistik, B. P. (2013). *Siantar Dalam Angka*.

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: CV. Alfabeta.

Sukirno, S. (2011). *Ekonomi Pembangunan (Proses, Masalah, dan Dasar Kebijakan)*. Jakarta: Prenada Media Group.

Tarigan, R. (2006). *Ekonomi Regional (Teori dan Aplikasi)*. Jakarta: Bumi Aksara.

Teguh, M. (2010). *Ekonomi Industri*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

UU NO 40 Tahun 2007 . (n.d.).